МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ КОЛЕДЖ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ І ТОРГІВЛІ»

«ІННОВАЦІЇ РОЗВИТКУ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ»

І ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО- ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

13 ТРАВНЯ 2020 РОКУ

ТЕРНОПІЛЬ 2020

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ КОЛЕДЖ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ І ТОРГІВЛІ»

«ІННОВАЦІЇ РОЗВИТКУ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ»

І ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ
13 ТРАВНЯ 2020 РОКУ

ТЕРНОПІЛЬ – 2020

УДК 640.4(477.83/86)(06)

«Інновації розвитку харчових технологій та індустрії гостинності в контексті сучасних тенденцій готельно-ресторанного бізнесу». Збірник тез доповідей І Всеукраїнської науково-практичної конференції – Тернопіль ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі», 2020. – *230 с.*

Редакційна колегія: Л.Я. Крукевич, Т.М. Когут, Л.Я. Малюта., У.М. Гураль, Г.П. Горішна, Н.В. Ткач, О.О. Стець, О.В. Мучинська

За достовірність фактів, цитат, власних імен, географічних назв та інших відомостей відповідають автори публікацій.

Рекомендовано до друку методичною радою ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»

Протокол №8 від 14.04. 2020 року

Комп’ютерна верстка: Н.В. Ткач, О.О. Стець, О.В. Мучинська

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1

ПРОФЕСІЙНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ, ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ

Когут Тетяна
ЗНАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ — ЗАПОРУКА УСПІШНОЇ КАР'ЄРИ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ І ТУРИЗМІ……..13

Грицюк Тетяна
КОМПЕТЕНТІСНІ ЗАДАЧІ З ХІМІЇ ЯК ЗАСІБ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРЕДМЕТНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СТУДЕНТІВ……14

Блажиєвська Н.М.
ОРГАНІЗАЦІЯ ПОЗААУДИТОРНОЇ РОБОТИ ЗІ СТУДЕНТАМИ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ МАЙБУТНІХ КВАЛІФІКОВАНИХ ФАХІВЦІВ……16

Франків Н.І.
ФОРМУВАННЯ ФАХОВОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В РОЗРІЗІ ПРОВЕДЕННЯ КОНКУРСІВ ПРОФЕСІЙНОЇ МАЙСТЕРНОСТІ……18

Антонів А. Д.
ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ……..20

Ільчишина Н.М., Гришко Г.Ф.
ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОПМЕТЕНТНОСТІ ВИПУСКНИКА……22

Кузьма О.Б.
A FOODIE PARADISE IN J.K. ROWLING'S HARRY POTTER SERIES……...24

Гаврилюк Галина
АКТИВІЗАЦІЯ НАВЧАЛЬНО-ПІЗНАВАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТУДЕНТІВ В ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ХІМІЇ……...26

Мельничук Ольга
ПРОФЕСІЙНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ СУЧАСНОГО ВИКЛАДАЧА, ЯК ІНТЕГРАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ОСОБИСТОСТІ……..29

Корбут Ганна
ВИКОРИСТАННЯ КЕЙС-МЕТОДУ НА УРОКАХ СПЕЦІАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН У СИСТЕМІ ЗАКЛАДІВ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ…….31

Ткач Наталія
ВІДЕОТРАНСЛЯЦІЇ — ПЕРЕСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ ОНЛАЙН-НАВЧАННЯ……32

Задаянюк Надія
ДОСЛІДЖЕННЯ РІВНЯ РОЗВИТКУ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ СТУДЕНТІВ……34

Павлишин-Кошова Г. Б.
ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ЗА ЕФЕКТИВНІСТЮ НАВЧАННЯ…….36

Ткач Наталія
ЯК НАВЧАТИ ЕФЕКТИВНО ТА ЯКІСНО У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ?.....38

СЕКЦІЯ 2

ІННОВАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ

Крукевич Людмила
ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК СУЧАСНИЙ ЕЛЕМЕНТ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ……..41

Малюта Л.Я., Островська Г.Й., Кузь Т.І.
ОСОБЛИВОСТІ НАЦІОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНИХ ТРАДИЦІЙ ГОСТИННОСТІ……..43

Марчишин Інна
ДРОПШИПІНГ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ……45

Гвоздецька Леся
ІННОВАЦІЇ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ……46

Гладчук О.П.
ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНІК АКТИВНИХ ПРОДАЖІВ У ПРОЦЕСІ ОБСЛУГОВУВАННЯ ГОСТЕЙ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА……48

Березівська Надія
SMM В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ…….50

Грицишин Стефанія
ОСОБЛИВОСТІ ОФОРМЛЕННЯ МЕНЮ ЯК ОДНОГО З ВАЖЛИВИХ ЧИННИКІВ УСПІХУ РОБОТИ ЗРГ…….52

Струк Любов
МОЛЕКУЛЯРНА МІКСОЛОГІЯ……55

Яворська Галина
АГРОТУРИЗМ - ОСНОВНИЙ ЕЛЕМЕНТ ЗАЛУЧЕННЯ ТУРИСТІВ У СІЛЬСЬКУ МІСЦЕВІСТЬ……56

Леськів Назарій
ПРОФЕСІЙНА КУЛЬТУРА ПРАЦІВНИКІВ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ……58

Марців Андрій
ІННОВАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ ІНДУСТРІЇ……61

Яворська Галина
ВЕЛНЕС КОНЦЕПЦІЯ В ГОТЕЛЬНІЙ ІНДУСТРІЇ……63

Горішна Ганна
РЕТРОСПЕКТИВА ЗАКЛАДАІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА МІСТА ТЕРНОПОЛЯ……65

Антонів А.Д.
НОВІТНІ ТЕНДЕНЦІЇ У СВІТІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ……66

Розбицька Т.В., Суxенко В.Ю.
КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ЕЛЕМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА……...68

Федишин Ірина
РЕЦЕСІЯ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ: ВИКЛИКИ ТА ЗАГРОЗИ…70

Лапичак Наталія
ЛІД – ОСНОВНИЙ СУПУТНІЙ КОМПОНЕНТ У ПРИГОТУВАННІ ЗМІШАНИХ НАПОЇВ……72

Андрунів Марія
ІННОВАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ……...74

Горішна Оксана
ЯКІСТЬ. СЕРВІС. ІННОВАЦІЇ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ ТА СФЕРІ ПОСЛУГ…….75

Ковбаса Іванна
ФЬЮЖН-КОНЦЕПЦІЯ В СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ……..76

Павелко О.О., Розбицька Т.В.
ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ МЕТОДУ SWOT-АНАЛІЗ…….78

Нічкало Т.Р.
СУЧАСНІ ТРЕНДИ НА РЕСТОРАННОМУ РИНКУ УКРАЇНИ……79

Лелюк О.В.
СФЕРА ГОСТИННОСТІ: СУЧАСНІ ПІДХОДИ РОЗВИТКУ……81

Кошовий Богдан-Петро
МЕТОДОЛОГІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ……..83

Шняк Оксана
ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ ДЛЯ ЗБІЛЬШЕННЯ ПРОДАЖ ТА ПРОСУВАННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ…….85

Реус Марія
ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КВАЛІФІКОВАНОГО ФАХІВЦЯ З ПРОФЕСІЇ «ОФІЦІАНТ» В РЕСТОРАННІЙ ІНДУСТРІЇ……87

Набожняк Вадим
SMART-ТЕХНОЛОГІЇ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ……..89

Розбицька Т.В.
УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ГОТЕЛІ……..91

Толочко М.К., Демиденко О.О.
СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЮ БЕЗПЕКОЮ В УМОВАХ ПІДПРИЄМСТВА……93

Розбицька Т.В., Сухенко В.Ю.
МОТИВАЦІЯ ЯК СКЛАДОВА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ……94

Бражко А. В.
ІННОВАЦІЇ В КЕЙТЕРИНГУ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА……96

Балко О.Б.
ІННОВАЦІЇ В ТЕХНОЛОГІЯХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА……98

Ромасевич Христина
ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ……..100

Буляк Софія
ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ ТА ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ У ЗАКЛАДАХ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ……..102

Клюфінський Адріан
ІННОВАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ…….104

Шаварин Марія, Кукуруза Аліна
АНАЛІЗ НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ БАРНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ……...106

Кіпибіда Людмила
СУЧАСНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ……..108

Попович Антоніна
КЕЙТЕРИНГ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ……...110

Ходачок Анастасія, Левицька Тамара
РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ТЕРНОПІЛЛЯ……...111

СЕКЦІЯ 3

ГОЛОВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ОБЛАДНАННЯ ДЛЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Парфанович Богдан
АКТУАЛЬНІСТЬ МОЛЕКУЛЯРНОЇ КУХНІ В XXI СТОЛІТТІ……114

Вишовський Максим
ХАРАКТЕРИСТИКА ОСОБЛИВОСТЕЙ ЕТНІЧНИХ КУХОНЬ……115

Тітар І.В.
ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ КВАЛІФІКОВАНИХ РОБІТНИКІВ ПРОФЕСІЙ «КУХАР», «КОНДИТЕР»……116

Попик Олег
ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЕМУЛЬСІЙНИХ СОУСІВ……118

Надал Руслана
ДОСЛІДЖЕННЯ НЕСПРИЯТЛИВОЇ ДІЇ АНТИХАРЧОВИХ РЕЧОВИН ЇЖІ НА ОРГАНІЗМ ЛЮДИНИ……120

Стець Ольга
РОЗВИТОК НУТРИЦІОЛОГІЇ У СФЕРІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ…….....122

Сухохліб Михайло
ЕФЕКТИВНІСТЬ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО УСТАТКУВАННЯ ДЛЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ…….124

Пагутяк Ю.І.
ОСОБЛИВОСТІ ВИГОТОВЛЕННЯ СТРАВ ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ ПИВА……126

Гураль Зоряна
АСПЕКТИ ВПЛИВУ ГЛІКАЦІЇ НА ОРГАНІЗМ ЛЮДИНИ……127

Мучинська Ольга
ТЕХНОЛОГІЇ ПРИГОТУВАННЯ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ АСОРТИМЕНТУ НАЧИНОК ДЛЯ ПІЦИ……129

Мурин Тетяна
ВИКОРИСТАННЯ ПОЛУНИЦІ У ВИРОБНИЦТВІ СОКІВ……131

Слепак Юлія
МОЛЕКУЛЯРНА КУХНЯ – ЯК ВИТВІР КУЛІНАРНОГО МИСТЕЦТВА…….131

Скоробогатий Андрій
ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ПРИГОТУВАННІ СТРАВ З РИБИ……..133

Горішна Ганна
АКТУАЛЬНІ НАПРЯМКИ КУЛІНАРІЇ В РЕСТОРАНАХ ТЕРНОПОЛЯ……..134

Антонів А.Д.
ІДЕНТИФІКАЦІЯ ТА ФАЛЬСИФІКАЦІЯ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ……...135

Струк Любов
АНАЛІЗ ПРИГОТУВАННЯ БОРЩІВ РІЗНИХ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ……137

Стеник Діана
ЧОРНИЙ КОЛІР - ЛАКШЕРІ ТРЕНД ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ……138

Барабанова Агнєшка
ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРИГОТУВАННЯ ТУШКОВАНИХ СТРАВ З М'ЯСА…...139

Розбицька Т.В.
ІНТЕГРОВАНІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ……..140

Гойдало Тетяна
НИЗЬКОТЕМПЕРАТУРНІ МЕТОДИ ОБРОБЛЕННЯ СИРОВИНИ……142

Макарчук Елізавета
ФОРМУВАННЯ ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ….....144

Бернадіна Олена
СОЧЕВИЦЯ, ЯК ПЕРСПЕКТИВНА СИРОВИНА ДЛЯ ХАРЧОВОЇ І ПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ……..145

Ткач Наталія
РАКЛЕТНИЦЯ – НОВИЙ ДОСВІД У ПРИГОТУВАННІ СТРАВ……..146

Мацюк Світлана
ПІДВИЩЕННЯ ПОЖИВНОЇ ЦІННОСТІ І ЗБАЛАНСОВАНОСТІ ХАРЧУВАННЯ УЧНІВ (НА ПРИКЛАДІ ЇДАЛЬНІ ТВПУ ТД)…….148

Бабій Роман
КУЛІНАРНА ФІЗИКА……..152

Шпеник Любов
БЕЗПЕКА ТА ЯКІСТЬ СОНЯШНИКОВОЇ ОЛІЇ…….154

Розбицька Т.В.
СІМ АКСІОМ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ В ГАЛУЗІ БЕЗПЕКИ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ……...156

Ткач Наталія
ШЛЯХИ ВПРОВАДЖЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ АВТОМАТИЗАЦІЇ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА……. 157

Витвицька Юлія
ТЕХНОЛОГІЯ ПРИГОТУВАННЯ ФРУКТОВИХ КОНСЕРВ ДИТЯЧОГО ХАРЧУВАННЯ ІЗ КАБАЧКА……..160

Пасічник Юлія
ДОСЛІДЖЕННЯ АСОРТИМЕНТУ СОЛІ……..161

Головчинська Руслана
ВАРЕНИКИ В РІЗНИХ РЕГІОНАХ УКРАЇНИ……..163

Рарок Іванна, Рарок Наталя
ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО УСТАТКУВАННЯ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ ЗДОРОВОГО ХАРЧУВАННЯ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА……..165

Стець Ольга
ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ОБЛАДНАННЯ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА……..168

Смолінська Наталя
ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ ЗАКЛАДІВ ШВИДКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ……..170

Чорна Ольга
ОСНОВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ КУХНІ…… 172

Дмитришин Юлія
КОМАХИ -ЇЖА МАЙБУТНЬОГО……...173

Петрук Лідія
АСПЕКТ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО УСТАТКУВАННЯ МОЛЕКУЛЯРНОЇ КУХНІ ТА Ф'ЮЖН-КУЛІНАРІЇ В РЕСТОРАНОМУ ГОСПОДАРСТВІ……175

Бецля Христина
ДИВЕРСИФІКАЦІЯ СТИЛЮ “ ФЬЮЖЕН” В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА……..176

Морозова Валерія
ОСОБЛИВОСТІ ТРАДИЦІЙ ТА КУЛЬТУРИ СПОЖИВАННЯ СТРАВ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ……178

Мазурик Христина, Грицан Христина
АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ГЕННО-МОДИФІКОВАНИХ ОРГАНІЗМІВ ТА ХАРЧОВИХ ДОБАВОК У РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ ЗАКЛАДІВ ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ……180

Гетьман Мар’яна
ЗАСТОСУВАННЯ НОВІТНІХ СПОСОБІВ ТЕПЛОВОЇ ОБРОБКИ В ЗРГ……182

Устимович Ельвіра, Гардіяш Юлія
ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ КАРБОНОВИХ КИСЛОТ В ПРОДУКТАХ ХАРЧУВАННЯ……...183

Нагорняк Г.С., Паляниця В.А , Галицька І.Б.
ЗНАЧЕННЯ УСТАТКУВАННЯ ТА ПРОЕКТУВАННЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЯК ГОЛОВНИХ ДЕТЕРМІНАНТ ЇХ ЕФЕКТИВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ…….185

СЕКЦІЯ 4
НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ХЛІБОПЕКАРНОМУ ТА КОНДИТЕРСЬКОМУ ВИРОБНИЦТВАХ

Янюк О.В.
ВИКОРИСТАННЯ НЕТРАДИЦІЙНОГО ВИДУ БОРОШНА ДЛЯ ПРИГОТУВАННЯ БОРОШНЯНИХ ВИРОБІВ (НА ПРИКЛАДІ ПІЦИ) У ПІЦЕРІЯХ МІСТА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО……188

Криськова Світлана, Байда Наталія
ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ХЛІБОПЕКАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА З ВИКОРИСТАННЯМ ІТ-ТЕХНОЛОГІЙ……190

Ярема Лілія
ХЛІБ, ХЛІБОБУЛОЧНІ ТА КОНДИТЕРСЬКІ ВИРОБИ В УКРАЇНСЬКОМУ СТРАВОПИСІ……..192

Чорна Софія
АЛЬТЕРНАТИВНІ ШЛЯХИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЛЛЯНОГО БОРОШНА В КОНДИТЕРСЬКЕ І ХЛІБОПЕКАРНЕ ВИРОБНИЦТВО……194

Делі-Стоянова С.Г.
ТЕХНОЛОГІЯ МАРМЕЛАДУ ЖЕЛЕЙНОГО З ВИКОРИСТАННЯМ КРІАС-ПОРОШКІВ РОСЛИННОГО ПОХОДЖЕННЯ……195

Середа Ольга
АНАЛІЗ ВИРОБНИЦТВА ХАРЧОКОНЦЕНТРАТІВ ДИТЯЧОГО ТА ДІЄТИЧНОГО ХАРЧУВАННЯ В УКРАЇНІ……197

Цимбал Марія
НОВІТНІ НАПРЯМКИ ВИРОБНИЦТВА БОРОШНЯНИХ ВИРОБІВ З ЗАДАНИМИ ВЛАСТИВОСТЯМИ……..199

Білішук Анна
ШОКОЛАД - СОЛОДКИЙ СМАК НАСОЛОДИ.....200

Туркот Лілія
НАПРЯМКИ ПОЛІПШЕННЯ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ……..202

Іваночко Оксана
МЕТОДИ ВИЗНАЧЕННЯ ФАЛЬСИФІКАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ ХЛІБОПЕКАРСЬКОГО ТА КОНДИТЕРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА……...204

Кочмарчик Олена
ЯКІСТЬ ТА БЕЗПЕЧНІСТЬ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ ДЛЯ ДІЄТИЧНОГО ТА ПРОФІЛАКТИЧНОГО ХАРЧУВАННЯ……..……207

Стець Ольга
ТЕХНОЛОГІЯ БОРОШНЯНИХ КУЛІНАРНИХ ВИРОБІВ З ВІТАМІНОВМІСНОЮ СИРОВИНОЮ……208

Низенко Г.В.
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗАСТОСУВАННЯ ЦУКРУ ТА ЦУКРОЗАМІННИКІВ В ТЕХНОЛОГІЇ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ……213

Сірський Святослав
ХАРЧОВІ ПРИНТЕРИ…….....216

Чубата Ірина
КВІТИ НА ТАРІЛЦІ……..218

СЕКЦІЯ 5

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ – ЗАПОРУКА УСПІХУ В БІЗНЕСІ

Гунько Владислава
БІЗНЕС В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖЕХ – РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ……221

Мазурок Ольга
РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ДЛЯ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ……223

Канівець Наталя
ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ДЛЯ СТВОРЕННЯ УСПІШНОГО БІЗНЕСУ……..224

Цьопик Христина
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ……225

Мажула Анастасія
СТВОРЕННЯ ІНТЕРНЕТ МАГАЗИНУ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ ПРАЦІ …….227

Ткаченко Юлія
ПРОСУВАННЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА У СОЦМЕРЕЖІ INSTAGRAM…….228

СЕКЦІЯ 1

ПРОФЕСІЙНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ, ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ

УДК 37 (71)(092)

Когут Тетяна
к.п.н., заступник директора з навчально-методичної роботи ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»

ЗНАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ — ЗАПОРУКА УСПІШНОЇ КАР'ЄРИ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ І ТУРИЗМІ

Знання іноземних мов є важливою передумовою і одним з вагомих чинників досягнення успіху у сфері туризму і готельно-ресторанного бізнесу. Інтерес до вивчення іноземних мов у нашій країні на сьогоднішній день особливо великий. Без сумніву усвідомлення значення іноземних мов для високоосвідченого фахівця є очевидним у нашому регіоні також.

Останні десять років на Тернопільщині спостерігається небувалий розквіт готельно-ресторанного бізнесу і туризму. Наш край приваблює гостей з усього світу своїми релігійними святинями, мальовничими краєвидами, історичними замками та будівлями. Незабутні емоції дарують зелений туризм і багата галицька кухня.

Річна кількість туристів з кожним роком зростає. Еко-готелі вважають своїм основним принципом не лише надання гостям комфортних умов, а й зменшення впливу людської діяльності на природу, залучення туристів до здорового способу життя і корисної фізичної праці. Є великі перспективи розвитку етнотуризму, враховуючи географічну та історико-культурну специфіку регіону. Туризм є важливим фактором, який впливає на розвиток економіки регіону, задовольняє духовні, моральні потреби людей. Сьогодні люди подорожують з найрізноманітнішими цілями: відпочинок, ознайомлення з місцевими пам'ятками культури, відвідування рідних місць, спортивні змагання і походи тощо.

Для того, щоб домогтися просування по кар'єрних сходах в індустрії гостинності, потрібні знання іноземних мов. Готельно-ресторанна сфера і туризм передбачають зустріч іноземних гостей. У цьому випадку знання мов швидше є обов'язком, а не перевагою. Потрібно посилено працювати над собою, розвиватися і підвищувати свій рівень кваліфікації, професійні навички, вдосконалювати знання іноземних мов. Знання іноземних мов дозволяють краще опанувати свою професію, дають можливості всесторонньо розвиватись, дозволять краще зрозуміти себе і глибше пізнати навколишній світ. Іноземні мови дозволять рестораторам та отельєрам брати участь у міжнародних проєктах, виставках і форумах, дадуть можливість укладати вигідні угоди, створять перспективи для популяризації українських звичаїв, традицій і, звичайно, ознайомлять з багатогранністю національної кухні.

Успішне подолання малих і значних перешкод на шляху до оволодіння іноземною мовою принесе радість, задоволення, впевненість і віру в себе. Систематичні заняття мовою сприяють прищепленню і зміцненню багатьох чудових рис характеру: працьовитості, терпіння, наполегливості, почуття обов'язку, цілеспрямованості тощо. У процесі регулярних занять загартовується сила волі, так потрібна людині в житті [4, 7].

З огляду на вище сказане, можна зробити висновок про необхідність підготовки фахівців у сфері готельно-ресторанного бізнесу і туризму, зацікавлення молодих людей з перспективою зайнятості у сфері гостинності.

Таким чином, іноземні мови відіграють надзвичайно важливу роль у житті суспільства і в підготовці конкурентоспроможного спеціаліста на європейському ринку праці. Для фахівців готельно-ресторанного бізнесу і туризму знання іноземних мов є запорукою успішної кар'єри та обов'язковою, на нашу думку, умовою. Найважливіше залишатись завжди привітними, пам'ятати про гостинність і любов до людей.

Список використаної літератури:

1. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. – Чернівці: Книги – ХХІ, 2008. – 300 с.
2. Круль Г. Я. Основи готельної справи. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 368 с.
3. Нечаюк Л. І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: навч. посіб. / Л. І. Нечаюк, Н. О. Нечаюк. – К.: ЦУЛ, 2009. – 344 с.
4. Смолій М.С. Німецька мова: навч. посібник для учнів та студентів.-Тернопіль: Навчальна книга - Богдан, 2017.- 192 с.
5. Екологічні готелі і мотелі, 2013 р.: Електронний ресурс. – Режим доступу: https://www.rav.com.ua/ua/news/otrasl/5069/.

УДК 37.016

Грицюк Тетяна
кандидат біологічних наук, методист,
ДВНЗ «Тернопільський коледж
харчових технологій і торгівлі»,
Тернопільська ЗОШ №20 ім. Р.Муляра

КОМПЕТЕНТІСНІ ЗАДАЧІ З ХІМІЇ ЯК ЗАСІБ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРЕДМЕТНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СТУДЕНТІВ

Перспективи розвитку сучасного українського суспільства цілком справедливо пов'язують з освітою та молоддю. Молоде покоління, як основний носій потенціалу суспільства, з часом стає суб'єктом усіх соціально-економічних, політичних та суспільних перетворень, яких так потребує державотворчий процес в сучасній Україні [3].Стрімкий розвиток ринкової економіки і суспільних відносин у ХХІ столітті у світі впливає на зростання вимог до особистісних і професійних якостей випускників вищих навчальних закладів, у тому числі й в Україні. Вони покликані забезпечувати конкурентоспроможність фахівців для їхнього влаштування на роботу та успішного здійснення професійної діяльності. За цих умов вища освіта повинна здійснювати підготовку фахівців зі сформованістю якостей, які відображають їхню ціннісну орієнтацію, професійну компетентність, соціальну спрямованість і можливість задовольняти особисті й суспільні потреби особи із професійним рівнем, який відповідав би міжнародним вимогам і стандартам[1].

У навчальних закладах, враховуючи цю тенденцію, переосмислено зміст предметів, розроблено результативну складову змісту. Науковці проробили велику роботу у дослідженнях теоретичних питань компетентісного підходу, з'ясували суть понять «компетентність» та «компетенція». Як відомо, компетентність - проінформованість, обізнаність, авторитетність. Компетентність у перекладі з латинської *competentia* означає коло питань, у яких людина добре обізнана, має знання та досвід[2].

Проблема формування професійних компетентностей молодших спеціалістів у процесі підготовки потребує, в першу чергу, вирішення таких стратегічних завдань: розроблення системи кваліфікацій майбутніх фахівців з урахуванням компетентнісного підходу; кваліфікаційні вимоги повинні містити не тільки терміни навчання й визначення рівня

освітньо-кваліфікаційної програми, а бути доповненими характеристиками результатів навчання, сформульованими у термінах компетентостей[4].

Однією із десяти компетентностей, які визначає Нова українська школа, є компетентності в природничих науках і технологіях. Ця компетентність тісно пов'язана з математичною.Тому під час викладання курсу хімії важлива роль у формуванні компетентісної особистості відводиться компетентісним задачам.Компетентісні задачі – це проблемні завдання з різних галузей людської діяльності.

Навчаючись на «Технологічному відділенні», студенти мають змогу збагачувати хімічні знання, розв'язуючи компетентісні задачі. Молодим людям цікаво дізнаватися нову інформацію, якою супроводжується така задача. Ще й, окрім цього, задачі певного проблемного напрямку перегукуються з їхньою майбутньою професією.

Розглянемо деякі задачі, котрі можна використати для роботи на парах з хімії.

Задача 1 такого змісту буде цікавою при вивченні фізичної хімії студентами технологічного відділення: «Бісквітні торти, тістечка, ромові баби будуть смачнішими і соковитішими, якщо їх просочувати ароматизованими цукровими сиропами. Для приготування такого сиропу в 200 мл води розчиняють 60 г цукру. При якій температурі буде кипіти цей розчин?» При розв'язанні задачі студенти використовують другий закон Рауля, адже їм стає цікаво дізнатися, за якої ж температури закипить розчин. Задача передбачає виконання трьох дій:

1) Знаходимо масу цукру на 1000 г води. Складаємо пропорцію:
   В 200 г води міститься 60 г цукру,
   В 1000 г води – х г.Звідси х= 300г.
2) Визначаємо моляльність розчину: C_m=300/342= 0,877
3) Обраховуємо підвищення температури кипіння розчину, використовуючи значення ебуліоскопічної сталої води: $\Delta T_{кип.}$= 0,516•0,877= 0,45
   Таким чином, розчин закипить при 100,45^{0}С.

При консервації, заквашуванні, солінні на практиці кухарі роблять обрахунки, пов'язані з масовою часткою розчиненої речовини. Розглянемо ще приклад.

Задача 2.Для соління огірків кухарі використовують 7%-й розчин кухонної солі. Саме такий розчин в достатній мірі пригнічує життєдіяльність хвороботворних бактерій і пліснявих грибів і в той же час не перешкоджає процесам молочнокислого бродіння. Розрахуйте, скільки грамів кухонної солі та води необхідно взяти, щоб приготувати 10 л такого розсолу?

Розв'язуємо задачу за допомого пропорції:

В 100 г розчину міститься 7 г солі,

У 10000 г міститься хг кухонної солі. Шукаємо її масу: х= 700 г.

Отже, потрібно до 700 г солі долити 10000-700=930 г (мл) води.

Для любителів холодцю цікавою буде наступна задача.

Задача 3.Під час приготування холодцю із 1 л розчину з масовою часткою кухонної солі NaCl 3,7% і густиною 1,025 г/мл випарувалось 200 г води. Якою стала масова частка солі в одержаному після випаровування розчині?

Спочатку студенти розрахують масу вихідного розчину

$m_{р-ну1}$= 1000 мл•1,025 г/мл=1025 г

Потім шукають масу натрій хлориду у цьому розчині m(NaCl)= $\frac{1025 \cdot 3,7}{100}$=38 г

Далі обраховуємо масу розчину після випаровування $m_{р-ну2}$=1025-200=825г

Наостаток знаходимо масову частку натрій хлориду в отриманому розчині:

ω(NaCl)=$\frac{38}{825}$•100%=4,6%

Таким чином, орієнтуючись на сучасний ринок праці, освіта до пріоритетів навчання відносить формування компетентностей, що дозволяють користуватися такими технологіями і знаннями, які задовольняють потреби інформаційного суспільства, готують молодь до

нових ролей у цьому суспільстві. Саме тому важливим для осіб, які навчаються, є не тільки вміння оперувати власними знаннями, уміннями і навичками, а й бути готовим змінюватися відповідно до нових потреб ринку праці, оперувати й управляти інформаційними потоками, активно діяти, швидко приймати рішення, навчатися впродовж всього життя, тобто бути компетентним. І у вирішенні цього питання, звичайно, важливу роль відіграють компетентісні задачі, які дають змогу зацікавити студентів, учнів, і в подальшому сформувати їхню професійну компетентність.

Список використаних джерел:

1. Баланюк Л. М.Компетентності та шляхиїх формуванняу процесі підготовки молодших спеціалістів. *Впровадження компетентнісного підходу у процесі підготовки майбутніх фахівців освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст*:матеріали міжвузівської науково-практичної конференції. Ірпінь, 2018. С.48-51.
2. Вікіпедія.URL
3. Пірен М.І. Якісна освіта – інтелектуальний ресурс ефективності соціально-політичних змін в сучасному українському суспільстві.*Якісна освіта в Україні: тенденції, проблеми, перспективи* : матеріали міжнародної науково-практичної конференції; 26-28 жовтня 2017 р. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2017. С.23-27.
4. Терещук Г. В. Компетентнісний підхід як фактор зближення освітніх систем.*Професійні компетенції та компетентності вчителя:* матеріали регіонального науково-практичного семінару; 28-29 листопада 2006 р.Тернопіль: Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, 2006.

УДК 640.4

Блажиєвська Н. М.
викладач,
Житомирський торговельно-економічний коледж КНТЕУ

ОРГАНІЗАЦІЯ ПОЗААУДИТОРНОЇ РОБОТИ ЗІ СТУДЕНТАМИ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ МАЙБУТНІХ КВАЛІФІКОВАНИХ ФАХІВЦІВ

Постановка проблеми. Одним з напрямів професійної освіти є підготовка спеціалістівгалузі «Виробництво та технології», спеціальності «Харчові технології».

У сучасних ринкових умовах господарювання відбулися глобальні зміни у структурі та особливостях функціонування закладів ресторанного господарства. В умовах євроінтеграції України збільшилась кількість та якість використання зарубіжного досвіду як у сфери обслуговування, так і в технології приготування кулінарної продукції. В Україні з’явилась велика кількість малих та середніх закладів харчової промисловості, значно модернізовані та оновлені ті, які працюють десятиріччя. Подальший розвиток харчової промисловості та закладів ресторанного господарства в Україні тісно пов’язаний з широким впровадженням нових типів підприємств, сучасних технологій виробництва харчових продуктів, формування нових напрямів кулінарії («фюжин», молекулярна кухня, кухня- «onlain», sous-vide, cookvac, cook-in), поглибленням спеціалізації ресторанів, створенням міжнародних ресторанних ланцюгів, розширення мереж європейських та світових готельно-ресторанних комплексів, удосконаленням форм праці та впровадження досягнень науково-технічного прогресу. Міграцій молоді у європейському просторі відкриває можливості працевлаштування у країнах Європи.

Все це потребує підготовки фахівців широкого профілю з глибоким і різноманітним діапазоном знань, професійно компетентних, конкурентоспроможних спеціалістів, здатних науково та творчо мислити орієнтуватися у своїй практичній діяльності, приймати правильні, іноді нестандартні, рішення в тій чи іншій виробничій ситуації, здатних працювати в команді, постійно самовдосконалюватись, готових до інновацій фахівців, які зможуть в стислі терміни вивести Україну на позиції розвинутих країн світу.

Виконання такого завдання можливе лише за умови модернізації вищої професійної освіти, її переорієнтації на європейські стандарти, переходу на застосування технологій навчання, які б ефективно сприяли зростанню її якісних показників, формуванню професійної компетентності майбутніх фахівців.

Мета, завдання, принципи та пріоритетні напрями модернізації професійної освіти декларовані у «Концепції розвитку професійно-технічної (професійної) освіти України», де зазначено першорядність основних принципів розвитку професійної освіти: фундаменталізації, стандартизації, екологізації, варіативності професійної освіти, поєднання загальноосвітньої і професійної освіти інтеграція професійної освіти, науки і виробництва, випереджальним характерам підготовки виробничого персоналу та інші [2]. З огляду на визначені принципи, у процесі професійного становлення майбутніх фахівців з виробництва кулінарної продукції пріоритетного значення набуває принцип професійного спрямування засіб реалізації комплексного, системного, технологічного, компетентнісного та особистісного підходів підготовки спеціалістів.

Аналіз досліджень та публікацій. Проблема професійної спрямованості навчання грунтовно розроблена в наукових доробках багатьох науковців-педагогів (В. Башарін, В. Безрукова, О. Власенко, 0. Дубинчук, І. Козловська, О. Кудрявцев, Н. Лошкарьова, Махмутов, Н. Ничкало, А. Пінський, О. Тюнников, Г. Худякова). Проте реалізація визначеного принципу у процесі становлення майбутніх спеціалістів з виробництва харчової продукції виявилась найменш досліджуваною(І. Інзарєва, Н. Сичевська, О. Туриця, Л. Янчева).

З огляду на це метою статті є визначення термінологічної сутності понятійного словосполучення «принцип професійного спрямування» та висвітлення практичних аспектів реалізації цього принципу в процесі формування професійної компетентності майбутніх техніків-технологів виробництва харчової промисловості.

Виклад основного матеріалу. Більшість науковців професійне спрямування навчання, практичну підготовку розглядають як специфічний дидактичний принцип навчально-виховного процесу. М. Махмутов принцип професійної спрямованості визначає як вид взаємозв'язку змісту соціальної та технічної сторони праці в структурі освіти, при якому забезпечується засвоєння студентами знань, вмінь, навичок, що передбачені програмами і одночасно, вдало формується інтерес до даної професії, ціннісне відношення, професійні якості особистості майбутнього працівника [3, с. 89].

На підставі здійсненого аналізу можна визначити принцип професійної компетенції як комплексної організації навчально-виховного процесу, який безумовно тісно пов'язаний з позааудиторною роботою, практичною підготовкою кваліфікованих фахівців.

Задля мотивації студентів фахових навчальних закладів та більшої зацікавленості ними до професії, доцільно організовувати насичену позааудиторну роботу. Студентів долучати не лише до участі у позааудиторних заходах, а й до організації та проведення їх. Саме в процесі підготовки до заходів професійного спрямування у студенті формуються: відчуття відповідальності за виконану роботу, навики колективної роботи, естетична свідомість, розвивається критичне мислення, зацікавленість до професії.

До прикладу, для мотивації до навчання та прищеплювання любові до обраної спеціальності, студентів групи долучаю до участі у тематичних професійних вікторинах, майстер-класах, конкурсів професійної майстерності, не лише в стінах навчального закладу,

а й поза ним. Студенти організовують виставки кулінарної продукції, ярмарки з нагоди святкування тематичних заходів.

Окремої уваги заслуговує функціонування гурткової роботи-позаудиторна робота, яка дозволяє у неформальній атмосфері більше приділяти увагу професійним компетентностям. В рамках проведення такої роботи важлива налагоджена співпраця викладача та студентів, що дозволить сформувати професійні компетенції спеціаліста галузі. Не менш важливим є партнерство із закладами ресторанного господарства (базами практики)-важливий чинник у підготовці конкурентноздатних молодих спеціалістів, що гнучко реагують на сьогоденні зміни, генерують принципово нові ідеї. Також варто приділяти увагу дослідницьким роботам, активізувати студентів до пошуку нових технологій, запроваджувати нові рецептури, розвивати критичне мислення.

Висновоки. Даний принцип професійного становлення сприяє активізації навчального процесу, слугує успішному засвоєнню знань та формуванню професійних компетентностей. Спонукає студентвів до творчості участі в навчальному процесі, забезпечує розвиток та саморозвиток особистості студента на основі виявлення його індивідуальних здібностей.

З власного досвіду варто додати, що студентам не потрібно довіряти в них потрібно вірити. Тоді вони проявляють свою індивідуальність та намагаються стати високопрофесійними спеціалістами своєї справи.

Список використаних джерел:

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [авт.-уклад. Бусел В.Т.]- К.: Ірпінь: ВТФ «Перун», 2004.-1440с.

2. Концепція розвитку професійно-технічної (професійної) освіти в Україні // Професійно-технічна освіта. - 2004. №3. - С.5-7.

3. Махмутов М. И. Принцип профессиональной направленности обучения / М. И. Махмутов // Принципы обучения в современной педагогической теории и практике. - Челябинск: ЧПУ, 1985. – С. 88-100.

УДК 640.4

Франків Н.І.
викладач-методист,
Хмельницький торговельно-економічний
коледж КНТЕУ м. Хмельницький

ФОРМУВАННЯ ФАХОВОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В РОЗРІЗІ ПРОВЕДЕННЯ КОНКУРСІВ ПРОФЕСІЙНОЇ МАЙСТЕРНОСТІ

Актуальність теми. На сьогодні, надважливим завданням вищої освіти є професійне зростання особистості, підготовка конкурентоспроможних, висококваліфікованих фахівців ресторанного бізнесу, які володіють системою компетентностей, що забезпечить соціальну мобільність фахівців і їх затребуваність на ринку праці.

Реалізація впровадження нової моделі професійного становлення для здобувачів вищої освіти Хмельницького торговельно-економічного коледжу КНТЕУ, спеціальності 181 Харчові технології, ґрунтується на фаховій компетентності.

Фахові компетентності – компетентності, що залежать від предметної області, та є важливими для успішної професійної діяльності за певною спеціальністю [1].

Одним із вагомих факторів, що впливає на процес формування компетентності є участь здобувачів вищої освіти у конкурсам професійної майстерності.

Конкурс професійної майстерності – це форма трудового змагання, найбільш ефективна форма демонстрації своїх здібностей, впровадження передових прийомів і методів

праці, нової техніки і прогресивної технології, підвищення рівня професійної підготовки, виявлення кращих індивідуальних показників, підвищення інтересу до професії та її популяризації [2].

Метою дослідження є розкриття та висвітлення етапів формування фахової компетентності здобувачів вищої освіти Хмельницького торговельно-економічного коледжу КНТЕУ в процесі підготовки та участі в конкурсах професійної майстерності.

Процес підготовки та проведення конкурсу є поетапним, кожний проміжок якого відображається на формуванні фахових компетентностей конкурсантів.

І етап - визначення достойної конкурсної страви відповідно до встановленої категорії, підбір матеріально-технічного оснащення для здійснення технологічного процесу її виготовлення та презентації.

За можливості здійснюється спроба попереднього ознайомлення з дислокацією проведення конкурсу, наявним обладнанням, матеріалами. Для обрання гідної конкурсної страви опрацьовуються різноманітні джерела інформації щодо інноваційних технологій, креативних гастрономічних ідей, обладнання сучасного виробництва тощо. Вагомим є партнерська співпраця з провідними фахівцями закладів ресторанного господарства міста, які є наставниками здобувача вищої освіти під час проходження ним практики та мають певний досвід участі в конкурсах державного та міжнародного рівня.

ІІ етап - експериментальне виробництво визначеної конкурсної страви та оформлення на неї відповідної документації.

На всіх стадіях технологічного процесу акцентується увага на зменшенні кількості відходів сировини, її безпечності, відповідності міжнародним стандартам якості тощо. Конкурсант самостійно виробляє засоби досягнення поставлених цілей, формує механізми планування своєї діяльності з оцінкою власних ресурсів для їх розв'язання; програмує свої дії, оцінює результати діяльності, за необхідності їх коректує.

ІІІ етап – участь у кулінарному конкурсі професійної майстерності.

Виконання конкурсного завдання є складним випробуванням. Активізуються всі пізнавальні процеси: професійні сприйняття, спостережливість, пам'ять, уява, мислення. Конкурсанту необхідно адаптуватись до специфічної роботи в боксі; адекватно реагувати на звернення членів журі; абстрагуватись від будь-яких зовнішніх подразників; приймати виважені рішення в умовах невизначеності; взяти повну відповідальність за доручену справу тощо. Задоволення, отримане від процесу подолання труднощів, сприяє становленню високого рівня внутрішньої довготривалої мотивації до самореалізації в майбутній професії, підвищення майстерності, розширення спектру нових можливостей, що має неабиякий вплив на подальше формування фахової компетентності.

IV етап – аналіз та підсумки виконання завдання учасником конкурсу.

Підводяться підсумки та робиться аналіз виконання завдань учасником. Варто зазначити, що здобувач вищої освіти, який свідомо взяв участь у конкурсних змаганнях відчуває постійну потребу в професійному самовдосконаленні, самореалізації, розвитку професійно значущих якостей. Плануючи професійне зростання, виокремлює такі ключові моменти, як: головна мета (чого досягнути, що вдосконалити); перелік найближчих і подальших конкретних цілей; шляхи, засоби і умови їх досягнення.

Висновок. Вищезазначене дає підстави зробити висновок, що конкурси професійної майстерності сприяють публічному визнанню професійних досягнень обдарованих здобувачів вищої освіти, сприяють адекватному оцінюванню власного професійного рівня, провокуючи суттєве його підвищення, виступають дієвою мотивацією в формуванні фахової компетентності.

Список використаних джерел:

1. Бедь І. Компетентісний підхід в процесі модернізації ВНЗ URL : І. Бедь, М. Артьомова . Український науковий журнал «Освіта регіону». 2011.

2. Міністерство освіти і науки України, навчально-методичний центр професійно-технічної освіти у Полтавській області. Дмитренко Тетяна. Методичні рекомендації. Ефективна організація та проведення конкурсів фахової та професійної майстерності Полтава 2015

УДК 342.813
Антонів А.Д.
Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ

ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ

Якість освіти – це майбутнє нашої держави. Роль педагога у навчанні багатогранна і неповторна. Від компетентності вчителя залежить професіоналізм учнів в любій сфері нашого життя.

Системний підхід до побудови процесу навчання і раціональне використання всіх його компонентів – запорука успіху. Важливу роль відіграють варіації і гнучкість структури освіти. Неможливо навчати «по стандарту». Кожний урок, кожна лекція повинна бути спрямована на особистість учня чи студента, враховуючи його пізнавальні можливості.

Нестандартні форми навчання – це цікаво, захоплююче, пізнавально і незвично. Новинка завжди викликає попит. Саме такі форми, індивідуальні, знайдуть свій шлях до слухачів. Правда, різні форми навчання повинні раціонально поєднуватись, лише тоді буде бажаний результат.

Кваліфіковані освітяни характеризуються не лише тим, що вони роблять, а й тим, як вони це роблять. Успіх інноваційних змін, у першу чергу залежить від учителя, його творчого потенціалу, готовності до безперервної самоосвіти, здібності до гнучкого соціально-педагогічного мислення, гуманістичної спрямованості особистості.

Важливу роль у забезпеченні позитивних змін в системі освіти має вирішити удосконалення професійної компетентності педагогічних кадрів та підвищення їх наукового і загальнокультурного рівня.

Педагогічна компетентність – це процес і результат творчої професійної діяльності, інтегрований показник особистісно – діяльнісної сутності вчителя, зумовлений рівнем реалізації його гуманістичної спрямованості. Удосконалення рівня професійної компетентності – один із основних напрямків реформування освіти.

Основні показники педагогічної компетентності - це передусім: особистісні якості, особливо перетворювальні та психологічні; усвідомлення ролі педагога у вихованні громадянина, патріота; безперервне підвищення загальної та професійної культури; пошукова діяльність педагога; володіння методами педагогічного дослідження; конструювання власного педагогічного досвіду; результативність навчально-виховного процесу; активна педагогічна діяльність, спрямована на перетворення особистості учня й учителя.

Швидкий розвиток сучасної науки, постійне нарощування інформації, підвищення вимог до будь – якого професіонала щодо його професійної компетентності потребують від кожної особистості прагнення й уміння систематично та наполегливо займатися самоосвітою. «Якщо людина не знає, до якої мети вона рухається, для неї жоден вітер не буде попутним» – сказав Сенека. Ці слова дуже вдало розкривають зміст самоосвіти педагогів.

Завдяки моніторингу особистої педагогічної діяльності відбувається накопичення інформації про рівень самоосвіти педагога. Таким чином, у кожного педагога з'являється можливість прогнозувати та моделювати особистий розвиток, забезпечуючи безперервне професійне зростання.

Самоосвіта вчителя є основною формою підвищення професійної педагогічної компетентності, яка складається з удосконалення знань та узагальнення педагогічного досвіду шляхом цілеспрямованої самоосвітньої роботи.

Самоосвіта – це безперервний процес саморозвитку та самовдосконалення.

Самоосвітня діяльність – це сукупність багатьох «само»:

- Самооцінка – вміння оцінювати свої можливості;
- Само облік – вміння вибирати своє місце в житті, у суспільстві, усвідомити свої інтереси;
- Самоорганізація – вміння знайти джерело пізнання й адекватні своїм можливостям форми самоосвіти, планувати, організовувати робоче місце та діяльність;
- Самореалізація – реалізація особистістю своїх можливостей;
- Самокритичність – вміння критично оцінювати переваги та недоліки власної роботи;
- Самоконтроль – здатність контролювати свою діяльність;
- Саморозвиток – результат самоосвіти.

Аналіз світових тенденцій у галузі професійно-педагогічної освіти засвідчує зростання вимог до педагогічного професіоналізму і особистих якостей вчителя. На думку вчених, основними проблемами, з якими зустрічатимуться вчителі у цьому тисячолітті, є:

- постійне ускладнення змісту освіти, гарантування високого рівня освітніх стандартів;
- самостійна постановка і вирішення творчих і дослідницьких завдань;
- ускладнення проблем виховання;
- безперервне оволодіння прогресивними технологіями навчання і виховання, новими досягненнями вітчизняного і зарубіжного досвіду;
- розв'язання складних професійно-педагогічних проблем, які вимагають інтеграції знань, практичних умінь і навичок із таких суміжних з педагогікою наук, як філософія, психологія, медицина, економіка, правознавство, кібернетика та ін.;
- робота в єдиному інформаційному середовищі, що передбачає раціональне використання інформаційних технологій у навчально-виховному процесі.

Усе це може здійснювати лише вчитель з високою професійною компетентністю, розвиненими творчими, дослідницькими здібностями, високим рівнем інтелігентності, духовно-морального потенціалу, конкурентноздатності, ерудованості, здібностей до безперервної освіти.

Шляхом досконалої організації самоосвітньої діяльності постійно удосконалюється професійна майстерність учителя, як наслідок, формується авторитет педагога серед учнів, студентів, батьків, колег. Таким чином, творчо працюючи, педагог сам створює свій особливий імідж.

Список використаних джерел:

1. Петрікова Н. І., «Професійна компетентність учителя - важлива складова якісної освіти» https://osvita.ua/school/lessons_summary/administration/34011/
2. *Банашко Л.В., Севастьянова О.М, Крищук Б.С., Тафінцева С.І. «Концепція педагогічної компетентності», Хмельницька гуманітарно – педагогічна академія,* http://www.kgpa.km.ua/?q=node/233
3. Рябич Т.Г., «Самовдосконалення педагога як чинник професійного зростання», https://naurok.com.ua/samovdoskonalennya-pedagoga-yak-chinnik-profesiynogo-zrostannya-16011.html
4. Зязюн І.А., Сагач Г.М. Краса педагогічної дії : навчальний посібник. К.: Українсько – фінський інститут менеджменту і бізнесу, 1997. - 302 с.

УДК 640.4
Ільчишина Н.М.
викладач І кваліфікаційної категорії,
Одеський фаховий технічний коледж Одеської національної академій харчовиї технологій
м. Одеса
Гришко Г.Ф.
викладач І кваліфікаційної категорії,
Одеський фаховий технічний коледж Одеської національної академій харчовиї технологій
м. Одеса

ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОПМЕТЕНТНОСТІ ВИПУСКНИКА

Сучасному суспільству потрібні компетентні фахівці, які мають не тільки професійні знання, уміння та навички, але й можуть приймати відповідальні рішення в ситуаціях вибору, схильні до співробітництва, вирізняються мобільністю, динамізмом, конструктивністю, здатністю до адаптації, умінням реалізувати свої творчі здібності.

Модель сучасного фахівця описує основні вимоги до спеціалістів, тенденції їх використання, сфери застосування тощо.

Компетентнісна модель спеціаліста-випускника являє собою опис того, яким набором компетенцій повинен володіти випускник навчального закладу, до виконан-ня яких професійних функцій він повинен бути підготовлений і якою повинна бути ступінь його підготовленості. У наукових публікаціях відображені різні компетентнісні моделі спеціалістів:

- особистості; соціальні, що визначають її взаємодію з іншими людьми; ці компетенції характеризують уміння “вчитися бути”;
- загально-професійні, спільні для широкого кола професій: інформаційні, управлінські,
- організаційні, проектувальні та ін.;
- спеціальні або професійно-функціональні, які забезпечують здатність ефективно виконувати професійні функції [1].

Практичну орієнтацію освіти посилює компетентнісний підхід, який забезпечує здатність випускника закладу освіти відповідати новим запитам ринку, мати відповідний потенціал для практичного розв’язання життєвих проблем, пошуку свого «Я», орієнтує на побудову навчального процесу відповідно до очікуваного чи бажаного результату освіти (що буде знати і уміти студент «на виході»).

Для успішного вирішення професійно орієнтованих задач майбутній випускник в галузі харчових технологій повинен уміти аналізувати реальну ситуацію, знаходити оптимальні шляхи її поліпшення, пропонувати найбільш ефективні рішення виникаючих проблем, володіти навичками роботи з різними джерелами інформації.

При цьому найважливішим напрямом формування професійної компетентності виступає посилення професійних якостей майбутнього фахівця.

Професійній компетентності властива повна реалізація здібностей і цінностей людини як професіонала, виявлення і розвиток своїх можливостей, пізнання ним своєї власної природи і прагнення стати тим, ким він може і хоче стати.

Переважна більшість працівників (випускників) констатують, що в реальних умовах виробництва відповідні фахівці не можуть повністю відповідати заданим вимогам роботодавця.

Найбільш значущою складовою для майбутніх фахівців харчової галузі вважають практичну підготовку [2].

Практична підготовка майбутніх технологів відбувається на практичних та лабораторних заняттях із фахових дисциплін та під час проходження різного виду практик: в

спеціалізованій лабораторії коледжу, на підприємствах харчової промисловості різної потужності, в пекарнях торгівельних мереж.

Ставлення студентів до майбутньої професійної діяльності багато в чому визнача-ється характером навчальної роботи, в якій повинна певним чином моделюватися майбутня професійна діяльність.

Моделювання майбутньої професійної діяльності в навчальній діяльності забезпе-чує перехід пізнавальної діяльності в професійну з відповідною зміною мотивів, цілей, засобів, результату.

Реалізуючи компетентнісний підхід в навчальномупроцесі, необхідно використовувати активні форми проведення занять. Створення проблемних ситуацій, впровадження діалогу або гри, застосування методу моделювання, та інші форми навчання завжди будуть спрямовані на розвиток у студентів самостійного мислення і здатності кваліфіковано вирішувати нестандартні професійні завдання [3].

Відомо, що практичні роботи становлять собою один із видів активної навчальної діяльності студентів. Індикатором якісної освіти виступає можливість майбутнього фахівця запроваджувати отриманні знання на практиці. Тому найкращу якість отриманих знань дають умови наближені до виробничих. Такі умови можливо відтворити на лабораторно-практичних заняттях. Зміст таких практичних занять включає:

- Вивчення нормативних документів;
- Аналіз виробничих ситуацій;
- рішення задач різного виробничого характеру;
- ознайомлення з технологічним процесом;
- вивчення будови машин;
- робота на різних апаратах;
- діагностика якості сировини та готових продуктів.

У процесі практичних занять відбувається формування готовності до викорис-тання сучасних технологій та нових інформаційних засобів навчання, досвіду застосування теоретичних знань у практичній діяльності, самостійності прийняття рішень під час професійної діяльності [4].

Важливого значення у підготовці спеціаліста набуває поєднання теоретичної підготовки фахівців в галузі харчових технологій з їх практичною діяльністю в умовах навчальних закладів.

На практичних заняттях необхідно створювати виробничу ситуацію (постановка виробничих цілей або виробнича проблема), будувати алгоритм вирішення ситуації, що склалася. Викладачу необхідно мати підбір професійних задач і вміння змоделювати робочу ситуацію в ході проведенного заняття. Так створюютьсяумови для розвитку професійних компетентностей.

Важливою умовою практичної підготовки студентів є формування в них професійного мислення. Адже невміння студента приймати самостійні рішення в нестандартних умовах, висловлювати незалежні в тих чи інших ситуаціях думки, толерантно обґрунтовувати їх, прогнозувати результати взаємодії з клієнтом є серйозною проблемою у справі підготовки кваліфікованих кадрів [5].

Розвиваючи мислення студентів, залучаючи їх до вирішення проблем, поглиблюючи знання і одночасно розвиваючи фахові навички та вміння мислити, міркувати, осмислювати свої дії, ми зможемо бути впевнені в ефективній роботі по формуванню і розвитку професійних компетентностей майбутніх фахівців харчової галузі.

Таким чином, враховуючи попередній досвід, зауваження і рекомендації розробників компетентнісного підходу, компетентнісна модель випускника розуміється нами як наукова основа результату і процесу підготовки, виражена системною якістю – компетентністю, що забезпечує готовність і здатність випускників до успішної (продуктивної) діяльності в

професійній і соціальній сферах, змістовно поданої складом (структурою) загальних і професійних компетенцій.

Підготовка сучасного фахівця, який би володів необхідними знаннями, мав сучасну практичну підготовку, володів новітніми технологіями виробничого процесу, є реальним завданням фахової передвищої освіти.

Список використаних джерел:

1. Державний стандарт базової і повної загальної середньої освіти. http://zakon2.rada.gov.1392-2011
2. Заблоцька О. С. Компетентнісний підхід як освітня інновація: порівняльний аналіз / О. С. Заблоцька // Вісник Житомирського державного університету. Випуск 40. - Серія: Педагогічні науки. 2008. - С. 63 - 68.
3. Зимняя И. А. Ключевые компетенции - новая парадигма результата образования / И.А. Зимняя // Высшее образование сегодня. - 2003. - No 5. - С. 34 - 42.
4. Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи: Бібліотека з освітньої політики / [під заг. ред. О. В. Овчарук].– К.: «К.І.С.», 2004. – 112с.
5. Рудь М. Компетентнісний підхід в освіті / М. Рудь // Вісник Львів. ун-ту. - Серія: Педагогіка -2006. - Вип. 21, ч. 1. - С. 73 - 82.

УДК 640.4

Кузьма Ольга
викладач, спеціаліст вищої категорії,
ДВНЗ «Тернопільський коледж
харчових технологій і торгівлі»
м.Тернопіль

A FOODIE PARADISE IN J.K. ROWLING'S HARRY POTTER SERIES

Food and drink have always featured prominently in English literature. Literary scholars and anthropologists agree that food acts like a language, communicating between authors and readers. The anthropologist Carole Counihan asserts just like language, "food is a product and mirror of the organization of society on the broadest and most intimate level" [1,6]. Food, with its ability to reflect social organization and bear endless interpretation, is an ideal tool for literary authors: a language of symbol within a language of words.

The best examples of such kind of literary work is "Harry Potter" by J.K. Rowling. It is a great study of how food can be used to understand cultural identity. One of the most magical things about her series is how very believable the food and drinks sound. No doubt, Wizarding World is a foodie paradise.

As Clark, Leisa Anne writes "the Harry Potter series is as much about overcoming childhood adversity and good versus evil, as it is about magic, food is both abundant and relevant to the narrative, context, and themes of the books" [2,88]. The characters in these series of books use sweets to create and reinforce friendships or exclude those who do not important in their life. For them food is reward, treat and punishment. The author draws special attention to scenes surrounding food. From pumpkin juice to Butterbeer, from dinner in the Great Hall to Bertie Bott's Every Flavor Beans. There are plenty of unforgettable Harry Potter's food experience.

Though out the books there have been a lot of delicious-looking treats in Harry Potter's Wizarding World. Here you can find such treats as pumpkin juice and pastries, butterbeer, gillywater, fire whisky, knickerbocker glory, licorice wands, eggy bread, cauldron cakes, chocolate frogs, Drooble's Best Blowing Gum, Licorice Wands, Pepper Imps, chocolate balls full of strawberry mousse and clotted cream, Sugar Quills, tooth flossing string mints, Jelly Slugs, nougat, coconut ice, toffees, Fizzing Whizzbees, ice mice, peppermint toads, blood flavored lollipops,

Cockroach Cluster, fudge flies, Acid Pops, sherbet balls, pumpkin tart and ice creams and sundaes of various flavors.

All Harry Potter's fans who love to cook and eat fancy foodcan find a fantastic collection of more than fifty recipes inspired from the magical book series in the Internet. They will make you feel as though you are in the magical world of Hogwarts.

Let's have a look at what Hogwarts students are served at lunch and dinner. Students in Hogwarts ate an impressive list of heavy, traditional British food: roast beef, roast chicken, fried sausages, stew, casserole, tripe, pork chops, shepherd's pie, steak, Cornish pasties, lamb chops, sausages, bacon and steak, steak and kidney pudding, steak and kidney pie, black pudding, sandwiches (chicken and ham, for Harry and Ron); bread, marshmallows and crumpets (Harry and Ron roast them over the common room fire during the Christmas holidays), baked pumpkin (at Halloween), roast potatoes, jacket potatoes, boiled potatoes, mashed potatoes, chips, Yorkshire pudding, peas, sprouts, carrots, gravy, ketchup, custard tart, mint humbugs, ice cream, apple pies, treacle tart, spotted dick, chocolate éclairs, chocolate gateau, jam doughnuts, trifle, strawberries, jelly, and rice pudding.

Breakfast at Hogwarts were a little bit healthier: porridge, rolls, orange juice, kippers, eggs and bacon, toast, buttered toast with jam, corn flakes.

Traditional British Christmas lunch consisted of such treats: roast turkey, bread sauce and Christmas pudding, thick rich gravy, cranberry sauce, eggnogs, crumpets, trifle, Christmas mince pies, Christmas cakes and packets of fudge chipolatas.

If the food at Hogwarts, Hogsmeade and on the train is life-threatening, alcoholic beverages are mentioned very rarely—there is Hagrid who evidently gets drunk from time to time.Butterbeer seems to be only very slightly alcoholic, but is allowed to the students on their Hogsmeade weekends. On special occasions, like the dinner before the Quidditch World Cup, the grownups drink elderflower wine and, at Christmas, eggnog is served at the staff table of Hogwarts.

Harry's favorite dessert is treacle tart, a type of pastry made with golden syrup, breadcrumbs, and lemon juice or zest. As for Hagrid, his favorite drink is mulled mead. It is fermented honey with water and various fruits, spices and hops.

The following food and beverages unique to the Wizarding World: magical sweets such as chocolate frogs, Bertie Bott's Every Flavor Beans, skiving snack boxes and cockroach clusters have been manufactured in real life. You can enjoy such Harry Potter'sdrinks and candies in real life: Butterbeer , pumpkin juice, gillywater, firewhisky, Florean Fortescue's ice cream, Bertie Bott's Every Flavor Beans, chocolate frogs, fudge flies and Fizzing Whizzbees.

The most popular and famous beverage of Harry Potter's series is Butterbeer. There are a lot of different recipes of this drink. The first time it was made from beer, sugar, eggs, nutmeg, cloves and butter in 1588 in London. It can be served cold or hot, but either way it has a warming effect. Butterbeer was initially described by Rowling as" a little bit like less-sickly butterscotch". The author shows how Harry likes Butterbeer. "Harry drank deeply. It was the most delicious thing he had ever tasted and seemed to heat every bit of him from the inside"[3,137].

Food and beverages create special atmosphere which helps to understand cultural identity of the characters and their relationships in Harry Potter's Wizarding World., and also serves to bridge the gap between the readers and the characters.

References:

1. Counihan C. 1999.The anthropology of food and body: Gender, meaning, and power. New York: Routledge.256pp.

2.Clark, Leisa Anne, "Butterbeer, Cauldron Cakes, and Fizzing Whizzbees: Food in J.K. Rowling's Harry Potter series" (2012). *Graduate Theses and Dissertations.* [https://scholarcommons.usf.edu/etd/4012]

3.Harry Potter And the Prisoner of Azkaban. New York :Arthur A. Levine Books, 1999. APA. Rowling, J. K., author. (1999).

УДК 640.4

Гаврилюк Галина
викладач, спеціаліст вищої категорії,
ДВНЗ «Тернопільський коледж
харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль

АКТИВІЗАЦІЯ НАВЧАЛЬНО-ПІЗНАВАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТУДЕНТІВ В ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ХІМІЇ

Хімія та технологія харчового виробництва тісно взаємопов'язані між собою. Хімія – це базова дисципліна, яка визначає становлення висококваліфікованого спеціаліста напряму «Харчова технологія та інженерія». Вивчення хімії дає можливість майбутньому техніку-технологу керувати процесами, що відбуваються в продуктах харчування під час технологічного процесу, розробляти нові харчові технології, виготовляти продукти з високими смаковими та іншими органолептичними властивостями , потрібної консистенції при максимальному збереженні їх споживчої якості.

А тому свою педагогічну діяльність спрямовую на підготовку висококваліфікованих спеціалістів , здатних знайти своє місце на ринку праці, активно включитися у різні сфери життя суспільства. І тут дуже важливим є заохочувати студентів самостійно поновлювати знання , вміло застосовувати їх на практиці, критично мислити, уміти бачити труднощі і шукати шляхи їх подолання, грамотно працювати з інформацією, бути комунікабельним, самостійно працювати над розвитком власного інтелекту, оскільки без цього людина не має шансів адаптуватися до динамічних умов навколишнього середовища. Сформувати такі якості можливо через активізацію пізнавальної діяльності студентів. Саме активізація навчально-пізнавальної діяльності студентів розвиває в них пам'ять, спостережливість, спонукає до розкриття творчого потенціалу, виховує свідоме ставлення до навчання, сприяє формуванню професійних інтересів. Пізнавальний інтерес і пізнавальна активність студентів – рушійна сила навчального процесу[1].

Ефективне викладання хімії неможливе без пошуків нових шляхів активізації пізнавальної діяльності. Здобуті знання перетворюються на переконання тільки тоді, коли вони є результатом свідомої самостійної думки. Отже, важливо застосовувати такі методичні прийоми, які б збуджували думку студентів, спонукали їх до самостійних пошуків, висновків та узагальнень.

Сьогодні існує багато форм і методів навчання хімії, що орієнтовані на краще засвоєння навчального матеріалу, підвищення якості вмінь і навичок. Але для досягнення цієї мети необхідно будувати заняття таким чином, щоб воно було не лише цікавим, але й не перевантаженим для студента. Інтерес студента до заняття та його ефективність зростають, коли поряд із класичними методами широко використовуються активні форми навчання, об'єднуються традиційні та інноваційні методи навчання [2] .

А тому я постійно вдосконалюю свою майстерність, реагуючи на зміни, що відбуваються в освітньому просторі. Використовуючи сучасні технології навчання, я реалізовую такі принципи, а саме:-безпосередньої участі кожного учасника занять, що зобов'язує мене (організатора навчального процесу) зробити кожного учасника занять активним шукачем шляхів і засобів вирішення тієї чи іншої проблеми, -взаємного інформаційного, духовного збагачення, - особистісно-орієнтованого навчання.

Для активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів використовую сучасні інноваційні технології: інтерактивні технології кооперативного навчання (робота в парах, робота в групах), технології колективно-групового навчання (мікрофон, мозковий штурм), технології ситуативного моделювання (ділові ігри).Зосереджуся на інноваціях у моїй професійній діяльності:

- використання інформаційно-комунікаційних технологій, мультимедіа;
- впровадження проектних технологій;
- проведення нестандартних занять,
- активізація пізнавального інтересу студентів в позааудиторні години.

Я постійно працюю над методичним забезпеченням дисциплін, що викладаю. Використовую опорні конспекти на заняттях хімії як засіб узагальнення та систематизації знань. Для цього можна використовувати схеми, діаграми, графіки, таблиці, тощо. Але важливо не перевантажувати такою наочністю процес навчання – це знижує самостійність і активність особистості в осмисленні навчального матеріалу. Підготовка до таких лекцій передбачає реконструювання , перекодування їх змісту, або окремих частин у візуальну форму, для подання студентам через комп'ютерні технології або на паперових носіях. Читання таких лекцій зводиться до вільного, розгорнутого коментування підготовлених матеріалів, а також залучення студентів до опрацювання таких матеріалів самостійно з вирішенням поставленого завдання. Також використовую свої мультимедійні презентації. Кожна лекція з органічної хімії супроводжується слайдами. Тоді лекція не зводиться до конспектування, а до осмислення певних питань. По різному можна висвітлювати ту чи іншу презентацію: ставити перед студентами певну проблему, використовувати метод порівняння та узагальнення,використовувати інтерактивні технології, розв'язувати вправи і т.д. Тобто використання комп'ютерних технологій посилює інтенсивність заняття, підвищує його темп. Інформаційні технології роблять заняття яскравими і змістовними. А це в свою чергу викликає інтерес до заняття та до дисципліни в цілому.

На мою думку, використанням проектних технологій також значно активізується пізнавальна та дослідницька діяльність студентів у процесі вивчення хімічних дисциплін. Адже суть проектної технології – стимулювати інтерес студентів до вирішення певних проблемних ситуацій, для чого студент має володіти певними знаннями та вміти їх застосовувати в певній ситуації. Реалізація методу проектів на практиці веде до зміни позиції викладача. Він виступає в ролі організатора пізнавальної діяльності студентів [3]. За допомогою методу проектів здійснюються міждисциплінарні зв'язки та здобуваються знання через взаємодію студентів між собою та викладачем, що є дуже важливим для формування інтелектуальних здібностей студентів. Зокрема, проекти створюють стійку позитивну мотивацію на вивчення хімії, формують почуття відповідальності за виконану роботу, сприяють розвитку творчого підходу до виконання завдань, дають змогу досягти поставленої мети – оволодіти знаннями та творчо їх використовувати у своїй практичній діяльності. Працюючи над проектом, студенти спілкуються, співпрацюють і допомагають один одному в процесі навчання, розвивають соціальні, розумові та комунікативні навички. Наприклад, метою заняття –проекту по темі «Природні джерела вуглеводнів» -запропонувати шляхи розв'язання екологічної проблеми, пов'язаної із переробкою вуглеводневої сировини, розвивати дослідницькі та творчі здібності, критичне мислення, уміння планувати роботу, презентувати результати роботи, усвідомити значення колективної роботи, розвивати усне мовлення, виховувати бережливе ставлення до природніх ресурсів, любов до природи. Викладач пропонує студентам представити свої проекти. Представник кожної підгрупи оголошує назву і мету проекту , презентує його. Завдання для студентів: слухаючи інформацію , систематизувати її і записувати у конспект у вигляді заповнення певних таблиць та схем; а також робити логічні висновки та шукати шляхи розв'язання тих чи інших проблем. Таким чином, студенти не тільки сприймають новий матеріал , але й творчо

його опрацьовують. Вважаю, що метод проектів – це прогресивна методика навчання і розвитку.

Ігрові технології також сприяють, на мою думку, активізації пізнавальної діяльності. І якщо раніше вважалося, що ігри можна використовувати тільки у школі, то в наш час вони набувають більшого значення. Вони розглядаються як вид діяльності, як форма організації студентів та метод навчання. За допомогою гри можливе досягнення міцного засвоєння знань з дисципліни та набуття умінь їх використання. Ігрові технології надають студентам свободу інтелектуальної діяльності, викладач спрямовує їх на створення проблемних ситуацій і пошук шляхів розв'язання через уміло організовану пошуково-дослідницьку самостійну роботу. Під час гри задіяний вид пам'яті, який не часто використовують – емоційна пам'ять. Також у процесі гри розвиваються логічне, поетапне мислення, усі його елементи; цьому сприяє можливість ставити в процесі гри такі питання, які потребують не конкретних знань, а вміння логічно мислити. Хімічні вікторини, розв'язування кросвордів, змагання у вигляді КВК, заморочки із бочки та різні конкурси я застосовую на будь-якому етапі заняття, а також на етапі закріплення знань, на семінарських заняттях. Переважною формою роботи студентів в процесі гри є групова робота, яка, на відміну від фронтальної та індивідуальної, використовується не часто. Між тим, вона дуже важлива, забезпечує розвиток міжособистісних стосунків , через які засвоюються елементи організаційної діяльності. Такі заняття відбуваються на фоні позитивних емоційних станів учасників процесу, з елементами співпраці; їх підготовка та проведення об'єднують викладача і студента як рівних партнерів по роботі. Це набуває особливого значення в умовах гуманізації навчання.

При проведенні нестандартних занять також використовую ігрові проекти. Проведені мною нестандартні заняття такі як, наприклад : заняття-подорож у країну перетворень на тему: «Взаємозв'язок між вуглеводнями», читання журналу «АВС» на тему : «Швидкість хімічних реакцій», «Характеристика розчинів. Загальні властивості» - засідання технологів у кафе «Хімічна кухня»та ін. сприяли великій активності студентів, формуванню інтересу до дисципліни. До таких занять студенти охоче готуються, чекають на них, бо тут проявляється їхня фантазія, кмітливість, артистизм, уміння застосовувати свої знання, працювати з додатковою літературою та інтернет-ресурсами, аргументувати свої думки.

Хочу звернути увагу на ще один напрям роботи, яку я використовую для підвищення мотивації та активізації навчання - це гурткова робота. До занять в гуртку залучаю як студентів молодших курсів, так і студентів старших курсів, оскільки як показує досвід, старшокурсникам даної спеціальності цікаво працювати і поглиблювати свої знання. Гурткова робота будується на принципах добровільності, розвитку пізнавальної активності. У коледжі працює гурток «Здоров'я через призму хімії». Заняття гуртка переслідують подвійну мету: а) поглибити та розширити знання з дисципліни; б) дати додатковий імпульс для розвитку пізнавальних інтересів студентів. А тому теми занять максимально пов'язані із життям і проводяться в різних формах. Крім того , участь студентів у гурткової роботі сприяє їхній профорієнтації, виховує повагу до праці.

Цілком очевидно, що проведення заняття на виробництві або в умовах пов'язаних із майбутньою професією є важливою умовою для активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів. І тому я проводжу екскурсії, щоб сприяти зв'язку вивченого матеріалу з реальністю. А це, погодьтеся, є великою мотивацією для студента і для зростання його пізнавального інтересу. Адже головний зміст екскурсії - сприймання предметів і явищ у природній обстановці. В процесі вивчення хімічних дисциплін екскурсії допомагають засвоїти опорні поняття, отримати наочні уявлення і практичний досвід, забезпечити глибше розуміння матеріалу.

Сучасні інтерактивні технології, які я використовую в навчальному процесі, на мій погляд, сприяють активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів. Використання інформаційно-комунікаційних технологій, мультимедіа, моделювання життєвих ситуацій,

використання рольових ігор, робота над проектами, проведення нестандартних занять (в тому числі на виробництві), залучення студентів до роботи в позааудиторні години, інтеграція навчання допомагають студентам перетворити навчальний процес на свідому творчо-пошукову діяльність,, заохочує їх до самоосвіти і саморозвитку. А це допоможе їм самореалізуватися в складних умовах сьогодення.

Список використаних джерел:

1. Бондар В.І. Дидактика: ефективні технології навчання студентів / Бондар В.І. – К.: Вересень,1996. – 129 с.
2. Пометун О.І., Пироженко Л.В. Сучасний урок. Інтерактивнітехнології навчання : наук.-метод. посіб. / За ред. О.І. Пометун. – К., 2003. – 192 с.
3. Савченко О.Я. Впровадження інновацій − об'єкт педагогічної теорії і практики // Рідна школа. – К. : Преса України, 2012. № 10. С. 79 – 80.
4. Інтернет-ресурси: osvita.ua.

УДК 378.2

Мельничук Ольга
КТБП СНУ імені Лесі Українки,
м. Луцьк
Науковий керівник: ***Шух В.В.,***
спеціаліст вищої категорії

ПРОФЕСІЙНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ СУЧАСНОГО ВИКЛАДАЧА, ЯК ІНТЕГРАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ОСОБИСТОСТІ

Компетентність – це досвідченість у певній галузі, якомусь питанні; повноважність, повноправність у розв'язанні якоїсь справи; поінформованість, обізнаність; авторитетність; коло повноважень (прав і обов'язків) певного органу чи посадової особи, установлених статусом (або іншими положеннями) установами, закладу.

Компетентність сьогодні - це одиниця виміру освіченості людини, оскільки здобуті вміння та навички є недостатнім виміром рівня якості освіти. Компетентність розглядається також як базова характеристика особистості, бачення вирішення проблемних ситуацій, стійка її частина, за якою можна передбачити поведінку людини як в життєвих ситуаціях, так і в професійних.

Компетентність розглядається як потенціал у спеціальній галузі. Відтак, поняття "кваліфікація" та "компетентність" тісно пов'язані, адже рівень професійної компетентності впливає на ступінь кваліфікації спеціаліста.

Професійну компетентність можна розглядати як комплекс теоретичних знань і практичних навичок, що може бути ускладнений у залежності від завдань, цілей і зовнішніх вимог, відповідність набуття практичного досвіду й синтезу знань, де наслідком може бути статус професіонала. Крім того, професійна компетентність має охоплювати гуманістичні й етичні погляди майбутніх фахівців як важливі ціннісні орієнтири їх професійної діяльності. Для викладача вищого навчального закладу ще одним досить важливим аспектом професійної компетентності є педагогічна компетентність.

Педагогічна компетентність містить у собі знання, уміння, навички, а також способи та прийоми їхньої реалізації в діяльності, спілкуванні, розвитку (саморозвитку) особистості.

Діяльнісна складова структурно-змістовних характеристик педагогічної компетентності включає знання, уміння, навички та способи здійснення педагогічної діяльності, у той час як комунікативна складова насичена знаннями, уміннями, навичками та способами здійснення педагогічного спілкування. Як перша, так і друга компоненти педагогічної компетентності взаємообумовле- ні у процесі розвитку цілісних професійних якостей, необхідних для

здійснення ефективної навчальної роботи через аудиторну та позаудиторную роботу на курсах підвищення кваліфікації.

Професійна й педагогічна компетентність стали предметом активного дослідження науковців лише з 90-х років минулого століття, що пов’язано, насамперед з визнанням у провідних країнах світу (США, країни західної Європи) значної ефективності компетентнісного підходу у вищій освіті.

Перед викладачем поставлено важливе завдання – здійснювати розвиток гармонійної компетентної особистості. Змінюються орієнтири освіти – змінюється й викладач, цілі та завдання його освітньої діяльності. Немає сумніву, що проблема ефективності, результативності педагогічного процесу може бути розв’язана лише за умови забезпечення високої компетентності та професійної майстерності кожного педагога, що є предметом багатьох актуальних досліджень, аналіз яких наведено у статті. Викладач учиться все життя.

Рівень професійної компетентності викладача – це його знання, уміння, особистий досвід. Бути компетентним означає бути здатним мобілізувати в певній ситуації отримані знання й досвід. Але професійна компетентність викладача потребує постійного розвитку й удосконалення.

Як бачимо, сфера компетентності розповсюджується як на певний рівень розвитку особистості, так і на її професійні обов'язки та можливості.

Професійно-педагогічну компетентність сучасного педагога можна визначити як інтегральну характеристику особистості, що включає комплексне поєднання ґрунтовних, систематичних, поліфункціональних знань, професійнопедагогічних ціннісних орієнтацій, акмеологічних інваріантів, зокрема спеціальних педагогічних здібностей, властивостей, особистісних якостей (темпераменту, інтелекту, нахилів, переконань, потреб, настанов) тощо, акмеологічної професійної позиції, які забезпечують професійний розвиток педагога шляхом формальної, неформальної, інформальної освіти, готовність здійснювати інноваційну високопродуктивну професійно-педагогічну діяльність у сучасних соціокультурних умовах.

Професійно-педагогічна компетентність виступає складовою професіоналізму діяльності і професіоналізму особистості, тобто інтегрованим показником діяльнісної та індивідуально-особистісної сфери педагога, для якого важливо в умовах післядипломної освіти не стільки оволодіти системою професійно-особистісних знань, умінь і навичок, скільки вміти майстерно мобілізувати їх у певній ситуації для творчо-продуктивного розв’язання завдань на рівні професійних стандартів.

Для сучасного фахівця важливо оволодіти навичками управління знаннями, тобто навичками отримання знань, їх створення, організації і ціннісного використання. Адже компетентна дія без компетентного знання неможлива.

Процес формування професійної компетентності викладача, обумовлений структурою його особистості:

• основні компоненти соціокультурного досвіду взаємозалежні від потреб і здатностей особистості;

• пізнавальний досвід виявляється в знаннях (світоглядних, орієнтовних, оцінних) і в особливостях таких процесів, як сприйняття, осмислення, запам'ятовування, застосування, систематизація, узагальнення;

• досвід набуття вмінь формується в діяльності, пов'язаній з оволодінням організаційних, інтелектуальних, дослідницьких, комунікативних, рефлексивних умінь, а також у творчості, адаптації до мінливих умов і в самовираженні особистості.

Професійна компетентність педагога виражає особисті можливості викладача, що дозволяють йому самостійно й досить ефективно вирішувати педагогічні завдання. Для цього необхідно знати педагогічну теорію, уміти й бути готовим застосовувати її на практиці.

Структура професійної компетентності педагога розкривається через його педагогічні вміння, що представляють собою сукупність усіляких дій, які, насамперед, співвідносяться з функціями педагогічної діяльності, значною мірою виявляють індивідуально-психологічні особливості викладача.

Список використаних джерел:

1. Драч І.І. Формування ключових компетентностей як основа професійної підготовки майбутніх викладачів вищої школи / І.І. Драч // Імідж сучасного педагога. — 2013. — №2 (131). — С. 7–11.
2. Ляшенко О. І. Якість освіти: проблеми оцінювання, моніторингу та управління / О. І. Ляшенко // Розвиток педагогічної і психологічної наук в Україні 1992–2002: зб. наук. пр. до 10-річчя АПН України. — Ч. 1. — Харків : ОВС, 2002. — С. 243–250.

УДК 640.4

Корбут Ганна
Чернівецьке вище комерційне училище КНТЕУ
м. Чернівці
Науковий керівник: ***Антонюк Л.А.***
старший викладач, НАПНУ ДВНЗ «Університет менеджменту освіти»

ВИКОРИСТАННЯ КЕЙС-МЕТОДУ НА УРОКАХ СПЕЦІАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН У СИСТЕМІ ЗАКЛАДІВ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ

До особистісно-орієнтованого навчання належить технологія співробітництва. Вона, у першу чергу, передбачає роботу у малих групах. Головна ідея навчання у співробітництві – навчатися разом, а не тільки допомагати один одному, усвідомлювати свої успіхи та успіхи товаришів.

У системі ресторанного господарства надзвичайно важливим вважається уміння співпрацювати у команді. Існує декілька варіантів організації навчання у співробітництві. Практика підтверджує, що у системі ЗПТО активно практикується робота у команді, коли: визначається групова мета, а успіх можна досягнути лише за допомогою постійної взаємодії всіх членів групи (команди) під час роботи над темою, проблемного або питання.

Відповідно до визначеної мети нашого дослідження, хочу звернути особливу увагу на навчальний метод, який використовується для того, щоб задіяти комунікативні та творчі здібності учнів, навчити їх здобувати знання та сформувати компетентності, тобто на кейс-метод. Кейс-метод передбачає командний характер пізнавальної діяльності, творчий підхід до пізнання, поєднання теоретичних знань і практичних навичок, глибоке занурення у ситуацію. Метод «кейс» досить сильно впливає на професіоналізацію здобувачів освіти, сприяє їхньому дорослішанню, формує інтерес і позитивну мотивацію до навчання, що дає змогу виявити різноманітні точки зору, розвинути навички аналізувати та мислити критично.

Кейс-метод або метод ситуаційних вправ є інтерактивним методом навчання, який дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності спеціалістів. Він сприяє розвитку винахідливості, вмінню вирішувати проблеми, розвиває здібності проводити аналіз і діагностику Застосування викладачем кейс-методу для навчання майбутніх кваліфікованих робітників з одного боку стимулює індивідуальну активність учнів, формує позитивну мотивацію до навчання, зменшує «пасивних» і невпевнених у собі учнів, забезпечує високу ефективність навчання і розвитку майбутніх фахівців, формує певні особистісні якості і компетенції, а з другого – дає можливість самому викладачу самовдосконалюватись, по іншому мислити й діяти та оновлювати власний творчий потенціал. проблем, спілкуватися іноземною мовою.

Проблема впровадження кейс-технологій у практику ЗПТО є вельми актуальною, що зумовлене двома тенденціями:

• перша випливає із загальної спрямованості розвитку освіти, її орієнтації не стільки на отримання конкретних знань, скільки на формування професійної компетентності, умінь і навичок розумової діяльності, розвиток здібностей особистості, серед яких особлива увага надається здібності до навчання, умінню опрацьовувати величезні масиви інформації;

• друга – з розвитку вимог до якості фахівця, який повинен володіти необхідним набором компетенцій, що дадуть йому змогу організувати пошук оптимальних рішень у різних ситуаціях, відрізнятися системністю і ефективністю дій у нових умовах.

Застосування кейс-методу базується на єдності дидактичних принципів:

- індивідуальний підхід до кожного здобувача освіти;
- забезпечення достатньою кількістю наочних матеріалів;
- максимальна свобода у навчанні;
- формування навиків самостійності, самоорганізованості, уміння працювати з інформацією;
- концентрація на основних положеннях, а не на великому об’ємі теоретичного матеріалу;
- акцентування уваги на розвитку позитивних і необхідних для подальшого удосконалення якостей майбутнього кваліфікованогоробітника.

Список використаних джерел:

1. Біскун В.С. Застосування методу аналізу ситуацій в інтерактивних формах навчання [Электронный ресурс]. – Режим доступу : http: //www.sau.kiev.ua
2. Долгоруков А. Метод case-studyкаксовременнаятехнологияпрофессионально-ориентированногообучения. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.vshu.ru/lections.php?tab_id=3&a=info&id=2600
3. Ковальчук В. І. Розробка стратегії розвитку закладу професійно-технічної освіти в умовах ринку праці / В. І. Ковальчук, В. А. Костюченко // Молодий вчений. – 2018. – № 6(1). – С. 151-154. –Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_6%2.
4. Пустовойт, Б., &Федяй, І. (2018). Кейс-технологія як один із сучасних методів викладання у закладах вищої освіти для формування компетентності майбутніх фахівців. Наукові записки кафедри педагогіки, 1(43), 422-430. Retrieved із https://periodicals.karazin.ua/pedagogy/article/view/11959

УДК 640.04

Ткач Наталія
викладач І категорії,
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль

ВІДЕОТРАНСЛЯЦІЇ — ПЕРЕСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ ОНЛАЙН-НАВЧАННЯ

Інтернет успішно інтегрувався в усі сфери життя та давно взяв на себе не лише розважальну, а й освітню функцію. То ж не дивно, що наразі одним з головних трендів сучасності стала саме онлайн-освіта або електронна освіта.

Електронна освіта - це дистанційне навчання, при якому освітній процес протікає за допомогою комп'ютерів і засобів електронного зв'язку через інтернет. Студент отримує матеріали і вивчає, потім своїми силами виконує отримані завдання, а потім відправляє їх викладачеві для перевірки і коригувань.

В електронній освіті активно задіюються такі інструменти як відео-чати, електронна пошта, різні сучасні способи демонстрації інформації (презентації, документи різних

форматів, вебінари, графіки і таблиці). Сьогодні вже змінилося декілька поколінь спеціальних технологій в галузі дистанційної освіти – починаючи від звичайних друкованих освітніх видань до сучасних комп'ютерних технологій: освітнє телебачення, аудіо та відеотрансляції, відеоконференції, E-Learning, різноманітні інтернет-трансляції, інтернет-конференції). Студенти та викладачі не контактують особисто, але при цьому постійно підтримують дистанційний зв'язок і взаємодіють один з одним.

Дистанційне навчання - новий освітній досвід, що з'явився в Україні зовсім недавно, але вже встиг отримати своє місце в педагогічному середовищі. Необхідність у такому методі навчання обумовлена різними факторами, серед яких можна назвати потребу в інтерактивній взаємодії студентів і викладачів в процесі навчання, надання учням можливості самостійної роботи з освоєння досліджуваного матеріалу і таких непередбачуваних, як, наприклад, поширення пандемії Covid-19, при якій усі навчальні заклади зобов'язані дотримуватися карантинних заходів. І, звичайно ж, цей спосіб навчання дає можливість навчатися тим, хто в силу певних причин не може це робити в масових установах. Комп'ютеризація населення нашої країни, що почалася в 1997 році, дозволила дистанційній освіті реалізовуватися в сфері педагогічної практики.

Ідея онлайн-освіти стала настільки популярною, що її підхопили й вітчизняні навчальні заклади. Так, ще у 2015 році Міністерство освіти і науки України на базі Рішельєвського ліцею (Одеса) розпочало експеримент із залучення до навчального процесу сучасних засобів комунікації. Було розроблено курси для додаткового навчання, також надаються матеріали для підготовки до олімпіад, іспитів та ЗНО. Цікаво, що доступ до курсів та вебінарів мають усі учні Одеської області.

Наразі експеримент ще триває, але статистика свідчить про те, що школярі сприйняли можливість отримувати освіту онлайн з ентузіазмом – на один тільки курс з фізики підписано близько 22 тисяч учнів. У Міністерстві вважають, що такі результати свідчать про те, що майбутнє саме за змішаною формою освіти (онлайн + класичні заняття з викладачем). Такий підхід дає змогу школярам отримати теоретичну базу, прослухавши вебінар, а потім закріпити знання у класі [2].

Як зробити електронне навчання максимально ефективним? Найважливіший момент — правильно сформувати програму та вид навчання. Слід звертати увагу на такі моменти:

1. *Формат навчання*. Це може бути синхронне, асинхронне або комбіноване навчання. При синхронному навчанні матеріали надаються в реальному часі за допомогою онлайн-конференцій або вебінарів. Зв'язок з викладачем встановлюється в певний час, і від студентів вимагаються уважність і участь. При асинхронному форматі студенту просто відкривається доступ до даних, і він вивчає їх самостійно в зручний час. При комбінованому навчанні способи поєднуються.
2. *Навчання групове або індивідуальне.* При останній формі студент має можливість особисто зв'язуватися і контактувати з викладачем, задавати йому питання. При груповому форматі така можливість може надаватися лише під час онлайн-уроків.
3. *Програма навчання.* Заздалегідь потрібно розмістити план навчального курсу, щоб ознайомити студентів скільки занять в нього входить, яка тривалість одного уроку, скільки студентам відводиться на самостійне вивчення інформації, як довго проводиться тестування, коли завершується навчання.

Створення зацікавлених відео - одна з найбільших проблем онлайн-викладання, оскільки відео може створювати досвід навчання, що виходить за межі аудиторії. Ентузіазм та пристрасть викладача до цієї теми є вирішальним при створенні цікавого відео-уроку.

Відео як середовище пропонує унікальні можливості для творчості. Замість того, наприклад, щоб просто описати процес обслуговування бенкету в ресторані, можна піти туди і зняти урок. Створення того, що, інколи, називають "дидактичне повітря" або "темп дихання" між складними лекціями, допомагає зробити онлайн-курс більш успішним. Однак

далеко не всі викладачі переходять природним шляхом із лекційного залу до студії. Ось декілька порад, які допоможуть стати ефективним онлайн-інструктором:

1. Розвивати нові навики онлайн-викладання. Як правило, студії, де проводять зйомки відео-уроків, обладнані камерами, екраном, освітленням, великим відсіком для редагування та ін. Цей масив інструментів іноді викликає занепокоєння у початківців. Для ефективного викладання в таких умовах необхідно працювати над розвитком навиків роботи на камеру - техніка голосу та дихання. Ці навички не завжди бувають природними, але їх можна засвоїти.

2. Орієнтація на студента. При створенні відео-уроку (відеотрансляції) наголошується на важливості ентузіазму та зосередженості викладача. Викладач завжди повинен бути першим! Хороший спосіб досягти цього - задати ключові питання. Хто ваші студенти? Чого вони сподіваються досягти? Розуміння цього дозволить максимально ефективно подавати інформацію.

3. Поінформованість має вирішальне значення. Всупереч очікуванням деяких викладачів, викладання перед камерою - це зовсім інший досвід, ніж викладання в аудиторії. Для того, щоб дати можливість викладачам ефективно працювати на камеру, важливо переглядати вже створені відеоролики, щоб розвинути сильну самосвідомість свого стилю викладання та спілкування.

4. Адреса тривоги. Нервозність зазвичай впливає на працездатність та якість виконаня роботи. Слід навчитися переборювати це. По-перше, визнати, що це нормально нервувати та хвилюватися! По-друге, переглянути процес виробництва відео поетапно, перш ніж виконувати його. Зробити розминку - це може зайняти деякий час, але викладач почуватиметься більш впевнено, коли працюватиме на камеру.

5. Пристрасть до знань заразна. Коли викладачі пристрасні та захоплені, вони формують зв'язки з студентами, що підвищує мотивацію. Один з простих способів цього досягти - це посмішка! Посмішки на початку та в кінці відео мають значення, оскільки вони передають відкритість.

Як і кожному, порівняно новому, методу навчання властиві свої прихильники і противники. Однак, слід визнати, що у сучасних умовах створення відеотрансляцій виходять на перший план у методі flipped classroom або "перевернуте навчання", суть якого полягає у тому, що студенти самостійно дивляться навчальні відео, а потім виконують вправи і проводять дискусії. Відзначаються переваги методу: зростання активності студентів, розвиток співпраці, персоналізація навчання, доступність інформаційно-комунікаційних технологій. Проте, не виключають і недоліки даного методу: недостатній контроль над засвоєнням студентів одержуваних знань, "теоретизація" навчання, зведення навчального процесу до механістичним прийомів і методів, неможливість формування повного уявлення про зміст навчальної дисципліни та ін. Безсумнівно, дистанційне навчання займає все більшу роль у модернізації та вдосконаленні української освіти і створення відеопрезентацій буде відігравати не останню роль.

Список використаних джерел:

1. http://ru.osvita.ua/vnz/reports/adv/46958/
2. https://naurok.com.ua/post/5-perevag-onlayn-navchannya
3. https://kerivnyk.info/perevahy-ta-nedoliky-dystantsijnoho-navchannya

УДК 640.4
Задаянюк Надія
викладач,
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»,
м. Тернопіль

ДОСЛІДЖЕННЯ РІВНЯ РОЗВИТКУ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ СТУДЕНТІВ

В сучасних умовах перед психологічною наукою України поставлено завдання розробити систему загальних принципів, закономірностей і психологічних механізмів формування і розвитку вільної і відповідальної особистості. З огляду на це, питання ціннісних орієнтацій як невід'ємного компонента психіки є дуже важливим.

Перш за все, слід визначити зміст понять «цінності» і «ціннісні орієнтації». Цінність – феномен, який має для людини велике значення і відповідає її актуальним потребам та ідеалам; опосередковане культурою поняття, яке є еталоном належного у досягненні потреб. Ціннісні орієнтації – це спрямованість інтересів і потреб особистості на певну ієрархію життєвих цінностей, схильність надавати перевагу одним цінностям і заперечувати інші, спосіб диференціації особистісних об'єктів і явищ за їх особистісною значущістю [3]. Ці два поняття перебувають у тісному взаємозв'язку.

Ціннісні орієнтації виконують функцію базового психологічного знаряддя, яке координує і спрямовує процес само творення людини. Зрілою людину можна назвати тоді, коли вона має глибоко вкорінений набір цінностей, які служать об'єднуючою основою її життя [1].

Студентська молодь сучасної України – це визначальний людський потенціал її майбутнього, еліта держави. У зв'язку з цим значно актуалізується дослідження психологічних механізмів розвитку і зміни ціннісних орієнтацій студентів, адже від вибору, зробленого елітою, залежить значною мірою доля суспільства.

До цього часу загальновизнаною залишається методика вивчення ціннісних орієнтацій (The value survey), розроблена М. Рокічем. Його запитальник (RVS) – один з найпопулярніших серед дослідників ціннісних орієнтацій. Особливість методики полягає в тому, що шкалювання визначеного набору цінностей відбувається за допомогою процедури ранжування. Вважається, що ранжування справді відображає реальне відношення між суб'єктивними значимостями відповідних цінностей [2].

