

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ І ТОРГІВЛІ  
ЦИКЛОВА КОМІСІЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ДИСЦИПЛІН**

**МАТЕРІАЛИ  
IV РЕГІОНАЛЬНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ  
КОНФЕРЕНЦІЇ**

**23 ТРАВНЯ 2024 РОКУ**

**ТЕРНОПІЛЬ – 2024**

РОЗВИТОК ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ  
В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ І ТОРГІВЛІ**

**ЦИКЛОВА КОМІСІЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ДИСЦИПЛІН**

**«РОЗВИТОК ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ  
ТА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ  
В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ»**

**МАТЕРІАЛИ  
IV РЕГІОНАЛЬНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ  
КОНФЕРЕНЦІЇ**

**23 ТРАВНЯ 2024 РОКУ**

**ТЕРНОПІЛЬ**

**2024**

УДК 640.4(477.83/86)(06)

**Розвиток харчових технологій та індустрії гостинності в умовах сьогодення.** - Матеріали IV Регіональної науково-практичної конференції – Тернопіль, Тернопільський фаховий коледж харчових технологій і торгівлі», 2024. – 57 с.

Редакційна колегія: Людмила КРУКЕВИЧ, Тетяна КОГУТ, Ірина ПИРІГ, Ганна ГОРІШНА, Ольга СТЕЦЬ

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

Рекомендовано до друку методичною радою Тернопільського фахового коледжу харчових технологій і торгівлі

Протокол № 11 від 27 червня 2024 року

Комп'ютерна верстка: Ольга Стець

## ЗМІСТ

### СЕКЦІЯ 1 ОСОБЛИВОСТІ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

|                                                                                                                                       |   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| <b>Штука Світлана Всеволодівна</b><br>НАПРЯМИ РОБОТИ З ОБДАРОВАНОЮ МОЛОДДЮ В ТЕРНОПІЛЬСЬКОМУ<br>ОБЛАСНОМУ ВІДДІЛЕННІ МАН УКРАЇНИ..... | 8 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|

|                                                                                                  |   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| <b>Іван БАБИЧ</b><br>ОМЕЛЯН ПРИЦАК – ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ ТИТАН СВІТОВОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ<br>НАУКИ..... | 9 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|---|

### СЕКЦІЯ 2 ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС: КЛЮЧОВІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

|                                                                                                                                                                                           |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Роман ШЕРСТЮК, Галина ОСТРОВСЬКА</b><br>ПІДГОТОВКА ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ В УМОВАХ<br>НОВОГО ОСВІТНЬОГО ТА ПРОФЕСІЙНОГО КОНТЕНТУ: ПРОБЛЕМИ ТА<br>ПЕРСПЕКТИВИ..... | 11 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

|                                                                                                          |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Ігор СТОЙКО, Ольга ДОЛУБОВСЬКА</b><br>ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ..... | 13. |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

|                                                                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Уляна Васильків</b><br>АКТУАЛЬНІСТЬ РЕСТОРАННИХ МЕРЕЖ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ<br>РЕСТОРАНОГО ГОСПОДАРСТВА..... | 15 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

|                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Наталія ХУДЗІК</b><br>МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ..... | 17 |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|

|                                                                                                                         |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Василь Огороднік</b><br>КОНЦЕПТУАЛЬНІ РЕСТОРАНИ, ЯК ПРИКЛАД ІННОВАЦІЙНОГО ПІДХОДУ ДО<br>ГАСТРОНОМІЧНОГО БІЗНЕСУ..... | 19 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

|                                                                                        |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Антонюк Тарас</b><br>МЕТОДИ ОБСЛУГОВУВАННЯ Є КЛЮЧОВИМ ЧИННИКОМ УСПІХУ ЗАКЛАДІВ..... | 20 |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----|

|                                                                                                   |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Ірина Брега</b><br>ФІЛОСОФІЯ ЇЖИ ЯК СПОСІБ ПІЗНАННЯ ІДЕНТИЧНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ<br>КУЛЬТУРИ..... | 22 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| <b>Едуард КОВАЛЬОВ</b><br>КОСМІЧНА ЇЖА..... | 23 |
|---------------------------------------------|----|

