

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

РЕСТОРАННИЙ І ГОТЕЛЬНИЙ КОНСАЛТИНГ. ІННОВАЦІЇ

Науковий журнал

Том 2 № 2

Засновано 2018 р.

КИЇВ
ВИДАВНИЧИЙ ЦЕНТР КНУКіМ
2019

Науковий журнал «Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації» є науковим рецензованим виданням відкритого доступу, що публікує статті з висвітлюванням основних напрямів розвитку ресторанної та готельної справи, а саме: стратегічний та інноваційний розвиток закладів готельно-ресторанного бізнесу; актуальні питання кулінарології, еногастрономії, кулінарної етнології та сервісології; теоретичні та практичні аспекти впровадження харчових технологій функціонального призначення; питання екології харчування та надання готельно-ресторанних послуг; економіка, маркетинг, менеджмент, конкурентоспроможність, сучасні інформаційні та комунікативні технології в готельно-ресторанній справі.

Головна мета журналу – сприяння розвитку наукових досліджень у готельно-ресторанній справі.

Видання розраховане на науковців, викладачів, аспірантів, магістрів, студентів та фахівців, хто прагне отримати ґрунтовні знання теоретичного і прикладного характеру.

Видання включено до Переліку наукових фахових видань України (категорія «Б») відповідно до наказу МОН України від 28.12.2019 № 1643 за спеціальностями: 181 «Харчові технології», 241 «Готельно-ресторанна справа».

*Рекомендовано до друку Вченою радою
Київського національного університету культури і мистецтв
(протокол №6 від 17.12.2019)*

Голова редакційної ради

Михайло Пересічний, доктор технічних наук, професор, Київський національний університет культури і мистецтв (Україна)

Члени редакційної ради:

Любомир Хомічак, доктор технічних наук, професор, член-кореспондент Національної академії наук України (Україна); **Драган Уніч**, WACS WORLDCHEFS, континентальний директор у Північній Європі (Швеція); **Анна Собко**, доктор філософії, Східноєвропейський університет економіки і менеджменту (Україна); **Михайло Манов**, доктор філософії, доцент, Київський національний університет культури і мистецтв (Україна).

Головний редактор

Григорій Дейніченко, доктор технічних наук, професор, Харківський державний університет харчування та торгівлі, заслужений діяч науки і техніки України (Україна)

Заступник головного редактора

Ірина Калачова, доктор економічних наук, Національний експерт Council of Europe (Україна)

Відповідальний секретар

Олена Каролоп, магістр з економіки, Київський національний університет культури і мистецтв (Україна)

Члени редакційної колегії:

Олександр Черевко, доктор технічних наук, професор, Харківський державний університет харчування та торгівлі, заслужений діяч науки і техніки України, член-кореспондент Національної академії наук України (Україна); **Павло Пивоваров**, доктор технічних наук, професор, Харківський державний університет харчування та торгівлі, лауреат державної премії в галузі науки і техніки (Україна); **Валерій Сукманов**, доктор технічних наук, професор, Полтавська державна аграрна академія, заслужений діяч науки і техніки України (Україна); **Віталій Корзун**, доктор медичних наук, професор, головний науковий співробітник Інституту громадського здоров'я НАМН України (Україна); **Людмила Малюк**, доктор технічних наук, професор, Харківський державний університет харчування та торгівлі (Україна); **Каріна Свідло**, доктор технічних наук, професор, Харківський торговельно-економічний інститут КНТЕУ (Україна); **Дмитро Солоха**, доктор економічних наук, професор, Донецький державний університет управління (Україна); **Владімер Глонті**, доктор економічних наук, професор, Батумський державний університет імені Шота Руставелі (Грузія); **Юрій Кланків**, доктор філософії, доцент, Лодзький університет (Польща); **Ірина Антоненко**, доктор економічних наук, професор, Національний університет харчових технологій (Україна); **Тахір Амірсланов**, доктор філософії (Азербайджан); **Ірина Верезомська**, доктор філософії, доцент, Київський національний університет культури і мистецтв (Україна); **Ігор Гриценко**, доктор філософії, професор, Київський національний університет культури і мистецтв (Україна); **Світлана Пересічна**, доктор філософії, доцент, Київський національний університет культури і мистецтв (Україна); **Віктор Тринчук**, кандидат економічних наук, доцент, Національний університет «Львівська політехніка» (Україна); **Олексій Тонких**, доктор філософії, доцент, Київський національний університет культури і мистецтв (Україна); **Юлія Земліна**, доктор філософії, доцент, Київський національний університет культури і мистецтв (Україна).

Засновник – Київський національний університет культури і мистецтв

Адреса редакції: вул. С. Коновальця, 36 (корпус 2), каб. 108-а, Київ, 01133

тел.: +38 (067) 503-44-12; +38 (097) 373-76-14

E-mail: grs-ndi@ukr.net; web: restaurant-hotel.knukim.edu.ua

Науковий журнал друкується на підставі свідоцтва про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації (серія КВ № 23137-12977 Р від 08.02.2018 р.), виданого Міністерством юстиції України. Періодичність: 2 рази на рік.

ISSN 2616-7468 (print)
ISSN 2617-9504 (online)

© Київський національний університет культури і мистецтв, 2019
© Автори статей, 2019

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
KYIV NATIONAL UNIVERSITY OF CULTURE AND ARTS

RESTAURANT AND HOTEL CONSULTING. INNOVATIONS

Scientific Journal

Volume 2 No 2

Founded in 2018

KYIV
KNUKiM PUBLISHING
2019

Scientific journal "Restaurant and Hotel Consulting. Innovations" is a scientifically criticized publication of the open access, which publishes articles covering the main areas of development of restaurant and hotel business, namely: strategic and innovative development of hotel and restaurant business establishments; topical issues of culinary studies, enhastronomy, culinary ethnology and service; theoretical and practical aspects of the introduction of functional food technologies; issues of nutrition ecology and provision of hotel and restaurant services; economics, marketing, management, competitiveness, modern information and communication technologies in hotel and restaurant business.

The main purpose of the magazine is to promote the development of scientific research in the hotel and restaurant business.

The publication is intended for scientists, lecturers, postgraduates, masters, students and specialists. All who seek a solid knowledge of the theoretical and applied nature.

The publication is included in the list of scientific professional editions of Ukraine (category "B") in accordance with the Order of Ministry of Education and Science of Ukraine № 1643 dated 28 December 2019 in the specialities: 181 "Food Technologies", 241 "Hotel and Catering Business".

*Recommended for publication by the Academic Council
of the Kyiv National University of Culture And Arts
(minutes No 6 of 17.12.2019)*

Chief of Editorial Council

Mykhailo Peresichny, Doctor of Technical Sciences, Professor, Kyiv National University of Culture and Arts (Ukraine)

Members of Editorial Council:

Lyubomir Khomychak, Doctor of Technical Sciences, Professor, Corresponding Member of the National Academy of Sciences in Ukraine (Ukraine); **Dragan Unich**, WACS WORLDCHEFS, Continental Director Northern Europe (Sweden); **Anna Sobko**, Doctor of Philosophy, East European University of Economics and Management (Ukraine); **Mykhailo Manov**, Doctor of Philosophy, Associate Professor, Kyiv National University of Culture and Arts (Ukraine).

Editor-in-Chief

Hryhorii Deynichenko, Doctor of Technical Sciences, Professor, Kharkov State University of Food and Trade, Honored Worker of Science and Technology of Ukraine (Ukraine)

Deputy Editor-in-Chief

Iryna Kalachova, Doctor of Economics, National Expert Council of Europe (Ukraine)

Executive Editor

Olena Karolop, MSc in Economics, Kyiv National University of Culture and Arts (Ukraine)

Editorial board members:

Oleksandr Cherevko, Doctor of Technical Sciences, Professor, Kharkiv State University of Food and Trade, Honored Worker of Science and Technology of Ukraine, Corresponding Member of the National Academy of Sciences in Ukraine (Ukraine); **Pavlo Pivovarov**, Doctor of Technical Sciences, Professor, Kharkiv State University of Food and Trade, State Prize laureate in the field of Science and Technology (Ukraine); **Valery Sukmanov**, Doctor of Technical Sciences, Professor, Poltava State Agrarian Academy, Honored Worker of Science and Technology in Ukraine (Ukraine); **Vitaliy Korzun**, Doctor of Medical Sciences, Professor, Chief Scientist of the Institute of Public Health of the National Academy of Medical Sciences in Ukraine (Ukraine); **Liudmyla Maliuk**, Doctor of Technical Sciences, Professor, Kharkov State University of Food and Trade (Ukraine); **Karyna Svydlo**, Doctor of Technical Sciences, Professor, Kharkov Trade and Economic Institute KNTEU (Ukraine); **Dmytro Solokha**, Doctor of Economics, Professor, Donetsk State University of Management (Ukraine); **Vladimer Glonti**, Doctor of Economics, Professor, Batumi Shota Rustaveli State University (Georgia); **Jurij Klapvik**, Doctor of Philosophy, Associate Professor, University of Lodz (Poland); **Iryna Antonenko**, Doctor of Economics, Professor, National University of Food Technologies (Ukraine); **Tahir Amiraslanov**, Doctor of Philosophy (Azerbaijan); **Iryna Verezomska**, Doctor of Philosophy, Associate Professor, Kyiv National University of Culture and Arts (Ukraine); **Igor Grishchenko**, Doctor of Philosophy, Professor, Kyiv National University of Culture and Arts (Ukraine); **Svitlana Perisichna**, Doctor of Philosophy, Associate Professor, Kyiv National University of Culture and Arts (Ukraine); **Viktor Trinchuk**, PhD in Economics, Associate Professor, Lviv Polytechnic National University (Ukraine); **Oleksii Tonkih**, Doctor of Philosophy, Associate Professor, Kyiv National University of Culture and Arts (Ukraine); **Yuliia Zemlina**, Doctor of Philosophy, Associate Professor, Kyiv National University of Culture and Arts (Ukraine).

The Founder – Kyiv National University of Culture and Arts
Editorial office address: 36, Yevhen Konovalts Street (bild 2), off. 108-a, Kyiv, 01133
Tel.: +38 (067) 503-44-12; +38 (097) 373-76-14
e-mail: grs-ndi@ukr.net; web: restaurant-hotel.knukim.edu.ua

Scientific journal is printed on basis of the State Registration Certificate of the publish mass media (series KV № 23137-12977 R dated February 08, 2018) issued by the the Ministry of Justice of Ukraine.
Frequency: 2 times a year.

ISSN 2616-7468 (print)
ISSN 2617-9504 (online)

© Kyiv National University of Culture and Arts, 2019
© Authors articles, 2019

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ УКРАИНЫ
КИЕВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ

РЕСТОРАННЫЙ И ГОСТИНИЧНЫЙ КОНСАЛТИНГ. ИННОВАЦИИ

Научный журнал

Том 2 № 2

Основан в 2018 г.

КИЕВ
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР КНУКиМ
2019

Научный журнал «Ресторанный и гостиничный консалтинг. Инновации» – научное рецензированное издание открытого доступа, публикует статьи, в которых раскрыты основные направления развития ресторанного и гостиничного дела, а именно: стратегическое и инновационное развитие предприятий гостинично-ресторанного бизнеса; актуальные вопросы кулинарологии, энogaстрономии, кулинарной этнологии и сервисологии; теоретические и практические аспекты внедрения пищевых технологий функционального назначения; вопросы экологии питания и предоставления гостинично-ресторанных услуг; экономика, маркетинг, менеджмент, конкурентоспособность, современные информационные и коммуникативные технологии в гостинично-ресторанном деле.

Главная цель журнала – содействие развитию научных исследований в гостинично-ресторанном деле.

Издание предназначено для научных работников, преподавателей, аспирантов, магистров, студентов и специалистов.

Издание включено в Перечень научных профессиональных изданий Украины (категория «Б») в соответствии с приказом МОН Украины от 28.12.2019 № 1643 по специальностям: 181 «Пищевые технологии», 241 «Гостинично-ресторанное дело».

*Рекомендовано к печати Ученым советом
Киевского национального университета культуры и искусств
(протокол №6 от 17.12.2019)*

Председатель редакционного совета

Михаил Пересичный, доктор технических наук, профессор, Киевский национальный университет культуры и искусств (Украина)

Члены редакционного совета:

Любомир Хомичак, доктор технических наук, профессор, член-корреспондент Национальной академии наук Украины (Украина); *Драган Унич*, WACS WORLDCHEFS, континентальный директор по Северной Европе (Швеция); *Анна Собко*, доктор философии, Восточноевропейский университет экономики и менеджмента (Украина); *Михаил Манов*, доктор философии, доцент, Киевский национальный университет культуры и искусств (Украина).

Главный редактор

Григорий Дейниченко, доктор технических наук, профессор, Харьковский государственный университет питания и торговли, заслуженный деятель науки и техники Украины (Украина)

Заместитель главного редактора

Ирина Калачева, доктор экономических наук, Национальный эксперт Council of Europe (Украина)

Ответственный секретарь

Елена Каролоп, магистр экономики, Киевский национальный университет культуры и искусств (Украина)

Члены редакционной коллегии:

Александр Черевко, доктор технических наук, профессор, Харьковский государственный университет питания и торговли, заслуженный деятель науки и техники Украины, член-корреспондент Национальной академии наук Украины (Украина); *Павел Пивоваров*, доктор технических наук, профессор, Харьковский государственный университет питания и торговли, лауреат государственной премии в сфере науки и техники (Украина); *Валерий Сукманов*, доктор технических наук, профессор, Полтавская государственная аграрная академия, заслуженный деятель науки и техники Украины (Украина); *Виталий Корзун*, доктор медицинских наук, профессор, главный научный сотрудник Института общественного здоровья АМН Украины (Украина); *Людмила Малюк*, доктор технических наук, профессор, Харьковский государственный университет питания и торговли (Украина); *Карина Свидло*, доктор технических наук, профессор, Харьковский торговко-экономический институт КНТЭУ (Украина); *Дмитрий Слоха*, доктор экономических наук, профессор, Донецкий государственный университет управления (Украина); *Владимир Глонти*, доктор экономических наук, профессор, Батумский государственный университет имени Шота Руставели (Грузия); *Юрий Клапков*, доктор философии, доцент, Лодзинский университет (Польша); *Ирина Антоненко*, доктор экономических наук, профессор, Национальный университет пищевых технологий (Украина); *Тахир Амирасланов*, доктор философии (Азербайджан); *Ирина Везомская*, доктор философии, доцент, Киевский национальный университет культуры и искусств (Украина); *Игорь Грищенко*, доктор философии, профессор, Киевский национальный университет культуры и искусств (Украина); *Светлана Пересичная*, доктор философии, доцент, Киевский национальный университет культуры и искусств (Украина); *Виктор Тринчук*, кандидат экономических наук, доцент, Национальный университет «Львовская политехника» (Украина); *Алексей Тонких*, доктор философии, доцент, Киевский национальный университет культуры и искусств (Украина); *Юлия Землина*, доктор философии, доцент, Киевский национальный университет культуры и искусств (Украина).