Існує також цілий ряд проективних методик. Сюди входять незакінчені речення, твори, вільний вислів на задану тему та інший проективний арсенал.

Метою нашого дослідження є з'ясування ціннісних орієнтацій студентської молоді. З цією ціллю було проведено пілотажне дослідження серед 21 студента другого курсу групи 2-М-11/9 товарознавчого відділення ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі» віком від 16 до 21 року з використанням методики дослідження ціннісних орієнтацій (The value survey) М. Рокіча, адаптованої до нашої аудиторії і сьогодення.

Основним матеріалом у методиці Рокіча служать два списки по 18 цінностей, термінальних та інструментальних з короткою роз шифровкою змісту кожної. Списки ціннісних категорій віддруковані на листках паперу в алфавітному порядку, і студентам пропонується проставити навпроти кожного позначення відповідне рангове число від 1 до 18.

В ході дослідження ми отримали такі результати (див. табл. 1).

Таблиця 1

Ієрархія ціннісних орієнтацій студентів початківців

Рангове число	Термінальні цінності	К-сть виборців у %	Інструментальні цінності	К-сть виборців у %
1-5	Здоров'я	80	Життєрадісність	73
	Любов	73	Вихованість	47
	Наявність друзів	53	Відповідальність	47
	Впевненість у собі	47	Чесність	47
	Щасливе родинне життя	47	Чуйність	33

6-10	Життєва мудрість	60	Незалежність	47
	Активне діяльне життя	53	Міцна воля	47
	Продуктивне життя	47	Терпимість	33
	Свобода	47	Самоконтроль	33
	Цікава робота	40	Широта поглядів	27
11-15	Щастя інших	60	Раціоналізм	60
	Творчість	47	Освіченість	53
	Суспільне визнання	40	Старанність	47
	Матеріально забезпечене життя	33	Ефективність у справах	40
	Розвиток	33	Сміливість у відстоюванні своєї думки і поглядів	33
16-18	Краса природи і мистецтво	53	Непримиримість до недоліків	73
	Пізнання	47	Високі запити	40
	Розваги	40	Акуратність	33

Проведене дослідження дозволило визначити ряд проблем: деякі професійно значущі фактори (цікава робота, пізнання та творчість, розвиток) групуються в студентів після цінностей особистого життя. Зокрема, таким важливим цінностям, як "пізнання" та "розвиток", студенти надали найнижчі ранги, що свідчить про недостатню сформованість у них професійно значущих ціннісних орієнтацій як наслідок недостатнього впливу на їх формування з боку соціального оточення. Однак серед інструментальних цінностей студенти надали перевагу якостям, які є важливими як для фахівців будь-якої галузі (вихованість, відповідальність, чесність та інші), так і для фахівців-психологів (широта поглядів, терпимість, чуйність життєрадісність), а це вказує на перспективність професійного розвитку. Відповідно, професійна підготовка вимагає керування розвитком ціннісних орієнтацій студентів [4].

Отже, наступним завданням є дослідження механізмів формування і розвитку ціннісних орієнтацій студентів, а також вивчення факторів, які на них впливають. Необхідною є розробка методик, які б дозволяли керувати розвитком ціннісних орієнтацій, спрямовуючи їх у напрямку професійної значущості.

Список використаних джерел:

1. Булавенко С. Формування ціннісних орієнтацій як основи соціальної активності учнів // Молодь і ринок №3 (170). Матеріали конференцій. – Дрогобич, 2019. – С.114-119.

2. Леонтьев Д.А. Методика изучения ценностных ориентаций. – М.: Смысл, 1992.- 64 с.

3. Орбан-Лембрик Л.Е. Психологія професійної комунікації: навч. посібн. - Чернівці : Книги-ХХІ, 2010. - 528 с.

4. Романюк Л.В. Ціннісні орієнтації студентів: сутність, структура і психологічні механізми розвитку. – Кам'янець-Подільський: Абетка-НОВА, 2004. – 188 с.

УДК 378.147

Павлишин-Кошова Г. Б.
викладач,
Львівський професійний коледж готельно-туристичного та ресторанного сервісу
м. Львів

ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ЗА ЕФЕКТИВНІСТЮ НАВЧАННЯ

Контроль за ефективністю навчання є однією з центральних складових забезпечення якості вищої освіти в Україні.

Т.Плохута наголошує, що педагогічна діагностика в освіті базується на глибоких історичних коренях і культурно-педагогічних традиціях, які у радянські часи з кінця 30-х років XX століття були штучно виведені за рамки вітчизняної освітньої практики. Подібне багаторічне виключення діагностичної складової діяльності педагога зі змісту педагогічної освіти, доходить висновку науковець, призвело до тривалої відсутності цієї галузі у курсах історії педагогіки і освіти, у результаті чого багато викладачів опинилися поза рамками діагностичної культури як важливої складової практичної педагогічної діяльності [1, С. 22]. Слід погодитись з В.О. Ананьїним та О.В. Уваркіною, котрі відзначають, що підвищення рівня системності навчально-виховного (педагогічного) процесу сприяє ефективнішому формуванню нової генерації конкурентоспроможних фахівців через систематизовані відповідним чином 20 знання і цілісне засвоєння фахової теорії. Основний акцент педагогічного процесу, наголошують науковці необхідно зорієнтувати на усвідомлену необхідність системності фахових знань у студентів, що віддзеркалюють систему взаємозв'язків структурних елементів усередині досліджуваної теорії, а також між теоріями різного рівня спільності [2, С. 20].

У сучасній педагогіці розрізняють низку різновидів оцінювання: традиційне; інтерактивне; студент-орієнтоване. Традиційне оцінювання: 1) основна увага – на оцінку знань студентів; 2) оцінювання підсумувальне; 3) орієнтується на вимоги навчального закладу щодо звітності; 4) оцінювання прив'язане до очікувань роботодавців. Основне завдання традиційного оцінювання – вимірювання рівня знань і присвоєння певної оцінки [3]. Звернемо увагу на відмінності пасивного й інтерактивного навчання.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика пасивного й інтерактивного навчання

Критерії порівняння	**Пасивне навчання**	**Інтерактивне навчання**
Обсяг інформації	За короткий проміжок час можна «пройти» великий обсяг інформації	Невеликий обсяг інформації потребує значного обсягу часу
Глибина вивчення змісту	Зорієнтована на рівень знань і умінь студентів	Студенти засвоюють всі рівні пізнання (знання, розуміння, застосування, аналіз, синтез, оцінку)
Відсоток засвоєння	Невисокий – 5-10 %	Високий – 75-90 %
Контроль над процесом навчання	Викладач добре контролює обсяг і глибину вивчення, час і хід навчання. Результати роботи студентів передбачені	Викладач має менший контроль над обсягом і глибиною вивчення, часом і перебігом навчання. Результати роботи тих, хто навчається, менш передбачувані
Роль особистості педагога	Особистість педагога залишається в тіні, він виступає як «джерело» знань	Педагог сильніше розкривається перед студентами, виступає як лідер, організатор
Роль студентів	Пасивна, студенти не приймають важливих рішень щодо процесу навчання	Активна, студенти приймають важливі рішення стосовно процесу навчання
Джерело	Зовнішнє	Внутрішнє

мотивації навчання	(оцінки, педагог, батьки, суспільство)	(інтерес самого студента)

Джерело: [3]

На інтерактивних заняттях мають використовуватись інноваційно-орієнтовані методи оцінювання, зокрема завдання на зіставлення явищ, понять (складається з двох паралельних колонок); експрес-опитування (стислі усні або письмові відповіді), зокрема, практичне: заповнити таблицю, намалювати діаграму, скласти схему; розширене опитування (домашнє есе); «дельта-плюс» – проведення загальної дискусії з оцінювання уроку; серія підсумкових оцінок як приклад креативного оцінювання – «оцінювання, спрямованого на розвиток» [3].

У реалізації особистісно-зорієнтованого навчання важливим є вміння педагога створити ситуацію успіху для кожної дитини, допомогти їй долати сумніви, напруження в складних ситуаціях, невпевненість у своїх силах.

Отже, впровадження інноваційних методів контролю у навчальний процес є ознакою сучасного освітнього процесу.

Список використаних джерел:

1. Плохута Т. Педагогічна діагностика у сучасному дидактичному процесі ВНЗ. *Проблеми підготовки сучасного вчителя*. 2011. № 4(2). С. 22–27.

2. Ананьїн В. О., Уваркіна О. В. Навчально-виховний процес у сучасній вищій школі: системний підхід. *Військова освіта*. 2013. № 1. С. 16–24.

3. Лихолат А.І. Тренінгова вправа «Знайомство. Мій внутрішній світ». URL: https://goo.gl/Kkls8l (дата доступу 03.03.2020).

УДК 640.04

Ткач Наталія
викладач І категорії
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль

ЯК НАВЧАТИ ЕФЕКТИВНО ТА ЯКІСНО У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ?

Дана тема є актуальною, оскільки спостерігається зниження зацікавленості до навчання та рівня знань серед студентів. На жаль, ця проблема поширена і серед інших груп дітей та підлітків. Чому це так? Навчання — цікава, але нелегка робота, Виділяють декілька основних аспектів, які впливають на це: перевантаження знаннями, відсутність індивідуального підходу, критика і порівняння з іншими, відсутність підтримки, розчарування, пов’язані у неможливості реалізувати свій творчий потенціал та ін. Також, часто можна почути, що у навчальних закладах не вчать вчитися, не дають зрозуміти себе, немає свободи вибору та ін. Для якісного навчання необхідно створити усі умови — забезпечити належну матеріально-технічну базу, до роботи із студентами залучати висококваліфікованих фахівців, створити сприятливу соціально-психологічну атмосферу.

Уміння вчитися — це не просто вміння читати або багато писати, а розвивати свої здібності, уміння шукати способи дії в нових ситуаціях. Не потрібно відволікайтися на зайві речі, навпаки — чітко розподілити пріоритетні завдання по важливості і терміновості. Важливо навчитися виділяти найголовніше та вміти знаходити підходи вирішення нестандартних завдань, розвивати логічне та критичне мислення. Отриману інформацію потрібно обговорювати у колі друзів та однодумців, ділитисяся новими думками з іншими. Саме тому у сучасному підході до навчання практикуються заняття у формі ділової гри, дискусії, “круглого стола”, кейс-методу, щоб дати можливість студенту формувати вміння

відстоювати власну позицію, слухати та аналізувати отриману інформацію, поважати співрозмовника, зацікавити науковою роботою, розвивати особисті та творчі здібності.

Навчання у ВНЗ дає можливість поглиблювати знання та інтелектуально вдосконалюватися. Для цього студентів залучають до активної участі в олімпіадах, написаннях тез, виступах на конференціях, фахових конкурсах, громадській, волонтерській, творчій діяльності та ін. Проте, цього ще не достаньо для ефективного навчання.

Рекомендовано проводити заняття, застосовуючи стратегію поєднання різних навчальних форматів. Згідно з когнітивною теорією мультимедійного навчання, людина краще сприймає новий матеріал, якщо поєднує візуальні та слухові стимули. Тому відео, анімації або навіть онлайн-курси на тему заняття лише сприятимуть рівню засвоювання нової теми. Можна розглянути відповідні картинки в підручнику. Слід надавати перевагу схематичним, а не детальним зображенням — вони краще сприймаються. Важливим елементом процесу навчання є проведення практичних та лабораторних робіт, а також майстер-класів. Таким чином, студет має можливість поглибити та застосувати теоретичні знання, сформувати інтелектуальні уміння та навики планування, аналізу та узагальнення; оволодіти досвідом роботи з технікою та професійними навиками; накопичити первинні знання з організації виробництва та здобути досвід управляти ним, тощо. Слід зазначити, що підготовка до даних занять передбачає виконаня самостійної роботи.

Для кращого запам’ятовування нового матеріалу рекомендовано вести конспект. Варто писати його власноруч. Крім цього, записувати новий матеріал необхідно своїми словами. Слід намагатися проаналізувати отриману інформацію та записати лише найважливіше. Це буде чудови інструмент для повторення. Після цього необхідно переглянути зроблені нотатки, виписати ключові слова, скласти кілька запитань для самоперевірки та узагальнення. Ввечері того ж дня потрібно передивитися конспект. Якщо це доречно, відтворити записи у вигляді схеми або майнд-карти. Наприклад, тема заняття — “Страви з м’яса”. Їх готують з конкретного виду напівфабрикату в певній послідовності. У цьому випадку варто використати майнд-карту, адже вона допоможе зобразити звя’зок між усіма етами технологічного процесу.

Після опрацювання нової теми слід перейти до самоперевірки — тестування. Тести зазвичай розглядаються як засіб оцінювання та перевірки знань. Але доведено, тести — це ще й потужний навчальний інструмент. Дослідження тестування як навчальної стратегії показали: одна група студентів перечитувала матеріал, а друга — проходила тестування. Через тиждень студенти другої групи пам’ятали на 50% більше інформації по даній темі [2]. Крім того, тестування як навчальний інструмент має дві суттєві переваги. По-перше, сам процес тестування — це пригадування матеріалу, а отже, повторення та закріплення інформації у пам’яті. По-друге, тести працюють як компас. Вони допомагають виявити прогалини в знаннях та визначити, які питання потребують більш глибокого вивчення. Опрацювання конспекту та тестування закріплюють новий матеріал у пам’яті. З’являється фундамент, на основі якого можна виконувати складніші завдання: аналізувати, розв’язувати задачі та висувати гіпотези.

Що далі? Необхідно активізувати студентів, задавши питання: «Навіщо це знати? Як можна застосувати це на практиці?». Здається, що ніяк? Тоді нехай запитають в Google чи своїх знайомих, що працюють у даній сфері, як ці знання використати. Наприклад, як розуміння роботи харчової системи допоможе харчуватися здоровіше? Як знання щодо будови та принципу роботи технологічного устаткування допоможе раціонально та безпечно експлуатувати його?

Іспит, контрольна робота, доповідь або важлива співбесіда — усе це, також, своєрідні тести для самоперевірки. Так, зміните результат постфактум неможливо. Але важливо навчити студента зробити правильні висновки і якщо дані знання та навички знадобляться у майбутньому, слід освідомити допущені помилки, проаналізувати їх і в майбутньому не допускати.

Інтуїтивно деякі з вищеперелічених порад здаються неефективними, тому студенти надають перевагу заучуваню та навчанню блоком в останній момент. Звісно, планування, розподіл пріоритетів, інтервальне повторення та тестування здаються складними та повільними, якщо порівняти їх з перечитуванням підручника або розв'язанням блоку однакових вправ. Стратегії ефективного навчання контрінтуїтивні. Студенти часто відповідають, що практика блоком (blocked) ефективніша, ніж чергування, тобто почергового використання у процесі навчаня різних тем і типів завдань, оскільки це триваліший процес. Проте, на практиці найкращі результати студенти показали саме після чергування.

Важливо розуміти, що на якості навчання студентів відображається соціально-економічна ситуація держави вцілому. Дуже часто вони втрачають віру у те, що після закінчення навчального закладу зможуть застосувати набуті знання та влаштуватися на перспективне робоче місце чи започаткувати власну справу, коли у суспільстві існує значне безробіття, порівняно низька оплата праці, створюються неналежні умови праці, відбувається активна міграція робочої сили закордон. У формуванні відношення до навчання не останню роль відіграє такий чинник, як корупційна діяльність.

Важливим чинником, який спонукає студентів до пізнавальної діяльності є авторитет навчального закладу. Так історично склалося, що ВНЗ завжди були місцем, де не лише здобувалися фахові знання, а й виховувалася інтелігенція сусупільства. Крім того, ці заклади можуть відігравати життєво важливу роль у підвищенні кваліфікації та перекваліфікації населення відповідно до потреб країни. В перспективі ці заклади повинні вирішувати питання різноманітності, зокрема забезпечувати економічну різноманітність їхніх споживачів. Наш світ швидко змінюється, і ВНЗ теж повинні йти в ногу. Щоб бути конкурентноспроможним закладом надання освітніх послуг у сучасних умовах, слід враховувати такі рекомендації:

1. Створювати умови, зя яких студент під час навчання матиме можливість працювати. Адже багато молодих людей навчаються досягти успіху на роботі ще в процесі навчання, адже вони усвідомлюють тонкощі обраної професії, вивчають її практичну стророну, вибудовують стратегію розвитку кар'єри.
2. Підтримка соціальної мобільності. Ця рекомендація передбачає розширити доступ до навчання для студентів з різних економічних груп. І крім того, як ВНЗ можуть допомогти створити більш інклюзивне, менш розбите суспільство.
3. Проведення бесіди про стійкість. Мається на увазі, що навчальний заклад повинен мати стійку матеріально-технічну базу для проведення дослідницької роботи та формування науково-дослідницької культури, обмін набутим досвідом, проведення конференцій різного рівня, залучення до найбільшого співтовариства та співпраці із провідними закладами.
4. Переосмислення рейтингів та оцінка. ВНЗ зобов'язані довести свою відносну цінність, щоб бути конкурентоспроможними в національних схемах та рейтингах.
5. Розуміння їх минулого та сучасного. ВНЗ повинен орієнтуватися на підготовку фахівців, які є затребуваними в сучасних умовах відповідно до розвитку країни та стану ринку праці. Часто необхідно проводити реорганізацію напрямків підготовки студентів. Навчальні заклади повинні докладати достатньо зусиль, щоб вивчити та узгодити потреби того регіону, де розміщується навчальний заклад, чітко розробити стратегію розвитку, узгоджуючи її з діючими цінностями.

Отже, проаналізувавши дані підходи до викладення нового матеріалу, відповідального відношення до процесу навчання студентами, розуміння того, що працювати потрібно для результату у довгостроковій перспективі, вдосконалення навчального процесу відповідно до сучасних вимог дозволить досягнути високої якості навчання та забезпечувати підготовку конкурентоспроможного фахівця на ринку праці.

Список використаних джерел:

1. http://gohigher.org/jak
2. http://blog.ed-era.com/effective-studying/
3. declifestshool.com

СЕКЦІЯ 2

ІННОВАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ

УДК 658.8:659:339.137
Крукевич Людмила
кандидат педагогічних наук, директор коледжу
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль

ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК СУЧАСНИЙ ЕЛЕМЕНТ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

В останні роки у всьому світі в якості альтернативного всім вже звичного відпочинку починає набувати особливу популярність гастрономічний туризм. Гастрономічний туризм - це різновид туризму, це подорож країнами та континентами для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями і щоб покуштувати унікальні для приїжджої людини цікаві страви або продукти. Рушаючи на відпочинок, слід врахувати особливості місцевої кулінарії, щоб повернутися додому без зайвих кілограмів і проблем зі здоров'ям. Роками харчуючись в наших національних традиціях, ми звикли до певної кількості спецій, прянощів, жирів, солі, до певного балансу рідкої і твердої їжі, до наших напоїв і так далі. Потрапивши в незвичне кулінарне середовище, ми завдаємо нашому організму додаткових стресів. Наприклад, надлишок спецій може викликати розлад шлунку, велика кількість солі - посприяти підвищенню артеріального тиску, а безконтрольне поглинання дуже жирної їжі швидко призведе до появи зайвих кілограмів [4].

Національні особливості харчування можна передбачити, а неприємності звести до мінімуму, для цього й існують організовані гастрономічні тури. Організація гастрономічних турів сприяє відродженню національних кулінарних традицій будь-якої країни. Під час гастрономічних турів турист може:

1. Відвідати ресторани національної кухні.
2. Взяти участь в гастрономічних фестивалях.
3. Ознайомитися з історією та рецептурою національної кухні відповідно до сезонів.
4. Взяти участь у приготуванні національних страв [4].

Мета гастрономічних турів - насолодитися місцевою рецептурою, що увібрала в себе вікові традиції і звичаї місцевих жителів культуру приготування їжі. Гастрономічна подорож - це виразні засоби за допомогою яких мандрівник може намалювати своє уявлення про ту чи іншу країну [1].

За видами гастрономічний туризм можна розділити на 2 групи – сільський і міський. Під час першого туристи насолоджуються натуральними продуктами, вирощеними на приватних фермах в провінціях. Вони можуть взяти участь у зборі горіхів, ягід, фруктів і

приготувати з них якесь блюдо. Також до цієї групи належать гастрономічні витребеньки, якими славиться обрана місцевість, наприклад, іспанська хамон, шведська ікра уклейки, пармська шинка та ін. Міські гастротури передбачають відвідання кондитерських фабрик і вишуканих ресторанів. Справжні естети в таких турах зможуть оцінити атмосферу, майстерність шеф-кухарів, професіоналізм персоналу та оформлення страв [2].

Враховуючи надзвичайно високий рівень наявності природних та соціально-економічних ресурсів України, є можливість і перспективи розвитку гастрономічного туризму як складника туристичної діяльності. Гастрономічний туризм - вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з виробництвом, технологією приготування та дегустацією національних страв і напоїв, а також з кулінарними традиціями народів світу. Тури для гурманів, цінителів вишуканих страв різних народів світу з'явилися в останні десятиліття минулого століття, хоча, перші шанувальники подібних страв відомі ще з давніх часів. Однак кулінарний туризм як самостійний напрям туристичної діяльності з'явився зовсім недавно. Сам термін кулінарний туризм, яким сьогодні послуговуються в багатьох країнах, ввів в обіг професор університету в Огайо Лусі Лонг [3].

Слід зазначити, що практично будь-яка країна має потенціал для розвитку у себе кулінарного туризму, адже в кожній з них своя неповторна національна кухня, свої традиції гостинності.

Також, кулінарний туризм включає в себе наступні види [2]:

- ресторанний тур - подорож, яка складається з відвідування найвідоміших та популярних ресторанів, які відрізняються високою якістю, ексклюзивністю кухні, національним спрямуванням;

- тур сільською місцевістю - тимчасове перебування туристів у сільській місцевості з метою дегустації її кухні та продуктів, які виробляють у даному регіоні. Може також включати в себе сільськогосподарські роботи;

- гастрономічна тематика (виставки, ярмарки, шоу тощо), наприклад відвідання «Томатіни» в Іспанії - тур, який містить відвідання екологічно чистих господарств та виробництв, ознайомлення з продуктами та їх виробництвом (Франція, Німеччина, Великобританія, США, Швейцарія). В Україні - це Фестивалі «борщу», «сала» (Слобожанщина, Закарпаття);

- освітній тур, метою якого є навчання в спеціальних закладах кулінарного профілю відвідування курсів та майстер-класів;

- комбінований тур - поєднує риси попередніх кулінарних турів.

Кулінарний туризм надає змогу не тільки ознайомитися з кулінарними традиціями певної країни, з укладами матеріальної культури народу, елементами його фольклору і традиційними способами виробництва продуктів харчування, а й доторкнутися до її історичного минулого.

Сьогодні гастрономічний туризм добре організований у Чехії, Угорщині, Шотландії, Франції, Італії, Іспанії, де існує розвинена мережа турів національних ресторацій.

Гастрономічний туризм може стати ще однією гранню привабливості України з огляду на етнографічно-івентивні ресурси нашої держави, а гурмани, які відвідують країну регулярно, завдяки цьому проекту зможуть знайти відповідь на питання, що спробувати в Україні.

Список використаних джерел:

1. Тетяна Трададенко, Катерина Верес Матеріали 80 міжнародної наукової конференції "Наукові здобутки молоді - вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті" (м. Київ, 10-11 квітня 2014 р.). - К.: НУХТ, 2014. - Ч.3. - С.563-564.

2. Расулова А.М. Потенціал ресторанного бізнесу у розвитку гастрономічного туризму України // Економіка та держава. - 2015. - №5. - С.78-83.

3. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності: підручник / Т.Г. Сокол; за заг. ред. В.Ф. Орлова. - К.: Грамота, 2013. - 264 с.
4. Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму : підручник / Ф. Ф. Шандор, М.П. Кляп. — К. : Знання, 2013. — 334 с.

УДК 392.72:316.7
Малюта Л. Я.
д. е. н., доц., професор кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя
Островська Г. Й.
к. е. н., доц., доцент кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя
Кузь Т. І.
к. е. н., викладач кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

ОСОБЛИВОСТІ НАЦІОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНИХ ТРАДИЦІЙ ГОСТИННОСТІ

У сучасному світі в аспекті кризи національної ідентичності спостерігається підвищення суспільного інтересу до історії, духовного життя, прагнення осмислити власне минуле, зрозуміти сенс актуального буття і віднайти орієнтири на майбутнє. Під національним правомірно розуміти властиве саме даній етнічній спільності характер економіки, суспільно-політичного життя й ментальні духовно-культурні особливості. До національної культури поряд із традиційно-побутовим, професійним, буденним та спеціалізованими типами, входять різноманітні субкультури та етнічні культури. Її найголовнішим набутком є сукупність духовних цінностей, звичаїв, норм і правил поведінки, спільних для представників певної нації або держави. Саме тому назріла потреба зосередити увагу на аналізі явищ, які відтворюють спектр відносин, пов'язаних з буттям української спільноти, що в свою чергу потребує рефлексії щодо її історії, матеріальних і духовних набутків. Це дасть змогу глибше виявити ознаки і специфіку національного характеру, національної своєрідності, особливості національної самосвідомості, шляхи самоідентифікації української нації. В такому контексті значне місце належить гостинності, як доволі стійкому утворенню, що змінюється дуже повільно і непомітно для її носіїв і стає однією з рис національного характеру, в тому зокрема й українського. Гостинність, виступаючи уособленням форм народного буття і відображення світу, є одним із структурних елементів ментальності народу як сукупності психічних, інтелектуальних, ідеологічних, релігійних, естетичних та інших особливостей мислення певної людської спільності, соціальної групи чи окремого індивіда, що виявляються в культурі, мові, поведінці тощо. Це дає підстави розглядати гостинність в культурологічному аспекті в її співвіднесенні з національним характером.

Крім того, на сучасному етапі гострою стала проблема співвідношення між національними і глобальними тенденціями, що призводить до певної деформації національного, актуалізує проблему його адаптації до глобальних умов соціокультурного буття. В той же час національне в умовах глобалізації набуває нових форм, які не тільки трансформують духовно-ментальні риси того чи іншого народу, а й докорінно змінюють спосіб його життя. Особливу роль у збереженні і відтворенні національного відіграє

гостинність, яка уособлює не тільки матеріальні, а й духовні цінності нації та є одним із чинників формування національної ідентичності.

Гостинність виявляє багатовікову народну традицію приймати гостей з повагою до них й з дотриманням певних церемоній. Цей соціокультурний феномен зберігає стійкість суспільства і його толерантність до найрізноманітніших людських спільнот. Гостинність може бути розглянута як вияв гуманізму і, відповідно, здібності суспільства до мирного співіснування, доброзичливого спілкування, міжкультурної комунікації та взаєморозуміння і, насамкінець, як вияв найважливішого культуротворного фактору цивілізації протягом всього її існування від витоків до майбутнього. Проблема гостинності виявилася активно задіяною у вирішенні проблем міждержавної гостинності. Зрозуміло, що при інтенсифікації міжкультурних обмінів, міграційних процесів, етнічних та воєнних протистоянь виникає загроза небезпечних для життя ситуацій, коли в умовах ворожнечі між людьми забувають про гостинність. Це може призвести до глобальних зіткнень країн з подальшими руйнівними наслідками для їхніх суспільств. Адже треба взяти до уваги те, що йдеться не лише про асиміляцію певних спільнот до інших, не лише про урегулювання суспільних національних відносин та конфліктів, але й про нагальну потребу у багаторівневій інтеграції різних народів, націй, етносів без втрати унікальної ідентичності кожної з них.

Гостинність є такою специфічною людською соціальною якістю, яка здавна притаманна усім народам у різних формах вияву, характеризуючись різним ступенем розвиненості в залежності від соціально-економічного устрою життя людей. Вона завжди виступала не лише засобом неформальних стосунків людей, а й гарантованою формою забезпечення людини притулком, теплом і турботою, виявом довіри, прихильності, співпереживання, милосердя, взаєморозуміння – саме це складає глибинну сутність природи людини і визначає характер не лише міжособистісних, а й загалом усіх соціальних зв'язків. Гостинність є органічною складовою загальнолюдської культури й моральної культури спілкування, посідає важливе місце у системі стереотипів корпоративної комунікативності, службового етикету, моральних принципів, професійної етики. Тож гостинність правомірно вважати притаманну конкретному соціумові модель поведінки, сформовану на основі усталених звичаїв, традицій, локальних норм моралі і права та інших суспільних установок.

Знання історії вітчизняної гостинності майбутніми фахівцями готельно-ресторанної справи важливе з огляду на її роль і значення як невід'ємного атрибуту сервісної діяльності, характерні особливості якої починають зримо виявлятися в XIX ст. на вітчизняних теренах у процесі становлення індустрії гостинності. Індустрія гостинності як одна з найбільш динамічних та високоприбуткових галузей світової економіки, стає провідним напрямом економічного і соціального розвитку України, джерелом створення нових робочих місць та генератором зайнятості населення. Надаючи послуги гостинності, передусім розміщення та харчування, підприємства готельно-ресторанної сфери виконують не тільки важливу соціально-економічну роль, а й репутаційну функцію. Причому як з точки зору презентації національної культури, так і з точки зору презентації бізнесових можливостей. Висока концентрація сучасних готельних підприємств, глобальних готельних мереж характеризує ступінь інтеграції країни у світову економіку, рівень її міжнародної ділової активності, інвестиційної привабливості.

В умовах сьогодення готельно-ресторанний бізнес, як компонента сфери гостинності, розвивається швидкими темпами і досягає світових рівнів. Очевидним є те, що забезпечення розвитку підприємницького потенціалу сфери готельно-ресторанної справи в умовах поглиблення відносин між Україною та Європейським Союзом, її вступом до Світової Організації Торгівлі, потребує підвищення якості регіональних пропозицій до рівня міжнародних стандартів для конкурентоспроможності вітчизняних підприємств готельно-ресторанної сфери. Тому успішне становлення галузі на новий рівень функціонування значною мірою визначається якістю, ступенем підготовки кадрів, готових до професійної діяльності на різних ланках управління в готельно-ресторанному господарстві – фахівців,

озброєних новітніми досягненнями науки, таких, що приймають ефективні, виважені професійні рішення, планують діяльність і реалізовують ідеї по-новому.

Список використаних джерел:

1. Готельно-ресторанна справа. Навчально-методичне видання. Книга 1. / [Б. М. Андрушків, Л. Я. Малюта, Г. Й. Островська та ін.]. Тернопіль : ФОП Паляниця В. А., 2018. 268 с.
2. Островська Г.Й. Особливості розвитку готельно-ресторанної справи: кухні народів світу. Навчальний посібник. Тернопіль : Підручники і посібники, 2018. 268 с.

УДК 339.13

Марчишин Інна
Галицький коледж імені В'ячеслава Чорновола
м.Тернопіль
Науковий керівник: ***Колісник Т.Б.***
спеціаліст першої категорії

ДРОПШИППІНГ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Сучасний глобальний маркетинг надає можливістьобслуговування клієнтів незалежновід відстаніта наявності розвиненої торговельноїінфраструктури. Застосування новітніх технологій готельного бізнесу дозволяють рестораторам підвищити ефективність свого господарства. Ця обставинадокорінно змінює всю систему просування товарів і обслуговування споживачів, відкриваючи нові можливості в освоєнніспоживчих ринків навіть невеликим компаніям з обмеженими первинними ресурсами.

Дослідженням і аналізом дропшипінгуй аналізом останніх дослідженьзаймались такі вчені й економісти-практики: М.Л. Калужський, В. Федоричак, В. М. Ходиревська, І. В. Припадчева, Є.М. Заїкін, Г.А. Яшева, І. Мініч, Л. Нечаюк, Н. П'ятницької, О. Шаповалової.

Метою наукової роботи є: розкрити основні особливості, переваги та недоліки дропшипінгуу готельно-ресторанному бізнесі.

Дропшипінг – один з варіантів ведення бізнесу, у більшості випадків в Інтернеті.Суть полягає в тому,щопосередник не має запасів товару на складі, а купує їх у виробника вже тоді, коли отримає замовлення на нього й оплату з боку покупця. Або він передає замовлення оптовику, а потім сам його відправляє[1].

У світі головною проблемою у сфері готельно-ресторанного бізнесу є величезна конкуренція. Ринок дуже агресивний, пропозиція випереджає попит, тому готелям важко відстоювати свої інтереси. У цьому випадку тільки поліпшення якості обслуговування і пропозиція особливих послуг можуть врятувати становище, однак дрібним ресторанам часто доводиться виживати і працювати собі у збиток.

Для підприємств готельно-ресторанного бізнесу важливим є надання послуг максимально високої якості, і в свою чергу дропшипінг допомагає реалізовувати продаж продукціїта послуг он-лайн, не контактуючи з людиною . Також часто використовується при відкритті готельного чи ресторанного бізнесу, коли купляють меблі,приладдя та ін.. через постачальників.

Особливості дропшиппінгу полягає в тому, що з одного боку, покупець перераховує кошти, не маючи гарантій на отримання товару, з іншого – дропшиппер сплачує за товарпостачальнику без упевненості щодо здійснення поставки та якості товару, тому й ризики у дропшиппінгу виникають через нестачу довіри, неможливість проконтролювати всі процеси й якість товару проте спрощує замовлення послуг, наприклад бронювання номеру у готелі.

Необхідно виділити наступні переваги та недоліки дропшиппінгу у готельно-ресторанному бізнесі:

– до переваг дропшипінгу відносять: мінімальний стартовий капітал; низькі ризики; більше можливостей, щодо просування бізнесу готельно-ресторанної справи.

– до недоліків дропшипінгу відносять: немає можливості проконтролювати якість приготовлених страв та напоїв, забронював готельний номер можливе лише по фото; постачальник може використовувати вашу базу клієнтів.

Як зазначає М.Л. Калужський, із погляду маркетингу така схема дає змогу постачальнику без особливих витрат швидко вийти на будь-які ринки незалежно від відмінностей країни чи інших відмінностей. Оптово-роздрібна торгівля більше стає не потрібна. Великий штат торгових працівників, проміжні склади, логістика поставок, складні договірні відношення також не потрібні[2].

Отже, на даний моментготельно-ресторанний бізнеспотребує впровадження у дпопшипінгу,оскільки цедасть нові можливості готелям та закладам харчування простим способом відкрити нові ринки збуту, розширити коло споживачів, що загалом допоможе підприємству збільшити свої прибутки.

Список використаних джерел:

1. Дропшипінг — що це і з чого початиURL: https://horoshop.ua/ua/blog/dropshipping-chto-eto-i-s-chego-nachat/(дата звернення: 23.04.2020).

2. Калужский М.Л. Дропшипінг як альтернативна інфраструктура збуту і просування товару.*Маркетинг*. 2012. № 1. С. 90–104.

УДК 640.4

Гвоздецька Леся
викладач-методист,
ДВНЗ «Тернопільський коледж
харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль

ІННОВАЦІЇ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Індустрія туризму є однією з найпривабливіших та динамічних галузей світової економіки. Підвищення попиту на послуги туристичної галузі обумовлені глобальним економічним зростанням практично усіх країн світу. За даними Всесвітньої туристичної організації частка туризму у світовому ВВП складає понад 5%, також на долю міжнародного туризму припадає 6% загального обсягу світового експорту та близько 30% світового експорту послуг. Кожне 11-те робоче місце у світі зайняте у сфері туризму. Прогнозується, що до 2030 року кількість туристів у світі зросте до 1,8 млрд. осіб[1].

Ринок туристичних послуг набуває все більшого значення у розвитку національної економіки України. Проте, фахівці відзначають, що в Україні є перевага виїзного туризму над внутрішнім та в'їзним. Це пояснюється тим, що стан розвитку туристичної галузі України на міжнародному ринку характеризується низьким рівнем конкурентоспроможності, що пов'язано з такими проблемами:

- застаріла матеріально-технічна база, яка потребує капітального ремонту, модернізації та функціональної реконструкції;
- брак сучасних засобів розміщення туристів;
- недостатній розвиток важливих складових туристичної інфраструктури транспорту та зв'язку;
- недостатньо розвинена мережа закладів харчування та індустрії розваг;
- незадовільний стан пам'яток історії та культури;
- відсутність комплексної програми розвитку музейної справи;

- відсутність врегульованих містобудівельних принципів організації туристичної діяльності;
- недостатньо розроблені архітектурні принципи облаштування рекреаційних зон;
- незадовільне облаштування приміських зон й інфраструктури села для туриста;
- обмежене використання українських національних особливостей і традицій в будівництві туристичних зон та загальної інфраструктури;
- брак кваліфікованих спеціалістів з організації та розвитку внутрішнього і в'їзного туризму;
- орієнтування туристичних фірм на закордонні подорожі;
- досконало не вивчений туристично-екскурсійний потенціал України;
- відсутність активно функціонуючого туристично-інформаційного центру;
- екологічні проблеми і т.п. [3].

Все це свідчить про необхідність формування інноваційних стратегій розвитку підприємств туристичної індустрії з метою підвищення їх конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

Інноваційний процес у туризмі досить специфічний. Він одержує, як правило, своє визнання, з одного боку, через ринок туристичних послуг і ступінь задоволеності клієнта, а з іншого – завдяки прийняттю спільних розв'язків туристичними організаціями, органами керування галуззю в країні та регіонах, органами місцевого самоврядування й громадськими організаціями, діяльність яких пов'язана з туризмом, а також завдяки оцінці галузі місцевим населенням.

У науковій літературі та фахових виданнях існує ряд підходів до визначення та класифікації інновації у туристичній індустрії.

Базуючись на положеннях Генеральної угоди з торгівлі послугами, у туристській сфері розвивається інноваційна діяльність за трьома напрямками.

1. Впровадження нововведень (організаційні інновації), пов'язаних з розвитком підприємства і туристського бізнесу в системі та структурі управління, включаючи реорганізацію, укрупнення, поглинання конкуруючих суб'єктів на основі новітньої техніки та передових технологій; кадрової політики (оновлення та заміна кадрового складу, система підвищення кваліфікації, перепідготовка і стимулювання працівників); раціональної економічної та фінансової діяльності (впровадження сучасних форм обліку та звітності, що забезпечують стійкість становища та розвитку підприємства).

2. Маркетингові інновації, що дозволяють охоплювати потреби цільових споживачів або залучати не охоплених на даний період часу клієнтів.

3. Періодичні нововведення (продуктові інновації), спрямовані на зміну споживчих властивостей туристського продукту, його позиціонування і дають конкурентні переваги [2].

Михайліченко Г.І. систематизувала та виділила наступні види інновацій за предметом застосування:
- інновація-продукт (нововведення у вигляді принципово нового або вдосконаленого продукту, яке просувається у формі товару на ринок);
- інновація-процес (це технічне, виробниче управлінське вдосконалення, що знижує витрати на виробництво продукту);
- інновація-сервіс (нововведення, пов’язані з обслуговуванням процесів використання продукту за межами підприємства (програмне забезпечення технологічних процесів));
- інтелектуальний капітал (людські ресурси як інтелектуальна, творча еліта, здатні креативно сприймати й модифікувати нестандартні управлінські рішення);
- маркетингові інновації (впровадження нового методу продажу, включаючи значні зміни в дизайні продукту, його просуванні на ринок або в призначенні нової ціни, що націлені на краще задоволення потреб споживача, відкриття нових ринків або задоволення нових позицій для продукції підприємства на ринку з метою збільшення обсягу продажу);

- організаційні інновації (впровадження нового організаційного методу в діяльності підприємств, в організації робочих місць або зовнішніх зв'язках) [4].

Останнім часом стали розвиватися так звані нетрадиційні види туризму – екологічний, сільський, екстремальний, пригодницький, соціально відповідальний.

Список використаних джерел:

1. Всесвітня туристична організація (ЮНВТО) // Офіційний сайт організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.unwto.org
2. Інноваційні технології в туризмі : Навчальний посібник / укл. А. Гуцол. – Сєвєродонецьк : ПП «Поліграф-Сервіс», 2015. – 343 с.– [Електронний ресурс].– Режим доступу: https://tourlib.net/books_ukr/gucol.htm
3. Карюк В. І. Інновації як фактор розвитку сучасного туризму в Україні / В. І. Карюк // Теоретичні та прикладні питання економіки. - 2016. - Вип. 2. - С. 108-118. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tppe_2016_2_13.
4. Михайліченко Г.І. Інноваційний розвиток туристичних підприємств: напрями змін та фактори впливу/ Г.І. Михайліченко // Економіка. Управління. Інновації. – 2012. – №1 (7).

УДК 658.6

Гладчук О.П.
викладач-методист,
спеціаліст вищої категорії,
Галицький коледж імені В'ячеслава Чорновола
м. Тернопіль

ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНІК АКТИВНИХ ПРОДАЖІВ У ПРОЦЕСІ ОБСЛУГОВУВАННЯ ГОСТЕЙ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

В умовах конкурентної боротьби для закладів ресторанного господарства важливим стає завданнязбільшитиприбуток від кожного конкретного обслуговування,через встановленнядодаткової взаємодії із споживачем.

Страви та закускипотрібно не тільки приготувати, але і вчасно їх продати.Адже в загальнодоступних закладах ресторанного господарства із несформованим контингентом невідомодостеменно, які страви замовлятимуть більше, а які менше.

Впливаючи на виробничо-технологічну діяльність закладу через інструменти сервісу можна було б раціональніше використовувати матеріальні ресурси, коригувати продаж тих чи інших позицій меню на протязі дня, ефективніше працювати підприємству в цілому. Виходячи з цього досліджувана тема є актуальною.

Об'єктом дослідження науково-дослідної роботи є заклади ресторанного господарства.

Предметом дослідження – техніки активних продажів як складові процесу обслуговування споживачів в закладах ресторанного господарства.

Завдання науково-дослідної роботи: вивчити види активних продажів;висвітлити картину технік активних продажів в закладах ресторанного господарства;розкрити причини та ідеї впровадження активних продажів в закладах харчування;встановити роль офіціантів у застосуванні активних продажів; визначити вплив активних продажів на діяльність закладів ресторанного господарства.

Персонал підприємств ресторанного господарства є ключовим елементом. Що забезпечує якість і ефективність діяльності [2, с. 118].

Офіціанти проводять з гостями ресторану набагато більше часу, ніж хто б то не був з інших співробітників. Їм необхідно зробити так, щоб у гостей, яких вони обслуговують, сформувалося позитивне враження від відвідування ресторану [4].

В ідеалі, офіціант повинен відповісти на будь-яке питання відносно будь-якої страви в меню, вміти коротко описати спосіб приготування і подавання страви, комбінації страв у меню й час їх подавання. Нажаль не всі ресторатори приділяють достатньо уваги цьому нехитрому, але досить ефективному інструменту, а це незмінно призводить до зниження якості сервісу і зменшення середнього чеку [1, с. 285].

Настільною книгою для працівників закладів ресторанного господарства будь-якого формату – є «Сервіс, який продає» ДжимаСаллівана і Філа Робертса. Вона підходить для навчання офіціантів, менеджерів, маркетологів, директорів. Автори доносять як застосовувати продажі в ресторані і зберегти висококласний сервіс.

Застосовувати техніки активних продажів можнав тій чи іншій мірі на усіх етапах безпосереднього обслуговування гостей. Але звичайно, що найдоцільніше та найефективніше їх використовувати на стадії пропозиції страв, напоїв та прийманні замовлення.

Безумовно, переоцінити роль офіціантів у продажах складно. Хороший офіціант – це такий же капітал закладу, як основні його засоби, запаси продуктів, бренд. Він обличчя закладу і майстер прямих продажів. Майстерність офіціанта вдосконалюється наступними шляхами: навчання стандартам сервісу та інструментам продажів; доскональне знання меню, знання елементарної психології, навики комунікації [3].

Щоб створити у гостя «зоровий образ» страви чи напою, зовсім не обов'язково володіти телепатичними здібностями, можна використовувати «смачні» слова і вирази. Використовуючи які, можна домогтися того, що певні страви і напої з меню стануть для гостей більш привабливими[4].

Тренер-консультант, автор підручників для працівників ресторанів, співвласникHendrick'sbar и TrueBurgerBar Олександр Мусатов, розкриваючи методи продажів в ресторанах, вказує на інструменти налагодження більш тісного контакту з Гостем, не порушуючи його особистого простору: «Говоріть мовою Гостя. Використовуйте той темп мови, який прийнятний для Гостя. Вживайте ті слова, якими користується сам Гість. «Підлаштовуйтеся» під той рівень гучності, який комфортний для Гостя. «Відбивайте» поведінку Гостя»[5].

Види продажів, види технік активних продажів, які найчастіше використовуються в закладах ресторанного господарства:техніка активного слухання;техніка яскравої презентації страв із використанням мови користі; техніка презентації із застосуванням «Смачних слів»; техніка «Крос-селінг»; техніка «Принцип Штирліца»; техніка «Альтернативна пропозиція»; техніка «Вибір без вибору, або альтернативне питання».

Продаж, пов'язаний з пропозицією означає допомогти гостям зробити правильний вибір, який принесе їм найбільше задоволення. Це означає, що слід рекомендувати найкращі страви і напої з меню, які б гості в даний момент побажали, допомогти їм вибрати ті страви і напої, які сподобалися б їм найбільше.

Пропозиція-продаж – це не що інше, як рекомендація (ні в якому разі не «нав'язування») фірмових страв, закусок, гарнірів, десертів і напоїв. Пропонуючи певні страви і напої з меню, демонструється, що вони варті того, щоб гості про них почули і заплатили за них.

Офіціант, який володіє техніками активних продажів та застосовує їх, рекомендує гостям спеціальні страви ті, які задовольнять потреби конкретного гостя; контролює ситуацію і все, що робить. Може продати страву, яку потрібно закладу, усвідомлює, що кожен пункт меню може приносити багато прибутку.

Активні продажі мають бути легкими і непомітними, інакше гості відчують тиск та заклад їх втратить назавжди.

Гість – людина, яка приносить гроші вашого закладу. І вже одне це робить його думку законом. Занадто нав'язлива пропозиція якої-небудь страви дає привід для сумніву і недовіри[5].

Отже, застосування офіціантами технік активних продажів в процесі обслуговуваннязбільшує середній чек в закладі, дозволяє максимально задовольнити потреби гостя через встановлення його потреб, дозволяє впливати на замовлення гостей як по кількості страв та напоїв так і по найменуваннях їх.Офіціанти-продавці мають певні особисті якості для подальшого професійного росту.Застосування постійних пропозицій-продажів сприяє появі позитивної усної реклами закладу, яку доносять кожному гостеві, активно продаються нові позиції меню.Навчений персонал зможе продати будь-яку позицію меню, а це піднімає рівень сервісу, оптимізує роботу виробництва та складського господарства. Щоб офіціанти ефективно застосовували методи продажів слід їх навчати, мотивувати та стимулювати до цього.

Список використаних джерел:

1. Мостова Л.М., Новікова О.В., Ракленко І.М. Організація обслуговування в ресторанному господарстві: підручник. Харків: Світ Книг, 2018. 657
2. Новікова О.В., Радченко Л.О., Вінніченко К.П., Льовшина Л.Д., Пивоваров П.П., Чубар Л.І., Організація харчування та обслуговування туристів на підприємствах ресторанного господарства: Навчальний посібник. Харків: Світ Книг, 2018. 411 с.
3. Інна Дворська «Стратегічне управління продажами». *Ресторатор.* 2019/7-8. С.51-53.
4. ДжимСалливан, Фил Робертс.Сервіс, який продає: https://www.twirpx.com/file/453266 (дата звернення: 15.04.2020).
5. Олександр Мусатов «Методи продажів в ресторані». *Журнал «Ресторатор»* https://www.restorator.ua/post/metodi-prodazh-v-restorae дата звернення: 17.03.2020).

УДК 640.4

Березівська Надія
викладач вищої категорії,
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль

SMM В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Конкурентоздатність і розвиток закладів ресторанного господарства значною мірою залежать від ступеня присутності в Інтернет-середовищі. Глобальна інформаційна економіка ставить нові вимоги до сфери маркетингу, і цифровий маркетинг стає необхідним та затребуваним інструментом ведення бізнесу, у т. ч. ресторанного.

Безсумнівно, сьогодні соціальні мережі є одним із найефективніших способів промоції практично будь-яких товарів і послуг. Порівняно з іншими методами він має чимало беззаперечних переваг починаючи від ефективних інструментів відбору цільової аудиторії за різними економічними, віковими, освітніми, професійними, статусними, психографічними, поведінковими, територіальними та багатьма іншими критеріями і закінчуючи відносно низькою ціною та широкими можливостями застосування будь-яких нестандартних способів промоції. Очевидно, що й ресторанний бізнес у цьому контексті не є винятком, хоча він доволі специфічний. Від усіх інших його відрізняє висока конкурентність, необхідність вузького сегментування, сильна залежність від іміджу і репутації. Для успішного розвитку закладу ресторанного господарства, крім очевидних дій на кшталт підвищення якості обслуговування, страв та ін., дуже важливо налагодити канали інформування потенційної цільової аудиторії та канали отримання зворотного зв'язку.

Тепер переважна більшість Інтернет-користувачів є власниками багатьох акаунтів у різноманітних соціальних мережах [1]. На початку 2020 року найпопулярнішими соціальними мережами в Україні є Facebook (58% від усіх респондентів), YouTube (41%),

Instagram (28%) і Telegram (14%). Про це свідчать дані опитування компанії Research & Branding Group.

Далі зі значним відривом йдуть ВКонтакте (7%), Одноклассники (6%) і Twitter (5%), а найменш популярною є Linkdn (1%). Найбільше українських користувачів цікавить розважальний і пізнавальний зміст. Тільки 36% використовують соцмережі, щоб дізнатися новини, а 60% користуються ними для спілкування з друзями [3].

У багатьох популярних соціальних мережах зареєстровано тисячі різноманітних закладів ресторанного господарства. Багато з них мають по декілька тисяч підписників, які є їхніми реальними чи потенційними клієнтами. Для закріплення таких людей у ресторанному закладі використовують механізми SMM (Social Media Marketing) – маркетинг у соціальних мережах – це просування товарів і послуг в соціальних мережах, блогах, групах, форумах, які сприймаються маркетингом, як соціальні медіа [2]. Основним елементом успішного SMM-маркетингу виступає грамотна стратегія, у межах якої необхідно заздалегідь спланувати маркетингові дії з промоції ресторанного закладу, його продуктів і послуг включно з можливими результативними варіантами розкрутки в соціальних мережах [1].

Завдання присутності ресторану будь-якого типу в соцмережах можна звести до двох: сформувати лояльну аудиторію, а також отримати прямий трафік в свій заклад - як онлайн, так і офлайн.

Якщо мова йде про сервіси, які здійснюють адресну доставку їжі, то тут складно применшити необхідність SMM для таких організацій. Їм просто необхідно по максимуму використовувати всі можливі канали, які дають можливість залучати відвідувачів на сайт, в групи, спільноти і т.д., де можна оформити замовлення онлайн. При цьому вони мають можливість відстежувати ефективність усіх заходів, що проводяться. Для цього використовуються різні кодові слова, мітки або колл-трекінг.

Однак маркетингова активність в соцмережах необхідна і офлайн-закладам. Все більше користувачів вибирає ресторан після вивчення відгуків про нього і перегляду сайту, а скоріше, офіційної сторінки закладу. Оцінити ефективність social media як каналу залучення для офлайн-закладів складніше, але можливо.

Для цього варто використовувати різні промокодом, які публікуються тільки в соцмережах, або розповідати про акції тільки на своїх сторінках. Можна також визначити, який саме з онлайн каналів (або яка з майданчиків в якій мережі) найбільш ефективний за рахунок маркетингових активностей, що відрізняються всередині кожного з каналів.

Дозволити собі відмовитися від онлайн-присутності сьогодні можуть тільки заклади ресторанного господарства, у яких є монопольні переваги. Наприклад, їдальня при університеті. Не залежно від якості сервісу і кількості страв у меню студенти через брак іншого варіанту йтимуть в цю їдальню.

Але навіть при такому розкладі все одно корисно мати свою групу або співтовариство в соціальних мережах, оскільки це дає можливість формувати лояльну цільову аудиторію. А така аудиторія готова адекватно реагувати на різні маркетингові ходи, причому в більшості випадків робити це абсолютно безкоштовно. Передплатники в такому випадку будуть вельми успішно рекламувати заклад. Навіть якщо вони і будуть вимагати винагороду, то зазвичай вони коштують копійки. А користь від їх дій буде набагато більше.

SMM-просування для ресторанів тим більше актуально в період кризи, коли популярність різних акцій і систем знижок зростає.

Не менш важливим напрямком, ніж ведення сторінок у соцмережах, є робота з блогерами. Організація заходів спеціально для блогерів - це хороша стратегія для генерації позитивних відгуків про заклад або боротьби з негативними відгуками. На таких заходах ресторан може безкоштовно погодувати блогерів, розповісти про страви і кухні і попросити їх замість залишити чесні відгуки - сподобалося чи не дуже.

Останнім часом все більшої популярності в інтернеті набирає відеореклама. Однак не всі гравці ресторанного бізнесу можуть собі дозволити знімати рекламний відеоролик. Але

при цьому ніхто не забороняє використовувати більш доступний альтернативний варіант соціальних відео-форматів Stories в Фейсбук або Instagram Live [4].

Ресторанний бізнес - ідеальний кандидат для просування через соцмережі. Люди позитивно реагують на рекламу громадського харчування, і такі рекламні кампанії, якщо вони грамотно вибудовані, зазвичай отримують високий CTR і хорошу конверсію в броні столиків.

Отже, сучасні клієнти ресторанних закладів звикли знаходити всю необхідну їм інформацію в Інтернеті: тут до їхніх послуг не тільки сайти безпосередньо ресторанних закладів, а й різноманітні тематичні сайти, такі як каталоги ресторанів, кафе, барів, форуми, сайти відгуків про ресторанний заклад та ін. На різних Інтернет-ресурсах клієнти ресторанних закладів можуть прочитати важливу для них інформацію і навіть одразу замовити стіл чи послугу, здійснивши онлайн-бронювання. Переважаючим трендом маркетингових комунікацій ресторанних закладів є активне використання засобів Інтернету, і якщо раніше це були сайти та таргетована реклама та банери, то сьогодні це активна присутність у соціальних мережах, співпраця з популярними блогерами, крауд-маркетинг, мобільні додатки тощо. Аудиторія соціальних мереж із кожним роком невпинно збільшується. За оцінками експертів, регулярно їх використовують майже 30 млн. осіб, до того ж час, проведений у них, із кожним роком збільшується. Оскільки сьогодні соціальні мережі – це не тільки інформаційно-розважальний майданчик, місце для спілкування та обміну, а й ефективний спосіб промоції, то помітно зросло їх значення для ресторанного бізнесу, де дуже велике значення мають імідж і репутація. Водночас рівень довіри до інформації, отриманої із цього джерела, набагато вищий. Усе це дає власникам ресторанного бізнесу відмінні можливості для просування свого закладу і його послуг у соціальних мережах. Попри вищезазначене, значним пластом невирішених сьогодні як теоретичних аспектів, так і практичних рекомендацій залишається питання особливостей та сучасних інструментів використання соціальних мереж як маркетингового важелю для популяризації та формування конкурентних рейтингів ресторанних закладів.

Список використаних джерел:

1. Іванова Л.О., Вовчанська О.М. Соціальні мережі як чинник посилення впливу маркетингу на лояльність клієнтів ресторанних закладів. URL: http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2019/2019_2/8.pdf
2. Ожерельева Е.М. Эффективность SMM как коммуникационной технологии // Бенифициар. 2016. №3 (3), с. 6-8.
3. Українці назвали найпопулярніші соціальні мережі. URL: https://www.rbc.ua/ukr/news/ukraintsy-nazvali-samye-populyarnye-sotsialnye-1582734412.html
4. SMM для громадського харчування: як просувати ресторани в соцмережах. URL: https://vc.ru/flood/32688-smm-dlya-obshchepita-kak-prodvigat-restorany-v-socsetyah

УДК 640.4

Грицишин Стефанія
викладач-методист,
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м.Тернопіль

ОСОБЛИВОСТІ ОФОРМЛЕННЯ МЕНЮ ЯК ОДНОГО З ВАЖЛИВИХ ЧИННИКІВ УСПІХУ РОБОТИ ЗРГ

«Меню – це не просто інструмент продажу, каталог ваших кулінарних ідей або спосіб запропонувати їх клієнтам. Меню – це наріжний камінь ресторанної справи. Зазвичай меню відсувають на другий план, віддаючи перевагу інтер'єру або оформленню вивіски. А його слід було б складати перш, ніж займатися обстановкою ресторану. Ординарний або оригінальний стиль, фольклорні костюми або елегантні мундири, люстри чи свічки – все залежить від меню», – саме таку головну роль відвів меню відомий італійський шеф-кухар Марціана Паллі у своїй книзі «100 ідей для досягнення переваги в конкурентній боротьбі» [2, 192].

Візитна картка ресторану, засіб реклами, маркетинговий інструмент продажів та концепція максимального прибутку ресторану – це сучасна характеристика професійного меню, розробкою якого сьогодні займається ціла галузь – «інжиніринг меню».

Під час створення меню творчого підходу потребує розробка концепції, дизайну, тексту, адже все це підкреслює стиль, загальну атмосферу, концепцію та рівень закладу ресторанного господарства. Професійно та грамотно підібрані страви, якісно оформлений друкований текст меню, вишукана обкладинка свідчить про елітність ресторану.

У закладах ресторанного господарства з помірними цінами витрати на оформлення меню можуть бути меншими, проте змістова частина повинна відповідати всім необхідним вимогам, у тому числі передбаченим Національним стандартом України.

Окрім того, меню повинно бути: – зрозумілим і доступним; – логічним; – технологічним для кухні; – відображати максимальні можливості ресторану; – відображати спеціальні пропозиції, розраховані на аудиторію ресторану [1,104].

Один із базових принципів – складання змісту меню. Отож, яку мову, який стиль, який шрифт використовувати, якими словами краще всього описати страви?

Швейцарські дослідники стверджують, що курсив, приміром, асоціюється з якістю. А шрифт, яким написана назва вина на пляшці, впливає на задоволення від напою. Те саме вино, розлите в пляшки з різними етикетками, смакувало споживачам більше, якщо його назву надрукували закрутистим, важким для читання шрифтом. Округлі шрифти, переконаний Чарльз Спенс, споживачі часто асоціюють із солодкуватим смаком, а загострені – із солонуватим, кислим або гірким [3].

У меню інжинірингу опис – найпотужніший спосіб впливу на клієнтів, який здатний підвищити продажі на третину. Тут можна виокремити кілька правил.

1. Опис страви не повинен бути коротким. Чим він довший, тим більша ймовірність, що гості його прочитають і зацікавляться стравою з огляду на те, що про неї можна так багато сказати. Втім, якщо меню сповнене надто розлогих, багатослівних описів, то це може означати, що ресторан просто набиває собі ціну.

Професор обчислювальної лінгвістики Ден Джурафскі зі Стенфордського університету, проаналізувавши назви та ціни 650 тисяч страв у 6500 меню, з'ясував – чим довше слово, яким описується страва, тим дорожче вона коштує. Кожна літера, яка збільшувала середню довжину слова, в описі страви підвищувала її ціну на 18 центів і вартість в очах клієнтів. «Якщо ви просто напишете «Нью-йоркський стейк 43 долари», страва буде здаватися надто дорогою. Але якщо ви напишете цілий абзац про якість та походження її інгредієнтів, а також про давні традиції рецепту, ціна вже здаватиметься більш виправданою», – пояснює професор [3].

2. Опис повинен викликати певні емоції. Здебільшого люди купують речі лише через емоції, які вони викликають, навіть якщо це не підкріплено логікою. На вибір клієнта позитивно впливають бренди в назві страв, ностальгічні вислови, як-от «домашній» або «старий, добрий». Приміром, «Яблучний пиріг як у бабусі» викликає більше емоцій, ніж просто «Штрудель», «Оселедець по-домашньому», ніж просто «Оселедець». Порція патріотизму та родинного затишку теж впевнено збільшує продажі.

3. Опис має відзначатися багатством, яке передбачає використання якомога більше епітетів, синонімів….. Прикметники: вишуканий, ніжний, тонкий, насичений, пікантний,

багатий та інші ненав'язливо рекламують страву. Тому в меню вони коштують дорожче, ніж просто іменники. До прикладу, «ніжний медовий пляцок, змащений густим сметанковим кремом; подається з медово-карамельними сотами». Проте не варто вживати слова з сильним емоційним забарвленням. Прекрасний, дивовижний, чудовий – всі вони звучать надто рекламно. Слід уникати складних, занадто розумних або маловідомих слів, щоб не збити гостей з пантелику («Шпундра! Така, як діди їли», «Крутий гайзи-бубел з м'ясцем») .

4. В описі повинні бути «смачні» слова. Читаючи інформацію про страву, гість відразу ж повинен її уявляти. Варто робити акцент на зовнішньому вигляді, смаку, текстурі та методі приготування. Особливо цікавим і ефективним є останній пункт, адже приготування – єдине, чого ми не бачимо, а лише можемо собі уявити.

Наприклад. Ресторан «Фата-Моргана» запрошує Вас спробувати традиційну французьку страву «Фуа-гра під соусом із лісових ягід». Вона має неповторний ніжний вишуканий смак і аромат та закохує в себе з першого шматочка. Ця страва споконвіку належала до числа елітних, скуштувати її могли тільки обрані. Фуа-гра (*фр. foie gras «жирна печінка»*) готується з гусячої або качиної печінки. У гусячій печінці ніжний вершковий смак, а качина печінка має більш насичений смак. Колір може бути від світло-рожевого до світло-жовтого.

При складанні та оформленні меню ресторанів високої кухні назви повинні бути написані на двох мовах, щоб іноземні гості почували себе впевнено. Крім того блюда високої кухні найчастіше іменують на французький манер, уникають зменшувально-пестливих конструкцій.

Цікавим рішенням в оформленні основного меню може бути видання фірмової газети, журналу або альбому. Вони легко читаються та подають перелік страв в незвичайній формі. Додавання цікавих відомостей та анекдотів робить меню фірмовою родзинкою закладу.

Не менш важливу роль у меню відіграють й кольори. Зелений зазвичай асоціюється з натуральними та свіжими продуктами, а помаранчевий стимулює апетит. Червоний колір привертає увагу. За допомогою нього шеф-кухар може позначити ті страви, продаж яких є найвигіднішим.

Щодо грошових знаків у меню, то менш болісно сприймається цифра без позначення валюти, а ще краще – якщо ціна записана словами.

Великий ефект має й порядок страв у меню. Експерти радять розбивати меню на окремі розділи, кожен з яких має містити не більше семи позицій.

Що стосується фотографій страв, то слід пам'ятати, що вони добре «працюють» тільки, якщо на аркуші розміщено одне фото. І все ж апетитні зображення їжі (food porn) відіграють дедалі більшу роль з переходом ресторанного бізнесу в цифрову епоху. Ми дедалі частіше замовляємо їжу в інтернеті через смартфони або інтерактивні дисплеї за столом. Електронні меню дають більше можливостей продемонструвати красу їжі за допомогою відео чи анімації. Таке меню є аналогом паперового, який дозволяє ресторатору в будь-який момент легко додати або виключити з асортиментного переліку необхідну позицію.

На ефективний дизайн меню і вивчення психології клієнта ресторанна індустрія роками витрачає мільярди доларів. Але можливості, які відкриває четверта промислова революція - просто величезні. Можна припустити, що майбутнє – за e-Menu.

У січні 2019 року *у Львові* відкрили *новий ресторан* «Дуже висока кухня», головна особливість якого – відсутність меню та офіціантів. Замість того, щоб обирати страви зі списку, гості спілкуються з кухарем, який допомагає визначитися із замовленням. *З ним* обговорюють очікувані інгредієнти та спосіб приготування страви, а також розмір порції та ціну. Відсутність меню дає змогу кухарям балансувати між тим, чого хоче гість, і тим, що йому можуть запропонувати, кажуть у «Дуже високій кухні». Ймовірно, у майбутньому така форма обслуговування в ресторанах теж матиме місце.

Отже, меню – це основа ресторану, від якого безпосередньо залежить його успіх. Розробка структури меню – процес творчий і непростий, який вимагає вкладення максимуму

логіки і фантазії. Проте, з метою підвищення рівня обслуговування гостей, пошуку нових постійних клієнтів, збільшення продажу сучасна ресторанна індустрія запроваджує нові форми контактів з відвідувачами.

Список використаних джерел:

1. Малюк Л.П., Балацька Н.Ю.Інноваційні ресторанні технології. – Х: 2012. – 104 с.
2. Палько Н.С. Інноваційні підходи до створення меню у закладах ресторанного господарства /Матеріали І Міжнародної науково-практичної конференції «Інновації, тренди та перспективи індустрії гостинності». –Л: ЛТЕУ, 2019. – 192 с.
3. Хитрощі ресторанних меню: як нас змушують замовляти… - Режим доступу: www.bbc.com

УДК 640.4

Струк Любов
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль
Науковий керівник: ***Яворська Галина***
викладач першої категорії

МОЛЕКУЛЯРНА МІКСОЛОГІЯ

Міксологія як мистецтво змішування напоїв широко розповсюдилася на початку XX ст., а XXI ст. стало народженням її нового напряму, науковий підхід якого відбився і у назві – молекулярна мікологія.

Однак, перші записи про міксологію велися ще в Середньовіччя. Саме в ті часи чаклуни і знахарі, ченці-алхіміки, придворні аптекарі і лікарі використовували процеси змішування для створення композицій з алкоголем. Результатом такої «середньовічної міксології» став продукт, відомий як лікер.

Засновниками молекулярної міксології стали Ніколас Кутрі – професор фізики і ЕрвеТіс, директор установи «Харчова наука і культура» при Французькій академії наук.

Бурхливий розвиток у міксології відбувся в останні п'ятнадцять років. Сам термін «молекулярна мікологія» з'явився в США в кінці XIX ст., але став активно використовуватися в 90-і роки XX століття в Лондоні.

Перший молекулярний коктейль був створений ще в 1840 році: це найпростіший приклад коктейлю – шаруватий напій. За рахунок різної густини шари не змішуються, що виглядає досить незвично.

Одним з перших молекулярних міксологів став бармен Тоні Когліару, який працював з ХестономБлюменталем у ресторані «*FatDuck*».

Різновиди молекулярних коктейлів: коктейлі-сфери, що «вибухають у роті», коктейльна ікра, їстівні коктейлі, різнобарвні багатошарові коктейлі, коктейлі, що нагадують гелеві лампи, коктейлі з піною та бульбашками, коктейлі з ароматом сигар, порошкоподібні коктейлі, коктейлі з завислими інгредієнтами в середині, желейні коктейлі, паперові коктейлі, тверді коктейлі, ароматизовані сфери льоду, стакани коктейлів, наповнені цукровою ватою

Коктейлі, створені шляхом молекулярного експерименту, являють собою дуже цікаві об'єкти, структура яких далека від класичного рідкого або пюреподібного стану

Вперше майстер-клас, присвячений вивченню молекулярної міксології, був проведений у 2005 році в барі «Хемінгуей», що знаходиться в паризькому готелі «Рітц».

Перший молекулярний коктейль представили публіці в 2005 році. Він називався «П'яне морозиво», з вигляду нагадував желе, складався з джина з тоніком і був приготований за допомогою рідкого азоту

Основні прийоми молекулярної міксології: обробляння напоїв рідким азотом, емульсифікація (створення емульсій), сферифікація (створення капсул з рідиною в середині), желювання (подача класичних коктейлів у вигляді желе), карбонізація (збагачення напоїв вуглекислотою і газифікація негазованих напоїв), а також новим і дуже популярним методом є вакуумна дистиляція, яка відкриває нові аромати напоїв за рахунок дистиляція при кімнатній температурі.

Широке впровадження молекулярної міксології залишається під великим питанням. Оскільки, революційні прориви відбуваються, в основному, на стику наук, у цій області цілком можна чекати чогось радикально нового. Цікавим явищем може стати, наприклад, синтез «молекулярних» технологій і принципів здорового харчування. У міру розвитку коктейльної культури цілком можуть з'явитися бари, які спеціалізуються саме на «високотехнологічних» напоях.

Список використаних джерел:

1. Молекулярнаямиксология — актуальный синтез знаний, таланта и опыта // Журнал HoReCa. – 2014. – № 4 (06). – С. 6-7.
2. Ростовський В.С. Барна справа: підручник / В.С. Ростовський, С.М. Шамаян. – К.: ЦУЛ, 2015. – 398 с.
3. Архипов В.В. Барноедело. Технологияпродукции и обслуживание в барах / В.В. Архипов, Е.И. Иванникова. – К.: ЦУЛ, 2016. – 240 с.
4. MolecularMixology – Gels, Paper, Caviarandmore! [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bit.ly/zfsylO>.

УДК 640.4

Яворська Галина
викладач першої категорії,
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль

АГРОТУРИЗМ - ОСНОВНИЙ ЕЛЕМЕНТ ЗАЛУЧЕННЯ ТУРИСТІВ У СІЛЬСЬКУ МІСЦЕВІСТЬ

Серед європейських держав Україна відзначається найбільшим розмаїттям ландшафтних комплексів, значним історико-культурним, етнічним та генетичним надбанням і саме тому раціональне використання туристично- рекреаційного потенціалу України слід розглядати як один із дієвих шляхів розв’язання проблем її економічного розвитку, стабілізації екологічної ситуації та забезпечення належного рівня і якості життя населення. Незважаючи на існуючий потенціал, який часто залишається невикористаним, в Україні досі відомі широкому загалу лише традиційні види туризму (міжнародний і внутрішній курортний). А відпочинок у селі, про який і піде мова у цій статті, який активно розвивається в усіх країнах Європи, лишається на початковому етапі розвитку.

Основою сільського зеленого туризму є саме селянин і його побут. Селянин запрошує у свій дім: людину з міста, подивитися на сільськогосподарське виробництво (як готують домашнє масло, особливий сир, ковбасу); людину творчої, розумової діяльності, подивитися на майстерність ремісника (як робиться дерев’яний посуд, як плететься домоткане вовняне покривало); іноземців, подивитися на особливості національних традицій та культури [3].

В Україні агротуризм лише починає зароджуватися у той час, коли у США та Європі він розвивається вже понад 35 років.

Щороку цей напрямок стає все більш популярним, цьому сприяє глобальна урбанізація суспільства. Міські жителі все частіше шукають можливості втекти від шуму мегаполісів та забрудненого повітря

Для власників ферм агротуризм — це можливість створити додаткове джерело доходу для підтримки рентабельності свого господарства. Окрім цього це гарний рекламний хід для покращення продажів продукції. Наприклад у Європі, цей напрямок приносить фермерам до 70% доходів. Багато хто з власників відокремлюють сільський туризм у окремий бізнес.

Найчастіше сільський зелений туризм як додаткова діяльність на селі являє собою форму діяльності сільськогосподарської ферми або двору. Отже, він тісно пов'язаний із сільським господарством. Як приклад, можемо відзначити, що найбільш успішні агрооселі у розвинутих західних країнах паралельно займаються сільськогосподарською діяльністю, або ця діяльність і є головною для агрооселі. Саме сільське господарство в агрооселі є однією з атракцій для туристів. При цьому вони можуть взяти участь у ній. Для України, де велика частина населення, що проживає у містах, має родичів у селі або періодично навідується у сільську місцевість, така атракція, певна річ, не є найголовнішою, але для деяких жителів великих міст це є все ж актуальним і такою можливістю не слід нехтувати [1].

Найбільш цікавими для туристів є не дуже важкі чи "брудні" види діяльності ферми або селянського двору, наприклад, догляд за дрібними тваринами або збір фруктів. Також туристів можуть зацікавити різноманітні тварини на фермі, що поширені тільки у певному регіоні або зустрічаються нечасто (наприклад, норки). Дуже цікавою для деяких туристів є пасіка та процес виготовлення меду; риболовля.Україна має гарний потенціал у розвитку сільського туризму. У селах нараховується близько 200 тисяч садиб, які могли би стати місце для сільського туризму. За оцінками експертів цей напрямок може приносити до 500 млн гривень доходу на рік.

Зелений туризм – корисний як для відпочиваючих, так і для господарів –багатьох пов’язаних з ним галузей економіки. Розвиток сільського зеленого туризму селян, сільських громад, регіонів і держави в цілому, сприяє розвитку спонукає до покращення благоустрою сільських садиб, вулиць, в цілому сіл, а також стимулює розвиток соціальної інфраструктури [3].

Особливо сприятливі умови для розвитку сільського зеленого туризму створюються на територіях національних і ландшафтних парків, зокрема Вижницький Національний парк, де існує можливість поєднати повноцінний відпочинок з пізнаванням природничого та історико-культурного потенціалу регіону. Важливим результатом розвитку сільського зеленого туризму є розширення можливостей реалізації продукції особистого підсобного господарства, причому реалізації її на місці, і не як сільськогосподарської сировини, а як готових продуктів харчування після відповідної обробки і приготування. Досвід показує, що ті сім'ї, які приймають відпочиваючих, вдосконалюють і структуру посівів на присадибних ділянках з урахуванням потреб гостей, розширюють асортимент овочевих культур, фруктових дерев, ягідників тощо; розвивають і урізноманітнюють присадибне тваринництво, заводять тепличне господарство і т.д. Розвиток сільського зеленого туризму спонукає до покращення благоустрою сільських садиб, вулиць, сіл в цілому; стимулює розвиток соціальної інфраструктури. Звичайно, на перших порах приймання і обслуговування відпочиваючих відбувається на базі існуючого житлового фонду з використанням місцевих рекреаційних та інфраструктурних ресурсів. Але з певним надходженням коштів від цієї діяльності ті, хто нею займається, починають робити вкладення у поліпшення комунального облаштування житла, вулиць; об'єднаними зусиллями добиваються зміни на краще.

Агротуризм – вид сільського зеленого туризму, як пізнавального, так і відпочинкового характеру, пов'язаний з використанням підсобних господарств населення, або земель сільськогосподарських підприємств, які тимчасово не використовуються в аграрній сфері. Цей вид може не мати обмежень в завантаженості на територію і регламентуванні видів розважального відпочинку:

4. відпочинковий (відпочинок на селі). Базою його розвитку є капітальний житловий фонд на садибах господарів та наявні природні, рекреаційні, історико-архітектурні, культурно-побутові і інші надбання тієї чи іншої місцевості;
5. екотуризм – науково-пізнавальний вид сільського зеленого туризму, характерний для сільських місцевостей і сіл, розташованих у межах територій Національних парків, заповідних зон, природних парків тощо, де передбачено відповідні обмеження щодо навантажень на територію та регламентовано види розважального відпочинку;
6. цільовий – вид сільського зеленого туризму, який має риси чітко визначеної мети перебування. Базою його розвитку є капітальний житловий фонд – садиби господарів та наявні надбання конкретної місцевості такі, як специфічна кулінарія, виноробство, вирощування та догляд за худобою (особливо – вівчарство та перебування на полонинах) тощо [2].

Агрооселя – основний засіб розміщення туристів у сільській місцевості. Особливістю таких засобів розміщення є село з його мальовничою природою, особливими принадами та гостинними жителями, а також веденням традиційного господарства. Сільські поселення становлять значну частину населених пунктів усвіх областях України, в яких проживає 32% населення. Тож одним з найперспективніших напрямів розвитку туристичної галузі області є сільський туризм.

Таким чином, на основі вище проаналізованого основними напрямками розвитку сільського зеленого туризму України мають стати: створення сприятливих умов для отримання податкових пільг та кредитів для власників агросадиб, рекламування послуг сільських господарств, випуск різноманітних путівників, поширення різноманітних видів агротуристичного бізнесу, у тому числі курортна спеціалізація сільського зеленого туризму.

Список використаних джерел:

1) Пінчук Т.А. Науковий вісник УжНУ. Серія «Економіка». - Випуск 28. – 2009. – С. 49-53.Основи маркетингу сільського туризму // Туризм сільський зелений (спецвипуск) – 2002. – № 2. – С. 23-30.

2) Туристична бібліотека. Розвиток сільського зеленого туризму в Україні 2002-2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/roshko.htm.

3) Зелений туризм та сільський зелений екотуризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/categorv

УДК 640.4

Леськів Назарій
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м.Тернопіль
Науковий керівник: ***Грицишин Стефанія***
викладач-методист

ПРОФЕСІЙНА КУЛЬТУРА ПРАЦІВНИКІВ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ

У сучасних умовах розвитку, коли Україна стає на шлях реформування, туристична галузь займає провідне місце. Готельне господарство є однією з важливих та динамічних складових туристської індустрії. Відповідно особливої актуальності набувають питання розвитку індустрії гостинності.

Поняття «індустрія туризму та гостинності розглядається як єдине ціле, оскільки туристи – це споживачі, які мають величезні потреби, що залежать від різних чинників. Індустрія гостинності – це одна із складних та комплексних сфер, в якій завдяки зусиллям працівників задовольняються різні потреби клієнтів та споживачів послуг. У цій індустрії поєднуються різні види людської діяльності: відпочинок, харчування, туризм. Гостинність

стала невід'ємною частиною туризму, яку вимагають усі споживачі туристичних послуг» [3, 281].

В умовах розвитку туристичної сфери замовники, держава та інші зацікавлені сторони зосереджують значну увагу на культурі та якості обслуговування у закладах туристичного спрямування. На законодавчому рівні затверджено стандартизовані вимоги до якості товару та послуг. Питання підвищення культури та якості обслуговування постає не тільки перед великими, брендовими закладами, але й перед малими готельно-ресторанними підприємствами.

Тому на сучасному етапі розвитку гостинності, постає питання професійної культури працівників готельної індустрії, її практичного застосування, що дозволить підвищити соціально-економічну ефективність підприємства. Актуальність даної теми постає дуже гостро, адже в усіх індустріях гостинності існує проблема високої професійної культури, етичності персоналу, культури спілкування з клієнтами, відповідального ставлення до роботи і колективу.

Професійна культура – це збірне поняття, котре включає в себе культуру спілкування, культуру поведінки, культуру обслуговування, корпоративну культуру, бездоганний зовнішній вигляд. Це система цінностей, переконань, вірувань, уявлень, очікувань, символів, а також ділових та професійних принципів, норм поведінки, стандартів [1].

Професійна культура в сфері обслуговування має певні відмінності від професійної культури фахівців інших галузей, оскільки, насамперед спрямована на обслуговування споживачів та задоволення їх потреб.

Професійна культура в сфері обслуговування це ступінь досконалості процесу обслуговування споживачів у психологічному, етичному, естетичному, організаційно-технологічному та інших аспектах. Зазвичай професійна культура в сфері гостинності вміщує в собі не тільки культуру поведінки, етикет, манери, але й власне професіоналізм фахівця, його ділові та особисті якості.

Людський фактор в індустрії гостинності відіграє провідну роль, є важливим ресурсом підприємства, визначає взаємовідносини – між працівником і клієнтом. Під час відбору персоналу, що контактує зі споживачами, особливої ваги набуває професійне володіння технологіями ділового спілкування. На цьому, а також на вивченні соціальної психології, етики, ділового етикету з широким використанням ділових ігор і тестів, базується підготовка готельного персоналу.

Готель надає послуги вітчизняним та іноземним гостям. Тому неухильним правилом для персоналу є поважне відношення до будь-яких культурних традицій і способу мислення, а також готовність до спілкування. Гордістю будь-якого готелю є персонал, здатний говорити різними мовами і справляти добре враження на гостя рівнем своїх знань і гнучкістю спілкування.

Метою обслуговуючого персоналу є створення відкритої, дружньої атмосфери, тому, звертаючись до гостя по імені, будь-який працівник готелю зможе домогтися його прихильності. Гості і співробітники повинні будувати свої відносини на взаємній повазі, стаючи рівноправними діловими партнерами.

Уміння слухати є ще одним із головних критеріїв культури обслуговування. Адміністратори, покоївки на поверхах повинні бути виключно уважні до клієнта. Слухати – справа складна. Продуктивне спілкування можливе тільки при наявності у співрозмовників почуття взаємоповаги.

Професійна майстерність готельних працівників визначається високою культурою обслуговування, куди входить і тактовність, і доброзичливість, і знання психології, і вміння дотримуватися норм міжнародного етикету та багато іншого. Найдієвіший і ефективний спосіб створення культури обслуговування полягає в тому, щоб встановити стандарти обслуговування, навчити персонал, контролювати постійне і неухильне виконання стандартів обслуговування. Тому важливо: постійно здійснювати навчання та підвищення

кваліфікації персоналу; дотримуватись вимог санітарних та інших служб; здійснювати контроль за діяльністю всіх служб готелю; швидко реагувати на проблеми клієнтів; розвивати та пропагувати український сервіс на світовому ринку готельних послуг [2].

Справжній професіоналізм спирається на такі моральні норми як обов'язок, діловитість, організованість, коректність, витримка, чесність, вимогливість до себе і своїх колег, пристойні манери, відповідальність за свою працю.

Особливе значення при зустрічі гостей в готелі має стиль обслуговування. Кожен співробітник готелю повинен внести свій внесок у формування в гостей хорошого враження від відвідування готелю.

Саме такий рівень обслуговування є гарантією успіху і конкурентоздатності на ринку готельних послуг. Кожен член колективу готелю стає єдиним цілим з тими послугами, що надає готель.

Проте сьогодні гості прагнуть отримати також й інші послуги та види обслуговування. З метою підвищення якості та культури обслуговування клієнтів, а також конкурентоздатності на світовому ринку готельних послуг, підприємства повинні мати не тільки високий рівень комфорту, але й широкий спектр додаткових послуг, різноманітність і асортимент яких постійно б розширювався.

Асортимент надання додаткових послуг залежить від категорії готелю: чим вища категорія підприємства, тим більшу кількість послуг воно може запропонувати своїм відвідувачам.

Корпоративна культура, як і організаційна, тісно переплітається з культурою обслуговування у готельному бізнесі, а також формує її. Відповідно, оцінювання проблем, рівня та якості у корпоративній культурі сприятиме вдосконаленню культури обслуговування у підприємстві.

Вимоги до підвищення корпоративної культури підприємства повинні бути сформовані топ-менеджерами зрозумілими поясненнями та тезами у відповідних документах..

Співробітники готелю є важливим елементом загального іміджу готелю. Зовнішній вигляд персоналу відбивається на професійному іміджі закладу в цілому, тому дуже важливо, щоб зовнішній вигляд працівників був бездоганним. Зі свого боку готель сприяє тому, щоб забезпечити своїх співробітників зручним і красивим одягом та іменним значком. Акуратний і підтягнутий зовнішній вигляд є відображенням почуття власної гідності і професійної відповідальності по відношенню до готелю і її гостей.

Сама природа готельного бізнесу вимагає консервативності в одязі і зовнішньому вигляді. Співробітники готелю повинні бути завжди одягнені зі смаком.

Професійна культура працівників сфери гостинності, включає також здібності до постійного навчання і самоосвіти. Працівник який прагне до вдосконалення своїх здібностей та вмінь, в подальшому сприятиме розвитку і створенню позитивного іміджу готельного підприємства.

Отже, якість обслуговування відвідувачів та збільшення прибутків в закладах готельної індустрії залежить від злагодженої діяльності персоналу, їх організаційної та корпоративної культури, а також від якості продукції та послуг.

Список використаних джерел:

1. Культура обслуговування у закладах готельно-ресторанного бізнесу. – Режим доступу: www / rusnauka.com

2. Коломієць М.С. Професійна культура працівників сфери гостинності./. Східноєвропейський університет економіки і менеджменту. – Режим доступу: http: // Studfile.net

3. Мазур В.С. Індустрія гостинності – ефективний інструмент розвитку туристичного бізнесу. / В.С.Мазур // Журнал європейської економіки. – 2015. – т.14. - №3. – с.273-286

УДК 640.4
Марців Андрій
ЛПК ГТРС
Львівський професійний коледж готельно-туристичного та ресторанного сервісу
Науковий керівник: ***Трохим Г. М.,***
спеціаліст вищої категорії, викладач-методист

ІННОВАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ ІНДУСТРІЇ

Харчування – важлива складова готельно-ресторанної індустрії. На сучасному етапі значна увага приділяється багатьом складовим: якісні харчові продукти, їх поєднання; сучасні технології і особливості оформлення.

Розглянемо ці тенденції у кількох напрямах:

- застосування локальних продуктів;
- нова сировина – новий вектор української кухні;
- функціональні продукти;
- харчова синергія.

Локаворство (англ. Locavorism, англ. Locavores) - вживання тільки місцевих продуктів, вироблених неподалік.Це, по суті, класичне харчування за географічним принципом.Прибічники цього руху вживають у їжу виключно продукти місцевого виробництва. Однак локавором може себе вважати і той, хто в цілому дотримується принципу сезонності і харчується продуктами, що ростуть на території його країни чи регіональної полоси – так, у Києві, чорноморські мідії чи карпатський мед також можна вважати локальними продуктами.

Плюси для здоров'я. При такому підході до харчування відпадає необхідність додавати у продукти консерванти та інші речовини, що подовжують термін придатності і покращують їх зовнішній вигляд. А принцип сезонності, що лежить в основі локаворства, дає можливість відмовитись від вживання ненатуральних продуктів, які були вирощені за технологіями генної інженерії. Важливо також враховувати, що багато привізних фруктів знімають з гілок ще нестиглими, щоб вони дозріли в дорозі – а це не може не позначитись на їхніх смакових і поживних якостях. До того ж, лікарі і дієтологи в один голос стверджують, що їжа, яку виростили в середовищі нашого проживання, є більш корисною і легкою для засвоєння, ніж продукти із віддалених регіонів. Чому, наприклад, для нас, українців, шкідлива пальмова олія? Саме тому, що у нас не ростуть пальми, і ми не звикли до цього продукту, на відміну від звичайної рослинної олії.

Плюси для екології.Локаворство робить свій вклад у збереження чистоти навколишнього середовища: на транспортування місцевих продуктів йде набагато менше пального, а отже в атмосферу потрапляє менше шкідливих викидів, ніж при довготривалому транспортуванні.

Плюси для смаку. Сезонність – це слідування природному циклу природи, воно передбачає, що восени на столі мають з'являтися горіхи, груші, яблука, сливи, гарбуз, та селера, взимку – різноманітні крупи, буряк, морква,цибуля, часник, обліпиха, айва, а також соління (ферментовані продукти), варення і сухофрукти, восени – різноманітна зелень, салати і редиска, а влітку – свіжі фрукти, ягоди та овочі. Безліч наймодніших страв можна приготувати із найпростіших продуктів: так, смузі можна готувати і з моркви, і з селери, і з буряку! А з гарбуза, шпинату чи зеленого горошку вийде яскравий суп-пюре!

З метою пропагування здорового харчування, інноваційних тенденцій розвитку харчових технологій, для збільшення смакового досвіду, слід пропонувати своїм відвідувачам сезонне меню: ромашкове желе з огірковою піною, мед з кульбаби, лимонад з петрушки, пиво з кропиви, борщ з карасями, сорбет із щавлю, мармелад із морепродуктів

тощо.Наразі ресторани намагаються презентувати свої авторські інтерпретації локальних продуктів.

Синергі́я (від грец. συνεργία — (грец. σύν) разом; (грец. ἔργον) той, що діє, дія) — це сумарний ефект, який полягає у тому, що при взаємодії двох або більше факторів їхня дія суттєво переважає ефект кожного окремого компонента у вигляді простої їхньої суми.Для того, щоб поживні речовини харчових продуктів краще засвоювалися, приносили максимальну користь, доцільно включати їх у страви в розумних комбінаціях. На сучасному етапі це називається «Х*арчова синергія»*. Ніякої магії тут немає – проста хімія. Активні речовини в одних продуктах стають каталізаторами реакції з речовинами інших і в результаті вивільняється така кількість корисних речовин, що не зрівняється з жодним мультивітамінним комплексом. Продукти поєднуються у страві за принципом квіткового букета таким чином, щоб вони взаємно посилювали і доповнювали один одного. Це і називається *законом харчової синергії*. Харчова синергія дозволяє природнім способом впливати на організм в різних напрямках і коригувати певні аспекти здоров'я. Наприклад, помідор + броколі, часник + риба, лимонний сік + листова зелень, цільні злаки + часник та цибуля, морква + волоські горіхи.

В українській кухні дедалі популярнішою стає нова сировина. Юрій Ковриженко одним із перших завів в Україні моду на їстівні квіти. Виявляється, пелюстки багатьох квіток не тільки красиві та запашні, а й їстівні, смачні та навіть корисні. Для приготування різноманітних страв, напоїв,їх *оформлення* використовують такі квіти: Нагідки (Календула), Бурачник (Огіркова трава), Настурція, Герань (Пеларгонія), Троянди, Фіалки, Маргаритки, Квіти кабачків, Гладіолуси, Волошки тощо.

Не меншою популярністю користується в українській кухні *дари лісу – ягоди, гриби* і *трави*. *Лісові ягоди* і плоди – це справжнє джерело вітамінів, мінеральних та інших речовин: антиоксидантів, барвних та ароматичних речовин, які надзвичайно позитивно впливають на організм людини. Особливо цінними є: Суниця, Брусниця, Журавлина, Чорниця, Ожина, Малина. Серед популярних*диких рослин*: Яглиця звичайна, Кропива дводомна, Кінський часник черешковий, Грицики звичайні, Морква дика, Кульбаба лікарська, Первоцвіт звичайний, М'ята. Попитом користуються*лісові гриби*: Білий гриб, Лисички, Маслюки.

Для збагачення харчового раціону використовують *функціональні продукти*. Це продукти, які крім основного завдання – харчування, впливають на психологічний або фізіологічний стан людини. Наприклад, можуть знижувати рівень холестерину, зміцнювати імунну систему, відновлювати мікробіологічний баланс травної системи, мають протизапальну дію. Функціональні продукти харчування можуть бути розроблені (із заданими функціями), а також можуть мати природнє походження. Серед них, наприклад, насіння і горіхи. Насіння: Соняшника, Гарбуза, Льону, Чіа, Кунжут, Кіноа та ін. Горіхи: Волоські, Фундук, Мигдаль та ін.

Сучасним трендом в ресторанній індустрії є використання *мікрозелені*(*мікрогрінів*), (англ. microgreen) — зелені городини, зібраної після пророщування до стану проростків, яка використовується як візуальний і смаковий компонент або інгредієнт в першу чергу в ресторанах вишуканої їжі. Мікрогрін має високу харчову цінність, низьку калорійність, може забезпечити різноманітність смаків: таких як солодкий чи пряний. Мікрозелень також відома різними кольорами та фактурами. Ресторатори використовують їїдля гарнірування і декорування холодних закусок та гарячих страв.

Список використаних джерел:

1. https://ru.m.wikipedia.org/wiki/Локаворство
2. https://zhyvyaktyvno.org/news/lokavorstvo-sezonne-menyu-na-vashomu-stol
3. https://uk.wikipedia.org/wiki/Синергія
4. https://life.pravda.com.ua/society/2016/08/10/216334/
5. https://instagram.com/ivan_the_fifth?igshid=1nu7nkau675h7

6. http://broshniv-lisgosp.com.ua/?p=6136
7. http://old.geology.lnu.edu.ua/phis_geo/fourman/Grybus%20in%20the%20our%20forests/mushr.htm
8. https://uk.wikipedia.org/wiki/Функціональні_харчові_продукти
9. https://uk.wikipedia.org/wiki/Мікрозелень

УДК 640.4

Яворська Галина
викладач першої категорії,
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль

ВЕЛНЕС КОНЦЕПЦІЯ В ГОТЕЛЬНІЙ ІНДУСТРІЇ

Wellness - це своєрідна система оздоровлення, що дозволяє досягти емоційної і фізичної рівноваги в умовах сучасного урбанізованого життя. Складовими цієї системи є помірне і комфортне фізичне навантаження, здорове харчування, комплексний догляд за шкірою, хороший відпочинок, оптимізм і позитивне мислення.

Асортимент пропонованих wellness-послуг дуже широкий і застосовуються вони в різних країнах по-різному. Так, в Америці філософію wellness використовують, головним чином, у сферах фізичної культури та косметології. В Азії, паралельно зі східними культурами руху, найбільш помітно розвивається сектор wellness, що займається красою та доглядом за тілом. В Європі концепція wellness відіграє найбільш помітну роль в туризмі тих країн, де є численні термальні джерела та купальні курорти. Нині в нашій країні wellness розвивається все стрімкіше. Крім спортивних клубів, салонів краси, SPA-салонів або фітнес-залів все частіше з'являються wellness-студії і wellness-центри. Не помічати wellness стає неможливо, тому готельєри не залишають без уваги цю тенденцію і все частіше збільшують комплекс послуг для гостей готельного підприємства не тільки за допомогою розширення додаткових послуг та розваг, але і за рахунок включання послуг загальнооздоровчого комплексу. Мова йде про симбіоз готельного бізнесу та індустрії краси і здоров'я, результатом якого є wellness-готелі та готелі з wellness-центрами [4].