|                                                                                                                                                      |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Гайдук Христина</b><br>ТРЕНДОВІ СХУДНЕННЯ: ОГЛЯД НАЙНОВІШИХ ДІЄТ.....                                                                             | 25 |
| <b>Діана Калущ</b><br>ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ТРЕНДІВ В ІНТЕР'ЄРІ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....                                                            | 26 |
| <b>Ірина Галас</b><br>ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У СФЕРУ НАДАННЯ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ.....              | 28 |
| <b>Юліана Тарнавська</b><br>РЕЛІГІЙНО-ПАЛОМНИЦЬКИЙ ТУР ЄВРЕЙСЬКО СПАДЩИНОЮ.....                                                                      | 30 |
| <b>Мартинюк Наталія</b><br>ГАСТРОТУРИ ЗАХІДНОЇ УКРАЇНИ.....                                                                                          | 32 |
| <b>Бойко Богдан</b><br>ДОСЛІДЖЕННЯ СЕРВІСУ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ТЮТЮНОВИМИ ВИРОБАМИ В УКРАЇНІ І СВІТІ..... | 33 |
| <b>Орест Плютенко</b><br>РИНОК ХАРЧОВОЇ УПАКОВКИ: ТРЕНДИ ТА ПРОГНОЗИ.....                                                                            | 35 |
| <b>Юлія ДМИТРИШИН</b><br>РОЛЬ КОЛЬОРУ В ЖИТТІ ЛЮДИНИ.....                                                                                            | 37 |
| <b>Олександра МІЩЕНА</b><br>АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ФУРШЕТНИХ ЗАКУСОК І ПІДБІР НАПОЇВ ДО НИХ.....                                                        | 39 |
| <b>Вероніка БУРЯН</b><br>ФІЗИЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУЧАСНОМУ ЖИТТІ ЛЮДИНИ.....                                                                            | 41 |
| <b>Наталя КОРДІВСЬКА</b><br>ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ.....                                                                                | 42 |

### СЕКЦІЯ 3

## СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ, КОНДИТЕРСЬКОЇ ТА МАКАРОННОЇ ГАЛУЗЕЙ

|                                                                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Інна Тітар</b><br>ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ КЛАСИЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ВИРОБНИЦТВА.....<br>ПШЕНИЧНОГО ХЛІБА                       | 44 |
| <b>Сафіян Ксенія</b><br>ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ КВАЛІФІКОВАНИХ РОБІТНИКІВ ПРОФЕСІЙ «КУХАР», «КОНДИТЕР»..... | 45 |

**Мурмила Наталія**

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ПРАВОБЕРЕЖНОЇ УКРАЇНИ  
В КІНЦІ ХІХ – НА ПОЧАТКУ ХХ.....47

**Яна Богач**

ДОСЛІДЖЕННЯ ЗНАЧЕННЯ МОЛОКА У ХАРЧУВАННІ ЛЮДИНИ.....49

**Вікторія Долинна**

РОЗРОБКА ІННОВАЦІЙНИХ РЕЦЕПТІВ СУМІШЕЙ ПРЯНОЦІВ З УРАХУВАННЯМ  
СУЧАСНИХ ГАСТРОНОМІЧНИХ ТРЕНДІВ.....50

**Наталія Барська**

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОКАЗНИКІВ ЯКОСТІ ХЛІБА ОЗДОРОВЧОГО ЗГІДНО ДСТУ  
4583:2006.....52

**Діана ІЛЬКІВ**

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ КАВОВИХ НАПОЇВ.....53

Науковець виступив з ініціативою та реалізував Гарвардський проєкт святкування Тисячоліття християнства Русі-України, у рамках якого почали друкувати видання «Гарвардської бібліотеки давньої української літератури».

Омелян Пріцак відродив українське сходознавство, заснував Інститут сходознавства і став його першим директором. У пострадянський період заснував і очолив кафедру історіософії у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка. Сімдесятирічний вчений вражав своєю потужною енергією, вмінням гуртувати навколо себе людей з різними інтересами та амбіціями. Захоплював стилем викладання на кшталт Гарвардського університету. Міг абсолютно довільно вставляти у свої лекції велику кількість цитат з англійської, німецької та французької мов, легко переходячи з однієї мови на іншу, а потім знову переходив на українську, якою чудово володів. У його науковому доробку більше тисячі наукових монографій, статей, рецензій, підручників з філології, лінгвістики, сходознавства, всесвітньої історії, історії України та фундаментальна праця «Походження Русі».

Отже, Омелян Пріцак це – інтелектуальний лідер, який утвердив авторитет української гуманітарної науки за кордоном. Попри визнання у світових наукових колах на батьківщині досі відомий лиш у вузькому колі фахівців. Різноманітні наукові ідеї вченого з нестандартними підходами до їх реалізації гідні захоплення, наслідування та подальшого вивчення.