Основатель – Киевский национальный университет культуры и искусств

Адрес редакции: ул. Е. Коновальца, 36 (корпус 2), каб. 108-а, Киев, 01133

тел.: +38 (067) 503-44-12; +38 (097) 373-76-14

E-mail: grs-ndi@ukr.net; web: restaurant-hotel.knukim.edu.ua

Научный журнал печатается на основании свидетельства о государственной регистрации печатного средства массовой информации (серия КВ № 23137-12977 Р от 08.02.2018 г.), выданного Министерством юстиции Украины.

Периодичность: 2 раза в год.

ISSN 2616-7468 (print)
ISSN 2617-9504 (online)

© Киевский национальный университет культуры и искусств, 2019
© Авторы статей, 2019

ЗМІСТ

ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІ ПОСЛУГИ ТА ІННОВАЦІЇ

Ірина Антоненко, Ірина Мельник Особливості надання послуг на круїзних кораблях	180
Карина Свідло, Наталія Якименко-Терещенко, Надія Попова Особливості організації корпоративних заходів	194
Микола Огієнко, Альона Огієнко Гастрономічні фестивалі як форма подієвого туризму та розвитку ресторанного бізнесу	213

ІННОВАЦІЙНІ РЕСТОРАННІ ТЕХНОЛОГІЇ

Олександр Черевко, Ольга Маяк, Станіслав Костенко, Азіз Сардаров Дослідження теплообміну в процесі уварювання овочового соку	224
Сергій Неїленко, Мирослав Криворучко Вплив структуроутворювачів на реологічні властивості зернових смузі	239
Ігор Грищенко, Надія Кравчук, Олена Зборовська Інноваційні технології соусу майонез	248

ПІДПРИЄМНИЦТВО В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

Михайло Манов, Тетяна Ткаченко Організаційно-правові форми підприємництва в готелях: аргументи щодо вибору	262
Олена Василенко, Світлана Литвинець Особливості застосування аутсорсингу в готельно-ресторанному бізнесі	272
Віктор Зінченко Особливості бізнес-планування в сфері обслуговування	284

CONTENTS

HOTEL AND RESTAURANT SERVICES AND INNOVATIONS

Iryna Antonenko, Iryna Melnyk Features of providing services on cruise ships.....	180
Karyna Svidlo, Nataliia Yakymenko-Tereshchenko, Nadiia Popova Peculiarities of the corporate events organization	194
Mykola Ohiienko, Alona Ohiienko Gastronomic festivals as a form of event tourism and the restaurant business development	213

INNOVATIVE RESTAURANT TECHNOLOGIES

Oleksandr Cherevko, Olga Mayak, Stanislav Kostenko, Aziz Sardarov Research of heat exchange in the concentration of vegetable juice	224
Serhii Neilenko, Myroslav Kryvoruchko Influence of structure formers on the rheological properties of grain smoothies	239
Ihor Hryshchenko, Nadiia Kravchuk, Olena Zborovska Innovative technologies of mayonnaise sauce	248

ENTREPRENEURSHIP IN THE HOSPITALITY

Mykhailo Manov, Tetiana Tkachenko Organization and legal forms of entrepreneurship in hotels: the arguments about the choice	262
Olena Vasylenko, Svitlana Lytvynets Features of using outsourcing in hotel and restaurant business	272
Viktor Zinchenko Features of business planning in the service sector	284

СОДЕРЖАНИЕ

ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫЕ УСЛУГИ И ИННОВАЦИИ

Ирина Антоненко, Ирина Мельник Особенности предоставления услуг на круизных кораблях	180
Карина Свидло, Наталия Якименко-Терещенко, Надежда Попова Особенности организации корпоративных мероприятий.....	194
Николай Огиенко, Алена Огиенко Гастрономический фестиваль как форма событийного туризма и развития ресторанного бизнеса	213

ИННОВАЦИОННЫЕ РЕСТОРАННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Александр Черевко, Ольга Маяк, Станислав Костенко, Азиз Сардаров Исследование теплообмена в процессе уваривания овощного сока	224
Сергей Неиленко, Мирослав Криворучко Влияние структурообразователей на реологические свойства зерновых смузи	239
Игорь Грищенко, Надежда Кравчук, Елена Зборовская Инновационные технологии соуса майонез	248

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА

Михаил Манов, Татьяна Ткаченко Организационно-правовые формы предпринимательства в гостиницах: аргументы выбора	262
Елена Василенко, Светлана Литвинец Особенности использования аутсорсинга в гостинично-ресторанном бизнесе	272
Виктор Зинченко Особенности бизнес-планирования в сфере обслуживания	284

**ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІ ПОСЛУГИ
ТА ІННОВАЦІЇ**

**HOTEL AND RESTAURANT SERVICES
AND INNOVATIONS**

УДК 338.48-52:797.11]:338.487
DOI: 10.31866/2616-7468.2.2.2019.188201

ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ НА КРУЇЗНИХ КОРАБЛЯХ

Ірина Антоненко,
доктор економічних наук, професор,
Національний університет харчових технологій,
Київ, Україна,
ira_antonenko65@ukr.net
<http://orcid.org/0000-0003-2299-2365>
© Антоненко І., 2019

Ірина Мельник,
кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет харчових технологій,
Київ, Україна,
ira_melnic_2005@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0002-0729-2056>
© Мельник І., 2019

Актуальність. Дослідження особливостей розвитку послуг HoReCa круїзного туристичного продукту дає можливість оцінити і визначити детермінанти активного росту даного сегмента на світовому туристичному ринку. Асортимент та рівень якості послуг готельного та ресторанного обслуговування були у фокусі організаторів круїзів ще з етапу становлення круїзного туризму (40–50-ті рр. XIX століття). Сьогодні при проектуванні круїзних кораблів інженерно-технічні характеристики враховують профіль послуг HoReCa на рівні із рішеннями щодо організації дозвілля на борту. Наприклад, для реалізації концепції сталого розвитку на нові кораблі-мегалайнери встановлюють системи переробки відходів, таким чином прямуючи до замкненого (автономного) операційного циклу. HoReCa круїзного корабля забезпечує більше половини операцій обслуговування гостя та має найпотужнішу кількість персоналу, який підпорядковується директору круїзу. Актуальність обраної теми визначається необхідністю пошуку детермінант для утримання позицій круїзного туризму на ринку шляхом реалізації інноваційних рішень у HoReCa. **Мета і методи.** Метою дослідження є оцінка використання потенціалу послуг HoReCa круїзних кораблів при формуванні круїзного туристичного продукту. Методи, що використовувалися при проведенні дослідження: системний метод, порівняльний та структурний аналіз. **Результати.** За результатами дослідження визначено, що послуги HoReCa можуть виступати основою концепції круїзного продукту, зокрема, при організації еногастрономічних турів; мегалайнери збільшують номерний фонд та розширюють кількість ресторанів, барів і інших закладів харчування для задоволення смаків різних груп споживачів, не використовуючи HoReCa як основу круїзу, фокусуючись на дозвіллі круїзерів, а кораблі яхтового типу підтримують єдину концепцію HoReCa за рахунок тематичних продуктів. **Висновки та обговорення.** Наукову новизну дослідження визначає обґрунтування концепції HoReCa як базової у структурі еногастрономічних продуктів на круїзних кораблях. Практичне значення дослідження розкривається через визначення напряму для розвитку тематичних пропозицій на основі HoReCa.

Ключові слова: HoReCa, круїзний корабель, інновації, круїзний туристичний продукт, еногастрономічний продукт, послуги.

Актуальність проблеми

Постановка проблеми. Історично склалося так, що круїзний продукт почав формуватися у 40–50-х рр. XIX століття на основі матеріально-технічної бази

пасажирських кораблів, де послуги HoReCa (розміщення, харчування) та дозвілля пропонувалися як єдиний продукт для залучення гостей до подорожей у несеzonний для переміщення через океан період. Будівництво перших суто круїзних кораблів виконувалося на замовлення в рамках типових проектів, що унеможливило зміни у розміщенні кают, ресторанів, барів тощо, однак відкривало можливості для впровадження власних стандартів сервісного обслуговування.

Сучасні кораблі проектуються для надання повного операційного циклу послуг HoReCa на принципах системності та автономності. Зокрема, на мегалайнери встановлюють системи переробки відходів, впроваджуються посади екологічних офіцерів, які контролюють рівень забруднення середовища за маршрутом слідування. Крім того, логістичні підрозділи круїзних операторів чи круїзних судноплавних компаній оптимізують процеси постачання і складування без необхідності поповнення запасів під час круїзу, що дає змогу розширити тривалість та географію подорожей. Єдиними незмінними залишаються функції круїзного директора, який відповідає на всі виклики та кризові ситуації щодо якості послуг HoReCa та дозвілля під час рейсу.

Стан вивчення проблеми. Дослідження науковців у більшості присвячені оцінці стану круїзного ринку та асортиментної політики круїзних операторів за регіонами світу, зокрема це Нездоймінов С., Андреева Н. (Nezdoyminov & Andreyeva, 2016), Яковенко І., Лазицька Н. (Яковенко & Лазицкая, 2014). Оцінка потенціалу послуг HoReCa круїзних кораблів не проводилася через формування самими круїзними операторами конкурентних переваг за рахунок послуг дозвілля.

Невирішені питання. Актуальність обраної теми визначається необхідністю пошуку детермінант для утримання на круїзному ринку позицій круїзних туристичних продуктів, що формуються на базі бортового обслуговування корабля, – послуг HoReCa.

Мета і методи дослідження

Метою статті є оцінка використання потенціалу послуг HoReCa круїзних кораблів при формуванні круїзного туристичного продукту.

Методи дослідження. При проведенні дослідження використовувалися методи: системний метод – оскільки сприйняття цілісності якості круїзу залежить від послуг HoReCa круїзного корабля; структурний аналіз – при визначенні складових послуг HoReCa круїзного туристичного продукту; порівняльний аналіз – для зіставлення інфраструктури HoReCa кораблів, оцінки використання операторами ринку потенціалу HoReCa у поточному та стратегічному періодах.

Інформаційною базою дослідження є монографії та наукові статті, присвячені оцінці стану та розвитку круїзного туризму, результати діяльності учасників світового ринку круїзного туризму.

Результати дослідження

Комплексність та рівень круїзного обслуговування на глобальному ринку свідчить про виділення круїзного судна у окремий об'єкт атракції. Інтенсивність розвитку пов'язана із початком експлуатації кораблів-мегалайнерів із максималь-

ною пасажиромісткістю понад 5 тис. осіб. Для залучення гостей до участі у даних круїзах урізноманітнюються як послуги HoReCa, так і послуги дозвілля.

Комбіновані пропозиції HoReCa є невід'ємною частиною життя сучасного круїзного корабля, це плавучий готель-ресторан – центр розваг, що служить майданчиком для різного роду програм. У порівнянні зі звичайним готелем на круїзному кораблі є багато переваг, зокрема інфраструктура номерів, різноманітність сервісів, зона безмитної торгівлі Duty free, які гості можуть отримати в одному місці без додаткових витрат часу. Йдеться про такі послуги, як розміщення гостей заходу, послуги фахівців з організації самого заходу, з оформлення та транспортного супроводу, крім того, до очевидних переваг можна додати найвищий рівень сервісу, відповідний міжнародним стандартам і ретельним чином контрольований і підтримуваний. Багато послуг на борту надаються безкоштовно, у т. ч. туристи можуть відвідати сауну, басейни, джакузі, тренажерний зал, всі вистави, шоу, бібліотеку, кімнату для гри в карти. Частково платним є гастрономічний ресторан, де за резервацію столика треба заплатити 20–25 євро за одну особу, але їжа безкоштовна. Також безкоштовно можна відвідати і сигарну кімнату, де можна купити сигари та коньяк.

Публіка на кораблях найрізноманітніша, але їх усіх об'єднує одна спільна деталь – демократичність в одязі і поведінці. У круїзі люди відпочивають, тому і одягаються вони так, як це прийнято: у футболки та шорти, легкі сарафани та купальники. Поведінка туристів також вельми проста, адже на відпочинку всі рівні. Красиво і офіційно одягатися ухвалено тільки на капітанський прийом, який буває один раз за рейс. На ньому оркестр грає вальси, кружляють красиво одягнені пари, проводяться різні конкурси, туристи можуть сфотографуватися з капітаном. Вечірній костюм або сукню можна взяти на прокат безпосередньо на кораблі.

Починаючи з 2002 року, на ринок вийшли мегалайнери, інфраструктура та послуги HoReCa і дозвілля яких конкурують із пропозиціями припортових міст та районів. Наприклад, у 2018 році компанією «Royal Caribbean Cruises», яка володіє понад 20 % світового круїзного ринку та входить до трійки компаній-лідерів, спущено на воду найбільше круїзне судно світу «Симфонія морів» («Symphony of the Seas»), перший порт приписки – Барселона, другий порт приписки – Маямі) з потужністю 6,68 тис. пасажирів та 2,2 тис. членів екіпажу; у 2016 році – «Гармонія морів» («Harmony of the Seas», приписка – Флорида) з потужністю 6,5 тис. пасажирів та 2,1 тис. членів екіпажу («Royal Caribbean International», n.d.).

При просуванні круїзних продуктів мегалайнерів наголошується на об'єктах дозвілля, які вперше доступні для гостей: льодові катки, скалодроми та інші спортивні майданчики, природні парки із різноманітними тропічними рослинами, водні парки, акватеатри, кінотеатри під відкритим небом тощо. Водночас більшість послуг HoReCa залишаються поза увагою при просуванні круїзного туристичного продукту.

На основі проведеного аналізу визначимо особливості розміщення та харчування на круїзних кораблях.

Для проживання найчастіше пропонуються типи кают із внутрішнім та зовнішнім розміщенням (відповідно до проекту і місткості судна) одномісного, двомісного та сімейного типу.

Каюти поділяються на три основні типи: внутрішні (без вікон або ілюмінаторів), зовнішні (з вікном чи ілюмінатором, а також каюти з балконом) і сьюті. Всі

ці основні категорії мають два основних спальних місця і одне або два додаткових різних видів. Зазвичай зовнішні каюти відрізняються від внутрішніх тільки наявністю вікна / ілюмінатора / балкона. Сьютти ж завжди мають вікна або балкони і завжди більші за площею, ніж стандартні каюти.

Внутрішні і зовнішні каюти (за рідкісним винятком – поліпшені каюти або одномісні) практично нічим не відрізняються за комплектацією і площею – тільки розташуванням на кораблі (чим вище палуби, тим престижніші, а значить, дорожчі).

Площа внутрішніх кают коливається від 14 до 18 кв. м у залежності від корабля.

Зовнішні каюти поділяються на одномісні, з двома ліжками, поліпшені і з балконом. Площа зовнішніх кают коливається від 14 до 23 кв. м, вікна і ілюмінатори не відкриваються. Відкриваються тільки двері на балкони. Сьютти зазвичай мають панорамні вікна і / або балкони і розташовуються на верхніх палубах. Часто вони комплектуються ваннами з гідромасажем.