Відомо, що поняття «wellness-готель» має західну термінологію та являє собою спеціалізоване готельне підприємство, що пропонує програми підвищення резервів здоров'я, в основі яких лежить принцип виявлення індивідуальних факторів ризику та їх корекція. Основна відмінність даного закладу розміщення від інших в wellness індустрії - це взаємозв'язок медичних (комплексна діагностика, медичні програми, лікарський контроль), естетичних (догляд за тілом), фізичних (активний відпочинок та індивідуальні програми фізичних тренувань) та психологічних (заняття йогою) процедур. В Європі гості висококласних wellness-готелів мають можливість обирати між сучасними та найдавнішими методиками оздоровлення, класичними і нетрадиційними рецептами медицини, їм пропонують індивідуально складену програму фізичних тренувань і, звичайно ж, повний комплексом послуг догляду за тілом. Відвідувачів цих готельних підприємствах залучають до занять йогою, пиття трав'яних чаїв, гартування і активного відпочинку на природі. У них з'являється шанс дізнатися про себе багато нового, відвідавши індивідуальні консультації спортивного тренера, лікаря-фізіотерапевта, косметолога, фахівців в галузі wellness-послуг.

Паралельно з неодмінними водними процедурами на SPA-курортах пропонуються безліч різновидів ручного масажу і послуги професійних східних масажистів, маски для обличчя і тіла, лімфодренаж, пілінги, обгортання, ароматизовані ванни тощо. При багатьох SPA-курортах працюють медичні центри, що спеціалізуються на лікуванні тих чи інших захворювань. Вони ж пропонують програми для вирішення таких проблем, як зайва вага, нервові розлади, а також послуги естетичної хірургії. У багатьох центрах складають

спеціальні спа-меню, продукти для яких добирають лікарі-дієтологи. Клієнти одержують збалансовані за живильними елементами страви і худнуть, не відчуваючи голоду.

Отже, основними SPA-процедурами поліфункціонального SPA-курорту є:

- душ Шарко - струменевий душ;
- перлові аромованни (масаж здійснюється пухирцями повітря, що пропускається через воду, в яку додають водорості чи ефірні олії);
- камерні ванни (місцеві ванни для рук і ніг з метою поліпшення кровообігу і знеболювання);
- гідромасаж - підводний масаж різноспрямованими струменями повітря і води (у багатьох центрах у воду додають ефірні олії);
- водоростелікування - аплікації з подрібнених підігрітих водоростей;
- грязелікування - аплікації лікувальних грязей;
- масажі - спеціалізовані (місцеві, загальні) та східні з ароматичними й лікувальними оліями;
- лімфодренаж - ручний масаж, що поліпшує лімфообіг;
- ендермологія - механічний масаж із застосуванням вакууму;
- пресотерапія - поліпшення відтоку крові і лімфи під дією підвищення тиску в спеціальному “чоботі”;
- світлотерапія - слабке ультрафіолетове опромінення;
- кріотерапія - аплікації холодного гелю для поліпшення кровообігу;
- стоунтерапія - масаж тіла за допомогою гарячих каменів базальтової породи і холодних з білого мармуру;
- кардіотренінг - дозовані тренування в залі тренажерів під керівництвом інструктора [3].

Сьогодні «spa» – це оздоровчий комплекс процедур з використанням води з лікувальними властивостями (мінеральної, морський, прісної), а також морських водоростей і солі, лікувальних грязей і цілющих рослин. Дія spa-процедур направлена на оздоровлення та релаксацію всього організму в цілому. Впливаючи через шкірний покрив, spa-компоненти активізують процеси обміну речовин, покращують кровообіг, виводять токсини і шлаки з організму, поліпшують загальне самопочуття і насичують організм життєвою енергією. «spa» – це комплексні оздоровчі або естетичні програми, технології і процедури з відновлення здоров’я і краси людини шляхом дії на всі 6 органів її відчуття: зір (природні інтер’єри і пейзажі), слух (композиція зі звуків і тиші, музика); нюх (аромати або їх повна відсутність), дотик (тепло, холод і тактильні дії); смак (баланс 4-х основних смаків: солодко-гірко-кисло-солоного); інтуїція або підсвідомість (формує кінцеве відчуття задоволеності і комфорту). Якщо «spa-туризм» (більш традиційний лікувальний, санаторно-курортний, медичний/клінічний) спрямований на подолання конкретних захворювань та реабілітацію або корекцію тіла, то «wellness» (оздоровчий) туризм є принципово новою течією, розрахованою на фізично і ментально здорових людей та спрямованою на підтримання загального здоров’я та соціального благополуччя. Щодо тенденцій розвитку spa і wellness туризму в країнах соціалістичного табору то лікувальний туризм тут набув оздоровчого забарвлення (основні доходи традиційні spa-заклади отримують від туристів, які піклуються про покращення свого вигляду, відпочинок, попередження захворювань тощо).

Сучасна велнесс-індустрія – це ціла галузь з масою принципово нових продуктів і послуг, яка бачиться спеціалістам найбільш багатообіцяючою в списку інших. Життя характеризується частими стресами, емоційним перевантаженням та гіподинамією. Сучасна людина потребує якісний та доступний профілактично-оздоровчий відпочинок, який на сьогоднішній день переважно представлений санаторіями, профілакторіями, spa-центрами та wellness-курортами [2].

Нині в Україні сформоване прагнення до природних методів лікування і збереження здоров'я. Ідея «wellness» як можливість природного оздоровлення прекрасно підходить до

стереотипів і потреб наших співгромадян. Все більше українці хочуть поєднувати відпочинок з оздоровленням і доглядом за зовнішністю, тому тема «wellness» сьогодні актуальна не тільки для фахівців індустрії краси та здоров'я, а й для тих хто займається інвестиціями, будівництвом, експлуатацією та управління готелями [1].

Список використаних джерел:

1. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. – Чернівці: Книги – ХХІ, 2008. – 300 с.
2. Круль Г.Я. Основи готельної справи. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 368 с.
3. Михайло Рутинський Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. 2008. - Вип.24. - С.298-306
4. Сокол Т.Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах – Альтерпрес. Підручник 2013. – 447 с.

УДК 640.4

Горішна Ганна
викладач-методист,
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль

РЕТРОСПЕКТИВА ЗАКЛАДАІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА МІСТА ТЕРНОПОЛЯ

Стаття присвячена порівняльному аналізу автентичних та сучасних закладів ресторанного господарства м.Тернополя. Проаналізовано заклади ресторанного господарства, що діяли у 80- х 90- х роках у місті Тернопіль.

*Ключові слова: ретроспектива, ресторанне господарство, заклади ресторанного господарства, кафе, ресторан***.**

Ресторанне господарство – це сфера громадської діяльності, що забезпечує харчування та надання послуг у сфері гостинності населенню. Заклади ресторанного господарства мають свій розвиток із глибокої давнини. Здавна заклади ресторанного господарства розміщували на торгових шляхах та у місцях з розвиненою торгівлею. Саме у Тернополі зустрічається широкий спектр закладів громадського харчування [1].

«Калина», «Росія», «Світанок», «Українська ніч», «Москва» – ці назви у сучасної тернопільської молоді, очевидно, жодних асоціації не викликають. Але колись це були модні і процвітаючі ресторани, разом із «Україною» та «Тернополем» – теперішніми патріархами закладів харчування нашого міста. Особливемісцезаймаєсеред них і «Хутір», якийдіяв як колись, так і тепер.Уже всі забули й про «Сніжинку» з «Вогником» та «Казку» з «Меридіаном» – дитячі та молодіжні кафе з молочними коктейлями за одинадцятькопійок та кавою за двадцятьшість.

За останні двадцять років на зміну їм прийшли зовсім інші заклади харчування – красиві, вишукані, стильно оформлені, з яскравими вивісками, елегантними вітринами і власними оригінальними фірмовими стравами. Загалом, тепер практично в кожному мікрорайоні, а особливо в Центрі, що не крок, – то піцерія, кафе абокав'ярня – на будь-який смак та гаманець.

Традиційнірадянськізакладихарчуваннябулирозраховані на широке коло відвідувачів, незалежновідзайманої посади, статусу, статків.

Кафе «Варенична» відкрили в Тернополі у 1958 році, і проіснуваловоно до 1994-го. Саметоді на йогомісцізаснувалиприватнепідприємство «Діана», а згодом там постав ресторан

«Європа». Головними з них були, звичайно, вареники, якихвиготовлялишість-вісімрізновидів, і пельмені. Окрімцього, в закладіпропонували бульйон, соки, пиріжки.

Різнобарвнимивітражнимивікнами, які доставили з Прибалтики, у 1970-80-тих роках виблискував на бульварі Карла Маркса (тепер – Тараса Шевченка) ресторан «Мрія». У його просторому залі були розміщені кабінки у вигляді дерев'яних бочок на вісім персон з дерев'яними лавами та чотиримісними дерев'яними столами, покритими бавовняними скатертинами, серветками.

В 1984 році на місці ресторану облаштували кафе «Пиріжкова», і замість одного залу тоді стало два. Харчувалисявідвідувачі як за столами, так і за стійками – хтодужепоспішав. Стінибулиоздобленікерамічнимитарілкамиіззображеннямзвичної на той час символіки – хліба, колосків, сонця. Діяла система самообслуговування

У центральнійчастинімістарозміщувався ресторан «Інтурист», більшевідомий як ресторан «Тернопіль» – як і готель, в приміщенніякогоцей заклад досізнаходиться. Ресторан «Тернопіль» користується великою популярністю і до сьогодні.

Також із відомих тодішніх закладів були наступні: кафе «Ласунка», ресторан «Галичина», кафе «Плай», кафе «Шоколад», ресторан «Максим», кафе «Космос», пиріжкова «ПАЖ», ресторан «Терасполь», кафе «Зустріч», «Муза» ресторан «Водограй», затишний заклад «Чайна» та ін..

Список використаної літератури:

1. М. П. Мальська, О. М. Гаталяк, Н. М. Ганич, Ресторанна справа, Київ «Центр учбової літератури» 2013 р., 6с.

УДК 338.488.2
Антонів А.Д.
Національний університет біоресурсів і природокористування України
м. Київ

НОВІТНІ ТЕНДЕНЦІЇ У СВІТІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

На сьогоднішній день ринок ресторанних послуг відрізняється більшою динамічністю, високою доступністю та рентабельністю, вміє чутливо реагувати на соціально – економічні чинники. Висока конкуренція, розвиток населення, поява нових форм обслуговування, економічні зміни зумовили розвиток ресторанного бізнесу. Для споживачів на даному етапі вже недостатньо простого споживання класично приготовлених продуктів, стандартного відвідування закладів ресторанного господарства, одноманітного обслуговування, невиразного, незмінного інтер'єр, тому з кожним роком з'являються нові тренди, нові захоплення, нові бажання у світі ресторанного бізнесу.

Як зберегти популярність закладу? Які новинки варто ввести в меню? Чим варто приваблювати та дивувати клієнтів? Що необхідно врахувати вже сьогодні, аби досягти успіху завтра? Запитання на які кожного разу потрібно давати відповіді аби не переживати за свій ресторан.

Сервіс – це важлива складова, яка завжди буде незмінна. Згідно із дослідженнями, якість сервісу є одним з важливих показників для відвідувачів. Кожен гість закладу хоче відчувати себе особливим, починаючи від моменту появи у дверях ресторану і закінчуючи словами «Гарного дня».

Миттєвий зв'язок Кожен ЗРГ (заклад ресторанного господарства) в сучасному світі має бути обов'язково представлений в соціальних мережах, і бути готовим розв'язувати будь – які питання в безперебійному режимі. Підписники, а відповідно і потенційні відвідувачі не завжди мають бажання шукати потрібну інформацію, тому їм простіше написати повідомлення, розмістити запитання на сайті, зателефонувати. Через що ресторатори повинні

налаштувати зручну і зрозумілу комунікацію про діяльність закладу. Однією з нових ідей є створення «віртуальних ресторанів».

Натуральність. Популярність натуральної їжі — тренд, який із кожним роком набирає обертів. Дедалі більша кількість ЗРГ не лише прагнуть використовувати натуральні продукти, але й шукають заміну тим, які містять занадто багато добавок та інгредієнтів. Одна з основних тенденцій сучасності – це винахід нових продуктів, для заміни тих, що спричиняють алергії, не сприймаються організмом людини.

Свідоме споживання. Людство почало звертати увагу на соціальні проблеми, зміну клімату, прогнозовану нестачу харчових продуктів. Значна частина суспільства прагне вплинути на катастрофічні зміни життя планети. Тож неможливо оминути і свідоме споживання, яке буде тільки розвиватися: зменшення кількості м'ясних продуктів, збільшення рослинного білка в раціоні, вживання продуктів без відходів. Сюди ж можна віднести і вегетаріанські страви, мигдальне та соєве молоко.

Монопродукти та локальні продукти. Вже сьогодні універсальних ресторанів стає менше, адже значно привабливішою буде пропозиція спеціалізованих закладів, які готують один вид продукту. Але роблять це ідеально. А ще краще, коли ці продукти локальні.

Культура переробки матеріалів. Ще одна тенденція сучасності, яка поширена в різних сферах діяльності – розвиток культури переробки відходів з максимальним переходом на екологічні види упаковки.

Впровадження робототехніки. Роботи в світі ресторанного бізнесу — це не далеке майбутнє, а сучасність. Вони поступово замінять працівників, як на кухні, так і працюватимуть у залах. Приміром, у деяких ресторанах уже впроваджені роботи, які готують певні види страв, з метою досягти однакової якості продукту для певної мережі.

Переосмислення дитячого меню. Класичне дитяче меню залишається в минулому. Для цих маленьких гурманів повинні бути органічні гамбургери, макарони з альтернативного борошна або рибні палички без шкідливих інгредієнтів.

Індивідуальний інтер'єр. Стильний інтер'єр ЗРГ у 2020 році — унікальний, з характером. Це мультилокальний простір, у якому поєднуються мистецтво й цифрові технології, незвичайні кольори та різноманіття фактур. З'являються функціональні меблі. Стають затребуваними натуральні матеріали: прозоре скло, найтонший фарфор, натуральні тканини.

Доповнена та віртуальна реальність. Оригінальні пропозиції на межі сучасних можливостей. Уже з'являються віртуальні бари на висоті пташиного польоту, де гостям пропонують в окулярах VR побувати на хмарах. Інші ресторатори використовують доповнену реальність, щоб розповісти про історію та технології створення закладу. Доповнена та віртуальна реальність стає основою концепції ресторанів та їхньою основною перевагою.

Диджиталізація. Вчимось ламати язик не тільки новими словами, але й новими уявленнями. Соціальні мережі стають обличчям бренду. Вони не лише інформують, а й обтесують оригінальний стиль бренду. Для того щоб завжди залишатись в полі зору, потрібні інтерактив та мультиформатність: інтерактивні промо з вікторинами, тести, спецпроекти онлайн та офлайн із зірками чи амбасадорами бренду, живі трансляції, челенджі, гейміфікація в розповідях..

Оптимізація світу під Instagram. Світ практично неможливо уявити без Instagram. Бізнес програє, якщо у ЗРГ не хочуть фотографуватись. Австралійське бюро Vale Architects випустило для цього гайд «Instagram Design Guide», який допомагає зрозуміти, як поєднати бізнес із цією соціальною мережею та зробити приміщення «інстаграмними». Тож увага прикута до деталей.

Мобільна оплата. У 2020 році здивувати мобільною оплатою, здається, майже неможливо. Але все-таки залишаються заклади, які не встигають за кроком у часі.

Популярність мобільної оплати буде зростати, зокрема, збільшиться необхідність у реалізації рішень для оплати за допомогою QR-коду.

Кожного дня ми живемо за правилами, які були написанні до нас. Що ж буде, коли ці правила напишемо ми? Надихайтесь, пробуйте, експериментуйте, навчайтесь, створюйте нове і цікаве, реалізуйте. Світ завжди буде потребувати якісного, різноманітного, та сучасного.

Список використаної літератури:

1. Гінда М.І. Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції "Актуальні проблеми економіки та управління в умовах системної кризи" (м. Львів, 29.11.2016 р.). - Львів: МАУП, 2016. - Ч.1. - 360 с. - С.301-306.
2. «Для ресторанів та кулінарних фанів» - [Електронний ресурс] - https://blog.metro.ua/

УДК 005.95/.96

Розбицька Т.В.
аспірант кафедри стандартизації та сертифікації с.-г. продукції
Сухенко В.Ю.
д. т. н., професор,
завідувач кафедри стандартизації
та сертифікації с.\г. продукції
Національний університет біоресурсів і природокористування України
м. Київ

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ЕЛЕМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

На сьогоднішній день корпоративна культура відіграє важливу роль в системі управління персоналом підприємства і розглядається як стратегічний інструмент, що дозволяє орієнтувати усі його підрозділи та усіх працівників на загальні цілі, підвищувати ініціативу, забезпечувати відданість загальній справі, полегшувати спілкування. Більшість труднощів, які виникають в стратегічному управлінні персоналом здатний вирішити ефективний мотиваційний механізм, що має діяти на підприємстві. Корпоративна культура як його основа сприяє встановленню “стратегічної налаштованості” працівників, що призводить до підвищення продуктивності їх праці та до оптимізації стратегічного управління в цілому [6].

Корпоративна культура у системі управління підприємством має розглядатися як стратегічний інструмент, що дає змогу орієнтувати усі його підрозділи та усіх працівників на загальні цілі, підвищувати ініціативу персоналу, забезпечувати відданість загальній справі, полегшувати спілкування. [2].

Корпоративна культура – це система колективно поділених цінностей, переконань, традицій і норм поведінки працівників. Вона виражається в символічних засобах духовного і матеріального оточення людей, що працюють у даній організації. [3]

Важливою складовою дослідження корпоративної культури підприємства є визначення її структурних елементів, типів, механізму формування та ролі в процесі корпоративного управління.

Компонентами корпоративної культури є:

- Прийнята система лідерства,
- Стилі вирішення конфліктів,
- Діюча система комунікації,
- Положення індивіда в організації,

- Прийнята символіка: гасла, ритуали.

Завдання, які вирішуються в ході розвитку КК:

- Ефективне впровадження змін будь-якого типу: усунення опору з боку персоналу та мотивація на досягнення результату;

- Згуртування управлінської команди: єдине уявлення про місію та стратегії компанії;

- Формування лояльності у персоналу компанії; - Якісний підбір нових співробітників;

- Організаційний порядок: приймається на всіх рівнях управління, регламент поведінки в різних ситуаціях, виробнича дисципліна, культура відносин з клієнтами та колегами;

- Гармонізація психологічного мікроклімату в компанії [5].

Ознаки корпоративної культури, які допомагають зрозуміти її сутність:

1) Усезагальність – полягає в тому, що корпоративна культура охоплює всі види дій організації: управлінських, виробничих, технологічних, процедурних, структурних.

2) Неформальність – вона не має офіційного й законодавчого врегулювання; не підлягає строгому нормотворенні, отже складно піддається оцінці за допомогою тільки кількісних параметрів.

3) Стійкість, що пов'язують із традиційністю, яка властива культурі в цілому, оскільки пройшовши певний процес становлення, корпоративна культура породжує традиції, сталі для певного періоду життєвого циклу організації.

Роль корпоративної культури в механізмі управління організацією проявляється через систему всіх її складників: функцій, елементів, типів, потенціалу тощо, які будуть описані в наступних параграфах.

Корпоративна культура існує в будь-якій компанії – з моменту появи організації і до самого кінця – незалежно від того, створюється спеціальна служба для роботи з нею чи ні. Грамотне ж управління корпоративною культурою надає саме позитивний вплив на бізнес компанії. Зокрема, воно дозволяє скорочувати витрати, причому не тільки на підбір персоналу, але й, наприклад, на зовнішній PR: співробітники, що є провідниками філософії компанії у зовнішній світ, знімають частину функцій з департаменту, який займається PR-політикою організації. Компанія з грамотно розвиненою корпоративною культурою користується великим авторитетом на ринку і приваблива як для потенційних співробітників, так і для партнерів по бізнесу та акціонерів.

Досягнення важливої мети корпоративної культури – підвищення трудового потенціалу приводить до зростання компетенції персоналу, яке означає зростання прибутковості організації в цілому [4].

Ефективність системи управління персоналом визначається ступенем досягнення поставленої мети. Причому ця мета повинна відображати не тільки вирішення економічних проблем, але і чинники мотивації, соціального клімату та інші компоненти корпоративної культури.

Висновки. Отже, корпоративна культура розглядається як головний механізм, який забезпечує практичне підвищення ефективності роботи підприємства. Враховуючи всі позитивні сторони корпоративної культури, можна сказати, що формування її високого рівня для сучасних підприємств повинне стати однією з найважливіших стратегічних цілей ефективного управління.

Список використаної літератури:

1. Башук Т.О., Жолудєва А.М. Доцільність формування корпоративної культури на підприємстві / Т.О. Башук, А.М.Жолудєва // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – No 2. – С. 179-184.
2. Дубяга В.Ф. Организационная культура российскогопредприятия / Дубяга В.Ф., ПолосинА.В., Тиунов А.А. Монография. – М., 2007. – 220 с.

3. Кирилюк В.В. Корпоративна культура як важлива складова ефективного управління персоналом промислового підприємства // Актуальні проблеми управління персоналом та економіки праці: зб. матеріалів IV Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів, молодих учених ЖДТУ [Електронний ресурс] – Режим доступа: http://eztuir.ztu.edu.ua/id/eprint/4336
4. Корпоративна культура: Навчальний посібник / [Г. М. Захарчин, Н. П. Любомудрова, Р. О. Винничук, Н.В. Смолінська] / Під загальною редакцією Г. М. Захарчин. – Львів. – 2011. – 345 с.
5. Міхов Л. І. Сутність та зміст корпоративної культури / Міхов Л. І. // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2015. – №3(31). – С. 42–46.
6. Тимцуник В.І., Бєлова О.І. Корпоративна культура як основа формування мотиваційного механізму у стратегічному управлінні підприємством / В.І. Тимцуник, О.І. Бєлова // Науковий вісник академії муніципального управління. – 2011. – N 2.

УДК 331; 338

Федишин Ірина
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м.Тернопіль

РЕЦЕСІЯ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ: ВИКЛИКИ ТА ЗАГРОЗИ

Глобалізаційні виклики, можливості та загрози, які з нею пов’язані, змінюють спосіб роботи підприємств, зокрема тих, які працюють в готельно-ресторанному бізнесі. Нестабільність світової соціально-політичної ситуації, економічні кризи та повільне відновлення впливають на розподіл, виробництво товарів та послуг, наявність доступу до необхідних ресурсів. Більше того, різні сегменти ринків вимагають різних моделей та підходів до задоволення потреб споживачів. Організаційні зміни часто є наслідком зовнішніх сил. Інші зовнішні сили, що провокували зміни, такі як нові технології, закони та нормативні акти, а також потреби громади та бізнесу, були основними чинниками, що підштовхували зміни в програмах реагування та відновлення, інструментах планування та в підходах до менеджменту взагалі.

Сьогодні менеджери готельно-ресторанного та туристичного бізнесу стикаються з невідомим, стосунками з іншими адміністративними рівнями та/або іншими країнами та/або міжнародними організаціями, зменшенням потенціалу центральної влади через децентралізацію, з новими суб'єктами з різними підходами, постійним контролем з боку ЗМІ та громадян через соціальні медіа, з більш високими вимогами та очікування громадян.

Світова гтельно-ресторання індустрія є під впливом сфери індустрії подорожей та туризму - галузі, яка внесла 8,81 трлн доларів США у світову економіку у 2018 році.

Глобальний коефіцієнт наповненості (частка загальної кількості наявних номерів, які зайняті чи орендовані в даний момент часу) готелів у більшості регіонів зросла за останні п’ять років (2013-2018 рр.). Європа мала найвищий рівень наповненості у 2018 році - 72,4 %, за ним слідує Азіатсько-Тихоокеанський регіон із 70,6 %. У тому ж році Близький Схід та Африка були найдорожчим регіоном у сфері готельного бізнесу із середньодобовою оплатою 140,97 дол. США. Найдешевшим регіоном за останні п’ять років (2013-2018 рр.) був Азіатсько-Тихоокеанський регіон[1]. Розмір ринку світового готельного господарства з 2014 по 2018 рік показано на рисунку 1.

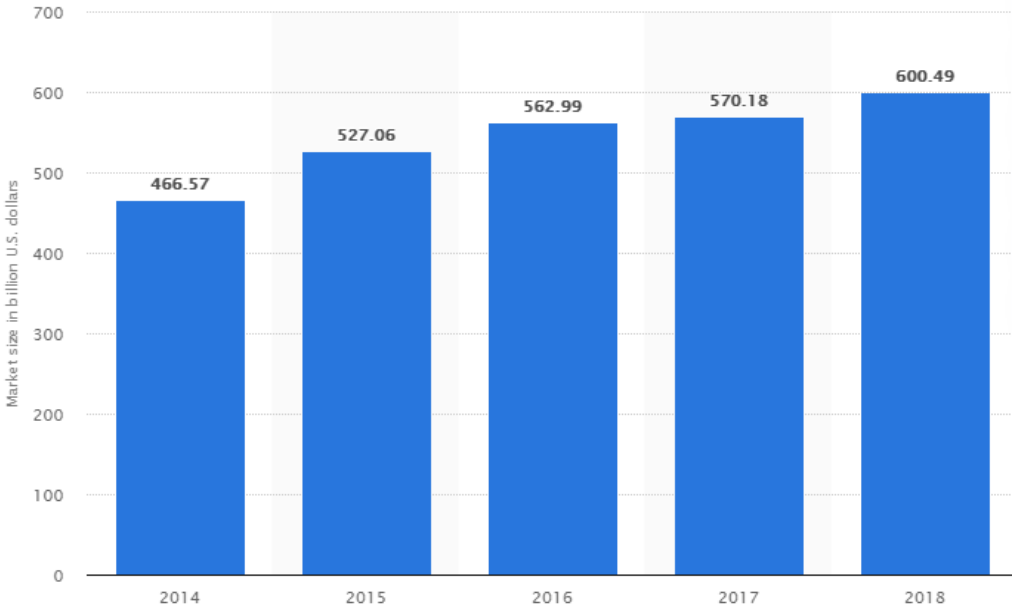


Рисунок 1. Розмір ринку світового готельного господарства за період 2014-2018 рр., млрд.дол.США[1]

Центральна та Східна Європа (ЦСЄ) стала привабливим ринком для розвитку готельної справи. Зростання подорожей до країн Центральної та Східної Європи збільшило прибутковість готелів та зробило регіон гарячою точкою для інвестицій. За п'ятирічний період з 2013 по 2017 роки трансакції готелів лише в Чехії оцінили в понад мільярд євро. Рівень заповнення готелів у Східній Європі зростав швидше, ніж в інших частинах Європи, і незабаром може бути нарівні з рештою континенту. Незважаючи на те, що середньодобові темпи наповнення готелів все ще значно нижчі у Східній Європі у порівнянні із Західною та Цетнральною, потенціал регіону очевидний. Очікується, що пропозиція готельних номерів зросте в кількох ключових столицях у 2020 році, включаючи Прагу, Будапешт та Варшаву [2].

Показники наповненості готелів можуть коливатися на певних ринках у пікові періоди подорожей. У США цей час, швидше за все, буде липнем, коли рівень наповненості готелів часто перевищує 70 відсотків. Якщо проаналізувати коефіцієнти наповненості, чітко видно вплив глобальної рецесії 2008 року на готельну індустрію. У 2009 році рівень наповненності впав у кожному регіоні світу. США виявилися найбільш постраждалими від рецесії, а чисельність зайнятості знизилася до 54,7%, а в інших регіонах вдалося залишатися вище 60% за рік.Якщо проводити оцінку сьогоднішнього стану, то можна провести певні паралелі. Так, прогнозищододіяльності сфери готельно-ресторанного бізнесу вже засвідчуютьпро значні фінансові втрати через пандемію коронавірусу (COVID-19). Оцінка експертів, враховуючи сценарій, в якому надзвичайна ситуація триватиме до 1 жовтня 2020 року, показує, що індустрія гостинності буде значно пошкодженою спалахом COVID-19. Прогнози засвідчуютьпро втрати у цьому секторіу сумі приблизно 17,4 млрд євро у 2020 роцілише в Італії [3].

Суть антикризового управління зосереджена на заходах, що застосовуються до, під час та після кризи. Антикризове управління - це процес, що складається з чотирьох послідовних етапів: запобігання кризам, підготовка до кризи, реагування на кризи з боку бізнесу та реконструкція (та оцінка застосованих антикризових заходів).Антикризове управління підприємством слід розглядати як одну із специфічних систем контролю, пов'язаних з управлінням фінансово-господарською діяльністю підприємства, його фінансовою стабільністю та платоспроможністю.

Сьогодні світові компанії, що працюють у сфері гтельно-ресторанного бізнесу, управляють декількома ланцюгами поставок не тільки для доставки товарів вчасно, але для

задоволення різноманітних потреб клієнтів та постачальників, пов'язаних із цінами та упаковкою, зокрема первівши всі бізнес-процеси в онлайн режим.

Надійна стратегія виживання підприємства в кризових умовах може провокувати розвиток, будуючи взаємовідносини з клієнтами за допомогою відповідних блогів, кейсів, електронних книг, інфографіки та інших корисних ресурсів. Після того, як ця довіра будується за допомогою взаємодії в Інтернеті, підтримуються продажі.Це вимагає від компанії безкоштовних консультацій, демонстрацій, оцінок або іншихмаркетингових пропозицій. Для створення всього цього контенту потрібен час, і для підвищення рівня вмісту організації в результатах пошуку потрібен високий рівень знань. Моніторинг даних показує, як новітні технології, закони, преса, політичні діячі, громадяни та природне середовище впливають на внутрішні операції компанії. Тому саме даний вектор взаємодії підприємств індустрії гостиності має на даний час бути пріоритетним.

Список використаних джерел:

1. Marketsizeoftheglobalhotelindustryfrom 2014 to 2018. URL: https://www.statista.com/statistics/247264/total-revenue-of-the-global-hotel-industry/

2. Hotel market in Central and Eastern Europe - Statistics & Facts. URL: https://www.statista.com/topics/5180/hotel-market-in-central-and-eastern-europe/

3. Estimated loss of tourism expenditure due to the impact of coronavirus (COVID-19) in Italy in 2020, by sector(in million euros). URL: https://www.statista.com/statistics/1105700/loss-of-tourism-expenditure-due-to-impact-of-coronavirus-in-italy-by-sector/

УДК 640.4

Лапичак Наталія
ДНЗ «Чортківське ВПУ»
м. Чортків

ЛІД – ОСНОВНИЙ СУПУТНІЙ КОМПОНЕНТ У ПРИГОТУВАННІ ЗМІШАНИХ НАПОЇВ

Актуальність теми: ефективність методів викладання сприяють кращому засвоєнню учнями навчального матеріалу,розширенню знань, зацікавленість учнів до обраної професії.

Харчовий лід - це окремі крижинки у формі кубиків або циліндрів. Виробляється льдогенераторами з очищеної, фільтрованої води. Харчовий лід застосовується як охолоджуючий наповнювач в алкогольних і безалкогольних напоях, коктейлях, соках. .

На переробних підприємствах харчової промисловості та в закладах громадського харчування інтенсивно використовується лід у різноманітних його формах. Тому для того, щоб забезпечити наявність льоду в достатній кількості, широко використовуються промислові льодогенератори. Оптимальною для льоду є температура -15 -20 градусів.

Основні види льоду :

Лід колотий отримують розколюванням великих кусків. Його використовують для виготолення напоїв великими порціями. Куски повільно тануть і забезпечують тривале охолодження напою.

Лід-фіз - це фігурнй лід різних розмірів, який оримують за допомогою льодогенераторів (кубики, кульки, порожні сфери). Різні форми льоду роблять напої різоманітними.

Лід-коблер отримав свою назву від змішаного напою " коблер", для якого він використвується. Це лід у вигляді великого кристалічного граду або снігу діаметром 2-4 мм. Він швидко охолоджує напій. Отримують його за допомогою спеціалних фрезерних, електричних або ручних льододробилок.

Лід Фрапе (дрібно колений лід "краш айс") - це строганий або мілкодробленний лід. Використовується для приготування коктейлів з фруктами, крюшону, ігристих коктейлів "ФРАПЕ", "Мохіто" і інших напоїв, які потрібно пити через соломинку. Його отримують із льододробилок. Використовують для приготування напоїв фрапе.

Коктейльний лід має вагу 5-15 г різних форм, його призначення - охолодити посуд подавання та напій у процесі змішуваня. Отримують його за допомогою льоденератора або формочок.

Лід-сік отримують, отримують розвівши сік водою і заморозивши його у формочках. Може використовуватися для виготовлення фруктових сорбетів і крюшонів.

Лускатий лід - це сухий переохолоджений лід, з товщиною лусок 1-2 мм і температурою -6-12°С. Виробляється в льдогенераторах. Лусковий лід дозволяє давати швидкий і інтенсивний морозильний ефект за рахунок низької температури льоду. По суті, – це сухий лід пятипроцентної вологості, який, завдяки великій поверхні дотику, відмінно охолоджує продукти.

Фруктовий лід. У кожне відділення форми для приготування льоду налити воду і додати промиті й просушені ягоди.Поставити форму в морозильник до повного застигання води. Ягідні кубики можна використовувати для охолодження смузі та соків.

Список використаних джерел:

1. Оробейко Е.С., Шредер Н.Г. Організація обслуговування: ресторани і бари: посібник.М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2006.
2. https://www.youtube.com/watch?v=FgG2zbutEJY
3. https://www.youtube.com/watch?v=9TQoCFS2_O0

УДК 640.4

Андрунів Марія
ДВНЗ "Тернопільський коледж
харчових технологій і торгівлі",
Науковий керівник: ***Крукевич Людмила***
к.п.н.,директор ДВНЗ "Тернопільський коледж
харчових технологій і торгівлі"
м. Тернопіль

ІННОВАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ

Розглянуто тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні, визначено основні напрямки розвитку та інноваційна політика готелів і ресторанів.

Готельне і ресторанне господарство є важливими складовими індустрії гостинності. Водночас підприємства цієї сфери з одного боку, є одними із засобів високоліквідного використання капіталу, а з іншого – середовищем із високим ступенем

конкурентоспроможності. У всьому цивілізованому світі підприємства готельного та ресторанного господарства є одними із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, тому заклади та підприємства ведуть між собою постійну боротьбу за сегментацію ринку; за пошук нових та за утримання постійних споживачів їхньої продукції та послуг. Усі заклади та підприємства повинні мати високий рівень конкурентоспроможності, основу якого формують інновації та ефективна реалізація інноваційної стратегії та політики підприємств. Але прийняття управлінських рішень керівниками й фахівцями готельних і ресторанних підприємств не регламентоване, методична база оцінки ефективності інновацій і управління інноваційною діяльністю найчастіше відсутня, що утрудняє інноваційний розвиток ресторанного бізнесу. Також одним із головних завдань, останнім часом, залишається діагностика ринку ресторанних послуг і визначення основних тенденцій його розвитку, які

сприяють відкриттю підприємцями нових можливостей для розвитку бізнесу. Усе це говорить про необхідність проведення відповідних наукових досліджень.

Дослідження тенденцій розвитку готельно-ресторанного бізнесу показує, що компанії, які зробили інновації частиною свого життя, створюють нові або заново відкривають старі ринки, продукти, послуги й моделі бізнесу, що, у свою чергу, веде до ще більш швидкого росту. Особливих успіхів готельне і ресторанне господарство досягло за останні 30 років за рахунок впровадження ефективних систем управління з використанням інновацій. За 90 роки XX та перші роки XXI століть готельне і ресторанне господарство відчули на собі суворі вітри економічних реформ, приватизації та криз. Але, не зважаючи на усі економічні негаразди, підприємства мають стійку тенденцію до зростання. В Україні споживачі готові залишати в закладах ресторанного господарства мінімум 4,5 млрд. доларів США на рік. За останній час кількість закладів зросла у 4-5 разів і ця тенденція продовжується. Усвідомлення актуальності та значущості інноваційних змін на сучасному етапі розвитку України привертає до цієї проблеми інтерес багатьох науковців. Дослідження учених стосуються розроблення національної інноваційної моделі розвитку, оцінювання і мобілізації інноваційного потенціалу країни, підвищення інноваційної активності вітчизняних підприємств, зокрема і підприємств готельно-ресторанного бізнесу. У ресторанному господарстві спостерігається стійка тенденція розвитку тематичних ресторанів, зокрема на основі кулінарних традицій різних країн. Спостерігається також стійка тенденція переміщення послуг з організації споживання продукції та обслуговування споживачів із залів закладів ресторанного господарства до робочих місць (офіси, установи); місць відпочинку; місць святкування ювілеїв та інших святкових подій; до домівки. Ця послуга має назву у міжнародній індустрії гостинності «catering». Послугу з «кейтерингу» здійснюють не тільки заклади ресторанного бізнесу (ресторани, кафе, бари), а також і фірми, створені на базах ресторанів.

Аналіз досвіду розробки та впровадження або використання інновацій у бізнесі показує, що для активізації інноваційної діяльності останнім часом за умов несприятливого зовнішнього впливу слід ретельно оцінювати ефективність інноваційних проектів, проводити маркетинг нової продукції і послуг, застосовувати нові методи управління та ін.

Таким чином, основні тенденції готельного і ресторанного бізнесу охоплюють напрями інноваційної політики підприємств (впровадження нових технологій, техніки, вдосконалення продукції і послуг, застосування нових управлінських рішень) і враховують сучасні форми здорового харчування, безпеки і відпочинку населення. Наведені вище рекомендації сприяють активізації та розвитку інноваційної діяльності підприємств галузі.

Список використаних джерел:

1. Бузько І. Р. Стратегічне управління інвестиціями та інноваційна діяльність підприємства : монографія / І. Р. Бузько, О. В., Г. О. Голубенко. – Луганськ : СНУ ім. В. Даля, 2002. – 176 с.

2. Менеджмент ресторанного господарства: навч. посіб. /Г. Т. П'ятницька [та ін.] ; за заг. ред. Г. Т. П'ятницької. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – 373 с.

3. Даційй О. І. Розвиток інноваційної діяльності в агропромисловому виробництві України / О. І. Даційй – К. : ННЦ ІАЕ, 2004. – 428 с

УДК 640.4

Горішна Оксана
керівник стейк хаусу «Beef&Pizza»

ЯКІСТЬ. СЕРВІС. ІННОВАЦІЇ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ ТА СФЕРІ ПОСЛУГ

2020 рік приніс низку кризових подій, найперше - це поширення COVID-19, спад економіки зокрема. У зв'язку з поширенням пандемії та впровадженням карантину ресторанний бізнес у класичному розумінні зазнає занепаду.

Під час карантину 62% ресторанів припинили свою роботу, а з кожним тижнем відсоток працюючих компаній зменшується. Ресторани змушені шукати нові шляхи для реалізації продукції та роботи загалом.

70 % працівників залишилися без роботи, а ті, хто працює частково змінили сферу своєї діяльності!

На даному етапі заклади працюють у наступних форматах:

- доставка готової їжі у місце призначення;
- доставка напівфабрикатів для приготування ресторанної їжі;
- take away- тобто візьми з собою (самовивіз);
- переформатування ресторанів у магазини, м'ясні лавки, магазини напівфабрикатів та інше.
- за період карантину впали продажі та загалом знизився середній чек. Для часткового вирішення цієї ситуації слід використовувати:
- маркетингові ходи у соціальних мережах, тобто формування вигідних пропозицій, застосування TARGET;
- покращити якість сервісу прийому замовлень;
- чітко сформувати стандарти прийому замовлення з одночасним налагодженням комунікацій із замовником!
- покращити умови та швидкість доставки;
- продукт, що доставляється повинен максимально зберігати свої властивості, використання відповідного упакування та інвентарю, що буде сприяти ефективному транспортуванню до замовників.
- застосовувати емоційний сервіс.

Важливим фактором є не лише доставка, а необхідно перевершити очікування! Яким чином можна цього досягти? Одним із прикладів - у кожну доставку додавати смачне безкоштовне печиво з цікавим упакуванням, деякі ресторатори у доставку додають рукавички або ж медичні маски! Важливо за бажанням замовника (адже ми дбаємо про збереження навколишнього середовища та мінімалізації використання пластику)додавати прибори з антисептичними серветками або іншими засобами дезінфекції рук;

-одним із найважливіших факторів є дотримання санітаних норм ХАСП, що убезпечує та мінімалізує ризики потрапляння вірусу.

Замовник повинен довіряти Вам та продукту, що ви виготовляєте!

Враховуючи перспективи виходу із карантину закладам ресторанного господарства буде не просто, адже гості ресторанів повернуться не так швидко і у не тій самій кількості! Багато кого буде лякати перспектива використання приборів, інвентарю загального вжитку, відкривання дверей загального доступу ітд. Тому завданням рестораторів зменшити контакт із загальнодоступними засобами: використання одноразового посуду, антибактеріальних серветок та засобів, часте прибирання з дез засобами, розміщення дезінфекційних засобів на видних місцях, збільшення торгових площ та зменшення скупчення гостей. Актуальним буде використання DIGITAL меню та меню ONLINE зі смартфонів.

Список використаних джерел:

1. https://www.restorator.ua

УДК 640.4

Ковбаса Іванна

ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»

м.Тернопіль
Науковий керівник: ***Стець Ольга***
майстер виробничого навчання

ФЬЮЖН-КОНЦЕПЦІЯ В СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Готельно-ресторанний бізнес є головним фактором і основною складовою туристичної інфраструктури, відіграє провідну роль у презентації вітчизняного туристичного продукту на світовому ринку туристичних послуг. Ця сфера в комплексі туристичних послуг світового господарства розвивається швидкими темпами і в перспективі може стати найбільш важливим сектором туристичної діяльності.

Стан готельно-ресторанного бізнесу впливає на розвиток індустрії туризму загалом, створення туристичних послуг, інші ключові сегменти економіки - транспорт, будівництво, зв'язок, торгівлю та ін. Таким чином, створення ефективного готельно-ресторанного бізнесу відіграє важливе значення як один з пріоритетних напрямів структурної перебудови економіки України.

Готельно-ресторанний бізнес - це основна складова туристичної індустрії. Готельно-ресторанний бізнес містить цілий комплекс послуг для туристів і є ключовим чинником, що визначає перспективи розвитку туризму. Туристичні послуги, зокрема в межах готельного обслуговування, належать до соціально-культурних послуг. Вони створюються на принципах сучасної гостинності, що підвищує їхню роль у розвитку вітчизняного туризму, а також зумовлює необхідність професійної підготовки кадрів для туристичного і готельного сервісу. Для успішного вирішення комплексу завдань з обслуговування гостей, управління закладами із збереженням міцних конкурентних позицій необхідно оволодіти професійними знаннями і постійно їх вдосконалювати.

Стиль Фьюжн, як експериментальний стиль, почав своє існування в 90-х роках минулого століття. Відкинувши аскетизм мінімалізму і раціональність конструктивізму, вітаючи злиття різних стилів і напрямків в дизайні , він стрімко увірвався в третє тисячоліття.

Сучасний стиль, як результат впливу і взаємодії різних культур, традицій і технологій, дозволяє змішувати все в усьому, досягаючи гармонії між неоднорідними предметами та елементами. Не заперечуючи колишніх канонів і, разом з тим, пропонуючи свої правила, розкутий стиль, основний принцип якого - вільний синтез кольору і матеріалу, запозичує всілякі елементи і розвиває логіку колажу.

Фьюжн відноситься до дизайнерських стилям, оскільки формування зв'язків між предметами засноване на емоціях, а не на їх функціональності. Головне, щоб зміст створюваного інтер'єру, колір і форми оздоблювальних матеріалів, меблів та аксесуарів органічно поєдналися в єдине ціле в житловому просторі.

Інтер'єр в стилі Фьюжн - це богемна розкіш з видимістю простоти. Організований безлад - в експериментах з фактурами, в розмаїтті декору і тканин, в постановочному освітленні і колірній палітрі. Таке неймовірне поєднання взаємовиключних деталей - справжній тренд в інтер'єрної моді.

Стильними вважаються насичені, навіть викликають кольору - малиновий, зелений, бірюзовий, золотий, чорнильно-синій, червоний, помаранчевий, чорний і білий. Важливо, щоб була дотримана гармонія.

Для вигідною подачі інтер'єру використовують точкову підсвітку. Настільні лампи, бра, торшери, свічки і підсвічування в шафах меблів створюють нестандартні композиції, граючи на нюансах освітлення.

Фактура обробки - ще одна відмінна риса Фьюжн. Віддається перевага фактурами, характерним для живої природи, таким, як шкіра зебри, леопарда або їх імітації.

Особливий шарм інтер'єру надають вироби з благородних металів з природними матеріалами, балясини, камін з глинобитним димоходом, імпровізація дорогих меблів і шовкові драпірування.

Текстиль в інтер'єрі - один з основних інструментів Фьюжн, адже серпанкові фіранки і важкі портьєри, подушки і килими здатні швидко перетворити будинок.

Кухня в стилі Фьюжн - це повністю авторська кухня, де кожен кухар намагається створити щось нове, оригінальне і якісне. Саме тому без страв-fusion сьогодні не обходиться меню жодного серйозного ресторану . Що тільки не приходить в голову вишуканим кухарям усього світу ... Ще 30 років тому ніхто б і уявити не міг, що скоро гурманам пропонуватимуть традиційні китайські пельмені дим-сум з італійської начинкою і під соусом з мартіні.

Напрямок фьюжн вже має величезне число шанувальників. За кордоном кухаря часто збираються, щоб показати глядачам і один одному свої оригінальні розробки в цій галузі. Так в Іспанії проводиться Ярмарок Високої Кулінарії «Мадрид Фьюжн». Найпростіший приклад зі страв, які були там представлені, - паста орієнталь. Приготовлена вона, як і годиться, по-італійськи, але добавки обрані виключно східні: сира риба, китайські гриби, бамбук і соєвий соус.

Ключові особливості стилю - почуття міри і хороший смак в підборі деталей, а також сміливість в поєднаннях.

Нестандартний і емоційний, дивний і надлишковий стиль Фьюжн - справжній шедевр мистецтва. Він популярний в середовищі людей, вільних в самовираженні і прагнуть похмурі будні перетворити в щоденне свято.

Список використаних джерел:

1. Мальська М.П. Готельнийбізнес: теоріятапрактика: підручник / М.П. Мальська, І.Г. Пандяк. - 2-е вид. перероб. тадоп. - К.: Центручбовоїлітератури, 2012. - 472 с.
2. Їжа в стилі fusion https://edavkadre.livejournal.com/8710.html
3. Фьюжн. Стиль інтер'єрівhttp://kiev-design.com/style/fjujn.html
4. https://tourlib.net/statti_ukr/buryj.htm

УДК303.7

Павелко О.О.
Національний університет біоресурсів і природокористування України, м Київ
Розбицька Т.В.
асистент кафедри стандартизації та сертифікації с.г. продукції

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ МЕТОДУ SWOT-АНАЛІЗ

Бізнес не вічний двигун, запустивши який можна спокійно займатись іншими справами. Якщо ваша мета не просто відкрити компанію, а зробити її успішною, прибутковою та конкурентоспроможною, навчіться приймати об'єктивні та виважені рішення.

Для цього необхідно чітко розуміти позиції компанії на ринку, можливі перспективи та наявні проблеми. І навряд чи щось допоможе розібратися в ситуації краще, ніж SWOT-аналіз. Вже майже 50 років SWOT-аналіз залишається одним з найефективніших інструментів стратегічного планування.

Абревіатура цього терміну включає перші букви елементів аналізу і розшифровується як:

- Strengths (сильні сторони);
- Weaknesses (слабкі сторони);

- Opportunities (можливості);
- Threats (загрози).

Найважливіше завдання SWOT-аналізу — допомогти організації побачити та оцінити всі чинники, що впливають на прийняття рішень, а також визначити можливості розвитку.

Існує безліч ситуацій, що передбачають застосування SWOT-аналізу:

- запуск стартапів, нових напрямків бізнесу;
- перегляд внутрішньої політики компанії;
- розгляд варіантів та можливостей перебудови бізнесу;
- перевірка правильності заданого курсу розвитку;
- покращення бізнес-процесів;
- для загального розуміння ситуації, що склалася на ринку.

Дехто з керівників воліє проводити SWOT-аналіз самотужки, адже зазвичай саме вони бачать цілісну картину та визначають напрямок розвитку бізнесу. Однак краще, коли у розгляді бере участь команда з кількох спеціалістів із різних департаментів. Це допомагає визначити та вивчити «сліпі зони», які можуть негативно впливати на стан бізнесу чи на відносини з клієнтами.

Популярність такої процедури зростає з кожним роком серед власників всіх видів бізнесів. У такого феномена є ряд вагомих аргументів:

– даний метод аналізу вважається універсальним. З його допомогою можна проаналізувати не тільки підприємства в онлайн і оффлайн середовищі, а й дати оцінку ефективності роботи відділів великих компаній. Розмір бізнесу, а також ніша значення не мають.
– завдяки простоті процедури її може провести як сам керівник, так і безпосередньо менеджер або начальник будь-якого відділу. В даному аналізі немає необхідності здійснювати складні процедури обчислення і розрахунків. Для проведення важлива поінформованість про поточний стан справ, як в самій компанії, так і на ринку, на якому вона представляє свої послуги або товари.
– завдяки комплексному підходу враховуються як внутрішні, так і зовнішні чинники, які можуть вплинути на діяльність компанії. Завдяки цьому можна побачити не тільки одну сторону ситуації, а реалістичну картину речей на конкретний момент часу.

Незважаючи на таку популярність і значну кількість позитивних сторін, навіть у SWOT аналізу є зворотна сторона медалі.

Недоліків у цього методу трохи менше, ніж позитивних сторін. Але їх теж варто розглянути для повноти картини:

– до першого недоліку фахівці часто відносять відсутність чітких показників і даних, які необхідно враховувати. Тому дуже часто доводиться покладатися на суб’єктивні оцінки фахівців, призначених відповідальними за проведення заходу.
– відсутність періодичної можливості оцінки результатів в кількісних показниках. Завдяки такому методу можна сформувати загальне уявлення про компанію, і її позиції на ринку. Однак немає інструментів для оцінки та зіставлення впливу різних чинників.

SWOT-аналіз — чудовий інструмент, але не панацея. Для того, щоб приймати збалансовані та розсудливі рішення, потрібне всебічне розуміння ситуації всередині компанії, знання ринку, економічних, політичних та соціальних тенденцій.

УДК 640.4
Нічкало Т.Р.

спеціаліст вищої категорії
Відокремлений структурний підрозділ
«Львівський фаховий коледж харчової та переробної промисловості
Національного університету харчових технологій»
м. Львів

СУЧАСНІ ТРЕНДИ НА РЕСТОРАННОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Ресторанний бізнес можна сміливо віднести до «найбільш значущих складових індустрії гостинності» Позитивною тенденцією в розвитку ресторанного бізнесу є поява на ринку ресторанної індустрії мережі підприємств різної або однотипної спеціалізації. Правильно обрана маркетингова політика і стратегія розвитку підвищує потенціал фірми в цілому, створює можливості для подальшого розвитку інфраструктури сервісу та популярності серед населення. У найкращому виграші будуть ресторани. Що входять у готельні комплекси, реклама готелю позитивно впливає на рекламу ресторанних послуг як складову гостинності та сервісу [1].

В Україні набувають поширення такі тенденції ресторанного ринку як заміна на локальні практично всі основні продукти, навіть на некрасиві з точки зору естетики самого плоду, підкреслено використовуючи в меню якомога більше частин рослини в різних стравах. Це наслідок як нинішньої підвищеної уваги до овочів, так і вже явної орієнтації на стійкий розвиток і зменшення відходів.Виявилося, що в Україні є непогані м'ясо, овочі, фрукти, молочка та навіть риба.

Більшість нових закладів - це невеликі ресторани площею до 300 кв. м. Великі заклади зі значними інвестиціями теж з'являються, що говорить про оздоровлення ринку, але їх поки небагато. На відновлення ринку вказує і поява ресторанів на 200-300 посадочних місць.

Ще один тренд набирає популярність–мікс концепцій і кухонь. Якщо раніше неможливо було уявити, щоб в українському ресторані пропонували італійську пасту, а в грузинському –суші, то зараз це стало модним. Так, в меню італійського ресторану можна виявити борщ, солянку або окрошку, а грузинська кухня уживається з китайською. Експериментують з форматами не тільки нові заклади, а й ресторани з традицією, включаючи в своє меню, наприклад, бургери. І навіть в назвах закладів роблять акцент на змішуванні кухонь. Зазначена тенденція пов'язана з тим, що споживачі стали більше подорожувати по світу, пробують різні страви, їм хочеться їсти подібне і у себе вдома і вони говорять про це шефам улюблених закладів.

Розквітає і ще один світовий тренд –мода на азіатську кухню (китайську, в'єтнамську, тайську). Найбільш активно в азіатському тренді зараз розвивається напрямок локшина «рамен».

Крім того, ресторатори продовжують використовувати прагнення людей до здорового способу життя і як частина ЗСЖ – моду на вегетаріанство. У меню багатьох ресторанів світу вказується кількість калорій і походження продукту До того ж зростання вегетаріанських концепцій і салат барів веде до зменшення споживання м'яса і збільшення значущості овочів на тарілці. Меню активно розвивається у VeganoHooliganoFamily (Київ, Одеса, Івано-Франківськ, Львів), побудовано на здорових рослинних продуктах. Salateiratеж акцентує увагу, що є мережею ресторанів здорового харчування.

А зовсім новий тренд, який недавно прийшов в Україну - це компіляція «магазин-ресторан», що об'єднало гастробари, кафе, пекарню і магазин, де можна придбати свіжу випічку, фермерський мед, джем або горщик з травами.

Розвивається «М"ясторія» (проект Миргородського м'ясокомбінату), де продають стейки, м'ясні заготовки, копченості, паштети власного виробництва. Їх можна купити як сирими, так і приготованими– відвідувачам прямо на місці засмажать шматок м'яса. У Львові в такому форматі працює монобрендове кафе «П'яна вишня» (холдингFest!).

Ще одна яскрава особливість вітчизняного ресторанного ринкузростаюча популярність крафтових продуктів і напоїв. З напоїв найактивніше розвивається крафтове пивоваріння, з'являються нові міні-пивоварні ресторанного типу,

Міцно закріпилася тенденція замінювати колу і пепсі саморобними лимонадом і морсами. Практично кожен ресторан зараз має ексклюзивний безалкогольний напій.

Виявляють вітчизняну кмітливість і дивовижну креативність і в питанні міцного алкоголю −настоянок і коктейлів.Самогон ресторатори роблять самі або купують, Можуть використовувати і заводську горілку.

Крафтова мода добралася і до кав'ярень. Відкриваються маленькі кав'ярні, які самі купують кавові зерна (так звану «зеленку»), а потім самостійно обсмажують і купажують їх. Це дозволяє власникам кав'ярень хоч і піднімати ціни, але до доступного для споживача рівня[3].

Один з американських експертів відзначив, що люди стають все більш інтровертні. Не хочуть зайвий раз виходити з дому, спілкуватися – навіщо, якщо є соцмережі? І чи варто витрачати час на похід до ресторану, якщо можна з комфортом поїсти вдома замовлену їжу? І хоча в Україні люди все ще люблять спілкуватися особисто і зустрічатися з різних приводів, доставка їжі набирає обертів – попит на неї зростає приблизно на 20% за рік. У великих містахпостійнікорки стають ще однією причиною популярності цієї послуги. Дорога до ресторану і назад часто виявляється справою довгою і нудною. Саме тому фраза «донести до споживача» стає все більш буквальною – дійсно, довезти і донести. Особливого значення ця послуга набула сьогодні, в умовах карантину, колине можна виходити з дому, коли заклади харчування можуть працювати , дотримуючись певних правил карантину[4].

Висновок.Сучасні тенденції розвитку індустрії закладів ресторанного господарства тісно пов’язані з міжнародною інтеграцією, що передбачає впровадження новітніх технологій з використанням сучасного устаткування, обмін досвідом фахівців останніх та впровадженням технологій приготування страв різних народів. Особливо це є актуальним в період розвитку гуманітарних стосунків між країнами та розширенням туристичного бізнесу[2]. Мало відкрити просто хороший ресторан або кафе. В умовах жорсткої конкуренції необхідно чимось виділятися. Оригінальна концепція стає важливіше однієї лише смачної їжі. І чим незвичніші смаки – тим більше відвідується заклад, тим швидше він заповнюється і окупається. [4]

Список використаних джерел:

1. Сало Я. М.Технологія ресторанної справи: навч.-практ. посібник. / Я. М. Сало. - Л. : Афіша, 2013. – 560 с.
2. Технологія продукції ресторанного господарства : навч. посіб. длястуд. вищ. навч. закл. / М.І. Пересічний, А.А. Мазаракі, П.О. Карпенко та ін. ; за ред. М.І. Пересічного. У 2 ч. Ч. 1. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 752 с.
3. Журнал «Ресторатор».
4. Інтернет-ресурси:
   https://www.youtube.com/watch?v=XbzxQ7NC9P8,
   https://www.youtube.com/watch?v=6CPR2J6dUzU

УДК 640.4

Лелюк О.В.
викладач
Чернівецького вищого комерційного училища КНТЕУ
м. Чернівці

Сфера гостинності на сьогоднішній день – один з ключових та вирішальних факторів успішного розвитку туристичної галузі. В сучасних ринкових умовах під сферою гостинності маємо на увазі діяльність, спрямовану на забезпечення туристів житлом, харчуванням, а також надання екскурсійних, транспортних послуг, організацію дозвілля. Наявність гостинності стає важливою конкурентною перевагою в туристичному бізнес-середовищі та невід'ємною частиною туризму.

Аналіз досліджень і публікацій. Дослідженням сутності сфери гостинності, історії становлення та розвитку займалися С. П. Кузик, О.О. Любіцева М.П. Мальська, І.Г.Пандяк,Т.І. Ткаченко та ін. Питаннями щодо шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств у сфері індустрії гостинності присвячено ряд наукових досліджень відомих закордонних та вітчизняних авторів, таких як Л. Азоєв, Ф. Котлер, Ж. Ж. Ламбен, В.С.Мазур, І. Ліфіц, І. Спірідонов, А. Яновський та ін.

У сучасних літературних джерелах можна знайти такі терміни, як «гостинність», «готельна індустрія», «індустрія гостинності», «сфера гостинності».Американський дослідник Дж. Уокер вважає, що гостинність давно перетворилася на індустрію, у якій зайнято багато мільйонів професіоналів. Він зазначає, що ринок індустрії гостинності, відкритий і конкурентний, справляє значний тиск на індустрію, сприяє поліпшенню якості громадсько-побутових послуг [3].

В той же час, сфера гостинності – це комплексна сфера професійної діяльності людей, зусилля яких спрямовані на задоволення різноманітних потреб клієнтів (туристів), та яка поєднує туризм, готельний і ресторанний бізнес, супутні туристичні послуги. Дане поняття можна пояснити як надання послуг з проявом персональної уваги до туриста, здатність відчувати його потреби, побажання туриста (гостя).

Країни, які приділяють велику увагу індустрії гостинності, мають суттєві доходи від розвитку туристичної галузі. Індустрія гостинності змінює також політичну мапу світу. Регіони, які отримують найбільше прибутку від туристичного бізнесу, починають відчувати себе обраними, кращими за інші регіони країн. СаймонАнхольт – всесвітньо визнаний авторитет в галузі вивчення брендів країн, регіонів і міст, туризм називає однією з вагомих складових при оцінці бренду країни.

До тенденцій розвитку світової індустрії гостинності слід віднести:

- поглиблення спеціалізації. Поряд з традиційними повносервісними готелями і ресторанами з'являються підприємства, які спеціалізуються на обслуговуванні представників певного сегмента (автомобілістів, любителів гірського, екологічного туризму та ін.).
- персоніфікація обслуговування, повна концентрація на запитах і потребах клієнтів;
- розвиток міжнародних готельних та ресторанних ланцюгів, а також створення готельних асоціацій, спілок, міжнародних урядових та неурядових організацій;
- широке впровадження нових засобів комунікації та інформаційних технологій, зокрема використання інтернет-ресурсів, інтернет-технологій і сучасних комп'ютерних систем бронювання й резервування.

Застосування інтернет-технологій стає одним з найактуальніших завдань у розвитку індустрії гостинності.

До сучасних тенденцій також відносять розвиток соціальних медіа та вдосконалення пошукових програм. За даними міжнародної організації WorldTravelMarket, в 2015 р. 84% опитаних мандрівників повідомило, що при виборі туристської дестинації, засобів розміщення та інших послуг під час подорожі довіряють відгукам, залишеним у соціальних мережах іншими туристами. Статистичні дані демонструють високі темпи поширення соціальних медіа в туризмі та свідчать про суттєві зміни в інформаційно-комунікаційному середовищі.

Орієнтуючись на прогнози Всесвітньої Туристичної Організації (ВТО) до 2020 року кількість подорожуючих мала б зрости до 1,6 млрд чоловік за рік, тобто передбачалося збільшення туристичних прибуттів у 2,4 рази порівняно з 2000 роком. За прогнозними

розрахунками ВТО щодо розвитку в'їзного туризму в Україні, його чисельність повинна зрости була до 15,0 млн осіб в 2020 році.

Слід сказати, що природа туристичної індустрії зумовлює низький рівень надійності прогнозів різних подій у ній, бо все залежить від великої кількості факторів, значна частина яких некерована. В 2020 році некерованим фактором, що суттєво і негативно вплинув на туризм в багатьох країнах є пандемія COVID-19 (вірусна інфекція).

Генеральний секретар ВТО Зураб Пололікашвілі констатував, що туризм – один із найбільш постраждалих через COVID-19 секторів економіки. За даними Всесвітньої ради з туризму та подорожей станом на середину березня 2020 року кількість робочих місць у галузі подорожей і туризму, що перебувають у зоні ризику через пандемію COVID-19, сягнула 75 мільйонів.

У Всесвітній туристичній організації прогнозують, що в цьому році кількість міжнародних туристів скоротиться на 20-30% у порівнянні з показниками 2019 року через пандемію коронавірусу. При цьому наголошується, що таке падіння буде коштувати галузі 5-7 років розвитку, світовий туризм може зазнати збитків розміром 22 мільярди доларів. В зв'язку з цим Всесвітня туристична організація, членом якої є Україна, закликала уряди країн підтримати малі та середні підприємства у туризмі, бо саме вони становлять 80% сектору.

Анна Романова, експерт з туризму, вважає, що для порятунку і так слабкої вітчизняної туристичної галузі, потрібно на державному рівні здійснити наступне:

- запровадити податкові канікули для закладів розміщення, внутрішніх перевезень та культурної індустрії, адже за час карантину є ризик втратити заклади розміщення, маленькі транспортні й туристичні компанії.

- оновити стандарти сервісу, зробити зручну та прозору систему категоризації готелів, створити електронний реєстр всіх суб'єктів туристичної діяльності, навести лад у забезпеченні прозорого фінансового покриття збитків туристів.

- оновити навчальні програми, додавши більше практики в українській сфері гостинності.

Закриті кордони та бажання людей подорожувати після карантину можуть зіграти на користь внутрішньому туризму. Фахівці прогнозують, що попри пандемію внутрішній туризм в Україні вдасться відновити ще цьогоріч на 60-80%. Найбільш затребуваним буде відпочинок на природі – Карпати перш за все. А в липні-серпні – морські курорти. Перш за все відновиться індивідуальний автомобільний туризм.

Актуальним завданням для вітчизняного ринку гостинності залишається пошук стратегічних орієнтирів збільшення конкурентних переваг, які дозволять більш повно задовольняти потреби туристів, підвищити рівень сервісу і, як наслідок, сформувати необхідний рівень конкурентоспроможності галузі. Україна має шанс підтягнутися до туристичних лідерів, адже після пандеміїCOVID-19 багато країн «обнуляться».

Список використаних джерел:

1. Богданова С. В. Интернеткаксредствомассовойкоммуникации в сфереэкономическойдеятельности / С. В. Богданова, А. В. Бабичева // Моделированиепроизводственныхпроцессов и развитиеинформационных систем: сб. науч. тр. – 2013. − С. 21–23.

2. Індустрія гостинності в Україні: стан і тенденції розвитку : монографія / колектив авторів; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої; Запорізький національний технічний університет. – Запоріжжя : Просвіта, 2017. – 240 с.

3. УокерДж.Р. Управлениегостеприимством. Вводный курс: Учеб. для студ. вузов, обучающихся по специальности 061122 «Гостиничный и туристическийбизнес» и специальностямсервиса 23.0000 / Р.ДжонУокер; Пер. с англ. В.Н. Егорова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 880 с.

УДК 005.95:640.4
Кошовий Богдан-Петро
кандидат економічних наук
завідувач кафедри демографії, трудових
відносин і соціальної політики
ЗВО «Львівський університет бізнесу та права»
м. Львів

МЕТОДОЛОГІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ

Персонал будь-якого підприємства є одним з найважливіших чинників його успішності. Особливо це стосується підприємств, що надають послуги. До підприємств сфери послуг, важливість внеску яких у розвиток національної економіки визнається у всьому світі є підприємства ГРК.

Складність управління підприємствами ГРК полягає у наявності певної непередбачуваності середовища їх функціонування, що вимагає застосування модифікованих методів та інструментів управління для досягнення ефективності функціонування персоналу та підприємства загалом. У цьому контексті особливо важливо акцентувати на інноваційному характері діяльності. Як зазначає Р. О. Винничук, нині економічна діяльність у сучасному світі ґрунтується на інноваційних знаннях, а сучасне економічне конкурентне середовище розвивається насамперед у сфері науки і технологій. Науковець переконаний, що сьогодні в Україні ще не досягнуто необхідного рівня якості та доступності вищої освіти у різних вищих навчальних закладах, тому підприємства усіх галузей стикаються з браком кваліфікованих та компетентних кадрів [1, С. 20].

Питання вдосконалення управління підприємствами галузі потребують значної уваги через високу конкуренцію на ринку послуг і швидкі зміни попиту. Виникає необхідність вивчати, контролювати та підвищувати попит, в першу чергу, за рахунок диверсифікації продуктів та окремих послуг, що будуть максимально задовольняти потреби споживачів. У сучасних умовах глобальних трансформацій підходів до ведення підприємницької діяльності особливо важливим є розробка науково-методичного супроводу процесів удосконалення внутрішніх систем управління підприємствами, що сприятиме приведенню стану підприємства до вимог національних та міжнародних ринків за напрямками стійкості, конкурентоздатності та інноваційності.

Важливість вдалого добору та систематизації методів і інструментів управління персоналом підприємств ГРК проявляється у їх безпосередньому впливі на ефективність та результативність функціонування підприємства. Управління персоналом підприємств є різновидом управлінської діяльності, у рамках якої керівники завжди повинні бути готові адаптуватись для вирішення непередбачуваних проблем та розв’язання кризових ситуацій. З цього приводу погодимось з Яровим В. Ф., котрий підкреслює, що реалізації сучасної концепції управління персоналом в підприємствах сфери послуг України, в тому числі і підприємствах, заважає численна низка проблемних моментів, зокрема, недостатня орієнтація на формування іміджу працівників підприємства; неадекватна горизонтальна інтеграція найважливіших функцій управління, таких як набір, оцінка, винагорода і розвиток працівників; недостатнє залучення керівників і співробітників в розробку і реалізацію кадровосоціальних стратегій та загальної концепцій управління персоналом; неадекватна оцінка успіхів, що знижує ініціативу фахівців з кадрових питань; ігнорування змін в ціннісних орієнтаціях персоналу, байдуже відношення до цілей діяльності різних груп працівників і засобів їх досягнення[2, С. 84].

Базою для прикладного використання тих чи інших методів управління персоналом стають загальні правила та кадрова політика на підприємстві. Слід відзначити, що у сучасних умовах досить багато уваги в роботі підприємств приділяється інформатизації процесів управління, що торкнулось і сфери управління персоналом. У цьому контексті погодимось з Гринько Т. В., котра наголосила, що в умовах постійно зростаючої конкуренції підприємства вимушені впроваджувати специфічні методи управління відповідно до обраної стратегії розвитку. Враховуючи важливе місце інформатизації в процесах управління підприємствами, незалежно від напрямку їх діяльності, необхідною умовою підвищення ефективності діяльності є впровадження інформаційних технологій з метою підвищення прибутковості підприємств [3, С. 15].

Водночас, імплементація інновацій та розгортання активної роботи зі зміни методів та інструментів управління підприємствами може наразитись на опір з боку працівників. Погоджуємось з Харун О. А. щодо того, що застосування інноваційних методів управління трудовим потенціалом підприємств може провокувати конфліктні ситуації через опір з боку працівників щодо сприйняття новацій. Тому перш ніж проводити зміни у системі управління трудовим потенціалом, необхідно провести роз'яснювальну роботу щодо доцільності впроваджених нових методів управління з метою досягнення загальних цілей підприємства та цілей кожного окремого працівника [4, С. 124]

За результатом проведених досліджень відзначимо, що основними теоретико-методичних аспектами управління персоналом підприємств ГРК є: визначення особливостей управління персоналом підприємств ГРК порівняно з підприємствами інших видів економічної діяльності; визначення підходів до класифікації методів та інструментів управління персоналом підприємств ГРК; обґрунтування особливостей застосування інноваційних методів та інструментів; робота з недоліками та помилками і попередження опору змінам з боку персоналу у ході трансформації системи управління.

Доходимо висновку, що значна конкурентна напруга у готельно-ресторанній індустрії стимулює підприємства до пошуку та швидкого впровадження інноваційних методів управління персоналом, котрі, з одного боку, розширюють традиційні, а з іншого – відкривають нові перспективи розвитку, контролю та мотивації працівників. Поряд з цим, інноваційна діяльність пов'язана з подоланням перешкод компетентнісного, морально-ектичного та психологічного характеру, що вимагає проведення подальших досліджень за цим напрямком.

Список використаних джерел:

1. Винничук Р. О. Особливості розвитку персоналу в організаціях індустрії туризму / Р. О. Винничук // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. - 2013. - № 769. - С. 19-26

2. Яровий В. Ф. Механізм розробки кадрово-соціальних стратегій управління персоналом туристичних підприємств / В. Ф. Яровий // Економічний вісник університету. - 2018. - Вип. 39. - С. 82-86.

3. Гринько Т. В. Методологічні підходи до класифікації змін на підприємстві / Т. В. Гринько, Т. З. Гвініашвілі // Бізнес Інформ. - 2015. - № 11. - С. 39-44.

4. Харун О. А. Класифікація методів управління трудовим потенціалом промислових підприємств / О. А. Харун // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. - 2016. - Вип. 10(2). - С. 121-125.

УДК 640.4

Шняк Оксана
Львівський фаховий коледж

харчової та переробної промисловості НУХТ
м. Львів

ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ ДЛЯ ЗБІЛЬШЕННЯ ПРОДАЖ ТА ПРОСУВАННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ

Головною метою діяльності підприємства готельно-ресторанного бізнесу є отримання прибутку та задоволення потреб споживачів. В умовах жорсткої конкуренції кожне підприємство повинно впроваджувати інновації – основні складовійого успішного функціонування.

Постійні зміни в номенклатурі послуг – один з найважливіших елементів цільової стратегії готельного підприємства, спрямований на формування конкурентних переваг. Існує кілька факторів, відповідно до яких розробка нових продуктів є необхідною умовою поступальног розвитку будь-якогопідприємства.

Для ефективно стікерування процессом впровадження нововведень рекомендується використовувати модель, що розбиває його на шість етапів з моменту виникнення ідеї до просування готельно-ресторанних послугу на ринку: [1]

Етап 1. Виявлення, збір й аналіз максимальної кількості ідей, які в майбутньому могли б втілитися в концепцію продукту. При цьому основним джерелом генерації подібних ідей є :гості готелю; ідеї й продукти готелів-конкурентів; інформація від партнерів готелю (компаній, туристських і посередницьких фірм, організаторів конференцій, семінарів), що працюють із різними готелями й на різних ринках; ідеї окремих працівників і менеджерів готелю; зовнішні консультанти, рекламні агентства, дослідницькі компанії, інвестори тощо.

Етап 2. Скорочення ідей. Після того як ідеї пройшли відбір, необхідно розвити їх у концепцію продукту.

Етап 3. Коли концепція нового продукту сформована, необхідно розробити стратегію маркетингу продукту й оцінити його економічні показники.

Етап 4. На етапі пробного маркетингу, коли продукт вводиться на ринок, основним завданням є доказ його прибутковості, а також виявлення допущених на попередніх стадіях помилок і недоліків.

Етап 5. Масове виведення на ринок або комерційне розкручування. Особливу роль у цьому зв'язку повинні грати інструменти просування й інформування ринку про новий продукт – витрати на рекламу на етапі виведення нового продукту є максимальними.

Етап 6. Безперервне вдосконалення його характеристик і властивостей – це дозволить розвити й закріпити успіх у довгостроковій перспективі.

Інноваційними методами просування готельно-ресторанних послуг вважаємо:

1. Метод «Check-in». Цей метод полягає у тому, що гість отримує безкоштовні послуги, знижки та привілеї за лайки та селфі, розміщені у соціальних мережах (Facebook, Twitter, ВКонтакте, Instagram). Отже, потенційні клієнти готелю власноруч упроваджують рекламну кампанію, при цьому готель значно економить кошти на рекламу.

Такий підхід привертає увагу великої кількості людей, дає можливість з'явитися у ЗМІ як готель, який упроваджує креативні ідеї. Щодо споживачів, то за допомогою такого методу значно підвищується відсоток власної зацікавленості, створюється можливість отримати послуги безкоштовно, а також формується уявлення про оригінальний підхід до залучення клієнтів.

2. Організація заходів. Передбачає співпрацю з підприємствами та компаніями щодо проведення різноманітних масових заходів у готелі (показ мод, виставка, дегустація, конференція, нагородження преміями). У такий спосіб власники готелю отримують додатковий дохід та вигідне співробітництво, привертають увагу широкого кола людей; у готелю зя'вляться відгуки на сторінках журналів, на телебаченні та в Інтернет- мережі.

З метою просування готельно-ресторанних послуг та збільшення кількості продаж, підприємству сфери послуг доцільно використовувати елементи Інтернет-маркетингу – це

перенесення всіх аспектів традиційного маркетингу в сферу електронного бізнесу. Інтернет-маркетинг об'єднує безліч форм і заходів, за допомогою яких здійснюється: [2]

• планування та побудова бізнес-моделей для просування послуга бо пакетних пропозицій в інтернет-середовищі;

• розробка компаніями інтернет-стратегій;

• аналітичний аналіз поведінкових трендів клієнтів в Інтернеті;

• вивчення попиту;

• розробка способів правильного позиціонування торгової марки на ринку;

• забезпечення високої ефективності рекламних кампаній тощо..

Інтернет-маркетинг використовує такі інструменти:[3]

1) веб-сайт і пошукова оптимізація. Веб-сайт дозволяє вирішувати питання залучення клієнтів і збільшення продажів, створення іміджу і вивчення споживчого попиту. Його головна мета – генерування попиту на бронювання номерів;

2) контекстна реклама. Різновид інтернет-реклами. Контекстна реклама є досить ефективним інструментом для зв'язку з потенційними клієнтами, які шукають послуги рекламодавця в Інтернеті;

3) маркетинг в соціальних медіа(SMM, Social Media Marketing). Це вид присутності бізнесу в різних інтернет-спільнотах. Основне завдання SMM полягає в залученні уваги до сайт укористувачів соціальних мереж шляхом розміщення в них інформації про свої послуги;

4) мобільний маркетинг. Его найбільш популярний інструмент маркетингу готельних мереж в даний час. У його реалізації за діяні різні мобільні пристрої. Готельні мережі не упускають можливості використання данного інструменту для підвищення ефективності своєї маркетингової діяльності;

5) SMS-маркетинг. Процес маркетингу за допомогою послуги SMS (Short Message Service, служба коротких повідомлень). SMS- маркетинг вважається ефективним способом прямої комунікації зі споживачем і є одним з інструментів так званого прямого маркетингу.

Отже, сучасний розвиток індустрії гостинності спрямований на створення інноваційних технології, які сприятимуть отриманню якомога більшої кількості клієнтів, максимальній кількості продажів, завоюванню довіри гостя, формуванню позитивного іміджу підприємства.

Постановка цілей маркетингової стратегії просування турпродуктів звичайно погоджується із загальними маркетингової діяльності готелю. Головною метою маркетингової стратегії просування турпродуктів готелю є максимізація продажу готельних продуктів, що не зберігають, у реальному режимі часу; у свою чергу, максимальний обсяг продажу дає оптимальний економічний ефект. Заключним етапом маркетингової стратегії просування турпродуктів має бути аналіз і контроль продажу.

Список використаних джерел:

1. Влащенко Н. М. Конспект лекцій з навчальної дисципліни „Інноваційні технології в готельному господарстві” (для студентів 5 курсу всіх форм навчання освітнього рівня магістр, спеціальності 241 – Готельно-ресторанна справа. Готельна і ресторанна справа) / Н. М. Влащенко; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ваім. О. М. Бекетова. – Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. – 89 с.
2. Страшинська Л.В. Маркетинг готельного і ресторанного господарства / Л.В. Страшинська. – К. :НУХТ, 2011. – 89 с.
3. https://it-kitchen.com.ua/blog/5-instrumentiv-internet-marketyngu/

УДК 640.4

Реус Марія

старший викладач, спеціаліст вищої категорії,

Чернівецьке вище комерційне училище
Київського національного торговельно-економічного
Університету
м. Чернівці

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КВАЛІФІКОВАНОГО ФАХІВЦЯ З ПРОФЕСІЇ «ОФІЦІАНТ»В РЕСТОРАННІЙ ІНДУСТРІЇ

Підвищення продуктивності праці істотно залежить від конкурентоспроможності кваліфікованих фахівців в ресторанній індустрії, їхнього рівня освіти, кваліфікації, готовності застосувати у професійній діяльності інноваційні виробничі технології тощо. Тому однією з важливих характеристик сучасного кваліфікованого фахівця є його конкурентоспроможність на ринку праці.Якщо випускники ЗП(ПТ)О є конкурентоспроможними на ринку праці, то вони швидше зможуть отримати робоче місце порівняно з тими, які у процесі професійної підготовки засвоювали застарілі виробничі технології. Так, аналіз кваліфікації випускників ЗП(ПТ)О доводить, що чимало з них не відповідають критерію конкурентоспроможності[1, 2]. Є низка причин невідповідності професійно-технічної освіти вимогам формування конкурентоспроможного кваліфікованого фахівця, а саме: неспроможність навчального закладу враховувати умови ринкової економіки, небажання підприємців запроваджувати у зміст профпідготовки нові виробничі технології та недостатнє фінансування системи ЗП(ПТ)О [2, 3].

Авторка вважає, що сьогодні настав час, коли навчання варто перевести на інноваційну основу шляхом перебудови педагогічної психології викладача і навчальної технології здобувача освіти, змінивши сам підхід до здобуття знань. Адже, інноваційний, нетрадиційний підхід у навчанні забезпечує позитивну мотивацію здобуття знань з предметів теоретичного та виробничого навчання, активне функціонування інтелектуальних і вольових сфер, формує стійкий інтерес до предметів, сприяє розвитку творчої особистості майбутнього кваліфікованого робітника у сфері обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства.

Заклади ресторанного господарства, розміщені в готелях, аеровокзалах, авто- та залізничних вокзалах, морських та річкових вокзалах та в зонах відпочинку, мають велике значення для організації харчування туристів та відпочиваючих.

Від точної організації роботи, якісної і професійної культури обслуговування персоналу ресторанів залежить настрій відвідувачів, їхня готовність відвідати заклад знову.

Офіціант – це своєрідна візитна карточка закладу ресторанного господарства.

Професійна діяльність офіціанта, передусім, передбачає свідомо спрямоване спілкування між ним і відвідувачами. Упродовж робочого дня офіціанту доводиться спілкуватися з різними за віком та індивідуально-психологічним характером тої чи іншої особи: молодими/літніми жінками і чоловіками, цікавими та не дуже інтересними, спокійними чи дратівливими, інколи занадто активними чи повільними та енергійними гостями закладу. Всі вони різні, але потребують поради і допомоги офіціанта, іноді покладаються на його смак і професійну компетентність.

Згідно статичних даних по Чернівецькій області [2] зростає тенденція розвитку ресторанного бізнесу. В основному заклади ресторанного господарства переважають у курортних місцях та на відпочивальних територіях. Це спонукає до надання покращення якості послуг та підвищення рівня обслуговування відвідувачів того чи іншого закладу. На думку авторки, для задоволення вище вказаних потреб необхідна професійна підготовка висококваліфікованих робітничих кадрів за професією «Офіціант». Відповідно необхідно використовувати новітні інноваційні технології як під час теоретичного так і виробничого навчання.

Одним із шляхів вирішення такої проблеми, а саме, якісної підготовки кваліфікованих фахівців стало проходження виробничої практики здобувачами освіти Чернівецького вищого комерційного училища Київського національного торговельно-економічного університету на підприємствах ресторанного обслуговування м. Чернівці «Брезоль», «Гопачок», «Версаль», мережа закладів швидкого харчування «OZZY», а також база відпочинку «Трембіта» (м. Очаків Миколаївської обл.). Така співпраця надає можливість підприємствам добре і всебічно вивчити здобувачів освіти, їх професійні якості, відібрати їх для подальшого працевлаштування. В результаті такої співпраці значно зростає рівень якості знань здобувачі освіти з професії офіціант та підвищується імідж навчального закладу. А випускники нашого училища підтверджують свою професійну діяльність, стаючи успішними рестораторами в сфері обслуговування як в Україні так і за її межами. Охоче діляться своїм професійним досвідом з здобувачами освіти училища: уроки-зустрічі, конференції, круглий стіл тощо.

Адже, сьогодні випускник повинен не просто володіти знаннями, а вміти відібрати потрібну інформацію, перевести її у досвід власної діяльності, використовувати ці знання у конкретній ситуації, розуміти, яким чином здобути ці знання, для чого вони потрібні, адекватно оцінити себе, світ, своє місце в суспільстві.

Список використаних джерел:

1. Радецька І.В. Шляхи підвищення конкурентоспроможності випускника сучасної профільної школи / І. В. Радецька // Таврійський вісник освіти: науково-методичний журнал. – Херсон: «Ранок». - №4 (64). – 2014. – С. 16-20.
2. Статистичні щорічники чернівецької області за 2017, 2018, 2019роки.
3. Сергеєва Л.М. Конкурентоздатний випускник — нова філософія закладу професійної освіти. // Підготовка конкурентоздатних фахівців: виклики сучасності: зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф., Кривий Ріг, 25 – 26 квітня 2018 р./ за заг. ред. Л. М. Сергеєвої, Т. І. Стойчик – КривийРіг: КПГТЛ, 2018. – том 1. 407 с. –С. 200-204. (Кр. Рог 25 –26 квітня 2018 р.)

УДК 640.4

Набожняк Вадим
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м.Тернопіль
*Науковий керівник: **Дрюченко Ольга***
викладач першої категорії

SMART-ТЕХНОЛОГІЇ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

Smart-технологія – це процес взаємодії об’єктів з оточуючим середовищем, що наділяє цю систему здатністю адаптації до нових умов, саморозвитку та самонавчання, ефективного досягнення цілей.

Завдяки сучасним технологіям реальні речі об’єднані у віртуальні системи, здатні вирішувати абсолютно різні завдання. Так звані розумні речі, або Smart-речі дають можливість багатьом процесам суспільства відбуватися без участі людини. Підключення пристроїв до Інтернету створюють можливості для раціонального управління ресурсами.Уже сьогодні розумні будинки дають змогу ефективно керувати усіма системами функціонування будівлі за допомогою дистанційних пультів і смартфонів.

Усе це створює умови для нового явища – Інтернету майбутнього, що включає в себе крім нинішнього Інтернету людей, ще й Інтернет речей, Інтернет медіаконтенту, Інтернет сервісів. Розвиток Smart-технологій призведе найближчим часом до створення Smart-суспільства. Діяльність людини в такому суспільстві стає більш направленою на

використання знань та інновацій. Найефективнішою стає колективна робота, використання так званого колективного інтелекту. Уже сьогодні технології колективного інтелекту використовуються у корпоративному управлінні, у бізнес-плануванні тощо. У такому середовищі створюються якісно інші, ніж сьогодні, умови для бізнесу, трансформуються особисті та соціальні аспекти життя.

Розвиток світового туризму веде до появи великої кількості готелів, що пропонують своїм постояльцям комфортні умови проживання і високий рівень сервісу. Конкуренція в готельному бізнесі росте, і тому менеджерам готелів доводиться пропонувати цікаві додаткові послуги, здатні притягнути і утримати відвідувачів.[1]

Будь-який готель намагається стати комфортабельним для своїх мешканців, тому розробники активно застосовують високі технології, які допомагають зробити життя зручнішим, перетворити перебування на повноцінний відпочинок.

Для постояльців готель нерідко пропонує інтерактивні розваги, електронні пристрої. У готелях є бездротовий Інтернет, монітори зі збільшеною діагоналлю, які можна використовувати як телевізор або для роботи. Клієнти можуть здійснювати відеодзвінки в будь-яку точку планети.

І якщо безкоштовний Wi-Fi та спеціальні функції телебачення стали вже звичною справою, є ще безліч новітніх ґаджетів, які пропонують постояльцям в готелях: інтелектуальні дзеркала, управління за допомогою планшета, віртуальна/доповнена реальність, ідентифікація RFID, роботи, прокат ґаджетів. Вже зараз можна проводити оплату за проживання в один дотик до екрану мобільного телефону, при цьому безпеку здійснення угоди гарантовано. Готелі намагаються зробити сон постояльців спокійним і здоровим. Для цього застосовуються технології, які забезпечують зручність і тишу.[2]

Прогноз розвитку туристичного бізнесу і готелів в цілому цікавий, досить скоро можна буде скористатися наступним:

- ✓ Роботи-консьєржі. Деякі готелі вже почали впроваджувати подібне, окремі компанії припускають, що поява таких технологій стане в майбутньому невід'ємною частиною готельного бізнесу.
- ✓ Morphing. Під цим словом розуміється зміна обстановки номера за запитом.
- ✓ 3D-принтери, вже набрали достатню популярність, але поки що є дорогим аксесуаром, в майбутньому можуть перестати бути фантастикою.
- ✓ Розумні номери. Можливо, вони з'являться до 2060 року, коли футуризм стане реальним.[3]

Постійно розвиваючись і залучаючи нові технології, ведучи грамотну цінову політику готель може бути доступним для відвідувачів з різних соціальних верств.

Керувати готелем майбутнього - це мати повний контроль над освітленням і мікрокліматом, централізовано, з точністю і легкістю, контролювати усі технічні системи.

Переваги готелю майбутнього

- ✓ повний контроль освітлення, мікроклімату, мультирум;
- ✓ економія ресурсів;
- ✓ голосове управління (ALEXA, SIRI, GOOGLE HOME);
- ✓ безпека від протікання води і витоку газу;
- ✓ інтелектуальна система безпеки - широкі можливості;
- ✓ можливість контролювати усі системи дистанційно. [4]

З готельною системою майбутнього, кожен отримує те, що йому необхідно: забудовники можуть отримати кращу ціну за будинок з розумними функціями, керуючий готелем – повністю контролювати процес (статистику споживаних ресурсів, списки гостей, отримувати попередження щодо будь-якої несправності, такий, як витік води, витік газу і т. д.), а гості – просто насолоджуватися комфортом.

В умовах нинішнього ринку успіху домагаються лише ті готельні підприємства, які здатні створювати і проводити обслуговуванняна найвищому рівні. Висока якість

обслуговування клієнтів забезпечується колективними зусиллями працівників всіх служб готелю, постійним і ефективним контролем з боку адміністрації, проведенням робіт з удосконалення форм і методів обслуговування, вивчення та передача передового досвіду, нової техніки і технологій, розширення асортименту та вдосконалення якості послуг. Запорукою успіху готелю є забезпечення високої якості обслуговування гостей, найбільш повне задоволення їх потреб.

Список використаних джерел:

1. https://vele-rosse.com.ua/ua/articles/5_neobychnyh_uslug_v_oteljah/
2. https://proexpress.com.ua/uk/5-ymnyh-gadjetov-kotorye-delaut-prebyvanie-v-otele-po-nastoiashemy-nezabyvaemym/
3. https://vele-rosse.com.ua/ua/articles/kakimi_stanut_oteli_buduschego/
4. https://www.larnitech.com/uk/solution/for-hotels/

УДК 331.108

Розбицька Т.В.
асистент кафедри стандартизації та сертифікації с.\г. продукції
Національний університет біоресурсів і природокористування України
м. Київ

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ГОТЕЛІ

Підбір та найм персоналу як один із найважливіших елементів системи управління персоналом організації представляють значний інтерес через все зростаючу значущість людських ресурсів, інтелектуального капіталу у підтримці конкурентоспроможності організації. Якщо в минулому конкурентна перевага однієї компанії перед іншою розглядалася переважно з технічного погляду, тобто з позиції наявності та ступеня використання новітніх технологій виробництва, обладнання, то зараз найважливішою конкурентною перевагою стає персонал компанії, який вирізняється високим рівнем професійних компетенцій. Значущість процесів підбору та відбору персоналу важко переоцінити, оскільки від них багато в чому залежить подальша діяльність компанії. На нинішньому етапі підбір та найм персоналу є пріоритетним завданням, що стоїть перед керівництвом компаній. Сьогодні розроблено багато надійних і ефективних систем підбору кадрів. Можна з упевненістю стверджувати, що саме з процедури підбору і починається процес управління людськими ресурсами в будь-якій компанії. Уміння правильно підібрати співробітників є основою для розвитку їх здібностей, що в майбутньому принесе користь як самому працівникові, так і всій організації.

Щоб ефективно керувати персоналом готелю, необхідно знати механізм функціонування досліджуваного процесу, усю систему факторів, що викликають його зміну, а також засоби впливу на ці фактори. Отже, можна говорити про певний механізм функціонування системи управління персоналом готелю і про використання різних інструментів впливу на працівника, тобто про певну технологію роботи з кадрами.

Арсенал застосовуваних в управлінні персоналом засобів (методів, прийомів роботи з кадрами, виражених у різних організаційних формах) досить різноманітний:

- кадрове планування;
- управління змінами;
- оптимізація чисельності і структури персоналу, регулювання трудових переміщень;
- вироблення правил прийому, розміщення і звільнення працівників;
- структурування робіт, їхнє нове компонування, формування нового змісту праці, посадових обов'язків;

- управління витратами на персонал як засобом впливу на розвиток трудового потенціалу працівника;

- організація праці як засіб створення обстановки, що сприяє максимальній віддачі виконавця в процесі роботи;

- управління трудовим навантаженням, оптимізація структури робочого часу;

- оцінка і контроль діяльності;

- політика винагороди за працю, її високі результати;

- надання соціальних послуг як засобу мотивації, стабілізації колективу;

- тарифні угоди між адміністрацією і колективом;

- соціально-психологічні методи (методи усунення конфліктних ситуацій, забезпечення взаємодії тощо);

- формування корпоративної культури та ін.

Частина цих засобів носить організаційний характер (кадрове планування, організація праці), інші пов'язані з впливом на працівника з метою зміни його мотивації, поведінки, мобілізації його внутрішніх можливостей (система винагороди, оцінки, забезпечення взаємодії та ін.).

Управління персоналом базується на таких вихідних положеннях:

1) необхідність тісного зв'язку планування персоналу зі стратегією розвитку готелю;

2) кількісна оцінка витрат на роботу з персоналом і їхнього впливу на економічні показники виробництва послуг.

Управління персоналом як функція управління покликана поєднувати, координувати, взаємопов'язувати та інтегрувати всі інші функції в єдине ціле.

Забезпечення гарантій зайнятості для персоналу робить будь-який готель більш прибутковим і конкурентоздатним, особливо якщо стратегія стабілізації складу працівників використовується як засіб для підвищення гнучкості в управлінні персоналом, створення умов для тісної взаємодії персоналу і збереження найбільш кваліфікованого його складу.

Діяльність з управління персоналом містить у собі такі напрямки діяльності:

- планування людських ресурсів;

- розробка плану задоволення потреб у людських ресурсах і необхідних для цього витрат;

- набір персоналу - створення резерву потенційних кандидатів по всіх посадах;

- добір - оцінка кандидатів на робочі місця і добір кращих з резерву, створеного в ході набору;

- визначення заробітної плати і компенсації - розробка структури заробітної плати і пільг з метою залучення, наймання і збереження персоналу;

- профорієнтація та адаптація - введення найнятих працівників у підрозділи готелю, розвиток у працівників розуміння того, що очікує від них готель і яка праця в ньому одержує заслужену оцінку;

- навчання - розробка програм навчання персоналу з метою ефективного виконання роботи і його просування;

- оцінка трудової діяльності - розробка методик оцінки трудової діяльності і доведення її до працівника;

- підвищення, пониження, переведення, звільнення - розробка методів переміщення працівників на посаді з більшою або з меншою відповідальністю, розвитку їхнього професійного досвіду шляхом переміщення на інші посади або ділянки роботи, а також процедур припинення договору наймання;

- підготовка керівних кадрів, управління просуванням по службі - розробка програм, спрямованих на розвиток здібностей і підвищення ефективності праці керівних кадрів;

- трудові відносини - здійснення переговорів з укладання колективних договорів;

- зайнятість - розробка програм забезпечення рівних можливостей зайнятості.