#### **Список використаних джерел:**

1. <https://day.kyiv.ua/article/cuspilstvo/omelyan-pritsak-tvorets-svitovoyi-ukrayinistyky>
2. <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
3. <https://metinvest.media/ua/page/omelyan-prcak-ukranskiy-naukovec-svtovogo-masshtabu>

## **СЕКЦІЯ 2** **ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС: КЛЮЧОВІ ПРОБЛЕМИ** **ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

**УДК 371.21**

**Роман Шерстюк**

д. е. н., завідувач кафедри управління  
інноваційною діяльністю та сферою послуг

**Островська Галина**

к. е. н., доцент кафедри управління  
інноваційною діяльністю та сферою послуг  
*Тернопільський національний технічний  
університет імені Івана Пулюя, м. Тернопіль*

## **ГЕЙМІФІКАЦІЯ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ**

Ігри давно перестали бути простою розвагою. У наші дні ігри є невід’ємною частиною успішної управлінської та маркетингової стратегії та здатні підвищити ефективність роботи персоналу. Враховуючи, що індустрія гостинності в значній мірі залежить від якості роботи персоналу, необхідно використовувати всі можливі інструменти для підтримки і розвитку певного рівня сервісу, головним з яких буде гейміфікація.

Теорія ігор і їх застосування для вирішення бізнес-процесів з’явилися в кінці ХХ ст. У 2011 р. гейміфікація включена аналітичною компанією Gartner у список нових технологій, що знаходяться на піку попиту, і з цього року гейміфікація набуває широкого поширення.

К. Вербах, автор першого в світі курсу з гейміфікації, визначає її як ефективний інструмент для управління бізнес-процесами, заснований на ігровому мисленні. Автор відзначає, що на підсвідомому рівні гра викликає позитивні емоції, тому ігри можуть принести ще більші результати не тільки в області вирішуваних завдань, але і в загальній атмосфері компанії, завдяки високій залученості й зацікавленості співробітників [1].

Причини високого інтересу до гейміфікації при веденні бізнесу обумовлені декількома факторами. По-перше, багато експертів відзначають, що представники поколінь Y і Z, які виросли в ігровому середовищі активно виходять на трудову арену. Висока залученість представників цих поколінь в нові інформаційні технології вимагає використання нових інструментів для більшої залученості в трудовий процес. По-друге, гейміфікація може стати одним з факторів конкурентоспроможності підприємств. Залучаючи персонал до загальної ідеї підприємства і тим самим формуючи сильну корпоративну культуру, компанія може підвищити лояльність клієнтів і зміцнити позиції власного бренду.

Важливо відзначити, що гейміфікація може бути як внутрішньою, спрямованою на підвищення ефективності роботи персоналу, так і зовнішньою, спрямованою на залучення споживачів. Яскравим прикладом зовнішньої гейміфікації є милі, які авіакомпанії використовують як бонус за переліт. В цілому, слід зазначити, що гейміфікація успішно застосовується в онлайн-сервісах. В індустрії гостинності зовнішня гейміфікація широко використовується в програмах лояльності (системи бонусів і знижок, карти постійних гостей тощо). Коли мова заходить про внутрішню гейміфікацію, не випадково вона знаходить застосування в готельному бізнесі, оскільки індустрія гостинності вимагає особливої самовіддачі персоналу і високої якості обслуговування.

У 2016 році SEC Hospitality Training and Consulting, консалтингова та коучингова компанія в індустрії гостинності, провела дослідження на тему «Мотивація та залучення працівників до індустрії гостинності». Опитування було проведено серед 374 респондентів, менеджерів і супервайзерів, які працюють у сфері гостинності. Згідно з результатами дослідження, найбільш ефективними нематеріальними факторами для співробітників готелю є: задоволення від роботи та наявність цікавих проєктів; сприятлива атмосфера на роботі, гарний колектив; можливість вчитися у професійних керівників.

Отримані результати повністю відображають основні тенденції в готельній індустрії для покоління Y і Z. Люди більшою мірою чекають від роботи самореалізації та розвитку, участь у цікавих проєктах, а також комфортну атмосферу в колективі.