Всі каюти на кораблях як мінімум обладнані телевізором, телефоном, мінісейфом, мінібаром, феном (настінним або ручним), туалетом, душем і системою кондиціонування. Близьку міняють за стандартами п'ятизіркового готелю, рушники – у міру необхідності. У ванній кімнаті є необхідна косметика – мило, шампунь, гель і шапочка для душу.

Послуги харчування на круїзному кораблі надають заклади двох категорій: основні – ресторани, до яких прикріплено гостей, буфети, бари, вартість обслуговування у яких включена у ціну; альтернативні – тематичні ресторани і бари, що передбачають додаткову оплату. Кухня на кораблях відповідає світовим гастрономічним тенденціям та нерідко залежить від країни походження і роботи власників компаній-операторів. У таблиці 1 визначено пропозиції з харчування найбільших світових круїзних кораблів.

Оскільки послуги HoReCa включають і логістику постачання, відмітимо, що за тиждень круїзу, наприклад, на «Symphony of the Seas» у процесі приготування в середньому використовується 60 тис. свіжих яєць, 9 тис. кг картоплі, понад 6,7 тис. кг яловичини, 4 тис. кг курятини, близько 700 кг кави; також пропонуються 40 варіантів фруктів та 80 овочів Miquel Ros (2019). Послуги HoReCa – одна з найприємніших і захоплюючих сторін круїзного продукту. Багато в чому саме увага до якості їжі, сервіровки, різноманітності меню в кращих традиціях розкішних трансатлантичних лайнерів минулих років зробила круїзний відпочинок таким популярним. Круїзні оператори знають, що пасажери на борту витрачають на споживання їжі набагато більше часу, ніж на щось інше, тому весь час намагаються поліпшити харчування гостей, залишаючись при цьому в рамках заздалегідь визначеного бюджету. В зв'язку із цим конкурентоспроможною є ідея про проектування тематичних круїзних продуктів HoReCa спрямування – еногастрономічних круїзів.

У 2016–2018 роках пропонується понад 100 різних еногастрономічних продуктів більше ніж на 20 судах. Найпопулярнішими круїзними лініями в даному сегменті є «Oceania Cruises», «Paul Gauguin Cruises», «Silversea Cruises and the river lines Uniworld», «AMA», «Avalon» и «Viking» (табл. 2) («Cruise Lines International Association», n.d.).

Табл. 1. Пропозиції з надання послуг харчування на мегалайнерах
«Royal Caribbean International»

Tabl. 1. Food Offers on cruise megaships «Royal Caribbean International»

Назва судна	Початок експлуатації / максимальна кількість пасажирів	Потенціал закладів, що надають послуги харчування
Symphony of the Seas	2018 / 6680	Понад 20 ресторанів, у тому числі міжнародної кухні, авторської кухні, мексиканської кухні, азійської кухні, заклад, що спеціалізується на морепродуктах, заклад із меню від шеф-кухаря Джеймі Олівера, стейк хауз, піцерія, заклад, де подають гамбургери
Harmony of the Seas	2016 / 6500	Кількість ресторанів – 20 На борту працює 184 бармени та 1 біонічний робот-бармен
Allure of the Seas	2010 / 6360	Кількість ресторанів – 10, у т. ч. 3 безкоштовних: американський ресторан, ресторан пан-азійської кухні, ресторан світової кухні. Окремий ресторан для гостей категорії «сьют» Кількість альтернативних ресторанів – 10, зокрема, заклад здорового харчування, заклад, де можна повечеряти із шефом Кофейня «Starbucks» («Royal Caribbean International» – єдина компанія, на борту якої є така кофейня)
Oasis of the Seas	2009 / 6360	Кількість ресторанів – 7, зокрема, заклад із тематичними сніданками. Окремий ресторан для гостей категорії «сьют» Кількість альтернативних ресторанів – 7, зокрема, заклади мексиканської, італійської, азійської/японської кухні, «стилізований» фаст-фуд

Джерело: Royal Caribbean International (n.d.)

Source: Royal Caribbean International (n.d.)

Відповідно, найкращими круїзними лініями визнані морські і річкові маршрути найвищих категорій («люкс», «преміум») із різних регіонів світу. Незначна кількість суден лінії «люкс» свідчить про вузьку спеціалізацію компаній, що фокусуються на виключно додаткових пропозиціях. Наприклад, компанія «Paul Gauguin Cruises» пропонує комбінований відпочинок – судно плюс острівний готель-курорт, «Avalon Waterways» організовує річкові круїзи як для поціновувачів вина, так і окремо для поціновувачів пива, «Viking River Cruises» за аналогічним принципом – круїзи для поціновувачів коньяку. Інші лінії для дегустації на борту пропонують: вина, виготовлені у 14 країнах світу; порівняння сортів від різних виробників; марочні колекційні вина; понад 500 марок у винній карті та 25 видів виробів на розлив. Щоб урізноманітнити круїзну програму, лінія «Norwegian Cruise Line» залучила кошти для реалізації проекту «Винний підвал на судні». Також окремо оцінюють роботу сомельє (Cruise Lines International Association, n.d.).

Табл. 2. Характеристика круїзних ліній, що пропонують еногастрономічний продукт у 2016–2018 роках

Tabl. 2. Characteristics of cruise lines offering enogastronomic product in 2016–2018

Назва круїзної лінії	Назва компанії	Маршрути	Регіон	Тип лінії	Кількість суден
Oceania Cruises	Oceania Cruises	Морські	Атлантичне узбережжя (США), трансатлантичні рейси (США–Європа)	Люкс	2
Paul Gauguin Cruises	Paul Gauguin Cruises	Морські	о. Таїті, південна частина Тихого океану, о-ви Фіджі	Люкс	1
Silversea Cruises and the river lines Uniworld	Silversea Cruises Ltd	Морські	Карибські о-ви і Центральна Америка	Люкс	2
AMA	AmaWaterways	Річкові	Європа (р. Гаронна, р. Сена, р. Ронна, р. Дору, р. Дунай, р. Мозель – р. Майн – р. Рейн, р. Рейн)	Люкс	10
Avalon	Avalon Waterways	Річкові	Європа (Голландія, Франція, Німеччина, Іспанія, Австрія, Угорщина, Чехія)	Преміум	6
Viking	Viking River Cruises	Річкові	Європа (Франція)	Преміум	4

Джерело: Cruise Lines International Association (n.d.)

Source: Cruise Lines International Association (n.d.)

Представлення різних регіонів світу у рейтингу найкращих ліній свідчить про стійкий інтерес до еногастрономічного продукту та бажання подорожуючих отримувати нові смакові враження, набуваючи «learn-as-you-drink» досвіду.

Слід зазначити, що в круїзних подорожах визначається вік на дозвіл вживати алкоголь, враховуючи власну політику підприємства-організатора та законодавчі норми на вживання алкоголю в країнах слідування. На круїзних лініях «Fred Olsen», «GAP Adventures», «Regent Seven Seas», «Oceania» цей дозвіл мають подорожуючі від 18 років, на суднах компаній «Azamara Club Cruises», «Royal Caribbean Cruises» та «Celebrity Cruises» мінімальний вік – 21 рік. Однак окремі компанії дозволяють вживати алкоголь дітям від 18 років, які подорожують у присутності батьків. Але є й такі лінії, які категорично визначають вік у 21 рік як граничний, серед них «Carnival», «Costa», «Cunard», «Crystal», «Disney», «Great American River Journeys», «Holland America», «Hurtigruten», «MSC», «NCL Norwegian», «Peter Deilmann», «Princess», «Seabourn», «SeaDream», «Silversea», «Star Clippers», «Uniworld», «Viking», «Voyages of Discovery», «Windstar» (“Cruise Lines International Association”, n.d.).

В останнє десятиліття середній вік подорожуючих зменшується, і сьогодні близько половини круїзерів – молодше п'ятдесяти років. За даними Міжнародної асоціації круїзних ліній, у 2015 році даний показник склав 49 років, що у порівнянні з 2004 роком на 6 років молодше. Сегментація за віком представлена такими категоріями: 25–29 років – 7 %, 30–39 років – 18 %, 40–49 років – 26 %, 50–59 років – 22 %, понад 60 років – 26 % (“Cruise Lines International Association”, n.d.). Таким чином, збільшується кількість активного працездатного населення, яке обирає круїзний продукт при плануванні відпустки, визначаючи можливості круїзних організаторів по реалізації тематичних пропозицій.

Пропозиція класичного еногастрономічного продукту базується на вивченні етнічних кухонь певних місцевостей та районів, ознайомленні не тільки з традиціями приготування, споживання, поєднання страв і напоїв, а й з історією, впливом їх на сучасну світову кулінарію та виноробство. Круїзний продукт дозволяє організувати еногастрономічний тур без прив'язки до конкретної географічної території, використовуючи при формулюванні пропозиції лише потенціал круїзного судна.

Відповідно на круїзному ринку сьогодні реалізуються дві концепції проектування круїзного продукту із різним значенням послуг HoReCa: перша – HoReCa як складова продукту на рівні з послугами дозвілля, друга – HoReCa як основа тематичного продукту, зокрема еногастрономічного (рис. 1). На основі проведеного аналізу пропозиції визначено, що тип круїзного корабля відповідно до концепції HoReCa є відмінним: для мегалайнерів та кораблів із великою кількістю пасажиромісць характерна перша концепція, лайнерів та невеликих яхт класу преміум та люкс – друга. В межах другої концепції пропонуються два типи продукту:

- круїз у межах туристичної дестинації (винний тур) – планування маршруту судна по дестинації, що є осередком виноробства (судно виступає як транспортний засіб і місце для організації еногастрономічних банкетів);
- еногастрономічний круїз на борту судна (спеціальний винний тур) – використання тільки інфраструктури судна для організації програми винного круїзу.

Розглянемо особливості організації круїзного еногастрономічного продукту за визначеними типами.

Еногастрономічний продукт у межах туристичної дестинації – це річкові та морські круїзи по районах світового виноробства, організовані на судах із невеликою місткістю пасажирів (лайнери класу преміум та люкс, яхти, вітрильні човни, теплоходи, баржі). При розробці даних маршрутів, крім обмежень на проходи суден (глибини, протоки, канали, мости), екологічного стану акваторій, потужності портів, рівня безпеки подорожуючих, туристичних формальностей, сезонності, враховуються можливості відвідування подорожуючими виноградників, виноробень, погребів та підвалів, дегустаційних залів, винних магазинів й аукціонів, музеїв виноробства, місцевих ринків для дегустації вин (колекційних вин) як на борту судна, так і на березі. Даний продукт, у порівнянні з класичним, дозволяє розширити програму перебування та врахувати потреби різних за віком груп споживачів.



Рис. 1. Місце послуг HoReCa у структурі круїзного продукту
 Джерело: власна розробка

Fig. 1. HoReCa's place in the cruise product structure
 Source: own development

Еногастрономічний продукт на борту судна – це морські та трансатлантичні круїзи, що організовані під «унікальну» пропозицію: спеціальні винні курси, еногастрономічний фестиваль, круїз для поціновувачів певного алкогольного напою – шампанське, віскі, джин тощо. Співорганізаторами круїзів є фахівці-експерти винного ринку, асоціації виноробів та сомельє, винні клуби, кулінарні школи, а інфраструктура суден дозволяє проводити банкети, майстер-класи, семінари, зустрічі та шоу, зберігати колекції алкогольних виробів різної витримки у кількості, достатній для пасажирів. Даний продукт презентує судно як п'ятизірковий готель, створюючи атмосферу вишуканого відпочинку за аналогією з першими круїзними подорожами.

Наприклад, британська організація «Wine & Spirit Education Trust» (WSET) проводить спеціалізовані курси за кількома програмами різних рівнів складності, що передбачають складання екзамену на отримання сертифікату. «Crystal Cruises» проводить щорічний еногастрономічний фестиваль за участю винних експертів відомих винних заводів, всесвітньо відомих шеф-кухарів та ресторанів люкс-класу, починаючи з 1996 року.

У таблиці 3 визначено круїзні райони світу та проведено оцінку інтенсивності пропозиції еногастрономічного продукту в межах обох концепцій. Можна стверджувати, що еногастрономічні продукти є найпопулярнішими серед інших тематичних продуктів.

Табл. 3. Оцінка пропозиції еногастрономічного продукту на круїзному ринку
Tabl. 3. Evaluation of the offer of the enogastronomic product on the cruise market *

Назва району	Географічна характеристика	Еногастрономічні круїзи
	Морські круїзи	
Карибський	острови басейну Карибського моря	+++**
Середземно-морський	узбережжя Середземного та Чорного морів, зокрема порти Іспанії – Севілья, Пальма де Майорка, Барселона; Франції – Канни, Аяччо, Ніцца; Монако – Монте-Карло; Португалії – Лісабон; Італії – Сорренто, Портофіно, Венеція, Чивітавекк'я (Рим); Греції – Корфу, Пірей (Афіни)	+++
Далекосхідний	узбережжя Японського, Філіппінського, Яванського, Південнокитайського морів	-
Скандинавський	умовно поділяється на два підрайони: Балтія (Санкт-Петербург, Гельсінкі, Таллінн, Стокгольм, Мальме, Осло, Гамбург, Амстердам, Копенгаген, Саутгемптон) та Норвезькі фіорди (узбережжя Норвезького моря від м. Хаммерфест до м. Ставангер та порт Лонг'їр на о. Шпіцберген)	+
Гавайський	Гавайські острови (США)	++
Схід Північноамериканського узбережжя	узбережжя Атлантичного океану Північної Америки від м. Шарлоттаун (Канада) до м. Нью-Йорк (США)	++
Аляско-Канадський	північноамериканське узбережжя Тихого океану від м. Анкорідж (Аляска, США) до м. Сіетл (США)	+
Мексиканська Рив'єра	узбережжя Тихого океану від м. Сан-Франциско (США) до м. Акапулько (Мексика)	+
Південноамериканський	Ріо-де-Жанейро, Сан-Паулу, Сальвадор, Ресифі, Белен (Бразилія), Буенос-Айрес, Гуаякіль (Еквадор), Кальяо (Перу), Вальпараїсо, Пуерто-Монт, Пунта-Аренас, Ушуая (Аргентина), Монтевідео	+
Антарктичний	Уперто-Монт (Чилі) та Ушуая з відвідуванням о-вів Південна Джорджія, Південні Оркнейські, Південні Шетландські, Кінг-Джордж, Петермана, Десепшн, в окремих випадках – західного узбережжя Антарктиди	-
Західноафриканський	Фуншал (о. Мадейра, Португалія), Лас-Пальмас (Канарські о-ви, Іспанія), Дакар (Сенегал), Фрітаун (Сьєрра-Леоне), Монровія (Ліберія)	-
Африкано-Індійський	Східна Африка: Момбаса (Кенія), Занзібар (Танзанія), Порт-Луї (о. Маврикій), Бомбей, Мадрас (Індія), Коломбо (о. Шрі-Ланка), Мале (Мальдівські о-ви), а також о. Мадагаскар та Сейшельські о-ви	+

Продовження табл. 3

Південно-Тихоокеанський	Австралія (Дарвін, Перт, Сідней, Мельбурн, Хобарт), Нова Зеландія та о-ви Океанії	++
Річкові круїзи		
Європа (Західна, Східна)	р. Сена, р. Рона, р. Сона (Франція), р. Рейн, р. Ельба, р. Одер, р. Дунай, р. Дністер, інші ріки Німеччини, Голландії та Італії, р. Дору (Португалія), р. Волга (Росія)	+++
Азія	р. Меконг (В'єтнам і Камбоджа), р. Іраваді (Бірма), р. Ганг (Індія), р. Янцзи (Китай)	-
Північна Америка	р. Міссісіпі, р. Міссурі, р. Колорадо (США), р. Колумбія (США–Канада), Водна система Святого Лаврентія, р. Маккензі (Канада)	++
Південна Америка	р. Амазонка (Бразилія, Перу, Болівія, Колумбія, Еквадор)	+
Африка	р. Ніл (Єгипет, Судан, Ефіопія, Уганда)	-
Трансатлантичні круїзи		
Атлантика	маршрути, що перетинають регіон з Європи до Карибів через о. Мадейра та Канарські о-ви	++

Джерело: Cruise Lines International Association. (n.d.); Яковенко И.М, Лазичкая Н.Ф. (2014)

Source: Cruise Lines International Association. (n.d.); Iakovenko I.M., Lazitchkaia N.F. (2014)

* шкала інтенсивності пропонування (частоти організації) еногастрономічних продуктів: «-» – не пропонуються, «+» – незначний вибір, «++» – постійний вибір, «+++» – широкий вибір.