Таким чином, підбір і найм персоналу являє собою систему цілеспрямованих дій із залучення на роботу кандидатів, що володіють якостями, необхідними для досягнення цілей, поставлених організацією. Це пошук, оцінка та найм людей, які бажають і вміють працювати, володіють потрібними компетенціями та поділяють цінності компанії. Відбір персоналу являє собою процес вивчення психологічних і професійних якостей працівника з метою встановлення його придатності для виконання обов'язків на певному робочому місці або посаді, вибору із сукупності претендентів найбільш підходящого з урахуванням відповідності його кваліфікації, спеціальності, особистісних якостей і здібностей характеру діяльності, інтересам організації і його самого. Якісний підбір персоналу дає змогу збільшувати прибуток підприємства (організації), підвищувати продуктивність і «бойовий дух» персоналу, що в кінцевому підсумку допомагає компанії розвиватися.

УДК 65.012.8

Толочко М.К.
Національний університет біоресурсів і природокористування України
м. Київ
Демиденко О.О.
к.т.н., доцент,кафедри стандартизації та сертифікації с.г. продукції
Національний університет біоресурсів і природокористування України
м. Київ

СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЮ БЕЗПЕКОЮ В УМОВАХ ПІДПРИЄМСТВА

Інформація є одним із головних ділових ресурсів, який забезпечує організації додану вартість, і внаслідок цього потребує захисту. Слабкі місця в захисті інформації можуть призвести до фінансових втрат, і нанести збиток комерційним операціям. Тому в наш час питання розробки системи управління інформаційною безпекою та її впровадження в організації є концептуальною.

Інформаційна безпека виробничого підприємства являє собою невід’ємну частину існування підприємства. Існування безпеки інформації забезпечує цілісне існування підприємства, невідкладну допомогу у різних ситуаціях та реагування у випадку виникнення форс мажорів, такі як хакерські атаки. Особливу увагу потрібно приділяти безпеці персональних даних як працівників, так і керівництва.

Стандарт ISO 27001 визначає процеси, що представляють можливість бізнесу встановлювати, застосовувати, переглядати, контролювати і підтримувати ефективну систему менеджменту інформаційної безпеки; встановлює вимоги до розробки, впровадження, функціонуванню, моніторингу, аналізу, підтримки та вдосконалення документованої системи менеджменту інформаційної безпеки в контексті існуючих бізнес ризиків організації.

Система управління інформаційною безпекою на основі стандарту ДСТУ ISO/IEC 27001 дозволяє:

- зробити більшість інформаційних активів найбільш зрозумілими для менеджменту компанії;
- виявляти основні загрози безпеки для існуючих бізнес-процесів;
- розраховувати ризики і приймати рішення на основі бізнес цілей компанії;
- забезпечити ефективне управління системою в критичних ситуаціях;
- проводити процес виконання політики безпеки (знаходити і виправляти слабкі місця в системі інформаційної безпеки);
- чітко визначити особисту відповідальність;

- досягти зниження і оптимізації вартості підтримки системи безпеки;

- полегшити інтеграцію підсистеми безпеки в бізнес-процеси і інтеграцію з ДСТУ ISO 9001:2015;

- продемонструвати клієнтам, партнерам, власникам бізнесу свою прихильність до інформаційної безпеки;

- отримати міжнародне визнання і підвищення авторитету компанії, як на внутрішньому ринку, так і на зовнішніх ринках;

- підкреслити прозорість і чистоту бізнесу перед законом завдяки відповідності стандарту.

Як відомо, в наше століття рівень діджиталізації досяг майже свого піку. Численні ресурси, такі як інформація про виробника, інсайд інформація виробництва, особиста інформація кожного робітника зберігаються на спеціальних носіях або серверах, які можуть бути керованими дистанційно через мережу інтернет. Ця інформація без належного управління та безпеки може бути викрадена особами або цілими корпораціями, які заінтересовані у витісненні виробника з ринка або навіть повного банкрутства підприємства. Це створює певні умови, які мають бути обов'язково виконаними для здорового існування підприємства.

Також слід зазначити, що в нашій країні, як і у всьому світі, відбувається поступове становлення інформаційного суспільства, економічною основою якого є створення та вдосконалення технічних і технологічних способів і засобів виробництва, отримання та поширення інформації на основі створення та використання інформаційно-комунікаційних технологій, які можуть розглядатися в якості найважливішої ознаки сучасної інформаційної епохи.

СУІБ і сертифікація на відповідність стандарту ISO 27001 дає компанії такі переваги, як управління інформаційною безпекою компанії в рамках єдиної корпоративної політики, управління ризиками та їх своєчасне виявлення, зниження ризиків від зовнішніх і внутрішніх загроз, систематизація процесів забезпечення ІБ, встановлення пріоритетів компанії в області ІБ. У свою чергу це забезпечує компанії конкурентну перевагу, демонструючи здатність керувати інформаційними ризиками, при цьому також збільшується капіталізація компанії.

На мою думку, цей стандарт дуже важливий у розвитку не тільки конкретного підприємства, а у цілому житті взагалі. Люди іноді не задумуються наскільки важлива приватність та конфіденційність, починаючі від інформації про себе у мережі, закінчуючи номерами та паролями банківських карток.

Отже, цей стандарт обов'язково потрібно ввести на одну вісь існування з такими "гігантами" як система управління якістю ISO 9001 та система управління безпечністю харчових продуктів ISO 22000.

Список використаних джерел:

1. https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/38168/3/yanchenko_international_standard.pdf

https://serwiss.bib.hs-hannover.de/frontdoor/deliver/index/docId/938/file/ISOIEC_27000_27001_and_27002_for_Information_Security_Management.pdf

УДК 330.837:327

Розбицька Т.В.

аспірант кафедри стандартизації та сертифікації с.-г. продукції

Сухенко В.Ю.

д. т. н., професор, завідувач кафедри стандартизації та сертифікації с.\г. продукції

Національний університет біоресурсів і природокористування України

м. Київ

МОТИВАЦІЯ ЯК СКЛАДОВА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

У загальному трактуванні сутність мотивації можна виразити так: мотивація – це вид управлінської діяльності, який забезпечує процес спонукання особи до діяльності, спрямованої на досягнення особистих цілей чи цілей організації. У розгорнутому вигляді мотивація — це характеристика психологічного стану людини, який є віддзеркаленням потреб, інтересів, настанов у конкретний період часу і характеризує міру її трудової активності. Водночас мотивацію персоналу правомірно розглядати як процес, що визначає динаміку мотиваційних настанов та трудової активності. При цьому мотивація є своєрідним результатом узгодження внутрішніх мотивів індивіда і зовнішніх стимулів трудової діяльності. Посилення мотивації, ставлення до праці, трудової активності є одним з головних завдань керівників і фахівців з управління персоналом. Під час прийняття різних управлінських рішень треба враховувати співвідношення рівнів мотивованості та компетентності у працівників.

Трудова діяльність передбачає докладання певних зусиль, супроводжується певним рівнем старанності і наполегливості, передбачає певний ступінь сумлінності для досягнення поставлених цілей. Рівень вияву означених характеристик трудової діяльності значною мірою залежить від мотивованості працівника. Саме мотивації як процесу впливу на поведінку персоналу та узгодження цілей організації і працівників належить одне з провідних місць у теорії та практиці управління персоналом.

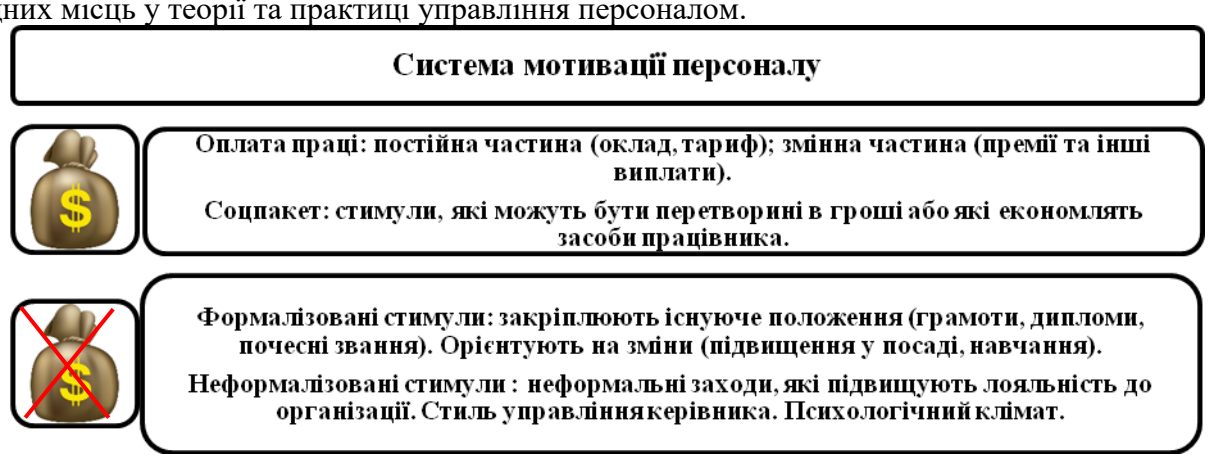


Рис.1. Структура системи мотивації персоналу

Алгоритм розробки системи мотивації персоналу:

І етап «Діагностика цілей»

- Уточнення цілей підприємства;
- Визначення використовуваних форм і умов стимулювання;
- Визначення потреб, мотивів і цілей працівників;
- Визначення особливостей організації, які повинні бути враховані у системі стимулювання.

ІІ «Проектування»

- Вибір нових форм і методів стимулювання, які відповідають потребам, мотивам і цілям працівників;
- Визначення умов застосування стимулів, які будуть орієнтувати персонал на досягнення цілей організації.

ІІІ «Запровадження програми»

- Документаційне закріплення положень системи стимулювання;
- Навчання менеджерів новим методам стимулювання підлеглих;

- Розробка і впровадження засобів контролю економічної ефективності запровадженої системи мотивації.

Існує низка вимог до системи мотивації персоналу підприємства, а саме: − об'єктивність: розмір винагороди працівника має визначатися на основі об'єктивної оцінки результатів його праці; − передбачуваність: працівник має знати, яку винагороду він одержить залежно від результатів своєї праці; − адекватність: винагорода має бути адекватною трудовому внеску кожного працівника в результат діяльності всього колективу, його досвіду й рівню кваліфікації; − своєчасність: винагорода має слідувати за досягненням результату якнайшвидше (якщо не у формі прямої винагороди, то принаймні у вигляді обліку для подальшої винагороди); − значущість: винагорода має бути для працівника значущою; − справедливість: правила визначення винагороди мають бути зрозумілі кожному працівнику організації й бути справедливими, зокрема з його позицій.

Як свідчить практика, недотримання цих вимог призводить до нестабільності в колективі й справляє сильний демотивуючий ефект, а це набагато гірше позначається на продуктивності праці персоналу компанії, ніж відсутність хоч яких механізмів визначення винагороди за результати праці. Можемо виділити три підходи до вибору мотиваційної стратегії підприємства: − стимул і покарання: люди працюють за винагороду; − мотивація через працю: більш цікава і різноманітна праця виконується якісніше і з великим задоволенням; − систематичний зв'язок із менеджером: мотиваційна стратегія базується на аналізі, ситуації і використаному стилі взаємодії з іншими людьми

Мотивованість, лояльність, прихильність персоналу формуються в межах певної організації, яка об'єднує людей з метою здійснення трудової діяльності та спрямовує цю діяльність на досягнення конкретних кінцевих результатів. Із цією метою в організації розробляється мотиваційна політика, яка насамперед має бути спрямована на розвиток людини праці, розкриття її творчих можливостей і максимальне їх використання. При цьому людина має розглядатись як найцінніший ресурс та конкурентне багатство організації. З-поміж інших характеристик працівників високий рівень їх мотивованості є чинником формування конкурентних переваг організації.

УДК 338.488.2: 640.43(477)

Бражко А. В.
Львівський інститут економіки і туризму,
м.Львів
Науковий керівник: ***Сусол Н. Я.*** *к.т.н., доц.*

ІННОВАЦІЇ В КЕЙТЕРИНГУ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Сучасний підхід реалізації ринкових можливостей в ресторанному бізнесі демонструє формування окремого сегменту галузі з надання кейтерингових послуг. Виняткова мобільність та варіативність формату послуг кейтерингу дозволяє організувати святкування в будь-якій локації, що буде обрана замовником, з урахуванням побажань і можливостей бюджету. Динамічний процес розвитку ресторанного бізнесу з кейтерингової діяльності, безумовно, розвивається за участі сучасних технологій та інновацій.

Щорічно на ринку послуг спостерігаємо появу нових компаній, робота яких побудована виключно на різних видах кейтерингової діяльності. Натомість, все менше ресторанів беруться за організацію виїзних замовлень поряд з традиційною роботою закладу. Серед провідних компаній, що займаються кейтерингом у м. Львів можна відзначити: «Кейтеринг Львів», FEST кейтеринг, «Дефіляда кейтеринг», студія кейтерингу «Chef» , компанія «Арена Кейтеринг», Цитадель кейтерінг-сервіс преміум-класу, та інші. Серед

столичних лідерів можна відмітити кейтерингові компанії: «VIP Catering» «Єврокейтерінг», «Best Events Catering», «Диліжанс», «Джем кейтеринг», Фигаро-Кейтеринг, « Yes! Catering».

Виділяють такі види кейтерингу:

- приготування їжі в приміщенні (on-premise catering);
- виїзне ресторанне обслуговування (off-premise catering);
- соціальний кейтеринг;
- корпоративний кейтеринг;
- роздрібний продаж готової кулінарної продукції;
- VIP-кейтеринг;
- кейтеринг напоїв та коктейлів (виїзний бар).

Поява на ринку інновацій та їх активізація у ресторанному господарстві має місце і постійно посилюється. В ресторанному господарстві поступово можна простежувати такі тенденції[1]:

- сприяння здоров'ю людини та безпеки харчування;
- вдосконалення технологічних процесів;
- розвиток технічного рівня підприємств;
- вдосконалення продукції та послуг;
- нові формати подачі їжі finger-food (фуршет, де їдять лише руками) та tapas (на стіл подається одна величезна тарілка – на всіх);
- кулінарні тури;
- розвиток системи управління виробничим процесом (впровадження нових програмних продуктів, використання Інтернет -технологій).

В міжнародній практиці кейтерингу застосовують різні форми та методи обслуговування, для вибору певного виду сервісу керуються багатьма факторами, до яких насамперед належать[2]:

- побажання гостей;
- національна належність гостей;
- чисельність і кваліфікація персоналу;
- статус, вік, та особливі потреби гостей та ін.

Серед інновацій, що практикують в ресторанному бізнесу, в тому числі у різних видах кейтерингу є:

- концепції – ювілей корпорацій, весілля, тематичні вечірки, пивний фестиваль;
- Du chef – авторський напрямок кухні, спеціально розроблений шеф- кухарем, для ексклюзивної урочистості. Це може бути симбіоз європейської та азіатської кухні, італійські вкраплення або абсолютно нові страви від шефа.
- Classic – міжнародна кухня під різну концепцію свята;
- Cooking chow – анімаційні станції. Гості можуть спостерігати за професійною роботою кухарів, які готують страви на відкритому вогні, грилі, освоювати секрети майстерності, вбирати феєрію високого кулінарного мистецтва.

Однією з особливостей кейтерингу є його розважальна частина. Організатори бенкету стараються, щоб цей момент став не тільки окремим, але й найяскравішим. В процесі переговорів про майбутнє свято завжди обговорюється концепція, культурна програма. Вияснивши у клієнта, що саме він хоче показати своїм гостям, чим порадувати і здивувати, менеджери і керівники кейтерингової компанії починають виконувати побажання: сценаристів, клоунів, музикантів, артистів естради і кіно, фото дизайнерів, оформлювачів приміщень, піротехніків і всіх інших, хто буде потрібен для свята. Як правило, всі вони є партнерами кейтерингових компаній і мають необхідний досвід участі в кейтеринг [3].

Розвиток кейтерингової діяльності в Україні набирає обертів та вдосконалюється. Сфера ресторанного бізнесу у нашій країні рухається вперед, підкоряючись економічним законам попиту та пропозиції, а також конкуренції за споживача [4].

Як бачимо, кейтеринг в ресторанному бізнесі стає самостійним сегментом галузі, адже має змогу реалізувати індивідуальні запити ринку, оминаючи певні стаціонарні обмеження. При виборі інновацій для кейтерингу варто керуватися логікою і робити так, щоб гості отримали очікувані емоції та якісний сервіс, разом з цим підприємство одержало відповідний прибуток.

Список використаних джерел:

1. Борисова О. В. Інноваційна політика у ресторанному господарстві: тенденції розвитку, напрями та оцінка ефективності / О. В. Борисова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. - 2010. - Вип. 1. - С. 607-614.
2. Things to Know About Customer Service [Електронний ресурс]-Режим доступу http://restaurants.about.com/od/customerservice/a/10-Things-To-Know-About-Customer-Service.htm
3. Прилепа, Н.В. Особливості кейтерингу як нового напряму ресторанного бізнесу в Україні [Текст] / Н. В. Прилепа // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2017. – № 2, т. 2. – С. 287-289.
4. Івашина Л.Л. Перспективи та проблеми кейтерингу в україні. [Текст] / Л.Л. Івашина // Вісник Глобальні та національні проблеми економіки. – Випуск № 17. – С. 317-314

УДК 640.4

Балко О.Б.
спеціаліст вищої категорії
Відокремлений структурний підрозділ
«Львівський фаховий коледж харчової та переробної промисловості
Національного університету харчових технологій»
м. Львів

ІННОВАЦІЇ В ТЕХНОЛОГІЯХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Ефективність сталого розвитку усіх галузей, в тому числі, і ресторанного господарства може бути забезпечена завдяки інноваційним технологіям, оскільки вони сприяють модернізації та структурній перебудові економіки.

У сфері дослідження ресторанного бізнесу вже є ряд робіт, присвячених цій темі. Основні інновації можна класифікувати за видами. До них відносять:

- ***маркетингові (***керування процесом бронювання on-line);
- ***продуктові*** (застовування клінінгових технологій, патентування нових страв та їх оформлення);
- ***організаційні*** (нові форми та методи навчання персоналу, відкриття мережі закладів харчування, планування нових концепцій);
- ***ресурсні*** (пошук нових ресурсів для розвитку підприємств) [1].

Враховуючи наведені вище види інновацій, пропоную більш глибоко розглянути ті з них, які зараз активно використовуються у ресторанному бізнесі:

Наявність wi-fi. Цей критерій для сучасної молоді є одним із найголовніших при виборі закладу харчування або відпочинку. З вільним доступом до Інтернету під час очікування замовлення можна переглянути новини, поспілкуватися з друзями у соціальних мережах.

QR-коди і наявність електронного меню. QR-код - це двовимірний штрих-код, з якого телефон зчитує інформацію. Це вдалий маркетинговий хід, завдяки якому привертають увагу відвідувачів. Зайшовши на сайт закладу, потенційні клієнти можуть переглянути on-line меню, де вказані всі позиції, що є в наявності у ресторані чи кафе. Це зручний спосіб, що спрощує процес вибору і замовлення страв безпосередньо на місці або через доставку [3].

Система «on-line» та Web-вітрини - дозволяють суттєво покращити якість дистанційного обслуговування за формою оп-Ііпе бронювання. Електронний ресурс надає меню актуальних страв та багато інших функцій, які максимально спрощують процес реалізації продукції за допомогою інтернету.

Веб-сайт. Створення веб-сайту є доступним способом представлення об'єктів ресторанного господарства в інтернет мережі. Постійного оновлення пропозицій ресторану, оперативне інформування споживачів про нові послуги, реєстрація їх замовлень надає можливість розвитку діяльності. Добре розроблений веб-сайт закладу ресторанного промоції, ефективне представлення бренду.

Фронт-офіс і бек-офіс - системи автоматизації діяльності підприємств ресторанного господарства. Запровадження комплексної автоматизації обліку й управління діяльністю закладу ресторанного господарства має ряд преваг, зокрема:

- апаратна частина фронт-офісу системи представлена ЕККА, фіскальними реєстраторами, сканерами штрих-кодів, електронними вагами, кухонними і чековими принтерами, POS-терміналами, сенсорними моніторами або кишеньковими комп'ютерами, що автоматизують облік і значно спрощують обслуговування клієнтів.
- **Бек-офіс** в системі обліку в ресторанній галузі має особливий статус, до його обов'язків входить калькуляція страв та продукції, розрахунок та списання собівартості, проведення інвентаризації, виявлення надлишків та недостач, ведення повного документообігу та виробничого обліку [2].

Ко-брендинг *(co-branding).* Це напрям діяльності за якого спостерігається симбіоз двох різних напрямків бізнесу, або різних видів послуг. В сучасних ресторанах відвідувачі мають змогу не лише смачно поїсти, а й зробити манікюр, дивиться фільми, грати в різні ігри. Бажання отримати максимум послуг в одному місці реалізовують в концепціях ко-брендингу.

Інноваційне технологічне обладнання. Пароконвектомати сучасного покоління оснащенні спеціальними датчиками та інтелектуальними функціями, одна з яких - Cooking Control - за її допомогою апарат визначає температурний режим в камері, розпізнає текстуру і стан продукту, його кількість і відповідно до цих даних пропонує оптимальний режим приготування. Функція Clud відкриває нові можливості для управління декількома пароконвектоматам Для доступу до системи Clud використовується Wi-Fi або дротове з'єднання [2].

До інноваційних технологій виготовлення страв, що розроблені в останнє десятиліття, належать наступні розробки:

- технологія низькотемпературного обробляння м'яса, риби, морепродуктів, овочів і фруктів (за методикою П'єра Гарньє, Хестон Блюменталь і Томаса Келлера);
- термоміксінг і пакоджетінг (за методикою Феррана Адріа
- вакуумне маринування, сублімація, емульгування, формоутворення, управління текстурою (за методикою Ніколаса Курті);
- аромакухня, дистиляція і херборджуссінг (за методикою Феррана Адріа);
- заморожування в середовищі рідкого азоту (за методикою Херве Тиса і Гарольда Мак Гі);
- приготування страв за допомогою «Стефан -грилю». Теплове обробляння продукту зсередини (температура може сягати 650 °С) відкритим вогнем. Ця технологія отримала назву «соок in» (від англ. - «Готувати зсередини») [2].

  Інновація має чітку орієнтацію на кінцевий результат прикладного характеру, вона завжди повинна розглядатися як складний процес, який забезпечує певний технічний і соціально-економічний ефект [3].

Розуміння механізму інновацій, їх доцільності впровадження в діяльність підприємства ресторанного господарства в сучасних умовах дозволяє забезпечити ефективність роботи, підвищити конкурентоспроможність закладу на ринку.

Список використаних джерел:

5. Журавльова С.М. Стратегія інноваційної діяльності на підприємствах готельного господарства // Економіка. Управління. Інновації. - 2012. - №2(8).
6. Організація виробничої діяльності в закладах ресторанного господарства: навч. посіб.: / Н.Я. Сусол, ЛІЕТ. – Львів, «Галицька видавнича спілка», 2015. – 316 с.
7. П'ятницька Г.Т Вплив інноваційних змін на діяльність підприємств ресторанного господарства / Г.Т. П'ятницька, Н.О. П'ятницька // Економіка розвитку. - 2013. - №1(65).С.122-126.
8. Технологія продукції ресторанного господарства : навч. посіб. Для студ. вищ. навч. закл. / М.І. Пересічний, А.А. Мазаракі, П.О. Карпенко та ін. ; за ред. М.І. Пересічного. У 2 ч. Ч. 1. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 752 с.
9. Інтернет ресурс: http://www.newserviceltd.ru/experiense/blog/stefan-gril/ https://ukrbukva.net/page,7,113176-Molekulyarnaya-gastronomiya.html

УДК 640.4

Ромасевич Христина
Львівський кооперативний коледж економіки і права
м. Львів
Науковий керівник: ***Василишин М. В.***
викладач

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Розвиток підприємства готельно-ресторанного господарства неможливий без активного запровадження інноваційної діяльності. У всьому світі саме інновації є тим засобом, за допомогою якого підприємство готельно-ресторанного господарства адаптується до змін у зовнішньому середовищі або й змінює його у власних інтересах, прагнучи і досягаючи економічного лідерства [2, с. 66].

Здатність підприємства до застосування інновацій є його невід'ємним складником, завдяки чому він займає вільні чи створює нові ніші на ринку, конкурентні можливості, забезпечуючи цим розширення бізнесу [3, с. 202].

Отже, для застосування інновацій необхідні не тільки ідея та фінансові можливості, але й готовність і здатність персоналу відмовитися від звичного і опановувати нове. Ця готовність формується через відповідні мотивації [4, с. 15].

Потенціал розвитку підприємства готельно-ресторанного господарства охоплює не лише його ресурсні складники, але й значно залежить від ступеня адаптації та застосування підприємцем змін у системі інновацій. Для забезпечення розвитку організації необхідно, щоб у керівника були мотив і стимул до забезпечення успіху та отримання влади тощо [5, с. 127].

Можемо зазначити, що формування потенціалу підприємства готельно-ресторанного господарства – це визначення ресурсів, можливостей і резервів потенціалу підприємства на довгострокову перспективу, що призведе до конкурентоспроможності даної організації [6, с. 15].

У результаті досліджень можемо окреслити чинники, які сприяють підвищенню ефективності формування потенціалу підприємства готельно-ресторанного господарства регіону:

• оновлення, збільшення та модернізації матеріально-технічної бази;

• залучення до роботи на підприємстві готельно-ресторанного господарства молодих, ініціативних, умілих працівників;

• оптимізація наявної на підприємстві організаційної структури управління для ефективнішої роботи підприємства ГРГ;
• підвищення оборотності капіталу на підприємстві ГРГ;
• дослідження інформаційної бази, необхідної для стабільної роботи підприємства ГРГ;
• запровадження новітніх технологій виробництва послуг закладами ГРГ.

Інноваційний потенціал у комплексі описує можливості підприємства готельно-ресторанного бізнесу запроваджувати інноваційну діяльність, тому управління інноваційним потенціалом є основним завданням для підприємства готельно-ресторанного бізнесу, оскільки ефективність діяльності в умовах сьогоднішньої конкуренції залежить від здатності створювати й активно запроваджувати організаційні, технічні, маркетингові та інші інноваційні заходи, які створюють інноваційний потенціал [5, с. 126].

У процесі дослідження нами було виявлено, що існують проблеми ефективного використання і розвитку інноваційного потенціалу готельно-ресторанного підприємства регіону, а саме:
– нестача фінансових ресурсів та застаріла матеріально-технічна база готельно-ресторанних підприємств;
– постійний пошук кваліфікованої робочої сили;
– недосконаліть законодавства, яке регулює інноваційну діяльність готельно-ресторанного бізнесу;
– високий ступінь зносу технологічного обладнання, устаткування, матеріально-технічних засобів закладів готельно-ресторанного бізнесу;
– нераціональність методики оцінки ефективності інноваційної діяльності;
– відсутність ресурсів підтримки інноваційної діяльності для підприємств.

Виходячи з вищевказаних проблем, можна визначити такі напрями підвищення рівня інноваційної діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства регіону в сучасних умовах:
– запровадження заходів науково-технічного прогресу на підприємствах ГРГ методом купівлі новітнього програмного забезпечення;
– активна співпраця з популярними закладами готельно-ресторанного бізнесу, запозичення досвіду;
– запровадження кадрової політики з метою стимулювання персоналу щодо активної та плідної співпраці на підприємствах ГРГ, підвищення їх кваліфікації, покращення професійних здібностей та навичок;
– орієнтація підприємства на розвиток інноваційної діяльності на довгострокову перспективу;
– запровадження фінансування технічних засобів та заходів щодо активізації інноваційної діяльності;
– оптимізація використання природних та енергетичних ресурсів, перехід на інші види опалення та енергопостачання (опалення дровами, енергопостачання за рахунок сонячних батарей) [6, с. 17].

Нестабільною нішею в розвитку інноваційного потенціалу підприємств готельно-ресторанного бізнесу є:
1. неефективність механізму управління на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу в організаційно-економічному аспекті;
2. недостатність матеріальних ресурсів для пошуку можливостей раціонального застосування напрямів інноваційної діяльності для закладів готельно-ресторанного бізнесу;
3. застосування нераціональних методик оцінки інноваційного потенціалу підприємства готельно-ресторанного бізнесу;
4. потреба у використанні новітнього технологічного обладнання закладами готельно-ресторанного господарства для більш раціонального процесу виробництва послуг;

5. високий рівень ризику під час запровадження інноваційної діяльності, адже результат є невизначеним;
6. нераціональна робота служби маркетингу;
7. неоднозначність системи мотивації персоналу, тому що результат є неоднозначним.

Отже, розвиток інноваційної діяльності на перспективу неможливий без покращення інноваційної результативності підприємства та його персоналу, адже інноваційна діяльність повинна розглядатися як застосування науково-технічних засобів для діяльності зі створення нових конкурентоспроможних послуг.

Список використаних джерел:

1. Бунтова Н. Інноваційний шлях розвитку підприємств готельної індустрії України / Н. Бунтова // Науковий вісник демократичне врядування. – 2015. – № 12. – С. 65–71.
2. Мендела І.Я. Планування інноваційних стратегій підприємствами готельного бізнесу / І.Я Мендела // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. – 2017. – № 9. – С. 125–129.
3. Портал готельного і ресторанного бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://prohotelia.com.ua

УДК 334.784

Буляк Софія
ВСП «Львівський фаховий коледж харчової і переробної промисловості НУХТ»
м. Львів
Науковий керівник: ***Тарасюк І.В.***
к.п.н., голова циклової комісії готельного обслуговування, викладач вищої категорії, викладач-методист

ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ ТА ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ У ЗАКЛАДАХ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

Сьогодні в умовах розвитку туристичної сфери замовники, держава та інші зацікавлені сторони зосереджують значну увагу на культурі та якості обслуговування у закладах туристичного спрямування. В офіційних документах зазначено стандартизовані вимоги до якості товару та послуг, при цьому з боку клієнтів зростають вимоги до культури надання послуг, що має бути передумовою функціонування та вдосконалення діяльності готельних та ресторанних підприємств.

Окремі компоненти культури та якості обслуговування у закладах сфери гостинності досліджували вітчизняні та зарубіжні вчені. У працях таких вчених, як М. Бойко, Л. Гопкало, О. Головко, Н. Кампов, С. Махлинець, Г. Симочко, окреслено питання організації обслуговування у готельному підприємстві, висвітлено основні поняття культури та якості обслуговування. Сучасні аспекти управління якістю у готельно-ресторанних комплексах досліджували І. Андренко, Л. Гірняк, О. Давидова, О. Кравець та ін. Проблеми культури у готельно-ресторанному господарстві розглядали І.Г. Верезомська, Л.В. Польова, П. Пуцентейло, Й. Сео, К. Хуссайна, Р. Конарб, Ф. Алік та інші науковці. Однак недостатньо досліджено питання формування культури та якості обслуговування у закладах сфери гостинності. Існує необхідність пошуків шляхів покращення менеджерських підходів до вдосконалення культури та якості надання послуг у сучасних умовах.

Існують різні підходи до визначення поняття «культура обслуговування», зокрема: 1) культура обслуговування – це комплексне поняття про рівень фізичного та психологічного комфорту [3, с. 261]; 2) культура обслуговування – це система цінностей і переконань,

підтримуваних підприємством готельного господарства, що реалізує ідею про те, що його головною метою є надання споживачу якісних послуг на основі визначених правил, процедур, системи заохочень і дій [1]; 3) культура обслуговування – це організаційна культура, спрямована на обслуговування клієнтів на основі вироблення визначених правил, процедур, практичних навичок та умінь; вона диктується політикою підприємства, підтримується системою заохочень персоналу обслуговування та низкою інших заходів [5, с. 229].

Під якістю обслуговування розуміємо сукупність властивостей і ступенів корисності послуг, тобто відповідність наданих послуг очікуваним або встановленим стандартам. Відповідно до цього стандарти, їхня реальна форма і зміст є критеріями якості обслуговування у готельно-ресторанному комплексі. Критерієм оцінювання якості наданої послуги для споживача є ступінь його задоволеності, тобто кореляція між очікуваним і отриманим. А одним із критеріїв ступеня задоволеності клієнта є його бажання повернутися ще раз і порадити вибраний ним готель своїм друзям, колегам і знайомим [4, с. 221]. Відповідно, якість обслуговування варто розуміти не як кінцевий результат, а як процес, який постійно треба вдосконалювати з урахуванням критики та побажань зацікавлених сторін.

Зауважимо, що на формування якості обслуговування у закладі сфери гостинності впливають зовнішні (державна політика в туристичній галузі, структура готельного господарства, науково-технічний прогрес у сфері обслуговування, територіальний розподіл підприємств готельного господарства) та внутрішні фактори (кадрова політика, персонал, комплексне матеріально-технічне оснащення готельно-ресторанного комплексу). При цьому на підприємствах якість послуг має свої особливості формування: 1) споживання готельно-ресторанних послуг переважно збігається з їх виробництвом; 2) оцінювання якості послуг можливе лише в процесі надання, отримання, споживання; 3)готельно-ресторанні послуги не підлягають збереженню та накопиченню; 4) надаючи готельні послуги, працівник готельно-ресторанного підприємства вступає в безпосередній контакт зі споживачем;5) на відміну від товарного ринку, де товар «йде» до покупця, в готельно-ресторанному господарстві, навпаки, споживач «йде» до послуг готельного підприємства, тобто готельна послуга не підлягає транспортуванню; 6) попит на готельно-ресторанні послуги коливається залежно від сезону, соціально-політичної ситуації та інших циклів життєдіяльності людей; для готельного господарства характерні добові, тижневі, місячні, річні коливання попиту [3].

Для формування культури якості обслуговування існують різні філософії менеджменту. Однією з найперспективніших філософій вважається концепція TQM (Totalqualitymanagement, тобто загальне управління якістю). Така система вимагає впровадження таких принципів: 1) втілення нової філософії діяльності закладу, що спрямована на постійний процес вдосконалення та покращення діяльності усіх систем, служб і відділів, а також поліпшення якості послуг; 2) проведення періодичного, регулярного навчання персоналу з метою вдосконалення його кваліфікаційних навичок, ознайомлення зі стратегією діяльності компанії; заохочення до самовдосконалення; 3) формування позитивного, зокрема з економічної точки зору, корпоративного іміджу компанії, що дає можливість персоналу відчувати важливість кожного працівника та пишатись приналежністю до компанії (закладу); 4) здійснення належного економічно обґрунтованого фінансування процесів, технологій, сфер діяльності; 5) нівелювання відповідальності за результатами інспекцій, перевірок, натомість запровадження принципів самоконтролю та усвідомлення індивідуальної відповідальності за виконання своїх обов’язків, їх безпосередній вплив на ефективність діяльності підприємства; 6) відкритість і бажання до запровадження нововведень та інновацій [2].

Формування культури та якості обслуговування в закладах сфери гостинності передбачає злагоджену діяльність персоналу, що спрямована на забезпечення комфорту гостей, їх задоволення від проживання, харчування, розваг та інших організованих заходів.

Передумовами формування високої культури та якості обслуговування є належний рівень організаційної та корпоративної культури, а також відмінна якість продукції та послуг.

Список використаних джерел:

1. Бойко М.Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства: підручник. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 448 с. URL: http://tourism-book.com/pbooks/book-58/ua/chapter-2156.

2. Гірняк Л.І. Сучасні аспекти управління якістю у закладах готельно-ресторанного комплексу. Актуальні проблеми економіки і торгівлі в сучасних умовах євроінтеграції: матеріали щорічної наукової конференції професорсько-викладацького складу та аспірантів Львівського торговельно-економічного університету / відп. за вип. Б.Б. Семак. Львів: вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2017. С. 226–227.

3. Головко О.М., Кампов Н.С., Махлинець С.С., Симочко Г.В. Організація готельного господарства: навч. посібник для вузів / за ред. О.М. Головко. Київ: Кондор, 2011. 410 с.

4. Круль Г.Я. Основи готельної справи: навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 368 с.

5. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: навч. посібник. Київ: ЦУЛ, 2007. 300 с.

УДК 640.4

Клюфінський Адріан
Івано-Франківський коледж
ресторанного сервісу і туризму НУХТ
м. Івано-Франківськ
Науковий керівник: ***Лилак Г.М.***
викладач вищої категорії, викладач-методист

ІННОВАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ

2020 рік можна вважати роком перемін в готельно-ресторанній індустрії, адже саме в цей різ відбувається безліч змін, котрі потягнуть за собою нові віяння в без того живу сферу.

Технології. З кожним роком бачимо проникнення техніки та інновацій в наше життя. І сфера гостинності – не виняток. Справжнім проривом останнього десятиліття стало використання в роботі комп'ютерно-касових систем (ККС). Автоматизація та діджіталізація ресторану, є актуальним завданням для адміністраторів і власників закладів сфери HoReCa. Без системи управління та обліку, неможливо уявити жоден сучасний заклад. Будучи практично непомітною клієнтам закладу, система грає важливу роль в оперативності, зручності обслуговування і управлінні закладом. Це дозволило максимально можливо спростити процес обслуговування, підняло якість надання послуг і покращило точність роботи бухгалтерії. Тепер, щоб побачити активні замовлення достатньо натиснути на декілька клавіш, або провести по дисплеї. Введення в обіг електронної бухгалтерії дало директорам потужний інструмент контролю власного бізнесу та навіть через інтернет створювати програми лояльності [2].

До технологій можна віднести появу хмарної бухгалтерії. Хмарні технології дозволяють бути в курсі справ де б ви не находились. Господар мережі готелів та ресторанів тепер може постійно грітись на теплому Кіпрі попиваючи ром-колу, і лише за допомогою смартфону бачити реальний стан підприємства. До слова, в сьогоднішній період карантину хмарні технології стали максимально актуальними та практичними, адже жодного соціального контакту – а ефективність роботи та сама [2]. Звісно, підприємство не працює, але це дрібниці.

Також, використання робототехніки дозволило величезним підприємствам поставити на конвеєр виробництво продукції, при цьому мінімізувати людський вплив, до слова, в умовах тотального карантину це виявилось хорошою інвестицією. Роботів можна побачити в топових готелях Токіо та Пекіну – вони здійснюють ідентифікацію осіб котрі прибули, вони ж можуть здійснити «миттєве» поселення, адже для цього необхідний лише паспорт. Маленькі помічники – роботи-пилососи стали неоціненним помічником в господарстві. Вони малі, зручні, швидкі і безшумні. Саме ці крихітки «курсують» порожніми коридорами готелів і наводять порядок, вони ж працюють в темну пору доби на кухні різних ресторанів [4].

Таке втручання техніки та роботів може навести жах та паніку, адже вони «витісняють» людську працю, і взагалі, вони не можуть все робити, як люди – скажете ви. Частко, я згідний, проте на дворі 21 століття – час активних змін та інновацій. Ще 80 років назад кучер був дуже престижною і потрібною професією, а сьогодні така професія «мертва». Але хіба водій авто – не той самий «кучер» залізної карети? Професії не зникають – вони просто змінюють свій вигляд. І це майбутнє, таке яке воно є. Не варто боятись змін адже вони нормальні.

Модною тенденцією став «відкритий холодильник» - це свого роду всім добре відома кухня відкритого типу. Тільки, тут гість може сам обрати продукт для своєї страви. Яскравий приклад риба. Гість обирає живу рибину, що все ще плаває перед ним в акваріумі, і вже через 40-50 хвилин він споживає страву, яку, фактично, сам собі обрав. Це просто, зручно, мінімізує кількість конфліктів та не порозумінь, дозволяє гостю побачити, що і як готують.

Крафтова їжа та напої. Для нас стало нормою ходити в улюблену корчму і випивати там «крафтової наливки». А закладам стало вигідно виготовляти напої самим. Що таке крафт? В декількох словах – це те, що зроблено своїми руками. Тобто, «карфтова вишнівка» - це вишні і спирт, ну, можливо декілька різних спецій. Проте, малюється на горизонті хліб. Крафтовий хліб – це модний тренд у всьому світі. Саме зараз відбувається «навернення» до колишніх традицій, а саме заквасок. Мода на органіку – дає про себе знати. Тому, деякі заклади стали пропонувати своїм гостям хліб власного виробництва. А гості, стали більше обирати такі заклади [3].

Випічка. Здається, вона була? І такою залишиться. Здається, у сучасної людини десь на генетичному рівні записано «сніданок з круасаном». Любов до запашної перепічки зрощується у нас з дитинства - ранок без солоденького уявити складно. Тому, не важливо скільки часу пройшло і пройде – випічка буде в моді.

Справжній фурор справили заклади нового типу: «веганські» або «сироїдні». Такі заклади є новаторами, а в той же час максимально актуальними, адже кількість прибічників веганства росте з кожним днем. Такі заклади є максимально схожі з будь-яким ЗРГ, проте концепція у них кардинально інша. Саме тут подають справжні кулінарні шедеври, адже замінити сир в сирниках на тофу, і не змінити смак – дуже складно. Спекти здобу, без яєць, молока – і зберегти смак та аромат – вершина кулінарного мистецтва.

Доставка і їжа на винос. Культура доставки їжі і онлайн-замовлення розвивається неймовірно швидкими темпами. Додатки Delivery.com, Uber Eats, Caviar - одні з найпопулярніших в сфері їжі в світі. Набирає популярності і мультиканальність в закладах громадського харчування - це комбінація онлайн і офлайн продажів. Більшість офлайн закладів, які вже взяли це на озброєння, ефективно використовують свої ресурси для збільшення продажів, пропонуючи клієнтам не тільки відвідати заклад, а й замовити їжу додому, або оформити замовлення і забрати його самим. Крім доставки з звичайних закладів, зростає число замовлень з «віртуальних» ресторанів, які не приймають офлайн-гостей і готують виключно для доставки [1].

Одна з нових ідей на ринку - «хаби» для віртуальних закладів: кухні різних ресторанів під одним дахом, між якими курсують автономні автомобілі, які забирають замовлення і

розвозять їх клієнтам. Це здешевлює витрати закладів та робить доставку більш доступною для відвідувачів.

Все більшої популярності в умовах пандемії набирає послуга доставки продуктових боксів для приготування їжі вдома. Власник мережі Mamamia! Алекс Тюрін запустив новий сервіс доставки під назвою Cooking Box. Це доставка продуктів для ресторанних страв, меню яких розробили провідні шеф-кухарі. Разом з продуктами гостям доставляють докладний рецепт і відео-інструкцію приготування. Продукти заздалегідь очищають, нарізають, надійно упаковують і відправляють гостю.

Хочеться зробити висновок, що які б інновації не входили в сферу готельно-ресторанних послуг, успіху досягнуть ті заклади, які будуть проявляти справжню гостинність до свого гостя. Але в умовах пандемії і карантину нам здається, що це не можливо через онлайн-замовлення, доставки, маски, дистанціювання. Тому слід навчати персонал спілкуванню по телефону, щоб була можливість проявити гостинність і по-справжньому поспілкуватися зі своїми гостями. Люди, які відповідають на дзвінки і приймають замовлення, тепер можуть сформувати у гостей враження про ресторан в цілому, про те, як ведуться справи, і про те, чи зроблять вони замовлення в вашому ресторані знову.

Список використаних джерел:

1. https://joinposter.com/post/what-waits-for-cafes-and-restaurants-next-year
2. https://jsolutions.ua/ua/sistema-upravleniya-restoranom?gclid=CjwKCAiA-P7xBRAvEiwAow-Vac2gGjTelw0bu2T-lzt37q2LNd71OWwR23D_q_g6KN2wmmStQw-kVBoConEQAvD_BwE
3. https://buduysvoe.com/publications/moda-na-kraft
4. https://joinposter.com/post/restaurant-tech-trends
5. https://www.restorator.ua/post/how-to-show-hospitality-in-quarantine

УДК 640.4

Шаварин Марія, Кукуруза Аліна
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль
Науковий керівник: ***Ткач Наталія***
викладач першої категорії

АНАЛІЗ НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ БАРНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ

Розвиток сучасної барної справи в українському ресторанному бізнесі є актуальним, оскільки включає заклади, в яких здійснюється реалізація алкогольних, безалкогольних, змішаних напоїв та страв до них і закупних товарів через барну стійку, як правило для споживання на місці. Поряд з послугою харчування надає цілу низку різноманітних послуг, які останнім часом мають стійку тенденцію до розширення.

Класифікація барів буває різною. Міжнародною барменской асоціацією (МБА) встановлені ресторанні бари двох типів:

* Ресторанний бар, що обслуговує відвідувачів які прийшли як випити, так і повечеряти. Ідеться елітних дорогих закладів. Перед трапезою клієнт сідає забарную стійку і замовляє порцію алкоголю. Іноді бар називають коктейльним. У ньому є як алкоголь, а й чай, кави, коктейлі, мікси інші види напоїв.

* Є ресторани, де бар використовується для безпосереднього обслуговування відвідувачів. І тут, барна стійка виконує функцію роздачі спиртних напоїв офіціантам, яких зазнають їх клієнтам за столики. Діяльність бару ходять не гроші, аквітанців на замовлення.

Бари, що є самостійним закладом чи вміщено у окремому залі ресторанного комплексу, може бути наступних видів:

1. Коктейль-бар: асортимент бару підібраний в такий спосіб, щоб коктейлі й спиртні напої в чистому вигляді цікавили гостей закладу, мають бути лише модні і ексклюзивні сорти пива; в барної карті оригінальні сорти чаю, каву й коктейлі з їхньою основою. Подача страв не передбачена, але як «комплімент» від бару, до пива - горішки і снеки, а до чаю і кави - міні солодощі.
2. Винний бар - допускає наявність великої винотеки й справжнього фахівця - сомельє. Барна стійка може бути, винні у гостьовому залі представлені у спеціальних шафах, а відчиняються й де кантіруются вино сервірувальним столиком перед гостями. Гарячі страви не пропонуються: подаються холодні закуски, салати, десерти. Вино вибирається гостями у процесі дегустації.
3. Пивна чи пивний бар - пропонує, зазвичай, 10-15 сортів пива і коктельні напої з урахуванням пива разом із соками, сиропами чи міцним алкоголем.Меню пивного бару містить снеки, спеціальні страви до пива і гарячі страви. За наявності офіціантів і повноцінного меню пивний бар легко трансформується на пивний ресторан.
4. Безалкогольний бар - зазвичай розміщується в фітнес-центрах, тренажерних залах, салонах краси, спортивних клубах, бізнес-центрах і автосалонах. Пропонуються напої, коктейлі і десерти з урахуванням соків, чаю, кави йогуртів, фруктів, і т.п.
5. Лаунж-бар (від анг. lounge - вітальня) перебуває в особливій, ізольованій зоні, де є зручні м'які меблі і мелодійна легка музика сприяє відпочинку і невимушеній розмові. Найчастіше розміщується у приміщенні поруч із рестораном чи нічним клубом. Подаются передусім коктейлі.
6. Лобби-бар (від анг.Lobby - вестибуль) розташований на першому поверсі готелів. Крім стійки бару, є м'які меблі, кавові чи чайні столики і стільці. Асортимент такого бару представлений слабоалкогольними і безалкогольними напоями, кондитерськими виробами і десертами.
7. Диско-бар передбачає подачу напоїв і коктейлів на дискотеках й у нічні клуби для великої кількості танцюючою молоді чи під час шоу-програм. Меню в диско-барі не передбачається.
8. Пул-бар (від анг.pool) розташований у зоні басейну: у центрі басейну; дворівневий бар край басейну: нижній рівень (гостьовій) - на бордюрі басейну і стаціонарна стійка для обслуговуванні гостей в «прибережній зони»; бар поруч із басейном. Основна проблема - відсутність міцних алкогольних напоїв й професійного барного скла.
9. Молочний бар- вузькоспеціалізоване підприємство, призначене для реалізації молочних і вершкових коктейлів. У барах передбачають низькотемпературний прилавок для морозива, плиту для кип'ятіння молока і приготування молочних фліпів, міксер для кремів та молочних коктейлів. У залах встановлюють столи і стільці (20% стільців має бути розраховане на маленьких відвідувачів).
10. Вітамінний бар- вузькоспеціалізоване підприємство з приготування і реалізації охолоджувальних напоїв, коктейлів, морозива, холодних закусок і кондитерських виробів.
11. Гриль-бар - це західне нововведення, що стало поширеним в Україні. Може бути самостійним закладом або бути частиною ресторану.. У ньому пропонується курка-гриль, шашлик, біфштекси,риба-гриль. Працівники біля барної стійки виконують функції кухарів, тому що їм доводиться готувати страви перед відвідувачами.

Для того щоб бути конкурентноспроможним закладом ресторанного господарства не достатньо обмежуватися лише якісно виготовленою продукцією та культурою обслуговування, а пропонувати певну концепцію. З цією метою створюються так звані незвичайні бари, які мають концептуальні та архітектурні особливості, певне місцерозташування, тощо. З'являються бари з вузькоспеціалізованим асортиментом не

тільки алкогольних та безалкогольних напоїв, але й страв в меню. Інноваційні процеси охоплюють технологію виробництва змішаних напоїв, демонструючи споживачам досягнення молекулярних технологій у барній справі; технологію обслуговування гостей, в тому числі і види розрахунку.

Бари — це заклади, які, переважно, працюють в складі готелів та ресторані. Проте останнім часом спостерігається стрімка тенденція до популяризації барів як самостійного закладу, що має спецефічний напрям роботи: караоке, спортивні, ігрові, арт-, фан-бари, тощо. У пошуках "родзинки" закладу, ресторатори пропонують і їхнє розташування у незвичних місцях: в найглибших печерах, на верхівках хмарочосів, на високих трубах, у пустелі просто неба, під водою, тощо. Є й такі, що дивують своїм інтер'єром: бари, що повністю побудовані з льоду, із стінами та меблями, що виконані чк складові людських скелетів, з інтерактивною барною стійкою, зі стінами, що змінюють колір у заданому режимі. Архітектурні експеременти привели до появи в м. Києві закладу "Кабачок на бочок", де будівлля начебто лежить на боковій стіні. В Одесі нещодавно з'явився бар на деревах. Все це спрямовується для залучення відвідувачів, які б мали можливість провести приємне дозвілля та відпочити.

Оскільки бари пропонують обмежений асортимент кулінарних страв, їх основна діяльність спрямована на реалізацію алкогольних, безалкогольних та змішаних напоїв, шляхом побудови різноманітних смакових поєднань для створення у гостей нових незвичайних смакових відчуттів. В барній індустрії останнім часом широко реалізується концепція інноваційних "Молекулярних коктейлів", які особливо популярні в модних барах. Такі коктейлі відрізняються незвичайними смаками, до яких додають есенції квітів, овочів і навіть тютюну, диму та шкіри; щільністю і кольором рідини; формами і способами подачі коктейлю.

Особливою цінністю у роботодавців даної барної справи користуються бармени, які володіють мистецтвом флейрінгу (фрі-стайлу) — це доповнення до традиційного робочого процесу бармена і включає приготування коктейлів з елементами жонглювання тощо. Це є символ творчої роботи, невеличка вистава, що приваблює гостей та приносить закладу додатковий дохід. Крім того, бармен — це знавець багатьох рецептів, технологій приготування, в деякій мірі артист і навіть психолог, що може забезпечити закладу найбільшу кількість постійних клієнтів. Отже, майстерність, доброзичливість, вміння захопити технікою приготування та подачі напою, при цьому ще мати психолочічний вплив на людину — це великий талант, яким повинні володіти бармени.

Для розвитку барної індустрії в Україні слід дотримуватися концепцій, поширених в інших країнах — пропонувати незвичайні архітектурно-інтер'єрні рішення, інноваційні техніки приготування напоїв та їх подачу, якість продукції та обслуговування, захоплюючий фрейлінг.

Список використаних джерел:

1. https://alcoukrguru.ru/koktejli/4365-vidi-koktejliv-klasifikacija-za-riznimi.html
2. http://www.horeca-magazine.ru/archive/interview/bar/
3. https://pidruchniki.com/14350120/turizm/profesiyni_vimogi_barmena

УДК 640.04

Кіпибіда Людмила
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль
Науковий керівник: ***Крукевич Людмила***

кандидат педагогічних наук, директор
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»

СУЧАСНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Дослідження стану та тенденцій розвитку ресторанного господарства з метою досягнення високої соціально-економічної ефективності розвитку підприємств сфери ресторанного господарства є актуальним. сучасних економічних умов закладам ресторанного господарства доводиться кардинально перебудовувати свою роботу, переглядати стратегії та плани розвитку, враховувати тенденції, які кожного року змінюються. Актуальність даної теми направлена на визначення загальних напрямів розвитку ресторанного господарства та його основних тенденцій, удосконалення перспектив розвитку ресторанних послуг. 17 Конкуренція в сфері ресторанного бізнесу стимулює власників бізнесу на сміливі експерименти. За даними компанії «Ресторанний консалтинг», у 2014 р. в українській столиці закрилося 119 ресторанів. Ще 85 ресторанів закрилося у 2015 р. Однак у 2017 р. ресторанний бізнес в Україні почав оживати.

Американська консалтингова компанія Baum & Whiteman Company визначила кілька сучасних яскравих напрямів розвитку в 2018 р. у сфері ресторанного бізнесу. Прогнозується поява нових закладів, які пропонують веганські страви. Більшість ресторанів на догоду моді почнуть включати в меню веганські страви. Відзначимо, що в Україні цей тренд не новий, проте зростання його популярності очевидне. Технології впливатимуть на органолептичні якості страв, і незабаром смакові добавки ми зможемо вибирати самостійно. Цей тренд перекочував у ресторанний бізнес з магазинів.

Частина людей досить консервативна в своїх уподобаннях щодо страв, тому ресторани, які складають своє меню на основі однієї страви, знову стають модними. У США і Європі за останній час відкрилося багато закладів з такою концепцією. Українці нещодавно розсмакували японський суп, проте в західних країнах вже подумують над його видозміною. Новий тренд – це мейзмен, або «переплетена локшина». Особливістю цієї страви буде велика кількість традиційних добавок, зокрема додаватимуться бекон, яйця, лосось, буряк і камамбер. Перевагою страви стане його подача. Вона буде схожа на італійську пасту з японським смаком. Американська, італійська та японська кухні хоч і мають своїх шанувальників, втрачають позиції на ресторанному ринку. Саме бажання експериментувати з їжею пояснює популярність ресторанів в'єтнамської кухні, що недавно з'явилися в Києві.

У 2018 р. в західних країнах на піку популярності будуть три національні кухні.Філіппінська кухня – це страви зі свинини, риби, морепродуктів, рису та овочів. Є заклади, що спеціалізуються виключно на корейській кухні, а також ті, в яких представлено асортимент найвідоміших страв Азії. Шефи стануть ключовими дійовими особами, будуть відігравати головну роль в позиціювання ресторанів.

Тенденція приходити в ресторан не «на кухню» (італійську, французьку або українську), а «на шефа» набирає серйозних обертів. Шефа, який не буде боятися експериментів, готового нести відповідальність і впроваджувати максимально креативні ідеї, пропаганда шефкухаря, як «бренду» буде стрімко збільшуватися. Заклади ресторанного господарства створять умови для більш насиченого і цікавого проведення часу на додаток до смачної їжі, якістю якої буде приділятися особлива увага. Гостей чекатимуть різні дегустації і компліменти від закладів, безпосереднє спілкування з шефами і власниками ресторанів. Мода на демократичні ресторанні формати зі свіжою їжею і красивою подачею буде швидше за все триматися. Смачна їжа, недорогий формат, поєднання етнічних, локальних інгредієнтів – це все в тренді. Більш прості і зрозумілі концепції типу «м'ясо і вино», «пиво і хотдоги», «бутерброди і коктейлі» будуть добре прийняті публікою. Це говорить, що в Україні ресторанна культура йде шляхом активного розвитку. В заклади будуть ходити за їжею, в першу чергу. Зручний, смачний, свіжий і цікавий take away при ресторанах casual dining – це те, чого точно не вистачає Києву. У ресторани, що забезпечать можливість забігти

на ходу і швидко та смачно поїсти. Особливо це стосується ресторанів в центрі міста, ресторанів поруч з бізнес-центрами, де багато бізнесменів, офісних співробітників тощо. Деякі експерти стверджують, що тренд на простоту ще більш зміцнить свої позиції в 2018 р. Йдеться про те, що в їжі буде акцентуватися увага на чистоті смаку. Основним завданням буде розкрити продукт і підкреслити його автентичність, не забиваючи спеціями, прянощами, незвичайної технологічною обробкою або складним методом приготування. Старі поварені книги вийдуть на передній план, дореволюційні рецептури, страви, методи і техніки приготування з давніших часів, які дійшли до наших днів – все це буде активно експлуатуватися в майбутньому році сучасними шефами і переосмислюватися. 19 Більшість київських ресторанів впровадили в меню безліч овочевих страв і їх кількість зростає і зростає. Це пов'язано з трендом на здорове і корисне харчування. Страви з авокадо, батату, селери, цвітної капусти, різноманітні салати, всілякі види овочів і зелені займуть центральне місце, а м'ясні та рибні продукти будуть скоріше як доповнення. Маленькі локальні виноробні, невідомі винні регіони будуть виходити на передній план. Адже чим менше виробництво, тим більше можливостей стежити за якістю кожної пляшки вина і чітко дотримуватися багатовікових рецептур. Більшість ресторанів підтримувати філософію розвитку місцевих фермерів, які, у свою чергу, зможуть довести і підтвердити екологічно чисте походження продукції. Макродієтичні меню в ресторанах. У київських ресторанах з'являється все більше позицій здорового меню, овочевих страв і так далі. Незабаром можна очікувати появу дієтичних меню. Це та ж тенденція, орієнтована на здоров'я і красу. Завдання ресторанів буде полягати лише в тому, щоб зробити таке меню. Ринок ресторанних послуг України має величезний потенціал і перспективи розвитку, а об'єднання міжнародних і національних напрямів розвитку, аналіз закордонний досвіду, насамперед, сприятиме становленню високорозвиненого ресторанного господарства в Україні.

Список використаних джерел:

1. Новікова О. В. Організація харчування та обслуговування туристів на підприємствах ресторанного господарства : навчальний посібник / О. В. Новікова, Л. О. Радченко, К. П. Вініченко, Л. Д. Льовшина, П. П.Пивоваров, Л. І. Чубар. – Харків : Світ Книг, 2014. – 411 с.

2. Гастрономічні тренди – 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.foodandsuccess.com/ru/tag/trend

УДК 640.04

Попович Антоніна
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль
Науковий керівник: ***Крукевич Людмила***
кандидат педагогічних наук, директор
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»

КЕЙТЕРИНГ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ

Кейтеринг сьогодні одна з найяскравіших, багатогранних та динамічних галузей ресторанного господарства. Відмінні риси - виняткова мобільність, велика різноманітність кухні та комплекс послуг.

Мобільність - суть кейтерингу (тобто виїзний ресторан). Тепер ресторан сам приходить до клієнта - в будь-яке місце в призначений час.

Тенденція в кейтерингу - концептуальні заходи, де кухня, оформлення інтер'єру, музика і навіть запахи підпорядковані єдиному стилю.

Доля кейтерингу на європейському ринку послуг «харчування поза межами дому»

На сьогодні розрізняють такі основні виду кейтерингу:

- виготовлення страв у ресторані;
- поза підприємством (виїзне ресторанне обслуговування);
- контракт на поставку (доставка у офіси, на підприємства та ін.).

Перший вид кейтерінгу - один із найбільш популярних видів і багато в чому схожий на традиційне ресторанне обслуговування (банкет). Крім організації стола клієнт отримує в розпорядження приміщення, спорядження у відповідності з потребами і тематикою заходу. Таке приміщення називається банкетним залом. Найголовнішою його перевагою є те, що все необхідне спорядження розміщено в будівлі, де проходить банкет. Можливість використання інвентарю позволяє зекономити час для підготовки заходу, пов'язане з доставкою, установкою і настройкою необхідного обладнання.

Досить популярний так званий контракт на поставку, або корпоративний кейтеринг. Деякі компанії, піклуючись про харчування своїх працівників, звертаються за послугами в ресторанний комплекс. Існує декілька напрямів цього обслуговування: приготування обідів в офісі клієнта, доставка напівфабрикатів з подальшим доведенням страв до готовності і роздачею, доставка готових обідів в одноразовій посуді. З цього приводу контракти на поставку стають виключно вигідним вкладанням грошей. Ресторанний кейтерінг, без сумніву, яркіший, красивіший і швидший. Справедливо говорити, що це - «короткі гроші». Але організація корпоративного харчування - це робота на перспективу. Це довгостроковий проект, монотонна клопітка робота. В ній постійно приходиться вирішувати проблему пошуку персоналу. Причин тут декілька, але головними є дві: тут тяжко забезпечити довгостроковий кар'єрний ріст і ставка в ресторанному сегменті вища. Але по ємкості ринок корпоративного харчування більший від ресторанного.

Кейтерінг поза межами приміщення. Найбільш популярний. Наприклад, при організації весілля на лоні природи. За бажанням замовника, можна натягнути шатер (на випадок дощу), зробити спеціальне покриття для весільних танців.

Соціальний кейтерінг. Надання послуг рестораном на території замовника з використанням його обладнання. Замовник і ресторан, який надає послугу соціального кейтерингу, узгоджується дата, меню, сервірування та спосіб обслуговування. Послугами соціального кейтерингу користуються при організації сімейних урочистостей з невеликим кількістю запрошених (від 10 до 50 осіб). Для обслуговування сімейного свята потрібно 4-5 осіб (один досвідчений кухар і один-два помічники, один офіціант і один бармен). Таким чином, перевага соціального кейтерингу - невеликі накладні витрати і відсутність витрат на обладнання. Підприємство громадського харчування може надати замовнику згідно договором лише окремі предмети для сервірування столу і аксесуари для додання елегантності столу.

VIP-кейтерінг. Виїзне ресторанне обслуговування із залученням висококваліфікованих кухарів, офіціантів. Готують страви у приміщенні замовника під його наглядом.

Правильна організація кейтерингу включає в себе не тільки мистецтво приготування різноманітних страв, але і барвисте оформлення столу, вміння ефектно подати страви і врахувати усі нюанси при проведенні будь-яких урочистих і ділових заходів.

Список використаних джерел:

1. Бойко М.Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства: підручник. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 448 с. URL: http://tourism-book.com/pbooks/book-58/ua/chapter-2156.

2. Гірняк Л.І. Сучасні аспекти управління якістю у закладах готельно-ресторанного комплексу. Актуальні проблеми економіки і торгівлі в сучасних умовах євроінтеграції: матеріали щорічної наукової конференції професорсько-викладацького складу та аспірантів

Львівського торговельно-економічного університету / відп. за вип. Б.Б. Семак. Львів: вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2017. С. 226–227.

3. Головко О.М., Кампов Н.С., Махлинець С.С., Симочко Г.В. Організація готельного господарства: навч. посібник для вузів / за ред. О.М. Головко. Київ: Кондор, 2011. 410 с.

УДК 640.4

Ходачок Анастасія, Левицька Тамара
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»,
м. Тернопіль
Науковий керівник: ***Ткач Наталія***
викладач першої категорії

РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ТЕРНОПІЛЛЯ

У сучасних умовах переходу України до ринкової економіки в кожній галузі відбувається пошук нових шляхів і методів виробництва, здійснюється аналіз сучасного стану, окреслюються перспективи на майбутнє. Ці процеси характерні також для сфери готельно-ресторанного бізнесу, яка спрямована на отримання прибутку через надання різноманітних послуг у вигляді житла, харчування, транспортного та іншого сервісу.

Завдяки глобалізаційним та інтеграційним процесам світовий ринок готельно-ресторанних послуг зазнав істотної трансформації. Це пов'язано, насамперед, із жорсткими умовами виживання, що передбачають активне впровадження у сферу індустрії гостинності новітніх технологій та науково-технічних досягнень. Разом із тим готельно-ресторанний бізнес досить популярний та затребуваний, а тому вимагає поліпшення якості обслуговування на високому рівні і різноманітності для залучення більшої кількості клієнтів. Міжнародний досвід свідчить, що шлях таких змін вибрали успішні заклади готельно-ресторанного бізнесу, які готові до впровадження інновацій та нововведень. Для вітчизняних підприємств характерною є низька інноваційна активність. Це пов'язано з високою вартістю інноваційних розробок та відсутністю адаптації підприємств до ситуації в Україні. Ці та інші проблеми у сфері готельно-ресторанного бізнесу притаманні у готельно-ресторанній індустрії Тернопілля.

Тернопільщина – унікальний край, який здатен приємно здивувати навіть найвибагливішого туриста. Оскільки, не останє місце у розвитку готельно-ресторанного господарства займає інфраструктура регіону, навність історичних та культурних пам'яток, красивих краєвидів та інше, то вирішеню даного питання слід приділяти важливу увагу, оскільки, як свідчить міжнародний досвід, туризм займає третє місце по можливості поліпшення соціально-економічної стуації. Перспективними туристичними шляхами Тернопілля є:

***Заліщики* — місто, яке знаходиться н**а півдні Тернопільської області на березі Дністра. До 1939 року це місто було кліматичним польським курортом та центром виноробства. Заліщики знаходяться у своєрідній підкові, яку утворює Дністер. Місто просто вражає і захоплює своїм географічним розташуванням.

***Джуринський водоспад* - в**важається найбільшим рівнинним водоспадом України. Його повна висота – 16 метрів, а ширина – до 20 метрів. Водоспад має 3 каскади. За півтора кілометра від водоспаду розташований Червоногородський замок. Розташований водоспад на річці Джурин біля сіл Нирків та Устечко Заліщицького району.

Дністровський каньйон - є найбільшим каньйоном в Україні та одним із найбільших у Європі. Згідно з Інтернет-опитуванням, проведеним у 2008 році, Дністровський каньйон визнано одним із 7 природних чудес України. На всій своїй довжині, а це близько 250 км, Дністровський каньйон утворює десятки меандрів – колоподібних вигинів річища Дністра.

Печера Оптимістична - є найдовшою гіпсовою печерою у світі і найдовшою печерою Євразії. Сумарна картографічна довжина ходів печери – 240 км. Печера Оптимістична занесена у Книгу рекордів Гіннеса. Займає печера площу близько 2 гектарів і ще є не до кінця розвіданою. Знаходиться печера поблизу села Королівка Борщівського району.

Зарваниця - шанована християнами завдяки своїй чудотворній іконі та цілющому джерелу, біля якого з'являлася Божа Матір. Зараз Зарваниця є важливим духовним центром Української греко-католицької церкви. Щороку тут проводять всеукраїнські прощі, на які збираються десятки тисяч паломників не тільки із Тернопільщини, але і з сусідніх областей.

Тернопільське озеро - **г**оловна туристична родзинка Тернополя – це велика штучна водойма, створена у самому центрі міста на річці Серет. Офіційна назва водойми – Тернопільський став, хоча в народі часто ще кажуть Тернопільське озеро.

Збаразький замок - є основним осередком національного заповідника "Замки Тернопілля". Відвідати Збаразький замок варто з двох причин. Він є найкращим із усіх збережених замків області.

Вишнівецький палац - Оноре де Бальзак у 1848 році побував у Вишнівці і парк та палац у цьому містечку назвав "малим Версалем". Літературний класик звісно ж мав звичку до перебільшення, але не в цьому випадку. Вишнівецький палац і справді вражає своєю красою. З балкону палацу відкривається чудовий краєвид – внизу видніються Вишнівецький став та Вознесенська церква, у якій російський цар Лжедмитрій брав шлюб з Мариною Мнішек.

Почаївська лавра – це друга православна святиня в Україні після Києво-Печерської лаври.

У 1846 році Почаївську лавру відвідав Тарас Шевченко і навіть створив там кілька картин. До Почаєва постійно приїздять паломники із центру, півдня та сходу України, а також православні з інших країн. Однак самі мешканці Тернопільської області є нечастими гостями Почаївської лаври. Більшість галичан є греко-католиками, а православні монахи у Почаєві досить неприязно ставляться до іновірців. Це власне і відштовхує галичан від лаври як об'єкту туризму.

Кременець – одне з найкрасивіших міст не тільки Тернопілля чи Волині, але й України. Місто цікаве і своєю архітектурою і географічним розміщенням біля підніжжя Кременецьких гір. Особливо цікавою є панорама міста із Замкової гори Бони. Проте, окрім Замкової гори у місті ще є ряд цікавих для туристів об'єктів. Зокрема, це будинок родини Словацьких, у якому діє музей Юліуша Словацького, Богоявленський монастир, палац Кароліни Дзембовської, костел Єзуїтів тощо.

Подальший розвиток готельно-ресторанного господарства Тернопілля передбачає не лише аналіз, а й планування та прогнозування діяльності на перспективу за відповідними етапами, починаючи з аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища, визначення загальної стратегії функціонування підприємства з урахуванням сучасних вимог, виявлення власних можливостей і на їх основі побудови стратегії діяльності та розроблення концепції, бізнес-планів, програм і на завершення – процес реалізації проектів. При цьому розпочати варто з оновлення продукту, далі поліпшити техніко-економічний рівень послуг, їхні якість і конкурентоспроможність. Наразі, розвиток даної галузі знаходиться на низькому рівні.

У найближчій перспективі готельно-ресторанний бізнес Тернопілля має зростати за рахунок якості та оригінальності наданих послуг, і це буде стосуватися не лише брендових підприємств, а й середнього і малого бізнесу. Існуючим закладам варто створювати мережі з універсальним набором послуг і високим рівнем обслуговування, що дасть можливість домінувати на ринку. Потрібно створювати сприятливий інвестиційний клімат на всіх рівнях для залучення іноземних та вітчизняних інвестицій, залучати державу для підтримки великих інвестиційних проектів. Тільки за таких умов розвитку готельно-ресторанного господарства може стати новим рівноправним учасником світового ринку.

Список використаних джерел:

1. Проблеми та перспективи розвитку сучасного готельного бізнесу на Тернопільщині Гугул О. Я., Ткач У. В. 2016: binf_2016_5_21 (1).pdf
2. Семенов В.Ф. Регіональний вимір рекреаційно-туристичної діяльності: монографія / В.Ф. Семенов, М.Д. Балджи, В.М. Мозгальова; [за ред. В.Ф. Семенова]. - Одеса: Optimum, 2012. - 201 с.
3. https://ternograd.te.ua/2015/08/%D1%82%D0%BE%D0%BF-10-%D0%BD

СЕКЦІЯ 3

ГОЛОВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ОБЛАДНАННЯ ДЛЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

УДК 640.4
Парфанович Богдан
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль
Науковий керівник:
***Крукевич Людмила**, кандидат педагогічних наук*

АКТУАЛЬНІСТЬ МОЛЕКУЛЯРНОЇ КУХНІ В XXI СТОЛІТТІ

Харчування – основна запорука життя людини. В наш час гурманів не дивує звичайна кухня, оскільки майстерність приготування такої їжі стрімко розвивається з кожним днем. Одним із сучасних перспективних напрямів є молекулярна кухня.

Сучасне визначення «молекулярної кухні» має кілька значень. Найпопулярніше з них – розділ науки про продукти харчування, що вивчає фізичні і хімічні процеси під час приготування їжі, а також способи їх практичного застосування поряд із соціальними, артистичними і технічними складовими гастрономії. Іншими словами, це сучасний стиль кулінарії, який реалізується за допомогою науки і використовує найсучасніші наукові знання, перетворюючи кухню в «лабораторію» вченого-кулінара [1, с. 1].

Вперше молекулярна кухня з'явилася ще у середньовіччі, а кухарями були алхіміки. Використовуючи біохімічні та фізичні процеси, алхіміки готували собі їжу. З того часу молекулярна кухня змінилася, люди почали використовувати складніше обладнання для її приготування. А офіційно термін «молекулярна кухня» застосовано в 1992 році. Засновниками відкриття стали вчені Ерве Тис та фізик–ядерщик Ніколас Курті [2]. Кухарі зі всього світу зацікавилися цим питанням. І вже в наш час ми маємо достатньо інформації, щоб проаналізувати всі біохімічні процеси, що відбуваються на сковороді чи в каструлі.

Можна перелічити безліч страв, їх рецептів з молекулярної кухні, які ймовірно приготувати навіть удома. Важливо, що молекулярна кухня не закінчується банальним приготуванням омлету чи звичайного борщу. Вона містить в собі необмежені можливості та різновиди страв. Однак, ретельний аналіз актуальності молекулярної кухні доводить, що ставлення до неї неоднозначне. Розглянуто переваги й недоліки цього напряму харчових технологій і результати порівняння представлено у Табл. 1.

Таблиця 1

Переваги і недоліки молекулярної кухні [1; 2]

Переваги молекулярної кухні	Недоліки молекулярної кухні
1. Страви не втрачають свій смак і складаються з оригінальних інгредієнтів. 2. Отримується той же смак, але в іншій формі і консистенції. 3. Їжу ніколи не смажать, що, безумовно, є великою перевагою зі зрозумілих причин. 4. Наявна можливість спробувати щось зовсім нове, зроблене з улюблених інгредієнтів.	1. Кухарі експериментують з хімічним і фізичним складом інгредієнтів, вводячи хімічні речовини або комбінуючи сумісні молекулярні інгредієнти композиції. Важко усвідомлювати, що ваше блюдо було деконструйовано і реконструйовано з тих же інгредієнтів за допомогою певних хімікатів. 2. Молекулярна кухня є вивченням хімічних реакцій, що відбуваються в їжі. Це вимагає великої кількості експериментів, спеціального обладнання та додаткових хімічних сполук, що дозволяють реконструювати інгредієнти або створювати нові. Це означає, що їжа буде містити неприродні молекули.

Переваги очевидні, що демонструється фактичними даними у Табл. 1. Потрібно визнати, що ця галузь харчових технологій є перспективною. Всі аргументи, що суперечать молекулярній кухні, пов'язані з хімічними компонентами. Але їх кількість у приготуванні страви мінімальна, що і є головною противагою всім аргументам.

Таким чином, молекулярна кухня є перспективно та актуальною в XXI столітті, оскільки:

1) це відносно нова, перспективна галузь з невеликими затратами часу, зусиль коштів;
2) безліч молодих людей готові удосконалюватися та вкладати в це свій час та зусилля;
3) ця галузь розвивається в прискореному темпі, тому скоро дуже багато людей будуть мати змогу скуштувати продукцію молекулярної кухні в себе за місцем проживання.

Список використаних джерел:

1. Молекулярна кухня. Без фізики та хімії як без рук… [електронний ресурс]. – Режим доступу : https://molekulyarna-kukhnya.webnode.com.ua/.

2. Українська молекулярна кухня: нові відкриття і гастро-шедеври : [електронний ресурс]. – Режим доступу : https://fashion-diplomacy.com/exclusive/ukrainska-molekulyarna-kukhnya-novi-vi/

УДК 316.7 (477)

Вишовський Максим
Львівський інститут економіки і туризму
м. Львів
Науковий керівник: ***Лотоцька-Дудик У.Б.***
к.мед.н., доцент

ХАРАКТЕРИСТИКА ОСОБЛИВОСТЕЙ ЕТНІЧНИХ КУХОНЬ

Приготування і вживання їжі і напоїв є одним із найважливіших чинників життєдіяльності людини. Мистецтво приготування їжі бере свій початок з давніх часів. Способи приготування їжі і ритуали її споживання складалися протягом багатьох століть, призвівши до створення національних кухонь, які є невід'ємною частиною будь-якої національної культури. Сьогодні їжа розглядається не лише як спосіб задоволення біологічної потреби, а й як феномен культури. Та попри практичний інтерес до приготування та споживання їжі, даний концепт залишається новим для культурологічного дискурсу. Кожен народ має свій неповторний устрій життя, свої обряди, звичаї, танці, пісні, казки. Письмові і усні розповіді про культуру, звичаї, побут, вірування, звички народів завжди

привертають до себе пильну увагу. Життя наших близьких або далеких сусідів, у всіх його проявах, цікаве кожному. Одним з таких проявів є кулінарія. Гастрономічні звички, пристрасті і антипатії, способи приготування їжі і прийоми подачі страв складалися у кожного народу протягом століть. Початковий набір продуктів, основа тієї або іншої національної кухні, зрозуміло, цілком визначається тим, що дають природа і матеріальне виробництво (землеробство, тваринництво, різноманітні промисли). На цій основі кожен народ накопичив особливості, що виразилися, зокрема, в неповторному смаку або специфічних присмаках страв. Коріння цих особливостей йде в глиб століть. У появі їх зіграли свою роль різні чинники: у одних випадках це географічне положення або економічні умови, в інших – релігійні вірування, система культових заборон, старовинні звичаї, що регламентували спосіб життя тощо.

Багато смаків, традицій і особливостей харчування визначаються віросповіданням народу, при цьому з раціону харчування можуть повністю або частково виключатися продукти тваринного походження, а прийоми їжі здійснюються у чітко визначений час. В процесі історичного розвитку країн, розширення економічних, торгівельних і культурних зв'язків традиції в харчуванні частково можуть мінятися, але основні їх особливості, які є характерними для даного народу, залишаються постійними.

Не дивлячись на традиційний характер споживання їжі, який склався історично, національна кухня є однією з найменш ізольованих частин національної культури.

Використовуючи одні й ті ж продукти, різні народи у процесі приготування страви надають їй свого неповторного смаку. Прикладом можуть бути кухні більшості народів Європи, які застосовують для приготування їжі в основному однакові продукти: картоплю, томати, огірки, борошняні вироби, м'ясо, птицю, рибу та інші. Але страви, приготовані з них, матимуть різний смак у болгар, угорців, німців, оскільки технологія обробки продуктів неоднакова. Кожен народ має свій неповторний уклад життя, свої обряди, звичаї, танці, пісні, які проявляються у кулінарії. Набір продуктів, що становить основу тієї чи іншої національної кухні, визначається тим, що дають природа і матеріальне виробництво. Так, наприклад, рис є основою харчування багатьох народів Азії, але плов, приготовлений узбецькими та індійськими кухарями сприймаються як зовсім різні страви. Коріння цих особливостей ідуть у глиб століть. У появі їх зіграли свою роль різні фактори: в одних випадках це географічне положення, в інших - релігійні вірування, стародавні звичаї. Америка це континент, який є уособленням справжнього міксу різних культур. Іспанські конкістадори, французькі та англійські переселенці позначили свою присутність у багатьох сферах, серед яких і кулінарна. Зустріч європейської та індіанської культур призвела до виникнення незвичної водночас раціоналістичної і стандартизованої, і натомість, чудової ароматної та вогняної кухні. Американська кухня зберегла і донесла до наших днів чимало традиційних страв, відомих усьому світові. Серед них ростбіф, біфштекс, бутерброди, гамбургери тощо.

Список використаних джерел:

1. Гастрономічна культура [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://studfile.net/preview/8107494/
2. Кухня народів світу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://library.kr.ua/bookexibit/kuhni.html
3. Основні етнічні кухні світу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://studopedia.su/17_15725_osnovni-etnichni-kuhni-svitu-korotkiy-opis.html
4. Розвиток гастрономічного туризму в Україні[Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/basjuk3.htm
5. Технологія національних кухонь[Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://elib.hduht.edu.ua/bitstream/123456789/313

УДК 640.4
Тітар І.В.
ДНЗ « Вишнівецький професійний ліцей»
смт. Вишнівець
майстер виробничого навчання

ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ КВАЛІФІКОВАНИХ РОБІТНИКІВ ПРОФЕСІЙ «КУХАР», «КОНДИТЕР»

Першою сходинкою в активізації пізнавальної діяльності учнів і тією базою, на основі якої застосовуються інші методи, що вимагають їх більшої самостійності, є розуміння учнями навчального матеріалу, що вивчається. Для досягнення цього майстер використовує бесіду, яку підкріплює яскравими фактами, наводить влучні приклади з життя, залучає учнів до спілкування, чим зацікавлює до процесу навчання.

У подальшій організації навчально-виробничого процесу майстер надає можливість учням проявляти ініціативу та націлює на самостійну роботу. Починаючи з мотивації навчальної діяльності учнів майстер завжди звертається до життєвого досвіду дітей та разом з ними визначає мету: задаються питання: «Що будемо вивчати?», «Навіщо?», «З чим в учнів асоціюється дана тема?», проводяться вправи «Що прийшло на думку?» тощо. Крім цього, при формуванні позитивної мотивації майстер демонструє учнівські проекти як кінцевий результат роботи на уроці, або визначає мету уроку через постановку проблеми, розв’язання якої приведе до подолання ще однієї сходинки до професійного успіху кожного.

Залучення учнів до обговорення матеріалу, що буде вивчатись, націлює їх на спільну роботу, дає змогу усвідомити її кінцевий результат і готує до активної навчальної діяльності, тобто, забезпечує реалізацію такого необхідного елементу пізнання як сприйняття.

Таким чином, відтворення раніше засвоєної інформації забезпечує перехід на новий рівень пізнавальної діяльності, а саме: усвідомлення засвоєних базових знань та вмінь для подальшого навчання. Виникнення інтересу до уроків виробничого навчання у значного числа учнів залежить більшою мірою від того, наскільки вміло буде побудована робота з показу трудових прийомів майстром. Адже просте спостереження не дає їм змоги постійно сконцентровувати увагу на діях майстра та на найважливіших моментах роботи. Тому майстер завжди подає матеріал дозовано та встановлює зворотній зв'язок з учнями шляхом проблемного викладу матеріалу. При цьому особливу увагу він звертає на місце уроку в темі програми та складність виконання операцій. Від цього залежить і постановка проблемних питань під час пояснення та показу прийомів.

Зміст проблемного навчання полягає у створенні особливих ситуацій у навчальному процесі, коли учень не може залишатись байдужим і орієнтуватися на рішення, зазначене тільки майстром. Кожна нова проблема не завжди викликає інтерес в учнів. Інколи виникає страх перед труднощами, невміння долати їх самостійно. У такому разі майстер підбирає завдання, яке, на перший погляд, здається простим, а насправді вимагає нестандартного підходу та створює проблему. Під час виконання такого завдання, учень змушений дослідити цю проблему, обрати правильний шлях її розв’язання.

У таких ситуаціях відбувається складна і найцінніша для розвитку особистості розумова робота: подив, прикидка, здогад, зіставлення можливих шляхів, вибір рішення, залучення доказів і, далі – перевірка правильності і цінності рішення й обраних шляхів, аналіз результатів і т.д. Обов’язковою умовою на цьому етапі вступного інструктажу є залучення учнів до демонстрації трудових прийомів, уже вивчених на попередніх уроках. На етапі закріплення трудових прийомів, які демонстрував майстер, учні мають можливість не лише відтворити окремі елементи роботи, а й спільно обговорити правильність їх виконання, відокремити особливо складні моменти при виконанні. Використовуються вправи «Я-

редактор» (знайти помилки), опитування «Так чи ні?». Завдяки таким формам роботи при демонстрації трудових прийомів учні активно та усвідомлено сприймають поданий матеріал. І саме проблемний виклад, залучення до обговорення, пошук вирішення поставленних завдань забезпечують розвиток логічного мислення та свідчать про формування більш високого рівня пізнання.

Під час самостійної роботи учнів майстер розвиває їх активну діяльність, з повагою ставиться до будь-якої ідеї, намагається створити ситуацію успіху, надаючи консультації та контролюючи роботу. Такий підхід сприяє тому, що учні чітко усвідомлюють особливості отриманних завдань, уявляють план своїх дій, проявляють самостійність і творчість, відчувають відповідальність за якість роботи перед товаришами, об'єктивно оцінюють результати своєї діяльності. Така організація навчальної діяльності учнів є свідченням наявності в учнів найвищого рівня пізнання – творчого.

При підведенні підсумків уроку майстер виробничого навчання надає можливість учням оцінити власну роботу (за певними критеріями) та обговорити результати уроку, задаючи питання: «Що нового дізнались на уроці?», «Де можна використати знання та вміння теми?», «Які питання ще не вирішені?», «Що сподобалося, не сподобалося на уроці?». Це допомагає учням усвідомити досягнутий результат роботи та його важливість для розвитку їх фахових компетенцій.

Застосуванні інноваційних технологій приготування страв сприяє формуванню професійної компетентності майбутніх кваліфікованих робітників професій «Кухар», «Кондитер», підвищує інтерес учнів до професійних дисциплін, покращує мікроклімат в групі.

Список використаних джерел:

1. Доцяк В. С. Технологія приготування їжі з основами товарознавства продовольчих товарів: підручник для ПТНЗ / В. С. Доцяк. – К. Наш час, 2014. – 400с.

2. Дубовіс Г.О. Українська кухня (серія «Кулінарія народів світу «)/ Г.О. Дубовіс. - Харків: Фоліо, 2005. – 352 с.

3. Нікуліна А.С., Сілаєва І.Є., Шевчук С.С. Сучасний урок в професійній школі: проектування, організація, аналіз: Методичний посібник. – Донецьк: ДІПО ІПП. – 2008. – 160с.

4. Педагогічна книга майстра виробничого навчання: навч.-метод, посібник/ за ред. Н.Г. Ничкало. – К.: Вища школа, 1994. – 383 с.

5. Професійна освіта: словник : навч. посіб. для учнів і пед. працівників проф.-техн. навч. закл. / АПН України, Ін-т педагогіки і психології проф. освіти ; [уклад.: С. У. Гончаренко, І. А. Зязюн, Н. Г. Ничкало та ін.] ; за ред. Н. Г. Ничкало. – К.: Вища шк., 2000. – 380 с.

УДК 664.346

Попик Олег
Вінницький коледж
Національного університету харчових технологій
м. Вінниця
Науковий керівник:
Очеретна А.В., *спеціаліст першої категорії, аспірант*
Цуліна О.В., *спеціаліст вищої категорії*
Данильченко Н.М., *заступник директора з навчально-методичної роботи*

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЕМУЛЬСІЙНИХ СОУСІВ

Харчування є одним з головних факторів, які визначають здоров'я людини. Введення в традиційну рецептуру майонезної продукції різноманітних натуральних рослинних компонентів дозволяє рекомендувати його в харчуванні багатьох груп населення. Цінність рослинних продуктів полягає в тому, що вони містять майже всі поживні та біологічні активні речовини, що є життєво необхідними для організму людини [3].

За базову рецептуру взято рецептуру майонезу "Провансаль" та його традиційна технологія. Для створення нової рецептури було використано купажолій та в якості природних антиоксидантних вітамінізованих добавок до майонезу додавали соки калини, журавлини, чорної редьки та імбиру.

Біологічна цінність продуктів дозволяє рекомендувати їх до споживання людям, які мають підвищений рівень холестерину в крові та серцево-судинні захворювання.

Такі люди мають потребу у продуктах, які збагаченні вітамінами, мінеральними речовинами та поліненасиченими жирними кислотами,особливо родини ω-3 [2].

Ефективність природних антиоксидантів в цілому нижча, ніж в синтетичних. Однак натуральні антиоксиданти дозволяють не виносити додатковий Е-код на упаковку, що дуже важливо для споживача.

Актуальність даної роботи визначається необхідністю розвитку нових технологій одержання емульсійних соусів в закладах ресторанногогосподарства.

Метою даної роботи було розробити рецептуру висококалорійного майонезу з додаванням антиоксидантних вітамінізованих добавок та дослідити властивості продуктуі їхній вплив напроцес зберігання .

Для дослідження продуктів на антиоксидантну дію було обрано 4 зразки з рослинної сировини - журавлина, калина, чорна редька та імбирь, які оцінювали за органолептичними та фізико-хімічними показниками. Дані наведено в табл.1

Таблиця 1 - Органолептичні та фізико-хімічні показники досліджуваних зразків

Сировина	**Org, бал**	**pH, од.pH**	**ОВП$_{мін}$, мВ**	**ОВП$_{факт}$, мВ**	**ЕВ, мВ**
Горілка 40 %.об. (контроль)	9,610	7,650	322,2	181	141,2
Настій імбиру (корінь)	9,630	5,780	313,2	185	128,2
Настій чорної редьки (корінь)	9,630	5,445	333,3	155	178,3
Настій журавлини (плоди)	9,580	3,950	423,0	195	228,0
Настій калини (плоди)	9,600	4,325	400,5	134,5	266,0

Отже, досліджувану рослинну сировину, в залежності від антиокислювальної активності можна розділити на такі групи:

– настої з низькою активністю –корінь імбиру (128,2мВ);

– настої з середньою активністю – коріння чорної редьки (178,3мВ);

– настої з високою активністю – 2 зразки , серед яких журавлина – 228,0 мВ та калина – 266 мВ.

Показник активної кислотності pH вимірювали на pH-метрі pH-150МИ з комбінованим скляним електродом ЭСК-10603. ОВП вимірювали в режимі виміру потенціалу з комбінованим редоксметричним платиновим електродом ЕРП-105

Графічна залежність кислотності (pH) досліджуваних рослинних настоїв та показників біологічної активності зображена на рис. 1.

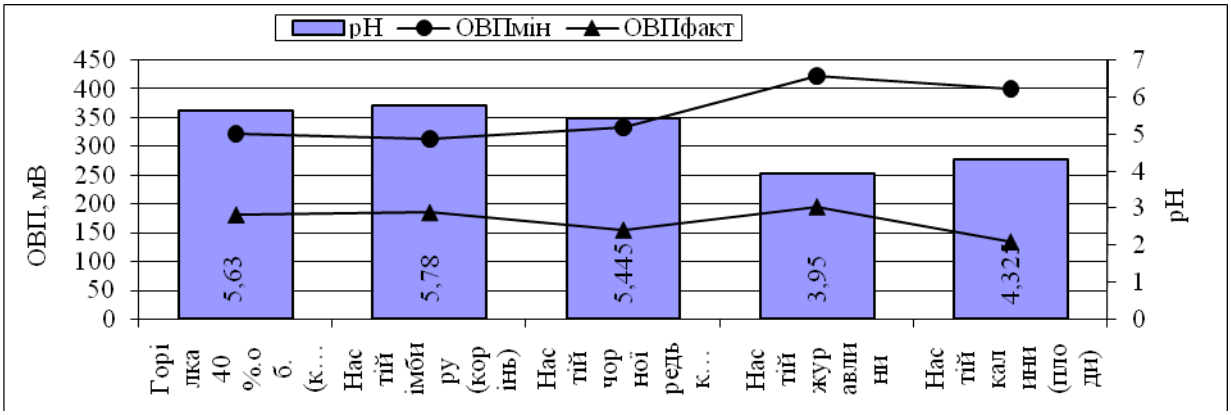


Рис. 1 Графічна залежність кислотності (pH) та показників біологічної активності рослинних водно-спиртових настоїв

Настої калини та журавлини показали найбільші значення антиокислювальної здатності, при цьому отримали відносно високі оцінки за органолептичними показниками та можуть бути запропонованими для отримання майонезу підвищенної харчової цінності, який збагачений біологічно активними речовинами соку досліджуваних зразків та фітоекстракту із натуральних плодів, які забезпечують високий вміст БАР з антиоксидантними властивостями, з оригінальним смаком та ароматом, подовженим терміном зберігання.

Дослідження при зберіганні висококалорійних майонезів зантиоксидантними вітамінізованими добавками.

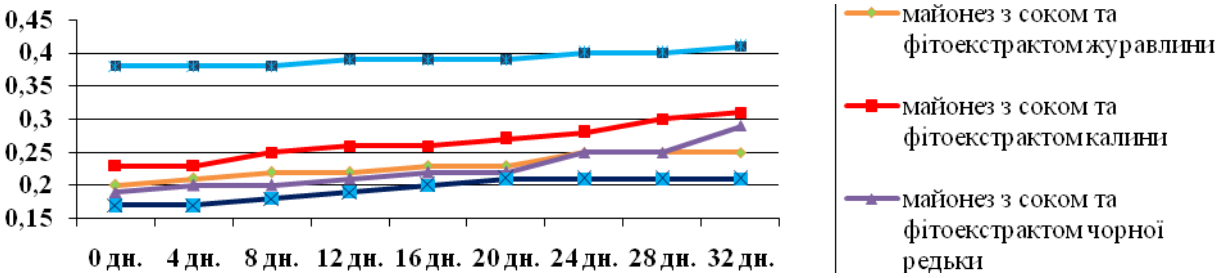


Рис 2. Зміна кислотності висококалорійних майонезних емульсій в періодзберігання.

Кислотність майонезів з додаванням антиоксидантних вітамінізованих добавок збільшується, але показники відповідають вимогам стандарту. Стійкість емульсії в процесі всього зберігання знаходилась на рівні 100% стійкості незруйнованої емульсії в зразках, що містять соки журавлини та калини. Тому можна вважати, що найефективнішою антиоксидантноюдобавкою з вищезазначених є сік журавлини.