Наразі ігрові елементи та механізми дають змогу вирішувати завдання в галузі управління персоналом з високим ступенем залученості та низькими фінансовими витратами. Існує кілька напрямів використання гейміфікації в галузі управління персоналом:

- гейміфікація використовується як інструмент найму персоналу. Вона допомагає не тільки істотно заощадити на підборі персоналу, але і забезпечити максимальну відповідність найнятого персоналу корпоративній культурі підприємства. Наприклад, один з перших інструментів гейміфікації в процесі рекрутингу застосувала міжнародна мережа готелів Marriott в 2011 р. Фахівці компанії розробили гру My Marriott Hotel, в якій гравцям необхідно виконувати низку завдань, які допомагають готелю функціонувати. У грі є кілька рівнів – від покупки продуктів до планування бюджету. Після проходження декількох рівнів учаснику буде запропонована вакансія, яку він зможе розглядати як свою справжню роботу. Гра спрямована на те, щоб повністю занурити кандидата у роботу в готелі;

- інструмент для швидкої адаптації працівників. Багато HR-фахівців недооцінюють потенціал гейміфікації в цій сфері, але ігрові елементи допомагають співробітникам успішніше адаптуватися до нової роботи і освоювати нові місця;

- мотивація співробітників. Ігрові методи дають керівникам більше можливостей щодо заохочення персоналу та підвищення мотивації. Зокрема, деякі компанії створюють власну корпоративну валюту, яку працівники отримують як винагороду за свою працю. Співробітники можуть обміняти валюту підприємства на матеріальні або нематеріальні нагороди. Водночас, в американській мережі ресторанів Not Your Average Joe's офіціантів

мотивують за допомогою фірмового застосунок Muse. Застосунок враховує рейтинг кожного працівника за кількістю чеків і чайових. Співробітники, які отримали найвищий рівень оцінки, можуть самі вибрати нагороду. Крім цього, застосунок здатний аналізувати продуктивність співробітників. Наприклад, якщо на рахунку офіціанта продано мало десертів, система запропонує йому персональне завдання: продати конкретну кількість десертів за певний період;

– підвищення залученості співробітників. Цей фактор безпосередньо залежить від попереднього. Мотивування співробітників також підвищує залучення до робочого процесу [2];

– формування корпоративної культури та згуртованість команди [3]. Ігровий процес виразно формує згуртований робочий колектив, до того ж у процесі гри співробітникам легше прищепити корпоративні цінності, що позитивно позначиться на ефективності всієї команди.

Таким чином, успішне впровадження ігрових механік в бізнес-процеси дає змогу підприємствам сфери гостинності досягати значних результатів у своїй діяльності. В індустрії гостинності такі інструменти відіграють вирішальну роль у виявленні і навчанні фахівців, які повністю залучені в роботу і готові використовувати досвід і знання для якісного обслуговування гостей.

#### **Список використаних джерел:**

1. Werbach K. For the Win: How Game Thinking can Revolutionize your Business. 2012. URL: [https://www.researchgate.net/publication/273946893\\_For\\_the\\_Win\\_How\\_Game\\_Thinking\\_c  
an\\_Revolutionize\\_your\\_Business](https://www.researchgate.net/publication/273946893_For_the_Win_How_Game_Thinking_can_Revolutionize_your_Business)
2. Ostrovska H. Y., Maliuta L. Ya., Sherstiuk R. P., Lutsykyv I. V., Yasinetska I. A. Development of intellectual potential at systematic paradigm of knowledge management. *Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu*, 2020. № 4. С. 171-178. Doi: <https://doi.org/10.33271/nvngu/2020-4/171>.
3. Ostrovska H. Yo., Sherstiuk R. P., Tsikh H. V., Demianyshyn V. H., Danyliuk-Chernykh I. M. Conceptual Principles of Learning Organization Building. *Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu*, 2021. № 3. С. 167-172. Doi: <https://doi.org/10.33271/nvngu/2021-3/167>.

**УДК 658.64**

**Ігор СТОЙКО**

канд. техн. наук, доцент,  
Тернопільський національний технічний  
університет імені Івана Пулюя

**Ольга ДОЛУБОВСЬКА**

спеціаліст вищої категорії,  
Самбірський фаховий коледж економіки та  
інформаційних технологій

#### **ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ**

Інформаційно-комунікаційні технології в туристичному секторі мають особливе значення. Це пояснюється особливим характером послуг як товару. Відповідно, існують різні високотехнологічні інформаційно-комунікаційні технології, які використовується у туристичному секторі по всьому світу. Вони використовуються для розробки туристичного

The background of the page is an abstract watercolor illustration. It features large, organic shapes in shades of orange, red, and yellow, which appear to be bleeding into a white background. The colors are vibrant and have a soft, painterly texture. The shapes are primarily located in the top-left, top-right, and bottom-right corners, leaving a large white area in the center.

**Тернопіль, 2024**