На практиці одна круїзна компанія не пропонує «винний тур» та «спеціальний винний тур», оскільки її круїзний флот спеціалізується на обслуговуванні маршрутів у конкретному географічному регіоні. Отже, дані продукти не виступають продуктами-конкурентами, а визначають та формують розширену асортиментну лінію під запити сучасного туристичного ринку.

При інтегруванні двох видів еногастрономічного продукту створюється індивідуальна пропозиція для членів винних клубів та спеціалізованих асоціацій, що може бути організована тільки у форматі чартеру, оскільки програма передбачає залучення судна із відповідною інфраструктурою.

Отже, потенціал послуг HoReCa на круїзному кораблі повною мірою розкривається у еногастрономічних продуктах; за рахунок набутого досвіду слід розширювати географію пропозиції круїзів даного типу.

Висновки та обговорення результатів

Результати, наведені в даному дослідженні, дозволяють зробити певні висновки. Отже, потенціал послуг HoReCa в круїзному продукті розкривається у зв'язку із формуванням таких переваг:

- створення атмосфери круїзу за рахунок постійної підтримки еногастрономічної теми;

- організація круїзу спільно із кулінарними школами, експертами, виноробами, сомельє та шеф-кухарями зі світовим ім'ям;
- формування еногастрономічного круїзу без прив'язки до виноробної дестинації;
- урізноманітнення / мобільність програми HoReCa під час подорожі;
- резервування марок напоїв та представлення їх подорожуючим до круїзу;
- формування пакетних винних пропозицій із зазначенням напоїв, які є пріоритетними для подорожуючих (певна кількість пляшок вина), в окремих випадках купівля вин та інших алкогольних напоїв зі знижкою Duty free;
- облаштування на суднах винних погребів та лабораторій виробництва для перевірки якісних параметрів сортів. Не виключено, що, для наочності, на борту поряд із парками та скверами можуть з'явитися також міні-плантації винограду, адже підтримання інтересу до продукту потребує пошуку та реалізації нестандартних креативних рішень;
- забезпечення можливостей круїзного корабля як інформаційно-комунікаційного майданчика для виноробів і експертів та іміджевої підтримки марок та сортів вина й здійснюючи боротьбу проти фальсифікату;
- розширення вікової структури та залучення молодого покоління до даного типу подорожей.

Наукову новизну дослідження визначає обґрунтування концепції послуг HoReCa як частини круїзного туристичного продукту та основи продукту, процесу створення нової споживчої цінності та ніші на круїзному ринку.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що отримані наукові результати, теоретичні положення та висновки дозволяють підвищити ефективність роботи круїзних операторів за рахунок надання комплексу послуг HoReCa, а також можуть бути використані у процесі прийняття інноваційно-інвестиційних рішень.

Перспективи подальших наукових досліджень передбачають побудову механізму формування інноваційного туристичного продукту круїзних судноплавних компаній на основі визначення рівнів інноваційності окремих послуг HoReCa та вибору їх інноваційних пріоритетів.

СПИСОК ПОСИЛАНЬ

- Антоненко, І.Я., & Мельник, І.Л. (2016). *Формування інноваційного продукту круїзного туризму* [Монографія]. Київ: Сталь.
- Гастрономические круизы и кулинарные школы. Retrived from http://zabugor.com/tours/gastronomicheskie_kruizyi.
- Яковенко, И.М., & Лазицкая, Н.Ф. (2014). Географические тенденции развития морского круизного туризма. *Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия: География*, 27 (66), 2, 238-248.
- Chaven, C. (2015). *Celebrity Constellation Review and Specifications*. Retrived from <http://www.cruisemapper.com/wiki/740-food-and-wine-cruises>.
- Cruise Lines International Association. (n.d.). Retrived from <https://www.cruising.org/>.
- Johnston, B. (2015). *Wine tasting cruise experiences: Why wine and cruising are a perfect mix*. Retrived from <http://www.traveller.com.au/wine-and-cruising-a-good-mix>

- Miquel, R. (2019). Feeding the largest cruise ships in the world. Retrieved from <https://edition.cnn.com/travel/article/cruise-ships-food-supplies/index.html>.
- Nezdoyminov, S., & Andryeyeva, N. (2016). European cruise market: prospects of development in Ukraine. In A. Berezin, & M. Bezpartochnyi. (Eds.), *Mechanisms and models of development of entities tourist business* (pp. 108-116). Riga: Landmark. Retrieved from <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5447/1/European%20cruise%20market%20prospects%20of%20development%20in%20Ukraine.PDF>
- Royal Caribbean International. (n.d). Retrieved from <https://www.royalcaribbean.com/cruise-ships/>.
- Wine & Spirit Education Trust. Accademiavino. (n.d). Retrieved from <https://www.wsetglobal.com>.

REFERENCES

- Antonenko, I.Ya., & Melnyk, I.L. (2016). *Formuvannya innovatsiinoho produktu kruiznoho turyzmu [Formation of an innovative product of cruise tourism]* [Monograph]. Kyiv: Stal [in Ukrainian].
- Chaven, C. (2015). Celebrity Constellation Review and Specifications. Retrieved from <http://www.cruisemapper.com/wiki/740-food-and-wine-cruises> [in English].
- Cruise Lines International Association. (n.d.). Retrieved from: <https://www.cruising.org/> [in English].
- Gastronomicheskie kruizy i kulinarne shkoly [Gastronomic cruises and cooking schools]. Retrieved from http://zabugor.com/tours/gastronomicheskie_kruizyi [in Russian].
- Iakovenko, I.M, & Lazitckaia, N.F. (2014). Geograficheskie tendencii razvitiia morskogo kruiznogo turizma [Geographical trends in the development of sea cruise tourism]. *Uchenye zapiski Tavricheskogo natsionalnogo universiteta imeni V. I. Vernadskogo. Seriya: Geografiia*, 27 (66), 2, 238-248.
- Johnston, B. (2015). Wine tasting cruise experiences: Why wine and cruising are a perfect mix. Retrieved from <http://www.traveller.com.au/wine-and-cruising-a-good-mix> [in English].
- Miquel, R. (2019). Feeding the largest cruise ships in the world. Retrieved from <https://edition.cnn.com/travel/article/cruise-ships-food-supplies/index.html> [in English].
- Nezdoyminov, S., & Andryeyeva, N. (2016). European cruise market: prospects of development in Ukraine. In A. Berezin, M. Bezpartochnyi (Eds.), *Mechanisms and models of development of entities tourist business* (pp. 108-116). Riga: Landmark. Retrieved from <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5447/1/European%20cruise%20market%20prospects%20of%20development%20in%20Ukraine.PDF> [in English].
- Royal Caribbean International. (n.d). Retrieved from <https://www.royalcaribbean.com/cruise-ships/> [in English].
- Wine & Spirit Education Trust. Accademiavino. (n.d). Retrieved from <https://www.wsetglobal.com> [in English].

Стаття надійшла до редакції 03.12.2019

УДК 338.48-52:797.11]:338.487

Ирина Антоненко,

*доктор экономических наук, профессор,
Национальный университет пищевых технологий,
Киев, Украина,
ira_antonenko65@ukr.net
<http://orcid.org/0000-0003-2299-2365>*

Ирина Мельник,

*кандидат экономических наук, доцент,
Национальный университет пищевых технологий,
Киев, Украина,
ira_melnik_2005@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0002-0729-2056>*

ОСОБЕННОСТИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ НА КРУИЗНЫХ КОРАБЛЯХ

Актуальность. Исследование особенностей развития услуг HoReCa круизного туристического продукта дает возможность оценить и определить детерминанты активного роста данного сегмента на мировом туристическом рынке. Ассортимент и уровень качества услуг гостиничного и ресторанного обслуживания был в фокусе организаторов круизов еще с этапа становления круизного туризма (40–50-е гг. XIX века). Сегодня при проектировании круизных кораблей инженерно-технические характеристики учитывают профиль услуг HoReCa на уровне с решениями по организации досуга на борту. Например, для реализации концепции устойчивого развития на новые корабли-мегалайнеры устанавливают системы переработки отходов, таким образом стремясь к замкнутому (автономному) операционному циклу. HoReCa круизного корабля обеспечивает больше половины операций по обслуживанию гостя и характеризуется значительным количеством персонала, подчиняющегося директору круиза. Актуальность темы определяется необходимостью поиска детерминант для удержания позиций круизного туризма на рынке путем реализации инновационных решений в HoReCa. **Цель и методы.** Целью исследования является оценка использования потенциала услуг HoReCa круизных кораблей при формировании круизного туристического продукта. Методы, использовавшиеся при проведении исследования: описательный, сравнительный и структурный анализ. **Результаты.** По результатам исследования установлено, что услуги HoReCa могут выступать основой концепции круизного продукта, в частности, при организации эногастрономических туров; мегалайнеры увеличивают номерной фонд и расширяют количество ресторанов, баров и других заведений питания для удовлетворения вкусов различных групп потребителей, не используя HoReCa как основу круиза, фокусируясь на досуге круизеров, а корабли яхтенного типа поддерживают единую концепцию HoReCa за счет тематических продуктов. **Выводы и обсуждение.** Научную новизну исследования определяет обоснование концепции HoReCa как базовой в структуре эногастрономических продуктов на круизных кораблях. Практическое значение исследования раскрывается через определение направления для развития тематических предложений на основе HoReCa.

Ключевые слова: HoReCa, круизный корабль, инновации, круизный туристический продукт, эногастрономический продукт, услуги.

UDC 338.48-52:797.11]:338.487

Iryna Antonenko,
*Doctor of Economic Sciences,
Professor,
National University of Food Technologies,
Kyiv, Ukraine,
ira_antonenko65@ukr.net
<http://orcid.org/0000-0003-2299-2365>*

Iryna Melnyk,
*Ph.D. in Economic Sciences,
Associate Professor,
National University of Food Technologies,
Kyiv, Ukraine,
ira_melnik_2005@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0002-0729-2056>*

FEATURES OF PROVIDING SERVICES ON CRUISE SHIPS

Actuality. The study of the features of the services development of HoReCa cruise tourism product gives an opportunity to evaluate and distinguish the determinants of the active growth of this segment in the world tourist market. The assortment and level of quality of hotel and restaurant services has been the focus of cruise ship organizers since the beginning of cruise tourism (40-50 years of the 19th century). Today, when designing cruise ships, the engineering specifications take into account the profile of HoReCa services at the level of decisions on the organization of leisure on board. For example, to implement the concept of sustainable development, new mega-liners are installing waste treatment systems, thus heading towards a closed (autonomous) operational cycle. The HoReCa cruise ship provides more than half of the guest service operations and has the most powerful staff reporting to the cruise director. The relevance of the chosen topic is determined by the need to find the determinants for maintaining cruise tourism positions by implementing innovative solutions at HoReCa. **Purpose and methods.** The purpose of the study is to evaluate the capacity use of the services of HoReCa cruise ships in the formation of cruise tourism product. Methods have been used in the study: systematic method, comparative and structural analysis. **Results.** The study found that HoReCa services could form the basis of the cruise product concept, in particular when organizing enogastronomic tours. Mega-liners are increasing their number and expanding the number of restaurants, bars and other catering facilities to suit the tastes of different consumer groups, without using HoReCa as a cruise base, focusing on cruise ship leisure, while yachts support a single HORECA concept through themed products. **Conclusions and Discussion.** The scientific novelty of the study determines the rationale for the concept of HoReCa as a base in the structure of enogastronomic products on cruise ships. The practical significance of the research is revealed by defining the direction for the development of HoReCa thematic proposals.

Keywords: HoReCa, cruise ship, innovation, cruise tourism product, enogastronomic product, services.

УДК 640.4:379.81]:[640.45:334.012.4
DOI: 10.31866/2616-7468.2.2.2019.188203

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ КОРПОРАТИВНИХ ЗАХОДІВ

Карина Свідло,
доктор технічних наук, професор
Харківський торговельно-економічний інститут
Київського національного
торговельно-економічного університету,
Харків, Україна,
karinasvidlo@gmail.com
<http://orcid.org/0000-0002-0175-7756>
© Свідло К., 2019

Наталія Якименко-Терещенко,
доктор економічних наук, професор,
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
Харків, Україна,
ekon.analiz@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-2927-7989>
© Якименко-Терещенко Н., 2019

Надія Попова,
доктор технічних наук,
Харківський торговельно-економічний інститут
Київського національного
торговельно-економічного університету,
Харків, Україна,
<https://orcid.org/0000-0003-2797-6989>
© Попова Н., 2019

Актуальність. Корпоративні свята виконують значну мотивуючу функцію. Основним засобом мотивації були і залишаються матеріальні блага. Але цього недостатньо, необхідна ще й підтримка духовних цінностей членів компанії-працедавця. **Метою дослідження** є наукове обґрунтування методології особливостей організації корпоративного свята на прикладі організації святкування ювілею компанії у ГРК. **Методи дослідження** поєднують систематизацію інформації щодо переліку послуг по організації святкування ювілею компанії у ГРК, порівняння вимог до відповідних заходів, більш детально досліджувана матеріально-технічна база та персонал реалізації інноваційної послуги. **Результати.** Досліджено вплив різноманітних чинників і складових компонентів ціннісно-нормативної підгрупи організаційної культури компанії на формування інноваційної послуги щодо організації святкування ювілею компанії у ГРК. Встановлено вплив вищеозначених чинників і складових на формування основних етапів надання інноваційної послуги щодо організації святкування ювілею компанії. Розроблено раціональний сценарій інноваційної послуги та окреслено матеріально-технічну базу організації святкування ювілею компанії у закладах готельного господарства.

Ключові слова: організаційна культура компанії, інноваційна послуга, ювілей компанії, заклади готельного господарства.