Соки та фітоекстракти у формі 40% водно-спиртового розчину журавлини, калини, чорної редьки та імбиру – антиоксидантні та вітамінні добавки, кожен з яких збагачує майонез мікро- та макронутрієнтами та запобігають окисленню[1].

Список використаних джерел:

1. Лікарські рослини [Текст]: Енциклопедичний довідник / Від. ред. А.М. Гродзінський. – К.: Вид. «Українська Енциклопедія» ім. М. П. Бажана, УВКЦ «Олімп», 1992. – 544 с.: іл.

2. Сімахіна Г.О. Інноваційні технології та продукти. Оздоровче харчування [Текст]: навч. посіб. для студентів за напрямом 7.051701 «Харчові технології та інженерія» денної та заочної форм навч. / Г.О. Сімахіна, А.І. Українець. – К.: НУХТ, 2010. – 278 с.

3.Технологія продукції в закладах ресторанного господарства [Текст]: Підруч. / С.В. Іванов, В.А. Домарецький, В.Ф. Доценко та ін. // За ред. С.В. Іванова. – К.: НУХТ, 2013. – 430 с.

УДК 640.4
Надал Руслана
ДВНЗ "Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі"
м. Тернопіль
Науковий керівник: ***Клим Ольга***
спеціаліст вищої категорії

ДОСЛІДЖЕННЯ НЕСПРИЯТЛИВОЇ ДІЇ АНТИХАРЧОВИХ РЕЧОВИН ЇЖІ НА ОРГАНІЗМ ЛЮДИНИ

Антихарчові речовини їжі. За А.А. Покровським до групи антихарчових речовин відносяться деякі сполуки природних харчових продуктів, які не є токсичними, але блокують або гальмують засвоювання нутрієнтів. Такими сполуками є антиферменти, антивітаміни, сполуки, що блокують засвоєння окремих амінокислот і демінералізуючі речовини.

Антиферменти – це білки, які гальмують активність деяких травних ферментів (пепсину, трипсину, а-амілази). Ці антиферменти містяться в сирих бобових культурах, пшениці, житі, яєчному білку та в інших продуктах. Під час термічної обробки антиферменти денатурують, втрачаючи свою активність. Тому негативний вплив антиферментів спостерігається при тривалому вживанні "сирої " їжі.

Антивітаміни – сполуки, які є антагоністами окремих вітамінів. Вони здатні видаляти вітаміни з комплексних сполук із ферментами, через що вітаміни втрачають свою каталітичну активністью. Антивітамінами аскорбінової кислоти є ферменти оксидоредуктази (аскорбінатоксидаза, поліфенолоксидаза, пероксидаза та ін.). Ці ферменти найактивніші в нейтральному середовищі, у кислому – малоактивні, їхня активність зростає під час нарізання плодів і овочів. Оксидоредуктази інактивуються при тепловій обробці рослинних продуктів понад 60 – 70 град. С. Аскорбінова кислота руйнується також під дією хлорофілу при низькій кислотності середовища (pH 5,0). Це явище характерне для салатів із зеленої цибулі і інших зелених овочів, якщо їхня кислотність досить низька. Таким чином, з метою запобігання руйнування аскорбінової кислоти доцільно вживати плоди і овочі і цілому вигляді.

Вітамін B_1 руйнується під дією ферменту тіамінази, що міститься в сирій рибі. При зловживанні харчовими продуктами, багатими на ортодифеноли, біофлавоноїди (чай, кава) зростає ризик виникнення гіповітамінозу B_1. Доведено також, що при тривалому кип'ятінні кислих ягід і фруктів тіамін перетворюється на окситіамін, який виявляє антивітамінну дію до вітаміну B_1.

Сирі яйця містять протеїн - авідин, який є антивітаміном біотину, бо авідин з біотином утворюють сполуку, яка не засвоюється організмом. Та після теплової обробки авідин втрачає антивітамінну властивість.

Відомо, що для синтезу ніацину необхідна кислота триптофан. Обмін останньої порушується при надмірному вживанні продуктів з високим вмістом лейцину (пшоно), а також індоліоцтової кислоти та ацетилпіридину (кукурудза). Тому тривале харчування кукурудзою, яка містить вищеназвані сполуки та бідна на триптофан, може спровокувати авітаміноз РР.

Ретинол руйнується внаслідок тривалого нагрівання та під впливом гідрогенізованих жирів. З метою його зберігання застосовують помірну теплову обробку та нормують споживання маргаринів.

Кальциферол інактивується під дією речовин, що містяться у квасолі. Природу цих речовин не досліджено, їхня антивітамінна властивість втрачається після теплової обробки.

Підвищена кількість полінасичених жирних кислот в раціоні харчування зумовлює нестачу в організмі вітаміну Е. Активність токоферолу втрачається під впливом ще не досліджених компонентів квасолі, сої, несприятлива дія яких зникає після теплової обробки.

Засвоєння та нормальний обіг деяких амінокислот (в основному лізину) блокується редукуючими вуглеводами, які утворюють з амінокислотами меланоїдини. Надмірний вміст лейцину в їжі блокує обмін триптофану в організмі.

До демінералізуючих факторів відносяться такі сполуки, як щавлева кислота, фітин, деякі баластні речовини, таніни, сірковмісні речовини. Вони здатні зв'язувати двох і трьохвалентні макро- і мікроелементи, в результаті чого утворюються незасвоювані сполуки.

Щавлева кислота шпинату, щавлю (де її вміст становить 10% сухої речовини) гальмує засвоювання кальцію. Демінералізуюча дія фітину, що міститься переважно в бобових, висівках, у деяких крупах, зменшується в результаті теплової обробки.

Кофеїн кави сприяє виведенню з організму не лише натрію, а й кальцію та магнію, через це рекомендоване помірне вживання кави. Як вже зазначалося раніше, засвоювання кальцію залежить від його співвідношення з фосфором, який в значних кількостях міститься в більшості продуктів масового споживання. Саме тому в щоденний раціон харчування необхідно включати продукти, багаті на легкозасвоюваний кальцій: молоко, кисломолочний сир, тверді сири та інші кисломолочні продукти.

Баластні речовини висівок чорного хліба, багатьох круп, овочів і плодів дещо знижують засвоювання заліза. Збагачення раціонів аскорбіновою кислотою, природними джерелами цистеїну, засвоюваного заліза, кальцію, фосфору зводить до мінімуму несприятливі дії баластних речовин на засвоювання заліза в організмі людини. Встановлено також, що дубильні речовини чаю при надмірному вживанні утворюють хелатні сполуки із залізом, які не всмоктуються в тонкому кишечнику. Однак треба зазначити, що вищеперечислені фактори не впливають на засвоюваність заліза, що міститься в м'ясі, рибі, яєчному жовтку.

Доведено, шо сірковмісні сполуки хрестоцвітих (капусти білокачанної та цвітної, кольрабі, редису), деяких бобових, арахісу (при надмірному вживанні) блокують засвоювання йоду в організмі.

З метою запобігання несприятливої дії антихарчових компонентів їжі на організм людини, з одного боку, доцільно застосовувати теплову обробку окремих рослинних продуктів, які містять у сирому вигляді лектини, антиферменти, антивітаміни; з іншого боку, необхідно чітко регламентувати режими та умови технологічної обробки, а також об'єми споживання харчових продуктів, які є джерелами антихарчових властивостей сполук.

Список використаних джерел:

1. Пасальський Б.К. Хімія харчових продуктів: Навч. посіб. – К.: КДТЕУ, 2017. – 247с.
2. Klatsky A., Morton C., Udaltsova N., Friedman G. Coffee, Cirrhosis, and Transaminase Enzymes, Arch Intern Med. June 2016;166:1190-1195 http://archinte.ama-assn,org

УДК 640.4

Стець Ольга
майстер виробничого навчання
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль

РОЗВИТОК НУТРИЦІОЛОГІЇ У СФЕРІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Одним із важливих завдань у сфері готельно-ресторанного бізнесу є забезпечення відвідувачів доброякісними харчовими продуктами, так як, нагальна проблема сьогодення є мінімізація негативного впливу довкілля на організм людини. Вивчення цієї проблеми обумовлює розуміння важливості задоволення потреби у раціональному харчуванні, яке сприяє підтриманню прагнення населення до здорового способу життя і цим самим успішності процвітанню ресторанного бізнесу, який у наш час є основним напрямом розвитку цивілізованого ринку.

З урахуванням на ринку продуктів оздоровчого спрямування, розроблення методології моделювання складу і технології продуктів на основі функціональних інгредієнтів рослинного походження є актуальним. Поліпшення структури харчування передбачає збільшення виробництва харчових продуктів завдяки поліпшенню існуючих і створенню інноваційних технологій, збагаченню продуктів біологічно цінними речовинами. Процес удосконалення технології є безперервним, оскільки наука постійно відкриває все нові властивості основних компонентів їжі і коректує їхню роль у життєзабезпеченні людського організму. На підставі знань про склад сировини і готової продукції розробляються науково обґрунтовані технології та асортимент продукції з урахуванням їх призначення. Сутність полягає в необхідності забезпечення організму поживними речовинами, які необхідні для його нормального функціонування. Усі ці питання вивчає така наука, як нутриціологія.

Нутриціологія (лат. *nutritio* — харчування, дав.-гр. λόγος — вчення) — це наука про їжу та харчування, про продукти харчування, про харчові речовини та інші компоненти, що містяться в цих продуктах, про їхню дію і взаємодію, про їхнє споживання, засвоєння, витрачання та виведення з організму, про роль в підтримці здоров'я або виникненні захворювань[1].

Визначним досягненням науки кінця XIX – першої половини XX ст.. було створення теорії збалансованого харчування. Її основні положення ґрунтувалися на результатах фундаментальних досліджень фізіологів німецької школи, в основу якої покладено три головні положення:

- при ідеальному харчуванні надходження речовин точно відповідає їх витрачанню;
- надходження поживних речовин забезпечується руйнування харчових структур і використання організмом органічних і неорганічних речовин, що утворилися;
- енергетичні витрати організму повинні бути збалансовані з надходженням енергії.

Відповідно до цієї теорії нормальне функціонування організму забезпечується не тільки енергією та білком, але й при дотриманні певних співвідношень між численними незамінними факторами харчування, кожний з яких виконує свою специфічну функцію в обміні речовин.

В основу концепції збалансованого харчування покладено визначення пропорцій окремих харчових речовин у раціоні, які відтворюють суму обмінних реакцій, що характеризують хімічні процеси для забезпечення життєдіяльності організму. Однією з основних біологічних закономірностей, на яких базується теорія, є правило відповідності ферментних наборів організму хімічним структурам їжі.

Відповідно до сучасних тенденцій зниження енергетичних потреб норми споживання макронутриєнтів (джерел енергії) переглядаються.

Виходячи з формули збалансованого харчування, повноцінний раціон повинен містити харчові речовини п’яти класів:

- джерел енергії – білки, жири, вуглеводи;
- незамінні амінокислоти;
- вітаміни;
- незамінні жирні кислоти;
- неорганічні елементи.

Виходячи з вищенаведеного, збалансоване харчування пов’язане з урахуванням усіх факторів харчування, їх взаємозв’яку в обмінних процесах, а також відповідності ферментативних систем хімічним перетворенням в організмі. Але збалансований підхід до харчування призвів до хибного висновку, що цінними є тільки засвоюванні організмом компоненти їжі, інші належать до баласту[2].

Завдання нутриціології полягає в тому що для нормальної життєдіяльності людини треба не тільки постачання її адекватною (відповідно потреб організму) кількістю енергії і харчових речовин, але і дотримання відповідних взаємовідношень між багаточисленними факторами харчування, кожному із яких належить специфічна роль в обміні речовин. Харчування, яке характеризується оптимальним співвідношенням харчових речовин, є збалансованим. Харчовий раціон людини практично постійно повинен містити більше 600 речовин, або як їх називають нутрієнтів. Приблизно 96-98% із них мають ті або інші лікувальні властивості. Від того, скільки їх в продукті, в яких пропорціях вони поєднуються і залежать його властивості. Щоб правильно використовувати ці властивості продуктів, необхідно знати їх хімічний склад, харчову цінність, спеціальні прийоми технологічної обробки продуктів, правильно складати раціон харчування, створити сприятливий для одужання і профілактики режим харчування. Але щоб харчування було повноцінним, необхідно правильне розуміння загальних принципів раціонального харчування, фізіології і гігієни харчування [3].

Сучасний стан і перспектива розвитку нутриціології, наукове обґрунтування використання інноваційних методів оброблення сировини, опанування теоретичних, практичних навичок та реалізації їх під час конструювання новітніх харчових продуктів функціонального призначення; вміння діагностувати технології кулінарної продукції як цілісні технологічні системи. спрямовані на вдосконалення існуючих та розроблення більш ефективних інноваційних технологій; вміння визначати особливості і динаміку трансформації форматів закладів ресторанного господарства відповідно до змін ресторанного бізнесу; створення і напрями розвитку інноваційних форм сервісу різноформатних закладів ресторанного господарства та розширення і поглиблення знань щодо інноваційних форм надання професійних послуг.

Список використаних джерел:

1. Вибрані питання нутриціології: навч. посіб. / Л. Андріюк, О. Зав'ялова, С. Федяєва, В. Яцюк, С. Ломейко, Є. Глебова; Львів. нац. мед. ун-т ім. Данила Галицького. — Львів: Коло, 2015. — 118 с.
2. Технологія харчових продуктів функціональнго призначення. Монографія. За редакцією д.т.н. професора М.І. Пересічного. КНТЕУ. – Київ 2012. – 1016с.
3. https://docplayer.net/85296509-Andriyuk-l-zav-yalova-o-fedyaieva-s-yacyuk-v-lomeyko-s-glebova-ie-vibrani-pitannya-navchalniy-posibnik.html

УДК 640.4
Сухохліб Михайло
Чернівецьке вище комерційне училище КНТЕУ
м. Чернівці
Науковий керівник: ***Андріцька Р.В.***
викладач

ЕФЕКТИВНІСТЬ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО УСТАТКУВАННЯ ДЛЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Сучасний розвиток закладів ресторанного господарства формується на використанні сучасного устаткуванні різного за принципом роботи і конструктивним виконанням.

Особливістю розвитку закладів ресторанного бізнесу є застосування та пропонування великої кількості нових послуг і сучасної продукції, що потребує оновлення сучасного устаткування. Саме під цим оглядом залежить висока якість обслуговування і конкурентоспроможність закладів ресторанного бізнесу пов'язані з ґрунтовною професійною підготовкою і технічним знанням працівників.

Готельно-ресторанний бізнес в Україні є важливим функціонально розвиненим складником туристичної галузі, завданням якого є створення високого рівня комфорту та якості обслуговування туристів. Ефективність діяльності сучасних закладів готельно-ресторанного бізнесу ґрунтується на застосуванні сучасного, різноманітного устаткування за принципом роботи і конструктивним виконанням. Особливого значення набуває питання щодо якості професійної підготовки працівників цієї галузі, підвищення їхньої кваліфікації знань при використанні різноманітного сучасного устаткування та культури обслуговування. У цьому контексті дослідження проблематики ефективного функціонування та розвитку суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу є досить актуальними на сьогоднішній день. Аналіз останніх досліджень різних аспектів розвитку готельно-ресторанного бізнесу та методів комунікативного управління присвячено наукові праці вітчизняних та зарубіжних учених: В. Архипова, І Атватера, О. Бодальова, В. Карсекіна, І. Кочерги, А. Мазаракі, Л. Нечаюк, П. Пуцентейла та ін. Висновок аналізу останніх публікацій дає змогу зрозуміти, що використання методу комунікативного управління в умовах підприємницької діяльності сфери послуг, особливо ресторанного та готельного бізнесу, є важливим адже від цього залежить підвищення конкурентоспроможності та ефективність такого виду діяльності.

Будова виробничих колективів на сучасних підприємствах готельно-ресторанного бізнесу частково ускладнилася з появою нових затребуваних професій, суттєвими змінами фахівців традиційних спеціальностей, підвищенням рівня освіти працівників. На даний час вважається, що готельно-ресторанний бізнес є головним в туристичній галузі, однак завдяки готельно-ресторанному бізнесу отримують розвиток й інші ключові сегменти економіки такі як: транспорт, будівництво, зв'язок, торгівля, та ін. Створення високоефективного готельно-ресторанного бізнесу відіграє велику роль і стає одним із пріоритетних напрямів структурної перебудови економіки України особливо після приватизації підприємств змінилася організаційно-правова форма системи ресторанного господарства, з'явилася велика кількість приватних підприємств. На даний час більшість підприємств ресторанного господарства є чисто комерційними (ресторани, шашличні, вареничні, піцерії, бістро та ін.), але разом із тим розвивається і громадське харчування: їдальні при виробничих підприємствах, студентські їдальні, шкільні. З кожним днем з'являються комбінати, фірми, які беруть на себе завдання організації громадського харчування. Особливістю цих закладів є застосування великої кількості нових сучасних послуг і продукції, що вимагає постійного оновлення сучасного устаткування. Використання сучасного устаткування сьогодні стоїть на першому місці, що дає змогу визначити високоефективну й якісну роботу закладів ресторанного господарства, також дає змогу реалізувати виробничу діяльність закладу за максимальної економії матеріальних та енергетичних ресурсів, при цьому використання мінімального числа працівників і раціонального використання виробничих площ.

Сучасний досвід дає змогу на практиці вдосконалити технології, технічного та культурного рівня закладів готельно-ресторанного бізнесу потребує від спеціаліста галузі розширеного науково-технічного кругозору для швидкого освоєння нової техніки, прийняття технічних рішень. Особливо важливим у сфері готельно-ресторанного обслуговування є так званий людський чинник. Отже, необхідно приділяти максимальну увагу управлінню і підбором персоналу. Працівники закладу повинні бути добре навчені та мати професійну підготовку, володіти знаннями при роботі з сучасним устаткуванням.

У загальному сучасне устаткування закладів ресторанного бізнесу характеризується різними ступенями технічної досконалості – від традиційних машин із ручним керуванням до апаратів із повним програмуванням технологічного процесу та його здійсненням в

автоматичному режимі. Незалежно від типу і потужності закладу правильніше передбачити систему автоматизації діяльності, призначення якої – створити порядок роботи закладу, зв'язавши її в єдиний високотехнологічний ланцюг ефективних процесів. Така організація роботи закладу ресторанного господарства скоріш за все дасть змогу знизити витрати закладу і збільшити його прибуток. В сьогоднішній час із швидким розвитком глобальної мережі Інтернет сучасні автоматизовані системи дадуть змогу управляти роботою закладу у віддаленому режимі при цьому не потребуючи багато зусиль.

Список використаних джерел:

1. Лук'янов В.О., Мунін Г.Б. Організація готельно-ресторанного обслуговування: навч. посіб. К.: Кондор, 2012. 346 с.

2. Устаткування закладів ресторанного господарства. Механічне устаткування: навч. посіб. / С.Л. Шаповал, І.І. Тарасенко, О.П. Шинкаренко; за заг. ред. А.А. Мазаракі. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. 240 с.

3. Віртуальні виставки. Організація готельно-ресторанного обслуговування. URL: http://www.ounb.km.ua/ vistavki/grb/index.php.

УДК 640.4

Пагутяк Ю.І.
Львівський інститут економіки і туризму
м. Львів
Науковий керівник: ***Майкова С.В.***

ОСОБЛИВОСТІ ВИГОТОВЛЕННЯ СТРАВ ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ ПИВА

Анотація. У статті досліджено вплив різних видів крафтового пива на виготовлення авторських страв, що виготовлені грунтуючість на національній кухні різних країн світу.

Ключові слова. Пиво, крафт, ель, пілснер, стаут.

Annotation. The article investigates the influence of different types of craft beer on the production of original dishes made on the national cuisine of different countries.

Keywords. Beer, craft, ale, pilsner, stout.

Актуальність дослідження. Зумовлена необхідністю дослідження впливу різних видів пива на страви які готують з нього, з метою виготовлення інноваційних страв, застосування інноваційних ресторанних технологій та, як наслідок залучення більшої кількості споживачів.

Мета дослідження. Проаналізувати різні види крафтового пива та асортименту страв національних кухонь, що можна виготовляти з нього.

Широкий діапазон ароматів, смаків, кольорів,і текстур пива може використовуватися як напій при споживанні різних страв так і використовуватися у процесі приготування різних страв. Завдяки пиву кухня, звичайно, стає дуже не дитячою, проте їжа набуває своєрідну пікантність і ґрунтовність. Широко відомі страви прибалтійської кухні, де використовується пиво у процесі приготування страв. Зокрема пивні супи, страви з пивом виготовлені із медом, травами, імбирем, та ін. Вибрати, чим підкреслити страви національних кухонь також можна із багатьох видів пива. Пиво знайдеться для будь-якої страви, від домашньої ковбаски до вишуканого витвору кулінарного та авторського мистецтва.

Щоб збільшувати кількість споживачів пивних ресторанів, барів, закладів типу пивні-садки, вражати людей і змінювати їхнє ставлення до споживання різних видів пива, потрібно переконати людей у тому, що пиво – гідний супутник наїдків будь-якого гастрономічного рівня, адже культура споживання і використання пива до страв в Україні відрізняється від інших країн світу. Серед сучасних видів крафтового пива завжди знайдеться щось, що надасть потрібного контрасту чи гармонійно підкреслить смак будь-якої страви.

Пиво та їжа змінюють смак у процесі доповнення, розкривають нові смаки та залишають після смак. Контрастні елементи збалансовують одне одного, а подеколи зливаються, як матерія і антиматерія, в єдиний, потужний, вибух вражень. Ефект часто приголомшує, і саме він є центральним елементом гарно підібраного поєднання. Для того, щоб знайти вдалі комбінації, які справді працюють і залишають незабутні спогади, потрібно приділяти увагу взаємодії пива та інгредієнтів страв. Гіркота пива може перекрити витончені смаки, але це саме те, що треба, для врівноваження жирних чи вершкових страв, навіть найсолодших десертів. Контрастними елементами також є карбонізація, паленість, солодкавість, жир, солоний смак умамі і гострота чилі.

Смак і аромат, хай і працюють разом, але є окремими чуттями, тому, якщо навчитись їх розрізняти, можна помітити, що гармонії найчастіше виникають в ароматах, а смаки найчастіше контрастують. На мою думку, якщо звертати увагу на всі рівні взаємодії, а не зосереджувати на чомусь одному, саме тоді можна підібрати найбільш вабливу і ґрунтовну пару.

Досліджуючи контрастні після смаки різних видів крафтового пива у ТзОВ «ArtIsBeer» найкращими поєднаннями пива з різноманітними інгредієнтами було обрано такі страви:

Для світлого пива :

Страва Раки в піві.

Інгредієнти: 12 раків, 200 мл світлого пива, 2 л води, 50 г лимона, 20 г солі,5 г чорного перцю, 1 г лаврового листа, 7 г кропу в насінні. Для приготування використовується вода, світле пиво, сіль, перець, лавровий лист і насіння кропу. Страва готується дуже швидко, раки закладаються на киплячу воду із пивом, протягом 10 хвилин кипіння, що є цінним для закладів ресторанного господарства. Після відварювання у воді та світлому піві ракам дають настоятися ще 10 хвилин. Подають готову страву із часточками лимона.

Страва Хашлама на піві

Інгредієнти: Яловичина 500 г., картопля 3 шт., цибуля 3 шт., помідори 2 шт., морква 1 шт., солодкий перець 2 шт., світле пиво 500 мл., зелень – пучок, спеції. Страва є варіантом рагу, але смак страві буде надавати особливий інгредієнт – пиво.

На основі темного пива можна також запропонувати виготовлення цікавих та різноманітних страв, зокрема:

Хмільне шоколадне морозиво.

Інгредієнти: молочний шоколад 200г., молоко 3.2% - 200г., вершки 25% - 200г., цукор 100г., сіль – 3г., ваніль – 1уп., жовток – 4шт., пиво Guinness – 180г.

Приготування: шоколад подрібнити на кусочки. Молоко + цукор + сіль з'єднати в каструлі з товстим дном, перемішати, і поставити на малий вогонь і довести до кипіння. Зняти з вогню. Збити жовтки до світлої однорідної консистенції, ввести цівкою гаряче молоко до жовтків, постійно помішуючи. Суміш вернути на середній вогонь і постійно помішуючи, варити до загустіння, зняти з вогню. Процідити крем через сито до молочного шоколаду, і варити до повного розчинення шоколаду. Додати вершки, ваніль і пиво і все це добре перемішати. Охолодити крем на холодній водяній бані, з льодом. І помішувати крем приблизно 30 – 40 хв,. поки він повністю не остине. Відправити щільно закриту каструлю в холодильник на 4-5 годин.

Дістати морозиво, перелити його в фризер і прокрутити 20-40хв. Наповнити контейнер морозивом і відправити в моризильну камеру на 3-4 години, до повного застигання.

Отже, дослідивши асортимент пива можна зробити висновок, що пиво може стати цінним інгредієнтом багатьох страв, так як широко поєднується з великою кількість продуктів з різними смаками, підкреслюючи та удосконалюючи їх. Таку взаємодію можна назвати спорідненістю. І оскільки вона має за основу особистий чи культурний досвід національних кухонь, та для різних людей з різними менталітетами спорідненості дуже різняться. Використання різних видів пива, що виготовляється у ТзОВ «ArtIsBeer» для виготовлення авторських страв буде предметом подальшого дослідження.

Список використаних джерел:

1. https://uk.wikipedia.org/wiki/Пивний_суп
2. https://zakaz.ua/ru/recipes/cheshskiy-pivnoy-sup.html
3. Ренді Мошер - Смак Пива

УДК 640.4

Гураль Зоряна
викладач
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м.Тернопіль

АСПЕКТИ ВПЛИВУ ГЛІКАЦІЇ НА ОРГАНІЗМ ЛЮДИНИ

В процесі приготування продуктів нутрінієнти не залишаються пасивними, а активно взаємодіють між собою. Особливе значення серед цих процесів має взаємодія цукрів і білків, так зване глікорування, або неферментативне глікозування вона ж реакція Майяра.

Реакція Майяра відбувається не лише при приготуванні їжі. Ця реакція між білками і цукрами має місце і в живому організмі. У нормальних умовах швидкість реакції настільки мала, що її продукти встигають віддалятися. Проте при різкому підвищенні цукру в кровіреакція значно прискорюється, продукти накопичуються і здатні викликати численні порушення.

Хімічна реакція між амінокислотою і цукром, яка як правило, відбувається при нагріванні. Прикладом такого процесу є смаження м’яса, або випікання хліба при нагріванні харчового продукту виникає типовий запах, колір і смак готової їжі.

Термін «метаболічна пам'ять» з’явився при вивченні цукрового діабету. Річ у тому, що незважаючи на досягнуті успіхи в лікуванні захворювання, розробку нових цукрознижувальних засобів, досягнення успішного контролю і визначення маркерів рівня глікемії, у більшості пацієнтів розвиваються серйозні ускладнення, що призводить до важких захворювань.

«Метаболічна пам'ять» - це така ситуація, коли підвищення глікемії ще до діагностування захворювання вже патологічно позначається на різних системах організму, в першу чергу на нервових волокнах.

Утворення супероксиду відбувається під впливом підвищеної внутрішньоклітинної концентрації глюкози, порушення роботи компонентів дихального ланцюга мітохондрій і перенесення електронів на молекулу кисню. Супероксид, як і більшість реактивних молекул (радикалів), має дуже короткий період напіврозпаду – не довше за хвилину, тоді як глікаційна пам'ять може тривати роками.

Токсичні речовини в організмі людини з віком збільшуються, у тому числі за рахунок продуктів, які ми споживаємо. Раніше вчені недооцінювали руйнівний вплив глікотоксинів на клітини людини. Вчені встановили, що кінцеві продукти глибокого глікування мають велике значення в прискоренні процесу старіння, а також в розвитку таких захворювань, як діабет, хвороби серця, рак. хворобу Альцгеймера. Рівень глікотоксинів різко зростає у людей, які мають підвищену кількість глюкози в крові, яка є поживним середовищем для шкідливих речовин. Глікотоксини особливо поширені в організмі людей, які страждають метаболічним синдромом або діабетом.

Процес глікації приводить до утворення кінцевих продуктів глікування, які накопичуючись в нашому тілі, призводить до безліч негативних ефектів. Виділяють три механізми старіння шкіри: фотостаріння (зовнішній тип), хроностаріння (біологічне і вікове) і глікостаріння (цукростаріння, відкладення продуктів глікозування). Процес глікації істотно не розвиваєтьсяв дермі до 30-35 років. Старіючі тканини піддаються дії кінцевих продуктів

посиленої глікації, які міцно «склеюються» з калогеном і елатином це можна спостерігати у верхньому шарі дерми.

Відмова від жирів може призвести до серйозних порушень гормональної системи, тому вкрай протипоказані дієти де немає жирів. Достатньо вживати невелику жменю горіхів в день, щоб дати організму корисні жири, мінеральні речовини, вітаміни, антиоксиданти, мінерали, клітковина, які уповільнюють процеси старіння і зупиняють розвиток серцево – судинних захворювань.

Глікація є результатом ендогенної спонтанної реакції між цукрами, які транспортуються в потоці крові, і волокнами дерми. Через глікацію структурні тканини стають жорсткішими та пошкоджуються волокна

Згубний впливглікації в основному проявляється на поверхні шкіри, а саме: втрата її еластичності, зморшки, загальний втомлений вигляд, прискорення процесу старіння шкіри, а також розвитку діабету, хвороб серця.

Важливу роль відіграє раціональне харчування - один із основних факторів, що визначає стан здоров'я людини, попереджує розвиток захворювань. Харчування є одним із ведучих факторів еволюції!

Список використаних джерел:

1. Корпачов В.В. «Сахара и сахаразаменители»-Київ:Книга плюс-2004-318 с.
2. Харченко Н.В., Анохіна Г.А. та ін:-Київ-К-д: Вид-во «Мередіан»,2012.-528 с.

УДК 640.4

Мучинська Ольга
майстер виробничого навчання
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м.Тернопіль

ТЕХНОЛОГІЇ ПРИГОТУВАННЯ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ АСОРТИМЕНТУ НАЧИНОК ДЛЯ ПІЦИ

Проаналізовано переваги пі церій як закладу ресторанного господарства. Досліджено технологію приготування піци та асортимент начинок як складової її популяризації для різних категорій населення.

Актуальність дослідження зумовлена тим, що пі церії є одним із найпопулярніших закладів ресторанного господарства в Україні, які динамічно розвиваються, причому середньорічні темпи зростання за різними оцінками становлять від 20 до 30% [1].

Метою дослідження було проаналізувати технологічний процес приготування піци та дослідити асортимент начинок до піци.

Незаперечною умовою товарної політики піцерії є висока якість піци та її відмінний смак, але шанувальникам пікантного і вишуканого смаку, в першу чергу, подобається начинка. Рецепти страв достатньо сильно відрізняються між собою , що зумовлено широким асортиментом складових [4].

Піца – це гастрономічний шедевр, смак якого не повинен бути монотонним, змінюючись у міру споживання продукту (сирний, томатний, пряний, маслиновий і тощо). Смак одного компонента не повинен перебивати смак іншого.

Упродовж багатьох років піца змінювалась і набувала різних форм. В наші дні існує велика кількість способів приготування тіста для піци, рецептів з застосуванням різної кількості і сорту сиру, а також різних комбінацій начинок. Ці варіанти отримали особисті назви в залежності від виду начинки, тіста або місця походження піци.

Популярність піци зумовлена ще і простотою приготування. Для неї можна використовувати продукти, яких не вистачає для окремої страви, вона вносить

різноманітність у меню, дає можливість красиво та апетитно сервірувати столи. До того ж піца підходить для будь – якої системи харчування. Адже її можна приготувати як калорійну (з м'ясом, рибними продуктами, яйцями, сиром), так і майже дієтичну (зі свіжими овочами, зеленим салатом, знежиреним сиром, фруктами). Піца тим і вирізняється від інших страв, що готуючи її, можна дати волю фантазії і перетворити процес приготування в творчість [3].Інколи навіть використання для начинок, здавалось би непоєднуваних інгредієнтів, можуть перетворити піцу на справжній шедевр. Залежно від начинок і способів приготування відокремлюють кілька видів піци:

1. Неаполітанська.
2. Піци різних країн і народів світу (з традиційними начинками або тістом).
3. Фокачча- без начинки (використовується замість хліба).
4. Кальцоне – закрита піца (начинка знаходиться всередині і не сохне).
5. Десертна (солодка).

Піцу розрізняють за товщиною тіста: тонка («Сицилійська»), товста («Бруклінська»), та листкова. Традиційна форма піци – кругла,також існують прямокутні («Римська») та закриті («Кальцоне») варіанти. Як правило, італійську піцу готують на тонкому тісті і тільки із продуктів, які поєднуються між собою. При приготуванні американської піци використовують усі інгредієнти, які є під рукою. Наприклад, в італійську піцу ніколи не покладуть пепероні, а в американську можна додавати будь-які складники.

Тісто повинно бути хрустким, повітряним і легким. Класичне тісто для піци готують з борошна, натуральних дріжджів або закваски, солі і води. Додавання олії або масла - спірне питання. Наприклад, у традиційній неаполітанській піці її немає. Разом з тим, багато хто, додає у тісто для італійської піци оливкову олію, а для американської – іншу рослинну.

Приготування піци залежить від тіста: тонке «сицилійське» тісто розкочують скалкою а «бруклінське» дріжджове- вручну, щоб зробити краї пухкими. Втім більшість вважає, що будь-яке тісто слід розкачувати вручну, оскільки воно вбирає теплоту рук піцайоло та стає смачнішим. Деякі піцайоло підкидають тісто у повітря – так воно формується і насичується киснем.

Класичну піцу випікають у спеціальній дров'яній «помпейській» печі. Вона має форму зведення у вигляді півсфери, куди потрапляє жир від вогню і нагріває уже всю піч. У «помпейській « печі піца готується усього 90 секунд. У електричній приготування займе близько 10 хвилин.

Смакові якості піци залежать від начинки. Рецепти страви достатньо сильно відрізняються між собою. Якщо говорити про види італійської піци то найоригінальніший смак притаманний неаполітанській, до складу якої входять морепродукти – мідії і анчоуси, що надають страві пікантного смаку.

У найпростішій класичній піці «Маргарита» - це основа і соус з помідорів та часнику, ореганно і оливкової олії. Не надто відрізняється і «Маргарита» з помідорами, «Моцареллою», базиліком, шинкою, грибами і артишоками, оливками і оливковою олією. Інша популярна піца – «Диавола» - включає помідори й ті ж самі сири, базилік і салямі. До складу відомої вегетаріанської піци під назвою «Ортолана» входять помідори, цукіні, баклажани, гриби, артишок і зелень.

Для ароматизації використовують , як правило, майоран (в сухому виді- орегано) або прованські трави, а також зелень укропу, петрушки, сальдерею. В кулінарії існує чимало способів для надання страві більш витонченого смаку. Всі ці способи знайшли своє відображення в різних рецептах піци, але нема необхідності точно слідувати класичним рецептам. Розраховуючи на свій смак і фантазію, можна винаходити різноманітні рецепти піци, придумуючи різні начинки, доповнюючи меню новими видами цієї страви [2].

Багато народів розробили свої національні варіанти піци. В Індії до неї додають маринований імбир, фарш із баранини і соєвий сир. У Японії їдять піцу з вуграми і

кальмарами, у Пакистані – з гострим карі. Мешканці Коста- Ріки віддають перевагу піці з кокосами, а бразильці – піці із зеленим горошком.

У США розробили рецепт піци оздоровчої направленості, яка збагачена харчовими волокнами. Пребіотична основа для піци містить екстракт агави і 12 типів злаків, включаючи гречку і амарант. Це дозволить сучасній людині включити в свій раціон інулін і клітковину в максимально зручному і звичному вигляді – у вигляді піци.

Список використаних джерел:

1. Аветисова А.О. Ресторанні мережі: конкурентні переваги, проблеми, перспективи розвитку/ А.О. Аветисова. [Текст]// Вісник соціально-економічних досліджень. – 2013. -№28.-С 117-123.
2. Ганина Н.Р. Пицца. Пицца и хлеб с соблазнительними пікантними начинками (Текст)/ Н.Р.Ганина.-М.:»Менеджер»,2005.-С.164.
3. 3.Осадча І.М. Секрети піци(Текст)/І.М. Осадча .-К.: «Кондор»,2007.2007.-С.46-57,
4. Ростовський В.С. Теоретичні основи технології громадського харчування [Текст]навчальний посібник / В.С.Ростовський.-К: «Кондор»,2006.-200с.

УДК 664

Мурин Тетяна
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,
м. Тернопіль
Науковий керівник: ***Сельський В.Р.***
к.б.н, доцент

ВИКОРИСТАННЯ ПОЛУНИЦІ У ВИРОБНИЦТВІ СОКІВ

Рослинна сировина, а також продукти її переробки відіграють важливу роль у здоровому харчуванні людини, оскільки, вони є не тільки джерелом цінних поживних речовин, а й біологічно-активних: вітамінів та мінеральних речовин.

У ягодах полуниці міститься до 15 % цукрів, які представлені в основному фруктозою і глюкозою, біля 1 % кислот (лимонна, яблучна та ін.), пектинові речовини, до 100 мг% вітаміну С, також вітаміни групи В, каротин, залізо, фосфор, кальцій, кобальт.

На даний час виведено багато сортів полуниці, які відрізняються за розміром, смаком, насиченістю червоного кольору.

Ягоди полуниці швидко псуються, тому є доцільність у швидкому переробленні її у соки та компоти.

Здатність плодової тканини до соковіддачі залежить від стійкості цитоплазматичних мембран проти механічного впливу та їх в’язкості й еластичності. Важливе значення має вміст пектинових речовин.

Вміст соку у ягодах близько 80 % до початкової маси сировини. Але з ряду причин при вичавлюванні соку вдається вилучити менше соку після механічного подрібнення.

Зруйнувати цитоплазматичні мембрани, щоб позбавити їх напівпроникності, можна різними методами – механічним, тепловим, заморожуванням, дією електричного струму.

Досліджувалися зразки полуниці сортів Гігантська, Альба, Хоней, які вирощуються в Україні.

На першому етапі досліджень вивчали якість різних сортів полуниці за допомогою органолептичних та фізико-хімічних показників.

З фізико-хімічних показників найбільший вміст розчинних сухих речовин був у полуниці сорту Гігантела (8,9 %).

Вода, як основний компонент ягід безпосередньо впливає на хід виконання технологічних процесів.

Форми зв'язку вологи мають вплив на вихід соку, зокрема, колоїдно-зв'язана волога.

Чим менше осмотично-зв'язаної вологи, тим менший вихід соку. Щодо вмісту осмотично-зв'язаної вологи, то її кількість була найбільшою у сорту полуниці Гігантела і складала 53,3 %, а найменшою у сорту Альба.

Вивчали вплив нагрівання ягід на вихід соку і спостерігали у полуниці сорту Хоней збільшення виходу соку на 13 %, сорту Альба на 10,8 %.

За результатами заморожування ягід полуниці було встановлено зростання виходу соку, зокрема, у полуниці сорту Хоней на 13,3 %, у порівняні з контролем.

Список використаних джерел:

О. С. Ільєва, В. М. Сторожук, І. В. Мельник. Дослідження впливу попередньої обробки на водоутримуючу здатність рослинної сировини // Харчова промисловість. К., 2011. – № 10.

УДК.640.4

Слепак Юлія
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль
Науковий керівник
Петрук Лідія
спеціаліст вищої категорії

МОЛЕКУЛЯРНА КУХНЯ – ЯК ВИТВІР КУЛІНАРНОГО МИСТЕЦТВА

Концепція державної політики України передбачає заходи, спрямовані на збереження здоров'я та працездатності населення, подовження тривалості й покращеня якості життя громадян. На стан оздоровлення людей, емоційний настрій і ефективність роботи людей впливає багато чинників із нашого оточення — харчовий раціон, рівень фізичних і нервових навантажень, швидкість обміну інформацією та ін.

Ресторанне господарство в сучасних умовах є бізнесом, який стрімко розвивається. Важливою складовою розвитку є застосування інноваційних технологій.

Стаття присв'яченна порівняльному аналізу застосування сучасних тенденцій кулінарного мистецтва в закладах ресторанного господарства та шлях впровадження інноваційного устаткування молекулярної кухні та ф'южн-кулінарії.

Детально розкрита необхідність введення інноваційних підходів до виготовлення кулінаної продукції в закладах ресторанного господарства.

Основним елементом сучасного кулінарного мистецтва являється ф'южн-кулінарія та молекулярна кухня. Пріоритетною проблемою можна вважати створення принципово нових технологій, глибокої комплексної переробки сільськогосподарської сировини у продукти високої якості, які мають оздоровчий вплив на організм людини, забезпечують профілактику еліментарно-залежних станів і захворювань, сприяють усуненню дефіциту вітамінів, мікро- і макроелементів, інших ессенціальних речовин. Цим вимогам відповідають оздоровчі продукти — функціональні товари і функціональні інгредієнти, біологічно активні добавки до їжі та інші групи. За допомогою харчової комбінаторики можна послабити негативні наслідки зовнішнього середовища завдяки проектуванню і конструюванню харчових продуктів не лише безпечних для людини, але й таких, що захищають його генетичні структури від пагубного впливу.

Серед функціональних продуктів важливе місце займають збагачені продукти вітамінами, мікроелементами, харчовими волокнами та ін., продукти з яких видалені певні сполуки, не рекомендовані за медичними показниками або замінені на інші компоненти. Основним принципом створення харчових функціональних продуктів можна вважати зміцнення здоров'я людини шляхом впливу на відповідні фізіологічні реакції організму.

Продукти функціонального спрямування повинні бути безпечними для споживачів і складові компоненти мають виключати небажану взаємодію між інгредієнтам.

Молекулярна кулінарія - прогресивна кулінарія. Суть її полягає в тому, що в процесі приготування поєднуються продукти харчування новітньої технології й молекулярної хімії, завдяки чому виходять цікаві страви з незвичайною консистенцією й оригінальними смаковими якостями; характерна риса молекулярної кулінарії в тому, що завдяки їй можна широко розкрити смакові якості продукту; для приготування таких страв необхідне спеціальне устаткування: холодильні установки, центрифуги, прилади для подрібнювання продуктів; крім того, необхідна допомога хіміків, мікробіологів; молекулярна кухня корисна, вона не містить жирів, наявність вуглеводів обмежена. Хімія і фізика в останні десятиліття особливо щільно пов'язані з кулінарією, але основи всіх сучасних знань в цій області були закладені багато століть назад і вже стали універсальним знанням, як способи створення кулінарних шедеврів. Улюблені форми подачі страв у кулінарів-новаторів - емульсії, мусси і піна. У молекулярній кулінарії важливо не тільки уміти готувати, важливо бути трішки хіміком, трішки інженером-фізиком.

Суперсучасні технології прийшли в світ високої кухні. Молекулярна кухня закликає здивувати і підкорити просту людину. Оформленню готових страв і закусок приділяють особливу увагу. Гарно оформлені страви і закуски притягують увагу відвідувачів, приносять естетичну насолоду, збуджують апетит і поліпшують засвоювання їжі.При порціонуванні страв треба вміло поєднувати гарніри, соуси і прикраси з основними продуктами за смаком і кольором.

На сьогодні молекулярна кулінарія набула високого рівня розвитку та досягла статусу мистецтва за рахунок багатьох факторів:зростання споживчого попиту, випуску кулінарної продукції з використанням сучасних інноваційних технологій для розширення смакових якостей страв.Основні прийоми ф'южн кухні: обробка продуктів рідким азотом, емульсифікація (змішування нерозчинних речовин), стефікація, желювання збагачення вуглекислотою або карбонізація, вакуумна дистиляція.Експерти вважають, що українські заклади ресторанного господарства розвиваються динамічно, збільшилася їх кількість, покращився зовнішній вигляд і асортимент страв і напоїв.

Список використаних джерел:

1. Архіпов В.В. Ресторанна справа: Асортимент, технологія і управління якістю продукції сучасному ресторані: Навчальний посібник. – К.: Фірма «ІНКОС»,
Центр навчальної літератури, 2011-584с.
2. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: Підручник для
ВУЗів / За ред. Н.О. П'ятницької. – 2ге вид. перероб. та допов. – К.: Центр учбової літератури, 2011-584с.

УДК 640.4
Скоробогатий Андрій
Державний навчальний заклад
«Почаївськевищепрофесійне училище»
Науковий керівник: ***Сухомлин Т.М.***
старший

викладач вищої категорії

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ПРИГОТУВАННІ СТРАВ З РИБИ

Ресторанне господарство в сучасних умовах є бізнесом, який стрімко розвивається. Важливою складовою розвитку є застосування інноваційних технологій у виготовленні страв з риби.

Стаття присвячена порівняльному аналізу обробки риби і морепродуктів, застосування сучасних тенденцій до виробництва напівфабрикатів високої степені готовності і страв з риби.

Детально розкрита необхідність введення інноваційних підходів до виготовлення рибних напівфабрикатів, страв з риби, оформлення страв і їх подача.

Заклад ресторанного господарства здійснює виробничо-торгівельну діяльність, виробляє, продає та організовує споживання продукції.

В умовах ринкових відносин щорічно збільшується кількість закладів ресторанного господарства, впроваджуються нові форми виробництва та обслуговування.

Великі підприємства, що працюють на сировині, організовують рибні або м'ясо-рибні цехи для виготовлення напівфабрикатів з риби. Цехи мають новітнє технологічне обладнання і застосовують різні нові технології для виготовлення продукції

У рибний цех надходять: риба жива, охолоджена, морожена, солена та нерибні продукти моря.Обробляння риби з кістковим скелетом і приготування з неї напівфабрикатів здійснюється за схемою, яка включає такі операції.У рибних цехах великої потужності створюється дві технологічні лінії - обробляння риби з кістковим скелетом (луската і безлуска) і обробляння риби з хрящовим скелетом (осетрова риба, линюга).

Для розморожування риба (брикети) поміщається в сітчасті контейнери і занурюється на 2 - 3 год у ванни з розчином повареної солі (7 - 10 г солі на 1 л води) при температурі 18 °С.Солона риба вимочується у холодній воді протягом 4-6 год у ваннах або інших ємностях, в яких періодично замінюється вода (через 1-2 год), або в проточній воді.

Заклади ресторанного господарства на виробництві застосовують інноваційні технології у виготовлені страв з риби: відварних, тушкованих,смажених,запечиних,контролюється їх порціонування, оформлення, подавання,зберігаючи харчуву цінність виготовленої страви.

Список використаних джерел:

1. П’ятницькаН.О. організація обслуговування закладах ресторанного господарства Підручник 2ге видання К.:Центр учбової літератури 2011р-584 с.

2. Доцяк В.С.Українська кухня. Технологія приготування страв. К.Вища школа., 20013.550с.

УДК 640.4

Горішна Ганна
викладач-методист
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій та торгівлі»
м. Тернопіль

АКТУАЛЬНІ НАПРЯМКИ КУЛІНАРІЇ В РЕСТОРАНАХ ТЕРНОПОЛЯ

Стаття присвячена порівняльному аналізу застосування сучасних тенденцій кулінарного мистецтва в закладах ресторанного господарства м.Тернополя. Розкрита необхідність введення інноваційних підходів до виробництва кулінарної продукції в закладах ресторанного господарства.

Ключові слова: кулінарія, ресторанне господарство, кулінарне мистецтво, молекулярна кухня, фьюжн кулінарія.

Ресторанне господарство – це сфера людської діяльності, що в останні роки стрімко розвивається. У всьому цивілізованому світі галузь є однією із найбільш сприятливихрізних видів малого бізнесу. Між закладами та підприємствами постійно точиться боротьба за оптимальне позиціювання на ринку та найбільш перспективні його сегменти; за пошук нових та утримання постійних клієнтів. [1].

У наш час кулінарія набула високого рівня розвитку та досягла статусу кулінарного мистецтва за рахунок багатьох факторів: зростання споживчого попиту, випуску нової кулінарної продукції, використання сучасних інноваційних технологій, високого інтелектуального рівня особистості та суспільства. Основними елементами сучасного кулінарного мистецтва виступає фьюжн кулінарія та молекулярна кухня.

Фьюжн – це симбіоз кількох культур не тільки в одній кухні, але і в одній страві.Він увібрав у себе все краще з кулінарних традицій Сходу і Заходу. Або несподіване, але гармонійне поєднання смаків, стилів, інгредієнтів та кулінарних традицій таких популярних кухонь світу, як французька, італійська, китайська, японська, мексиканська та інше.

Суть молекулярної кулінарії полягає в тому, що в процесі приготування використовуються новітні технології і досягнення молекулярної хімії, що дає можливість отримати страви незвичної консистенції та оригінальних смакових якостей. Головні прийоми цієї кухні: обробка продуктів рідким азотом, емульсифікація (змішування нерозчинних речовин), сферифікація (створення рідких сфер), желювання, карбонізація або збагачення вуглекислотою, вакуумна дистиляція. Особливістю молекулярної кулінарії є те, що завдяки їй можна суттєво розширити смакові якості продукту[2].

Найвідомішим практиком і популяризатором молекулярної кухні став шеф-кухар Хестон Блюменталь - засновник і власник одного з найкращих ресторанів світу The Fat Duck ("Масна качка") у Великій Британії. Серед послідовників нового вчення й такі відомі кухарі, як Ферран Адріа (ресторан El Bulli, Іспанія), П'єр Ганьєр (ресторан Pierre Gagnaire, Франція), Мішель Брас (ресторан Michel Bras, Франція) і Анатолій Комм (ресторан Anatoly Komm, Росія), Девід Кікіллус (ресторан DK, Київ), ресторан «Кгайпа», Київ.

У закладах ресторанного господарства м. Тернополя таких, як: дружня ресторація «Мамонт», ресторан «Parma», ре, ресторан «Garden Hall», чітко прослідкується застосування сучасних форм кулінарного мистецтва. У даних закладах популярна українська та європейська кухня з осучасненням новими актуальними інгредієнтами, різноманітними оліями, соками фруктів, свіжими травами, застосовується відповідне обладнання для утворення суспенцій, емульсій, ваккумації та су вид..

Згідно з проведеними дослідженнями можна зробити аналіз, про позитивний розвиток фьюжн кулінарії та молекулярної кухні у закладах ресторанного господарства м.Тернополя. Ми можемо спостерігати, що розвиток кулінарного мистецтва зростає щороку і знаходиться у фазі розвитку.

Список використаних джерел:

1. М. П. Мальська, О. М. Гаталяк, Н. М. Ганич, Ресторанна справа, Київ «Центр учбової літератури» 2013 р.

УДК 613.26.29

Антонів А.Д.
Науковий керівник: ***Ю.П. Кружова,*** *к.т.н., доцент*
Національний університет біоресурсів і природокористування України
м. Київ

ІДЕНТИФІКАЦІЯ ТА ФАЛЬСИФІКАЦІЯ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

Нинішня ситуація з якості харчової продукції в Україні надзвичайно складна. Вона склалася, в першу чергу, внаслідок важкого економічного становища в країні, бідності населення, яке готове купувати дешеву та не завжди якісну продукцію. Однак також погіршує ситуацію відсутність ефективного державного контролю у сфері якості та безпечності харчової продукції.

Ідентифікація − процедура підтвердження відповідності органолептичних, біологічних, фізичних та хімічних параметрів і властивостей, специфічних для даного виду харчового продукту, тим параметрам і властивостям, які зазначаються при етикетуванні цього харчового продукту, а також процедура підтвердження загальновизнаної назви даного виду продукту , торговельної марки та/або комерційного (фірмового) найменування.

Ідентифікація виконує різні функції, але не завжди в нормативних документах, на маркуванні та в інших засобах інформації вказуються необхідні для ідентифікації показники. В кожній країні ідентифікація та маркування харчових продуктів здійснюється згідно національного законодавства.

Фальсифікація товару − дії, спрямовані на обман споживача шляхом підробки об’єкта купівлі − продажу, тобто товару, з корисливою метою (за рахунок погіршення споживчих властивостей).

У широкому розумінні фальсифікації товару − це дії щодо погіршення споживчих властивостей товару чи зменшення його кількості при збереженні найхарактерніших, але неважливих для використання за призначенням властивостей. Наприклад, харчові продукти найчастіше підробляють, надаючи їм або упаковці зовнішнього вигляду товарів відомих фірм. Але смак і споживчі властивості підробок значно гірші, та й безпечність сумнівна.

Так, безпечність харчових продуктів необхідно розуміти як стан не лише відсутності прямої загрози шкідливого впливу на організм людини, а як відсутність загрози ймовірності настання негативних наслідків споживання продуктів харчування, продовольчої сировини та супутніх товарів. Найбільш часті випадки фальсифікації пов’язані з наступними групами харчових продуктів імпортного та вітчизняного виробництва: алкогольні напої, кава, кавові продукти, чай, мед та кондитерські вироби (особливо шоколад), безалкогольні напої, в тому числі соки натуральні, рослинні олії та тваринні жири, молочні продукти, м’ясні продукти, борошно і макарони.

Можлива наступна фальсифікація харчових продуктів:

- для фальсифікації меду використовують додавання води, цукрового сиропу, крохмальної і бурякової меляси, крейди, борошна, тирси та інших речовин. Про користь такого продукту говорити не доводиться. Одним із способів фальсифікації меду є спроба збільшити обсяг отримуваного продукту за рахунок годівлі цукровим сиропом у період медозбору;
- молоко серед інших продуктів харчування займає одне з провідних місць. Тому, саме молочні продукти (молоко, вершки, сири, масло вершкове, йогурти та ін.) найчастіше піддаються фальсифікації. Фальсифікація якості молока може відбуватися за рахунок розбавлення молока водою, додаванням до прокислого молока речовин лужного характеру, додаванням до знежиреного молока крохмалю або борошна для підвищення густини, тощо. Деякі види фальсифікації можуть мати неприємні наслідки;
- основними засобами фальсифікації алкогольних напоїв є використання технічного спирту, заміна натуральної сировини (ягід, плодів, цукру та ін.) синтетичними буряками, ароматизаторами, підсолоджувачами, гліцерином та ін.. Фальсифікація напоїв досягається також за рахунок розведення водою, заміна одного типа напою – іншим, підміна марочних напоїв ординарними. Найбільш часто з міцних напоїв

фальсифікують коньяки, тому, що вони дорого коштують і користуються споживчим попитом.

- із кондитерських виробів найбільш часто об'єктом фальсифікації є шоколад, торти і тістечка з вершковим кремом. У багатьох кондитерських виробах частіше зустрічається якісна фальсифікація: недовкладення цінної сировини за рецептурою. Так, при виробництві можливі недовкладення жиру, цукру, прянощів, рому та ін.. Також можливе недоважування фасованих виробів. Для шоколаду поширена замінна какао – масла на гідрогенізований жир і соєвий шрот. Також властива і якісна технологічна фальсифікація шляхом заміни одного виду цінної сировини іншим менш цінним продуктом.

Безпечність харчової продукції і продовольчої сировини є однією з вирішальних складових економічної безпеки кожної держави й визначається спроможність країни ефективно контролювати виробництво.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», редакція від 07.02.2019, підстава − 2639 − VIII.
2. Закон України «Про якість та безпеку харчових продуктів та продовольчої сировини», документ 2809 − IV, чинний, поточна редакція − прийняття від 06.09.2005.
3. Смоляр В.І. Харчова експертиза. − К. : Здоров'я, 2005. − 460 с.
4. Дубініна А.А.,Науменко Н.О., Овчиннікова О.Ф. Підручник. – К.: Видавничий дім «Професіонал», 2010. – 272 с.

УДК 640.4

Струк Любов
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій та торгівлі»
м. Тернопіль
Науковий керівник: ***Кундрат Стефанія***
викладач-методист

АНАЛІЗ ПРИГОТУВАННЯ БОРЩІВ РІЗНИХ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Перші страви - невід'ємна частина будь-якого обіднього столу. Вони незамінні для поліпшення травлення і дуже смачні. Рецепти перших страв різноманітні. Існують перші страви гарячі і холодні, вони можуть виступати початком обіду або служити повноцінним прийомом їжі. Є люди, які не люблять рідких страв, але є й рідкі страви, не любити які просто-напросто неможливо. Одним з таких «любимчиків» справжніх гурманів є борщ. Коли ми чуємо назву «борщ», в нашій уяві виникає тарілка супу червоного кольору з капустою, картоплею, морквою і, якщо борщ український, то з салом та галушками. Загалом, правильно, але ж різновидів такого непростого супу, як борщ, існує величезна безліч. Наприклад, можна виділити борщ зелений або червоний, холодний чи гарячий, з салом або з грибами, з кукурудзою чи з квасолею, з чорносливом або навіть з кропивою.

Український варіант такого плану першої страви є найбільш популярним. І це не дивно, адже батьківщиною даного супу є саме Україна. З роками, або навіть з століттями, багато видозміни відбулися в рецепті класичного українського борщу.

Борщі бувають найрізноманітніші. Все залежить від місцевості, де їх готують. У рецептурі львівського борщу будуть копченості та сосиски. Це відгомони впливу Австро-Угорської кухні. В Поділля (Вінницька, Тернопільська, Хмельницька області) борщ підкислюють квасом, тому в цій місцевості було сильно вплив литовської та польської кухні. Слобожанські борщі (це ті, які варять у Харківській, Луганській, Сумській, частині Донецькій областях) для особливого смаку додають хрін. Тут же можна зустріти рецепт борщів з рибою і без буряка. Київські, полтавські і чернігівські борщі найрізноманітніші: з

квасолею, яблуками, кабачками, на бульйоні з качки і гуски, і навіть з додаванням гречки.

Борщ – українська національна страва, обов'язковою складовою частиною якої є буряк столовий червоний. Український борщ - найпопулярніша страва української кухні. Його унікальні смакові якості зробили його відомим у всьому світі.

У різних регіонах України борщ готують по-різному, звідси і його назва: київський, чернігівський, полтавський, галицький, львівський, волинський та ін., але найбільш поширений борщ Український з пампушками.

Борщ в Україні оточений справжнім культом , а його поїдання супроводжується цілим ритуалом. Із борщем пов'язана численна низка стійких висловів, що здавна увійшли в українську мову: сідайте борщувати, байка байкою, а борщ стигне, давайте вже доборщимо цей клапоть, чи я тобі межу переорав, чи я тобі в борщ начхав? На Запорізькій Січі переперчений борщ (так званий "мудрий борщ") використовували для випробування молодих козаків на стійкість і витримку.

Нині своїм розмахом славиться фестиваль Борщу - це сучасний, яскравий, інтерактивний кулінарний проект. Фестиваль Борщу - це відкритий конкурс-дегустація як для «любителів» так і для професіоналів кулінарного мистецтва, який існує та підтримується виключно за рахунок приватних коштів та ініціатив.

Список використаних джерел:

1. Архіпов В.В., Іванникова Т.В., Архіпова А.В. Ресторанна справа: Асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані. 2-ге видання: навч.пос. — К.: Центр учбової літератури., Фірма «Інкос», 2008. - 384с.
2. Доцяк В.С. Українська кухня: 4-е вид: К.: Ігнатекс – Україна, 2013.-568с.:іл.
3. Інтернет ресурси.

УДК 640.4

Стеник Діана
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль
Науковий керівник: ***Дмитришин Юлія,***
викладач вищої категорії

ЧОРНИЙ КОЛІР - ЛАКШЕРІ ТРЕНД ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Актуальність цієї теми є досить великою, оскільки в сучасному світі люди звикли пробувати щось нове і чорна їжа не стала винятком. Цей тренд миттєво заполонив серця практично усієї планети та ніяк не збирається згасати, а лише набирає оберти у своїй популярності.

Я також захотіла дізнатися побільше про тренд чорної їжі у сучасному житті, вияснити з чого все почалося, знайти яку шкоду та користь приносить цей незвичайний колір нашому організму та чи довго чорний колір буде популярний. Це і сталометою цієї роботи.

Виявляється на наш настрій, самопочуття і здоров`я впливає не тільки колір меблів, стін, але навіть колір приготованих страв, колірна гама яких здатна творити дива: зелена їжа позбавить від стресу, нормалізує тиск, синя - заспокоїть, зніме біль в очах, а біла - загрожує зайвою вагою... Вже доведено, що правильно підібрані відтінки їжі, освітлення і обстановка підвищують апетит і покращують процеси травлення.

У одній з європейських країн був проведений цікавий експеримент. Звичайні для людського ока продукти харчування за допомогою освітлення були прикрашені в інші, не відповідні природному кольору продуктів відтінки. Наприклад, зелений горошок по своєму кольору став схожий на червону ікру, м`ясо придбало сіруватий відтінок, молоко стало фіолетовим, а горезвісна яєчня перетворилася на яскраво-червону страву.

До такого незвичайного столу були запрошені достатньо голодні і спраглі поїсти люди. Яке ж було їх здивування, коли вони побачили такий незвичайний стіл, але експериментатори здивувалися ще більше – більшість з присутніх не змогли доторкнутися до приготованих страв, а ті, хто зважився таки їх покуштувати, відчули страшне нездужання. Хоча, доречно зауважити, смак страв був відмінним.

Психологи єдині в думці: на здоров`я людини, а також на його настрій впливає не тільки вітамінний склад страв, але і їх колірна гама.

Ми звикли до червоних помідорів, білого рису, жовтого лимонаду, шоколадного чи пломбірного морозива, світлої булочки від бургера, а тепер учвіть всі ці продукти у темному кольорі.

За останні роки світ порвала тенденція чорного кольору буквально у всьому. Одяг, інтер'єр, їжа, посуд - всі чорні речі миттєво стають трендом.[1]

Чорний — колір дуже сильний, потужний і владний. Він, як магніт, перетягує на себе увагу. Чи помічали ви, що великі модні будинки, на кшталт «Версаче», «Діор», «Шанель», «Сен-Лоран», використовують у брендінгу багато чорного? Що ж, потрібно розуміти, що цей колір асоціюється з високим стилем, з вічністю, з тим, над чим мода ніколи не буде владною.[2]

Перша чорна страва - темний бургер з'явився в 2012 році. Його стала робити мережа ресторанів BurgerKing, яка розташована в Японії. Їх бургер складався не тільки з чорної булки, а й сиру вугільного відтінку і такого ж соусу. Це перший рецепт чорних бургерів.

Згодом страва поширилася по світу. З'явилася така і в Україні. На їх основі були розроблені спеціальні бургери для шанувальників WorldOfTanks - «Чорна Мамба». Основою для їх створення є чорне тісто, з якого роблять булочки для бургерів.[3]

Перераховувати всі різновиди можна довго, але краще купити чорний бургер, щоб зрозуміти, про що мова емпіричним методом. Чим фарбують цей шедевр швидкого харчування?

Японським кулінарам прийшло в голову додавати в рецепти чорнило каракатиці, які не лише забарвлювали, але і збагачували продукт цінними для здоров'я компонентами. Блэк-гамбургер, чорний сир, піца з чорною основою - до складу цих і інших продуктів нерідко додають активоване вугілля. Альтернативою вугіллю в Японії виступає бамбукове вугілля. Також використовують барвники чорного кольору.[4]

Сьогодні black-формат здає свої позиції: не тільки тому, що мода на нього проходить, але й тому, що надмірне споживання активованого вугілля називають небезпечним для здоров'я.Одна справа, коли ви з'їдаєте 1 або 2 таблетки для очищення організму. А інша - коли робите активоване вугілля повноцінною частиною свого раціону. Лікарі та дієтологи запевняють, що така кількість активованого вугілля є вкрай шкідливою для організму.

У Нью-Йорку, наприклад, взагалі хочуть заборонити чорну їжу, приготовану з активованим вугіллям, на законодавчому рівні. Усе тому, що там буквально схибнулися на всьому чорному і у кожному ресторані можна купити чорне морозиво, чорний хліб, чорні бургери, чорні молочні коктейлі, чорні соки і навіть каву з чорним молоком.

Департамент охорони здоров'я Нью-Йорку каже, що ресторанам та кафе не дозволено продавати їжу з активованим вугіллям, тому що це "заборонено Управлінням з контролю за продуктами і ліками США (FDA)".

Позаяк незабаром чорна їжа поступово зникне з меню Нью-Йоркських ресторанів. Не виключено, що така ж доля спіткає і українські ресторани [5].

Список використаних джерел:

1. (https://harchi.info/blogs/san-ayt-j/nebezpeka-chornoyi-yizhi)
2. (https://vdomadobre.info/cikavi-poradi/psihologiya-koloru-v-intereri.html)
3. (http://cookingzone.net/ua/articlesadvices/articles/124)
4. (http://opnd.poltava.ua/2018/)

5. https://harchi.info/blogs/san-ayt-j/nebezpeka-chornoyi-yizhi

УДК 640. 4.
Барабанова Агнєшка
Державний навчальний заклад
«Почаївськевищепрофесійне училище»
Науковий керівник: ***Сухомлин Т.М.***
старший
викладач вищої категорії

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРИГОТУВАННЯ ТУШКОВАНИХ СТРАВ З М'ЯСА

Заклади ресторанного господарства використовують інноваційні системи приготування страв. Заклади надають споживачам комплекс послуг, одна з яких виготовлення кулінарної продукції.

Стаття присвячена порівняльному аналізу застосування інноваційних технологій у виготовленні страв з м'яса: відварних, смажених, запечених, тушкованих, їх порціонування, оформлення та подавання контролюється для дотримання харчової цінності страв. Тушковані страви з м'яса займають важливе місце в харчуванні. Є великий асортимент тушкованих страв з м'ясопродуктів.

Для тушкування використовують бічну і зовнішню частини задньої ноги, плечову і заплічну частини лопатки, пружок яловичини; лопаткову, шийну частину, грудинку телятини і дрібними шматочками.

Для деяких страв перед обсмажуванням шматочки м'яса шпигують білим корінням, морквою, часником, салом шпик, цибулею. Підготовлене м'ясо посипають сіллю, перцем і обсмажують до утворення кірочки. Щоб надати страві особливого смаку й аромату, під час тушкування додають цибулю, петрушку, селеру, моркву, а також вино, пряноші (лавровий лист, перець, гвоздику, ясинець, кмин). Овочі, які входять до складу соусу, підсмажують окремо або разом з м'ясом, додаючи їх після того, як м'ясо злегка підсмажиться. Пряноші, зелень петрушки іселери (зв'язані в пучок) додають за 15-20 хв. до закінчення тушкування. Тушкування м'яса має переваги порівняно з варінням і обсмажуванням. При цьому способі приготування значно краще зберігаються загальніі смакові властивості м'яса, аромат приправ.

На бульйоні, що залишився після тушкування, готують соус. Для цього його проціджують, з'єднують з пасерованим борошном, варять 25-30 хв., протирають, додають протерті овочі і доводять до кипіння.

Якщо для тушкування використовують готовий соус, у нього додають бульйон (15-20 % від загальної кількості), враховуючи википання.

М'ясо тушкують двома способами: з овочевим гарніром або кашею і разом з ним відпускають та без гарніру (його готують окремо). Страви, які готують першим способом, більш ароматній, соковиті. Особливо смачнее м'ясо, приготоване у глиняних горщиках і зщільно закритими кришками.

Для массового приготування м'ясо, тушковане разом з гарніром, важко порціонувати. Тушковане м'ясо подають з гарніром і соусом, в якому їх тушкували. Перед подаванням страву посипають подрібненою зеленню .

Список використаних джерел:

1.Доцяк В.С. Українська кухня: Технологіяприготуваннястрав. К.: Вищашк., 2013. - 550 с.

2. Архіпов В.В. Ресторанна справа: Асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані: Навчальний посібник. -К.: Фірма "ІНКОС", центр навчальної літератури, 2013.

УДК 006.032

Розбицька Т.В.
аспірант кафедри стандартизації та сертифікації с.-г. продукції
Сухенко В.Ю.
д. т. н., професор, завідувач кафедри стандартизації
та сертифікації с.\г. продукції
Національний університет біоресурсів
і природокористування України,
м. Київ

ІНТЕГРОВАНІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ

На європейському ринку якісною вважається така продукція, виробництво якої здійснювалося у відповідності до певних стандартів. Практика передових європейських підприємств підтверджує значні переваги створення і впровадження відповідних систем менеджменту, загальні вимоги до таких систем визначені, як стандарти цілком відповідають національним стандартам.

Впровадження систем менеджменту на основі міжнародних стандартів може здійснюватися наступними способами.

1. Створення паралельних систем менеджменту.

2. Послідовне та поетапне додавання до чинної системи управління якістю інших систем управління якістю.

3. Розроблення інтегрованої системи управління.

Ми вважаємо, що найбільш доцільним і ефективним способом управління аграрним підприємством в умовах зростаючої конкуренції є формування інтегрованої системи менеджменту (ІСМ). Під інтегрованою системою розуміють багаторівневу ієрархічну систему, яка охоплює в межах єдиного цілого вирішення завдань управління якістю продукції на всьому технологічному циклі розробки, виготовлення та випробування виробів. Інтегрована система управління якістю має бути природною, органічною частиною системи управління вищого рівня, провідною її підсистемою, навколо якої будуються інші підсистеми, оскільки вимоги до якості є основними, найважливішими для успіху в бізнесі.

Інтегрована система менеджменту — частина загальної системи менеджменту організації, найбільш ефективний спосіб управління організацією, який відповідає вимогам двох або більше міжнародних стандартів на системи менеджменту, вона буде функціонувати як єдине ціле, сприяючи виробництву якісної продукції. Інтегрована система менеджменту має наступні переваги.

Таблиця 1

Переваги інтегрованої системи

Переваги	Сутність
Організаційні	Системний підхід до управління; Взаємоузгодженість процесів та дій; Мінімізація функціональної роз’єднаності;

	Створення єдиної системи навчання та підвищення компетентності персоналу.
Економічні	Раціональне та оптимальне використання ресурсів; Зменшення обсягу документів на впровадження системи; Зменшення витрат на розробку, функціонування та сертифікацію систем менеджменту.
Репутаційні	Підвищення довіри до підприємства зі сторони споживачів, клієнтів, інвесторів, кредитних та страхових компаній; Переваги участі у міжнародних тендерах.

На етапі розроблення ІСУ необхідно, в першу чергу, визначити склад галузей управління ІСУ та перелік відповідних стандартів з вимогами до окремих сфер управління, перелік, послідовність та взаємодію процесів, які підпадають під сферу застосування ІСУ, а також визначити конкретні вимоги згаданих стандартів, які використовуються в ІСУ. Моніторинг, вимірювання та аналіз ключових процесів ІСУ здійснюється за методологією ISO 9000.

Результатом розроблення ІСУ є відповідний комплекс нормативних документів, склад та структура яких подібні до документації на систему управління якістю.

Впровадження саме ІСУ сприятиме зменшенню загального обсягу документації, фінансових витрат, концентрації зусиль персоналу на впровадженні, скороченню часу, полегшенню аналізу з боку вищого керівництва та підвищенню впевненості замовника у виконанні його вимог.

Ефективному впровадженню ІСУ сприяє ґрунтовна підготовка внутрішніх аудиторів організації за напрямами застосування системи управління. Саме від аудиторів залежить визначення відповідності розробленої ІСУ встановленим вимогам. Для нормативного і методичного забезпечення проведення внутрішніх аудитів ІСУ доцільно використовувати стандарт ДСТУ 19011:2012.

Створення та забезпечення ефективного функціонування ІСУ дає організації цілу низку внутрішніх переваг, таких, як:

1) Удосконалення процесів управління за напрямами ІСУ.
2) Збільшення лояльності та вмотивованості персоналу.
3) Підвищення компетентності персоналу, поліпшення умов праці та безпеки.
4) Мінімізація втрат від інцидентів, аварій, нещасних випадків.
5) Зменшення споживання матеріалів, електроенергії.
6) Наявність ефективного інструменту управління у вищого керівництва.

а також цілу низку зовнішніх переваг:

1) Підвищення конкурентоспроможності організації.
2) Відповідність вимогам національного законодавства, міжнародних і регіональних нормативних документів.
3) Покращення іміджу та зростання довіри з боку замовників, партнерів, держави, суспільства.
4) Зменшення шкідливих викидів та відходів.
5) Покращення можливостей участі та перемоги у національних, регіональних і міжнародних тендерах на постачання продукції, виконання робіт, надання послуг.

Ми пропонуємо здійснити розробку інтегрованої системи управління якістю на основі стандартів серій ISO 9000, ISO 14000, OHSAS 18000, ISO 22000, ISO 28000, SA 8000 та ISO 50001. На наш погляд, саме такі складові дадуть можливість охопити всі сфери діяльності аграрного підприємства та сприятимуть виробництву якісної продукції. На органи державної влади покладається функція розробки спрощеного варіанта інтегрованої системи управління якістю, яка забезпечить єдину політику організації, оптимальне використання ресурсів, загальну систему підготовки та розвитку персоналу, підвищення ефективності загального менеджменту та покращення діяльності підприємства в цілому.

УДК 640.4
Гойдало Тетяна
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль
Науковий керівник: ***Горішна Г.П.***
викладач-методист

НИЗЬКОТЕМПЕРАТУРНІ МЕТОДИ ОБРОБЛЕННЯ СИРОВИНИ

“SousVide” технологія, у перекладі з французької,означає “під вакуумом”,і описує спосіб приготування харчових продуктів у вакуумній,герметично запакованій пластиковій упаковці ,з дотриманням точно встановлених температурних режимів. Суть методу полягає у пакуванні харчових продуктів у спеціальний пластиковий пакет ,з якого викачують повітря за допомогою вакуумуатора, та приготування на водяній бані за температури не вище 70 С . Можна виділити відразу декілька позитивних аспектів : при приготуванню у вакуумному пакеті зберігаються смакові та ароматичні властивості, які, зазвичай, втрачаються під час традиційного кулінарного обробляння; при низькотемпературному оброблянні мембрани клітин не руйнуються, що дозволяє утримати внутрішньоклітинний сік , м'ясо зберігає свою соковитість; при запіканні м’яса ,зазвичай,використовують температурний режим від 180 С і вище, у той час ,коли для доведення його до готовності достатньо 50-55 С для яловичини,баранини та дичини, і не більше 70-80 С для свинини. За приготування в умовах “ SousVide” технології температура всередині і зовні харчових продуктів буде однаковою ,не буде відбуватися висихання та підгоряння ; якщо мова йде про ті шматки м’яса ,які прийнято відварювати або тушкувати,правильний підбір температури дозволяє м’язовому колагену перетворюватися в желатин, запобігати денатурації білків – саме через яку м'ясо стає жорстким і сухим. Овочі,приготовані з використанням цього методу,навпаки,зберігають свіжу,хрустку текстуру,що складніше досягнути при звичайному варінні.

Етапи підготовки сировини за технологією “ SousVide “.

1. Харчові інгредієнти проходять механічне кулінарне обробляння. Деякі м’ясні продукти підсмажують на грилі,перш ніж упаковувати у вакуумну упаковку,завдяки приготуванню в якій харчові продукти набувають більш вираженого смаку з мінімальним використанням спецій.
2. Підготовлений харчовий продукт кладуть у пакет для вакуумного приготування. За допомогою вакуумного пристрою видаляють повітря і запаюють пакет.
3. Продукт у вакуумній упаковці нагрівають впродовж заздалегідь встановленого часу і при заданій температурі. У спеціальній водяній бані підтримується стала температура варіння, чим нижче задана температура, тим триваліший процес приготування . Контроль за температурою здійснюють за допомогою електронного термометра.
4.Готовий харчовий продукт піддають “шоковому” охолодженню у шокфрізерах (апаратах швидкого охолодження). Визначена послідовність важлива з таких причин : для контролю тривалості приготування ; для попередження розмноження бактерій.
5. Маркування пакету, на якому зазначають: вміст упаковки; дату виготовлення: термін придатності: вагу: інформацію щодо регенерації/відновлення (тривалість і температура);

температуру зберігання харчового продукту
6. .Умови зберігання. З метою забезпечення якості і тривалого терміну придатності харчові продукти слід зберігати за температури 0…2 С . У випадку використання особливих багатошарових мішків для вакуумування, зберігають продукти за температури -18 С (у морозильних камерах).
7. Розігрів (регенерація) харчових продуктів. Найбільш поширений спосіб розігріву продуктів – це в пароконвектоматі ,за температури нижчої тієї , за якої було здійснено процес варіння. Якість поданої на стіл страви визначає правильне поєднання тривалості і температури варіння , так і регенерації . У більшості потенційних споживачів побоювання викликає довготривале нагрівання пластику , в який упакована страва , приготована за “SousVide” технологією ,що може призводити до шкідливого впливу на організм людини. Але для цієї технології застосовується спеціальні термостійкі види пластику. Ще одне актуальне питання, чи гарантує низький температурний нагрів харчового продукту знищення небезпечних мікроорганізмів у м'ясі та рибі. З моменту впровадження “ SousVide “ технології у ресторанний бізнес проведено численні досліди з визначення стійкості бактерій до різних температурних режимів і тривалості нагрівання. Особливо ретельно досліджувався рід бактерій Salmonella,яка найбільш часто зустрічається серед контамінуючої мікрофлори м'яса та морепродуктів. Бактерія Salmonellaможе виживати тільки за температур від 4,5 С до 55 С,що позначається як зона ризику. Прийнято вважати також ,що продукт ,який готується за температури 55 С небезпечний ,а коли температура підіймається вище цієї позначки ,всі бактерії моментально гинуть. Таким чином, простежується залежність безпеки їжі не тільки від температури, але й від тривалості приготування.

Список використаних джерел:

1.Baldwin D.E. Sous vide cooking: A review / D. E. Baldwin // International Journal of Gastronomy and Food Science. – Vol. 1. – 2012.-Pp.15-30
2. Roca J. Sous- Vide Cuisine / J. Roca, S/ Brugues .-Barcelona: MontagudEditores, 2005.-192p
3. Keel T. Under Pressure : Cooking Sous Vide / T. Keller.- Artisan, 2008.-295p
4. Арпуль О. В.‘Sous Vide” технологія як метод оброблення м'ясних продуктів / О. В. Арпуль, В. В. Удовицький // Технічні науки : стан, досягнення і перспективи розвитку м'ясної ,оліє жирової та молочної галузей : програма і матер. Другої між народ. наук .-техн. конференції (20-21 березня 2013р).- Київ : НУХТ, 2013.-С.45-46
5. Бреславець Т. В. Розробка напівфабрикатів високого ступеня готовності з використанням вакуумного пакування під час теплового оброблення // Т. В. Бреславець , С. Л. Юрченко, М. Б. Колеснікова // Обладнання та технології харчових виробництв.-2012.-Вип.28-С.181-187

УДК 640.4
Макарчук Елізавета
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль
Науковий керівник: ***Петрук Л.Х.,***
спеціаліст вищої категорії

ФОРМУВАННЯ ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

Метою нашої роботи було вивчення уявлень про здоров′я, здоровий спосіб життя у студентів, дослідження їх відношення до власного здоров′я та визначення самооцінки здоров′я опитуваних. Представлена робота розкриває активне життя молоді, висвітлює негативне ставлення до алкоголю, куріння, наркотичних, снодійних та збудливих засобів,

закликає до здорового способу життя. В повному обсязі розкрито уявлення студентів про здоров′я і здоровий спосіб життя. Проведено дослідження студентського відношення до власного здоров′я та визначення самооцінки здоров′я опитуваних.

Заклади ресторанного господарства сприяють впровадженню багатопланової соціальної політики держави, спрямованої на підвищення рівня життя у країні. Завдяки їхній діяльності підвищуються реальні доходи населення, зберігаються встановлені законодавством і рішенням Уряду соціальні гарантії та пільги для найменш захищених соціальних верств населення.

До соціальної сфери відносяться передусім заклади ресторанного господарства при дошкільних, шкільних, професійно-технічних і вищих навчальних закладів, їхня робота регламентується низкою законодавчих актів і урядових постанов.

Принципи і певні правила здорового способу життя є універсальним і підходять усім, але кожен втілює їх у життя залежно від багатьох обставин.

Насамперед, студент сам повинен зрозуміти, що здоров′я – це велике щастя, і його потрібно берегти. До речі, танці теж підтримують здоровий спосіб життя, бо під час танцю працюють усі м′язи. Ну, і решті решт, для того, щоб підтримувати здоровий спосіб життя, потрібно правильно харчуватися. Їжа сучасного студента не відповідає біологічним потребам його організму. Основні пороки сучасного харчування – вживання зайвої кількості м′яса, жирів, цукру, солі, приправ, алкогольних напоїв. Ну, і найголовнішою проблемою є переїдання, у результаті якого з′являється зайва вага.

Отже, здоровий спосіб життя – це поведінка, яка сприяє задоволенню базових потреб і досягненню загального благополуччя: доброго самопочуття, гармонії внутрішнього світу. Збалансованих стосунків із оточенням, інтелектуального і духовного розвитку. Для того, щоб студенти прагнули займатися фізичним вихованням, потрібно їх спрямувати. Сказати, що фізичне виховання сприяє здоров′ю і життя без шкідливих звичок чудове – нічого не сказати. Здоров′я людини передусім залежить від її поведінки. В основі поведінки – природні людські потреби, які важливо правильно розуміти і задовольняти. Тож найкраще, коли молодь буде цигарку замінювати бігом, а алкоголь – звичайною мінералкою.

Освітньо-профілактична робота серед школярів і студентів, яка здійснюється у системі освіти на загальноосвітніх уроках, ще не є ефективною, нерідко має формальний, епізодичний характер, не враховує психологічних та педагогічних вимог. А тому виникає гостра потреба в теоретичному обгрунтуванні основних напрямків освітньої і виховної роботи з молоддю.

Зросла соціальна значущість проблеми здоров′я у дітей, підлітків і молоді переконує в необхідності наукового обгрунтування педагогічних умов, які сприяють всебічному розвитку особистості, визначенню змісту, форм і методів формування культури здоров′я дітей, підлітків та молоді в системі освіти, розробці методів діагностики вихованості, духовного розвитку й культури здоров′я.

Серед значного кола проблем виховання підростаючого покоління, які надзвичайно загострилися останнім часом, проблема визначення рівня вихованості, духовного розвитку, культури здоров′я та їх критеріїв посідає особливе місце. Адже від її розв′язання залежить доля багатьох питань перебудови виховного процесу.

Список використаних джерел:

1. Жабокрицька О. В., Язловецький В. С. Нетрадиційні методи й системи оздоровлення: Навчальний посібник. – Кіровоград: РВЦ КДПУ ім. В.Вінниченка, 2011 р.

2. Апанасенко Г. Л., Попова Г. А. Медицинська валеологія, 2008 р.

УДК 664.8

Бернадіна Олена
Тернопільський національний технічний університет імені І. Пулюя,
м. Тернопіль
Науковий керівник: ***Бейко Л.А.***
кандидат технічних наук, доцент,
Лялик А.Т.
асистент

СОЧЕВИЦЯ, ЯК ПЕРСПЕКТИВНА СИРОВИНА ДЛЯ ХАРЧОВОЇ І ПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Сочевиця – це рослина сімейства бобових. Вона є однією із перших культур, яку людство стало цілеспрямовано вирощувати. Скам`янілі рештки сочевиці було виявлено ще за часів неоліту на території сучасної Швейцарії під час розкопок людських поселень. Також відомо, що її вживали в їжу у Римі, Греції та Давньому Єгипті. З сочевиці готували різні страви, з сочевичного борошна випікали хліб. Сочевиця є не тільки цінним харчовим продуктом, а й лікарським засобом. Стверджували, що систематичне вживання сочевиці робить людину спокійною і терплячою, сприяє оновленню клітин крові та позитивно впливає на роботу серця. Одне зернятко сочевиці містить стільки вітамінів, що з нею не зрівняється жодний фрукт чи овоч.[1]

Сочевиця має чудовий смак та аромат. Незалежно від сорту сочевиця дуже корисна. У ній міститься практично всі поживні речовини, потрібні для роботи нашого організму.

Сочевиця має низький глікемічний індекс, її можна віднести до дієтичних продуктів, оскільки вона має малу калорійність і практично не містить жиру.

У 100 грамах сирих бобів міститься 284 ккал, але калорійність вареної сочевиці становить вже 116 ккал – що підходить для дієтичного харчування, зокрема для людей, хворих на виразкову хворобу, гастрит, гепатит, холецистит, пієлонефрит, атеросклероз, гіпертонію та ревматизм.[2]

Сочевиця як продукт прекрасно підходить прихильникам вегетаріанства та сочевицею часто замінюють м’ясо, оскільки такий рід бобових містить багато клітковини і білка, а любителі тваринної їжі використовують її як гарнір або основне блюдо. Також її використовують для салатів та м’ясних стравах. Така злакова культура добре засвоюється в організмі, що важливо для людей, у яких проблеми з травленням. До її складу входять такі мікроелементи, як йод, залізо, бор, марганець, цинк, кальцій, фосфор, кобальт, магній тощо. Багата сочевиця й на вітаміни, зокрема А, В1, РР (ніацин), В2, фолієву кислоту.[2]

Сочевиця має здатність виводити з організму токсичні і шкідливі речовини, через присутність великої кількості амінокислот, мінералів і різних вітамінів. Також сочевиця є екологічно чистим продуктом, оскільки в бобових не накопичуються радіонукліди та нітрати. Крім того, вона містить велику кількість ізофлавонів – речовин, які допомагають у разі остеопорозу, клімактеричного синдрому й мають метаболічні й антиканцерогенні властивості, а також благотворно впливають на стан шкіри, зокрема, підсушують її, й роботу серцево-судинної системи. До того ж сочевиця підвищує імунітет, сприяє кровотворенню і завдяки високому вмісту клітковини нормалізує роботу травної системи.[1]

Вітамін В9, вміст якого є досить високим в сочевиці, підтримує здоров’я нервової системи і прискорює метаболізм, а також допомагає організму перетворити шкідливі амінокислоти в корисні. Також, вітаміни групи «В» корисні для здоров’я шкіри. Цей продукт є особливо корисний для вагітних жінок і мам, які годують немовлят грудьми, людей які нещодавно перенесли операцію, а також тих, хто страждає від анемії, оскільки у сочевиці міститься багато рослинного заліза. [1]

У наш час, з метою економії часу на приготування їжі, актуальним є використання сочевиці в якості сировини для виробництва консервної продукції, а саме готових обідніх страв.

Список використаних джерел:

1. Флауменбаум Б. Л. Технологія консервування плодів, овочів, м'яса і риби [Текст]: підручник / Б. Л.Флауменбаум, Є. Г. . Кротов, О. Ф. Загібалов та інш. – К. : Вища школа, 1995 – 300 с.
2. Химический состав пищевых продуктов / Под ред. Акад. АМН СССР А. А. Покровского .- Пищ. промышленность, 1976. – 228 с.

УДК 640.4

Ткач Наталія
викладач першої категорії
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль

РАКЛЕТНИЦЯ – НОВИЙ ДОСВІД У ПРИГОТУВАННІ СТРАВ

Що таке раклетниця? Багато хто про даний пристрій навіть не чув. Хто мав можливість приготувати страви за допомогою раклетниці, із захопленням рекомендують її. Даний вид устаткування використовується як у закладах ресторанного господарства, так і в побуті для створення особливої атмосфери домашньої вечірки – проводити дружні раклет-зустрічі або теплі вечори для двох. Особливо раклетницю оцінять ті, хто любить страви з гарячим плавленим рідким сиром – раклет!

Історія раклет – національної швейцарської страви – налічує багато століть. Пастухи, випасаючи корів високо в горах, завжди брали з собою хліб, картоплю, мариновані огірки і головку жирного сиру. Щоб урізноманітнити своє мізерне меню, вони стали розрізати сир навпіл і класти його близько до багаття. Твердий сир починав плавитися, тягнутися – ставав рідким і м'яким. Пастухи зішкрібали частина сиру, яка розплавилася, і мачали в нього все, що у них було з їжі – варену картоплю, огірочки, цибулю, хліб. Виходило дуже ситно і смачно. З тих пір жирний сир з молока альпійських корів і блюдо з нього отримали назву раклет, що в перекладі означає «скребти». Минуло кілька століть. А повсякденна їжа пастухів раклет стала візиткою Швейцарії – святковим національним блюдом. Набір продуктів для раклет став різноманітнішим, а для його приготування вже не потрібно розводити багаття. Адже в сучасному світі з'явився спеціальний прилад, який плавить твердий сир – раклетниця.

Сьогодні виробники випускають раклетниці двох типів – традиційні, де буде плавитися великий шматок сиру, і більш зручні з порційними тарілочками для маленьких шматочків сиру. Прилади традиційного типу складаються з підставки, над якою знаходиться гриль. Великий шматок сиру кріпиться на підставку, включається гриль. Принцип роботи нагадує спосіб плавки сиру пастухами над відкритим вогнем. Гриль нагрівається – головка сиру починає плавитися – потрібно відскрибувати м'яку частину сиру спеціальною лопаткою на тарілку з закускою. Сучасні раклетниці гриль більш практичні і зручні. Вони складаються з двох частин – верхньої пластини і нижньої пластини-підставки для сковорідок. На верхній пластині готується закуска – м'ясо, ковбаски, риба, морепродукти, овочі, яйця та ін. У нижню частину, яка розташована під плиткою, ставляться маленькі сковородочки (від 2 до 8 штук, в залежності від моделі приладу), в яких розплавляється сир. Верхня плитка може бути виготовлена з різних матеріалів: пластина з натурального каменю (Steba RC 44 (RC 48)), плита з антипригарним покриттям з алюмінію або заліза (Steba RC34 (RC1)), комбінована плита – одна частина виготовлена з каменю, інша з антипригарного покриття. Для тих, хто

любить готувати м’ясо, краще вибрати раклетницю з кам’яною плитою, а ось любителі овочів оцінять раклетницю з металевим покриттям. Також часто можна зустріти моделі, в яких передбачена млинниця. На таких поверхнях виходять відмінні млинці.

Останнім часом великою популярністю користується проведення раклет-вечірок - Raclette part. Для цього раклетницю ставлять на стіл, за яким сидять гості. На столах стоять, також, тарілки з різними закусками – набором продуктів для раклетниці. Гості вибирають ті продукти, які їм більше подобаються і викладають їх на верхню частину раклетниці (якщо це раклетниця другого типу), або ж накладають обрану закуску собі в тарілку (якщо раклетниця традиційного типу). Потім готується плавлений сир. Якщо у кожного гостя є своя сковорідочка, то він сам готує собі порцію. Або ж хтось із гостей розплавляє сир під грилем. Проведення раклет-вечір відбувається й у невеликих та затишних закладах ресторанного господарства. При цьому здійснюється обслуговування офіціантами. Поки сир раклет готується, гості спілкуються між собою. Такі вечірки завжди проходять в теплій атмосфері. А ще на раклетниці люблять готувати діти - по-перше, це просто і по-друге, захоплююче! Деякі навіть користуються раклетницею щодня для приготування швидких сніданків, наприклад, гарячих бутербродів.

Раклетниця-гриль за принципом роботи нагадує електрогриль. Під верхньою плиткою кріпиться нагрівальний елемент, який верхню частину раклетниці гріє знизу (як сковорідку), а нижню частину раклетниці прогріває зверху (як гриль). У центрі плита нагрівається сильніше, а далі до країв – менше. Тобто, зручно розташовувати зверху продукти, щоб отримувати необхідну ступінь прожарювання. Сир може плавитися повільніше, якщо розташований на тарілочках, які знаходяться далі від центру, і швидше, якщо сковорідки поставити ближче до центру.

Проаналізувавши експлуатаційні особливості раклетниць, можна зробити висновок, що кожен вид має певні переваги та недоліки. Зокрема, дуже зручні раклетниці з гранітною плитою. За ними легко доглядати, м’ясо готується без жиру. Можна не використовувати маринад і змащувати камінь. Особливо підходить для тих, хто стежить за харчуванням і не хоче вживати жирну їжу. Найголовніше – камінь натуральний! У комбінованих раклетницях є і кам’яна плита, і металева основа, ще може бути млинцева поверхня. Це дуже зручно! Гриль-раклетниці можуть бути з тефлоновим покриттям, це зручно у використанні, красиво виглядає на столі. Все продумано – 8 сковорідочок, лопатки можуть бути позначені іншим кольором для кожного користувача, щоб не плутатися. Раклетниці швидко нагріваються (до 10 хв) і навколо неї стає жарко, можна не лише готувати, але й розігрівати страви, їх легко мити. Незважаючи на швидкий час розігріву, для приготування страв потрібен деякий час. Саме тому при проведенні раклет-вечірок гості мають можливість поспілкуватися.