Актуальність проблеми

Постановка проблеми. Корпоративні заходи дозволяють зробити колектив однією командою. Працювати, відпочивати і разом відзначати свята так, щоб це

приносило і користь, і задоволення, – бажання будь-якої людини, яка дорожить своєю роботою. Мати згуртований творчий колектив, колектив людей, які поважають один одного, які роблять одну справу, – мрія будь-якого менеджера.

Корпоративне свято є компонентом організаційної культури та інструментом PR, провідником базових цінностей, носієм елементів фірмового стилю, формою системи внутрішньокорпоративної комунікації та комунікації організації із зовнішнім середовищем. Виходячи з цього, можна стверджувати, що корпоративне свято є одним зі складових компонентів ціннісно-нормативної підгрупи організаційної культури компанії, а точніше, входить у комплекс корпоративних традицій (Мэттел, 2012).

Корпоративні свята виконують значну мотивуючу функцію. Основним засобом мотивації були і залишаються матеріальні блага. Але цього недостатньо, необхідна ще й підтримка духовних цінностей членів компанії-працедавця. Корпоративним заходом, або корпоративом, можна назвати будь-який захід, який проводиться від імені компанії-працедавця за участю її співробітників. Корпоративне свято – важлива частина життя кожної компанії, невід’ємний елемент корпоративної культури, «цеглинка», що закладається у фундамент позитивного іміджу роботодавця на ринку праці. Організація корпоративних свят – це ідеальна можливість «показати» партнерам, клієнтам і колективу високу динаміку розвитку компанії, її потужний потенціал і стабільність.

Стан вивчення проблеми. Ювілей компанії – це спеціальний захід, ініційований і фінансований компанією, організований для персоналу (з можливим залученням членів їх сімей), присвячений події у житті компанії, який є засобом підтримки організаційної культури. Даний захід є чудовою можливістю показати, що вона зростає, стає успішною та набирає все більшого досвіду. Організація та оформлення святкування ювілею компанії є відповідальною справою і вимагає обов’язкового залучення фахівців, у більшості випадків сьогодні організацією таких заходів займаються івент-агенції. Такий захід вимагає професійного підходу, а фахівці івент-агенції зроблять все на достатньому рівні, оскільки все має бути якнайкраще (Мэттел, 2012).

День народження запам’ятовується у фірмі надовго, якщо зробити його тематичним: креативно обіграти в сценарії свята те, чим закінчився минулий рік: було це розширення компанії, або видатні досягнення співробітників, або підписання вигідного контракту. Відповідно до цього вибирається і основна ідея: церемонія нагородження у стилі американської кіноакадемії з червоною доріжкою, статуетками і відповідним дрес-кодом: смокінги та вечірні сукні. Або свято з національним колоритом – залежно від того, представник якої країни став найбільш вигідним клієнтом, або в якому місті відкрита перспективна філія. Грамотно організований і проведений ювілей фірми може вирішити і проблеми, пов’язані з людським фактором: конфлікт співробітників або відділів, втомленість працівників, накопичені негативні емоції по відношенню до непопулярних нововведень у компанії. При створенні списку проблемних зон щодо персоналу має сенс проконсультуватися із відділом кадрів (Мэттел, 2012).

У святкових агентствах існує послуга зі складання індивідуального сценарію ювілею фірми, де знайдеться місце не тільки реалізації провідних завдань, а й творчого вираження формату свята – відповідно до нього вам запропонують і оформлення залу, і дизайн корпоративних подарунків, і навіть організацію ви-

ступу естрадної зірки – залежно від формату та побажань працівників (Муртузалиєва, 2017).

При цьому професіонали в області проведення свят радять при будь-якому сценарії чергувати виступи артистів музичними номерами, конкурсами та танцювальними паузами. Типова схема організації повносервісного кейтерингового обслуговування корпоративного свята наведена у (П'ятницька, 2012).

Для організації виїзного обслуговування необхідно узгодити меню, виходячи із побажань клієнта та його фінансових можливостей. Замовник отримує ресторанну подачу відповідного сервісу, тому при розробці меню враховують особливості виїзного обслуговування. Не радять включати в меню смажену грудинку качки, курку, рибу, оскільки ці страви необхідно подавати до столу без затримки. Якщо замовник все таки бажає замовити їх у меню, то за додаткову оплату можлива доставка відповідного кухонного обладнання та устаткування для подачі цих страв (Муртузалиєва, 2017).

На стадії закупівлі харчових продуктів використовують дві схеми роботи із замовником. У першому випадку замовник сам закуповує продукти і спиртні напої, що дає можливість заощадити до 30 % витрат, у іншому випадку цим займається заклад гостинності (Дорогунцов, 2005; П'ятницька, 2012; Роглев, 2005).

Невирішені питання. В результаті аналітичного пошуку виявлено теоретичні аспекти організації кейтерингового обслуговування ювілеїв компаній, підприємств тощо у закладах готельно-ресторанного господарства. Надано загальну характеристику кейтерингової послуги з організації святкування ювілею компанії у ГРК.

Мета і методи дослідження

Метою статті є дослідження особливостей організації корпоративного свята на прикладі організації святкування ювілею компанії у ГРК.

Для досягнення мети були поставлені наступні завдання:

- вивчити вплив різноманітних чинників і складових компонентів ціннісно-нормативної підгрупи організаційної культури компанії на формування інноваційної послуги щодо організації святкування ювілею компанії у ГРК;
- дослідити вплив вищеозначених чинників і складових на формування основних етапів надання інноваційної послуги щодо організації святкування ювілею компанії;
- встановити раціональний сценарій інноваційної послуги та окреслити матеріально-технічну базу організації святкування ювілею компанії у ГРК.

Об'єкт дослідження: технологія надання інноваційної послуги організації святкування ювілею компанії на базі ГРК.

Предмети досліджень – конкурентопридатність послуги, ціннісно-нормативні підгрупи організаційної культури компанії, складові формування інноваційної послуги, матеріально-технічна база готельно-ресторанного комплексу.

Методи дослідження поєднують систематизацію інформації щодо переліку послуг по організації святкування ювілею компанії у ГРК, порівняння вимог до відповідних заходів, більш детально досліджувана матеріально-технічна база та персонал реалізації інноваційної послуги.

Інформаційна база дослідження – монографії, наукові статті у фахових збірниках наукових праць, матеріали міжнародних конгресів та симпозіумів, науково-практичних конференцій, нормативно-технічна та патентна документація.

Результати дослідження

В процесі дослідження вивчено вплив різноманітних чинників і складових компонентів ціннісно-нормативної підгрупи організаційної культури компанії на формування конкурентопридатності інноваційної послуги святкування ювілею компанії (сценарій, основні етапи заходу, матеріально-технічну базу) у готельно-ресторанному комплексі.

Для визначення конкурентопридатності інноваційних послуг формується перелік показників якості для даних послуг. Комплексний показник конкурентопридатності (КПК) визначається за допомогою: комплексного показника якості, комплексного показника конкурентних переваг, рівня цін, рівня задоволення потреб споживачів та популярності (іміджу) закладу (Мазаракі та ін., 2012).

КПК розраховується як функція двох абсолютних показників – вимірюваного ($P_{\text{вим}}$) і базового ($P_{\text{баз}}$), формула 1:

$$KPK = f(P_{\text{вим}}; P_{\text{баз}}) \quad (1)$$

Комплексне оцінювання якості готельних послуг та оцінка їх конкурентних переваг характеризуються узагальненими показниками, які визначаються комплексним методом.

Для визначення узагальненого показника якості готельних послуг необхідно відокремити послуги, які істотно змінюються. Для цього, використовуючи класифікацію властивостей, складаємо ієрархічну структуру властивостей готельних послуг. Нижній рівень властивостей в ієрархічній структурі посідає одиничні відносні показники якості готельного продукту, які здобуті перерахунком:

$$k_{ij} = f\left(\frac{P_{ij}}{P_{ij}^{\text{ет}}}\right) \quad (2)$$

де, k , P_{ij} , $P_{ij}^{\text{ет}}$ – значення i -го показника відповідно відносне, абсолютне та еталонне.

Комплексний показник якості розраховуємо на основі одиничних показників і коефіцієнтів вагомості за формулами 3 або 4.

$$K_{\text{п.я.}} = X_1 \sim X_2 \left(\sum_{i=1}^l k_{\text{ф.хi}} m_{\text{ф.хi}} + \sum_{i=P+1}^P k_{\text{б.цi}} m_{\text{б.цi}} + \sum_{i=P+1}^a k_{\text{о.мo}} + \sum_{i=1}^n m_{\text{ф.к.ф}} \right) \quad (3)$$

або в загальному вигляді

$$K_{\text{п.я.}} = X_1 \sim X_2 \sum_{i=1}^n k_i m_i \quad (4)$$

де, X_1, X_2 – оцінка показників безпечності послуг за функцією вето;
 $m_{\phi.xi}, m_{\phi.шi}, m_o, m_\phi$ – коефіцієнти вагомості одиничних показників якості ($\sum m_i = \text{const}$);

$k_{\phi.xi}, k_{\phi.шi}, k_o, k_\phi$ – відносна оцінка одиничних показників якості;

l, p, q – кількість одиничних показників якості у групах показників;

n – загальна кількість одиничних показників.

Коефіцієнт вагомості m_p для одиничних показників, а також межі допустимих значень одиничних показників визначаємо експериментально.

Важливим етапом математичного планування експерименту є вибір критерію оптимізації, який відображає окремі критерії та характеризує об'єкт дослідження. Таким критерієм оптимізації можна взяти комплексний показник процесу надання готельних послуг при проектуванні інноваційних послуг $K_{n.я}$. Для його розрахунку застосовують таку методику. Згідно із законом адаптивності якості визначають як сукупність ознак:

$$K_{n.я} = n_1 g_1 + n_2 g_2 + \dots + n_n g_n \quad (5)$$

де, g_1, g_2, g_n – безрозмірні числа, що означають окремі ознаки та зменшуються при погіршенні якості.

Величини g становлять відношення вимірної (розмірної) величини характеристики ознаки N_k до довільної сталої тієї самої розмірності. Якщо вимірне числове вираження ознаки збільшується при погіршенні якості об'єкта, слід вибрати обернене відношення.

Типове уявлення про безрозмірність g на основі N :

$$g = \text{const}/N; g = N/\text{const};$$

$$g = [(\text{const})_1 + N] / \text{const}_2; g = \text{const}_2 / [(\text{const})_1 + N] \quad (6)$$

Коефіцієнт n враховує різницю та відносну значущість ознак у зображенні їх сукупності, формула 7.

$$n_1 = c_1 (g_2 g_3 \dots g_n);$$

$$n_2 = c_2 (g_1 g_3 \dots g_n);$$

$$n_n = c_n (g_1 g_2 \dots g_{n-1}); \quad (7)$$

Якщо $g_1 = m_1; g_2 = m_2; \dots; g_n = m_n$; при $m_1 + m_2 + \dots + m_n = 1$, де m_1, m_2 – коефіцієнт вагомості окремих ознак, отримуємо формулу 8.

$$c_2 = m_2 / (m_1 c_1); c_3 = m_3 / (m_1 c_1); c_n = m_n / (m_1 c_1) \quad (8)$$

Звідси

$$C = \frac{1}{g_1 g_2 \dots g_n \left(\frac{1}{g_1} + \frac{m_2}{m_1 g_2} + \frac{m_3}{m_1 g_3} + \dots + \frac{m_n}{m_1 g_n} \right)} \quad (9)$$

Таким чином, використовуючи формули (5), (7), (8) та (9), знаходимо значення $c_1, c_2, c_3, \dots, c_n$, та визначаємо показники якості у відносних одиницях.

З урахуванням значень окремих критеріїв розраховуємо комплексний показник якості ($K_{п.я}$). Після цього з'являється можливість побудувати моделі, використовуючи графічний засіб.

Комплексний показник якості можна розрахувати і за допомогою одиничних показників якості, отриманих за даними анкетного опитування споживачів. Далі одиничні показники якості переводяться у безрозмірні, які визначають як співвідношення одиничних показників якості досліджуваного й еталонного зразків за формулою (4), а $K_{п.я}$ визначаємо за формулою (3).

При розрахунку комплексного показника конкурентопридатності якості виражаємо як сукупність одиничних показників якості (формули 10 та 11).

$$K = n_1q_1 + n_2q_2 + \dots + n_nq_n \quad (10)$$

де, q_1, q_2, q_n – безрозмірні числа, що виражають окремі значення одиничних показників конкурентопридатності;

n_1, n_2, n_n – коефіцієнти, які враховують відносне значення кожної характерної ознаки в їх сукупності.

$$n_{1,2,n} = c_n (q_1 \cdot q_2 \cdot \dots \cdot q_{n-1}) \quad (11)$$

Для оцінювання реальної значущості кожної якісної ознаки в їх сукупності використовуємо коефіцієнт вагомості (m), визначений експертним методом [13].

З урахуванням коефіцієнтів вагомості $C_n = m_n / (m_1 c_1)$ значення c_1, c_2, \dots, c_n обчислюємо за формулою 12.

$$c_1(1/q_1 + m_2/(m_1q_1) + \dots + m_n/(m_nq_n)) = 1/(q_1 q_2 \cdot \dots \cdot q_n) \quad (12)$$

Звідси

$$c_1 = 1/(q_1 q_2 \cdot \dots \cdot q_n)(1/q_1 + m_2/(m_1q_1) + \dots + m_n/(m_nq_n)) \quad (13)$$

Найпростіше – влаштувати святкування в офісі, однак цей варіант не зовсім урочистий, а у великих компаніях ще й просто незручний. Найчастіше для святкування дня народження фірми знімають банкетні зали в ресторанах, готельно-ресторанних комплексах, бізнес-центрах; художні галереї, прогулянкові кораблі, а то й цілі стадіони та парки відпочинку – залежно від розмаху ювілею.

Урочиста частина свята має бути по можливості короткою. Оптимальний варіант, коли кількість виступаючих із привітальним словом не перевищує три-чотири особи. Адже мета заходу – створити сприятливе враження у гостей, а не утомляти їх. Мотив фірмових кольорів можна продовжити в оздобленні святкових страв, сервіровці столу, оформленні святкового торта (рис. 1).



Рис. 1. Варіанти оформлення корпоративних святкових тортів
("Кондитерська Арт-Презент", 2018)

Fig. 1. Corporate Holiday Cake Design Options

Ритм вечірки повинен відповідати потребам і запитам публіки: наприклад, кількість спожитого алкоголю можна регулювати тостами – за традицією, люди старшого віку між тостами не п'ють. Дуже важливий продуманий фінал святкування – бажано, щоб гості не втомилися, і у них залишилося відчуття жалю від того, що свято вже закінчилося.

Основні етапи підготовки корпоративного свята потребують вирішення наступних питань, які наведені у таблиці 1.

«Завести» гостей, викликати у них бажання взяти участь у конкурсах і спортивних заходах – майстерність професіоналів, і в кожному агентстві, що займається організацією свят, своє «ноу-хау».

Якщо свято організовано силами компанії, роль ведучого беруть на себе неформальні лідери (рис. 2, 3).