Для приготування страв на раклетниці обов’язково має використовуватися жирний сир. Від його вибору залежить весь смак приготовленої страви. В ідеальному випадку - це швейцарський сир раклет, який готують з молока альпійських корів. Він прекрасно плавиться, стає м’яким. Можна замінити цей сир іншими видами: прибалтійський сир – більш бюджетний варіант; шведські сири з нейтральним смаком – емменталь або грюйер; сири чеддер або реблошон, можна робити раклет з козячого сиру. Ще одним обов’язковим компонентом для раклет є картопля. Найкраще брати молоду. Її відварюють заздалегідь в мундирі, потім умочують в розплавлений сир, або ж зверху на картоплю кладуть тоненький шматочок сиру і ставлять в раклетницю. Також для приготування страви в раклетниці беруть мариновані маленькі огірки і цибулю. Це основні продукти, які радять використовувати на раклет-вечірках. Весь інший набір продуктів для раклетниць – прості інгредієнти, які запікаються, поєднуються один з одним або окремо. Загалом, рецепти для раклетниць – фантазія того, хто готує. Все, що можна зверху полити розтопленим сиром – підходить для раклет.

З огляду на різноманітність моделей, все ж таки слід надавати перевагу тим, які мають потужність від 1000 Вт і декілька температурних режими (помірний, середній і гарячий

нагрів). Краще вибирати раклетницю з каменем тим, хто любить готувати м'ясні закуски до сиру, і з антипригарним металевим верхом тим, хто віддає перевагу овочам. Добре, якщо по краях раклетниці розташований жолобок для жиру. Дані прилади випускаються виробниками для професійної кухні та для використання у домашніх умовах. Відмінність полягає у потужності раклетниці, зовнішньому оформленні, наявності блокувальних та запобіжних пристроїв. Звичайно ж, раклетниця – не є приладом першої необхідності на кухні. Але якщо потрібно урізноманітнити меню закладу, пропонуючи відвідувачам не лише смачні страви, але приємне дозвілля у дружній компанії чи використання у побуті, раклетниця стане відмінним вибором.

Список використаних джерел:

1. Раклет. Соломоник Т., Синельников С., Лазерсона І. Європейська шкатулка. Кулінарні шедеври світу. — СПб: Видавничий Дім «Нева», 2006. — 368 с.
2. https://stm.net.ua/5099-shho-take-rakletnytsya-i-yak-yiyi-vybraty.html
3. https://www.kitchencraft.com.ua/blog/rakletnytsia-novyj-dosvid-u-pryhotuvanni-strav/

УДК 640.4

Мацюк Світлана
викладач професійно-теоретичної підготовки
ДНЗ Тернопільське вище професійно-технісне училище технологій та дизайну
м. Тернопіль

ПІДВИЩЕННЯ ПОЖИВНОЇ ЦІННОСТІ І ЗБАЛАНСОВАНОСТІ ХАРЧУВАННЯ УЧНІВ (НА ПРИКЛАДІ ЇДАЛЬНІ ТВПУ ТД)

Здорове харчування студентської молоді – одна з найважливіших проблем сьогодення, яка формує здоров'я і добробут нації в цілому. Правильне харчування забезпечує нормальний ріст і розвиток організму, визначає розумовий і фізичний розвиток, оптимальне функціонування всіх органів і систем, формування імунітету та адаптаційних резервів організму.

В Україні актуальність проблем, пов'язаних з якістю та характером харчування, визначається низькою спроможністю більшості населення у забезпеченні повноцінного харчового раціону, стійкими порушеннями структури харчування, значним поширенням аліментарно залежної патології.

Неприпустимо низьким є рівень освіти населення і, зокрема, молоді з питань здорового, раціонального та лікувально-профілактичного харчування. За останні 10 років захворюваність серед учнів збільшилася на 35 % [4]. Однією з основних причин цієї тенденції є нераціональне харчування.

Останнім часом багато науковців досліджують проблему здорового харчування це: Гойчук А., Власов В., Денисенко Л., Смірнова І., Передерій В., Григоров Ю, та інші. Матеріали досліджень і публікацій показують, що у більшості населення, зокрема студентської молоді порушений режим харчування, в складі меню майже відсутні перші страви, багато субпродуктів та сухих концентратів швидкого приготування, бутерброди, картопля, макаронні вироби, чай, кава, порушена кількість прийому їжі та її об'єм. У стравах переважають дешеві продукти з низькою біологічною цінністю, недостатнім є споживанням м'ясних, молочних, рибних продуктів, овочів і фруктів.

Актуальність даної роботи визначається необхідністю технологічного удосконалення приготування поживного та збалансованого харчування для учнів ПТУ.

Мета дослідження –аналіз найважливіших складових раціонального харчування, виявлення його основних принципів та розробка системи харчування учнів ПТУ шляхом підвищення поживної цінності продуктів у столовій.

Основу раціонального харчування складають три основних принципи:

Баланс енергії – передбачає відповідність енергії, яка надходить в організм з їжею, енергії, яка витрачається в процесах життєдіяльності.

Забезпечення потреби організму оптимальній кількості та співвідношенні поживних речовин.

Режим харчування – дотримання визначеного часу споживання їжі, а також раціонального розподілу їжі при кожному її споживанні.

Перший принцип раціонального харчування. Їжа для людського організму це, перш за все, джерело енергії. При її засвоєнні більша частина харчових продуктів, в тому числі жири та вуглеводи, перетворюються на вуглекислий газ та воду, виділяючи при цьому енергію, необхідну для функціонування організму, Енергію виражають у кілокалоріях (ккал) або кілоджоулях (кДж): 1 ккал відповідає 4,18 кДж.

Енергетична цінність раціону повинна відповідати енергетичним витратам організму. На жаль, на практиці цей принцип часто порушується. У зв`язку з надмірним споживанням енергоємних продуктів (хліб, картопля, тваринні жири, цукор і ін.) енергетична цінність добових раціонів часто перевищує енергетичні витрати. Із збільшенням віку відбувається накопичення надмірної маси тіла і розвиток ожиріння, що прискорює появу багатьох хронічних захворювань.

Другий принцип раціонального харчування – відповідність хімічного складу харчових речовин фізіологічним потребам організму. Щодня в певній кількості і співвідношенні до організму повинні надходити близько 70 інгредієнтів, багато з яких не синтезуються в організмі і тому є життєво необхідними. Оптимальне забезпечення організму цими харчовими речовинами можливе тільки при різноманітному харчуванні. Харчова цінність продукту – це сукупність властивостей харчового продукту, за наявності яких задовольняється фізіологічні потреби людини в необхідних речовинах та енергії. [1]

Третій принцип раціонального харчування–максимальна різноманітність їжі.

Четвертий принцип раціонального харчування визначає дотримання оптимального режиму харчування. Під режимом харчування мається на увазі регулярність, кратність і чергування їжі. Режим харчування, як і потреба в харчових речовинах і енергії, варіює залежно від віку, фізичної активності. Дотримання вказаних основних принципів раціонального харчування робить його повноцінним [5].

Для досягнення даної мети раціонального харчування, необхідно враховувати: якість і енергетичну цінність продуктів, що використовуються, крім того, важливе значення мають умови їх зберігання; спосіб приготування їжі, який повинен забезпечити як смакові, так і поживні властивості страв, а також їх енергетичну цінність; умови, кратність і час їжі; кількість і калорійність їжі, що вживається за добу; зміни режиму харчування в період інтенсивних навантажень. Незважаючи на покращення умов життя людини внаслідок розвитку цивілізації (скорочення частки важкої фізичної праці у зв’язку з автоматизацією і комп’ютеризацією), рівень здоров’я населення все-таки не покращується. Можна виділити основні причини цього явища: дієтичні та побутові деформації способу життя людини; екологічні та соціальні фактори; шкідливі звички, в т.ч. алкоголізм, куріння, наркоманія [3].

При розробці раціонального харчування учнів СПТУ ми керувалися даними щодо їх потреби в енергії та харчових речовинах. Встановлено, що добові енергетичні витрати учнів СПТУ в період теоретичних занять не перевищують 2700-3000 ккал для юнаків, 2400-2700 ккал для дівчат, фактично відповідаючи встановленим величинам потреб підлітків 14-17 років [6].

Їдальні працюють суворо за циклічним меню, яке складається на тиждень або декаду. Меню складається з урахуванням харчової цінності і добової потреби організму в білках,

жирах, вуглеводах, вітамінах, різноманітності страв, сезонності, вартості страви, трудомісткості в приготуванні. Чим різноманітніша їжа, тим краще забезпечується організм необхідними поживними речовинами. Одноманітна їжа не може забезпечити розвиток підліткового організму. Тому при складанні меню слід передбачити приготування страв із різноманітних продуктів, страви не повинні повторюватися протягом 4-х днів. У технології є широкий асортимент перших і других страв, необхідно їх вміло використовувати при складанні меню з врахуванням вимог, які ставляться до раціонального харчування учнів. Так, якщо на перше в меню включений овочевий суп, то на друге краще передбачити м'ясну страву, рибну або запіканку з сиру з молочним соусом. При подаванні молочного супу на друге добре подати овочеву страву, м'ясні [6].

Встановлено, що харчування учнів ТВПУ здійснюється на основі діючих натуральних норм продуктів харчування і розрахункових грошових норм витрат на одного учня на день, які забезпечують необхідну калорійність раціонів харчування. Для учнів, професія яких пов'язана з роботою в гарячих і шкідливих цехах на різницю у вартості в раціон необхідно додатково включати такі продукти: сир — 10г, молоко — 100 г, сік — 50 г або свіжі фрукти, для учнів, професії яких пов'язані з підземними роботами, в раціон додатково включають: сир —10 г, масло вершкове - 10г, молоко — 100 г, фрукти свіжі або сік — 50 г. [6]

У їдальні ТВПУ відпускають скомплектовані раціони харчування (сніданки, обіди, вечері) з абонементною системою розрахунку. Для різноманітності страв по днях тижня, а також для зручності контролю за повнотою реалізації затвердженого набору продуктів па одного учня в день організовують харчування на основі двотижневого меню. Таке харчування має забезпечити потребу у встановленому нормами кількості білків (у т.ч. тваринних), жирів (у т.ч. рослинних), вуглеводів, вітамінів, мінеральних речовин. Фізіологічні норми харчування для учнів у встановлені з урахуванням фізіологічних особливостей їхнього організму, віку, характеру праці (енерговитрат а урахуванням одержання робочої професії).

Технологія виробництва страв функціонального призначення із овочів, фруктів та ягід насамперед базується на використанні таких способів теплової кулінарної обробки як варіння у воді, варіння на пару, томлення та подавання у сирому вигляді страв. Комбінування тих чи інших видів продуктів сприяє надходженню в організм необхідної кількості корисних речовин для нормального функціонування організму та спрямування до покращення діяльності певних органів та систем.

Для прикладу нами було спроектовано та наведено нормативи проектування виготовлення страви «Риба припущенна з соусом» та розраховано кількість сировини на страву функціонального призначення з урахуванням реалізації її у їдальні ТВПУ. [2]

Також була виконана розробка технологічного процесу приготування котлет функціонального призначення для їдальні ТВПУ. Для приготування котлет потрібно м'ясо птиці - курки, індички. До котлет функціонального призначення підійде будь-який простий гарнір, що не перебиває смак котлет. Найкраще свіжі овочі, смажена або запечена картопля.

Було проведено розробку системи контролю готової продукції функціонального призначення. Встановлено, що якість продукції функціонального призначення залежить від якості продуктів, які входять до її складу. Процес забезпечення якості продукції складається із взаємозв`язаних і взаємопідлеглих стадій і операцій – від прийому сировини до зберігання готової продукції. Так, одна неякісно виконана операція в технологічному процесі виробництва продукції може зіпсувати раніш виконану високоякісну роботу і як підсумок, не дозволить отримати продукцію заданої якості.

Для забезпечення випуску продукції високої якості необхідно також підвищувати технічне оснащення підприємств, автоматизувати технологічні процеси, удосконалювати господарський механізм управління якістю продукції.

Узагальнено, що забезпечення якості готової продукції функціонального призначення включає в себе взаємопов'язані і взаємопідлеглі стадії та операції – від приймання сировини

до зберігання і подачі готової продукції. Навіть тільки одна незадовільно виконана операція в технологічному процесі виробництва продукції функціонального призначення може зіпсувати решту високоякісної роботи і не дозволить одержати продукцію належної якості. А тому необхідно чітко дотримуватися технологічної дисципліни, запропонованої нормативно-технічною документацією, контролювати якість виконання не тільки всього технологічного процесу, але й якість виконання проміжних операцій.

Список використаних джерел:

1. Антипкін Ю.Г. Стан здоров'я учнів в умовах дії різних екологічних чинників / Ю.Г. Антипкін // Мистецтво лікування. – 2005. – №2. – С. 16.
2. Доцяк В.С. Українська кухня: Технологія приготування страв. К.: Вища шк., 2006.
3. Принципи здорового харчування: Посібник для поліпшення якості роботи. – CINDI, Україна. – К., 2001. – 29 с.
4. Норми фізіологічних потреб населення України в основних харчових речовинах та енергії: Наказ МОЗ України від 18.11.1999 р. № 272. [Електронний ресурс] – Режим доступу :http://www.moz.gov.ua /ua/portal/dn_19991118_272.html.
5. Раціональне харчування учнів – запорука їхнього здоров'я [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kspu.kr.ua /ua/ntmd/konferentsiy/2-mizhnarodna-internet-konferentsiya-2014/section-4-5-6/1292-racionalne_xarchuvannya_studentiv_%E2%80%93_zaporuka_%D0%87xnogo_zdorov%E2%80%99ya
6. Харчування учнів, підлітків, учнів та людей похилого віку [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://1snau.ru/xarchuvannya-ditej-pidlitkiv-studentiv-ta-lyudej-poxilogo-viku/

УДК 640.4

Бабій Роман
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль
Науковий керівник: ***Кедись Світлана***
викладач фізики і астрономії

КУЛІНАРНА ФІЗИКА

Фізика, як природнича наука, що досліджує загальні властивості матерії та явищ та вивчає загальні закони, які керують цими явищами, лежить в основі багатьох технологічних процесах, які застосовуються в кулінарії. Саме оперування законами і розуміння фізико-хімічних процесів, що відбуваються при приготуванні їжі, дозволяють створювати нові, нестандартні прийоми кулінарії.

Актуальними у харчовій гастрономії є фізичні процеси: теплова провідність, конвекція і теплопередача, проблеми розчинності, дисперсії, дифузія, стабільність аромату та смаку, взаємодія речовин при різних температурах, фазові перетворення тощо. Навіть найпростіші фізичні процеси, наприклад, термообробка, можуть істотно поліпшити засвоюваність їжі, змінювати її мікроструктуру, запах і зовнішній вигляд. Якщо говорити мовою фізики, висококваліфікований фахівець повинен управляти багатьма поверхневими явищами, особливо такими, які пов'язані з процесом денатурації (втрати природнього стану).

Саме фізика і хімія допомагають краще зрозуміти процеси, що відбуваються в продуктах, і, навіть, розвінчати деякі кулінарні міфи. Наприклад, при варінні зелених овочів

зовсім не обов'язково додавати сіль для збереження смаку і кольору. Сіль не підвищує температуру кипіння, а лише додає у воду кисень, розчиненого в кристалах, тому й посилюється процес «бурління», а підвищення температури при цьому незначне. Час приготування великого шматка м'яса залежить не від ваги, а від відстані від його країв до центру - чим воно більше, тим довше м'ясо готується.

Яскравим підтвердженням застосування фізичних законів є молекулярна кухня. Термін «молекулярна кухня» був введений ще у 1992 році фізиком Ніколасом Курті і французьким хіміком Ерве Тіс. Це сучасний стиль кулінарії, який реалізується за допомогою науки і використовує найсучасніші наукові знання, перетворюючи кухню в «лабораторію» вченого-кулінара[1]. Відомо, що молекула - це найменша частинка простої речовини або сполуки, яка може існувати окремо, зберігаючи хімічні властивості речовини або сполуки. Саме вивчення і дослідження взаємодії між різними продуктами, фруктами та овочами на рівні молекулярних зв'язків можна по-новому відкрити світ смаку і відчуттів від їжі. Тобто, смак рідкісного та дорогого продукту можна отримати за допомогою змішування більш доступних продуктів, лише вилучивши з них спільні молекулярні зв'язки. Цей підхід дає можливість отримати і різноманітні продукти харчування з доступних дешевих елементів. Крім того, молекулярна кухня дозволяє незвичайні способи подачі ароматизованих інгредієнтів, що мають інтенсивний смак та аромат та креативне поєднання харчових продуктів: ікра з шоколадом та гостре морозиво, сардини на тості із фруктового морозива тощо.

Кухар, що готує «молекулярні страви», використовує безліч інструментів і приладів, які розігрівають, охолоджують, змішують, подрібнюють, вимірюють фізичні показники, фільтрують, створюють вакуум і нагнітають тиск. Родзинкою молекулярної кухні є так звані еспуми, простою мовою – піна. Таку піну можна отримати з різноманітних продуктів, як з овочів та фруктів, так із борщів, супів. До прикладу, один з кухарів на гастрономічному саміті переміг зі стравою з бородінського хліба із сіллю та соняшниковою олією у формі еспуми[2]. Стандартними прийомами є:

1. Вакуумне приготування їжі (sous-vide) – це приготування страви на водяній бані. Продукти поміщаються у вакуумні пакети і тривалий час (близько 72 годин) готуються у воді при температурі 60^0C і нижче. Страви зберігають ідеальний вигляд, мають кращу текстуру, насичений смак. Пізніше з'ясувалося, що м'ясо, приготоване sous-vide, теж відрізняється дивовижною м'якістю, соковитістю і ароматом. Зокрема, в вакуумі ідеально маринується м'ясо, а у фруктів і овочів в вакуумних пакетах особливим чином взаємодіють молекули, в результаті смак стає неперевершеним.
2. Заморозка рідким азотом, яка дозволяє миттєво заморозити будь-які субстанції, наприклад, муси і морозиво. Оскільки рідкий азот дуже швидко випаровується, не залишаючи ніяких слідів, його безпечно використовувати і часто це роблять у присутності гостей, створюючи неймовірний візуальний супровід приготування страви.
3. Сферизація – надання рідинам форми кулі, перетворення рідини у гелеву субстанцію. Кульки можна створювати із овочевих і фруктових соків, пюре, меду, йогуртів, різних соусів, алкогольних коктейлів тощо. Для техніки сферизації використовують дві основні харчові добавки – альгінат натрію, згущувач, виділений із водоростей та лактат кальцію, кальцієва сіль молочної кислоти . Різноманітні гелі використовуються для приготування незвичних желе, зокрема, «гарячий і холодний чай». Спочатку чай холодний, а потім раптово стає гарячим. Це начебто обійти закони фізики – рідини обов'язково у процесі дифузії перемішуються і встановиться однакова температура. Але ми маємо справу з гелями різної густини, які на смак і зовнішньо не відрізнити від звичайного чорного чаю.
4. Карбонізація або збагачення вуглекислотою фруктів дозволяє отримати виноград із смаком шампанського або апельсин із смаком фанти. Досягти цього можна за допомогою сухого льоду (це діоксид вуглецю при -78^0C). Він не тане, а переходить з твердого стану у газоподібний, минаючи рідку фазу (цей процес називають

сублімацією). Достатньо фрукти подрібнити і покласти на сухий лід або дошку, яку розташовують між льодом і фруктами, все помістити в контейнер і витримати пів години. За цей час і відбувається сублімація льоду і діоксид вуглецю розчиняється у внутріклітинному соку фруктів.

Нові технології у молекулярній кухні вимагають і незвичного кухонного обладнання. Традиційним кухонним «молекулярним» інвентарем є роторний випаровувач. У скляній колбі знижується тиск, в результаті чого вода може кипіти і при 20^0C, причому колба обертається і утворює плівку рідини по всій внутрішній поверхні, що значно прискорює процес випаровування. Утворена пара конденсується у змійовику – виходить концентрат[3]. Це обладнання необхідне, щоб отримати аромати продуктів, до складу яких входять леткі ефірні олії, наприклад, розмаринова есенція, яку неможливо отримати традиційним випаровуванням, оскільки при вищих температурах розмариновий аромат змінюється.

Для розділення гідросумішей на рідку і тверду фази під дією відцентрової сили використовують центрифугу. Наприклад, якщо у центрифугу помістити томатний сік, то на виході отримаємо три різні субстанції. Нижній шар – щільний червоний осад – целюлоза, пектин і барвникові пігменти, по суті томатна паста. Посередині матимемо сік блідо-жовтого забарвлення – розчин кислот, солей, цукрів та ароматичних сполук. А зверху утвориться тонка плівка, яка містить жири – це концентрований і чистий томатний смак. Кожну із утворених субстанцій використовують окремо для отримання ароматних та легких соусів, складових страв[3].

Говорячи про використання законів та фізичних явищ, не можна не згадати ультразвуковий гомогенізатор, який використовується для приготування однорідних сумішей. Якщо на незмішувані рідини подіяти ультразвуком, то вони утворять однорідну суспензію. Ультразвукові хвилі – це акустичні коливання, частота яких більша ніж високочастотна межа звукової хвилі (понад 20000 Гц). Таким способом виготовляють продукти дитячого харчування, майонез, горіхове масло, томати, коктейлі, маргарин, плавлені сири тощо.

Слід розрізняти молекулярну кулінарію та індустрію фаст-фуду. Картопляні чіпси, цукерки та напої з безліччю смаків - це досягнення хімічної промисловості. У молекулярній кулінарії використовуються тільки натуральні інгредієнти. Тому страви молекулярної кухні збалансовані і корисні.

Список використаних джерел:

1. https://molekulyarna-kukhnya.webnode.com.ua/istorichni-vidomosti/
2. https://jisty.com.ua/молекулярна кухня: що це таке і з чим його їсти
3. http://vjktrek.blogspot.com/ молекулярна фізика в кулінарії
4. https://molekulyarna-kukhnya.webnode.com.ua/кухонне обладнання

УДК 640.4

Шпеник Любов
викладач вищої категорії
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі», м. Тернопіль

БЕЗПЕКА ТА ЯКІСТЬ СОНЯШНИКОВОЇ ОЛІЇ

В раціон українців можуть потрапляти продукти, які несуть загрозу здоров‘ю, повільно руйнують організм, спричиняють різні захворювання. Причинами зменшення якості продукції є скорочення технологічних циклів, і як не дивно, використання високотехнологічного обладнання, а також не дотримання вітчизняних стандартів, які чітко вказують на якісне виробництво продукції.

Виробництво рослинної олії – одна із провідних галузей харчової промисловості України. Українські підприємства виробили в 2019 році 6,9 млн т рослинної олії. Із загального обсягу виробництво соняшникової олії склало майже 6,5 млн т, що на 13% перевершило показник попереднього сезону. Фонд споживання рослинних олій оцінений в 547 тис. т, що в розрахунку на одну людину складає 13 кг на рік, тобто в межах раціональної норми.

Україна є експортером рослинних олій, олійних культур та олієжировмісних продуктів . Загальний обсяг експорту олії , згідно з даними митної статистики, склав 6,6 млн т, що на 17%. Як член Світової організації торгівлі (СОТ) держава контролює вміст шкідливих речовин не лише в сировині та готовій продукції, а й на всіх стадіях виробництва олій та олієжировмісних продуктів ,які поставляє на світовий ринок. [3].

Стандарт ISO 22000 об'єднує принципи HACCP і спрямований тільки на аспекти безпечності харчовий продуктів. Такий підхід покладено в концепцію системи HACCP, законодавчі основи якої регламентовані в стандарті Комісії Кодекс Аліментаріус .

Це дозволяє підприємствам забезпечити належні гігієнічні умови виробництва у відповідності з міжнародними нормами; ефективно керувати всіма небезпечними чинниками; забезпечити випуск безпечної продукції за рахунок системного контролю на всіх етапах виробництва; демонструвати відповідність показників безпечності харчових продуктів вимогам чинних законодавчих актів; укріпити довіру споживачів, замовників та органів державного нагляду до продукції й підвищити імідж підприємств; розширити мережу споживачів продукції та вийти на закордонні ринки; підвищити відповідальність персоналу за випуск безпечної продукції . Цього вимагає і Закон України «Про безпечність та якість харчових продуктів».

Згідно із Законом України «Про якість та безпеку харчових продуктів та продовольчої сировини» безпечний харчовий продукт – це «харчовий продукт, який не створює шкідливого впливу на здоров'я людини безпосередньо чи опосередковано за умов його виробництва та обігу з дотриманням вимог санітарних заходів та споживання (використання) за призначенням» [1].

Рослинні олії характеризуються різноманітним жирно-кислотним складом і наявністю супутніх речовин, частка яких залежить від багатьох чинників, передусім сировини, способу очищення і додаткового обробітку.

Про користь олії відомо з давніх-давен, а ось про те, що в цьому продукті нині доволі часто можна зустріти завищений вміст канцерогенів, які провокують онкозахворювання, споживачам майже невідомо .В деяких пляшках із цією золотавою рідиною міститься небезпечна речовина під назвою бенз(а)пірен. Будучи хімічно стійким, він може довгий час не руйнуючись мігрувати з одних об'єктів в інші. З грунту «тихий вбивця» надходить в тканини рослин і далі продовжує накопичуватися на кожній стадії розвитку і обробки соняшника. Таким чином його концентрація поступово зростає у кілька разів. А хороша жиророзчинність дозволяє безкарно і майже повністю (до 95%) переходити в олію при віджимі насіння. Міжнародна група експертів визнала його таким, що може викликати злоякісні пухлини у людей.

У відповідності до Директиви ЄС вміст бенз(а)пірену в олії нормують згідно з національними стандартами. Його норма становить не більше ніж 2,0 мкг/кг. До того ж, відповідно до ДСТУ 4492:2017 «Олія соняшникова. Технічні умови» виробник повинен проводити контроль продукції за цим показником не рідше одного разу в три місяці [3].

Якість та безпека олієжирової продукції контролюється згідно з нормативною базою галузі, проте зміни, що постійно відбуваються в технології отримання олії, методиках вимірювання її показників якості та безпеки, не знаходять своєчасного відображення в законодавчій сфері [2].

Вимоги щодо показників безпеки соняшникової олії в Україні встановлені ДСТУ 4492:2017 "Олія соняшникова. Технічні умови". Для підтвердження відповідності олії

вимогам нормативно-технічної документації проведено дослідження з визначення показників її якості та безпеки. Визначення показників безпеки (вміст мікотоксинів, пестицидів, важких металів) олії здійснено за стандартизованими методиками.

Технологія виробництва рослинної олії включає різноманітні процеси: очищення насіння від домішок, руйнування та відділення плодових та насіннєвих оболонок від ядра, подрібнення ядра та проміжних продуктів переробки, які є механічними процесами і готують матеріал для фізико-хімічних змін. Важливе місце займають дифузійні та дифузійно-термічні процеси: кондиціонування насіння, вологотеплова обробка м'ятки, екстракція олії органічними розчинниками, відгонка розчинника з міцели та шроту, а також гідромеханічні процеси – пресування м'ятки на шнекових пресах, відстоювання та фільтрування олії.

Для рослинних олій характерним є своєрідне протиріччя, пов'язане зі стійкістю у зберіганні і харчовою та біологічною цінністю. За останні роки особлива увага приділяється включенню до олій масового споживання, поліненасичених жирних кислот і особливо з певним співвідношенням ω-6 до ω-3 з оптимальним варіантом: від 2 до 10 разів. Водночас високоненасичені жирні кислоти не стійкі у зберіганні і піддаються окислювальним та полімеризаційним перетворенням. Тому дуже важливо забезпечити відповідний баланс між складом, харчовою біологічною цінністю рослинних олій та їх стійкістю у процесі товароруху.

Науковці багатьох країн працюють над покращенням хімічного складу насіння олійних культур і готової продукції. Важливим напрямком змін якісних властивостей олії є створення гібридів нового покоління насіння соняшника, сучасної селекції з підвищеним вмістом пальмітинової кислоти або у поєднанні олеїнової і пальмітинової кислот, аналогічного складу пальмового олеїну. З такої олії можна отримати тверді фракції з температурою плавлення +15 °С і +20 °С, що може служити альтернативою пальмовій олії . Окислювальна стабільність такої олії досягається без гідрогенізації або додавання антиокислювачів .

Відсутність уваги до безпеки харчових продуктів може завдати шкоди здоров'ю споживача. Щоб гарантувати безпеку продовольчої сировини і харчових продуктів, всі учасники виробничого ланцюга, починаючи з первинного виробництва, що вирощує сировину, і закінчуючи кінцевим споживачем харчового продукту, повинні дотримуватись певних принципів і правил, встановлених відповідними законодавчими, нормативними та рекомендаційними документами.

Список використаних джерел:

1.Закон України – від 23 грудня 1997 р. №771/97-ВВ/ зі змін. та доповн. від 06.07.2010 №2436-VI(2436-17) – К. :ВВР, 2010. «Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини».

2.. Левчук І.В., Осейко М.І., Тимченко В.К. Аналіз факторів небезпеки продукції в технохімконтролі олієжирових виробництв // Технологический аудит и резервы производства – № 5/2(19), 2014. – С. 21–25.

3.ДСТУ 4492:2017 "Олія соняшникова. Технічні умови".

УДК 006:664.87

Розбицька Т.В.

аспірант кафедри стандартизації та сертифікації с.-г. продукції

Сухенко В.Ю.

д. т. н., професор, завідувач кафедри стандартизації та сертифікації с.\г. продукції

Національний університет біоресурсів і природокористування України,

м. Київ

СІМ АКСІОМ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ В ГАЛУЗІ БЕЗПЕКИ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

В Україні вимоги щодо розробки та впровадження систем управління безпечністю харчової продукції за принципами НАССР задекларовані ДСТУ 4161:2003 «Система управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги» та ДСТУ ISO 22000:2007 «Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги до будь-яких організацій харчового ланцюга». НАССР — забезпечення безпечності продукції на всьому шляху харчового ланцюга "від поля до столу". Вимоги стандарту ДСТУ ISO 22000 можуть бути використані для створення системи управління безпечністю харчових продуктів всіма організаціями, безпосередньо або опосередковано беруть участь у харчовому ланцюзі.

Сім аксіом системи НАССР:

1. У загальній системі менеджменту якості організації система НАССР відповідає тільки за безпечність харчової продукції, тому безпечність харчової продукції – це єдиний показник якості за який відповідає система НАССР. Головне, щоб продукція була безпечною для споживання людиною.
2. Для впровадження системи НАССР на підприємстві спершу потрібно створити цю систему а потім, на основі проведеного зовнішнього аудиту, отримати сертифікат відповідності.
3. Система НАССР не вважається впровадженою до тих пір, доки не буде здійснена хача б одна перевірка.
4. Аналіз ризиків і критичні контрольні точки (ККТ) безпечності харчової продукції здійснюється на основі побудованої блок-схеми виробництва.
5. Якщо на даному етапі виробництва є висока вірогідність виникнення небезпеки для харчової продуції, то на цьому етапі встановлюють ККТ для проведення моніторингу визначених контрольних показників та розробляють попереджувальні і корегуючі процедури.
6. Кількість ККТ повинна бути необхідною і достатньою, щоб забезпечити безпеку харчової продукції.
7. У групу НАССР повинно входити непарна кількість членів (але більше одного), щоб забезпечити прийняття рішення при голосуванні з різних питань безпечності харчової продукції.

Впровадження системи управління безпечністю харчових продуктів на підприємстві — процес тривалий, який стосується всіх служб і всього персоналу. Він не обмежується тільки розробкою документації та наведенням елементарного порядку на виробництві. Для впровадження дієвої системи управління безпечністю харчових продуктів необхідне, насамперед, навчання найвищого керівництва, групи НАССР, персоналу, що виконує роботи, що впливають на безпеку продуктів і персон, відповідальних за здійснення оперативного контролю. Може виникнути необхідність у зміні технологічних процесів або методів упаковки, перегляд вимог до постачальникам сировини і матеріалів, або навіть і в заміні виробничого обладнання або перепланування приміщень. Але найважливішим, напевно, є те, що в процесі впровадження системи змінюється психологія співробітників всіх рівнів, приходить усвідомлення важливості питань, пов'язаних з безпекою продукції, формується розуміння того, яким має бути сучасне управління організацією для досягнення максимальної результативності забезпечення безпеки харчових продуктів.

УДК 640.4
Ткач Наталія
викладач першої категорії

ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль

ШЛЯХИ ВПРОВАДЖЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ АВТОМАТИЗАЦІЇ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Технічний прогрес дедалі глибше проникає в усі сфери людського життя. Значна увага приділяється й процесу автоматизації закладів ресторанного господарства. Термін «автоматизація ресторанів» часто можна почути від рестораторів, постачальників обладнання та програмного забезпечення. Для них його значення дещо умовне. Насправді автоматизація недоречна при виробничих процесах у закладах ресторанного господарства. Наприклад, важно уявити, що улюблена страва буде приготовлена роботом. Адже кухар, в процесі роботи, вкладає частинку своєї душі. По суті, автоматизація ЗРГ включає тільки деякі процеси: облік, контроль, безпеку, резервування або приймання замовлень з сайту, документообіг та облік робочого часу.

Призначення автоматизованих систем - упорядкувати і автоматизувати діяльність підприємства, зв'язавши її в єдиний високотехнологічний ланцюг ефективних процесів. Така організація роботи дозволяє знизити витрати закладу і збільшити його прибуток. Об'єднання процесів обслуговування відвідувачів, взаємодії з персоналом та партнерами, розподілу матеріальних і фінансових ресурсів, формування звітності та управління підприємством, автоматизація всіх цих процесів - це унікальна основа для прийняття ефективних управлінських рішень. З розвитком глобальної мережі Інтернет сучасні автоматизовані системи дозволяють управляти роботою підприємства у віддаленому режимі.

Сучасна система автоматизації– це спеціалізований комп’ютеризований комплекс програм і устаткування, який відкриває можливості щодо забезпечення ефективного управління закладами ресторанного господарства. Ефект від впровадження автоматизованої системи може бути розділений на дві складові: фінансову та якісну.

Основні характеристики *фінансової* складової - це реальна економія і прибуток, а також: стають практично неможливими зловживання на виробництві; повний контроль за витратами коштів на виробничі і невиробничі потреби; оптимізація зарплати за підсумками роботи кожного працівника виробництва, офіціанта, бармена або менеджера; точний розрахунок собівартості страви, що дає можливістьоптимізації ціни страви; введення продуманої політики знижок.

Якісна складова крім підвищення якості роботи закладу ресторанного господарства, що в кінцевому підсумку також збільшує прибуток, включає в себе: можливість отримання оперативної точної інформації про рух продуктів; зменшення кількості обслуговуючого персоналу (в основному працівників бухгалтерії); оперативність передачі завдання на виробництво - прискорення обслуговування відвідувачів; підвищення якості приготування страв (контроль за дотриманням калькуляційних карт); оперативність і точність розрахунку з відвідувачем; чіткий розподіл прав і обов'язків персоналу, що приводить до зменшення кількості внутрішніх конфліктів в колективі.

Основними завданнями, для вирішення яких розробляються автоматизовані системи для закладів ресторанного господарства і спеціалізованих цехів, є:

- робота із замовленнями відвідувачів (оформлення, друк, дозамовлення, скасування, виписка гостьових рахунків, остаточна оплата), підключення спеціального торгового обладнання, аналіз продажів, виробки офіціантів, завантаженості залів у режимі реального часу - всі ці функції властиві торговим і обіднім залам, барам, сервіс-барам, буфетам (підрозділам фронт-офісу);

- облік руху товарів, взаєморозрахунки з постачальниками, розрахунок собівартості продуктів і страв, аналіз даних для прийняття управлінських рішень, ведення

бухгалтерського і податкового обліку (ці роботи виконують підрозділи, які називають бек-офісом).

Більшість автоматизованих систем, що використовуються в закладах ресторанного господарства, складаються з двох підсистем - автоматизації роботи залу (фронт-офіс) та автоматизації обліку та управління (бек-офіс).

Автоматизація обліку у ресторані. Найважливішою складовою автоматизації ЗРГ є касовий апарат. Саме той, який впроваджує податкова служба і не люблять підприємці, придумав ресторатор Джеймс Рітті — власник маленького кафе в американському місті Дейтон, штат Огайо. Можна сказати, що автоматизація обліку продажів у ресторанах з'явилася 4 листопада 1879 року. Але у даний час один касовий апарат не впорається з урахуванням продажів у великому закладі. На сьогодні для обліку у ресторані необхідно більш сучасне устаткування: POS-термінал зі спеціалізованим програмним забезпеченням, чековий принтер, для алкоголю — фіскальний принтер, зчитувач пластикових карт, грошова скринька, кухонний принтер з дзвінком, сканер штрихових кодів на кухні (для підтвердження замовлень). Програмне забезпечення підбирається, виходячи з фінансових можливостей підприємства, планів розвитку та розширення.

Автоматизація контролю. Тотальний контроль не любить ніхто, тому всі й уникають. У закладі, де розміщені відеокамери ніколи не буде затишно. І все ж, інколи відеоконтроль дійсно необхідний. Зокрема це розміщення камер у таких місцях: кухня, приймання продукції на склад, комора, зона видачі замовлень, територія біля входу, автомобільне паркування для відвідувачів. Автоматизація контролю у даному випадку полягає в інтеграції системи відеоспостереження з системою обліку. Найпростіше це пояснити на прикладі. Офіціант оформив замовлення та передав його на кухню — автоматично друкується чек замовлення, це фіксує камера й одночасно видно по чеку накладеному на кадр. Далі автоматично фіксується час між друком замовлення та підтвердженням цього замовлення кухарем. Він зчитує штрих-код сканером, а офіціант отримує підтвердження, що замовлення прийняте у роботу. Після приготування страви, кухар зчитує квитанцію у зоні контролю та можна візуально проконтролювати і приготовлену страву, і вміст квитанції. А офіціант отримує нове повідомлення про готовність замовлення.

Автоматизація приймання замовлень і резервування місць. Можливості інтернету зараз незамінні у багатьох сферах, зокрема, й у ресторанному бізнесі. Навіть найменший ресторан, що піклується про свій авторитет, створює як мінімум сайт-візитку, а у деяких випадках і власний повноцінний сайт із новинами, системою реєстрації для клієнтів, системою замовлення та резервування місць, а також й інтернет-магазин з оформленням замовлення з доставкою. І у цьому також виявляється автоматизація ресторанної справи. Причому, мабуть, найперспективніший її напрямок.

Однією із основних вимог сучасної індустрії ресторанного бізнесу є швидке і якісне обслуговування споживачів. Такі можливості реалізовані в системі інтерактивного електронного меню (eMenu). Цей новітній засіб комунікації є потужним інструментом, що дозволяє надавати клієнтам високий рівень обслуговування, а також більш ефективно керувати закладом. Електронне меню повністю замінює традиційне меню і пропонує цілий ряд додаткових функцій. Воно є не тільки каталогом продукції, яку пропонує заклад, але і прискорює процес обслуговування, виключає людський фактор (помилки) під час приймання замовлення. Меню представлене у вигляді візуально дуже схожому на паперовий прототип, що сприяє легкому сприйняттю інтерфейсу. Багатомовна підтримка поширюється не тільки на зміст меню, але і всі службові тексти інтерфейсу. Мови тексту перемикаються в будь-який момент роботи з меню, кількість мов не обмежена.

Для відвідувачів переваги використання eMenu є наступними: зручність замовлення, швидка і легка навігація по меню, пошук страв; меню є максимально інформативним: подаються описання і фото страв, інгредієнти, способи і строки приготування; по стравах автоматично пропонуються доповнення і добавки: гарніри, соуси і т. п.; наявність

можливості швидкого виклику офіціанта і запиту рахунку; можливість доступу до Інтернету без використання власної комп'ютерної техніки; наявність доступу до великої кількості додаткових розважальних сервісів (ігор, музики, відео та інше); зручна форма зворотного зв'язку про якість обслуговування;

Можливим також є використання варіанту електронного меню з голосовим супроводом. За допомогою дотику до сенсорного екрану відвідувач може активізувати зображення страви, що його цікавить, почути розповідь про назву страви, його вартість, рецептуру, історію страви, калорійність і дізнатись про напої, що рекомендуються до неї.

Існує декілька можливих варіантів виконання і використання eMenu. Найбільш поширеними є електронні меню на базі стаціонарних моноблоків, закріплених на краю столу, або поряд з ним.

Набуває популярності варіант електронного меню на основі ультратонких сенсорних планшетів і безпровідного зв'язку. Повністю заряджений пристрій може працювати без додаткової підзарядки протягом 3-х годин, що цілком достатньо для виконання своєї функції. Таке меню може подаватися кожному гостю за столом окремо чи по одному на декількох відвідувачів.

Інноваційним варіантом застосування електронного меню є їх використання вбудованими в поверхню столу (в центрі) або барну стійку. При цьому використовується широкоформатний антивандальний сенсорний екран, що реагує тільки на дотик пальців, та дозволяє при необхідності ставити на його поверхню посуд і столові прибори. Інтерфейс цього меню легко повертається одним дотиком до сенсорного екрану.

У зв'язку з активним розвитком ресторанного господарства, з підвищенням конкуренції, інтерес до автоматизації управління постійно зростає. Розвиток ресторанного бізнесу є неможливим без впровадження сучасних автоматизованих систем управління, які дозволяють покращувати якість обслуговування відвідувачів, контролювати діяльність підприємства в цілому, щоденно аналізувати фінансову звітність тощо.

Список використаних джерел:

1.Мазаракі А.А. Устаткування закладів ресторанного господарства: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл./А.А. Мазаракі, С.Л. Шаповал, І.І. Тарасенко та ін. – К.: КНТЕУ, 2013. - 640с.
2.https://www.vostok.dp.ua/ukr/infa1/Avtomatizatsiya/avtomatizatsiya_restorana/
3. https://studfile.net/preview/5117882/page:34/
4. https://tourlib.net/statti_ukr/chkhalo.htm

УДК 664.8

Витвицька Юлія
Тернопільський національний технічний університет імені І.Пулюя
м. Тернопіль
Науковий керівник: ***Бейко Л.А.***
кандидат технічних наук, доцент,
Лялик А.Т.
асистент

ТЕХНОЛОГІЯ ПРИГОТУВАННЯ ФРУКТОВИХ КОНСЕРВ ДИТЯЧОГО ХАРЧУВАННЯ ІЗ КАБАЧКА

Раціональне харчування дітей є одним з основних умов для їхнього нормального росту, фізичного і нервово-психічного розвитку, високого імунітету до різних захворювань та іншим шкідливим факторам зовнішнього середовища[2].

Особливо велике значення раціональне харчування має для дітей самого раннього віку, яке впливає на енергійний ріст, розвиток і удосконалювання дитячого організму.

У зимово-весняний період, коли свіжі плоди й овочі в результаті тривалого зберігання втрачають значну частину біологічно активних і поживних речовин, консерви для дитячого харчування можуть забезпечити дитину усіма речовинами, необхідними для повноцінного харчування. Застосування новітніх технологій і зведення до мінімуму контакту з повітрям сприяють збереженню в консервах вітамінів і інших біологічно активних речовин.

Продукти дитячого харчування поділені за ступенем їх відповідності віковим фізіолого-біохімічним особливостям дитячого організму[2].

Світовий ринок дитячого харчування умовно поділяють на 3 основні сегменти: – перший – найбільший сегмент – продукти на молочній основі (замінники грудного молока – ЗГМ), які використовують для годування немовлят у перші 6 місяців життя; – другий сегмент – банкова продукція (пюре, соки, овочеві та м'ясні консерви); – третій сегмент – сухі сніданки (у вигляді пластівців, сухариків)[1].

Із всього різноманіття овочів, які використовуються для приготування дитячого харчування велику цінність становлять овочі, які вирощують у нашій місцевості - це усім відомі кабачки.

За харчовою цінністю цей овоч наближається до огірків. Кабачки цінні тим, що в них містяться дієві компоненти, необхідні для правильного харчування людини. Вони багаті мінеральними солями, дуже важливими для обміну речовин в організмі людини. У більшій кількості є солі калію - 238 мг, фосфору - 12 мг %, кальцію - 15 мг, магнію - 9 м, а в меншій кількості - солі натрію, заліза, сірки та інших. Крім того, є в них і мікроелементи - молібден, титан, арсен, алюміній, літій, цинк.

Але за смаковими якостями цей овоч не є привабливим для дитячого харчування. І тому щоб покращити смакові властивості і зовнішній вигляд продукції із кабачків використовують різноманітні фрукти з вираженим ароматом і яскравим кольором.

Список використаних джерел:

1. Сборник технологических инструкций по производству консервов: В 2 т. / Всесоюз. научно-исследоват. ин-т консервной и овощесуш. пром-ти. – М., 1977. – Т.2: Консервы для детского и диетического питания. Консервы фруктовые. Быстрозамороженные продукты. – 432 с.

2. Флауменбаум Б. Л. Фізико-хімічні і біологічні основи консервного виробництва / [Флауменбаум Б. Л., Безусов А. Т., Сторожук В. М., Хомич Г. П.]. – Одеса: Друк, 2006. – 400с.

УДК 640.4

Пасічник Юлія
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль
Науковий керівник: ***Дмитришин Юлія***
викладач вищої категорії

ДОСЛІДЖЕННЯ АСОРТИМЕНТУ СОЛІ

Особливості ринкової економіки вимагають від виробників продуктів харчування забезпечення постійно зростаючих потреб населення у високоякісній продукції, постійного поширення асортименту. Забезпечення населення протягом року високоякісними продуктами — важливе завдання солевої промисловості та торгівлі України. На даному етапі розвитку економіки спостерігається розширення асортименту даної групи товарів та збільшення об'ємів їх виробництва.

Метою моєї роботи є узагальнити та систематизувати існуючі класифікації солі, а також провести аналіз її світового різноманіття. Крім того, одним із завдань стало деталізувати можливість використання різних видів солі у технологіях приготування страв.

Кухонна сіль є обов'язковою частиною у складі харчового раціону. Вона сприяє підвищенню апетиту, поліпшує засвоєння жиру, регулює водний баланс організму людини. Її широко використовують для консервування харчових продуктів – м'яса, риби, овочів. Сіль не є поживним середовищем для мікроорганізмів. Однак, у разі значного мікробного обсіювання, вона може бути джерелом суттєвого бактеріального забруднення багатьох харчових продуктів, у рецептурах яких передбачено використання солі.

Перше знайомство людини з сіллю відбулося на узбережжі теплих морів. Зі шкільної програми напевне кожен знає хімічний склад солі, але не кожен знає, що колись через сіль племена кочували, вирували війни, повстання також у стародавньому Римі нею оплачувалися війська, за мішок солі могли продавати в рабство людину. Складались фантастичні міфи про походження і властивості солі. Різноманітні магічні уявлення пов'язували з сіллю свідомість людей далекого минулого.Збереженню забобонів, пов'язаних з сіллю, довгий час сприяла її дорожнеча. Ми звикли до того, що сіль коштує копійки, і нам навіть важко уявити, як звичайна кухонна сіль могла бути коштовністю.

На території України є великі та унікальні за якістю поклади сировини для кухонної солі. За хімічною чистотою їх можна вважати найкращими у світі. Запаси кам'яної солі та природних розсолів в Україні досить значні і при сучасному рівні видобутку практично невичерпні. Найбільші запаси кам'яної солі зосереджені на Донбасі.

Промислове видобування солі в Україні проводиться в також родовищах:

- **Артемівське родовище кам'яної солі** - саме це родовище характеризується високою чистотою солі;
- **Слов'янське родовище кам'яної солі** - тут одержують кухонну, сіль, кальциновану, каустичну та питну соду;
- **Солотвинське родовище кам'яної солі** - тут почали добувати сіль ще у I-II столітті до н.е.

Оздоровче використання солі на Україні також є дуже поширеним найбільш відомими вважають такі соляні печери:

- «Київська соляна печера»
- «Територія солі»
- Солотвинські шахти
- **Соляна печера «Дихай вільно»**
- «Соляна симфонія»
- Соляна печера
- «Едем» [1]

На кухні немає інгредієнта, більш важливого, чим сіль. Сіль може як підкреслювати, так і пригнічувати різні смаки, які ми сприймаємо в нашій їжі. Вона зменшує солодкість і підсилює смак, роблячи його ідеальним для гострих і м'ясних страв. За результатами досліджень кожний вид був охарактеризований за технологією виготовлення, рекомендаціями щодо використання, ціною та корисними властивостями. Сіль, як і більшість харчових продуктів, має свої види (варто відзначити, що межі між видами солі досить умовні), сорти, географію. В світі існує велика різновидність солі, кожна знайшла широке застосування як в кулінарії, так і в медицині та косметології. Жодна харчова речовина не має стільки призначень, як сіль. Як правило, все незвичайне і рідкісне в кулінарії коштує дорого, і екзотичні види солі не виняток.

Багато з нас знайомі лише з найпоширенішою кухонною сіллю, однак, насправді існує велика кількість різних видів солі. Мілко-кристалічна, кам'яна неочищена, очищена осадочна, морська, рожева та чорна — основні види солі, які можна зустріти у продажі. З ароматом креветок або тухлих яєць, з присмаком Шардоне або Мерло, чорна, бура,

рожева та інша - сама незвичайна сіль. Більша частина із них проходить декілька ступенів очищення та переробки.

Існує дуже багато цікавих фактів, приказок і прикмет, пов'язаних з сіллю, її походження, використання та добування. [2]

У торговельній мережі м. Тернопіль сіль кухонна представлена у досить широкому асортименті, що зумовлено великими та унікальними за якістю покладами сировини для її виготовлення в Україні. Ми провели дослідження у таких торгових закладах: “Novus”,“TOR-BA”, «Сільпо», «АТБ».

Кожне українське місто чи містечко має якусь особливу цікавинку, яка може перетворитися на туристичний бренд, що приваблюватиме туристів. Дрогобич кличе до себе на сіль! Солоний продукт має для дрогобичан особливе значення. Від часу заснування солеварня булла головним багатством та візитівкою міста. Проводячи дослідження ассортименту солі в одному із Тернопільських ресторанів, нам наддали декілька лайфхаків як правильно використовувати сіль. Є інші способи приправити страву, не використовуючи її зовсім. Досить додати продукти, що містять сіль. Це називається "комбінованим солінням".

Гіркий, темний молочний, білий, зелений, в порошку, гарячий - здавалося б, уявити шоколад ще в якомусь вигляді вже неможливо. Однак, в гонитві за новими смаками цього найдавнішого ласощі шоколать є не зупиняються на досягнутому. І ось вже на прилавках магазинів стало можливим знайти (якщо гарненько пошукати) шоколад з сіллю. Через свого незвичайного пікантного смаку цей шоколад не настільки поширений як звичні солодкі плитки.

Морозиво з беконом, часникомабо лососем: впершетаке створив у Києві джелатерія Массімо Джелларті шеф-кухар не боїться експериментувати. Є ще дуже багато видів морозива із солоною карамелю та гастрими приправами які чудово поєднують смак.[3]

Список використаних джерел:

1. https://www.ukraine-is.com/uk/de-v-ukra%D1%97ni-vidobuvayut-sil-ta-yak-%D1%97%D1%97-vikoristovuyut/
2. file:///C:/Users/Admin/Downloads/Vlca_2011_12_32.pdf
3. http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/19375/1/salt.pdf

УДК 640.4

Головчинська Руслана
викладач першої категорії
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м.Тернопіль

ВАРЕНИКИ В РІЗНИХ РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

Українська кухня створювалась протягом багатьох віків, тому вона в певній мірі відбиває не тільки історичний розвиток українського народу, його звичаї і смаки, а й соціальні умови, природні та кліматичні особливості, в яких перебував український народ в процесі свого історичного розвитку. Як свідчать археологічні розкопки, населення, яке проживало в далекі часи на території України, мало можливість завдяки географічним умовам харчуватися як рослинною, так і м’ясною їжею. Відомо, що для приготування їжі слов’янські племена робили різний глиняний посуд, який обпалювали в спеціальних печах. Далі матеріальна культура успішно розвивалась племенами слов’ян, які вели осілий спосіб життя і пізніше утворювали стародавню руську державу – Київську Русь, що стала колискою трьох братніх східних слов’янських народів – українського, російського і білоруського.Літописи та інші писані пам’ятки, а також археологічні розкопки свідчать про багатство і різноманітність їжі, що споживалась населенням Середньої Наддніпрянщини в

період Київської Русі. Крім продуктів переробки зерна і різних овочів (капусти, ріпи, цибулі, часнику), до складу їжі входило м'ясо свійських тварин (свиней, овець, кіз, корів і телят) і птиць (курей, гусей, качок, голубів, тетеревів і рябчиків). З диких звірів найчастіше вживалися для харчування дикі свині (вепри), зайці, що добувалися полюванням. Є також відомості про вживання молока, коров'ячого масла і сиру. Серед рослинної їжі стародавніх слов'янських народів перше місце займав хліб, який приготовляли з житнього та пшеничного борошна на заквасці (кислий хліб) і випікали в печах. Зерно на борошно розмелювали на ручних жорнах, а пізніше – на водяних і вітряних млинах. Прісне тісто вживали у вигляді галушок та інших виробів. Нашим предкам було відомо багато видів хлібних виробів: пироги, калачі, короваї. Пекли також хліб з маком і медом. Хліб цінувався більше за всі інші печені страви. Поява нових культур у сільському господарстві України створювала сприятливі умови для подальшого розвитку української кухні, яка стає дедалі різноманітнішою і відзначається своїми смаковими особливостями.

ВАРЕНИКИ - одна з найпоширеніших страв з вареного тіста з начинкою. Остання могла бути пісною чи скоромною - залежно від християнського календаря. Як начинку використовували сир, смажену капусту, варену товчену картоплю, мак, калину, вишні та інші ягоди, яблука, варені й товчені сухофрукти (сушину), варену квасолю, горохове пюре, пшоняну чи гречану кашу й навіть борошно. Борошняна начинка була типовою для Полтавщини та Південної Чернігівщини. Для цього підсмажували сало, доки воно не перетворювалось на суху жовту шкварку, і у киплячий смалець, розмішуючи, додавали борошно. Засмажку охолоджували і начиняли нею вареники, які називалися *вареники з піском.* Поширеною пісною начинкою була також *урда (гурда* - Поділля, *вурда* - Волинь). У повсякденному меню українського селянина вареники зустрічалися нечасто, вони були окрасою недільного й святкового столу. Вареники входили також до складу урочистих трапез (весілля, хрестини, поминки, гостини, храмові свята), їх варили на толоку й обжинки. Вареники були обов'язковою стравою, котру несли молодій дівчата-дружки на другий день весілля, а жінки - породіллі. При цьому примовляли: *Щоб повна була завжди, як вареник.* У цих випадках вареники символізували продовження роду. Вареники з сиром, мащені сметаною, були неодмінною стравою на Масляну (Сиропуст) поряд із млинцями, оладками, налисниками. Всяка їжа повинна бути не тільки поживною, але й смачною. Українським селянам доводилось багато і тяжко працювати і мабуть саме тому, на протязі минулого тисячоліття наші господині створювали рецепти не складних але напрочуд смачних страв.

Кожна країна має свій кулінарний бренд. У нас — вареники. Історики навколо цієї страви навіть схрещують шпаги. Одні кажуть, що наші предки спочатку навчилися готувати верениці — невеличкі палянички з вареного тіста. Приблизно у 8-9 століттях якась ґаздарка додумалася заліпити у сирі варенички сиру, вишень, а може навіть м'яса, і так виникли вареники. Інші доводять, що улюблені вареники козаки привезли від бусурманів, мовляв, турецьке блюдо «дюш-вара» так посмакувало козакам, що вони перетворили його на вареники. Нехай турки не ображаються, але свої вареники ми їм не віддамо. Зі шкварками, цибулею, картоплею, печінкою, вишнями, сливками — начинок є сотні!

Вчити не забувати українські обряди, розвивати світогляд, широту думки, збагачути словниковий запас дітей. Розвивати пізнавальний інтерес до українських традицій, культури і мови, творчі та артистичні здібності. Прищеплювати любов до української культури та народних традицій. *Виховувати почуття національної гідності та гордості за українську націю.*

Є чимало страв, які українці асоціюють саме зі святами. Багато з них мають своє коріння ще в язичницьких часах, коли наші пращури шанували стихії та поклонялися небесним світилам. Чи не найдавнішою із таких страв дослідники вважають вареники. У Черкасах навіть встановили єдиний в Україні пам'ятник варенику. Але за радянських часів, а ще раніше — за царського режиму, коли проводилась політика знищення всього

українського та злиття двох «братніх» культур, вареник втратив свої позиції й почав поступатися своєму північному братові «блину», себто млинцю. А даремно...

Ось і нині протягом масляного тижня всі традиційно готують млинці. Натомість не завжди у нас на Масляну готували саме млинці. І це підтверджують народознавці та краєзнавча література.

Звичай пекти млинці прийшов до нас із Росії. Раніше українці, готуючи частування на Масляну, робили акцент саме на варениках. Саме про цей продукт як традиційну страву на Масляну пише у своїй книзі відомий український дослідник Олекса Воропай. Хоча і додає, що готували в нас і млинці, частіше з гречаного борошна, які їли з сиром, інколи — заправляли смальцем. Взагалі виключає млинці зі списку традиційних українських страв на Масляну .

Костянтин Олійник, директор Центру народознавства «Мамаєва слобода». Говорячи про українську кухню, він, перш за все, підкреслює її давнє коріння і самобутність, наголошуючи на тому, що наші страви не повторюються в кухні жодного із так званих «слов'янських народів». Пан Костянтин вважає, що українські кулінарні традиції походять ще із часів неоліту — коли в наших степах, за переказами греків, жили амазонки.

Природно, що вареники в кожному регіоні України робили зі своїми особливостями, проте це неодмінно були вареники з сиром — солодким або солоним. Наприклад, на Поділлі до солоних варенників додавали обсмажену цибулю. Ще варили вареники з маком. Варенників з м'ясом у нас не робили. Цей звичай також прийшов до нас від північних сусідів. Похідні від вареника з сиром — вареники з вишнями та з черешнями.

Список використаних джерел:

1. Старовойт Л. Я., Косовенко М. С., Смирнова Ж. М. Кулінарія. — Київ: Вища школа, 2011 р.— С. 253.
2. Клиновецька З. Страви й напитки на Україні. — Київ — Львів. 2012 р. — С. 52-54.
3 . Українські страви. — Київ: Державне видавництво технічної літератури УРСР, 2000 — С. 245-252.

4. Шалімов С.А., Шадура О.А./ Сучасна українська кухня.— 4-те вид., стереотип.— К.:Техніка, 2010.— 271с., іл. Тираж 200 000 прим

УДК 640.4

Рарок Іванна, Рарок Наталя
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль
Науковий керівник: ***Ткач Наталія***
викладач першої категорії

ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО УСТАТКУВАННЯ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ ЗДОРОВОГО ХАРЧУВАННЯ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Їжа є одним з найважливіших чинників, що впливає на стан здоров'я, працездатність, розумовий і фізичний розвиток, а також на тривалість життя людини. Стабільний настрій, висока розумова і фізична працездатність, повноцінний сон, гармонійна фігура і хороша шкіра - результат правильного харчування!

Зв'язок харчування і здоров'я був помічений ще в давнину. Люди бачили, що від неправильного харчування діти погано ростуть і розвиваються, дорослі хворіють, швидко стомлюються, погано працюють і гинуть. Спостереження показують залежність виникнення виразок, пухлин, інших захворювань шлунково-кишечного тракту та інших систем організму

від якості їжі і недостатності в ній вітамінних комплексів. Одночасно з цим можна навести приклади і зворотньої залежності, коли з поліпшенням якості харчування значно знижувався рівень захворювання населення. Загальновідомий факт: рівень здоров'я людини на 50 % залежить від умов і способу життя, на 20 % - від генетичних факторів, ще на 20 % - від екології навколишнього середовища та тільки на 10 % - від медицини. Фахівці з раціонального харчування стверджують, що 80% нашого здоров'я безпосередньо залежить від здорового харчування, яке полягає у встановленні гармонії між продуктами харчування та гомеостазом організму людини. Водночас треба враховувати вік, стать, наявність хронічних захворювань та інші критерії.

XXI століття внесло корінні зміни, як в спосіб життя, так і в структуру харчування людей. В цілому різко знизились енерговитрати і в більшості економічно-розвинутих країн в теперішній час вони досягли критичного рівня. Людині немає потреби в повсякденних умовах займатися тяжкою фізичною працею і втрачати багато енергії. Знизилася якість харчової продукції, яка містить багато гормонів, генно-модифікованих мікроорганізмів, консервантів, штучних ароматизаторів та ін.

Щоб бути здоровим, недостатньо знати основи правильного харчування, треба добре опанувати культуру харчування, яка багато в чому визначає стан здоров'я людини на багато років. Треба знати, як правильно приймати їжу, правильно поводитися за столом, дотримуватися режиму харчування. Важливо також дотримуватися помірності в їжі.

Культура харчування передбачає, з одного боку, обов'язкове виконання правил гігієни, з іншого – неухильне дотримання етикету. Існує одна закономірність — чим вища культура харчування, тим краще перетравлюється їжа. Дотримання численних правил поведінки за столом призводить до того, що швидкість поглинання їжі виявляється невисокою і таким чином поліпшується пережовування їжі. Крім того, правила поведінки за столом передбачають емоційну стриманість під час їжі, що позитивно позначається на процесі травлення.

З розвитком індустрії харчування, споживання та приготування їжі зазнало значних змін. На сучасному етапі зникає самобутність багатьох національних кухонь. Люди вже не харчуються виключно традиційними стравами, притаманними певному регіону, бо мають можливість придбати будь-яку їжу у великих супермаркетах, або знайти величезну кількість рецептів в мережі Інтернет. Крім того, люди вживають багато висококалорійних рафінованих та промислово оброблених продуктів, що призводить до порушень травлення та обміну речовин і різко підвищує ризик розвитку серцево-судинних та інших захворювань. Але існує і позитивна тенденція: у розвинутих країнах все більшої популярності набуває здоровий спосіб життя. Багато людей відмовляються від фаст - фудів та їжі з ГМО і консервантами на користь натуральних продуктів.

Не останню роль у забезпенні збереження корисних властивостей харчової сировини відіграє спосіб її зберігання та приготування. В умовах дотримання концепції здорового харчування слід споживати страви, які містять максимальну кількість поживних речовин. Звичайно, що раціони харчування повинні складатися із різноманітних продуктів, проте переважно рослинного, а не тваринного походження. Приготування їжі, яка потребує теплової обробки, рекомендовано проводити на парі, варіння при ньзькому тиску, тушкування, випікання або обробка в мікрохвильовій печі допомагає зменшити кількість доданого жиру.

У закладах ресторанного господарства широко використують пароконвектомати. Приготовлені страви зберігають природний смак та корисні властивості для здоров'я людини, не руйнуються вітаміни і мікроелементи, що містяться в їжі. Це можливо за рахунок використання режимів: конвекція (обдування гарячим повітрям), приготування на пару (режим "пара") і комбінований режим та складній сенсорній або електронній панелі керування, що дає можливість налаштувати потрібні параметри (температуру та вологість)

по кожному рівні робочого об’єму. В цілому з одним тільки пароконвектоматом можна: випікати, смажити, тушкувати, в’ялити, варити на пару та інше.

Для варіння страв добре зарекондували себе пароварильні апарати та апарати sous-vide (варіння під вакуумом). Ці способи дозволяютькраще зберігати харчову цінність, вітаміни і мікроелементи страв в порівнянні із варінням у рідкому середовищі. Зокрема варіння на парі вважається одним з найбільш здорових способів приготування їжі. Такі апарати ідеально підходить для приготування риби, грибів, овочів, рубленого м’яса, рису, пудингів, суфле, страв з морепродуктів, яєць, картоплі. Їжа, приготована на парі, рекомендується до вживання людям із захворюваннями органів травлення, серцево-судинної системи, а також тим, хто хоче схуднути, дітям, вагітним жінкам, літнім людям і всім, хто турбується про своє здоров’я. Ще однією переваю є те, що їжа в ній не пересушується і не підгорає. Її можна використовувати для розігріву або розморожування страв. Проте, не всі люблять страви, приготовлені у пароварильному апараті, оскільки вони є дещо пісними. Щоб поліпшити смакові якості таких страв можна полити соєвим соусом або лимонним соком, а також використовувати ароматну зелень.

Варіння по технології sous-vide передбачає вакуумування продуктів, які піддаються термічній обробці, та тривале варіння при низьких температурах – максимум 70–80°С. Оскільки продукт не має контакту з повітрям, не окислюється водою – у ньому зберігається максимум смаку й аромату. При низькотемпературній обробці не руйнуються клітинні мембрани: тому страва виходить набагато соковитішою, ніж якби готувалася іншими методами; температура однакова як усередині продукту, так і на його поверхні. Якщо при смаженні чи запіканні є ризик пересмажити чи пересушити страву, то тут усе готується рівномірно. Правильний підбір тривалості приготування і температури робить страви м'якими і делікатними.

Використання аерогрилю найбільше підходить для смаження жирного м’яса і соковитих овочів (баклажани, цукіні, томатів). При цьому страви будуть нежирними, так як весь жир, що виділяється стікає в спеціальний відділ аерогриля. При такому способі приготування їжа зберігає вітаміни і корисні речовини, і що важливо, не пригорає. При використанні аерогриля важливо не перетримати їжу – ніж темніше їжа, тим вона шкідливіша.

Часто використовують спосіб приготування страв на відкритому вогні. Для цього не потрібно використовувати олію. Такий спосіб прекрасно підійде для смаження котлет, тонких шматків свинини або риби та інше. Для заправки можна використовувати соєвий соус або рисовий оцет. Перевага такого способу полягає в швидкому доведенні до гоовності та можливості отримати смачну і нежирну їжу.

Обгортання — ще один спосіб теплової обробки, який об’єднав в собі варіння на парі і запікання. Можна запікати страви бех попереднього варіння. Для цього способу потрібно загорнути продукти у фольгу і запікатися в смажильній шафі.

Свіжі фрукти та овочі насичують організм людини вітамінами і мікроелементами, тобто є корисними для здоров’я людини. А сік отриманий із них має не менш важливе значення. В одній склянці свіжовичавленого соку містяться: вуглеводи, вітаміни, мінеральні речовини, рослинні ферменти й гормони, органічні кислоти, фітонциди, флавоноїди, поліфеноли, ароматичні та біологічно-активні речовини (БАР), харчові волокна та інше, які швидко засвоюються організмом і починають активно брати участь в процесі обміну речовин. Тобто, споживання свіжоприготовлених соків є надзвичайно корисним. Для їх отримання використовують шнекові, відцетрові соковитискачі та цитрус-преси.

Шнекові соковитискачі призначені для отрияння соку із м’якоттю з м’яких плодів: слив, абрикосів, персиків, бананів, смородини, томатів та ін.

Відцентрові соковитискачі призначені для отримання соку із твердих фруктів та овочів. Для розділення фракцій здійснюється подрібнення тертковим диском і фільтрування ситом за допомогою відцетрових сил, створених швидким обертанням привідного валу.

Цитрус – прес використовують для отримання соку із мандаринів, апельсинів, грейпфрутів, лимонів та інших цитрусових. Основна робоча частина — конічний сепаратор із хвилеподібною поверхнею. Вони бувають ручними і механічними.

Вживання протерних продуктів та справ спряє кращому засвоюванню організмом. Для протирання використовують блендери або протиральні машини, які бувають трьох видів: машини, у яких продукт подрібнюється під дією високочастотних коливань, продукт розрізається крайками сита і продавлюється лопаткою через його отвори, продукт подрібнюється швидкообертовою лопатою з одночасним перемішуванням. У блендерах є хрестоподібний аб S-подібний ніж, який за рахунок швидкого обертання здійснює подрібненя та перемішування сировини.

З розвитком інноваційних технологій зберігання харчової сировини або готових страв широко використовують камери інтенсивного охолодження та шокового заморожування. На відміну від традиційних способів заморожування та охолодження, інтенсивне і шокове являють собою ті ж гіпотермічні процеси, тільки вони відбуваються в кілька разів швидше. В результаті сирий або оброблений продукт, напівфабрикат або готова страва дуже швидко або практично моментально піддаються дії низької температури та практично повністю зберігають: мікроскопічну (клітинну) структуру; початковий рівень вологості (економія ваги нетто становить понад 10%!); стерильність, тому що відсутні умови для розвитку патогенної мікрофлори; вітаміни, мінерали та поживні речовини (білки, жири, вуглеводи) в незміненому стані.

Як закономірний підсумок такого швидкого, але надзвичайно дбайливого інтенсивного охолодження або шокового заморожування - всі продукти і готові страви при адекватній дефростації демонструють ідеально збережені: текстуру; товарні якості, колір і апетитний вигляд; смакові переваги; аромат; природну корисність для здоров'я.

У закладах ресторанного господарства дотримуючись концепції здорового харчування, все частіше включають у меню салати із свіжих овочів, фруктів, зелені із малокалорійними заправками, протерті супи-креми, здійснюють заміну або виключають із рецептур крохмалевмісну сировину, використовують цільнозернове борошно, пропонують приготування фрешів та інше, приділяють більш значну увагу якості сировини реалізують страви із органічних продуктів. Важлива порада для тих, хто недооцінює таку страву як суп. Він “зігріє” шлунок, налагодить систему харчування. В ході американського дослідження було встановлено, що ті, хто іноді включає суп у свій обідній раціон, споживає на 100 ккал менше, ніж ті, хто від нього відмовляється [1]. Причому цей дефіцит не компенсується протягом дня. Слід віддавати перевагу супам густої консистенції – з протертих овочів або супам-пюре – вони одночасно будуть і першою, і другою стравою.

Отже, для тих хто згідний із висловом давньогрецького мислителя та лікаря Гіппократа, що потрібно харчуватися так, щоб наша їжа була нашими ліками, а не ліки нашою їжею, слід звертати увагу на спосіб приготування страв, їхню якість, харчову цінність та культуру харчування, щоб почуватися здоровим та впевненим в собі.

Список використаних джерел:

1. http://korysne.ostriv.in.ua/publication/code-3E82EF435C3F7/list-131C2269327
2. https://naurok.com.ua/besida-kultura-harchuvannya---skladova-zagalno-kulturi-lyudini-23757.html
3. http://casualife.kiev.ua/zdorovi-sposoby-prygotuvannya-yizhi/
4. https://pidruchniki.com/16381204/turizm/organizatsiya_diyetichnogo_harchuvannya

УДК 640.4

Стець Ольга

майстер виробничого навчання
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м.Тернопіль

ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ОБЛАДНАННЯ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

В статті висвітлено аналітичне дослідження використання інноваційного обладнання у закладах ресторанного господарства.

В наш час одним з найважливіших факторів, що визначають високоефективну і якісну роботу закладів ресторанного господарства, є впровадження і використання сучасного торговельно-технологічного устаткування. У конкуренції різноманітних закладів ресторанного господарства одним із головних завдань є утримання постійних клієнтів та залучення нових. В цілому, сучасне устаткування характеризується різними ступенями технічної досконалості – від традиційних машин з ручним керуванням до апаратів з повним програмуванням технологічного процесу та його здійсненням в автоматичному режимі [1].

Метою нашого дослідження є визначити переваги застосування інноваційного обладнання в закладах ресторанного господарства. На практиці доведено, що якість продукції ресторанного господарства залежить від багатьох факторів. Одним із найважливіших, на нашу думку, є використання інноваційного обладнання. Інноваційні технології, інноваційні методи приготування їжі знайшли своє застосування із появою інноваційного обладнання. До таких інноваційних технологій можна віднести: Cook-vak – вакуумне маринування, сублімаційне сушіння, Sous vide – приготування їжі у вакуумному пакеті, Cook-in – приготування страв зі середини тощо.

Зупинимось на деяких. Так, для приготування страв зі середини використовують Stefan гриль. Стефан-гриль є саме тим інноваційним винаходом для шеф-кухаря, який може готувати продукти з неповторним смаком і підкреслювати унікальність такої страви фірмовим штемпелем, випаленим прямо на шматку м'яса або риби. Дане устаткування було винайдене шеф-кухарем Стефаном Марквард в 2001 році. Він захопився ідеєю використання струменя гарячого повітря для приготування кулінарної продукції, щоб приготувати її максимально швидко і досягти ефекту аерогрилю. Відмінність стефан-грилей від звичайного гриля полягає в тому, що продукт не обробляється відкритим вогнем, але при цьому температура в ньому може досягати 65 °С. Цей спосіб дозволяє за лічені секунди швидко розпалювати сопло. Стефан-гриль також призначений для приготування продуктів "з димком" з використанням спеціального пристрою, це дозволяє додати продукту запах і аромат страви, приготовленого на відкритому вогні на деревному вугіллі. До переваг використання стефан-грилю можна віднести наступне: продукт смажиться зсередини, а ззовні зберігає дивовижну ніжність і соковитість; продукт подається нарізаним скибочками, півкільцями і кільцями, так щоб гість міг бачити, як оригінально він був приготовлений; на м’ясі можна випалити ім'я шеф-кухаря або назву ресторану, в якому воно було приготовлено.

Хоспер печі, яка поєднує в собі функції гриля і звичайної печі заслуговує на особливу увагу. Це пов’язано з тим, що гриль-меню і страви, що готуються на відкритому вогні або вугіллі, завжди будуть затребувані в будь-якому ресторані. Готувати для гостей можна, наприклад, використовуючи традиційний мангал. Але такий спосіб готування підійде далеко не всім закладам, як мінімум, з позиції дотримання норм пожежної безпеки [2].

Хоспер - пристрій іспанського виробника Josper S.A., який представляє собою щось між собою між грилем і пічкою, так звана "гриль на вугіллі" або "гриль-мангал".

Хоспер представляє собою шафу з нержавіючої сталі, всередині якої підтримується робоча температура близько трьохсот градусів (максимальна температура - 500 градусів).

У конструкції застосовуються передові ізоляційні матеріали, завдяки чому при поєднанні до стінки печі в процесі готування згоріти не можливо. Працює цей агрегат на дровах або древесних вуглях, що приносить надзвичайну аутентичність і неповторний смак (завдяки ефекту копчення) приготованими стравами.

Не так давно американська компанія Poly Science представила на загальний огляд свою інноваційну розробку у вигляді ручного пристрою для генерації холодного диму і швидкого надання коптильного ефекту бажаним продуктам. Пристрій під назвою Smoking Gun, застосовується, як на кухні так і на барі серед ресторанів Америки і Європи.

Коптильний пістолет – це хороша альтернатива громіздкому і дорогому професійному обладнанню, завдяки йому можна обкурювати "холодним димом" рибу, м'ясо, морепродукти, овочі і т.д. Використовуючи коптильний пістолет Smoking Gun можна надати коптильного аромату абсолютно будьяким продуктам, не тільки м'ясним чи рибним , а й навіть тим продуктам яким на перший погляд це не властиво: морозиву , салатам, супам, напоям тощо. Копчення з використанням ручного коптильного пістолета Smoking [3].

Gun (Smoking Gun Polyscience) – це один з найшвидших і ефективних способів надання продуктам приємного аромату. На відміну від звичайного, стандартного і знайомого нам копчення тирсою, Smoking Gun пропонує обкурювання холодним димом, і цей дим може бути використаний на будьякій стадії приготування страви.

Sous vide – приготування страви у вакуумі. Для застосування цієї технології необхідне наступне обладнання: вакуумна пакувальна машина і варильний апарат. Суть методу полягає у пакуванні харчових продуктів у спеціальний пластиковий пакет, з якого відсмоктують повітря за допомогою вакуумуатора, та приготування на водяній бані за температури не вище 70ºС. Завдяки відповідному обладнанню та дотриманню технології харчовий продукт зберігає аромат та соковитість; зменшуються втрати ваги на 15…35%.; відбувається економія електроенергії на 20…28 %; харчовий продукт не усихає та не зневоднюється. [4]. «Sous Vide» обладнання в останні кілька років стало більш доступними і простим у використанні як в умовах закладів ресторанного господарства, так і у домашніх. Для домашнього приготування їжі ванни з контролюванням температури води, такі як «SousVide Supreme», є простим і доступним рішенням. Для ресторанів кращою альтернативою є більш дорогі занурювальні водонагрівачі (immersion circulators), оскільки вони більш універсальні і мають велику потужність [5].

Ми розглянули використання тільки деякого інноваційного обладнання. Виходячи із вище викладеного, можна зробити наступні висновки: застосування інноваційного обладнання дає змогу максимально зберегти харчову цінність та смакові властивості страв, розширити їх асортимент, не призводячи до збільшення навантаження на кухню і персонал, виготовляти більш вишукані страви; технологічні характеристики обладнання дають можливість збільшити продуктивність, економити енергоресурси. Впровадження інноваційного обладнання у закладах ресторанного господарства зростає. Також слід зазначити, що висока вартість його не є недоліком через популярність вишуканих страв у меню. Адже заклади ресторанного господарства, в яких впроваджуються інноваційні технології, інноваційне обладнання швидко здобувають популярність.

Список використаних джерел:

1. Лазарєва Т. А. Інноваційний розвиток харчової галузі. Продукти. Технології. Обладнання [Текст] : навч. посібник для студ. / Т. А. Лазарєва ; Укр. інж.-пед. акад. - Х. : Право, 2014. - 174 с.

2. Кравчук Н. М. Інноваційні ресторанні технології [Електронний ресурс] : конспект лекцій для студ. спеціальності 8.05170113 «Технології в ресторанному господарстві» денної форми навчання / Н.М. Кравчук, І.Л. Корецька. - К.: НУХТ, 2014.–114 с.

3. Інноваційні тенденції розвитку устаткування закладів ресторанного господарства: тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний, готельний і ресторанний бізнес: інновації та тренди» (м. Київ, 7 квітня 2016 р.) – К.: КНТЕУ, 2016. 362 с – С.311-312.

4. Устаткування закладів ресторанного господарства : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ф.Ф.Мазаракі, С.Л. Шаповал, І.І. Тарасенко та ін.. _ К. : Київ. Нац.. торг.-екон.ун-т. 2013. – 640 с.

5.http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/16507/2/VseukrStud_2016v1_Dishkantiuk_O_V-Novitni_tekhnolohii_ta_4.pdf

УДК 640.4

Смолінська Наталя
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль
Науковий керівник: ***Петрук Лідія***
викладач вищої категорії

ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ ЗАКЛАДІВ ШВИДКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

Метою пошукової роботи є обґрунтування дослідження теоретичних і практичних аспектів роботи закладів швидкого обслуговування.

Ресторанне господарство — це організація надання послуг, яка забезпечує фізіологічні потреби споживача в спеціально відведених для такого обслуговування приміщеннях та відповідає санітарно-гігієнічним і нормативно-законодавчим вимогам. Господарська діяльність підприємств індустрії спрямована на отримання прибутку за умов функціонування як самостійного підприємства, так і структурного підрозділу інших закладів (готелів, торговельних центрів, засобів пересування). Організація послуг харчування забезпечує не тільки задоволення гастрономічних потреб населення, а й організацію відпочинку і розваг, тобто задоволення соціокультурних потреб.

Заклади ресторанного господарства сприяють впровадженню багатопланової соціальної політики держави, спрямованої на підвищення рівня життя у країні. Завдяки їхній діяльності підвищуються реальні доходи населення, зберігаються встановлені законодавством і рішенням Уряду соціальні гарантії та пільги для найменш захищених соціальних верств населення.

До соціальної сфери відносяться передусім заклади ресторанного господарства при дошкільних, шкільних, професійнотехнічних і вищих навчальних закладах, їхня робота регламентується низкою законодавчих актів і урядових постанов.

Характерною рисою закладів швидкого обслуговування є забезпечення умов для швидкого обслуговування споживачів, ритм життя яких насичений і мобільний. У них, як правило, обмаль часу для організації харчування, тому для задоволення їхніх потреб виникла ціла низка як вітчизняних, так і організованих за договором франчайзингу із зарубіжними фірмами. Після успішного дебюту такі заклади швидко розповсюджуються. На сьогодні в Україні діють наступні заклади швидкого обслуговування: "Швидко", "Два гуся", "Печена картопля", "Мак Смак", "Ростік'с", "МакДональдз", "Оріон-Експрес", "Баскін Робіне" та інші.

У перших трьох підприємствах широко представлена українська кухня, в четвертому - широкий асортимент піци, в п'ятому - страви з курки, шостому - сандвічі, восьмому - страви східної кухні, останньому - морозиво, виготовлене за власними рецептами фірми.

Для забезпечення виконання цих принципів персонал закладів швидкого обслуговування проходить детальну підготовку перед тим як бути допущеним до роботи, періодично здійснюється контроль за його роботою та удосконаленням навичок його роботи.

На всіх виробничих ділянках постійно дотримуються санітарних та гігієнічних вимог, що забезпечує відповідний рівень якості страв. Для цього кожна станція (робоче місце) забезпечена чистими продезінфікованими ганчірками, розчинами для дезінфекції виробничих ділянок, рукавичками та фартухами.

Безпосередній контакт працівників із відвідувачами відбувається на роздавальні, тому важливо чітко організувати роботу торговельного персоналу.

Зберігання продукції між виробництвом та реалізацією забезпечується завдяки торговельним вітринам (з підігрівом та охолодженням), фризеру для м'якого морозива, сокоохолоджувальній машині, преміксами для розливу пива та газованих безалкогольних напоїв тощо. У ресторанах "Швидко" обслуговування здійснюється за методом самообслуговування, тому, щоб отримати страву, відвідувач має самостійно підійти до роздавальні, де роздавальник-касир прийме в нього замовлення, одразу збере його та розрахується зі споживачем. Замовлення збирається на тацю, застелену трилайнером (рекламною серветкою), або в поліетиленовий пакет, якщо замовлення споживач забирає з собою. Комплектування страв здійснюється у затвердженому порядку: холодні напої, гарячі напої, салати, булочки, вареники, котлети, картопля-фрі, желе, морозиво. Кількість активнодіючих робочих місць на роздавальні залежить від інтенсивності потоку споживачів. Після розрахунку споживач забирає тацю та проходить до залу.

Каси працюють за системою якій кожна страва представлена у вигляді малюнка - слід тільки доторкнутися до малюнка і страва автоматично додається до замовлення, що значно спрощує процес реалізації продукції, оскільки немає необхідності запам'ятовувати код кожної страви.

Зал оснащено столами, кришка яких виконана з пластику, стільцями з залізними спинками і пластиковими сидіннями та сміттєзбірниками. Після споживання страв гість самостійно відносить одноразовий посуд до сміттєзбірника, таці кладе на стіл, розміщений неподалік. Залишений споживачами посуд збирають працівники залу. Вони здійснюють санітарну обробку столів, стільців, сміттєзбірників та підлоги.

Оскільки ресторан працює на посуді одноразового використання, санітарної обробки вимагають лише таці. Таці миють мінімум чотири рази на день розчином рідкого мила та ополіскують розчином для дезінфекції. У періоди між миттям таці протирають продезінфікованими ганчірками. Метою цієї підсистеми є забезпечення своєчасного надходження таць на роздавальню, щоб виключити випадки затримки обслуговування.

Список використаних джерел:

1. П’ятницька Н.А.,Лазарев Б.Г. Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства. Навчал. Посібник для технікумів. – К.: Вища школа, 2009.

2. Організація обслуговування у закладах ресторанного [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://bz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/BZ009673 – Назва з екрану.

УДК 640.4

Чорна Ольга
ДВНЗ”Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль
Науковий керівник: ***Горішн Ганна***
викладач-методист

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ КУХНІ

Протягом 2500 років людство поступово удосконалювало як свої смаки, так і тонкощі технології приготування їжі. Прикладом може слугувати європейська кухня, стрімкий

розквіт якої припадає на епоху середніх віків і більш пізній період. Першими свою кулінарну майстерність продемонстрували італійці. З другої половини XIV ст. центр кулінарного мистецтва Європи перемістився з Італії до Франції. Вміння готувати смачну їжу у Франції отримало потужну державну підтримку. Кулінарні рецепти багатьох страв створювались спочатку в домашніх умовах, а потім удосконалювалися кухарями королів, аристократів.

Сучасна європейська кухня розвивалася під впливом національних особливостей різних європейських країн. Кухня південних країн Західної Європи відрізняється «темпераментом» від кухні її північних країн. Південна кухня — це гострота, аромат, колорит у порівнянні з більш простою і стриманою кухнею півночі. На відміну від народів Сходу європейці значно менше користуються спеціями, приправами та прянощами, роблячи акцент на збереження смакових якостей вихідних продуктів. Європейська кухня бере свій початок в Греції. Саме тому сучасна італійська і грецька кухня мають стільки багато спільних рис. Спільні риси притаманні також кухням Італії, Іспанії, Португалії та Франції. Насамперед, це використання імбиру, всіх видів перцю, чебрецю, фенхелю, шавлії, кориці, естрагону і ванілі.

Особливістю європейської кухні можна назвати велику кількість овочевих страв і використання великої кількості різноманітних соусів.Європейці, на відміну від східних народів, значно менше використовують приправ, спецій і всіляких прянощів, щоб зберегти смакові якості самих продуктів. Також особливістю європейської кухні є те, що кожний прийом їжі приймається, аперитив. Це невелика кількість алкоголю, яка вживається перед їжею і сприяє поліпшенню апетиту і хорошому травленню. Європейська кухня приділяє велику увагу холодним закускам, бутербродам.

Холодні страви знаходять широке застосування для сніданків, вечерь, закусок. З погляду харчового значення їх застосування значно розширилося. У овочах і фруктах міститься більше кількість вітамінів і мінеральних речовин. Бутербродів належить до вишуканих гастрономічним делікатесів. Бутерброди асорті служать прекрасним доповненням до салатів, зелені, овочів. Для салатів пропонуються вишукані бутерброди канапе. Чудовими поживними якостями володіють зерниста ікра, краби

Північно - Європейська куня. До цієї групи належать кухні Англії, Шотландії, Ірландії, Фінляндії, Естонії, Швеції. Ці кухні об'єднує любов до риби, морепродуктів і відмінна якість кулінарних інгредієнтів. Також це широке використання коренеплодів і картоплі, як, втім, іінших продуктів з великою кількістю крохмалю у складі. Використання приправ мінімальне. У великій кількості використовується масло, вершки, сметана, молоко.

Південо - Європейська кухня. Найбільша з усіх груп європейської кухні. До неї відносяться Грецька, Острівна, Італійська, Португальська, Іспанська, Турецька, Сербська кухні. Кожна з цих країн має досить виражену кухню. Об'єднання цих країн в єдину групу сталося, в основному, територіально, а також завдяки схожості в плані клімату і місцевих продуктів. У всіх цих південних країнах в достатку цілий рік свіжі овочі та фрукти, тому страви готуються тільки з найсвіжіших сезонних продуктів. Культ вина, сиру, молочних продуктів, салатів, велика кількість риби і морепродуктів, легкі десерти і використання оливкової олії – ось те, що відрізняється південно-європейську кухню.

Центрально – Європейська кухня. Сюди відносять кухню Чехії, Угорщини, Польщі, Словаччини, Словенії та Румунії, а також частково Німеччини та Австрії. Справа в тому, що кухні цих країн сформувалися під величезним впливом німців та австрійців. Тому вони дуже схожі і практично невіддільні одне від одного. У великій кількості готується м'ясо, зокрема, свинина і птиця, ковбаски, сосиски, готуються гарячі овочеві страви. Також характерна випічка, домашня і якісна, невелика кількість приправ.

Східно - Європейська кухня. Дуже цікава група європейської кухні, особлива тим, що об'єднала дуже різні кухні: України, Грузії, Росії, Молдавії,Татар, Болгар, Вірмен і Білорусів. Вони дуже відрізняються між собою. Грузинська і вірменська кухня більш пікантні, гострі, з великою кількістю приправ, м'яса, горіхів і фруктів. Наша ж кухня більш спокійна,

відрізняється переважанням овочевих страв, безліччю виробів з тіста, великим асортиментом супів і використовуваних круп.

Західно - Європейська кухня. Сюди входять кухні Голландії, Франції, Швейцарії та Бельгії, і частково Німеччини та Австрії. Це сири, салати, паштети, в рівній мірі використовується і м'ясо, і риба. До їжі часто подають вино або пиво, а кулінарна культура практично виключає швидке споживання їжі і наявність фаст-фуду. Саме у Франції з'явився суп з прозорим бульйоном, а сир має значення не тільки інгредієнта або закуски, а й десерту. Європейська кухня дуже популярна у всьому світі.

Список використаних джерел:

1. https://pidruchniki.com/1065091352896/turizm/rozvitok_kulinarnogo_mistetstva
2. https://ukrbukva.net/113010-Evropeiyskaya-kuhnya-assortiment-tehnologiya-prigotovleniya-i-oformleniya-holodnyh-blyud-i-zakusok.html
3. https://klopotenko.com/uk/cuisine/yevropejska/

УДК 640.4

Дмитришин Юлія
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль
викладач вищої категорії

КОМАХИ - ЇЖА МАЙБУТНЬОГО

У міру зростання населення зростає й необхідність пошуків нових джерел їжі - перш за все, протеїну (окрім традиційних м'яса, риби і лабораторного білка). Вживання комах вважають одним з таких альтернативних варіантів, оскільки це не шкодить екосистемі, а також тому що комахи доступні і поживні. Тому, метою роботи є здивувати новими можливостями вирішення продовольчих криз на планеті.

Комахи, в порівнянні з домашньою худобою і рибою, є більш надійним джерелом їжі. Їх є достатня кількість: на кожну людину на землі припадає 40 тонн комах. Також комахи мають вищу харчову продуктивність, ніж домашня худоба (це означає що вони споживають менше ресурсів для виробництва тієї ж кількості поживних речовин) і виробляють менше парникових газів. Як один з видів фаст-фуду (так люди ставляться до них в таких країнах як Таїланд), комахи є більш прийнятним джерелом їжі з огляду на затрати води та інших ресурсів необхідних для їх розведення. Крім того, вони є досить поживними: багаті на протеїн, мають мало жирів і холестерину, містять багато кальцію та заліза. [1]

Якщо згадати, що релігійні книги писалися стародавніми народами, то цікаву деталь знаходимо у Старому Заповіті: «Of them you may eat: the locust of any kind, the bald locust of any kind, the cricket of any kind, and the grasshopper of any kind» (книга Левіт) — «Цих з них їсти можете», і далі про сарану, цвіркунів та коників (несподівано, як для християнства, чи не так?) Та не лише у стародавніх народів їжа складалася в тому числі з комах. Науковці в Університеті Вісконсину з'ясували, що цвіркуни в меню — це запорука зростання корисних бактерій кишківника та сповільнення процесів запалення.

На сьогоднішній день, при зростаючій загрозі дефіциту їжі, робляться зусилля ввести в норму концепцію ентомофагії - споживання в їжу комах. У 2012 році "Продовольча та сільськогосподарська організація ООН" (FAO), опублікувала список з більш ніж 1900 видів їстівних комах. Європейський Союз, зі своєї сторони, запропонував своїм державам-членам три мільйони доларів на дослідження використання комах в кулінарії. У 2013 року продовольча та сільськогосподарська організація ООН оприлюднила доповідь на 200 сторінок під назвою «Комахи, придатні для споживання у їжу». Є ще одна схожа книга — «Комахи світу, придатні для їжі». Її надрукував Токійський університет сільського

господарства. Ентомолог Джин Дефоліарт видав інформаційний бюлетень про користь та можливості споживання комах. Японці знайшли 2140 таких комах на планеті.

Розведення комах потребує менше площі, менше води, менше часу. Кількість білків, котрі людина може отримати від комах, дорівнює тому, що людство отримує від корів. При цьому комахи їдять у 12 разів менше. Вживання більшості кількості комах у раціон людини допоможе людству побороти проблему голоду.

За даними ООН – понад два мільярди людей у всьому світі харчуються комахами. Переважно в Азії та Африці. Та якщо там – це, здебільшого, норма, то у середньостатистичного європейця сама лише думка про хробака на обід частіше викликає відразу ніж апетит. Однак це питання часу – переконаний професор Ейленберг і проводить паралель між комахами та суші. Каже, 30 років тому суші у Європі були скоріше рідкісним делікатесом і мало хто ризикував їсти сиру рибу. Тоді як зараз традиційну страву японської кухні можна купити у будь-якому європейському супермаркеті, не кажучи вже про численні японські кафе та ресторани. [2]

У світі вже давно існують компанії, які займаються розведенням комах виключно для використання в їжу.

Наприклад, «Ферма долини Коало». Це перша Каліфорнійська ферма, де розводять їстівних комах. На ній розводять тисячі голів «мікро-скоту» – цвіркунів та борошняних черв'яків. Ферма більше схожа на невелике складське приміщення в промисловій зоні Ван-Найс (передмістя Лос-Анджелесу).

Якщо в Каліфорнії розводять цвіркунів, то у Мексиці полюбляють коників. Ці комахи схожі між собою, але цвіркуни всеїдні, а коники – вегетаріанці. В Мексиці коники – шкідливі комахи, бо вони систематично знищують врожаї на фермах. Але деякі фермери знайшли на них управу і зробили вирощування коників ще одним своїм бізнесом. [3]

Ще одна ферма комах де вирощують на продаж цвіркунів і лялечки метеликів. розташовується в Таїланді в передмісті Паттайї Хуай Яй. Вона поставляє продукцію на місцеві ринки, де її купують тайці і туристи з усього світу.