Кейтерингові компанії мають налагоджені зв'язки із постачальником та можуть запропонувати істотні знижки.

Табл.1. Основні етапи підготовки корпоративного свята

Tab. 1 – The main stages of preparing a corporate holiday

Етап	Питання, що потребують вирішення
Вирішення організаційних питань	<ol style="list-style-type: none"> 1. Підбір місця проведення свята. 2. Технічне забезпечення. 3. Святкова поліграфія (стильні та презентабельні запрошення, грамоти для працівників, роздатковий матеріал для конкурсів та ін.). 4. Пошук та вибір ведучого свята. 5. Пошук та координація роботи артистів та шоу-програми. 6. Пошук та координація роботи музичних колективів та виконавців.
Оформлення місця святкування	<ol style="list-style-type: none"> 1. Логотип компанії. 2. Флористика. 3. Аеродизайн. 4. Текстиль. 5. Тематичне оформлення (якщо для ювілею обрана тема святкування).

Продовження табл. 1

Сценарій	1. Написання сценарію з урахуванням усіх побажань та пропозицій. 2. Внесення у святкування моментів квесту та тимбілдингу. 3. Корегування свята з урахуванням специфіки діяльності компанії та середнього віку працівників.
Press-wall	1. Замовлення банера (тамарезки) із прорізами для обличчя, що відображає напрямок діяльності компанії, містить важливу інформацію, розміщення якої на сторінках соцмереж є рекламою фірми. 2. Бренд-волл із логотипом компанії.
Тематичний банкет (рис. 2)	1. Страви із зображенням логотипу компанії підкреслюють статус святкування. 2. Торт будь-яких форми, розміру і кольору з логотипом компанії або ж тематичним відповідно до ідеї заходу.
Шоу-програма святкування (рис. 3)	Наприклад, це може бути пісочне шоу, під час якого художник на скляному столі малює піском історію про компанію, а учасники корпоративу бачать на великому екрані красиве привітання із упізнаними персонажами.
Майстер-класи	Це може стати родзинкою свята. Адже працівники не лише навчаться чогось нового, а й чудово проведуть час!
Завершення свята	Фінал святкування має бути гучним та видовищним. Красивий феєрверк або вогняне шоу стануть вражаючою крапкою Дня народження компанії.



Рис. 2. Варіант оформлення фуршету до ювілею фірми ("Мир торжества", 2018)

Fig. 2. The variant of registration of a cocktail reception for the company' Jubilee



Рис. 3. Художнє шоу на святі компанії ("Мир торжества", 2018)

Fig. 3. Company Holiday Art Show

Повносервісне кейтерингове обслуговування за спеціальним замовленням передбачає, що івент-агенція, яка є організатором обслуговування, повністю бере на себе розробку сценарію проведення свята (табл. 2), складання меню, приготування страв та напоїв, їх доставку на місце банкету, обслуговування споживачів заходу.

При прийнятті програми сервіс-менеджер погоджує із замовником час надання послуг та умови їх надання, місце проведення заходу, розміщення гостей, наявність туалетів, кімнат для персоналу, місце доготування страв та напоїв, місця для куріння, екологічні норми, наявність протипожежних заходів та безпечність

проведення банкету як великого скупчення людей. На основі даних розробляється схема розміщення меблів та устаткування, оформлення приміщень, узгоджується сценарій проведення заходу.

Виробничий процес приготування ресторанної продукції відбувається на стаціонарному виробництві, страви нескладного приготування можуть бути порціоновані та оформлені на місці проведення заходу у доготовельних приміщеннях безпосередньо перед подачею.

Табл. 2. Орієнтовний сценарій підготовки та проведення банкетного заходу
«Корпоративне свято»

Tab. 2 – An Approximate Scenario for Preparing and Holding
a Corporate Holiday Banquet Event

Тривалість	Операції	Виконавці
1 день		
8.00–9.00	Завезення меблів, елементів декору інтер'єру та декорацій, посуду, білизни, костюмів	Водії, вантажники
9.00–11.30	Розвантажування, перенесення до приміщення, монтаж сцени, декорацій, встановлення піротехнічних заходів	Вантажники, працівники спеціалізованих фірм
11.30–13.00	Розставляння меблів, елементів декору інтер'єру та декорацій за планом	Вантажники, дизайнери, офіціанти
13.00–18.00	Прасування скатертин, юбок, драпірування столів, прикрашання приміщень	Дизайнери, офіціанти
2 день		
12.30–12.45	Прихід персоналу, переодягання у спецодяг та спецвзуття (кухарі)	Адміністратор, хостес, офіціанти, бармени
12.45–13.30	Сервірування столів, бару, буфету, стійки бару	
13.30–14.30	Завезення і приймання холодних страв, закусок, напоїв	Офіціанти, бармени, кухарі, вантажники, водії
14.30–15.00	Дооформлення страв (за потребою), винесення страв до зали на столи	Кухарі, офіціанти, бармени, хостес
15.10–15.30	Підготовка персоналу до роботи, переодягання у формений одяг та взуття, оформлення зачісок та ін.	Метрдотель, хостес, офіціанти, бармени
15.30–16.00	Інструктаж перед обслуговуванням, перевірка генеральної готовності обслуговуючого персоналу	Метрдотель
15.30–16.00	Початок свята. Зустріч гостей	Хостес, офіціанти
16.00–22.00	Розважальна програма	Артисти, хостес
16.00–22.00	Обслуговування гостей під час розважальної програми	Офіціанти, бармени, хостес
16.30–17.00	Завезення та розважування гарячих закусок і страв	Водії, вантажники, кухарі
17.30–18.00	Порціонування гарячих закусок і страв	Кухарі
18.30–19.00	Досервірування столів, подача гарячих закусок і страв	Метрдотель, офіціанти

Продовження табл. 2

19.30–20.10	Обслуговування гостей, прибирання використаного посуду, порціонування десерту	Офіціанти, бармени, кухарі
20.30–21.10	Досервірування столів, подача десерту, вивезення торта, розрізання і подача гостям, прибирання посуду	Офіціанти, бармени, хостес
21.15–21.30	Порціонування, винесення і подача гарячих напоїв (чаю, кави)	Кухарі, офіціанти, бармени, хостес
21.45–22.30	Відеошоу «Історія кохання», лазерне шоу	Діджей, віджей
22.30–23.00	Святковий феєрверк, завершення свята	Працівники спеціалізованої фірми, метрдотель, хостес
23.30–01.00	Прибирання та сортування посуду, складання меблів, завантаження та транспортування до бази спецобладнання, прибирання приміщень	Офіціанти, бармени, кухарі, вантажники, водії, прибиральники

Джерело: складено автором за (Мэттел, 2012; П'ятницька, 2012; Дорогунцов, 2005)

Виробничий підрозділ за спеціальним замовленням може працювати як на сировині, так і на напівфабрикатах різного ступеня готовності. З виробництва на місце проведення заходу готові страви відпускаються за забірними листами. Готові страви укладаються, запаковуються за допомогою харчової плівки, на кожний лист (тарілку, блюдо) прикріплюється стікер із зазначенням кількості страв в упаковці та час їх виготовлення.

Для забезпечення виробничим підрозділом відповідної температури подачі страв та напоїв кейтерингова компанія надає засоби накопичення та транспортування продукції, відповідний посуд та тару, що зберігає температуру страв протягом 2–3 годин (термоконтейнери, марніти, спеціальні термоси, термоапарати).

На місці проведення заходу встановлюють пересувні марніти для розігрівання або розміщують пересувну кухню, оснащену плитами, жарочними шафами, фритюрницями, електрогрилями, столами-сміттєзбірниками тощо. Кожний вид кейтерингового обслуговування передбачає наявність певної матеріально-технічної бази – необхідне обладнання, інвентар та допоміжні засоби у відповідній кількості та номенклатурі.

Матеріально-технічна база організації візного обслуговування включає забезпеченість такими предметами: кухонне устаткування та інвентар для приготування продукції; обладнання та посуд чи ємності для транспортування готової продукції та напівфабрикатів; столи, стільці, інші меблі для проведення заходів; столовий посуд, набори, інші предмети сервірування столів, столова білизна, таці тощо; предмети декору та оформлення приміщення; форма обслуговуючого персоналу; звуко- та світлоапаратура; тенти, палатки для проведення заходів, допоміжне устаткування та інше обладнання.

Перевага повносервісного кейтерингового обслуговування полягає в тому, що він повністю забезпечується кейтеринговою компанією. Доволі складно знайти однаковий посуд, білизна, меблі на велику кількість запрошених, тому потенційний замовник віддає перевагу тому закладу гостинності, який забезпечує не

тільки банкетною продукцією, але й відповідним матеріально-технічним устаткуванням.

Враховуючи тематику заходу й особливості проведення банкету, за бажанням замовника відповідно стилізується оформлення приміщень.

Оформлення закритої та відкритої зали для проведення корпоративного банкету представлено на рисунках 4, 5.



Рис. 4. Дизайн закритої зали для проведення корпоративного банкету (П'ятницька, 2012)

Fig. 4. Design of a closed hall for corporate banquet



Рис. 5. Дизайн відкритої зали для проведення корпоративного банкету
(на теплоході та на природі) (Роглев, 2005).

Fig. 5. Design of an open hall for corporate banquet (on a ship and in the nature)

Для цього підбираються відповідні меблі, посуд, столова білизна, спеціальний одяг для офіціантів, якщо необхідно, то замовляється їх виготовлення. Для якісного та повносервісного обслуговування споживачів використовується велика кількість посуду із прозорого та кольорового скла, великий набір білих та кольорових скатертин, металевих таць, стійок, столів, стільців, вішалок, тентів тощо. Скляний і порцеляновий посуд має бути підвищеної міцності.

Іноді за бажанням замовника при обслуговуванні на природі може бути використаний одноразовий посуд. Для раціональної організації роботи складського господарства та зручності транспортування інвентарю для кейтерингового обслуговування необхідно дотримуватися вимог зберігання предметів матеріально-технічного забезпечення:

- пластикові меблі зберігаються розібраними, окремо стільці та ніжки, упаковані у плівку;
- тарілки, таці, блюда зберігаються у картонних коробках із написами, розкладені за видами;
- скло зберігається у картонних коробках, кожна з яких маркірована стікером із назвою виробів та їх кількістю;
- тенти зберігаються у складеному вигляді у мішках;
- білизна та спецодяг – у пластикових коробках та мішках.

Така форма зберігання дозволяє легко знайти потрібний інвентар і транспортувати його на місце проведення заходу. Під час проведення підготовчих робіт матеріально відповідальна особа на складі отримує затверджену керівництвом заявку на відвантаження інвентарю певної кількості та найменування залежно від виду та масштабності заходу. Транспортування обладнання та посуду потребує правильного укомплектування машин та інших транспортних засобів.

Приблизний перелік номенклатури необхідного обладнання, меблів, білизни, посуду при підготовці банкетного заходу на 120 персон наданий у таблиці 3. Після завершення банкету використаний посуд, столову білизну, предмети сервірування та декорування укладають у ящики і транспортують до підприємства для санітарної обробки. Столи розбирають, сцену, обладнання та устаткування демонтують. Перевіряють кількість предметів матеріально-технічного забезпечення, їх стан, визначають кількість розбитого посуду і скла, поламаних меблів тощо. Як правило, витрати, пов'язані з боєм та ломом вищеназваних предметів, відшкодовує замовник, тому дуже важливо провести відповідні підрахунки одразу після завершення заходу.

Після санітарної обробки всі предмети матеріально-технічного забезпечення повертають на склад, де комірник приймає їх, фіксує кількість та якість інвентарю, посуду, обладнання, меблів. За необхідності планують реставраційні роботи. Для транспортування використовують як власний транспорт, так і орендований (вантажні машини).

Табл.3. Необхідне обладнання, меблі, білизна, посуд при підготовці банкету на 120 персон
Tab. 3. Equipment, furniture, linen, utensils required when preparing a banquet for 120 people

Обладнання	Кількість, од.
Термобаки для сухого льоду ємністю 1 м ³	1
Гастроємності	У кількості найменувань страв
Теплова шафа	1
Конвектомат	1
Столи розкладні	10
Стільці	120
Посуд та набори	120 + 20 (запас)
Транспортні засоби	ЗІЛ «Бичок»
Страви та необхідне обладнання доставляються трьома рейсами	

Джерело: розроблено автором за (Мэттел, 2012; Мазаракі та ін., 2012)

Для реалізації приблизного сценарію проведення корпоративного банкету необхідно задіяти персонал та закріпити за ним відповідні функції. Розподіл персоналу по функціям приведений у таблиці 4 та ілюстрований на рис. 6.

Табл. 4. Кількість персоналу для підготовки та проведення банкетного заходу
«Корпоративне свято»

Tab. 4- Number of staff to prepare and hold a corporate event

Посада	Функції	Кількість працівників
Менеджер кейтерингової служби	Загальне управління заходом, розробка та корегування проведення банкету	1
Кухарі IV–VI розряду	Приготування та оформлення страв	4
Офіціанти IV–V розряду	Обслуговування гостей	5–7
Бармени III–IV розряду	Флаєрінг або фрістайл, класика	1–2
Арт-менеджер	Проведення розважальної програми	1
Артисти	Народний фольклорний ансамбль, дитячий колектив народного танцю	15–25
Інженер з устаткування	Відповідальний за музичне, лазерне, інше обладнання та устаткування, життя і безпеку гостей	
Дизайнер, флорист	Оформлення зали, столів, арки тощо	1 2
Технічний персонал	Прибирання та сортування посуду, складання меблів, завантаження та транспортування до бази спецобладнання, прибирання приміщень	3
Водій спецавтотранспорту та охоронець	Доставка та охорона матеріальних цінностей, контроль за дотриманням порядку	2

Джерело: складено автором за (П'ятницька, 2012; Дорогунцов, 2005)]



Рис. 6. Персонал для підготовки та проведення банкетного заходу «Корпоративне свято»
(П'ятницька, 2012; Дорогунцов, 2005)

Fig. 6. Staff for the preparation and holding of the corporate event banquet event

Результат розрахунку комплексного показника конкурентопридатності вищевказаної інноваційної послуги при реалізації її в готелі категорією 4* дає змогу стверджувати, що готель має потребу у вдосконаленні якісних показників після впровадження нововведень, таким чином повторно розраховуємо комплексний показник якості готельних послуг.

Після опрацювання отримуємо узагальнені дані щодо одиничних показників якості послуг і розраховуємо середньоарифметичні значення одиничних показників якості за групами показників готельних послуг, результат зводимо у таблицю 5.

Табл. 5. Узагальнена оцінка якості готельних послуг за групами показників якості

Tab. 5. Generalized assessment of the quality of hotel services by groups of quality indicators

Показник якості послуги	P_{em}	P_i	k_i	k_{m_i}
Стан матеріально-технічної бази	4,0	3,66	0,915	3,784
Технології обслуговування	4,0	3,5	0,875	3,72
Компетентність персоналу	4,0	3,75	0,937	3,595
Асортимент і якість додаткових послуг	4,0	3,55	0,887	3,513
Відсутність недоліків та безпечність послуг	4,0	3,466	0,866	3,405
Внутрішні стандарти якості	4,0	3,25	0,812	3,167

Джерело: складено автором за (Мазаракі та ін., 2012)

За результатами проведених розрахунків будемо профіль якості готельних послуг (рис. 7).