В раціон значної частини населення світу вже зараз входять комахи. Гусінь і сарана користуються популярністю в Африці, оси – делікатес в Японії, а в Таїланді дуже полюбляють цвіркунів. Але комахам знадобиться кардинально змінити імідж, щоб стати більш апетитними для гидливих європейців і північно американців. «Вони стануть популярними, коли ми відкинемо слово «комахи» і почнемо використовувати щось на кшталт «міні-худоби»

Список використаних джерел:

1. https://harchi.info/articles/yizha-maybutnogo
2. https://www.radiosvoboda.org/a/30439919.html
3. https://vgolos.com.ua/news/yizhu-majbutnogo-vyroshhuyut-na-spetsialnyh-fermah_227534.html

УДК.640.4

Петрук Лідія
ДВНЗ «Тернопільський коледж
харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль
викладач вищої категорії

АСПЕКТ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО УСТАТКУВАННЯ МОЛЕКУЛЯРНОЇ КУХНІ ТА Ф'ЮЖН-КУЛІНАРІЇ В РЕСТОРАНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Ресторанне господарство є однією з важливих і дисциплінарних галузей економіки.Сучасні підприємства ресторанного господарства активно використовують інновації в приготуванні їжі, впроваджують різне за принципом дій і конструктивним використанням устаткування, пропонують велику кількість нових послуг і продукції.

Ресторанне господарство в сучасних умовах є бізнесом, який стрімко розвивається. Важливою складовою розвитку є застосування інноваційних технологій.

Стаття присв'яченна порівняльному аналізу застосування сучасних тенденцій кулінарного мистецтва в закладах м. Тернополя та шлях впровадження інноваційного устаткування молекулярної кухні та ф'южн-кулінарії.

Детально розкрита необхідність введення інноваційних підходів до виготовлення кулінарії продукції в закладах ресторанного господарства.

Основним елементом сучасного кулінарного являється ф'южн-кулінарія та молекулярна кухня. Ф'южн – це симбіоз кількох культур не лише в одній кухні, але і в одній виготовленій страві. Цей метод в кулінарії об'єднання у себе все краще з традицій Сходу і Заходу, та гармонійно поєднав смаки, стилі, інгредієнти та кулінарні традиції популярних кухонь світу.

Мета молекулярної кухні полягає в тому, що в процесі приготування страв заклади ресторанного господарства використовують новітні технології і досягнення молекулярної хімії, для отримання страви незвичайної консистенції та яскравих смакових якостей.

На сьогодні молекулярна кулінарія набула високого рівня розвитку та досягла статусу мистецтва за рахунок багатьох факторів:зростання споживчого попиту, випуску кулінарної продукції з використанням сучасних інноваційних технологій для розширення смакових якостей страв.Основні прийоми ф'южн кухні: обробка продуктів рідким азотом, емульсифікація (змішування нерозчинних речовин), стефікація, желювання збагачення вуглекислотою або карбонізація, вакуумна дистиляція.

Експерти вважають, що українські заклади ресторанного господарства розвиваються динамічно, збільшилася їх кількість, покращився зовнішній вигляд і асортимент страв і напоїв.

Особливістю молекулярної кухні є те, що завдяки їй можна розширити смакові якості страви. Серед послідовників нового внесення є відомі кухарі, як Девід Кікілус (ресторан DK, Київ), ресторан «Кчайпа», Київ. У закладах ресторанного господарства міста Тернополя таких як: дружня ресторація «МАМОНТ», ресторан «Балагур», ресторан «Тропік», ресторан «GardenHall». Явно прослідкується застосування нових форм кулінарного мистецтва.

Важливим фактором закладів навчання є підготовка і переорієнтація вузькоспеціалізованих фахівців з числа студентів та кухарів закладів ресторанного господарства.У зв'язку з цим важливим завданням професійної підготовки майбутніх працівників ресторанної справи є удосконаленням та запровадження нових методик і технологій навчання в опануванні молекулярної кулінарії. Такий рівень кваліфікації можна досягти тільки при організації різноманітного, професійного навчання, з використанням передових технологій, що дозволяють успішно застосовувати отриманні знання, вміння, навички для вирішення виробничих завдань, у своїй професійній діяльності, бути конкурентоспроможним на ринку праці, постійно підвищуючи свій професійний рівень у кулінарії. Дуже важливими вимогами є професійна компетентність, розвинені смакові властивості, естетичний смак, якісне приготування кулінарної продукції, професійна самостійність, творче ставлення до роботи, раціональне використання продуктів харчування і інноваційного устаткування молекулярної кухні та ф'южн кулінарії.

У закладах міста Тернополя популярна українська та європейська кухня з сучасним новими актуальними інгредієнтами, різноманітними оліями, соками фруктів, свіжими: плодами, ягодами, фруктами, овочами, травами.

Провівши дослідження можна зробити висновок про позитивний розвиток ф'южн-кулінарії та молекулярної кулінарії у закладах ресторанного господарства міста Тернополя.

Ми можемо стверджувати, що розвиток кулінарного мистецтва зростає по всіх популярних кухнях світу.

Список використаних джерел:

1. Архіпов В.В. Ресторана справа: Асортимент, технологія і управління якістю продукції сучасному ресторані: Навчальний посібник. – К.: Фірма «ІНКОС»,
Центр навчальної літератури, 2011-584с.
2. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: Підручник для ВУЗів / За ред. Н.О. П'ятницької. – 2ге вид. перероб. та допов. – К.: Центр учбової літератури, 2011-584с.

УДК 640.4

Бецля Христина
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль
Науковий керівник: ***Гураль Ульяна***
викладач-методист

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ СТИЛЮ “ ФЬЮЖЕН” В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Фьюжн – це стиль повної рівноваги і гармонії, а також дуже смачна оригінальна і здорова кухня. Ця кухня для тих хто, втомився від копсерватизму і полюбляє новизну. Використання модного сьогодні в кулінарії стилю багато в чому передбачає застосування диверсифікація (від англ. Diversify – різноманітність). Тепер диверсифікацією можна назвати практично будь-яке несподіване нововедення в нашій кухні , умовно можна розділити диверсифікацію в кулінарії на наступні види:

Види диверсифікації:

1. Зовнішна диверсифікація
2. Внутрішна диверсифікація
3. Диверсифікація в способі подачі
4. Диверсифікація сервісу

Зовнішня диверсифікація

Почнемо з поняття зовнішня диверсифікація. В її основі лежить прийом , при якому зовнішній принцип однієї страви творчо використовуються в іншому. При цьому страви одного розряду при зміні інградієнтів переходить в інший розряд, при цьому зберігаючи форму подачі . Щоб стало зрозуміло, розглянемо приклад. Салат «Наполеон» в основі страви – « принцип Наполеона». Всім відомий торт з такою назвою і його відмінна риса- це маса тонких коржів , прослоєних кремом. Цей принцип переноситься в салат: беруться найтонші коржі або найтонші скибочки відвареного тіста, між ними кладеться шарами салат, зверху все прикрашаємо овочами і зеленню.

Внутрішня диверсифікація

Основа методу- трансформація зовнішнього вигляду страви. Як правило, при приготуванні страв змінам піддається не склад інградієнтів, а їх консистеція, наприклад, готуємо суп і розріджуємо його – отримуємо соус.

Диверсифікація в способах подачі

Головне в цьому виді – використання посуду не за звичним призначенням, а в іншому, новій якості. Приклад використання методу диверсифікації в способах подачі можна знайти безліч : застосування цукорниць для подачі жульєну- зручно їсти , керамічна кришка цукорниці добре тримає тепло.

Диверсифікація сервісу

Це творче використання ідеї красивих ритуалів подачі одних страв в подачі страв інших розділів. Уявіть собі шикарний ресторан . Приходить гість , читає меню , вибирає блюдо і замовляє суп «консоме з теплим лососем» і чекає, що йому принесуть суп, де будуть плавати шматочки лосося . Але перед ним ставлять тарілку , на якій стоїть супова , але самого супу немає!

Основний принцип кухні «Фьюжн» - змішання. Це своєрідна «філософія кулінарії», в якій важливо розуміти сполучуваність продуктів і інтуїтивно відчувати « смакову» гармонію. Всі продукти, зібрані в одному Фьюжн – блюді, повинні поєднуватися не тільки за смаком , але і за своєю структурою , бути підібраними одна до одної і не «конфліктувати» .

Практика складання кухні Фьюжн останній час дає можливість вивести наступні правила композиції. У кухні можуть бути використанні майже всі відомі людству харчові продукти і їх найсміливіші поєднання. Однак ці поєднання зовсім не повинні бути довільними – продукти повинні бути сумісні в смаковому відношенні. Можна поєднувати овочі, фрукти, м'ясо та дичину, якщо воно сумісне за смаком, і не можна поєднувати навіть два види овочів, якщо вони несумісні. Укладач меню повинен мати почуття міри, смаковим тактом імбез всяких рецептів і розпоряджень відчувати, що можна і чого не можна класти в блюдо. Перш ніж складати блюдо , треба перевірити, чи співвідноситься воно з оточуючими стравами. Всі ці загальні правила досвідчений кухар, звичайно, доповнює десятком інших, підказаних його власної спостережливістю і культурою, а також конкретною ситуацією. При цьому основним є правило , що кожне блюдо кухні Фьюжн вимагає індивідуального підходу і уваги.

Одним інградієнтом можна легко зіпсувати враження від обіду , бо перший шматок, кажучи словами російського прислів'я – розбійник. Він створює настрій, атмосферу їжі. І щоб вона була сприятливою, дуже важливо правильно підібрати інградієнти до кожної страви. Цей стиль не передбачає ніяких формул і правил- тільки почуття, досвід і можливість кожного конкретного шеф- кухаря. Фьюжн – це завжди рух . Людина, яка захоплюється Фьюжн може поїхати по всьому світу і не знайде схожих блюд. Це схоже на витвір мистецтва і кожен шеф творить його сам. Дуже важливо для Фьюжн,що під час їжі смак кожного інградієнта в страві окремо помітний, але потім всі компоненти зливаються, і гарантують масу вражень і нових емоцій. Безумовне правило для кухні Фьюжн – свіжість і якість використовуваного продукту. Фьюжн – перш за все компроміс. Секрет моди кухні в тому, що вона передбачає використання тільки якісних і свіжих продуктів.

Список використаних джерел:

1.Збірник рецептур блюд і кулінарних виробів для підприємств суспільного харчування. - М.: Хлебопродинформ, 1996, 1997. Збірник технологічний нормативів.

2. Збірник рецептур блюд і кулінарних виробів національних кухонь народів Росії. - М., МП "Вика", 1992.

3. Збірник рецептур блюд і кулінарних виробів для підприємств суспільного харчування. - М., Економіка, 1981.

4. Ковальов Н. И., Куткина М. М., Кравцова В. А. Технологія готування їжі. - М.: Ділова література, 1999.

5. Павлова Л. В., Смирнова В. А., Практичні заняття за технологією готування їжі. - М., 1988.

УДК 640.4

Морозова Валерія

ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»

м.Тернопіль

Науковий керівник: ***Головчинська Руслана***

спеціаліст першої категорії

ОСОБЛИВОСТІ ТРАДИЦІЙ ТА КУЛЬТУРИ СПОЖИВАННЯ СТРАВ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

Українська кухня відрізняється своєю неповторністю та оригінальністю. Іноземні туристи їдуть до України, щоб почастувати страви, які не зустріти у жодній країні світу. Кожен регіон відрізняється своїми стравами. Система харчування складається з сукупності певних ознак традиційно-побутової культури етносу: набір харчових продуктів, способів їх обробки і приготування страв, харчові обмеження, заборони й переваги, режим повсякденного харчування, асортимент обрядових страв, звичаїв, пов'язані з приготуванням і споживанням їжі.Ха рчування українців, як і інших народів, формувалося у значеній залежності від природно-географічних умов і зумовлених ними напрямів господарської діяльності.

Як відомо, їжа є одним з важливих елементів традиційної матеріальної культури кожного народу, адже саме в ній відбито народний побут, господарювання людей, їх смаки та уподобання. Досліджуючи українську кухню, все більше переконуєшся у тому, що наші знання обмежені й узагальнені. Розуміння приходить тільки під час подорожей регіонами України, коли вивчаєш старовинні рецепти, порівнюєш продукти і техніки приготування, досліджуєш шлях продукту від витоків до сучасності. Саме в таких поїздках знаходиш підтвердження того, що в Україні є яскраво виражена регіональна кухня. Вона має свій характер, свої смаки, своє забарвлення. Як різнокольорові орнаменти на вишиванках, що характерні для кожного регіону України, сьогодні перед нами відкривається регіональна кухня.

Ось декілька прикладів як харчувались та харчуються різні регіони України

*Подільська кухня***.** Вона мультинаціональна. На території більшості селищ, які сьогодні складають Вінницьку, Хмельницьку області, а також частину Придністров'я, проживало багато євреїв, особливо до Другої світової війни. Завдяки спритності будь-якої єврейської господині кухня була дуже смачною, яскравою, різноманітною. на Поділлі ми знайдемо рецепти та кулінарні техніки, властиві традиціям різних етнічних груп, – тут буде вдосталь і єврейського, і польського, і чеського, і навіть вірменського впливу. Вірмени дуже вплинули на подільську кухню, особливо що стосується методики приготування м'яса, маринадів і ферментації продуктів. Кухня Поділля — це, перш за все, багато фруктів і ягід у дуже незвичному виконанні. Якщо ми говоримо про яблуко, то тут з нього готували все, починаючи від супів і закінчуючи ферментованими і квашеними яблуками. Їх подавали до всього. Тут готують смалець зі смаком яблука та смалець на вишнях. Оригінальні поєднання одного з іншим — це класика Поділля

Галицька кухня, невід'ємною частиною якої є кухня львівська, - історичний факт, що відбувся. Основа кухні— це традиції та смаки народів, що століттями жили на цій території Східної Європи. Кожний період привносив свої особливості. Оселення тут вірмен та греків спричинило появу середземноморських і східних фруктів, прянощів і трав. Угорці принесли любов до вина та гострих спецій у перших стравах. Євреї доклались до створення чи не половини галицьких страв. Проте головними носіями традицій стали українці та поляки як найбільші за чисельністю та впливом народи. У Галичині велику увагу приділялось не лише приготуванню їжі, але й подачі страв на стіл. Родини берегли з покоління в покоління скатертини, порцеляновий посуд, столове срібло. Панувала висока культура споживання їжі, спілкування у колі родини за обіднім столом. Особливістю галицької кухні також завжди була ощадність - їжу викидати не годилося. Це можна прослідкувати в старих переписах - торт із сухарів, клюски, запечені з яблуками чи капустою, гречаники та багато інших страв, де використовувалися надлишки (каш, клюсок, тощо..) Основою кухні в Галичині, від Кракова і до Тернопілля, були крупи та страви з них.

Поліська кухня. Українські традиційні страви вважаються справжньою культурною спадщиною з давніх-давен. Поліська кухня відокремилась за рахунок особливого північного географічного розташування, адже готували з того, що росло і паслось на місцевості. Існує безліч традиційних страв, назви яких інколи навіть складно пояснити. Для готування служили залізні чугуни різних розмірів, глиняні горщики.На стіл подавали в глиняних мисках, їли дерев'яними ложками власного виробництва.

Буковинська кухня. З давніх пір кухня Буковини уособлює в собі гармонійне поєднання багатьох гастрономічних традицій всіх народів, котрі впродовж віків проживали на її території. Українська та румунська кухні завжди користувалися великою популярністю, проте страви єврейської, польської та австрійської традицій теж мали численних прихильників.Буковинці і досі смакують майстерно приготованою фаршированою рибою та маїною, тобто рулетом з локшиною та м'ясним фаршем. Саме ці страви, запозичені з єврейської кухні, нині рахуються бенкетними.

Отже, народне харчування українців вважають культурним феноменом. Наша національна кухня – одне з надбань матеріальної культури народу, важливий її складник.

Список використаних джерел:

1. Інтернет – джерело: http://7piggies.com.ua/regionalni-stravi-ukra%D1%97nsko%D1%97
2. http://zarichchia.blogspot.com/2015/04/blog-post_25.html
3.http://www.firtka.if.ua/blog/view/tradicijna-kuhna-ukraini-cim-prigosaut-u-riznih-regionah101198

УДК 640.4

Мазурик Христина, Грицан Христина
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль
Науковий керівник: ***Ткач Наталія***
викладач першої категорії

АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ГЕННО-МОДИФІКОВАНИХ ОРГАНІЗМІВ ТА ХАРЧОВИХ ДОБАВОК У РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ ЗАКЛАДІВ ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ

Посилене занепокоєння продовольчої безпеки на національному та міжнародному рівнях зумовлене, першочергово, розширенням спектру шкідливих впливів, які зумовлені внаслідок погіршення екологічної ситуації, створення модифікованих видів харчової сировини, використання широкого спектру пестицидів та отрутохімікатів для боротьби з бур'янами, шкідниками і хворобами на посівах сільськогосподарських культур, застосування гормональних препаратів для вирощування тварин, птиці та риби, а також використання широкого асортименту стабілізаторів, ароматизаторів, барвників та інших хімічних речовин для виготовлення продуктів харчування.

Відтак виникає питання, чи потрібно Україні узаконювати або не узаконювати виробництво генетично модифікованої продукції? Якщо об'єктивно оцінювати ситуацію, то очевидно, що варто відмовитись від виробництва та споживання генно-модифікованої продукції з декількох вагомих причин:

1. відсутність в Україні глибинних досліджень щодо корисності чи шкодо чинності продуктів харчування, створених за участю ГМО;
2. погіршення стану здоров'я населення;
3. досить високий рівень виробництва продукції рільництва, що вивело Україну в число найбільших експортерів рослинницької сировини.

Що ж таке ГМО? Генетично модифікований організм (ГМО) — це організм, генотип якого було змінено за допомогою методів генної інженерії. Генетична модифікація

відрізняється від природного та штучного мутагенезу саме направленою зміною генотипу. При цьому генетичний матеріал переносять з одного організму в інший, використовуючи рекомбінантних ДНК. Якщо при цьому ДНК, яку переносять, походить з іншого виду, отримані організми називають трансгенними.

Найчастіше ГМО зустрічаються у бобових, картоплі, томатах, кабачках, буряках, виробах з пшеничного борошна, соняшниковій олії, рисі, моркві, цибулі та інших продуктах. І саме ця сировина широко використовується у закладах ресторанного господварства. Переважна більшість харчових добавок сьогодні створюються за допомогою ГМО. Найбільш широко відомі приклади - аспартам, дріжджі. Насправді, багато видів добавок можуть містити інгредієнти, отримані з використанням ГМО.

Перші трансгенні продукти почала виробляти американська корпорація «Монсанто» і у 1988 році вони вже були на світовому ринку. Сьогодні трансгенні продукти харчування виготовляють декілька основних транснаціональних корпорацій: «Монсенто», «AgrEvo», «Aventis», «Novartis», «Du Pont».

Вони мають свої представництва в багатьох країнах всіх континентів. Сьогодні розроблено більше 120 видів генетично модифікованих рослин. Найближчим часом на ринок надійдуть інші генетично модифіковані овочі, зокрема, капуста білоголова і брокколі, морква, цикорій, баклажани, салат, перець, горох, кавун, а також ячмінь, пшениця, цукрова тростина, журавлина, виноград, малина, полуниця та ін. Крім трансгенних рослин є й транс генні тварини, яких вирощують в США, в Нідерландах. В організмі тварин виробляється білок, який використовується для виробництва ліків.

Прихильники ГМО вважають: немає великої різниці, що саме ми їмо. Але насправді все далеко не так. Вчені надзвичайно стурбовані небезпекою ГМО для навколишнього середовища, продовольчої безпеки, здоров'я людини і тварин та вимагають мораторію на розповсюдження ГМ-організмів у відповідності з попереджувальним принципом. Ще у 2000 р. був опублікований відкритий лист, адресований всім Урядам – звернення вчених світу, занепокоєних все більш широким використанням для цілей харчової індустрії генетично модифікованих організмів. Лист підписали 828 вчених із 84 країн. В ньому вчені висловлюють свою стурбованість у зв’язку з небезпекою, яку ГМО представляють для біологічної варіативності – різновиду форм життя в даній екологічній системі або в цілому на Землі.

Проблема ГМО та ризики від використання трансгенних рослин для здоров’я людини остаточно ще не доведені. Немає єдиної думки світових вчених щодо негативного впливу ГМО. Одні вважають, що ГМО – це безпечно, інші – що трансгенні рослини викликають алергічні реакції, онкологічні захворювання, шлунково-кишкові розлади тощо [2, 3, 4]. Останнім часом в ЄС все більше уваги приділяється оцінці ризику від використання ГМО в харчовому ланцюзі людини. У 2014 році були проведені дослідження, за участю європейської організації EFSA, направлені на оцінку ризику ГМО на організм людини [2, 3]. Дослідження проводилися у 6-ти країнах Європи протягом трьох місяців. Для цього в щоденний раціон людей різних вікових груп (від 3-х місячного віку до 75 років) було введено по 50 г кукурудзи у вигляді випічки та пластівців, яка містить ГМО у кількості 5,07 мг/кг. Результати досліджень показали, що при щоденному вживанні ГМ-кукурудзи у раціон особами різних вікових груп протягом зазначеного періоду розвивається хронічний ризик. Про що це може свідчити? Якщо особи, які до вживання ГМ-кукурудзи не страждали алергічними реакціями, то в них може виникнути ризик появи алергій у подальшому [3].

Як розпізнати ГМО продукти? Для оцінки безпеки генетично модифікованої продукції використовується загальноприйнятий метод порівняння з природним аналогом, що найбільш схожий за властивостями. Якщо нема розбіжностей з природним аналогом на молекулярному рівні та не знайдено токсичних речовин, продукції присвоюється перший клас безпеки, що не потребує подальших обстежень. У разі ж виявлення певних розбіжностей – другий клас безпеки, і дослідження фокусуються саме на цих відмінностях.

Якщо ж спостерігається абсолютна розбіжність, продукцію відносять до третього класу безпеки і проводять експертизу далі.

За запахом і смаком ГМ інгредієнти виявити неможливо. Але споживачів повинні насторожити ідеально рівні помідори чи картопля, глянцеві, як на малюнку яблука чи інші фрукти, неприродних розмірів полуниця з виглядом щойно зібраної з грядки. Якщо на маркуванні вказано, що продукт вироблений в США і в його склад входить соя, кукурудза, картопля, то ймовірно він містить ГМ компоненти. Якщо на етикетці є надпис «рослинний білок» - швидше всього він містить сою і вірогідніше – трансгенну. Часто ГМО можуть ховатися за індексами Е. Однак це не означає, що всі добавки Е містять ГМО. Зазвичай, необхідно знати в яких Е можуть міститися ГМО, серед них такі: Е322; Е101; Е101А; Е150; Е415; Е153; Е160d; Е161с; Е308-9; Е471; Е472а; Е473; Е475; Е476b; Е479а; Е570; Е572; Е573; Е620; Е621; Е622; Е633; Е624; Е625; Е951.

У закладах швидкого харчування реалізується продукція із сільськогосподарської сировини, що вирощується по трансгенних технологіях, оскільки вона має краще споживчі характеристики. Крім того, вона має більш тривалі терміни зберігання, менш піддаються псуванню та ін. В Україні майже не ведеться контроль за виготовленням та реалізацією трансгенної сировини, основним нормативно-правовим документом регулювання обігу ГМО в Україні є Закон України No 1103 від 31.05.2007 року «Про державну систему біобезпеки при створенні, випробуванні, транспортуванні та використанні генетично модифікованих організмів», прийнятий з метою імплементації в законодавство України основних принципів Картахенського протоколу про біобезпеку. Але, як показує практика, дієвий механізм регулювання ГМО, особливо в аспекті його реєстрації, фактично відсутній. Як показують результати дослідження в обігу на ринку нашої країни присутні різні види ГМО.

Список використаних джерел:

1.https://www.sworld.com.ua/simpoz1/122.htm

2.Ewen SW. Health risks of genetically modified foods / Ewen SW, Pusztai A. // Lancet. – 1999. – Vol. 354. – No9179. – P.684.

3.Guidance on the EU menu Methodology / European Food Safety Authority// EFSA Journal. – 2014 – Vol.12 (12):3944 – 77 pp. doi: 10:2903/ j.efsa. 2014. 3944.

4. Bernstein JA. Clinical and laboratory investigation of allergy to genetically modified foods / Bernstein JA, Bernstein IL, Bucchini L// Environ Health Perspect. – 2003. – Vol.111. – No8. – .1114–1121 pp

УДК 640.4

Гетьман Мар'яна
Київський національний торгово-економічний університет
м. Київ

ЗАСТОСУВАННЯ НОВІТНІХ СПОСОБІВ ТЕПЛОВОЇ ОБРОБКИ В ЗРГ

"Sous-Vide" — це метод приготування їжі, в якому їжа, запакована під вакуумом в полімерний пакет або скляну банку, готується на водяній або паровій бані протягом тривалого часу (значно довше ніж час приготування традиційним способом, зазвичай від 1 до 7 годин, а в деяких випадках до 48, або більше) та при суворо контрольованій температурі. Температура значно нижче, ніж зазвичай використовується для приготування їжі, як правило, близько 55-60 °C для м'яса, та дещо вище для овочів. Намір полягає в тому, щоб готувати продукт рівномірно, гарантуючи, що він буде правильно приготований всередині та не перетриманий зовні, і утримає вологу.

Технологія приготування страв за низької температури вперше була описана Бенджаміном Томпсоном, графом Румфорд в 1799 році.

Метод був використаний Жоржем Пралю (фр. GeorgesPralus), французьким шеф-кухарем, в 1974 році в ресторані Труагро (П'єра і Мішеля Труагро) в місті Роан, Франція. Він виявив, що фуа-гра приготована таким способом, зберігає свій первісний вигляд, не втрачає надмірно жир і має кращу текстуру.

Для реалізації технології**"SousVide"** на практиці необхідно всього два основних елементи це:

1.Нагрівач.

2. Регулятор температури.

Для розуміння повного спектру обладнання для реалізації технології**"SousVide"**розглядають п'ять основних кроків.

Підготовка інгредієнтів:

2. запаковування;

3. вибір температурного режиму "SousVide";

4. вибіртимчасового режиму "SousVide";

5. зберігання і сервіровка.

Існує кілька варіантів герметичної упаковки:

1. **Ziplock** пакети. Виходячи з того, що для реалізації технології **"SousVide"**, важлива не стільки компресія продукту, а температура, то **ziplock** буде не менше ефективний, ніж вакуумний пакет. Але даний варіант краще використовувати для нетривалого приготування і приготування при невисоких температурах (не вище 65С).

2. Обгортання в харчову плівку допустимо, але при недовгих тимчасових процесах.

Приготування на сковороді вок. Цей вид посуду здавна широко використовується в азійській кухні. Наразі завдяки неабиякому приділенню уваги до кухні Сходу вок активно застосовують і в європейських ресторанах. Завдяки сферичній формі сковороди й високій температурі нагрівання продукти, нарізані невеликими шматочками, майже моментально прогріваються в найгарячішій точці та швидко доходять готовності.

"Соте". Це назва прийому кулінарної обробки має французьке походження. Полягає він у миттєвому опусканні продукту в невелику кількість киплячого масла з метою руйнування клітинних структур. Цей термін має кілька значень, і одне з них – "стрибати" або "підкидати".

"Деглясування". Після смаження продукту (зазвичай м'яса або птиці) його видаляють зі сковороди, жир зливають, наливають міцний бульйон, вершки, сік, вино або коньяк й уварюють суміш. Цей процес, за якого екстрактивні речовини розчиняються в рідині, називається деглясуванням або деглясе.

Папільйот – спосіб теплової обробки, що передбачає приготування їжі, загорненої в папір. Останнім часом папір почали заміняти фольгою або термостійкою вініловою плівкою, іноді – спеціальними пластиковими пакетами. Такий метод використовується, якщо потрібно максимально зберегти природну вологість продукту, сік та ароматичні речовини.

Фламбування– це підпалювання кулінарного виробу, до складу рецептури якого входить алкогольний компонент.

Список використаних джерел:

1. Мостова Л.М., Новікова О.В., Ракленко І.М. Організація обслуговування в ресторанному господарстві: підручник. Харків: Світ Книг, 2018. 657

2. Новікова О.В., Радченко Л.О., Вінніченко К.П., Льовшина Л.Д., Пивоваров П.П., Чубар Л.І., Організація харчування та обслуговування туристів на підприємствах ресторанного господарства: Навчальний посібник. Харків: Світ Книг, 2018. 411 с.

3. Інна Дворська «Стратегічне управління продажами». *Ресторатор.* 2019/7-8. С.51-53.

4. ДжимСалливан, Фил Робертс.Сервіс, який продає: https://www.twirpx.com/file/453266 (дата звернення: 15.04.2020).
5. Олександр Мусатов «Методи продажів в ресторані». *Журнал «Ресторатор»* https://www.restorator.ua/post/metodi-prodazh-v-restorae дата звернення: 17.03.2020).

УДК 640.4
Устимович Ельвіра, Гардіяш Юлія
ДВНЗ «Тернопільський коледж
харчових технологій і торгівлі»
м.Тернопіль
Науковий керівник: ***Гаврилюк Галина***
спеціаліст вищої категорії

ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ КАРБОНОВИХ КИСЛОТ В ПРОДУКТАХ ХАРЧУВАННЯ

Харчування є важливим фактором для збереження здоров'я людини. При споживанні продуктів харчування виявляється їх корисність чи споживна цінність, зумовлена їх хімічним складом і властивостями.До складу більшості харчових продуктів входить цілий комплекс хімічних компонентів, серед яких, крім поживних, містяться різноманітні смакові речовини – харчові кислоти, естери, кетони, барвники, дубильні речовини, ароматичні сполуки та інші. Важливе значення для підтримки якості харчових продуктів, покращення їх властивостей мають харчові кислоти, зокрема карбонові.

Метою даної роботи є проаналізувати функції карбонових кислот в організмі людини; шляхи надходження карбонових кислот в продукти харчування; вплив харчових кислот на якість продуктів; використання та роль кислот, як харчових добавок; дослідити кислотність харчових продуктів.

Ми знаємо, що карбоновими кислотами називаються органічні сполуки, в молекулах яких містяться одна або кілька карбоксильних груп –СООН, сполучених з вуглеводневим радикалом. У мурашиній кислоті –СООН група з'єднана з атомом Гідрогену.

Основними джерелами харчових кислот є рослинна сировина і продукти її переробки. Органічні харчові кислоти, містяться у більшості видів рослинних харчових об'єктів – ягодах, фруктах, овочах, у тому числі в коренеплодах, листяній зелені. Разом з цукрами й ароматичними сполуками вони формують смак й аромат плодів і, отже, продуктів їх переробки[1]. Проаналізувавши різні дослідження, можна зробити висновок, що у складі більшості плодів та ягід є лимонна та яблучна кислоти. До поширених також відносяться щавлева, хінна, шикимова, фумарова, винна. По відношенню до загальної кислотності яблучна та лимонна кислоти містяться:

*яблучн*а - мандарини - до 20%; апельсини - 10 – 25, лимони і грейпфрути - до 5 %; кісточкові плоди - 50 – 90 %; яблука (кислі сорти) – більше 90%; виноград - 25 – 30%;
лимонна - ананаси - до 85 %;виноград - до 10%;суниця - 70 – 90%;смородина 85 – 90 %;
винна - виноград - 50 – 65 %.

Нами були проаналізовані шляхи надходження карбонових кислот (харчових кислот) в продукти та в сировину. Серед них ми виділили три :

- містяться в більшості рослин, формуючи смак і аромат плодів і продуктів їх переробки;
- утворюються в результаті біохімічних та технологічних процесів;
- вводяться в харчову систему як харчові добавки.

Якість харчового продукту є інтегральною величиною, що включає, окрім органолептичних властивостей (смаку, кольору, аромату), показники, що характеризують його колоїдну,

хімічну і мікробіологічну стабільність.Формуванняякості продукту здійснюється і на усіх етапах технологічного процесу його отримання. Багато технологічних показників, що забезпечують створення високоякісного продукту, залежить від активної кислотності (pH) харчовоїсистеми [1].Сучаснідослідженняпоказують, що величина pH має вплив на наступні технологічні параметри:

– утворення компонентів смаку і аромату, характерних для конкретного виду продукту;

– колоїдну стабільність полідисперсної харчової системи (наприклад, колоїдний стан білків молока або комплексу білково-дубильних сполук в пиві);

– термічну стабільність харчової системи (наприклад, термостійкість білкових речовин молочних продуктів, що залежить від стану рівноваги між іонізованим і колоїдно розподіленим фосфатом кальцію);

– біологічну стійкість (наприклад, пива і соків);

– активність ферментів;

– умови росту корисної мікрофлори і її вплив на процеси дозрівання (наприклад, пива або сирів).

Ми проаналізували використання карбонових кислот як харчових добавок в різних продуктах (50 найменувань продуктів). Наприклад: ковбаса варена вищого сорту «Кременчук м'ясо» - Е300, Е330 - аскорбінова , лимонна кислоти; ковбаса «Олів'є» першого сорту - Е300, Е330 - аскорбінова і лимонна кислоти;плавлений сирок «Весела корівка» - Е330 - лимонна кислота;сік «Sandora» мультифруктовий – Е330 - лимонна кислота;шампіньйони консервовані - Е460- оцтова кислота;томат «Королівський смак» домашній – Е330 – лимонна кислота і ін. Із одержаних даних можна зробити висновок, що оцтова, лимонна кислоти є найбільш використовуваними . Отже, використання карбонових кислот як харчових добавок досить велике. В основному їх використовують як консерванти, вологоутримуючі агенти, регулятори кислотності, антиокисники.

Ми також досліджували кислотність деяких продуктів. Кислотність прийнято оцінювати двома показниками- загальною (титрованою) і активною кислотність (pH). Загальна кислотність характеризується сумарним вмістом кислот і кислореагуючих речовин у продукті. Її визначення грунтується на нейтралізації розчинів досліджуваної речовини сильними лугами під час титрування. Для багатьох технологічних процесів вирішальну роль відіграє не загальна кислотність, а концентрація активного компонента, який вступає в реакцію, тобто іону Гідрогену. Концентрацію іонів Гідрогену в розчині називають активною кислотністю. Вона характеризується величиною pH. Від активної кислотності залежить активність ферментів, набухання біополімерів сировини, смакові відчуття кислоти. Її не можна визначити титруванням, оскільки в міру зв'язування лугом іонів Гідрогену з утворенням молекул нейтральної води нові молекули кислоти дисоціюють на іони, і це відбувається доти, доки вся кислота не буде дисоційована і зв'язана з лугом[2].

Ми порівнювали pH таких рідких продуктів: абрикосовий сік, грейпфрутовий сік, виноградний сік, вишневий сік, ананасовий сік, йогурт. Їх орієнтовну кислотність ми визначали колориметричним методом. Для орієнтовного визначення pH у світлих розчинах (виноградний, ананасовий сік та інших) ми використовували універсальний індикаторний папірець. Для визначення pH у темнозабарвлених розчинах(грейпфруктовий сік та інших) ми використали pH-метр. Нами було встановлено приблизні величини pH таких продуктів: абрикосовий сік- 2,8; грейпфрутовий сік – 3; виноградний сік- ≈3, вишневий сік – 3; ананасовий сік - ≈3.5; йогурт - ≈4.

Загальну кислотність ми визначали у хлібі з житнього борошна подовий «Подільський» та у батоні «Молочний» виробництва «Агробізнес». Кислотність хлібобулочних виробів визначають за ДСТУ 7045:2009 «Вироби хлібобулочні. Методи визначення фізико-хімічних показників» арбітражним або прискореним методами. Суть методів полягає у титруваннівитяжки, приготовленої з м'якушки хліба, розчином гідроксиду натрію або калію

в присутності індикатора фенолфталеїну. Кислотність в град. обчислюють за певною формулою лугом [2] .Обчислена нами кислотність становить: для житнього хліба – 6,5 град. (при нормі не більше 7); для батона - 2,5(при нормі до 3 град.). Одержані нами дані свідчать про те, що дані хлібобулочні вироби за кислотністю відповідають якості. Отже, кислотність продуктів визначається нормативними документами і є важливим показником якості продукції.

Таким чином, наші дослідження показують, що карбонові кислоти покращують якість продукту. З іншої сторони, використовувати їх як харчові добавки потрібно з дотриманням регламентованих норм.

Список використаних джерел:

1. Харчова хімія: навчальний посібник /Л.В.Дуленко, Ю.А.Горяйнова, А.В.Полякова,В.Д.Малигіна, І.В.Дітріх,Д.О.Борзенко. – К: Кондор, 2012. – 248 с.
2. Технохімічний контроль сировини та хлібобулочних і макаронних виробів: навчальний посібник/ за ред.. чл..-кор. НААН В.І.Дробот – К.: Кондор-Видавництво, 2015. – 972 с.
3. Інтернет-ресурси.

УДК 641.5.06

***Нагорняк Г.С.**, к.т.н, доц. ТНТУ ім. І. Пулюя,*
***Паляниця В.А.**, к.е.н, доц. ТНТУ ім. І. Пулюя,*
***Галицька І.Б.**, асист. ТНТУ ім. І. Пулюя*

ЗНАЧЕННЯ УСТАТКУВАННЯ ТА ПРОЕКТУВАННЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЯК ГОЛОВНИХ ДЕТЕРМІНАНТ ЇХ ЕФЕКТИВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

До фактору, що впливає на виробний процес у ресторанному господарстві, слід віднести ефективне проектування, пов'язане з обладнанням та устаткуванням (наявність сучасного обладнання та устаткування, необхідного для виконання технологічних операцій виробництва продукції та надання послуг). Даний фактор є важливим показником, який дає можливість об’єктивно оцінити рівень якості готельно-ресторанних послуг, тобто визначити рівень задоволення споживачів. На сьогодні складовою політики розвитку закладів ресторанного господарства є забезпеченість сучасним устаткуванням, від якого безпосередньо залежить якість приготування їжі та філософія організації харчування туристів, враховуючи традиції конкретної території, кулінарні особливості страв регіональної кухні, які готуються за давніми рецептами і не зустрічаються в інших меню. Кожна область в Україні готує власні, відмінні від інших страви та кулінарні вироби на основі сформованих особливостей технологій їх приготування.

На сьогодні торговельно-технологічне устаткування, що пропонується різними фірмами-виробниками, значно різниться якістю виробництва, надійністю та зручністю експлуатації й обслуговування. Тому проектуючи заклад ресторанного господарства при виборі устаткування йоготипповинен відповідати технологічній схемі роботи закладу з урахуванням його цехового поділу, організації технологічних ділянок або ліній. Підбираючи устаткування, потрібно враховувати, що експлуатація устаткування має забезпечити: економію сировинних харчових ресурсів; мінімальні витрати енергії на одиницю продукції, що виробляються; високу ступінь автоматизації та відповідно мінімальні затрати ручної (фізичної) праці; надійність і довготривалість експлуатації кожної одиниці устаткування; дотримання вимог ергономічності та технологічної конструкції, що забезпечить максимальну зручність і безпеку при експлуатації, обслуговуванні та ремонті устаткування;

ремонтопридатність устаткування. При проектування поряд з вирішенням питання підбору та придбання устаткування повинна розглядатися і необхідність системного підходу до його експлуатації.

У наш час одним з найважливіших факторів, що визначають високоефективну та якісну роботу закладів ресторанного господарства, є впровадження та використання сучасного торговельно-технологічного устаткування. Загалом, сучасне устаткування характеризується різними ступенями технічної досконалості – від традиційних машин з ручним управлінням до апаратів з повним програмуванням технологічного процесу та його здійсненням в автоматичному режимі. Якщо вести мову про основні сучасні тенденції розвитку устаткування для ресторанної сфери, то, на наш погляд, можна виділити такі напрями: створення та використання нових типів устаткування для здійснення традиційних технологічних процесів;автоматизація устаткування технологічного устаткування; створення інтерактивного устаткування. Виробниками устаткування зроблений новий крок щодо конструктивного виконання таких давно відомих теплових апаратів, як плити. Були запропоновані плити, смажильна поверхня яких виконана з композитних матеріалів (до 10 компонентів у складі), що дає можливість мати в окремих сегментах різну температуру, і це дозволяє універсалізувати її та використовувати різні температури одночасно для приготування різноманітних страв. Цікавим є плити, в яких може підтримуватимуся температура у діапазоні 20…-10°С. У жарову шафу плити вбудована система охолодження, за допомогою якої апарат може підтримувати низьку температуру протягом 24 годин. Заслуговує на увагу такий вид устаткування, як маринатори – машини, призначені для маринування різних продуктів з використанням вакуумного принципу оброблення продукту. Тривалість маринування скорочується майже у 50 разів.

Розроблено технологію та технічне забезпечення виготовлення конусної піци. У галузі активно впроваджується процес вакуумування продуктів у полімерну оболонку з подальшим тепловим обробленням у спеціально сконструйованому варильному пристрої (терморегулюючому підігрівачі високої точності), в якому продукт піддається тривалому тепловому обробленню при низьких температурах у діапазоні 65–95ºС. Перспективною також є новітнє розробленнягелевих холодильників. Цей апарат охолоджує продукти спеціальним гелем, до складу якого входять спеціальні біороботи, які, власне, і є відповідальними за процес. Щоб охолодити продукти, потрібно просто помістити їх в гель, який обволікає їх і швидко встановлює температуру, яка потрібна користувачеві. Біохолодильник практично не використовує електроенергію.

Підприємства ресторанного господарства, діяльність яких пов’язана з масовим виробництвом страв, часто стикаються з необхідністю вирішення проблеми збільшення термінів зберігання готових виробів або напівфабрикатів. Ефективно вирішити цю проблему, як показав практичний досвід, можна впроваджуючи технології «cook&chill» та «souswide». Сутність технології «cook&chill» (з англ. «готувати та охолоджувати») полягає у традиційному приготуванні та термообробленні продуктів (варіння, смаження) з подальшим їх різким охолодженням до +2-4 С˚. Застосування цієї технології є привабливим у системі кейтерингу, тобто для підприємств ресторанного господарства, що надають послуги з постачання готових страв для подій. Особливість технології «souswide» (з франц. «під вакуумом») полягає у тому, що продукт проходить термооброблення у вакуумній герметичній упаковці. Це дозволяє зберегти у готовій страві всі поживні елементи, вітаміни, натуральний смак і аромат. Технологія забезпечує можливість приготування їжі з мінімальним використанням спецій, солі та цукру за рахунок власних ресурсів продукту, а також без масла та жиру, що дозволяє виробляти продукти для дитячого, дієтичного, лікувального та реабілітаційного харчування. Перевагою технології «souswide» є і те, що вона дозволяє готувати достатньо широкий асортимент готових страв. Термін зберігання при температурі +2…+4 С˚ продуктів, які були виготовлені з використанням технології «souswide», становить 45 діб. Застосовування цієї технології на практиці показало, що вона

забезпечує як нецінові, так і цінові конкурентні переваги як підприємствам ресторанного господарства, що займаються організацією харчування великих колективів, так і елітним ресторанам класу «люкс», цільовими споживачами послуг яких є гурмани.

Серед автоматизованих видів устаткування найбільшого використання набули пароконвектоматита каво-машини. Недавно компанія Rational представила новітнє розроблення – пароконвектоматSelfCookingCenter® 5 Senses. Це єдиний апарат для приготування страв з 5 відчуттями, оскільки розпізнає розмір, кількість і стан завантажених продуктів, відчуває, які продукти розміщені у камері, і яка температура, вологість та інші умови є у камері для приготування, думає на крок вперед і під час приготування визначає найвигідніший і найбільш відповідний спосіб приготування завантажених продуктів, навчається під час кожного приготування їжі, запам'ятовуючи, скільки часу потрібно на приготування конкретних продуктів, спілкується з кухарем, пояснюючи йому, які дії були зроблені для виконання бажаного результату. Термін окупності таких теплових апаратів, як показують розрахунки, не перевищує 1–2 роки.

Суперавтоматичні каво-машини (повний автомат) в автоматичному режимі подрібнюють кавові зерна, дозують. Після приготування порції напою вся система автоматично промивається. Технічний рівень виконання каво-машин дозволяє навіть відрізнити смачний еспресо від несмачного.

Список використаних джерел:

1.Доценко В.Ф. Устаткування закладів ресторанного господарства: пыдруч. / Доценко В.Ф., Губеня В.О. – К.: Кондор-Видавництво, 2016. – 630 с.

2. Загальнітехнологіїхарчовихвиробництв. За науковоюредакцією проф. М.М. Калакура та проф. Л. Ф. Романенко. – К.: ВМУРЛ «Україна» 2010.

СЕКЦІЯ 4

НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ХЛІБОПЕКАРНОМУ ТА КОНДИТЕРСЬКОМУ ВИРОБНИЦТВАХ

УДК 640.4

Янюк О.В.,
викладач першої категорії
Хмельницького торговельно-економічного
коледжу КНТЕУ
м. Хмельницький

ВИКОРИСТАННЯ НЕТРАДИЦІЙНОГО ВИДУ БОРОШНА ДЛЯ ПРИГОТУВАННЯ БОРОШНЯНИХ ВИРОБІВ (НА ПРИКЛАДІ ПІЦИ) У ПІЦЕРІЯХ МІСТА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО

Борошном називають продукт, який отримують при подрібнені зерна до порошкоподібного стану. Це цінний продукт, який використовують для виробництва хліба, макаронних і кондитерських виробів, а в невеликій кількості - у текстильній і хімічній промисловості[2].

Вид борошна визначається родом зерна, з якого виготовлене дане борошно.

Основними видами хлібопекарського борошна є пшеничне і житнє. Пшеничного борошна виробляється більше, ніж житнього. Це пов'язане зі специфікою районування вирощування пшениці та жита, а також обумовлено приємними смаковими якостями і високою харчовою цінністю виробів з пшеничного борошна[1].

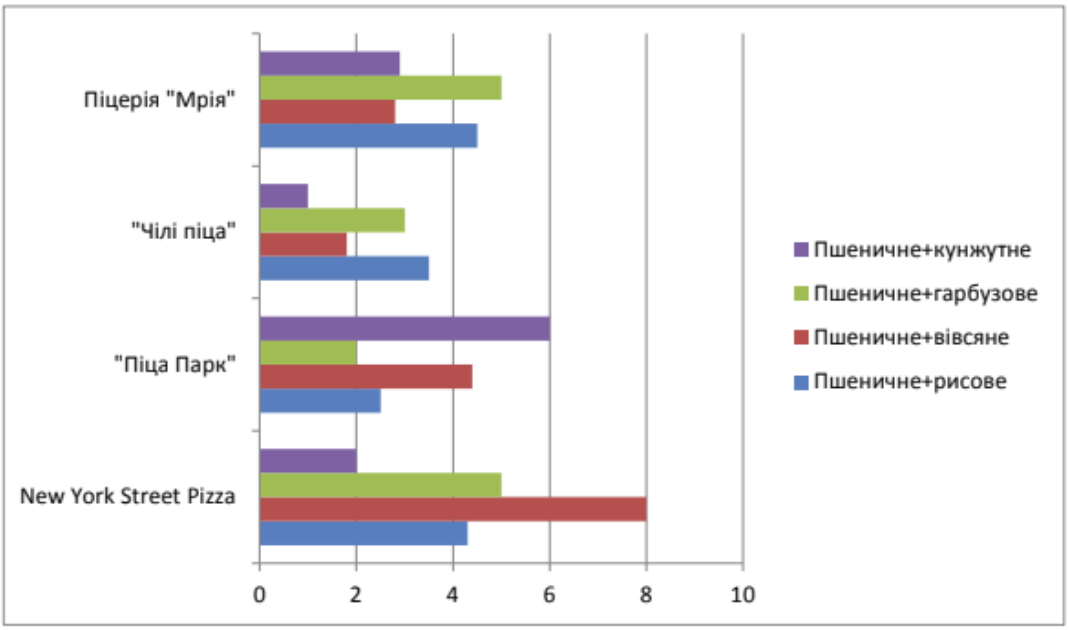
Останніми інноваційними ресторанними технологіями можна назвати застосування різних видів органічного борошна, а саме: борошно амарантове, гречане, рисове, кукурудзяне.

На даний час розробка рецептур і способів приготування борошняних виробів у піцеріях м. Хмельницького ґрунтується в основному на використанні різних видів борошна, які наведені на рис.1.

Рис.1. Види борошна.

Серед населення, особливо у дітей та підлітків міста Хмельницького, великий попит має піца, тому керівниками піцерій розроблено технологію приготування піци з використанням поєднання пшеничного борошна гречки, рису, кукурудзи та різних видів борошна. Такий вибір було зумовлено тим, що дане борошно краще засвоюється організмом і рекомендується для дитячого харчування. Крім того, проведено низку досліджень і визначено оптимальне замовлення піци у пі церіях[3].

Проведене дослідження показало (діаграма 1), що у піцерії «Мрія» найбільшим попитом споживання піци є де поєднується пшеничне та гарбузове борошно. У «Чілі піца» - пшеничне з рисовим. «Піца Парк» - пшеничне з кунжутним, а у «New York Street Pizza» - пшеничне з вівсяним.



Діаграма 1. Попит споживання піци у піцеріях.

Таким чином, із метою розширення асортименту піци у піцеріях м. Хмельницького з поєднанням різних видів борошна необхідно продовжити дослідження, спрямовані на використання нетрадиційної сировини як джерела корисного для здоров'я населення. Адже, керівники піцерій намагаються розробляти новітні рецептури щоб більше споживачів відвідували їхній заклад.

Список використаних джерел:

1. Перелік продукції, нормативна документація, на яку або імпорт якої підлягає обов'язковому розгляду в органах, установах та закладах державної санітарно епідеміологічної служби : наказ Міністерства охорони здоров'я України від 20.10.95р. №190 Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 17 лютого 2017 р. за № 229/30097. Дата оновлення: 17.02.2017. URL : http://search.ligazakon.ua/ldoc2.nsf/link1/ed_2000_10_09/reg5195.html

7. Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини: Закон України №771\97- ВР від 21 грудня 2017 року N 2264-VIII

Науково-практичний журнал «Зберігання і переробка зерна» URL : http://hipzmag.com/tehnologii/hlebopechenie/perspektivi-rozshirennya-asortimentu-hlibobulochnih-virobiv-dlya-hvorih-na-tseliakiyu/

УДК 664.6+004

Криськова Світлана, Байда Наталія
ТНТУ ім. І. Пулюя
м. Тернопіль
Науковий керівник: ***Криськова Л.П.***
асистент кафедри харчової біотехнології і хімії
ТНТУ ім. І. Пулюя

ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ХЛІБОПЕКАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА З ВИКОРИСТАННЯМ ІТ-ТЕХНОЛОГІЙ

Харчова промисловість відіграє важливу роль і є однією з головних галузей економіки України. Адже, продукція що виготовляється підприємствами харчового напрямку займає

місце товарів першої необхідності. І тому ці товари користуються великим попитом та є привабливими для інвестування та вдосконалення.

В Україні харчова промисловість має різні напрямки підгалузей. Основними серед них є цукрова, хлібопекарська, борошномельно-круп'яна, олійно-жирова, плодоконсервна, рибна, молочна, м'ясна, кондитерська, спиртова, виноробна, пивоварна, тютюнова тощо.

Харчова промисловість протягом багатьох років була і залишається найважливішою й життєво необхідною галуззю для країн Європи, що забезпечує харчову безпеку країни, бере участь у формуванні структури експортної торгівлі, сприяє розвитку інших галузей промисловості. [1, стр.16]

Найпоширенішою галуззю з масовим виробництвом є хлібопекарське виробництво. Хлібопекарська промисловість випускає великий асортимент хліба та хлібобулочних виробів. Хлібобулочні вироби – харчові продукти, для виготовлення яких використовують борошно, дріжджі, сіль, воду та додаткову сировину для хлібобулочних виробів. Для харчового продукту хліба вихідним матеріалом є тісто, до складу якого входить борошно і вода, в які додають дріжджі, кисле тісто, розпушувач тіста або інші добавки згідно рецептури.

Хлібопекарська галузь - одна з провідних галузей харчової промисловості України, призначення якої безперебійне забезпечення виробництва хліба, хлібобулочних та інших борошняних виробів у обсягах, які відповідають нормам державної продовольчої безпеки. [2, стр.24]

Однією з особливостей хлібопекарної галузі харчової промисловості є умовно постійний попит на продукцію, яку виробляють. Це пов’язано з історично сформованою специфікою харчування населення України, адже хліб для нас є обов’язковим складником харчування, не доповненням до їжі, а основним продуктом. [4, стр.24]

В умовах ринкової економіки і, відповідно, конкурентної боротьби необхідно паралельно з використанням новітніх технологій використовувати сучасні інформаційні технології та Internet-технології, метою яких є створення інформаційного продукту. Використання ІТ- технологій сприяє підвищенню продуктивності праці, збільшенню обсягів виробництва тощо. В кінцевому результаті це призведе до збільшення прибутків компанії, зацікавленості споживачів у продукції та її різноманітті. Разом з тим, використання інформаційних технологій створює позитивний імідж підприємству.

Існує певна послідовність дій, що дозволяє найкращим чином використовувати можливості просування в Internet як організацій, так і їхніх товарів та послуг:

1) створення власного сайту;

2) використання контекстної реклами з оплатою за перехід (більшість компаній досягають успіху завдяки on-line-рекламі): розміщення реклами на сайдбарах, придбання реклами в Google Ad Words, розміщення реклами на власному сайті;

3) використання можливостей YouTube (якісне відео про власну фірму, зйомка заходів, створення каналу з вирішення професійних питань, відео про користувачів даних товарів або послуг тощо);

4) активність на форумах та ведення блогу;

5) розсилання рекламної інформації електронною поштою (бажано розсилати інформацію лише зацікавленим споживачам, оскільки більшість Internet-користувачів вважають розсилку спамом);

6) реєстрація у соціальних мережах (можливість проведення конкурсів, опитувань, створення цікавих постів);

7) привернення уваги споживачів завдяки оригінальним фото, наприклад реєстрація у Pinterest чи Instagram;

8) on-line-опитування, що дає можливість одержати правдиву інформацію про ставлення споживачів до організації або її товарів / послуг.

Побудова комунікаційної політики в мережі Internet приваблює більшість підприємств своєю простотою та дешевизною. Світові тенденції показують, що споживачам легше сприймати інформацію через соціальні мережі, оскільки такий вид спілкування не втомлює потенційних споживачів. Тому використання безкоштовних сервісів є корисною платформою для самореклами будь-яких підприємств. [3, стр.22].

В майбутньому це дасть змогу підприємствам з хлібопекарського виробництва знайти той напрямок розвитку, який дасть змогу утримуватися на ринку, розвиватися та вийти на більш високий і якісний рівень, за рахунок активного спостереження за компаніями-лідерами з метою запозичення вдалого досвіду.

Список використаних джерел:

1. Пилипенко О.Є. Розвиток харчової промисловості України. Наукові праці НУХТ, 2017. Том 23, № 3, с. 15-25.

2. Макаренко В. В. Вся правда про хліб. Агро Перспектива, 2007, № 6-7, с. 24–27.

3. Ілляшенко С. М., Іванова Т. Є. Інструменти та методи просування продукції в Internet: аналітичний огляд. Маркетинг і менеджмент інновацій, 2015, № 3, с. 20-32. Інтернет-ресурс: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/

4. Пугаченко О.Б. Особливості хлібопекарного виробництва та їх вплив на склад і облік запасів. Наукові праці КНТУ. Економічні науки, 2009, № 15, с. 310-319.

УДК 640.4

Ярема Лілія
викладач вищої категорії
ДВНЗ « Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль

ХЛІБ, ХЛІБОБУЛОЧНІ ТА КОНДИТЕРСЬКІ ВИРОБИ В УКРАЇНСЬКОМУ СТРАВОПИСІ

Споконвіків в Україні хліб вважався найбільш важливим атрибутом харчування. Хліба споживали завжди багато у зв’язку із низькою калорійністю їжі. З хлібом їли рідкі страви, картоплю, й навіть каші.

До архаїчних видів хліба належать прісні коржі. В Україні побутувала й інша назва коржа – лустка (від слова «луста» – шматок). Говорили: «Хліба луста – і в животі не пусто». Згодом за традицією прісні коржі готували відповідно до релігійних та обрядових свят. У повсякденному харчуванні відповідно до особливостей технології приготування прісні коржі називали:

4) сколотяник (пшеничне борошне, замішане на сколотині[1]);
5) малай (прісний корж з кукурудзяного, горохового або пшоняного борошна);
6) присипаник (прісний корж, присипаний сиром);
7) катлама (прісні коржики, смажені на баранячому смальці);
8) плачинда (прісне тісто, змащене топленим маслом);
9) ріп'яник (кукурудзяно-картопляний корж на Прикарпатті).

Вчинений хліб цінувався на Русі значно вище за прісний. Як і у середньовічній Україні, в XIX ст. розчину робили на хмелю, потім залишали шматок тіста для наступної випічки. Хліб переважно випікали з житнього борошна. Пшеничний хліб готували на великі свята: Великдень, Різдво чи з нагоди весілля.

У певних регіонах України до жита додавали різні домішки. Наприклад, у XIX столітті на Слобожанщині до житнього хліба додавали гречане борошно, на Західній Україні – вівсяне та кукурудзяне, на Поліссі додавали картоплю. У XIX ст. було відомо понад 70 способів випікання хліба. З пшеничного борошна виробляли паляниці і пекли, як хліб.

Клиновецька у своїй книзі «Страви й напитки на Україні» подає рецептури хліба з картоплі. Зокрема розповідається про технологію приготування пугачі (матаржин) - це кукурудзяний хліб з вареною картоплею, морквою, петрушкою та свіжою зеленню, який випікали у Карпатах. Якщо хліба не вистачало до нової випічки, то господині пекли гречані хлібці - стовпці (стовбуни).

Альтернативою хліба в українському стравописі були перепічки. Вчинене тісто пекли у вигляді коржів, які ще гарячими натирали часником та салом і складали один на один. Перепічки подавали до перших та других страв.

З пшеничного борошна вищого ґатунку пекли короваї, булки, калачі та паски (папушники).

На свята, які випадали у піст, готували книші або книшники. Це житній, рідше пшеничний хліб з борошна тонкого помелу з начинкою. Нині книші зрідка готують, переважно на Поліссі. Різновидом книша був туленик. Його защипували не пелюстками, як книш, а збирали на середину конвертом і з'єднували тісто лише посередині.

Особливе місце в українському стравописі належить пирогам, специфіка назв яких зумовлена технологією їх приготування. Скажімо, постоли - це пироги з прісного тіста з неповністю заліпленими краями, так, що начинка в них лишається відкритою всередині. На відміну від постолів, мантули готували з прісного кукурудзяного тіста.

Сколотина[1] – рідина, яка залишається після збивання масла.

З солодкого тіста готували марципани (солодкі пироги з горіхами), облизні (смажені пироги з прісного тіста з начинкою).

Характерною особливістю української національної кухні було регіональне різноманіття святкової та ритуальної випічки. Про це свідчить збірка рецептур З. Клиновецької у книзі «Страви й напитки на Україні» [2]. Майже сто незаслужено забутих рецептів «Солодкого тіста» підібрані авторкою з різних областей України: медяники ольшаницькі і городиські (медові м'які пряники), пірники м'ятні померанцеві з чорносливом (чимось схожі на сьогоднішні кекси), плетенки, пундики (смажені на сковорідці скибки тіста), мантулки шляхетські (коржики з мигдалем) і марципани київські й черкаські (печиво з горіховою і фруктовою начинкою).

На Великодні свята готували коржі з солодкого тіста, як різновиди бабок – соложеники і мазурки. З. Клиновецька згадує у розділі «Солодке тісто» про соложеник з житнього хліба, мигдалевий, сметанковий, сирний, полтавський, з маку, вишневий; мазурки хлібні, коринські, жовтоводські, чернігівські, цитринові, волинські, житні, циганські, «шоколадні», з сиром, «померанцові», горіхові, корсунські, гетьманські, чигиринські, мотронинські.

Головною особливістю соложеника є велика кількість яєць для його приготування. Спочатку випікали кілька млинців з солодким наповнювачем, обливали їх збитими білками і ще раз запікали. Інколи усі компоненти змішували в однорідну масу, покривали збитими білками і пекли у печі.

Мазурки – це різновид солодкого сухого печива з фруктовим та горіховим наповненням. Спечені з фруктовою начинкою коржі посипали подрібненим мигдалем і різали на окремі тістечка.

До обрядового печива належать мандрики. Це невеликі випечені у печі сирні пампушки, які готували на свято Петра і Павла (12 липня). За формою мандрики подібні до ватрушок. Їх роздавали пастухам, які наймалися пасти громадську худобу.

На свято Маковія або Спаса пекли шулики (ламанці) – коржі, які ламали на шматочки і змішували з маком і медом. Тісто на коржі робили пісним і прісним (на спасівку припадав двотижневий піст), у зв'язку з цим виникла і приказка: "Із води та муки пече баба шулики".

Отже, готуючи за рецептами стародавньої української кухні, ми не лише відроджуємо багатовікову культуру здорового та різноманітного за смаковими якостями харчування, але й сприяємо процвітанню наших неоціненних скарбів кулінарної спадщини.

Список використаних джерел:

1. Грінченко Б. Словник української мови у 4-х томах. Репринт з оригіналу 1907-1909 р.р. Видавництво «Наукова думка», 1996.

2. Клиновецька З. Страви й напитки на Україні: Видання репринтне. З видання: Київ – Львів, 1913. Видавництво «Час»,1991.

УДК 640.4

Чорна Софія
ДВНЗ «Тернопільський коледж
харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль
Науковий керівник: ***Горішна Ганна***
викладач- методист

АЛЬТЕРНАТИВНІ ШЛЯХИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЛЛЯНОГО БОРОШНА В КОНДИТЕРСЬКЕ І ХЛІБОПЕКАРНЕ ВИРОБНИЦТВО

На сьогоднішній день більшість людей стали більше піклуватися про стан свого здоров'я. Значна кількість задумується над тим, що вони споживають, та як зробити своє харчування більш збалансованим та корисним.

Усі споживають хлібобулочні та кондитерські вироби. На сьогоднішній день кондитери стараються зробити ці продукти більш корисними. Одним з методів є - впроваджувати різні види борошна. Я хочу поговорити з вами про лляне борошно.

Лляне борошно дуже корисне та малокалорійне. Містить багато корисних властивостей, а саме: покращує роботу ШКТ; налагоджує перестальтику; очищує організм від шлаків та токсинів; містить багато вітамінів та поживних речовин; запобігає утворенню ракових клітин [2].

Для того, щоб дізнатися більше про лляне борошно, потрібно розібратися з властивостями льону.

Льон містить в собі величезну кількість речовини, яку називають фітоестрогенами. Ці речовини здатні проявити активність, подібну з дією естрогенів. Вони запобігають росту ракових клітин. Вчені стверджують, що лігнани цієї рослини здатні запобігти виникненню алергій. Також лігнани лляної муки є потужним антиоксидантом, який захищає організм від шкідливої дії зовнішнього середовища. Льон багатий на вітаміни А, Е та групи В, які повністю засвоюються організмом. Також він містить у собі багато калію, який нормалізує обмін речовин [1].

Лляне борошно особливе. Його особливість полягає в тому, що : це чудовий дієтичний продукт, смак нагадує горіховий, сприяє схудненню, нормалізує роботу шлунково-кишкового тракту, міститься в шість разів більше калію, ніж в бананах, має рослинну клітковину, жирні кислоти омега 3 і омега 6, не містить глютену.

Склад лляного борошна:

- (30%) - харчові волокна, які нормалізують роботу шлунково-кишкового тракту, і очищають організм від шкідливого холестерину;
- рослинний білок (50%), багатий цінними амінокислотами;
- вітаміни: А, Е, В1, В2, В6 і В9;
- мінерали:,, і;
- рослинні лігнано (фітоестрогени) мають антиоксидантну, протиалергічну і протипухлинну дію.

Отже, ми розібралися з властивостями лляного борошна, а зараз поговоримо про його застосування в хлібопекарському та кондитерському виробництві.

В хлібопекарському виробництві лляне борошно застосовується для замісу тіста на хліб, різні булочки. Окрім самого борошна можна застосовувати також насіння льону. Тепер хлібобулочні вироби не тільки смачні, а ще й корисні.

В кондитерському виробництві застосовується в різних виробах. Від оладок до мусових тістечок, усе можна зробити корисним та малокалорійним.

Великої популярності лляне борошно здобуло завдяки дієті «Кето». Суть дієти полягає в виключені вуглеводів з раціону. Дієтичні властивості льняного борошна проявляються в змісті великої кількості вуглеводів, які допомагають підтримувати нормальну вагу і не шкодять хворим на цукровий діабет.

Отже, лляне борошно унікальне за своїми властивостями. В хлібопекарській та кондитерській галузі все більше застосовують цей вид борошна. Майбутнє полягає в здоровому та корисному харчуванні.

Список використаних джерел:

1. https://pauligpromo.ru/uk/plodovye-derevya/pishchevaya-cennost-lnyanoi-muki-lnyanaya-muka-polza-i-vred-sostav/
2. https://ukr.media/medicine/383912/

УДК 640.4

Делі-Стоянова С.Г.
Одеський фаховий технічний коледж
Одеської національної академій харчовий технологій
м. Одеса
Науковий керівник: ***Ільчишина Н.М.***
викладач першої категорії

ТЕХНОЛОГІЯ МАРМЕЛАДУ ЖЕЛЕЙНОГО З ВИКОРИСТАННЯМ КРІАС-ПОРОШКІВ РОСЛИННОГО ПОХОДЖЕННЯ

Цукрові кондитерські вироби, зокрема мармелад желейний, мають значний попит у населення, особливо в дітей, завдяки приємному смаку та зовнішньому вигляду. Проте, на жаль, це досягається найчастіше за рахунок використання синтетичних барвників, ароматизаторів, які не мають позитивного впливу на якість готових виробів, а їх споживання негативно впливає на організм людини. Отже, актуальною є розробка нових видів цієї продукції з використанням натуральних рослинних інгредієнтів з метою розширення асортименту, підвищення біологічної цінності та створення конкурентоспроможної продукції на ринку збуту.

Одним із пріоритетних напрямів науки й техніки останнього десятиріччя XX століття була розробка «холодних» технологій отримання натуральних барвників. Актуальність упровадження низькотемпературної технології в Україні зумовлено необхідністю виробництва вітчизняних екологічно чистих біологічно активних добавок, що сприятимуть підвищенню захисних сил організму людини [1].

Ученими була розроблена техніка для кріогенного заморожування рослинної сировини. Установлено, що під час отримання порошків із рослинної сировини за цією технологією зменшуються втрати маси продукту у процесі сушіння.

Завдяки своїм властивостям кріас-порошки належать до нового покоління харчових речовин багатофункціонального призначення, які відповідають усім сучасним вимогам за гігієнічними й фізико-хімічними параметрами [2].

Кріас-порошки містять значну кількість забарвлювальних речовин, що дозволяє використовувати їх як натуральні барвники. Дозування добавки залежить від бажаного

кольору продукту з урахуванням особливостей рецептурних компонентів і технологій виробництва виробів [4].

Використання кріас-порошків у продуктах харчування рекомендовано Міністерством охорони здоров'я України, Державним комітетом України по харчовій промисловості, Науково-дослідним інститутом медичної радіології МОЗ України, Науковим центром лікувальної сировини.

Установлено, що під час виробництва мармеладу желейного слід використовувати водно-спиртові екстракти кріас-порошків із чорноплідної горобини та суцвіття нагідок і спиртові екстракти кріас-порошку з листя кропиви.

Дослідження проводились за такими напрямами:

– вивчення впливу кріас-порошків та їх екстрактів на міцність драглів агару;

– дослідження реологічних характеристик драглів агару з екстрактами кріас-порошків;

– визначення температури драглеутворення розчинів агару та температури плавлення отриманих драглів з екстрактами кріас-порошків.

Доведено, що кріас-порошки з чорноплідної горобини, суцвіття нагідок та листя кропиви краще використовувати у вигляді відповідних екстрактів. Це надасть виробам приємного аромату та забарвлення, забезпечить прозорий шар та склоподібний злам. Підвищення міцності драглів агару свідчить, що нові вироби будуть менше піддаватись зовнішній деформації.

Покращення реологічних показників драглів указує на те, що виготовлений желейний мармелад із використанням екстрактів крас-порошків у концентраціях 0,25…1,00% буде краще формуватись, легше вибиратись із форм та менше деформуватись під час транспортування.

Екстракти кріас-порошків із чорноплідної горобини, суцвіття нагідок та листя кропиви сприяють підвищенню температури драглеутворення розчинів агару та температури плавлення утворених драглів. Це пов’язано з тим, що в складі кріас-порошків містяться пектинові та дубильні речовини, які підвищують функціонально-технологічні властивості драглів агару. Проведені дослідження дають підставу для зниження витрат драглеутворювача під час виробництва мармеладу желейного з екстрактами кріас-порошків із чорноплідної горобини, суцвіття нагідок та листя кропиви [5].

Функціонально-технологічні властивості драглів із зниженим вмістом агару за умови внесення водно-спиртових екстрактів кріас-порошків із чорноплідної горобини та суцвіття нагідок і спиртовим екстрактом кріас-порошку з листя кропиви відповідають властивостям одновідсоткових драглів, що є підтвердженням доцільності зниження витрат драглеутворювача.

Уведення водно-спиртових екстрактів кріас-порошків із чорноплідної горобини та суцвіття нагідок і спиртового екстракту з листя кропиви поліпшує органолептичні показники якості готових виробів. Вони набувають червоного, жовтого, зеленого забарвлення, приємного смаку та аромату без застосування барвників і ароматизаторів. Окрім цього, застосування екстрактів кріас-порошків збагачує желейний мармелад біологічно активними речовинами, низькомолекулярними фенольними сполуками, дубильними речовинами, органічними кислотами [3].

За органолептичними, фізико-хімічними та структурно-механічними властивостями мармелад на агарі, виготовлений за традиційною технологією, дещо поступається новим видам мармеладу. Отже, розроблений желейний мармелад на агарі з кріас-порошками із чорноплідної горобини, суцвіття нагідок та листя кропиви буде досить конкурентоспроможним на ринку збуту порівняно з традиційним.

Список використаних джерел:

1. М. В. Артамонова, Г. М. Лисюк, Н. Ф. Туз Технологія мармеладу желейного з використанням кріас-порошків рослинного походження: Монографія. – Х.: ХДУХТ, 2015. – 30 с.
2. Скобельская З. Г. Технология производства сахаристых кондитерских изделий: учеб. для нач. проф. образования / З. Г. Скобельская, Г. Н. Горячова. – М. : ОлрофОбрИздат, 2002. – 416 с.
3. Болотов В. М. Пищевые красители: классификация, свойства, анализ, применение / В. М. Болотов, А. П. Нечаев, Л. А. Сарафанова. – СПб. : ГИОРД, 2008. – 240 с.
4. Подпружников Ю. А. Выбор условий стабилизации растворов и разработка рекомендаций по приготовлению растворов из порошкообразных красителей из черноплодной рябины, крапивы и календулы : отчет / Ю. А. Подпружников. – Х. : Лаборатория аналитической химии, 2007. – 85 с.
5. Туз Н. Ф. Залежність функціональних властивостей драглів агару від концентрації кріас-порошків / Н. Ф. Туз, М. В. Артамонова, Г. М. Лисюк // Наукові праці ОНАХТ : зб. наук. пр. у 3 т. – Одеса, 2009. – Т. 1. – С. 174–177.

УДК 640.4

Середа Ольга
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль
Науковий керівник: ***Кундрат Стефанія***
викладач-методист

АНАЛІЗ ВИРОБНИЦТВА ХАРЧОКОНЦЕНТРАТІВ ДИТЯЧОГО ТА ДІЄТИЧНОГО ХАРЧУВАННЯ В УКРАЇНІ

Актуальність даної теми: полягає в тому, що на сьогоднішній день багато жінок не можуть дозволити собі не працювати три роки (це тривалість природного годування) в силу соціально-економічних обставин, а також, чи то під впливом екологічних та психологічних факторів – значна частка жінок просто не мають молока. Таким чином, потреба в продукції дитячого харчування існує і має тенденцію до зростання.

Метою науково-пошукової роботи є аналіз виробництва та використання дитячого та дієтичного харчування в Україні.

Об'єктами дослідження є харчоконцентрати дитячого та дієтичного харчування, які використовують для годування дітей від народження.

Популярність дитячого харчування взагалі та дитячого харчування промислового виробництва, зокрема, підвищується. За даними Міністерства охорони здоров'я, лише 22% немовлят вигодовуються материнським молоком.

Значення розвитку підприємств дитячого харчування в Україні обумовлене підвищенням рівня народжуваності в перспективі, незадоволеною потребою в продуктах дитячого харчування при зростаючому попиті на них та посиленням інтервенції іноземних виробників. Перспективність та привабливість розвитку підприємств дитячого харчування в Україні зумовлюються соціальною значимістю та можливостями значного зростання обсягів виробництва та реалізації за рахунок розширення контингенту споживачів та освоєння нових сегментів ринку. У зв'язку з цим виникає необхідність пошуку можливих форм та напрямів розвитку підприємств галузі дитячого харчування в розрізі окремих складових ринку: сумішей на молочній основі, рідких молочних продуктів, каш, продукції в банках та лікувально-профілактичного призначення

Ринок дитячого харчування можна поділити на *3 основні сегменти.* Найбільший з них – це продукти на молочній основі (замінники грудного молока), які використовуються

для годування немовлят у перші 6 місяців життя. Цей сегмент дорівнює 64% загального обсягу продажу. Другий сегмент – *банкова продукція (пюре, соки, овочеві та м'ясні консерви)* складає 20%. Останній сегмент – *сухі сніданки (у вигляді пластівців, сухариків)* займає 11%, 5% – інше.

Значний внесок у розвиток індустрії дитячого харчування здійснила розробка технології виробництва сухих сумішей на основі знежиреного молока та злаків, але рентабельність виробництва цієї групи продукції досить низька, що уповільнює інтерес до неї збоку виробників. Найбільший сегмент ринку – продукти-замінники грудного молока, на які припадає майже 2/3 всього обсягу продажу дитячого харчування у світі, – можна поділити на 4 групи: продукція для дітей віком від 0 до 6 місяців (80%), від 6 місяців до 1-го року (10%), спеціальні продукти дитячого харчування (7%); продукти для дітей від 1 до 3-х років (3%). Продукти на молочній основі випускаються у вигляді сухого молока, рідкого концентрату та готової до вживання суміші.

Сухі продукти дитячого та дієтичного харчування – це злакові та овочеві порошки, які можуть бути в чистому вигляді або в суміші з молочною основою, цукром білим кристалічним і крохмалем. Як молочну основу використовують сухе незбиране молоко або сухе молоко, попередньо перед сушінням збагачене рослинною олією, жиророзчинними вітамінами, мінеральними солями. До цієї групи входять молочні суміші з сухими відварами круп; дієтична мука з манної, рисової, гречаної круп; каші; киселі; суміші з різних видів дієтичного борошна або суміші дієтичного борошна зпшеничним; сухі овочево-молочні та плодово-молочні суміші та інші.

Згідно з данними Міністерства Охорони Здоров'я кожна 10 дитинна в нашій країні народжується недоношеною, з певними особливостями, що не дають змоги повноцінно жити, та це число щороку збільшується. До таких особливостей цих малят належать не сприймання глютену, лактози та з генетичними порушеннями.

Для таких дітей і харчування має бути особливим: пом'ягшувати, полегшувати їх дорослішання та повноцінний розвиток.

Асортимент продуктів харчування для осіб, які страждають на генетично зумовлені й алергічні захворювання, в нашій країні недостатньо широкий і становить близько 2%. Тому більшість продуктів ми отримуємо від поставщиків імпортерів. Основну частину на ринку безглютенового харчування в Україні займають продукти імпортного виробництва таких фірм, як Bezgluten, Balviten (Польща), 3Pauly, Biovegan (Німеччина), Dr.Schar, Pedon, Fiorentini (Італія), Provena (Фінляндія), Candy Tree (Нідерланди), Alaska (Словаччина), Amylon (Чехія). Вони пропонують досить широкий вибір продуктів харчування для хворих на целіакію.

Вигодовування дітей різного віку є важливою і складною проблемою сучасної педіатрії та нутриціології, яка привертає все більшу увагу вчених і практичних лікарів. Сьогодні доведений програмувальний характер харчування дітей раннього віку на їхній фізичний і психомоторний розвиток, подальший стан здоров'я Останніми роками сформувався новий науковий напрямок – *імунне харчування*, який полягає в дослідженні впливу харчових речовин на розвиток, становлення та функціонування імунної системи. З цих позицій, за висловом відомого професора Томаса Петро (Thomas M. Petro), найважливішим фактором для підтримки нормальної діяльності системи імунного захисту є збалансована дієта, підібрана відповідно до віку дитини.

Сьогодні вже недостатньо тільки максимально тривало підтримувати грудне вигодовування. Необхідно забезпечити дитині найбільш оптимальне надходження окремих нутрієнтів, забезпечити її вікові потреби в енергії, вітамінах, мікроелементах. Важко сказати, що може бути шкідливішим – дефіцит окремих харчових речовин чи їх несвоєчасне введення або надмірне надходження.

До головних виробників дитячого харчування України належать ПАТ «Хорольський молочноконсервний комбінат дитячих продуктів» (Полтавська обл.) – сухі молочні

продукти; ТОВ «Південний консервний завод» (м. Херсон); ПАТ «Одеський консервний завод дитячого харчування» – плодоовочеві консерви і соки; ВАТ «Галактон»; ТОВ «Фірма «Фавор»(м. Київ); ПАТ «АК«Комбінат ТОВ «Люстдорф» (Вінницька обл.); ПАТ «Вімм-Біль-Данн Україна» (Київська обл.); ПАТ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» (Київська обла.); Комунальне підприємство «Міська молочна фабрика – кухня дитячого харчування» (м. Харків) – рідкі та пастоподібні молочні продукти.

Список використаних джерел:

1. Технологія та лабораторний практикум кондитерських виробів і харчових концентратів : навч. посіб. / за ред.. прф.А.М.Дорохович і проф.. В.М.Ковбаси. –К.;Фірма «ІНКОС»2015. – 632с.
2. Закон України «Про дитяче харчування»/ Президент України. – К. : Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2006, №44.
3. Інтернет ресурси: journals.onaft.edu.ua; www.nielsen.com тощо.

УДК 640.4

Цимбал Марія
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

НОВІТНІ НАПРЯМКИ ВИРОБНИЦТВА БОРОШНЯНИХ ВИРОБІВ З ЗАДАНИМИ ВЛАСТИВОСТЯМИ

Борошняні вироби є одним із основних продуктів харчування людини. В українців хліб усьому горова. Добове споживання цих виробів становить 500г на душу населення.

В них міститься багато поживних харчових речовин. Незважаючи на їх високу енергетичну цінність, необхідно брати до уваги, що для кожної вікової групи населення потрібні вироби спеціального призначення. Дітям потрібні калорійні булочки, багаті на вітаміни, бо для росту їм необхідна енергія. У раціоні літніх людей – борошняні вироби з висівками і баластними речовинами. Іншим споживачам, які проживають в складних екологічних умовах потрібен продукт з лікувальними, зокрема діабетичними властивостями.

Тому кількість основних харчових і мінеральних речовин, вітамінів в хлібобулочних виробах, виготовлених за традиційною технологією, недостатня для збалансованого харчування людини, в тому числі невисокий вміст білку не забезпечує організм повною мірою незамінними амінокислотами. Тому настає необхідність створення нових продуктів, які будуть містити інгредієнти, здатні поліпшити фізіологічні процеси в організмі людини, підвищити його імунну систему, спроможні подовжити активний спосіб життя в складних екологічних умовах. З цією метою можна використовувати різноманітні види сировини для підвищення харчової і біологічної цінності хлібобулочних виробів, надання їм лікувально – профілактичних властивостей. Використовувати в першу чергу, природну сировину рослинного і тваринного походження, а також спеціальні однокомпонентні і багатокомпонентні добавки. Тому необхідно регулювати хімічний склад виробів в результаті використання традиційної для хлібопечення сировини і введенням біологічно активних добавок, які дозволяють отримати готові вироби, що володіють функціональними властивостями і призначені для лікувального і профілактичного харчування. Регулювання хімічного складу борошняних виробів з метою створення виробів підвищеної харчової цінності – це шлях створення даних виробів нового покоління. З цією метою використовують різноманітні види традиційної сировини для хлібопечення, але яку застосовують в різних кількостях, і нових видів сировини, в тому числі біологічно активних добавок, які дозволяють змінити хімічний склад виробів в потрібну для кожного з них сторону. Наприклад, підвищити вміст харчових волокон в хлібобулочних виробах можливо за

рахунок додавання харчових дієтичних відходів, а вміст білку – шляхом введення білковомісної сировини.

Інгредієнти які використовують для створення борошняних виробів з заданими властивостями а саме:

- Білкові збагачувачі – продукти переробки сої, соєве борошно, соєвий білково-ліпідий комплекс, окара. Використовують також вуглеводно-білкову композицію в вигляді суміші з круп'яних і бобових культур. Доцільне застосування декількох видів борошна для виготовлення хлібобулочних виробів. Розроблено білково-жирові композити зі збалансованим амінокислотним і жиро-кислотним складом, які призначені для функціональних продуктів і заміни сировини в хлібопекарній промисловості. Як білковий збагачувач запропоновано харчовий білковий концентрат, одержаний на основі хлібопекарських дріжджів. Останнім часом як білковий збагачувач стали використовувати харчовий желатин.

- Добавки для борошняних виробів підвищеної харчової цінності - добавки на основі трави посівної люцерни, яка характеризується багатим вмістом біологічно активних речовин – флавоноїдів, білків, незамінних амінокислот, вуглеводів, мінеральних речовин і вітамінів. Ядра насіння соняшнику, насіння льону, листя обліпихи, солодові екстракти, плодово-ягідні продукти, насіння і вижимки томатів, порошок з виноградних вижимом, виноградні кісточки, часник і продукти його переробки.Отримані різні препарати в вигляді порошків, гомогенатів, паст, екстрактів, хімічно очищених компонентів вводять в тісто. В результаті отримуємо збагачені хлібобулочні вироби цільового призначення.

Використання поліфункціональних добавок рослинного походження у виробництві борошняних виробів - для борошняних виробів це, як правило, овочі, фрукти, плоди, ягоди і продукти їхньої переробки, а також відходи переробки зернових і інша рослинна сировина багата своїм хімічним складом.В останні роки в нашій країні і за кордоном проводяться широкомасштабні дослідження з використання фруктових і овочевих порошків у виробництві борошняних кондитерських і хлібобулочних виробів.

Надання борошняним виробам лікувально-профілактичних властивостей. Основний метод профілактики йод-дефіцитних захворювань – йодування продуктів харчування тому, що більшу частину йоду (до 90 %) людина одержує через їжу, особливо разом з хлібобулочними виробами. За допомогою йодованої солі, йодистого калію, морські водорості, добавки «Сплат», «Йодоказеїн». Борошняні вироби збагачують кальцієм за допомогою крейди і молочних продуктів, залізом – добавка «Гемобін», селеном. За останні роки з метою створення лікувально-профілактичних продуктів все більшого застосування знаходять рослинні масла, збалансовані за жирнокислотним складом.

Звертаючи увагу на розвиток харчової галузі, яка працює на покращення якості продуктів і все більше пропонує споживачеві не тільки смачні, але і максимально корисні продукти і результати цієї праці ми вже спостерігаємо.

Список використаних джерел:

1. Кравченко М. Ф. Технологія приготування продуктів з харчовими добавками рослинного походження для оздоровчого харчування//Зб. рефератів, дисертацій, НДР та ДКР. 2011.
2. Дробот В. Поговоримо про оздоровчі харчові добавки в хлібі та нетрадиційну сировину // Хлібопекарська і кондитерська промисловість України. –2012.

УДК 664

Білішук Анна
Коледж технологій, бізнесу та права Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки м. Луцьк

Науковий керівник: ***Прищепа І.А.***
спеціаліст першої категорії

ШОКОЛАД - СОЛОДКИЙ СМАК НАСОЛОДИ

Шоколад - це кондитерський виріб, виготовлений з какао продуктів і цукру. Для його вироблення можуть також використовуватися розтерті і подрібнені ядра горіхів, сухе молоко, сухі вершки, сухі фрукти та інші добавки. Шоколад є висококалорійним виробом тривалого терміну зберігання, він відрізняється високою харчовою та енергетичною цінністю, особливим смаком і ароматом. У всьому світі шоколад давно відноситься до товарів повсякденного вжитку. В Україні й досі збереглося ставлення до шоколаду як до свята, відпочинку, насолоди. Попит на нього свідчить про економічну ситуацію в країні. Якщо ринок шоколаду зростає, значить, доходи людей збільшуються, і в них з'являється можливість купувати не тільки товари першої необхідності.

Для приготування шоколаду змішують шоколадну масу з какао-масла, тертого какао і цукровою пудри - можуть доповнити подрібненими горіхами, сухофруктами, іншими добавками, ароматизаторами. Суміш потрібно подрібнити, додати какао-масла, охолодити до 30 градусів. Останній етап полягає в доданні форми шоколадній масі, додаванні прошарку, якщо вона запланована. Так виходить всіма улюблений шоколад.

Асортимент і класифікація шоколаду залежить від основної і допоміжної сировини, способу випуску, вмісту начинки, складу і способу обробки шоколадної маси, оформлення та інших чинників.

У Європі та США шоколад регулярно споживають понад 82% населення. Правда, не так давно Міжнародний центр тропічного сільського господарства налякав солодкоїжок новиною про те, що до 2050 року через зміну клімату шоколад може стати делікатесом. А поки цього не відбулось, виробники солодощів винаходять усе нові поєднання смаків та начинок для шоколаду, причому незвичайні ласощі від відомих виробників продаються за цілком прийнятною ціною.

Шоколад з верблюжого молока. Верблюже молоко є досить популярним продуктом в ОАЕ. Його автором є компанія Al Nassma, яка заявляє, що такий шоколад є кориснішим за звичайний, а також, через знижену кількість жирів у своєму складі, може споживатись і діабетиками. Шоколад з верблюжого молока може бути і з традиційними додатками — горіхи, мед, спеції. Наразі придбати шоколад можна лише у виробника напряму, або ж в аеропортах та готелях країни, але компанія Al Nassma працює над виходом солодощів на міжнародний ринок.

Шоколад з абсентом. Шоколад з додаванням алкоголю не рідкість. Цукерки «Вишня в коньяку» відомі ще з радянських часів, а пізніше на полицях магазинів з'явились і фінські цукерки Fazer з горілкою. Втім, швейцарській компанії Villars, яка існує уже понад століття, вдалось здивувати навіть розбещених солодкоїжок. Компанія випустила гіркий шоколад з абсентом Villars Larmes d'Absinthe. Особливо яскраво смак солодощів проявляється тоді, коли шоколад тане у роті та випускає гіркоту полинової настоянки. А для тих, кого зачепив алкогольний шоколад, компанія виробляє ще декілька зразків солодощів: наприклад, шоколад з айвовою, грушевою та сливовою горілкою, і шоколад з коньяком.

Шоколад зі смаком чорного трюфелю. Ні для кого не секрет, що чорні трюфелі є рідкісним делікатесом, ціна якого, до речі, сягає понад $2000 за кг. Ідея виробництва шоколаду з чорними трюфелями належить бренду Mast Brothers, на чолі якого стоять два брати — Рік та Майкл Маст. Шоколад зі смаком чорного трюфелю Mast Brothers Chocolate Black Truffle містить 74% шоколад, чорний трюфель і дрібку морської солі. Коли ласощі починають танути у роті, яскраво відчувається характерний для трюфелю землистий смак.

Шоколад з кокосом і каррі. Шоколад з гострим перцем сьогодні уже не здивує нікого, чого не можна сказати про солодощі з індійською приправою каррі. Авторство такого шоколаду з незвичайним пряним смаком належить американській компанії Theo Chocolate.

Смак таких ласощів є досить екзотичним, і особливо прийдеться до смаку прихильникам індійської кухні.

Шоколад з пелюсткам квітів. Компанія Bovetti виробляє солодощі з додаванням пелюсток троянди, лаванди, жасмину, фіалки уже протягом декількох років. На сьогодні марка може похвалитись виробництвом близько 150 видів шоколаду, особливе місце серед який займають ласощі з цікавими добавками, свідчить про успіх задуму. Із пелюстками квітів можна вибрати будь-який шоколад на власний смак — і молочний, і чорний гіркий, і білий. Додають їх у солодощі у висушеній зацукрованій формі. Смак пелюсток ледь-ледь відчутний, а ось приємний аромат не залишиться непоміченим.

Солоний шоколад. Солоні солодощі Salazon Salted Chocolate Bars випускають невеликими партіями, до їх складу входить морська сіль з Південної Америки, і шоколад є повністю органічним. А для тих, кому сподобається, пропонують шоколад не тільки з сіллю, а й з сіллю та перцем, сіллю та тростинним цукром та сіллю і меленою кавою.

Шоколад з беконом. Шоколад Mo's Bacon Bar, що поєднує в собі молочний або гіркий шоколад з беконом та крупинками солі є унікальним. Усім, хто вирішив спробувати солодощі, потрібно задіяти усі 5 відчуттів, як попереджає упаковка.

Лавандовий шоколад. Гіркий темний шоколад Dagoba lavender blueberry має у своєму складі не тільки лаванду, а й чорницю, досить потужний антиоксидант. Назва ласощів — Dagoba – означає “храм богів”. Автором шоколаду є колишній шеф-кухар Фредерік Шиллінг, який для створення свого шедевру відбирає тільки екологічно-чисті какао-боби , вручну зібрані у Еквадорі, Коста-Риці та на Мадагаскарі. А окрім чорниці та лаванди, до складу шоколаду Dagoba додають лимонну цедру, малину, кардамон, розмарин, конюшину.

Шоколад з ароматом сіна. Відомий англійський чоколатьє спеціально для 5-зіркового віндзорського готелю розробив ексклюзивний сорт солодощів із досить спірних щодо сумісності інгредієнтів — какао-бобів та сіна. Шоколадна маса змішується зі спеціально висушеною та подрібненою травою, скошеною на лугах біля готелю. Шоколад Hay milk, окрім аромату сіна, має нотки троянди, жасмину та шафрану, завдяки чому ласощі мають уособлювати пасторальну тишу околиць готелю.

Отже, шоколад - це смачний кондитерський виріб. Шоколад може бути чорним, молочним, білим. Крім знайомих усім плиток існують шоколадні цукерки, фігурки і т.п. Його додають в кондитерські вироби та різноманітні десерти. Шоколад корисний для здоров'я і чудового настрою, тільки ласувати потрібно в міру.

Список використаних джерел:

1. Сирохман І. В. Товарознавство продовольчих товарів. Київ: «Знання», 2012. / 712 с.
https://harchi.info/blogs/san-ayt-j/korolivskyy-shokolad-dlya-korolivskyh-statki

УДК 640.4

Туркот Лілія
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль
Науковий керівник: ***Горішна Ганна***
викладач-методист

НАПРЯМКИ ПОЛІПШЕННЯ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ

Важливим спрямуванням поліпшення якості хлібобулочних виробів можна вважати раціональне використання побічних продуктів переробки зернових і бобових культур.

Актуальність даної теми зумовлена підвищенням споживання хб виробів з додаванням нетрадиційнох сировини, а саме: вченими багатьох країн доведено, що використання зернових оболочок збагачуєхарчовуціннісь хб виробів; у насіннєвих оболонках встановили

високу концентрацію кверцетину, лутеоліну і апегініну. Крім того, ідентифіковані також мінорна кількість мономерів і димерів проантоціані-динів. Сім'ядолі гороху містили переважно похідні гідроксибен-зойної і гідроксикоричної кислот. В оболонках виявлено також глікозиди флавонів і флавонолів.

Перспективною сировиною для одержання хлібобулочних виробів є:

- Гречане борошно;
- Кукурудзяне борошно;
- Вівсяне борошно;
- Рисове борошно;
- Ячмінне борошно т. д.

- *Гречане борошно* містить більше порівняно з іншими видами вітамінів В1, В2, РР і Е, кальцію і заліза, а також лецитину, що знижує рівень холестерину в крові. Крім того, тільки гречане борошно містить рутин. Застосування гречаного дає змогу поліпшити якість, підвищити харчову цінність і зменшити калорійність хліба, послабити ризик виникнення атеросклерозу, гіпертонії, цукрового діабету та інших недуг. У хлібобулочних виробах доцільно використовувати суміш пшеничного і 5-25 % гречаного борошна. Застосування гречаного борошна і пшеничних висівок у кількості 10 % у суміші з пшеничним борошном не погіршує хлібопекарські властивості композиційної суміші. Подальше підвищення вмісту гречаного борошна та пшеничних висівок у суміші до 30 % призводить до істотного зниження показників якості хліба, зокрема зменшення питомого об'єму на 28 % і погіршення пористості на 6 %.
- У складі композиційних сумішей часто використовують *кукурудзяне борошно*, яке порівняно з пшеничним містить більше ліпідів, цукрів, геміцелюлози. Воно багате на макро- й мікроелементи (К, Са, М£, 8 і Р), вітаміни Е, В6 і біотину.
- *Вівсяне борошно* відрізняється від пшеничного кращою збалансованістю за амінокислотним складом, підвищеним вмістом мікро- і мікроелементів, особливо калію, магнію і кремнію. Рекомендована добавка вівсяного борошна в хлібобулочні вироби становить 10-35 %
- *Рисове борошно* містить значну кількість біотину і цинку. Воно використовується в нових рецептурах хліба і хлібобулочних виробів, зокрема для безгліадинових дієт. Кількість добавок рисового борошна у хлібобулочні вироби становить 10-20 %.
- *Ячмінне борошно* містить значну кількість р-глюкану, який знижує рівень холестерину в крові, а також кальцію, фосфору і слизових речовин, що поліпшують роботу травного каналу. Рекомендований розмір добавок ячмінного борошна в хлібобулочні вироби становить 10-20 %.
- Деякі підприємства в хлібопеченні використовують *екструдовані пшеничні висівки* і *зародкові пластівці*, які характеризуються поліпшеними технологічними властивостями, підвищеним засвоєнням і мікробіологічною чистотою. Розроблено добавку, що включає зірвані злакові, зокрема зерна пшениці, вівса, ячменю, жита, гречки, рису, кукурудзи та інших повноцінних продуктів на основі оптимального баротермі-чного оброблення. Вони надають готовим виробам приємний підсмажений смак і запах внесених складових.

Розроблено натуральні хлібопекарні інгредієнти „*ВКУС-ВАМ"*, які отримують за вибуховою технологією бобів сої, зерен гречки, пшона, вівса, рису, ячменю, кукурудзи тощо. Внаслідок баротермічного оброблення інактивуються антипоживні речовини. Знижується бактеріальне і грибкове обсіменіння, розрушується інгібітор трипсин протеї-наз, алергентин, патогенні дріжджі і шкідники. Завдяки добавкам зростає харчова цінність, переварюваність і засвоюваність готового продукту, підвищується об'єм хліба, поліпшується структура м'якушки, пористість, знижується крихкість, м'якушка стає еласти-чнішою, а хліб зберігає свіжість більш тривалий період.

З метою збереження свіжості хліба пропонують використовувати крупнодисперсні проміжні продукти помелу зерна - *дунсти.* Якість хліба підвищується з внесенням 10-20 % дунстів м'яких, жорстких або крупки ендосперму замість пшеничного борошна І ґатунку. Завдяки цим добавкам збільшується питомий об'єм хліба і формостійкість подових виробів, поліпшуються органолептичні показники. Встановлено, що всі якісні показники хліба поліпшуються з додаванням замість 10 % пшеничного борошна І ґатунку жорсткого дунсту. Порівняно з контролем збільшується на 13,2 % питомий об'єм і на 16,3 % формостійкість подових виробів, зменшується крихкість м'якушки, підвищується набряклість суспензії на 4,3 %, що підтверджує можливість подовження тривалості зберігання свіжості хліба.

На основі борошняних сумішей, до складу яких входять *дунсти і фракції борошна* з підвищеним вмістом білкових речовин, розроблено технологію виробництва хліба підвищеної харчової цінності. Готові вироби, виготовлені із борошнистих сумішей, мають більш тривалий строк зберігання внаслідок змін у м'якушці, співвідношення різних форм зв'язку води в бік збільшення кількості зв'язаної вологи (Бондар І.П., 2003).

Розроблено рецептури хліба, в яких пшеничне борошно (070 %) замінили крупкою з пшениці м'яких сортів з вмістом висівкових частин, отриманих подрібненням цілого зерна. Пшенична крупка позитивно впливає на органолептичні показники якості і структурно-механічні властивості м'якушки навіть під час зберігання.

Список використаних джерел:

1. https://uchebnik-online.net/book/858-yakist-i-bezpechnist-zernoboroshnyanix-produktiv-navchalnij-posibnik-siroxman-iv-lozova-tm/15-12-novitni-doslidzhennya-shhodo-vplivu-sirovini-i-texnologichnix-operacij-na-formuvannya-yakosti-xliba-ta-xlibobulochnix-virobiv.html
2. http://p-for.com/book_336_glava_15_13._POL%D0%86PSHENNJA_JAKOST%D0%86_KHL.html

УДК 640.4

Іваночко Оксана
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль
Науковий керівник: ***Ткач Наталія***
викладач першої категорії

МЕТОДИ ВИЗНАЧЕННЯ ФАЛЬСИФІКАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ ХЛІБОПЕКАРСЬКОГО ТА КОНДИТЕРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА

Фальсифікація або підробка товарів існує давно, але якщо раніше вона була більш простою, то тепер вона стала більш складною. Вона потребує, іноді, для виявлення сучасних методів та приладів, тому що фальсифікатори використовують для підробки сучасні досягнення науки та техніки.

В зв'язку з актуальністю проблем по виявленню справжності, ідентифікації і особливо, фальсифікації товарів необхідна розробка різних програм по забезпеченню безпеки товарів і захисту споживачів.

З метою запобігання виробництва та реалізації підроблених товарів, урядами багатьох країн розроблені і прийняті відповідні законодавчі акти.

Фальсифікація продовольчих товарів проводиться шляхом надання їм окремих найбільш типових ознак, наприклад, зовнішнього вигляду, кольору, консистенції при загальному погіршенні або повній втраті окремих найбільш значимих властивостей харчової цінності (наявності білків, жирів, вуглеводів, вітамінів тощо), а також безпеки.

Питання забезпечення якості та безпеки харчових продуктів найбільш гостро виникло у другій половині 20 століття. Це було пов'язано в першу чергу з безперервним розширенням їхнього виробництва, величезним асортиментом продуктів, що невпинно розширюється і стрімким зростанням виробників.

Першими в області забезпечення якості та безпеки продуктів харчування стали США, як країна, що володіла в той час найбільш передовими технологіями виробництва харчових продуктів. Система НАССР (аналіз ризиків і критичних контрольних точок) була вперше розроблена й впроваджена в 60-х роках саме в США на замовлення Національного Аерокосмічного Агентства й застосовувалася для контролю безпеки при виробництві продуктів харчування для американських астронавтів. За свою більш ніж 40-літню історію існування система НАССР одержала широке поширення в країнах Європи й Америки й стала всесвітньо визнаним методом у забезпеченні безпеки харчової продукції. Система НАССР одержала схвалення спеціалізованих організацій ООН і ЄС, у багатьох європейських країнах (Данія, Німеччина, Франція, Словенія) вимога про впровадження системи НАССР на підприємствах харчової галузі закріплено законодавчо.

Зростання числа захворювань, викликаних зараженою їжею або кормами викликало необхідність створення стандарту, здатного врегулювати дане проблемне питання. Адже крім шкоди для здоров'я ці хвороби можуть привести до значних економічних втрат, що виражається в збитках від відсутності персоналу на робочому місці, оплати лікування, страхових виплат і компенсацій за рішенням суду. Тому у 2005 році експертами iSO від харчової промисловості у тісному співробітництві з комісією було розроблено стандарт ISO 22000:2005 "Системи менеджменту безпеки харчових продуктів. Вимоги до будь-яких організацій у ланцюжку поставки". Даний стандарт підтриманий світовою громадськістю, гармонізує вимоги до систем менеджменту безпеки ланцюжків поставки продовольчих товарів, пропонуючи унікальне рішення міжнародного масштабу. Крім того, системи менеджменту, засновані на ISO 22000, можуть бути сертифіковані. Стандарт ISO 22000 розроблений спеціально для того, щоб організації всіх типів, що беруть участь у ланцюгу поставки харчової продукції, могли впровадити систему менеджменту безпеки цієї продукції. До таких організацій належать виробники сировини й харчових продуктів, компанії, що забезпечують транспортування й зберігання готової продукції, організації роздрібної торгівлі, а також виробники устаткування, пакувального матеріалу, добавок і інгредієнтів.

Міжнародною комісією ФАО/ВОЗ із втілення кодексу стандартів та правил щодо харчових продуктів розроблена та прийнята збірка міжнародних харчових стандартів Кодекс Аліментаріус. Стандарти кодексу охоплюють основні продукти харчування - як оброблені і напівфабрикати, так і необроблені.

Виробники хлібобулочних та кондитерських виробів не завжди дотримуються стандарту, пропнуючи споживачам фальфіковану продукцію.

Основними видами фальсифікації хліба і хлібобулочних виробів є якісна і кількісна, значно рідше зустрічається асортиментна. При цьому переважає технологічна фальсифікація.

Найбільш розповсюдженою асортиментною фальсифікацією є продаж виробів, вироблених із борошна І-го гатунку під виглядом виробів із борошна вищого гатунку.

Відрізнити таку підробку можна і по кольору, але більш точний висновок можна зробити на основі фізико-хімічних показників: вмісту клітковини, пентозанів, кальцію, фосфору, заліза, що може провести тільки досвідчений експерт за завданням представника органів по захисту прав споживача. Можливий продаж пшенично-житнього хліба як хліба із борошна І-го сорту. Однак така фальсифікація також легко розпізнається по високій кислотності виробу, який можна визначити простими лабораторними методами.

Якісна фальсифікація досягається: підвищеним вмістом води; додаванням інших сортів борошна; введення харчових добавок - поліпшувачів борошна; заміна дріжджів на хімічні розпушувачі; введення харчових барвників; недовкладення вартісних компонентів (олії, яєць, цукру й ін.), передбачених рецептурою; заміна вартісних компонентів дешевшими (маргарину - рослинною олією і т. п.); недотримання технологічних параметрів виробництва хліба; додавання консервантів, антибіотиків.

Однак, якби виробники чесно вказували в супровідних документах, які поліпшувачі вони додали у виріб, то це б не було обманом і фальсифікацією. Але вони, порушуючи закон "Про захист прав споживачів", не вказують цього, обманюють покупця, а отже, порушують закон. А оскільки хліб кожна людина вживає у великих кількостях, то цей обман дуже сильно позначається на його здоров'ї.

Виробництво кондитерських виробів супроводжується значною фальсьфікацією. Це пов’язано із зниженням собівартості виробів, надання кращих фізико-хімічних властивостей, продовження терміну зюерігання та ін.

Із кондитерських виробів найбільш часто об'єктом фальсифікації є шоколад, торти і тістечка з вершковим кремом. Інші види виробів фальсифікуються значно рідше, так як для їх виробництва використовується відносно дешева сировина, для якої ще немає більш дешевих замінників. У багатьох кондитерських виробах частіше зустрічається якісна фальсифікація за рахунок недовкладення найбільш цінної сировини за рецептурою. Так, при виробництві борошняних кондитерських виробів можливі недовкладення жиру, цукру, прянощів, рому і інших компонентів. Крім того, можлива кількісна фальсифікація всіх фасованих виробів за рахунок недоважування, який перевищує встановлені норми відхилення.

Найбільш розповсюджений вид фальсифікації шоколаду - коли частково або повністю заміняються найбільш цінні компоненти сировини - какао-масло и терте какао - на гідрожир і соєвий шрот (або білок, або лецитин). Для тортів і тістечок найбільш властива якісна технологічна фальсифікація, що здійснюється шляхом заміни одного виду цінної сировини іншим менш цінним або недовкладенням. Частіше всього вершкове масло в кремах заміняється маргарином або бісквіт готується без пропитування ромом, іншими напоями.

Виявити заміну вершкового масла маргарином можна за жирно-кислотним складом жиру, для цього необхідно застосувати метод газорідкісної хроматографії в лабораторних умовах, а також за коефіцієнтом заломлення або за допомогою люмінесцентного аналізу. Рекомендовано застосовувати точний біотехнологічний метод ідентифікації включень лушпайок в какао-продукт на основі генетичної ідентифікації вказаних домішок. Для визначення фізико-хімічних показників шололадних мас використовують метод Кассона. Запропоновано використати високоефективну рідинну хроматографію із зворотними фазами для визначення охратотоксину-А (І) в порошку какао. Метод дозволяє швидко і з допустимою похибкою визначати пг/кг (І) в порошку какао, а також контролювати виробничий процес.

Розроблено методики визначення кислотного й перекисного чисел жирового компонента борошняних кондитерських виробів. У цей час на основі нової аналітичної технології й оригінального програмного забезпечення розроблено прилад для визначення масової частки жиру, вологи і цукру (кристалічна сахароза) у шоколаді, шоколадних напівфабрикатах, праліне. Всі три показники вимірюються одночасно протягом 4 хв при натисканні однієї клавіші. Цей складний метод також можна з успіхом використати при

тестуванні сировини для кондитерського виробництва за показниками вологості, складу жиру й білка. Часто з успіхом використовують не тільки вимірювальні, але й розрахункові методи. Визначили, що знаючи амінокислотний склад готових виробів (зокрема, вміст лізину) і розрахувавши їх амінокислотний скор за заздалегідь встановленими залежностями, швидко можна визначити кількісний вміст яйцепродуктів у готових виробах і напівфабрикатах.

Для забезпечення виробництва якісної харчової продукції необхідно проводити обов'язкову сертифікацію для забезпечення споживчих властивостей та відповідності вимогам нормативних документів, чинних в Україні. Здійснювати контроль за виробництвом. При його відсутності створяться умови для ввезення контрафактної продукції за демпінговими цінами, в результаті добросовісні товаровиробники не зможуть конкурувати на споживчому ринку з такою продукцією. Внаслідок цього відбудеться гальмування процесів розвитку вітчизняного виробництва, що може зробити неконтрольованими шляхи надходження до споживчого ринку України низькосортної, неякісної, фальсифікованої та небезпечної продукції. Це, в свою чергу, створить загрозу для здоров'я і життя населення України.

Список використаних джерел:

1. Дубініна А.А., Овчиннікова І.Ф., Дубініна С.О., Летута Т.М.. Науменко М.О. Методи визначення фальсифікації товарів. Підручник. - К.:"Видавничий дім "Професіонал", Уентр учбової літератури, 2010. - 272 с.
2. https://textbook.com.ua/tovaroznavstvo/1473453396/s-5?page=2
3. https://studfile.net/preview/5424152/page:11/

УДК 640.4

Кочмарчик Олена
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль
викладач-методист

ЯКІСТЬ ТА БЕЗПЕЧНІСТЬ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ ДЛЯ ДІЄТИЧНОГО ТА ПРОФІЛАКТИЧНОГО ХАРЧУВАННЯ

Хліб і хлібобулочні вироби посідають особливе місце у раціоні людини, тому поліпшення їх якості та харчової цінності постійно в полі зору теоретиків і практиків. У сучасному світі така інтегральна категорія, як продовольча безпека, стає синонімом безпеки не тільки безпосередньо споживача харчових продуктів, а й економічної безпеки держави та перспективи виживання людства в цілому. Проблеми харчування людини тісно пов'язані з якістю і безпечністю харчових продуктів. Основними показниками продовольчої безпеки країни можна вважати стан зернового виробництва і його якісний потенціал. Останніми роками попит споживачів на безпечні та високоякісні харчові продукти з тривалим періодом зберігання зростає. Серед забруднень харчових продуктів виділяють наступні: металеві забруднення (ртуть, свинець, олово, цинк, мідь тощо); радіонукліди; пестициди; нітрати, нітрити; діоксини; метаболіти мікроорганізмів, які розвиваються у харчових продуктах.

Ринок хлібобулочних виробів вважається одним з найважливіших, тому що хліб і хлібні вироби у харчовому раціоні слов'ян – це щоденні продукти . Інтерес до хлібобулочних виробів з функціональними властивостями неухильно зростає у зв'язку з напруженою екологічною обстановкою в Україні.

До групи «Здоров'я» відносяться вироби з підвищеним вмістом харчових волокон, а також продукти з диспергованого зерна, збагачені вітамінами і мінеральними речовинами, з підвищеною часткою йоду, продукція підвищеної харчової та біологічної цінності. Збільшення в раціоні споживання каротину, зокрема у формі збагачених ним хлібобулочних

виробів, стає важливим і ефективним засобом у загальній системі заходів, спрямованих на зменшення ризику онкологічних захворювань людей, що проживають у регіонах з підвищеним рівнем радіації.Розроблені інститутом хлібобулочні вироби з диспергованого зерна або з його додаванням рекомендуються для профілактики серцево-судинних захворювань і ожиріння. Частину виробів збагачують на вітаміни B_1, B_2, B_3, B_6, РР, фолієву кислоту, а також мінеральні речовини (кальцій, залізо). Вітаміни можуть бути включені у вигляді окремих препаратів або в складі харчового вітамінного концентрату і натуральної сировини, багатої на вітаміни. З використанням натуральної сировини ступінь розкладання вітамінів зменшується у два рази порівняно зі синтетичними вітамінами.

Використання нетрадиційних рослинних добавок включає діабетичний хліб нових видів. Одну з таких нетрадиційних добавок вважають стевію**.**

Для поліпшення споживних властивостей нових видів хлібобулочних виробів дієтичного призначення пропонується цикорій, із якого отримують пюре, що вносять під час замісу тіста у кількості 12,5 % до маси борошна. Використання пюре із цикорію дозволяє отримати вироби профілактичного спрямування зі вмістом інуліну. Цикорій вважається добрим кровоочисним, а також засобом, що поліпшує обмін речовин, стимулює центральну нервову систему, підвищує апетит.

Науковці у якості поліпшувача використовували добавки на основі трави люцерни посівної. Вони стверджують, що ця культура багата на біологічно активні речовини: флавоноїди, білки, незамінні амінокислоти (у тому числі лізин, триптофан), мінеральні речовини і вітаміни. Вважають, що це перспективне джерело добавок, які поліпшують якість хлібобулочних виробів, інтенсифікують спиртове і молочно-кисле бродіння, а також під-вищують харчову цінність хліба.

Вчені Українського державного університету харчових технологій вивчали можливість застосування для виробництва хлібобулочних виробів біологічно активного додатку з морської водорості зостери. Додавання зостери в хлібобулочні вироби у кількості 22% від маси борошна збільшує їх об’єм і пористість, поліпшує пружність м’якушки. При цьому вироби збагачуються вітамінами і мінеральними речовинами, насамперед мікроелементами. Особливо важливим є те, що при використанні зостери хлібобулочні вироби збагачуються йодом. Наявність у зостері пектину-зостерину надає виробам радіопротекторних властивостей.

Отже, якість та безпечність хлібобулочних виробів, а також розширення асортименту цієї продукції є важливим для здоров’я та життя людей в цілому.

Список використаних джерел:

1. Бровко О. Г. «Товарознавство продовольчих товарів. Підручник - Київ: Кондор, 2010.

2. Данчук Ю. І. «Позитивні тенденції у харчуванні українців», «Продукты питания». Київ, 2009.

3. Задорожний І.М., Гаврилишин В.В.Товарознавство продовольчих товарів.Зерно-борошняні товари: Підручник.-Львів: «Компакт ЛВ»,2004.

4. Сирохман І. В., Лозова Т.М. «Якість і безпечність зерноборошняних продуктів». Навчальний посібник – Київ: Центр навчальної літератури, 2010.

5. Тіхасова Г.А., Богданова О,Ф. Горач О.О, Сертифікація товарів та послуг:- Херсон, 2012 .

УДК 640.4

Стець Ольга
майстер виробничого навчання
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м.Тернопіль

ТЕХНОЛОГІЯ БОРОШНЯНИХ КУЛІНАРНИХ ВИРОБІВ З ВІТАМІНОВМІСНОЮ СИРОВИНОЮ

В статті розглядається можливість використання вітаміновмісної добавки «Ацерола» при виробництві борошняних кулінарних виробів з метою підвищення харчової та біологічної цінності. Досліджено якісні показники страви «Вареники з вишнею» з вітаміновмісною добавкою «Ацерола», вітамінний склад виробу, розраховано і побудовано модель якості розроблених страв.

В умовах технічного прогресу, загального прискорення темпів життя, численних стресових і негативних екологічних ситуацій якісний склад їжі великою мірою змінився. Харчові продукти містять сотні хімічних речовин, серед яких є корисні, баластні і шкідливі компоненти. Від них залежить реалізація функцій їжі, стан здоров'я та життєдіяльність організму людини. Дефіцит основних харчових речовин або дисбаланс їх у раціонах призводить до незворотних змін внутрішнього середовища, порушення клітинного метаболізму.

Як грамотність людини розпочинається з абетки, так і пізнання про харчування розпочинається з аналізу найпростіших уявлень про роль харчування та їжі в організмі, з відомостей про роботу органів травлення, надлишок і нестачу поживних речовин, небезпеку токсичних і чужорідних речовин.

У харчуванні сучасної людини існує дилема: з одного боку - необхідність обмежити кількість їжі для досягнення відповідності між калорійністю раціону й енерговитратами, з іншого - необхідність розширення асортименту продуктів для ліквідації дефіциту мікронутрієнтів.

Так, дослідження, проведені у 2010 році у Києві співробітниками Інституту гігієни і медичної екології АМН України, свідчать про істотне погіршення харчування дітей віком 4-6 років, які відвідують дошкільні заклади. Виявлено виражений дефіцит у раціоні м'яса, риби, молока, молочних продуктів, а також овочів, фруктів. Споживання тваринного білка знижено на 23%, вітаміну А - на 70%, вітаміну С - на 11 %, вітаміну B_2 - на 49%. Загальнопоширена полінутрієнтна недостатність харчування, або так званий прихований голод. До 90% обстежених мають недостатність у раціоні вітаміну С, дефіцит якого сягає 50-80%; у 40-80% виявлена недостатня забезпеченість вітамінами групи В та фолієвою кислотою, 95% обстежених мають 30-40%-ну недостатність вітаміну А.[4]

Вітамін С сприяє кращому засвоєнню заліза в організмі, регулює згортання крові, проникність судин, стимулює кровотворення. Новітні дослідження доводять, що харчування, збагачене вітаміном С, може попередити передчасну смерть, викликану хворобами серцево-судинної системи. Вітамін С - це дуже сильний антиоксидант, який послаблює дію вільних радикалів, що викликають пошкодження здорових клітин. Вільні радикали є побічним продуктом обміну речовин. Вітамін С підвищує стійкість організму до несприятливих факторів зовнішнього середовища. Крім того, він підвищує опірність організму і попереджає вірусні та бактеріальні інфекції. Потреба у вітаміні С зростає в період стресу і роботи, що вимагає значних фізичних або розумових затрат. Вітамін С підвищує розумову, фізичну працездатність і активізує основний обмін. Добова потреба є від 25 до 40 мг в залежності від віку.

Тому, метою наукової роботи є розроблення технології борошняних кулінарних виробів – вареників з вишнями та використанням вітаміновмісної сировини.

Об'єкт досліджень – технологія борошняних кулінарних виробів з використанням вітаміновмісного порошку «Ацерола».

Предмет дослідження – вареники з вишнями, порошок «Ацерола».

Методи дослідження – органолептичні, фізико-хімічні, біохімічні, методи планування експерименту і математичної обробки експериментальних даних на основі комп'ютерних технологій.

Найбагатшим за вмістом вітаміну С фруктом у світі є тропічна вишня (черешня) – ацерола. Ацерола (Malphighia glabra, Acerola) - (мальпігія гранатолистна, барбадоська вишня, тропічна вишня, черешня пуерторіканська тощо) - виростає в західній Індії, Барбадосі, Ямайці, Пуерто-Ріко, Сурінамі і цінується саме за високий вміст вітаміну С. Ацерола насправді не справжня черешня, вона більше схожа на цитрусові, містять декілька кісточок, а м'якоть поділена на дольки. Стиглий фрукт ацероли темно-червоного кольору має діаметр менший ніж два сантиметри, хрусткий, з пікантним смаком, з гірко-солодким присмаком. Ацерола традиційно використовувалася в народній медицині, як зміцнювальний засіб для підвищення імунітету. Збирають фрукти в напівдозрілому стані, коли вміст

вітаміну С досягає максимуму. З ацероли витягують до 95% вітаміну у вигляді рідини, потім висушують на порошок, з якого готують концентрат. Концентрат ацероли також багатий вітаміном С і, згідно зі стандартом, зміст його досягає 15%. Середній рівень вітаміну С в іспанських апельсинах (100 г) становить 49 мг, лимона (100 г) - 57 мг, а у ацероли (100 г) 1678 мг. Обробка незрілих фруктів дозволяє не тільки отримати найбільшу кількість вітаміну С, але також і безліч корисних рослинних компонентів, вітамінів А, В (тіамін, рибофлавін), магнію, пантотенової кислоти, нікотинової кислоти, калію, ніацину та ін. Доведено, що завдяки специфічному вітамінному і мінеральному складу ацерола надає регенеруючу дію на шкіру, особливо в умовах стресу і перевтоми.

Таким чином, порошок «Ацерола» доцільно використовувати у якості біологічно активної добавки до їжі загальнозміцнюючої дії, оптимальним чином забезпечуючи потребу організму у вітаміні С.

Хімічний склад порошку «Ацерола» наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

Хімічний склад порошку «Ацерола» на 100г продукту

Хімічний склад	Порошок «Ацерола»
Білки, г	0,1
Жири, г	0,1
Вуглеводи, г	6,59
Харчові волокна, г	1,1
Na, мг	3
K, мг	6
Ca, мг	42
Mg, мг	9
P, мг	6
Fe, мг	0,2
F, мкг	90
Se, мкг	0,6
A, мг	28
B_1, мг	0,02
B_2, мг	0,06
B_3, мг	0,209
C, мг	1000
PP, мг	0,2

Таким чином, можна зробити висновок, що біологічно активна добавка з порошку «Ацерола», збагатить борошняні вироби вітаміном С, Са; також, харчовими волокнами.

Розроблено технологічну схему приготування вареників з вишнею з використанням харчової добавки «Ацерола» (рис.1).

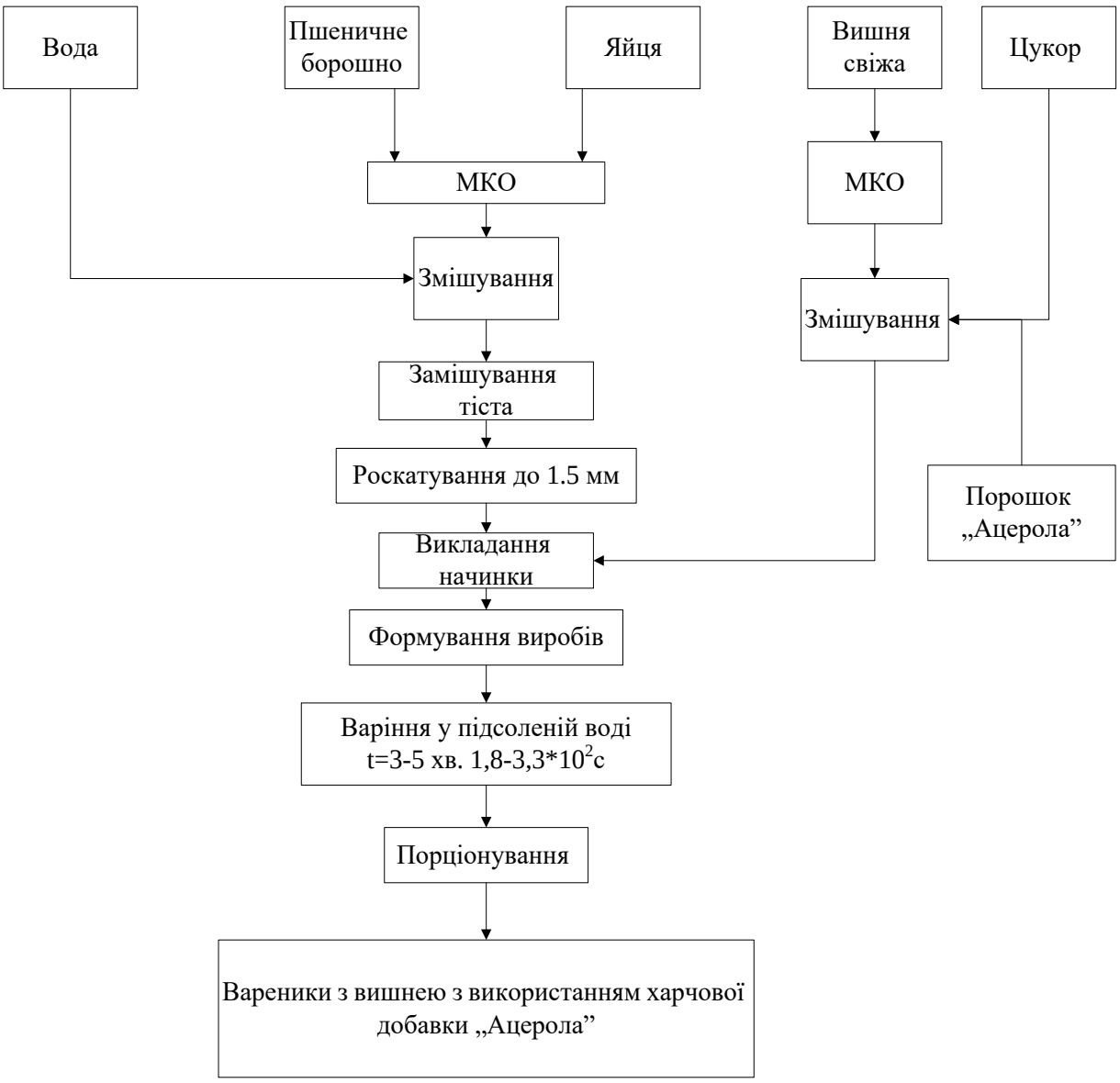


Рис.1 Технологічна схема приготування борошняного виробу «Вареники з вишнею» з харчовою добавкою «Ацерола».

Виходячи з середніх норм фізіологічної потреби у вітаміні С, приготовлено борошняні кулінарні вироби «Вареники з вишнею» з додаванням від 1 до 4г харчової добавки порошку «Ацерола». За контроль обрано борошняний кулінарний виріб «Вареники з вишнею» за традиційною рецептурою. Порошок «Ацероли» додавали у кількості 1,2,3,4г. Проведено органолептичний аналіз розроблених виробів. За результатами аналізу всі чотири досліди, як і контроль отримали найвищу оцінку, тобто це свідчить про те, що додавання до борошняного виробу порошку «Ацерола» в кількості 1–4 г не погіршують якість виробу і показники мають високі бали. Тому, для подальших досліджень вибираємо зразок вареників з додаванням харчової добавки «Ацерола» у кількості 4г, що зможе забезпечити потреби споживачів у вітаміні С.

Таблиця 2

Хімічний склад контрольного та дослідного виробів «Вареники з вишнею» з харчовою добавкою «Ацерола»

Показники	Контроль	Дослід	Різниця, /-	Відхилення, 100 %
Білки, г	8,93	8,934	0,004	0,04
Жири, г	13,4	13,404	0,004	0,04
Вуглеводи, г	14,2	14,46	0,26	1,83
Харчові волокна, г	1,1	1,2	0,1	9,1
Мінеральні речовини				
K, мг	128	128,3	0,3	0,2
Ca, мг	16	17,68	1,68	10,5
Mg, мг	13	13,4	0,4	3,1
Na, мг	1,5	1,62	0,12	8,0
P, мг	72	72,3	0,3	0,4
Fe, мг	0,6	0,7	0,1	16,6
Zn, мг	0,1	0,1	-	-
Se, мкг	-	0,024	0,024	-
Fe, мг	-	3,6	3,6	-
Вітаміни				
A, мг	-	1,12	1,12	-
B_1, мг	0,22	0,223	0,003	1,36
B_2, мг	0,08	0,083	0,003	3,75
PP, мг	0,05	0,06	0,01	20
B_6, мг	0,005	0,005	-	-
B_3, мг	-	0,008	0,008	-
C, мг	1,5	41,5	40,0	2666
E, мг	0,03	0,03	-	-

Таким чином, порівняльна характеристика хімічного складу контрольного та дослідного виробів показує, що біологічна цінність дослідного зразка зросла, збільшились кількість харчових волокон на 9,1%, вміст мінеральних речовин, а саме: Ca на 10,5%, Mg на 3,1%, Na на 8%, Fe на 16,6%, вміст вітамінів: B_1 на 1,36%, B_2 на 3,75%, PP на 20%, вітамін C у 10 разів, а також виявлено вітамін A, який регулює обмінні процеси в шкірі, слизових оболонках очей, дихальних шляхів, травного каналу. Він значно підвищує опірність організму до інфекційних хвороб, спричиняє значний вплив на стан клітинних мембран, тканинне дихання, функціонування ендокринних залоз.

На основі отриманих результатів розраховано комплексний показник якості контрольного і дослідних зразків, а також побудована графічна модель якості (рис.2).

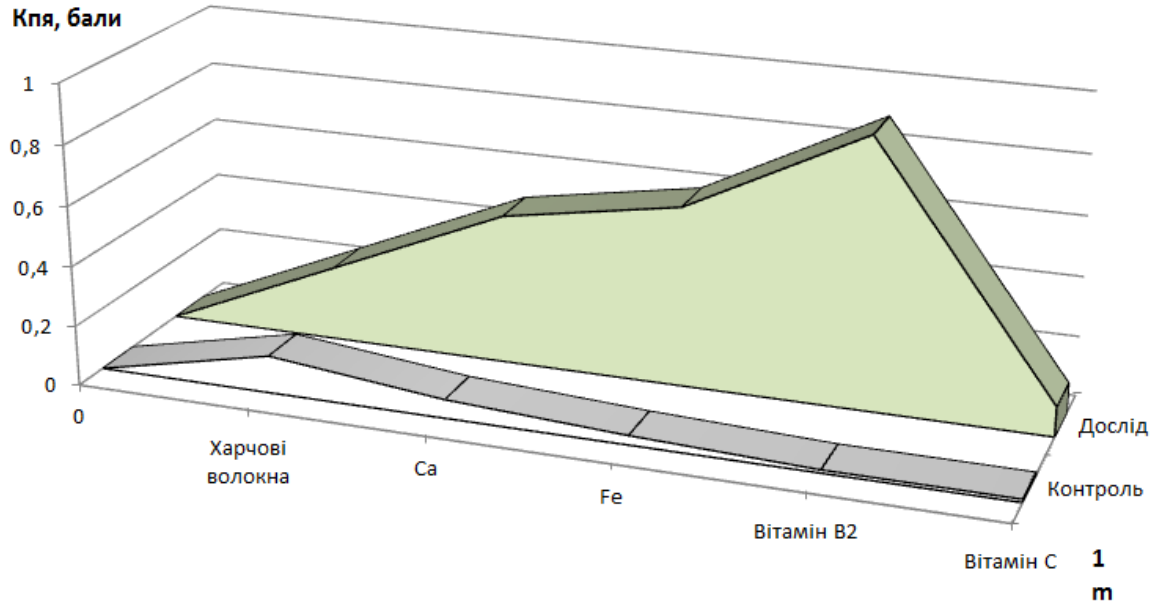


Рис 2. Модель якості контрольного та дослідного зразків борошняних виробів «Вареники з вишнею» та «Вареники з вишнею» з «Ацеролою»

В результаті проведених досліджень можна зробити висновок, що використання харчової добавки «Ацерола» підвищує біологічну цінність борошняних виробів, завдяки великому вмісту вітаміну С, а також наявності вітамінів А та групи В. Використання харчової добавки «Ацерола» дасть можливість розширити асортимент борошняних кулінарних виробів української кухні з підвищеним вмістом біологічно активних речовин – вітамінів С, А, групи В, харчових волокон. Розроблені борошняні вироби рекомендовано до впровадження у заклади ресторанного господарства.

Список використаної літератури:

1. Збірник рецептур страв і кулінарних виробів (технологічних карт) з використанням біологічно активних добавок. – К.:Книга, 2004.

2. Химический состав российских пищевых продуктов: Справочник/Под ред. И.М.Скурихина, В.А.Тутельяна. – М.: ДеЛи принт, 2002 с.

3. http://shkolazhizni.ru

4. http://www.medicina.kharkov.ua/medicinal-plant/354-acerola.html

5. http://ridna-ukraina.com.ua

УДК 640.4

Низенко Г.В.
Хмельницький торговельно-економічний коледж КНТЕУ
викладач-методист

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗАСТОСУВАННЯ ЦУКРУ ТА ЦУКРОЗАМІННИКІВ В ТЕХНОЛОГІЇ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ

«Сучасні продукти харчування просто купають нас у цукрі..»
Доктор медицини Стівен Р.Гандрі

Кондитерські вироби вносять суттєвий вклад в раціон харчування різних верств населення. Для даної категорії продукції характерний низький вміст білку, харчових волокон, мінеральних речовин, вітамінів і високий – вуглеводів і жирів, що визначає їх високу калорійність. Тому надзвичайно актуальні дослідження по удосконаленню рецептур і технологій кондитерських виробів, у яких знижений вміст цукру і збільшений - незамінних нутрієнтів.

У процесі клітинного обміну речовин цукор швидко окислюється і тому добре насичує. У окремої категорії споживачів спостерігається залежність від солодкого. Мозку потрібний цукор - проте необхідний не цукор (сахароза), а глюкоза. Фрукти, багаті вуглеводами крупи, овочі харчують мозок, не зашкоджують при цьому шкоди внутрішнім органам. Цукор – це всього лише замінник натуральних джерел глюкози. Не дивлячись на рослинне походження вихідної сировини (цукрова тростина, цукровий буряк), власне рафінований цукор – це хімічна речовина в чистому вигляді і додається в їжу для покращення смаку і може бути отриманий різними способами: з нафти, газу, деревини. Речовина настільки концентрована, що внутрішні органи, в першу чергу підшлункова залоза і печінка отримують нездорове навантаження і вимушені передчасно зношуватися. Для здійснення цих процесів організм «витрачає» вітаміни групи В, кальцій і фосфор [4,С.84]. Цукор не містить ні вітамінів, ні мікроелементів. Споживання великої кількості цукру і кондитерських виробів оправдане лише при напруженій фізичній роботі, а також посилених заняттях спортом [7,С144].

Те, що їсти багато цукру шкідливо для здоров'я, знають усі. Але все одно їдять. По-перше, це смачно. По-друге, шкода цього продукту сприймається як щось абстрактне, що не має до нашого реального життя ніякого відношення. Ніхто не бачив, щоб хтось отруївся цукром або помер, з'ївши на одну ложечку більше? В тому-то й справа, що ні.

Ось деякі наслідки надмірного зловживання цукру: від цукру товстішають, слабшає імунітет; від цукру псується настрій - якщо ми постійно їмо солодке, що провокує регулярний викид ендорфінів, організм перестає виробляти їх природним чином. Самооцінка, працездатність і настрій починають прямо залежати від шматочка цукру або вчасно поглиненої шоколадки. Крім впливу на мозок, цукор поневолює наші смакові рецептори.

Борошняна та солодка їжа майже ніяк не стимулює виділення шлункового соку та жовчі, жирна повільно перетравлюється, відповідно порушується травлення. Згідно правил поєднання харчових продуктів за Г.Шелтоном, не слід поєднувати крохмальні продукти з цукром, який не дозволяє повноцінно засвоїтися крохмалю, тому що птіалін(фермент слини для розщеплення крохмалю) не виділяється на солодку їжу. Кондитерські вироби погано поєднуються майже з усіма видами їжі і тому рекомендується десерти уникати. Якщо потрібно з’їсти шматок солодкого пирога, треба його їсти з великою кількістю салату з сирих овочі і нічого більше, а потім пропустити наступний прийом їжі [3,С.84].

Як відомо здоров’я людини залежить від стану кишкової мікрофлори. Вплив цукру на мікробіом кишечника колосальний в сторону грибкового розростання (кандидозу), паразити(глисти) теж обожнюють глюкозу. Цукор стимулює ріст кандидів, які заселяючи слизову кишечнику та інших порожнистих органів, стають головною причиною виникнення дисбактеріозу[3,С. 24]. Постійна присутність цих «жителів» в організмі людини спричиняє хронічну втому, зниження імунітету і дає можливість легкому «підселенню» вірусів.

Деякі дослідження американських лікарів доводять, що ракова клітина в 18 разів більше споживає цукру ніж нормальна [1С.282]

Надмірне і часте споживання вуглеводів(глюкози, фруктози та ін.) викликає порушення обміну речовин(метаболічний синдром) і зв’язаними з цим цукровий діабет, ожиріння, захворювання серця, зубів. Тому особливий інтерес викликає створення нових видів продуктів, збагачених і функціонального призначення з повною або частковою заміною цукру на натуральні замінники.

В якості підсолоджувачів бажано використовувати натуральні продукти, нерафіновані, тобто ті, що не пройшли жорстку хімічну обробку: мед хорошої якості, косовий цукор, фруктові натуральні сиропи і пекмези(витяжка з фруктів і ягід), фруктоза (безпечна доза 20 г, при відсутності захворювань вуглеводного обміну). Високе споживання фруктози веде до предіабету (інсулінорезистентності) та до жирової дистрофії печінки. Фруктоза - це токсин, 60% якого поглинає печінка, де він перетворюється в особливу форму

жиру під назвою «тригліцериди» і в сечову кислоту, що викликає серцеві захворювання, 30% направляється до нирок, де порушує їх систему фільтрації[1,С.284].

Штучні підсолоджувачі типу сахаринн, цикламати, аспартам, сукралоза винищують хороші бактерії від чого людина набирає зайву вагу. Крім того, мозок отримавши від смакових рецепторів сигнал задоволення, а глюкозидні рецептори в ньому не знаходять глюкози, мозок відчуває що його «ошукали» і тому ще більше просить – апетит ще більше піднімається [1].

Сахарин використовують у виробництві хлібобулочних виробів, безалкогольних напоїв, консервованих фруктів, десертів. Сахарин не бажано вживати щодня протягом тривалого часу. В результаті експерименту, проведеного над щурами в 1977 році встановлено, що самці щурів після вживання сахарину захворіли на рак сечового міхура. Об'єднана експертна комісія з питання харчових добавок ВОЗ вважає, що дані одержані в результаті дослідів над щурами не можна повністю переносити на людський організм [8].

Цикламати використовуються для приготування напоїв, кондитерських виробів, фруктових соків, шоколаду, джему тощо. Результати досліджень на тваринах показали, що цикламати спричиняють нефротоксичний(отруєння нирок) і канцерогенний ефекти (викликає рак сечового міхура у щурів). В 1969 році були заборонені в США і ряді інших країн, проте вони використовуються у суміші з різними підсолоджувачами.

Аспартам можна використовувати для підсолодження харчових продуктів, що не потребують теплового оброблення у виробництві морозива кремів. Під час теплової обробки і тривалого зберігання він розкладається і втрачає солодкість. Вважається одним із найретельніше вивчених підсолоджувачів. Є відомості про негативну дію аспартаму (депресії, запаморочення голови, напади та ін.) [8].

До найбільш популярних цукрозамінників і підсолоджувачів сьогодні відносять: стевиозид «GL-Stevia»(Е-960) (не дуже підходить у випічку), Еритрол(Е968), цукор кокосовий, ксиліт березовий фінляндський; сиропи якона, агави, клена. Цукрозамінник - Сироп Якона знижує резистентність до інсуліну.

Вплив цукрозамінників, навіть натуральних на організм людини до кінця не вивчено.

Літературний огляд показав актуальність і доцільність збагачення кондитерських виробів фізіологічно функціональними інгредієнтами, які дозволяють покращити їх споживчі якості. Пріоритетним напрямом розвитку технології кондитерських виробів залишається пошук нових рослинних джерел біологічно активних речовин(переважно вітамінів, мікроелементів, харчових волокон, поліненасичених жирних кислот), розробка технології їх переробки для забезпечення споживачів продукцією, що відповідає фізіологічним нормам організму.

Вчені-харчовики розробили технологічні рецептури для приготування кондитерських виробів збагачених порошками з гарбуза, топінамбура, моркви, черемхи, концентратом молочного білка, концентратом молочної сироватки, поліненасиченими жирними кислотами, клітковиною з перемеленого насіння подорожника, насінням льону, борошном амаранту, екстрактом зеленого чаю та ін. На жаль, збагачення борошняних виробів висівками не виправдане. Останні дослідження стверджують те, що споживання такої продукції навантажує печінку, оскільки оболонки всіх зернових містять лектини[1].

Доцільність збагачення кондитерських виробів фізіологічно функціональними інгредієнтами, які дозволяють покращити їх споживчі властивості відмічається в публікаціях сучасних вчених. Аналіз наукових публікацій присвячених розробці збагачених кондитерських виробів свідчить про те, що їх асортимент постійно розширюється за рахунок використання нової сировини і технологій.[6, С.58]

Створення збагачених кондитерських виробів потребує цілеспрямованої зміни їх хімічного складу, наближеного до вимог теорії збалансованого харчування з обов'язковим збереженням традиційних органолептичних показників, властивостей і структури та забезпечення технологічності виробничого процесу.

Список використаних джерел:

1. Гандрі С. Р., Бел-Буель О. Рослинний парадокс. Приховані небезпеки в здоровій їжі, від яких ми хворіємо та гладшає/Стівен Р.Гандрі, Олівія Бел-Буель; пер.з анг. І.Павленко, 2-ге вид.-Київ: Форс Україна, 2018.-416с.

2. Орловам Н.Я. Біохімія та фізіологія харчування: Підручник.-2-ге вид., перероб та допов.-К.:Київ.нац.торг.-екон.ун-т,2006.-281 с.

3.Міхеєнко О.І. Основи раціонального та оздоровчого харчування:навчальний посібник/ О.І. Міхеєнко.-Суми:Університетська книга,2018.-189 с.

3. Зубарева Н.А. Вальс гормонов 2.-Москва: Издательство АСТ,2018-368 с.

4. Девид Перлмуттер, Кристиан Лоберг. Еда и мозг. Что углеводы делают со здоровьем, мышлением и памятью. «Alma litera Вильнюс», 2016-192

5.Разработка кондитерских изделий обогащенных белком. Ткешелашвили М. Е. //Физические и химические методы переработки сельхозпродукции №1-2019,С.57-64

6. Евстигнеев Г.М. Лившиц Ю.А. Тайны продуктов питания.-Москва: Издательство «Пищевая промышленность», 1972-214 с.

7. Українець А.І., Штангеєва Н.1., Клименко Л.С. Технології цукропродуктів і цукрозамінників: Навч. посіб. — К.: НУХТ, 2009. — 231с.

УДК 640.4

Сірський Святослав
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі”
м. Тернопіль
Науковий керівник: ***Горішна Ганна***
викладач-методист

ХАРЧОВІ ПРИНТЕРИ

Сучасні технології не стоять на місці, і зараз вже нікого не здивуєш переносними комп'ютерами, розумними холодильниками та обчислювальною технікою, що легко поміщається в кишені. Тому не дивно, що така важлива для життя галузь, як кулінарія, теж зазнає змін і доповнюється все новими і новими ідеями. Однією з найактуальніших на сьогодні є харчовий друк.

Харчові принтери здійснили справжню революцію в кондитерській галузі. Ці поки ще незвичні пристрої дозволяють наносити будь-які зображення на цукерки, торти і тістечка, кардинально змінюючи їх зовнішній вигляд або використовуючи в якості рекламних носіїв.

По великому рахунку всі харчові принтери можна розділити на дві категорії: для промислового виробництва і для домашнього. У першому випадку використовуються досить дорогі пристосування, в основному італійського походження, і вони видають дуже якісні зображення з хорошою швидкістю друку. У другому ж випадку це звичайні принтери, що переобладнані під харчовий друк, вони значно дешевші, причому якість зображення також на досить високому рівні. Їх можна використовувати в домашніх умовах або на невеликих виробництвах.

Працює харчовий принтер за тим же принципом, що і звичайний струменевий: в лоток подається папір, і на нього через дрібні отвори вибризкуються крапельки чорнила, створюючи текст та зображення. Використовують всі моделі кондитерських принтерів за схожою схемою:

- пристрій вмикають, під'єднують до ПК;
- заправляють картриджі принтера харчовими чорнилами або ж переконуються в їх наявності
- у задній лоток подачі плоттера завантажують харчовий папір

- вибирають на комп'ютері текст або картинку для їстівного зображення і ставлять її на друк
- після того, як принтер впорається з роботою, з його лотка дістають їстівну роздруківку і застосовують для прикраси виробу [1]

Для друку на харчовому принтері застосовуються спеціальні харчові чорнила та їстівні види паперу. Харчові чорнила складаються з натуральних і штучних інгредієнтів. Більшість фарб має солодкуватий присмак завдяки деяким харчовим добавкам, що необхідно враховувати під час виготовлення кулінарних виробів. Через те, що з часом в'язкість чорнила трохи знижується, вони осідають на різних елементах принтера, тому час від часу рекомендується робити промивку системи спеціальною рідиною для догляду за пристроєм.

Основними видами паперу для харчового друку на сьогодні є вафельний та цукровий. Вафельний папір виготовляється з рисового борошна та крохмалю. Він практично позбавлений смаку, не шкодить органолептичним якостям їжі, має білий, світло-сірий або жовтуватий відтінок. За структурою листи можуть бути матовими або пористими. Цукровий папір коштує значно дорожче, ніж рисовий, і має солодкий смак. Тому він застосовується виключно для оформлення тортів та інших кондитерських виробів. Зображення на такому папері відрізняється чудовою передачею кольору, тому кондитери часто друкують на ньому репродукції картин і фотографії високої якості [2]. Крім того сьогодні поширеним став шоколадний папір (шокотрансфер). Він являє собою плівку зі спеціальним дуже тонким напиленням, на яке наноситься малюнок харчовими чорнилами. Зображення не клеїться, як на цукровий чи вафельний папір, а переноситься безпосередньо на шоколад або глазур. Тому макет повинен бути дзеркально відображений, інакше читати текст чи розглядати картинку доведеться справа наліво [3].

Окрім звичайних харчових принтерів, що просто наносять зображення на готовий кондитерський виріб, широкого застосування нині набувають харчові 3D-принтери. Принцип роботи такого принтера також чимось схожий зі звичайним струменевим апаратом. Тільки в даному випадку використовуються не чорнило, а різні пастоподібні харчові інгредієнти: шоколад, карамель чи навіть тісто.

Коли запускається процес друку, інгредієнти шар за шаром (як в звичайному принтері) потрапляють на спеціальну платформу, де і формується майбутній виріб. Завдяки невисокій температурі той же шоколад миттєво застигає на виробі, не розтікається і тримає необхідну форму. Якщо ж виріб готується, наприклад, з бісквітного тіста, то після формування він запікається та охолоджується.

До того ж технології завжди рухаються вперед, і з недавніх пір почали з'являтися моделі, які можуть виготовляти не лише кондитерські вироби, а і будь-які інші. Вже сьогодні є пристрої, що за допомогою друку здатні створити піцу, равіолі, пасту та багато іншого. Найважливішим є те, що людина може власноруч регулювати подачу необхідних інгредієнтів. Завдяки цьому на світ з'являються нові та абсолютно унікальні рецепти [1].

Отже, харчові принтери - це справжня знахідка для сучасного кулінарного мистецтва. Вони значно полегшують процес приготування та оформлення безлічі виробів і здатні здешевити саму продукцію за рахунок зменшення часових та фінансових затрат на виробництво. Саме за ними і є майбутнє кулінарії.

Список використаних джерел:

1.https://www.syl.ru/article/307336/printer-pischevoy-dlya-pechati-syedobnyih-foto-i-ukrasheniy

2.https://foodbay-com.turbopages.org/s/foodbay.com/wiki/hlebopekarnaja-i-konditerskaja-industrija/2017/08/16/sedobnye-fotografii-stali-realnostyu

3.https://vkustvorchestva.com/articles/cedobnaya-pechat/kak-polzovatsya-shokotransfernoy-bumagoy-podrobnaya-poshagovaya-instruktsiya/

УДК 640.4
Чубата Ірина
старший викладач
ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль

КВІТИ НА ТАРІЛЦІ

Гастрономія давно стала модною. Модно їсти корисну їжу, модно їжу фотографувати, по-особливому подавати і готувати модно. Але корисність не єдина вимога моди. Ми хочемо, що б їжа була красивою. Зробити їжу ошатною допоможуть квіти. Ці вишукані інгредієнти надають будь-якій страві смак, колір, аромат, апетитний вигляд і корисні властивості.

Декілька років тому, надихнувшись інформацією про те, що бутони і одноденні квіти настурції їстівні, я їх зірвала з клумби і вперше спробувала. Яке ж було моє здивування, коли на смак квітка виявилась вельми незвичайною і навіть приємною: пелюстки і стебла настурції мають легкий пряний перцевий смак. Ця квітка дуже доречна в легких салатах з невеликою різноманітністю інгредієнтів. Гурмани також стверджують, що непогана вона і в сирних запіканках і бісквітах.

Наступне моє знайомство з їстівними квітами продовжилося зацукрованими фіалками, які одержала в подарунок. До речі, у Відні зацукровані фіалки продаються всюди, виявляється, вони були улюбленими ласощами австрійської імператриці Єлизавети Баварської. Фіалки смачні і незвичайні, вони чудова альтернатива шоколаду. Фіалки багаті сапонінами, танинами, рутином, глікозидами, саліцилової кислотою, вітаміном С, каротиноїдами, а також мікро- і макроелементами. Мають протизапальну, відхаркувальну та сечогінну дію, використовується як антисептик. Квіти фіалки можна додавати в салати, прикрашати ними десерти. Вони також ідеально підходять і для ароматизації пісочного тіста, печива і цукерок. А мій подарунок мав не тільки смак, але і декілька грам користі!

Зовсім неймовірним гастрономічним відкриттям для мене стала квітка цукіні, запечена в клярі. Цією дивовижною за красою і смаком стравою мене пригостила мама. Виявилося, смачно! Яскравий колір, делікатний смак і форма квітки роблять її ідеальною для фарширування і фритюру, з нею можна приготувати різні страви.

Після такого близького знайомства з квітковою кулінарією, я, яка закохана в квіти, звичайно ж, впритул зайнялася дослідженням цього питання. Наскільки безпечно можна використовувати квіти в їжу, в якій кількості, обробці і т.д. Такі інгредієнти служать не тільки смакоароматичною добавкою, а й вишуканою прикрасою страви. Деякі з них відрізняються гостротою, інші — трав'янистих смаком або тонким ароматом - словом, вибрати є з чого.

Виявляється, що квіти їли давно. 2000 років тому в Стародавній Греції і Римі квітами прикрашали їжу і напої. В їжу використовували не тільки пелюстки, а цілі бутони. Потім відкривалися інші країни і з'являлася їх історія. В Японії та Індії були окремі квіткові страви. Квіти їли в усіх країнах Східної Азії.

Квіти втратили свою цінність в кулінарії з появою прянощів і спецій. Популярність до їстівних квітів повернулася в кінці 80-х років XX століття. В Азії в меню знову з'явилися квіткові страви. Європейські ресторани теж не відставали і почали використовувати квіти в приготуванні десертів і напоїв. Пізніше квітами почали прикрашати основні страви. Тільки вже як делікатесом, а не дешевою альтернативою спеціям. Сьогодні їстівні квіти не рідкість. А на ринках і у великих супермаркетах можна купити мікс їстівних квітів.

Їстівні квіти — це квіти, які безпечні для здоров'я людини, а значить їх можна їсти: окремо, як фрукти, без будь-яких доповнень, або ж додаючи їх в страви та напої в якості інгредієнтів, прикрас або приголомшливих натуральних ароматизаторів.

На мій погляд, квіти, які масово вирощуються в промислових масштабах, активно обробляються хімією і, звичайно ж, категорично не придатні до вживання в їжу. Однак є і їстівні квіти, які поставляються в спеціальних маленьких коробочках, вирощуються вони в екологічно чистих умовах. Один з яскравих прикладів такого органічного виробництва — квіткова ферма в передмісті Токіо, на якій цілий рік вирощують 40 видів квітів, в тому числі хризантеми, братки, ротики і фіалки. Всі вони досить давно знайшли шлях в елітні ресторани Японії, де з їх допомогою шеф-кухарі розробили безліч унікальних страв.

Кілька років тому серед виробників квітів закріпилася тенденція до диверсифікації ринків збуту, все більше квіткарів стали звертати увагу на продуктові ринки. В Європі за кілограм їстівної квіткової продукції можна виручити до 12 доларів, невеликий набір з 6 настурцій і 14 фіалок може коштувати до 5 доларів. Виробники можуть упакувати набір з 20 квітів менш ніж за 10 хвилин, собівартість якого буде коштувати 1,5 долари при цьому заробити за нього 3 долари. Основна перспектива бізнесу полягає в тому, що заробити можна в два рази більше при мінімальній витраті часу і ресурсів.

Судячи з асортименту зарубіжних компаній, що займаються вирощуванням їстівних квітів, можна сказати, що попит є. І не маленький. Цей ринок розвивається. Наприклад, англійська компанія Maddocks Farm Organics пропонує сушені квіти, квіти для прикраси весільних тортів, різдвяні вінки (з їстівних квітів) і багато іншого. Ціни на їстівні квіти в середньому такі: бегонія – 10 євро за 10 квіток, лаванда – 13 євро за 50 квітучих гілочок, флокс – 12 євро за 100 квіток, троянди – 24 євро за 5 відкритих троянд і 7 частково відкритих, тюльпани – 14 євро, 5 за 5 квіток, майорця – 7 євро за 8 великих квіток або 15 маленьких.

Чим же корисні їстівні квіти? По-перше, їстівні квіти — потужний антиоксидант, який допомагає виводити токсини з організму. По-друге, такі квіти працюють як щит проти раку печінки, сечового міхура, передміхурової залози, молочної залози і товстої кишки. Харчові квіти не тільки красиві і естетичні, але і багаті корисними речовинами: мінералами, білками і вітамінами. Скажімо, чашка свіжих квіток бораго забезпечує 31,2 мг вітаміну С, що становить близько 42% потреби жінки (75 мг / день) і 35% чоловіки (90 мг / день), близько 3 мг заліза, що трохи більше, ніж одна третина для чоловіка (8 мг / день) і трохи менше однієї п'ятої для жінки (18 мг / день). А квітки настурції містять в 10 разів більше вітаміну С, ніж салат-латук, а крім того, постачають невелика кількість вітаміну D.

Крім того, вони містять високу кількість антиоксидантів і малу кількість жирів, що є цінним для тих, хто дотримується дієти. Ну і, по-третє, в їстівних квітах практично немає калорій. Квіти відмінно доповнюють ряд страв: їх аромати часто тонкі і не домінують над іншими інгредієнтами, а барвисті пелюстки виглядають настільки привабливо, що страви з використанням квітів, виявляються найпопулярнішими в меню в будь-якому сезоні. Квіти є невід'ємною частиною сучасного кулінарного мистецтва, їх охоче використовують найзнаменитіші шеф-кухарі, відроджуючи забуті традиції і створюючи нові страви.

Без сумнівів можна вживати і ті квіти, які вирощені вами особисто на присадибній ділянці, а також придбані в супермаркетах в спеціальній тарі. Ніжні їстівні квіти реалізують в жорстких пластикових контейнерах, аналогічних тим, які використовуються для зберігання ягід суниці та інших швидкопсувних продуктів. При цьому пакети з їстівними квітками повинні містити бажане поєднання видів, мати достатньо довгий термін придатності, а також високу якість. Упаковка містить інформацію про те, як зберігати і використовувати продукт. Їх можна їсти, а от інші - я б не рекомендувала.

Пам'ятайте, що не всі квіти підходять для вживання в їжу. Деякі рослини можуть бути отруйні, що загрожує отруєнням — і часом дуже серйозним. Так що краще спочатку ознайомитися з декількома порадами:

- Вибирайте лише ті квіти, в їстівності яких впевнені.
- Вживайте в їжу тільки ті рослини, які виростили самі. Продукція з квіткових магазинів вирощується з використанням великої кількості хімікатів і пестицидів.

• Не їжте квіти, які росли вздовж доріг або в громадських парках: в них також багато небезпечних для здоров'я речовин.

• Використовуйте в кулінарії тільки пелюстки, без маточок і тичинок.

• Якщо ви страждаєте на алергію, будьте гранично обережні.

• Щоб зберегти квіти свіжими, загорніть їх у вологий паперовий рушник і поставте в герметичному контейнері в холодильник. Термін зберігання —близько 10 днів. Щоб повернути свіжість пелюсток, обполосніть їх крижаною водою.

Правило, яке мені дуже подобається — не класти в тарілку те, що не можна з'їсти. Тому прикрашати страви будь-якими квітами не можна. Не можна покласти в салат півонії або конвалії. Мені стало цікаво, які квіти можна їсти, в якому вигляді і що в них особливого, крім декору.

Існує близько 100 видів їстівних квітів. Наприклад: календула, лілія, герань, лаванда, маргаритка, фіалка, кульбаба, лілейник, квітка Юккі, чорнобривці, крокус, фіалка триколірна, тюльпани, ромашка, волошка, конюшина, фуксія, гладіолус, мальва, соняшник, братки, бамия, чорнобривці, бегонія, вербена лимонна, гвоздика, гібіскус, материнка, дягель, жасмин, жимолость, календула, м'ята, настурція, кульбаба, розмарин, бузок, софлора, хризантема, шавлія, шток-троянда та інші. Всі вони можуть прикрасити ваш стіл. Сушені рожеві, червоні, фіолетові, чорні і сині пелюстки волошок — це приголомшливе конфетті для використання у випічці або приготування безе, помадки, зефіру, а ще смачні пелюстки можна використовувати для приготування салатів, канапе, в солодких і солоних стравах для прикраси. Їстівні і квітки багатьох овочевих рослин — артишоку, базиліка, бораго, гороху, капусти китайської, кінзи, цибулі-порею і шніт-цибулі, редиски, кропу, часнику тощо.

Однак, поки що квіти — це тільки гарнір і добавки до різних м'ясних і рибних страв, салатів, десертів, їх додають в джеми і варення, заморожують в кубиках льоду для прикрашення напоїв. Таким чином, додавання квітів у звичайні страви допомагає надати їм приємного кольору, аромату і екзотичності. Адже, одні квіти є пряними, інші — трав'янистими, а треті — досить ароматними. Результат таких експериментів завжди дивує.

Окрім того, відроджується вікторіанська техніка зацукровування квіток, яка породжує можливість маркетингу для закладів ресторанного господарства. Кожна пелюстку зафарбовують яєчним білком і посипають цукровим піском. Після того як цукор кристалізується, квітки зберігають в герметичних контейнерах. Пелюстки квіток таких рослин, як волошка, фіалка, ромашка, братки, бораго і троянда, придатні для цих цілей. Зацукровані квіти продають десятками і сотнями. Існують деякі інноваційні напрямки зацукровування квітів і розроблені патенти: Sweet Crystal (кристалізуються пелюстки), Sweet Glaze (глазуровані і вологостійкі пелюстки), Sweet Dust (напівкристалізування, посипані золотом або сріблом, вологостійкі пелюстки), Sweet Custom (пелюстки для арт-творіння).

У 2019 році показники попиту на їстівні квіти в Європі зросла на 300% в порівнянні з минулим роком. Не відстають у квітковому промислі і США, в минулому році обсяги квіткового ринку подвоїлися. Великим попитом квіти користуються в кондитерській сфері при виробництві тортів і десертів, а також як прикраса в стравах і напоях. Перш, ніж зважитись вирощувати їстівні квіти, потрібно визначиться з напрямками їх збуту. Наприклад, на українському ринку така продукція поки недостатньо затребувана. А ось для експорту - цілком підходящий варіант. На заході виробники їстівних квітів продають свою продукцію в ресторани, адже їх по праву можна прирівняти до делікатесів або екзотичним приправ. Квіти можуть продаватися в свіжому вигляді, сушені, зацукровані або в розфасованих салатах. Великою популярністю вони користуються серед покупців преміум класу, тому варто враховувати, що продукція повинна відповідати високій якості і виключати пестициди. Хоча найчастіше споживачі орієнтуються не на корисні властивості, а більше на естетичну складову квітів.

Для підвищення рівня конкурентоспроможності закладам ресторанного господарства необхідно запропонувати впровадження інноваційних технологій. Перш за все необхідно

зробити акцент на здоровому харчуванні, тобто запропонувати споживачу "здорову їжу", приготування якої базується на використанні екологічно-чистої сировини, а також без генно-модифікованих продуктів. Також запропонувати процеси приготування страв, які майже не руйнують поживні речовини, вітаміни, впровадити інновацію квіткових страв, професійно декорувати страви їстівними квітами.

Список використаних джерел:

1. https://uk.wikipedia.org
2. http://technol.donnuet.edu.ua/en/9-bloh/109-konditerskij-likbez-jistivni-kviti-v-desertakh.html
3. http://simya.com.ua/modna-tendentsiya-kvity-yaki-mozhna-yisty-2/
4. https://flower-shop.com.ua/ua/edible-flowers
5. https://uk-ua.facebook.com/ds.lviv.ua/posts/1088850401162328/

СЕКЦІЯ 5

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ – ЗАПОРУКА УСПІХУ В БІЗНЕСІ

УДК 658.8

Гунько Владислава
Коледж технологій, бізнесу та права Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки
м. Луцьк
Науковий керівник: ***Крапостіна С.М.***
спеціаліст вищої категорії

БІЗНЕС В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖЕХ – РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Сьогодні будь-який бізнес так чи інакше не обходиться без власного просування через соцмережі. Це вимагає мало не щодня знаходитись в спільному комунікативному просторі з нашим оточенням — існуючими і потенційними клієнтами, партнерами, конкурентами, регулярно генерувати та оновлювати контент про себе та свої послуги.

Перед кожним підприємцем неодноразово сьогодні постає питання, чи варто розвивати бізнес в площині соцмереж. Спеціалісти стверджують, що робити це варто і навіть можна розпочинати власну справу із соцмереж. Тут не потрібно очікувати блискавичних результатів, але за умови правильно побудованої стратегії та професійного підходу успіх гарантований.

Соціальні мережі розвиваються. І тепер це не просто місце для спілкування та обміну лайками; вони допомагають просунути бізнес в мережі. Щодня мільйони людей відвідують соціальні мережі, і вони можуть стати вашими потенційними клієнтами.

За дапомогою соціальних мереж підприємець може:

- зробити свій бренд впізнаваним;
- отримати лояльних клієнтів;
- збільшити рівень продажів;
- покращити репутацію компанії;
- отримати зворотній зв'язок від клієнтів;
- закріпити свій вплив у галузі.

Вибір соціальної мережі залежить від сфери діяльності компанії. Найчастіше це Fasebook, Instagram, Twitter.

Соціальні мережі не можна розглядати, як інструмент прямих продажів. Тут потрібно створювати впізнаваний бренд та підвищувати лояльність клієнтів.

Для формування довіри потенційних клієнтів необхідно сформувати їх лояльність через просування вашого бізнесу в соцмережах. Користувачі, які вже десь щось чули про вашу компанію і ваш продукт охочіше приймають рішення про здійснення покупки. Розкажіть про себе мільйонам людей по всьому світу.

Професійне просування в соцмережах дозволить вам оперативно отримувати зворотний зв'язок і реагувати на сигнали покупців. Наявність цієї інформації полегшить процес вдосконалення сервісу та продукту, щоб зробити їх ще більш привабливими для клієнтів. Формуйте базу постійних клієнтів.

Правильно складений контент-план дає можливість публікувати корисний та цікавий контент. Аналізувати реакцію підписників, спонукаючи їх до зростання активності. Просування в соцмережах дозволяє зробити вашу компанію, товари і послуги впізнаваними, а значить - ваші клієнти вам будуть більше довіряти.

Соціальні мережі дають змогу знайти свою цільову аудиторію і розповісти їхй про унікальність вашого продукту. Завдяки просуванню в соцмережах ви зможете достукатися до покупців та партнерів, створюючи довірчі відносини.

Здатність бути на зв'язку з клієнтом 24/7 - це відмінна конкурентна перевага, що дозволяє завойовувати нових клієнтів. Хочете бути попереду конкурентів? Активізуйте своє просування в соцмережах і надайте можливість клієнтам зв'язатися з вами з будь-якого питання у зручний для них час.

Просування в соцмережах дозволяє не тільки залучати, а й утримувати клієнтів. Спілкування з ними безпосередньо полегшує процес презентації програм лояльності, спеціальних знижок та акцій.

Маркетинг в соціальних мережах дуже динамічна галузь. Тут зміни відбуваються щохвилини. Тому потрібно постійно бути в курсі новинок та приймати нестандартні рішення.

Існує поняття соціального маркетингу (Social Media Marketing), скорочено SMM (СММ). З його допомогою власники бізнесу просувають свою продукцію і послуги в маси через соцмережі. Так вийшло, що контенту в соцмережах користувачі довіряють, і якщо він привабливий, цікавий, то поширеться по мережі самостійно. СММ допомагає достукатися до вашої аудиторії. За допомогою соцмереж можна позиціонувати свій бренд, зробити його впізнаваним.

Цей спосіб знайомий кожному. Майже кожен з нас підписаний на різні пабліки, цікавих людей, друзів, сторінки популярних видань і фірм в Facebook, Twitter, Instagram і не тільки. За допомогою соцмереж легше збирати відгуки від клієнтів, отримувати фідбек. Всі платформи вже оптимізовані під пошукові системи, а значить не потрібно турбуватися про збільшення трафіку (як з особистим веб-сайтом). Головне публікувати цікавий якісний контент, який приверне увагу потенційного покупця. Для цього використовують фото, відео, аудіозаписи, коментарі.

СММ просування сайту в соціальних мережах досить ефективне, зокрема, якщо вже є напрацьована аудиторія і рейтинг. Можна також використовувати блоги, форуми для додавання вірусної або прихованої реклами. Основний плюс СММ – реклама не агресивна, а ненав’язлива, і її бачать виключно зацікавлені користувачі (цільова аудиторія). Ваше завдання – максимально правильно презентувати свій товар/послугу, тобто продати.

Фейсбук – найпопулярніша соціальна мережа в світі, і надає зручні механізми для просування бренду. Просування тут буде успішним для комерції, особливо великої. Користувачі соцмережі знаходяться по всій земній кулі, тому бренд можна представити не тільки в Україні, але і в Європі, США. Дуже зручно, якщо ваш сайт на WordPress, в цю CMS

додається платформа Facebook-коментарів. Сьогодні СММ Фейсбук – це діючий механізм для отримання лідів і конверсій із соціальних мереж.

Фейсбук передбачає цікаві настройки для просування рекламних постів. На цьому майданчику зосереджені користувачі з хорошим достатком, освітою, професіонали своєї справи (ІТ-фахівці, журналісти, маркетологи). І якщо це ваша ЦА – ви просто зобов'язані просуватися через Фейсбук.

Отож, на сьогодні соціальні мережі є дієвим засобом просування власного бренду та ведення бізнесу, який дає суттєві конкурентні переваги.

Список використаних джерел:

1. Нестеренко А. Интернет-маркетинг для МЛМ и не только. 7 шагов к успеху. - К: Форс — 2020. — 240 с.
2. Яцюк Д.В. Реклама в Інтернеті. Навчальний посібник. - КНТЕУ – 2018 – 296 с.

УДК 338.4

Мазурок Ольга
ДВНЗ «Тернопільський колледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль
кандитат історичних наук

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ДЛЯ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

В умовах сучасного світу, суспільство якого змінюється чи не щогодини, все більшого впливу набувають соціальні мережі, які дозволяють користувачам створювати публічну або напівпублічну анкету, складати список користувачів, ділитися інформацією в мережі з оточуючими, при цьому не покидаючи своєї зони комфортності.

Сьогодні відомо десятки різних соціальних мереж. І, мабуть, кожний другий є учасником тої чи іншої інтернет спільноти. Особливо актуальними соціальні мережі є серед молоді, такі як Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram. Якщо раніше користування останніми звужувалося до поширення інформації про себе, свої вподобання, подорожі і плани, пошук нових знайомства, то сьогодні – це невід'ємна частина розвитку та успішного ведення бізнесу.

Сучасні підприємці, які володіють малим чи середнім бізнесом, часто використовують для організації продажів, залучення нових клієнтів, реклами нової продукції соціальні мережі. Виникає ряд питань: чому варто використовувати інтернет мережі для бізнесу? Чому недостатньо мати просто філії чи відділення в місті? Як соціальні мережі впливають на успішність компанії? Даючи відповідь на ці питання, варто зупинитися на перевагах, які дає нам інтернет у веденні бізнесу [1].

По-перше, соціальні мережі дають можливість бізнесу продемонструвати бренд. Бізнесменам більше не потрібно робити формальні знімки на білому тлі, в однаковому положенні і виставляти отримані фотографії з описом на сайті. Використовуючи, наприклад Instagram для бізнесу, можна «зблизитися» з цільовою аудиторією, познайомитися з потенційними і постійними покупцями, зробити спілкування більш особистим. Однак, коли компанія, яка використовує Instagram для бізнесу, просто викладаючи фото і пишучи вартість продукції, – це нікого не приваблює. Тому, співробітники, які ведуть сторінку в соціальній мережі, повинні бути експертами, що демонструють свої знання в необхідній галузі [1].

Соціальні мережі презентують великі можливості для людей, які грамотно ними користуються. За допомогою їх можна отримати відповіді на питання, що пов'язані з якістю обслуговування, з ціновою політикою компанії, асортиментом. Для цього достатньо просто поставити питання на голосування, використавши таку функцію, як «опитування в Stories».

Крім того, є можливість отримати відомості про відвідування сторінки, активність під кожним конкретним постом, а також дізнатися демографічні дані про покупців [].

По-друге, соціальні мережі дозволяють демонструвати події в реальному часі. Підприємці, особливо ті, які займаються малим бізнесом, часто використовують прямі ефіри. Вони дозволяють демонструвати всі захоплюючі та цікаві моменти, які можуть бути до душі потенційних замовникам, в реальному часі. Предметом прямих ефірів можуть стати, як інтерв'ю з відомими людьми, причетними до цього бізнесу, так і «живе» спілкування з клієнтами компанії через систему «питання-відповідь» [].

По-третє, використання інтернет мережі дозволяє залучати нових партнерів та завжди залишатися в тренді, стежити за новинками висловлювати думку щодо світових подій, особливо тих, що пов'язані з діяльністю то і чи іншої компанії [2].

Таким чином, для успішної діяльності бізнесу в сучасній економіці необхідно будувати ефективну комунікаційну стратегію, реалізація якої без використання соціальних мереж, є неможливою. Саме соціальні мережі дозволяють краще розуміти інтереси цільової аудиторії, її потреби, бажання, наміри, амбіції, страхи, тощо. Використання соціальних мереж допомагає отримувати необхідну інформацію про власний бізнес та своїх потенційних конкурентів, формувати переконливий бренд пропонованої продукції, пробуджувати зацікавленість серед інших соціальних груп, а також вирішувати інші питання сучасного ринку.

Список використаних джерел:

1. Інстаграм для бізнесу: 10 аргументів на користь соціальної мережі https://eopac.org.ua/instagram-dlya-biznesu/
2. Використання соціальних мереж у маркетингових комунікаційних стратегіях підприємств http://www.economy.in.ua/pdf/5_2013/30.pdf
3. Чи варто розпочинати бізнес у соціальних мережах? https://creativesmm.com.ua/rozpochinatu-biznes-u-socialnikh-merezhakh/

УДК 640.4

Канівець Наталя
старший викладач
Тернопільське вище професійне училище технологій та дизайну
м. Тернопіль

ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ДЛЯ СТВОРЕННЯ УСПІШНОГО БІЗНЕСУ

Соціальні мережі – це соціальна структура, що утворена індивідами або організаціями. В Інтернеті соціальні мережі мають вигляд сайтів, на яких користувачі можуть утворювати персональні сторінки та спільноти для спілкування та поширення інформації серед великої кількості людей. Це дало змогу не тільки змінити життя користувачів всесвітньої мережі, а й вплинути на ведення бізнесу. Усвідомлюючи, яким чином буде рости і розвиватися «павутина» можна вигідно використовувати її для пошуку потенційних клієнтів і донесення інформації до цільової аудиторії.

Спочатку подивимся які переваги несуть соцмережі для бізнесу:

- Підвищення рівня довіри до компанії.
- Велика аудиторія користувачів.
- Завдяки рекламі, яка надається в соціальних мережах, є можливість дуже точно визначити цільову аудиторію, яка, напевно, буде зацікавленою у пропонованому товарі чи послузі.
- Збільшення відвідуваності сайту за рахунок направлення підписників зі спільнот у соцмережах.

- Зростання кількості постійних клієнтів.
- Проведення інтерактивних онлайн-заходів.

Як правильно розпочати просування бізнесу в соціальних мережах?

Визначення цільової аудиторії. Кожна відома компанія в соціальних мережах діє за добре підготовленою і продуманою стратегією. Для того, щоб побудувати довірчі відносини з аудиторією, потрібно чітко розуміти

Координація роботи. Залежно від цілей компанії, соціальні мережі можна використовувати, як канал побудови іміджу, комунікаційну платформу або ж, як інструмент прямих продаж. Для цього усі ваші акаунти в різних соціальних мережах мають працювати разом.

Створення реклами. Реклама через соцмережі дозволяє щомиті привертати увагу до бренду, швидко інформувати про нові акції, події та товари в асортименті.

Спостереження. Обов'язково стежте і слухайте, що люди говорять про ваш бренд, відповідайте на коментарі, згадки та відгуки, навіть якщо вони негативні.

Аналіз. Постійно оцінюйте й аналізуйте свої результати. Відстеження даних про продуктивність є найкращим способом визначення того, які тактики працюють, а які ні.

Як правильно обрати соціальні мережі для свого бізнесу.

Щоб обрати найкращі соціальні мережі, потрібно розуміти цілі, яких ви прагнете досягти. Для перманентої комунікації є сенс використовувати такі соцмережі, як Facebook, для ситуативного постингу – Twitter, YouTube, Instagram, Telegram. Ці соціальні мережі вже давно перестали бути просто каналом комунікації і стали рушійними інструментами для ведення бізнесу.

1. Як використовувати Facebook
2. Instagram та його можливості
3. Потенціал Telegram
4. Можливості YouTube
5. Спілкування через WhatsApp
6. Обмін повідомленнями Messenger

Список використаних джерел:

1. YouTube. Путь к успеху. Как получать фуры лайков и тонны денег Микола Соболєв Кирило Жуковський, Роман Назарчук Серія книг Звезда YouTube Мова Російська Рік видання 2016 Кількість сторінок 400
2. Наталия Ермолова. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+, Москва, 2016, - 358 с.
3. https://luxsite.ua/ua/rol-socialnyx-setej-v-prodvizhenii-biznesa/
4. https://creativesmm.com.ua/rozpochinatu-biznes-u-socialnikh-merezhakh/
5. https://webprofit.com.ua/sotsialni-merezhi-dlya-biznesu/
6. http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/615

УДК 640.4

Цьопик Христина
ДВНЗ «Тернопільський колледж харчових технологій і торгівлі»
м. Тернопіль
Науковий керівник: ***Гвоздецька Леся***
викладач вищої категорії,
викладач-методист

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

Соціальна мережа – інтернет-співтовариство користувачів, об'єднаних за будь-якою ознакою на базі одного сайту. Іншими словами, соціальна мережа у всесвітній павутині будується за тими ж принципами, що і в реальному світі, але відрізняється тим, що у функціонуванні мережі не грає ролі географічна віддаленість її учасників один від одного [1].

Соціальні мережі є найпопулярнішим способом проведення вільного часу, залучають багатомільйонні аудиторії до обміну інформацією. Загальна аудиторія соціальних мереж тільки в Україні налічує понад 20 млн осіб. Практично кожен платоспроможний мешканець країни має акаунт у соцмережі, і не в одній. Тут можна виділити будь-яку цільову аудиторію. Жоден інший маркетинговий канал не дозволяє одночасно охопити таку кількість людей[3].

За рейтингом 2019 року найпопулярніші соціальні мережі – це:

1. **Facebook,** яким щомісяця користуються більше двох мільярдів людей. Це майже третина населення світу. Існує більше 65 мільйонів компаній, які використовують сторінки Facebook, і більше шести мільйонів рекламодавців активно рекламують свій бізнес у Facebook, що робить його досить привабливим.

2. YouTube – платформа для обміну відео, яка нараховує біля 1.9 млрд. активних користувачів в місяць.

3. WhatsApp – програма для обміну повідомленнями, яка використовується людьми в більш ніж 180 країнах і має 1.5 млрд. активних користувачів в місяць.

4. Messenger – 1.3 млрд. активних користувачів в місяць. Компанії можуть рекламувати, створювати чат-боти, надсилати інформаційні бюлетені та багато іншого.

5. WeChat – 1.06 млрд. активних користувачів в місяць WeChat виріс від додатку для обміну повідомленнями, як такі найпопулярніші соціальні мережі як WhatsApp і Messenger, до платформи все-в-одному. Окрім обміну повідомленнями, користувачі можуть використовувати WeChat, щоб робити покупки в Інтернеті та здійснювати оплату в автономному режимі, переказувати гроші, робити замовлення, бронювати таксі та багато іншого. Ця соціальна мережа найбільше популярна в Китаї та деяких частинах Азії.

6. Instagram – 1 млрд. активних користувачів в місяць [2].

Для порівняння: кількість користувачів, які дивляться найбільш топовий національний телеканал України, знаходиться на рівні 1 млн осіб. Тиражі відомих журналів не перевищують і 50 тисяч примірників[3].

Як бачимо, у наш час уже просто не обійтися без представництва компанії в соціальних мережах, адже це один із найлегших способів ідентифікації бренду, реклами товарів та послуг серед користувачів. Живий профіль фірми в соцмережах допоможе у створенні позитивного образу бізнесу, підвищенні репутації, рівня довіри, лояльності користувачів, що обов'язково повинно вплинути на приріст прибутків компанії. Залежно від цілей компанії, соціальні мережі можна використовувати як канал побудови іміджу, службу технічної підтримки, комунікаційну платформу або ж, як інструмент прямих продаж.

Серед основних переваг соціальних мереж для бізнесу, зокрема, виділяють:

- Підвищення рівня довіри до компанії. Наявність профілю фірми в Facebook або Instagram свідчить про те, що фірма працює не перший день на ринку і дбає про свою репутацію.
- Широке та більш точне охоплення цільової аудиторії. Популярність соціальних мереж сьогодні ширша, ніж більшості відомих інтернет-ресурсів, а їхня аудиторія зростає щоденно.
- Невисоку вартість рекламної кампанії.
- Швидкий зворотній зв'язок із клієнтами та можливість оперативно реагувати на їхні запити.

- Зростання кількості постійних клієнтів.
- Проведення інтерактивних онлайн-заходів: конкурсів, акцій, розіграшів.

Зростання успіху соціальних мереж полягає у тому, що інтернетизація світу продовжується стрімкими темпами. Для успішного просування в соціальних мережах підприємство повинно правильно вибрати цільову аудиторію, створити унікальний і цікавий контент сторінки, постійно оновлювати інформацію, бути чесним з користувачами соціальної мережі, оскільки негативна інформація дуже швидко розповсюджується, виділяти активних користувачів.

Список використаних джерел:

1. Соціальна мережа [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://igroup.com.ua/seo-articles/sotsialna-merezha/
2. Найпопулярніші соціальні мережі світу (2019) та рейтинг України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://futurenow.com.ua/21-najpopulyarnishyh-sotsialnyh-merezh-svitu-ta-rejtyng-ukrayiny/
3. 7 важливих причин, чому вашому бізнесу варто використовувати соціальні мережі. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://ag.marketing/chomu-vashomu-biznesu-varto-vikoristovuvati-soc-aln-merezh/

УДК 658.849

Мажула Анастасія
Коледж технологій, бізнесу та права Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки
м. Луцьк
Науковий керівник: ***Кузьмич О.М.***
кандидат історичних наук, викладач

СТВОРЕННЯ ІНТЕРНЕТ МАГАЗИНУ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ ПРАЦІ

Відкриття власного бізнесу для багатьох українців сьогодні, в умовах високого рівня безробіття є чи не єдиною можливістю для отримання доходів та самореалізації. Сучасні інтернет технології для фізичної особи підприємця відкрили невичерпні можливості як в сфері створення нових видів підприємницької діяльності, так і в спрощенні ведення та обслуговування вже існуючих бізнес проектів. Як зазначає Чайковська В.П., частка електронної комерції в роздрібній торгівлі в Україні ще дуже низька. Вона тільки починає розкривати свій потенціал. У більшості країн питання регулювання електронної комерції було вже давно вирішене, в той час як наша країна все ще залишається поза межами електронної торгівлі та документообігу [1].

За результатами досліджень визначено трійку найбільш відвідуваних ecommerce сайтів України: 1. Olx.ua (40,4% користувачів); 2. Rozetka.com.ua (32,5% користувачів); 3. Prom.ua (26,5% користувачів) [2, с. 185-187]. Переваги використання інтернетмагазину для покупця очевидні: — можливість економії часу та вибір потрібного товару (послуги) без відвідування торговельних закладів, що можуть бути розташовані на досить значній відстані один від іншого; перегляд докладної інформації про товар або послугу (супутні товари); — можливість порівняння цін та характеристик подібних товарів у різних постачальників (виробників); — швидке оформлення замовлення; — можливість вибору способів та строків оплати, варіантів доставки обраного товару тощо. Для продавця у цьому випадку перевагами є: — робота інтернетмагазину цілодобово без необхідності фізичної присутності продавця; — позбавлення необхідності пошуку та витрат на оренду вигідного місця розташування

магазину; — відсутність необхідності утримування торгового персоналу та менеджерів (для невеликого інтернетмагазину достатньо роботи самого власника або 1—2 найманих працівників за необхідності цілодобового зворотного зв'язку з покупцями); — можливість презентування товарів, надходження яких очікується в майбутньому з метою виявлення зацікавленості клієнтів.

Для підприємця, що вирішив займатися продажем товарів, робіт та послуг з використанням інтрнетмагазину існує два варіанти його створення: власними силами та придбання (замовлення) у спеціалістів. Вартість платних готових шаблонів по конкретній тематиці в середньому по Україні коливається в межах 75 дол. США [3]. При купівлі готового шаблону клієнт отримує: цілодобову технічну підтримку; медіафайли, що включені у вартість шаблону; У разі використання безкоштовних шаблонів клієнт власноруч проходить всі етапи налаштування та наповнення інтернетмагазину, має можливість розмістити інформацію про відносно невелику кількість товарів, обирає власний домен із переліку запропонованих, має можливість підключити платіжні системи, визначати способи доставки та налаштування дизайну власного шаблонного інтернетмагазину.

Одним із першочергових та значущих питань при створенні інтернетмагазину особою без спеціалізованих навичок є вибір платформи, на якій його буде розміщено (створено). При цьому необхідно звернути увагу на термін функціонування платформи, власні розробки, рейтинг серед користувачів, цільову аудиторію.

Сучасний підприємець, шукаючи всі можливі шляхи підвищення рівня доходу, на який, в першу чергу, впливає обізнаність клієнтів про його продукцію та можливість швидкого розуміння й задоволення потреб потенційних клієнтів все частіше звертається до сфери електронної комерції, як середовища, що дає можливість задовольнити всі ці вимоги. Наявність цілої низки вітчизняних сайтбілдерів, SEOкомпаній та електронних платіжних систем, які намагаються максимально адаптувати інтерфейс та функціональні можливості своїх продуктів до потреб представників малого бізнесу, сприяють збільшенню кількості приватних інтернет підприємців, що провадять свій бізнес із залученням клієнтів по всій Україні та за її межами.

Список використаних джерел:

1. Чайковська В.П. Електронна комерція в Україні: сучасний стан та тенденції розвитку / В.П. Чайковська // Науковий економічний журнал "Інтелект XXI". — 2016. — №3. [Елек$ тронний ресурс]. — Режим доступу: http:// www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2016/ 2016_3/4.pdf

2. Тардаскіна Т.М. Електронна комерція: навчальний посібник / Тардаскіна Т.М., Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. — Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. — 244 с.

3. Проект Web expert. [Електронний ре$ сурс]. — Режим доступу: https://webex$ pert.com.ua/ecommerceinukraine$2016

УДК 004.738.5

Ткаченко Юлія

Вінницький коледж Національного університету харчових технологій, м. Вінниця

Науковий керівник: Кротова Л.П.

спеціаліст вищої категорії, старший викладач

ПРОСУВАННЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА У СОЦМЕРЕЖІ INSTAGRAM

Інтернет сьогодні став основною площадкою для взаємодії людей. Instagram давно перестав бути просто соцмережею. Це потужна площадка для самореалізації та самовираження, заробітку.

У зв’язку з ситуацією з короно вірусом світ змінюється швидкими темпами. Ресторанний бізнес не є виключенням. За прогнозами спеціалістів почнуть створюватись нові онлайн ресторани, які працюватимуть тільки на доставку. Поріг входу у ресторанний бізнес знизиться, і кількість ресторанів зросте. В даній галузі зросте попит на інтернет маркетологів, таргетологів, smm спеціалістів [1].

Ресторанний бізнес - ідеальний кандидат просування через соцмережі. Інстаграм - це соціальна фотомережа, яка має 30 млн. активних користувачів. Це віртуальна площадка для спілкування та 100-відсоткова безкоштовна реклама. В Instagram спостерігається любов аудиторії до зображнь з гарним та смачним

В інтересах бізнесу Instagram можна використовувати за такими правилами:

- фокусувати увагу на цільову аудиторію (наприклад: молоді пари, ділові люди чи родини з маленькими дітьми)
- створювати пости, де необхідно писати відповіді на питання, залишати коментарі;
- запропонувати клієнтам придумати назву новій страві;
- налаштовувати геолокацію, щоб заклад можна було миттєво відмічати на фото;
- публікувати відео, де відображувати чудовий сервіс;
- розміщувати фото із зображенням затишного інтер’єру;
- фото повинні бути тільки професійні[2].

Цільова аудиторія - це група людей, які можуть купити або вже купляють продукцію та послуги. За методикою 5W Шеррингтона для вибору цільової аудиторії необхідно відповісти на п’ять запитань: Чому вони прийдуть у ваш заклад? Що ви будете їм пропонувати? Хто це буде? Коли вони будуть приходити до вас?Де вони зможуть вас знайти? На запитання «Хто може бути вашим клієнтом» необхідно відповідати, враховуючи цінності. Це можуть бути ліниві, які не хочуть зайвий раз виїжджати за межі жилого масиву, тому шукають хороший заклад прямо під боком; спокійні, які не люблять шумні місця у торгівельному центрі, а затишок; консервативні, але не занадто, які утомились від домашньої їжі, хочуть спробувати шось нове, але не досить екстравагантне. [3].

У бізнес- аканті у розділі «Параметри» можна передивитись статистику сторінки в Instagram. Це допоможе аналізувати:

- контент (такі показники, як час постінгу, тематика, формат, подача, перегляди, охоплення);
- джерела трафіку (такі показники, як реклама, хештеги, згадування);
- взаємодія з користувачами (такі показники, як активність, реакції, поведінка, вподобання). [4].

Хештеги - це мітка для маркування публікацій у соціальних мережах. Наприклад: #рестораніСолоха, #українські страви, #смачноїстиувінниці, #подільська кухня. Додавання позначки «#» перетворює слово або словосполучення у посилання. При нажиманні на неї відобразяться всі повідомлення, помічені таким самим хештегом.

Цілі використання хештегів:

- вас бачить ваша цільова аудиторія;
- вас частіше знаходять журналісти та блогери, які висвітлюють роботу закладів ресторанного господарства;
- ви структуруєте контент;
- ви розумієте інтереси цільової аудиторії. [5].

Просування бренду ресторану через Instagram дає:

- можливість спілкуватись з клієнтом постійно - не тільки у залі ресторану;
- добру конверсію бронювання столиків;
- унікальну можливість освоєння новиго ринку;

Отже, просування в Instagram – це оптимальний інструмент для ресторанів при умові ретельного підходу до оформлення та змісту аканту.

Список використаних джерел:

1. Дейнеко Євгеній /[Електронний ресурс].- Режим доступу:www/facebook.com.deyneko/tv
2. Новости и статьи/[Електронний ресурс].- Режим доступу:www/restora-servise.ru
3. Целевая аудитория ресторана/[Електронний ресурс].- Режим доступу: https://joinposter.com/post/restaurant-target-audience
4. Как собрать посную статистику по аканту в Instagram /[Електронний ресурс].- Режим доступу: https://texterra.ru/blog/kak-sobrat-polnuyu-statistiku-po-akkauntu-v-instagram.html
5. Хєштеги: зачем они вам нужны /[Електронний ресурс].- Режим доступу: https://content.ua/blog/zachem-nuzhny-heshtegi

Адреса коледжу:

м. Тернопіль, проспект Степана Бандери, 73

тел../фак.: (0352) 24-17-00; 24-31-31

ел.пошта:tkhtt@i.ua

www/tkhtt.e.schools.info