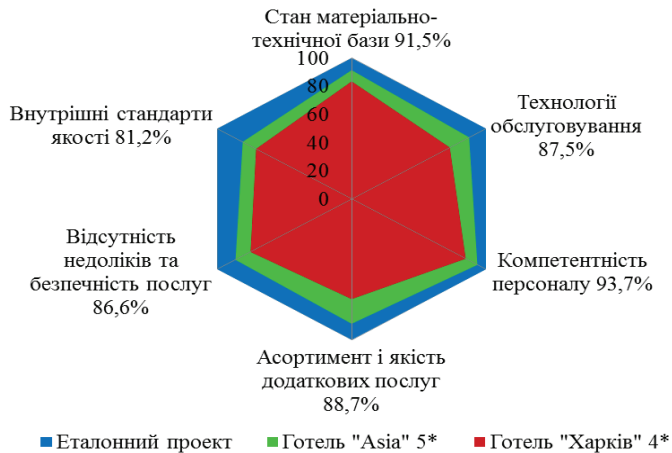


Рис. 7. Профіль якості послуг готелю після реалізації проекту розвитку (впровадження інноваційної послуги): синій – еталонний готель, зелений – готель після реалізації проекту, червоний – готель 4* до реалізації проекту.

Джерело: складено автором за (Мазаракі та ін., 2012)

Fig. 7. Quality profile of hotel services after implementation of the development project (introduction of innovative service): blue is reference hotel, green is hotel after project implementation, red is hotel 4* before project implementation.

Source: author by

Табл. 6. Результати розрахунку комплексного показника конкурентопридатності готельних послуг
Tab. 6. The results of the calculation of a comprehensive indicator of the hotel services competitiveness

Показник	Коефіцієнт вагомості m_i	Еталон	Готель 4* до реалізації проекту	Готель 4* після реалізації проекту
Комплексний показник якості	0,25	100,00	77,2	89,0
Комплексний показник конкурентних переваг	0,21	100,00	63,73	77,03
Рівень цін	0,17	100,00	54,0	65,0
Рівень задоволення очікувань споживачів	0,20	100,00	47,0	81,0
Популярність (імідж) підприємства	0,17	100,00	52,0	79,0
Сума	1,00	-	-	-
Автоматичне визначення приведених показників				
Комплексний показник якості	0,25	100,00	77,2	89,0
Комплексний показник конкурентних переваг	0,21	100,00	63,73	77,03
Рівень цін	0,17	100,00	54,0	65,0
Рівень задоволення очікувань споживачів	0,20	100,00	47,0	81,0
Популярність (імідж) підприємства	0,17	100,00	52,0	79,0
Координата Y	c_1	0,0000000025	0,0000000224	0,0000000069
	c_2	0,0000000021	0,0000000188	0,0000000058
	c_3	0,0000000014	0,0000000128	0,0000000039
	c_4	0,0000000011	0,0000000102	0,0000000031
	c_5	0,0000000008	0,0000000070	0,0000000021
Координата Z	n_1	0,250	0,188	0,220
	n_2	0,210	0,192	0,213
Відносне значення кожної ознаки в їх сукупності	n_3	0,143	0,154	0,172
	n_4	0,114	0,141	0,110
	n_5	0,078	0,087	0,077
Комплексна оцінка конкурентопридатності				
Комплексний показник якості	k_1	25,00	14,53	19,57
Комплексний показник конкурентних переваг	k_2	21,00	12,20	16,44
Рівень цін	k	14,28	8,30	11,18
Рівень задоволення очікувань споживачів	k_4	11,42	6,64	8,94
Популярність (імідж) підприємства	k_5	7,77	4,51	6,08
Комплексний показник конкурентопридатності	-	79,47	46,19	62,23

Аналізуючи вищезазначені дані, можна зробити висновок, що профіль якості послуг готелю категорії 4* після реалізації проекту наближається до еталонних значень набагато ближче в порівнянні з профілем якості послуг готелю 4* до реалізації проекту, що забезпечується розширенням спектра додаткових послуг (шляхом відкриття у складі готелю нового підрозділу з організації корпоративних свят), удосконаленням стану матеріально-технічної бази готелю, а також підвищенням компетентності обслуговуючого персоналу та технології обслуговування гостей підприємства.

Для формування об'єктивних висновків щодо конкурентоспроможності досліджуваних підприємств готельного господарства було проведено розрахунки комплексного показника конкурентопридатності, результати яких наведено в таблиці 6.

Приведені дані засвідчили доцільність застосування розробленої інноваційної послуги готелю (порівняно з наявними на ринку послугами конкурентів) та її відповідність еталонним вимогам.

Висновки та обговорення результатів

Таким чином можна зробити наступні висновки:

1. Проаналізовано пакет існуючих основних та додаткових послуг івент-агенцій. Пророблено особливості та основні етапи підготовки корпоративного свята, розглянуто перелік заходів, передбачених сценаріями для проведення святкування ювілею компаній (Press-wall, шоу-програма, майстер-класи) та питання їх фінансування.

2. Визначені основні етапи надання кейтерингової послуги та особливості святкування ювілею компаній, вказано на необхідність підбору дизайну банера (тамарезки) та бренд-волла з логотипом компанії, вивчено зміст масових розважальних заходів на корпоративних святах (квест та тимблдинг) та особливості проведення майстер-класів.

3. Досліджено низку питань з організації святкування ювілею компанії у ГРК відповідної зірковості.

4. Прораховані комплексні показники конкурентопридатності готелю 4* до та після впровадження інноваційної послуги. Розрахунки доводять зростання конкурентопридатності готелів порівняно із готелями, що пропонують традиційний пакет послуг для готелю 4*.

Отримані результати дають підставу рекомендувати використання розробленої інноваційної послуги як додаткової для підвищення доходу закладів готельно-ресторанного господарства.

СПИСОК ПОСИЛАНЬ

- Дорогунцов, С.І. (Ред.). (2005). *Управління сучасним готельним комплексом*. Київ: Ліра.
Кондитерська Арт-Презент. (2018). Взято з <http://www.art-prezent.com.ua>.
Мазаракі, А.А., Пересічний, М.І., Шаповал, С.Л., Мельниченко, С.В., Карпенко, П.О., Григоренко, О.М. ... & Плешкань, Н.М. (2012). *Проектування готелів*. Київ: Київський національний торгівельно-економічний університет.

- Мир торжества. (2018). Взято з <https://mirtorjestva.jimdo.com>.
- Мургузалиева, Т.В. (2017). *Маркетинг услуг гостеприимства и туризма*. Москва: Дашков и К.
- Мэттел, Б. (2012). *Кейтеринг. Руководство по эффективному управлению бизнесом*. Москва: ВВРГ.
- П'ятиницька, Н.О. (Ред.). (2012). *Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства (2-ге вид.)*. Київ: Кондор.
- Роглев, Х. Й. (2005). *Основы готельного менеджменту*. Київ: Кондор.
- Семеркова Л.Н., Белякова, В.А., Шерстобитова, Т.И., & Латынова, С.В. (2016). *Технология и организация гостиничных услуг*. Москва: Инфра-М.
- Спектор, О.В., & Золотухина, I.B. (2017). Економічна ефективність розширення асортименту додаткових послуг у готелі. Взято з <http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-1428/>.
- Чудновский, А., Жукова, М., Белозерова, Ю., & Кнышова, Е. (2017). *Индустрия гостеприимства: основы организации и управления*. Москва: Форум.
- Чудновский, А.Д., & Белозерова, Ю.М. (2017). *Безопасность бизнеса в индустрии туризма и гостеприимства*. Москва: Форум.

REFERENS

- Chudnovskii, A., Zhukova, M., Belozerova, Iu., & Knyshova, E. (2017). *Industriia gostepriimstva: osnovy organizatsii i upravleniia [Hospitality industry: fundamentals of organization and management]*. Moscow: Forum [in Russian].
- Chudnovskii, A.D., & Belozerova, Iu.M. (2017). *Bezopasnost biznesa v industrii turizma i gostepriimstva [Business security in the tourism and hospitality industry]*. Moscow: Forum [in Russian].
- Dorohuntsov, S.I. (Ed.). (2005). *Upravlinnia suchasnym hotelnym kompleksom [Management of a modern hotel complex]*. Kyiv: Lira [in Ukrainian].
- Kondyterska Art-Prezent [Confectionery Art-Present]. (2018). Retrieved from <http://www.art-prezent.com.ua> [in Ukrainian].
- Mazaraki, A.A., Peresichnyi, M.I., Shapoval, S.L., Melnychenko, S.V., Karpenko, P.O., Hryhorenko, O.M. ... & Pleshkan, N.M. (2012). *Proektuvannia hoteliv [Designing of hotels]*. Kyiv: Kyiv National University of Trade and Economics [in Ukrainian].
- Mettel, B. (2012). *Keitering. Rukovodstvo po effektivnomu upravleniiu biznesom [Catering. Effective business management guide]*. Moscow: ВВРГ [in Russian].
- Mir torzhestva [World of triumph]. Retrieved from <https://mirtorjestva.jimdo.com> [in Ukrainian].
- Murtuzaliev, T.V. (2017). *Marketing uslug gostepriimstva i turizma [Marketing of hospitality and tourism services]*. Moscow: Dashkov i K [in Russian].
- Piatnytska, N.O. (Ed.). (2012). *Orhanizatsiia obsluhovuvannia u zakladakh restorannoho hospodarstva [Organization of service in restaurants] (2nd ed.)*. Kyiv: Kondor [in Ukrainian].
- Rohliev, Kh.Y. (2005). *Osnovy hotelnoho menedzhmentu [Basics of hotel management]*. Kyiv: Kondor [in Ukrainian].
- Semerikova, L.N., Belyakova, V.A., Sherstobitova, T.I., & Latynova, S.V. (2016). *Tekhnologii i organizatsiia gostinichnykh uslug [Technology and organization of hotel services]*. Moscow: Infra-M [in Russian].
- Spektor, O.V., & Zolotukhina, I.V. (2017). *Ekonomichna efektyvnist rozshyrennia asortymentu dodatkovykh poslug u hoteli [Cost effectiveness of expanding the range of additional services in the hotel]* Retrieved from <http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-1428/> [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції: 07.12.2019

УДК 640.4:379.81]:[640.45:334.012.4

Карина Свидло,

доктор технических наук, профессор,
Харьковский торгово-экономический институт
Киевского национального торгово-экономического
университета,
Харьков, Украина,
karinasvidlo@gmail.com
<http://orcid.org/0000-0002-0175-7756>

Наталья Якименко-Терещенко,

доктор экономических наук, профессор,
Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт»,
Харьков, Украина,
ekon.analiz@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-2927-7989>

Надежда Попова,

доктор технических наук,
Харьковский торгово-экономический институт
Киевского национального торгово-экономического
университета,
Харьков, Украина,
<https://orcid.org/0000-0003-2797-6989>

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ КОРПОРАТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Актуальность. Корпоративные праздники выполняют значительную мотивирующую функцию. Основным средством мотивации были и остаются материальные блага. Но этого недостаточно, необходима еще и поддержка духовных ценностей членов компании-работодателя. **Целью исследования** является научное обоснование методологии особенностей организации корпоративного праздника на примере организации празднования юбилея компании в ГРК. **Методы исследования** сочетают систематизацию информации о перечне услуг по организации празднования юбилея компании в ГРК, сравнение требований к ответным мерам, более подробно исследовано материально-техническая база и персонал реализации инновационной услуги. **Результаты.** Исследовано влияние различных факторов и составляющих компонентов ценностно-нормативной подгруппы организационной культуры компании на формирование инновационной услуги по организации празднования юбилея компании в ГРК. Установлено влияние вышеуказанных факторов и составляющих на формирование основных этапов предоставления инновационной услуги по организации празднования юбилея компании. Разработан рациональный сценарий инновационной услуги и обоснована материально-техническую базу организации празднования юбилея компании в заведениях гостиничного хозяйства.

Ключевые слова: организационная культура компании, инновационная услуга, юбилей компании, учреждения гостиничного хозяйства.

UDC 640.4:379.81]:[640.45:334.012.4

Karyna Svidlo,

*Doctor of Engineering Sciences, Professor,
Kharkiv Institute of Trade and Economics of Kyiv
National University of Trade and Economics,
Kharkiv, Ukraine,
karinasvidlo@gmail.com
<http://orcid.org/0000-0002-0175-7756>*

Nataliia Yakymenko-Tereshchenko,

*Doctor of Economics, Professor,
National Technical University
“Kharkov Polytechnic Institute”,
Kharkov, Ukraine,
ekon.analiz@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-2927-7989>*

Nadiia Popova,

*Doctor of Technical Sciences,
Kharkov Trade and Economic Institute of Kyiv
National Trade and Economic University,
Kharkov, Ukraine,
<https://orcid.org/0000-0003-2797-6989>*

PECULARITIES OF THE CORPORATE EVENTS ORGANIZATION

Relevance. Corporate holidays perform a significant motivating function. The main means of motivation were and remain material wealth. But this is not enough; support is also needed for the spiritual values of the members of the employing company. **The purpose** of the article is the scientific justification of the methodology of the organization features of a corporate holiday by the example of the organization of the celebration of the company's anniversary in the GRK. **Research methods** combine the information systematization on the services' list for organizing a company's anniversary celebration in a gas distribution complex, comparing requirements for response measures, examining in more detail the material and technical base and personnel for the implementation of innovative services. **Results.** The influence of various factors and constituent components of the value-normative subgroup of the organizational culture of the company on the innovative services formation for organizing the celebration of the company's anniversary in the GRK has been investigated. The above factors and components influence on the main stages formation of the provision of innovative services for the organization of the celebration of the company's anniversary. A rational scenario of innovative services has been developed and the material and technical basis of the organization of the company's anniversary celebration in hotel facilities has been substantiated.

Keywords: company organizational culture, innovative service, company's anniversary, hotel establishments.

УДК 338.48-6:641/642(477.73)
DOI: 10.31866/2616-7468.2.2.2019.188204

ГАСТРОНОМІЧНІ ФЕСТИВАЛІ ЯК ФОРМА ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ ТА РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Микола Огієнко,
доктор економічних наук,
ВП «Миколаївська філія Київського національного
університету культури і мистецтв»,
Миколаїв, Україна,
ogienkonikolay@ukr.net
<http://orcid.org/0000-0002-7900-2986>
© Огієнко М., 2019

Альона Огієнко,
кандидат економічних наук,
Миколаївський національний аграрний
університет,
Миколаїв, Україна,
ogienko_alena@ukr.net
<http://orcid.org/0000-0001-5427-7978>
© Огієнко А., 2019

Актуальність. У статті досліджено процес впливу розвитку туризму на підняття економічного рівня регіонів України та держави в цілому. Туризм є одним із таких бюджетоформуючих факторів. Нами охарактеризовано потенціал подієвого туризму. Гастрономічні фестивалі розглянуто як основну форму подієвого туризму Миколаївщини. Надходження прибутку від туризму є суттєвим, отже регіон отримує вигоди завдяки певній події. Нами стверджено, що подієвий туризм часто передбачає певну пізнавальну складову, долучення туристів до місцевої культури. Його можна класифікувати за типом події та за її масштабом. **Мета і методи.** Метою статті є дослідження теоретичних аспектів розвитку подієвого туризму регіону, аналіз сучасного стану гастрономічного туризму в Україні та Миколаївській області, виявлення перспектив та шляхів розвитку регіонального подієвого гастрономічного туризму. Методологічною та інформаційною основою роботи є наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених щодо розвитку подієвого туризму, статистичні дані Державної служби статистики України. В основу реалізації визначеної мети покладено системний підхід до досліджуваних проблем та використано різноманітні загальнонаукові та спеціальні методи дослідження. **Результати.** Встановлено, що особливостями подієвого туризму є: відсутність сезонності; можливість прогнозування; масовість; інтерактивність; інноваційність; регулярність подій; стимулювання повторного відвідування дестинацій; видовищність. На підставі даних Державної служби статистики України за останній рік досліджено кількість туристів, які подорожували з метою організації дозвілля по Україні та Миколаївській області відповідно. Тому, зважаючи на велику частку туристичних подорожей із метою відпочинку і розваг, запропоновано під час планування стратегії розвитку туризму регіону звернути увагу саме на розвиток подієвого туризму. **Висновки та обговорення.** Проведено аналіз основних напрямків подієвого туризму в Україні, а саме гастрономічних фестивалів та конкурсів. Наведено коротку характеристику гастрономічних фестивалів Миколаївської області. Наголошено на важливості розвитку гастрономічних фестивалів та конкурсів області. Особливу увагу приділено впливу громадських організацій, а саме Асоціації кулінарів України, активна робота членів якої на території України та Миколаївської області дозволила підвищити потенціал подієвого туризму шляхом організації чисельних конкурсів, чемпіонатів із кулінарного мистецтва та сервісу в рамках гастрономічних фестивалів.

Ключові слова: подієвий туризм, івент, гастрономічний туризм, туристичні ресурси, атракція, гастрономічні тури, кулінарні конкурси.

Актуальність проблеми

Постановка проблеми. З метою формування туристичного іміджу певного регіону та держави в цілому необхідно приділити значну увагу організації подієвого туризму. Головною мотивацією подорожі є відвідання певної події. Особливістю цього виду туризму є неповторність кожної поїздки, незабутні враження та атмосфера свята, вона стимулює розвиток інфраструктури регіону та надходження прибутку від туризму, отже, регіон отримує вигоди завдяки певній події. Подієвий туризм часто передбачає певну пізнавальну складову, долучення туристів до місцевої культури. Його можна класифікувати за типом події та за її масштабом.

Стан вивчення проблеми. Питаннями розвитку подієвого гастрономічного туризму займаються такі закордонні та вітчизняні вчені: Агеєнко О. Г., Антоненко В. Г., Бабкін О. В., Басюк Д. І., Бейдик О. О., Кукліна Т. С., Расулова А. М., Саламатіна С. Є., Стельмах О. А., Каурова А. Д., Коваленко К. Ю., Матвеев В. В., Тищенко П. В., Шикіна О. В.

Школа І. М. розглядає гастрономічний туризм як вид хобі-туризму, Т. Г. Сокол та З. С. Каноністова – як тематичний туризм, В. К. Федорченко – як спеціалізований туризм. В. Антоненко, Д. Басюк у своїх працях наголошують на важливості розвитку даного виду туризму в окремих регіонах України. У вітчизняній науці вивченням взаємодії туристичного сектора і гастрономії займаються В. Гордін, Д. Гусенова, А. Карабаєва, А. Лук'яненко, Ю. Трабська, Е. Чернова. Автори вивчають форми і прояви гастрономічного туризму як засобу підвищення привабливості дестинації, а також способи формування і просування гастрономічних брендів дестинації.

Невирішені питання. Проведення аналітичних досліджень впливу гастрономічних івентів на збільшення туристичного потоку в межах локації проведення заходу. Вплив сезону проведення заходу на кількість учасників та відвідувачів.

Мета і методи дослідження

Метою статті є дослідження теоретичних аспектів розвитку подієвого туризму регіону, аналіз сучасного стану гастрономічного туризму в Україні та Миколаївській області, виявлення перспектив і шляхів розвитку регіонального подієвого гастрономічного туризму. *Методологічною та інформаційною основою роботи є* наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених щодо розвитку подієвого туризму, статистичні дані Державної служби статистики України. В основу реалізації визначеної мети покладено системний підхід до досліджуваних проблем та використано різноманітні загальнонаукові та спеціальні методи дослідження.

Результати дослідження

Подієві ресурси охоплюють найбільш суттєві прояви сучасного суспільного буття з його модою на глобалізацію, екологію, активний і здоровий спосіб життя, переконаннями та уявленнями про стиль і стереотип поведінки людини у соціумі, включають його пропаганду та механізми реалізації ("Про туризм", 2018). В основі розвитку подієвого туризму лежать подієві ресурси (Любіцева, Панкова & Стафійчук, 2013). Вони належать до динамічних чинників формування туристичних потоків, оскільки включають мотиваційні передумови подорожі до місця,

де відбувається подія чи явище. Туристичний потенціал Миколаївщини формується багатьма складовими (рис. 1), але при формуванні її туристичного іміджу необхідно приділити увагу організації саме подієвого туризму.

Рис. 1. Туристичний потенціал Миколаївської області



Джерело: розроблено на основі (Волчецький, 2018)

Fig. 1. Tourist potential of Mykolaiv region

Source: developed based on (Volchetsky, 2018)

Особливістю цього виду туризму є неповторність кожної поїздки, незабутні враження та атмосфера свята. Особливостями подієвого туризму є: відсутність сезонності; можливість прогнозування; масовість; інтерактивність; інноваційність; регулярність подій; стимулювання повторного відвідування destinations; видовищність.

За даними Державної служби статистики України (рис. 2), за останній рік досліджень 82 % від загальної кількості туристів подорожували з метою організації дозвілля, у Миколаївській області цей показник сягав 29 %. Що ж стосується внутрішніх туристів, тут розподіл становить 45 % і 33 % відповідно ("УкрТуризм", 2019). Отже, зважаючи на велику частку туристичних подорожей із метою відпочинку і розваг (для України – 82 %), доцільно під час планування стратегії розвитку туризму регіону звернути увагу саме на розвиток подієвого туризму.

Туристичні події за масштабом мають регіональний, національний та міжнародний рівень. Серед подій, які збирають туристів, найпопулярнішими є: музичні концерти, спортивні змагання, фестивалі, національні свята (Бейдик, 2001).

Проведення івентів стимулює розвиток інфраструктури регіону та надходження прибутку від туризму, регіон отримує вигоди завдяки певній події. Подієвий туризм передбачає пізнавальну складову, долучення туристів до місцевої культури.

Проведення івентів стимулює розвиток інфраструктури регіону та надходження прибутку від туризму, регіон отримує вигоди завдяки певній події. Подієвий туризм передбачає пізнавальну складову, долучення туристів до місцевої культури.

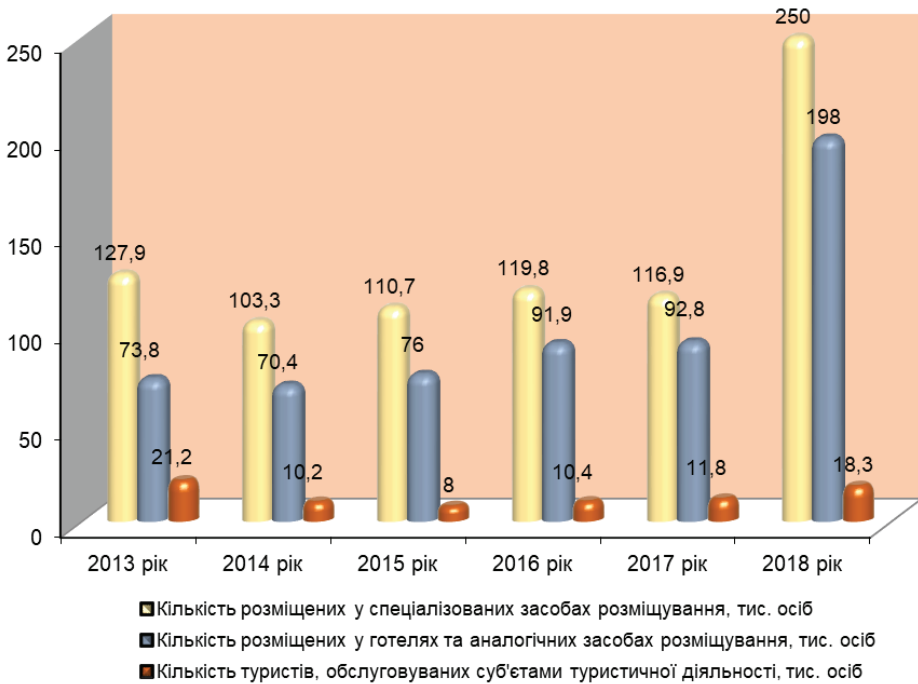


Рис. 2. Кількість туристів, що відпочивали у Миколаївській області
Джерело: розроблено на основі (Волчецький, 2018)

Fig. 2. Number of tourists having a rest in the Nikolaev area
Source: developed based on (Volchetsky, 2018)

Потенціал для розвитку подієвого туризму на Миколаївщині мають гастрономічні фестивалі та конкурси. Наразі цей вид подієвого туризму, зважаючи на багатотисячлітню історію та збереження традицій українського народу, є досить молодим і перспективним як в Україні, так і в її регіонах (“Стратегія розвитку Миколаївської області”, 2015).

Проведення гастрономічних івентів дозволить залучати у регіони додатково значну кількість туристів та додаткових доходів (Олійник & Шикіна, 2016). Крім того, створюється комунікаційний майданчик для місцевої влади, бізнесу, жителів міст та організаторів фестивалів, на якому можуть порушуватися проблеми розвитку гастрономічного туризму.

Гастрономічний туризм є допоміжним інструментом у пізнанні культурної спадщини країн та регіонів, оскільки страви національної кухні є одним із елементів, що відображають спосіб життя та традиції.

Українська кухня створювалася упродовж багатьох віків, тому вона певною мірою відображає не лише історичний розвиток українського народу, але і його звичаї, традиції та культуру. Отже, українська кухня може виступати суттєвим фактором стимулювання туристичних потоків. Сьогодні спостерігається популяризація та зацікавленість населення кулінарією: телевізійні шоу, кулінарні канали, проведення майстер-класів, кулінарні школи.

Згідно з дослідженнями, туристичні потоки зростають у тих регіонах, де формуються такі спеціалізовані туристичні продукти, як фестивалі, конкурси та народні свята. Гастрономічні фестивалі, кулінарні конкурси і свята можуть стати чинником зростання інтересу до гастрономічного туризму та напрямом бізнесу для домашніх господарств, виробників продуктів харчування, закладів ресторанного господарства (HORECA). Це сприятиме розвитку національної та регіональної економіки.

Серед гастрономічних фестивалів і свят виокремимо фестивалі національної кухні, вуличної та міської їжі; фестивалі, присвячені певній страві. Гастрономічні фестивалі, конкурси і свята можуть зробити значний внесок у формування туристичного бренду міст (регіонів та країни). Під час гастрономічних фестивалів туристи дегустують страви з локальних продуктів, знайомляться з особливостями регіональної кухні, традиціями, особливостями споживання.

Останнім часом кількість гастрономічних фестивалів в Україні стрімко зростає. Основними об'єктами гастрономічних фестивалів України є відомі кулінарні бренди – вареники, борщ, сало, пампушки, пиво та вино, шоколад та кава, риба та морепродукти, які формують туристичний імідж регіонів України. Більшість гастрономічних фестивалів в Україні проводяться в західній та центральній частинах. Найбільш відомими туристично-гастрономічними атракціями є Львів, Ужгород, Мукачево, Київ, Житомир, Одеса та Полтава. Серед популярних фестивалів можна назвати: «Червоне вино», «Ужгородська паланчіта», фестиваль крафтового пива та вінілової музики «Craft Beer & Vinyl Music Festival», «На каву до Львова», «Kyiv Food and Wine Festival», фестиваль здорової їжі «Best Food Fest», фестиваль солодоців «SWEETs Fest», «Kyiv Coffee Festival», «Гастро Сіті ін Житомир» та інші.

Активного розвитку набуває фестивальний рух і на Миколаївщині. У плані стратегічного розвитку м. Миколаєва на 2016–2020 рр. затверджено проведення іміджевих заходів (фестивалів, конкурсів, змагань тощо) із метою підвищення туристичної привабливості міста, збільшення туристичних потоків та подолання сезонних коливань.

В останні роки кількість гастрономічних івентів, які проводяться в регіоні, зростає, серед них: фестивалі вуличної їжі «Брячина» та «Нікфест», фестиваль вина, устриць і класичної музики «Миколаївський гурман», фестиваль «Миколаїв гастрономічний», різдвяні гастрономічні фестивалі вуличної їжі, конкурси кулінарного мистецтва та сервісу (Огієнко & Яценко, 2018).

Вагомий внесок у розвиток гастрономічного руху та проведення кулінарних дійств у Миколаївській області здійснює Асоціація кулінарів України (АКУ). Протягом 2018-2019 років за участю асоціації в м. Миколаїв організовано і проведено гастрономічні фестивалі, конкурси, майстер-класи, гастрономічні вечори із запрошенням закордонних метрів кулінарії.

Спільно з Департаментом освіти і науки Миколаївської ОДА розпочато роботу над проектом «Освіта. Професія. Кар'єра», першу частину якого проведено на початку 2019 року в рамках форуму «Платформа роботодавців», де відбулась панельна дискусія між представниками ресторанного бізнесу та керівництвом освітніх закладів, що здійснюють підготовку здобувачів освіти у сфері послуг. Тісна співпраця учасників всебічно сприятиме розвитку професійної майстерності працівників галузі, інтенсивному обміну досвідом, підвищенню рівня професій-

ної підготовки кадрів, зростанню престижу професії, покращенню рівня обслуговування гостей міста.

В рамках фестивалю «Миколаїв гастрономічний» було проведено відкритий конкурс із кулінарного мистецтва і сервісу «Best Кухар», в якому взяли участь представники понад десяти областей України. Конкурс проведено за вимогами Всесвітньої асоціації кулінарних союзів (WACS). Активними учасниками були професійні кухарі, здобувачі освіти професійно-технічних навчальних закладів (ПТНЗ), коледжів, ВНЗ. Аналізуючи кількість учасників заходу, ми спостерігаємо, що із загальної кількості конкурсантів (65 чоловік) більшість становлять здобувачі освіти різних рівнів (рис. 3), що засвідчує потребу в заходах кулінарного напрямку, які розвиває Асоціація кулінарів України, підвищуючи майстерність та професіоналізм учасників, і задовольняє попит пересічних громадян, що, в свою чергу, розвиває туристичний потенціал регіону.

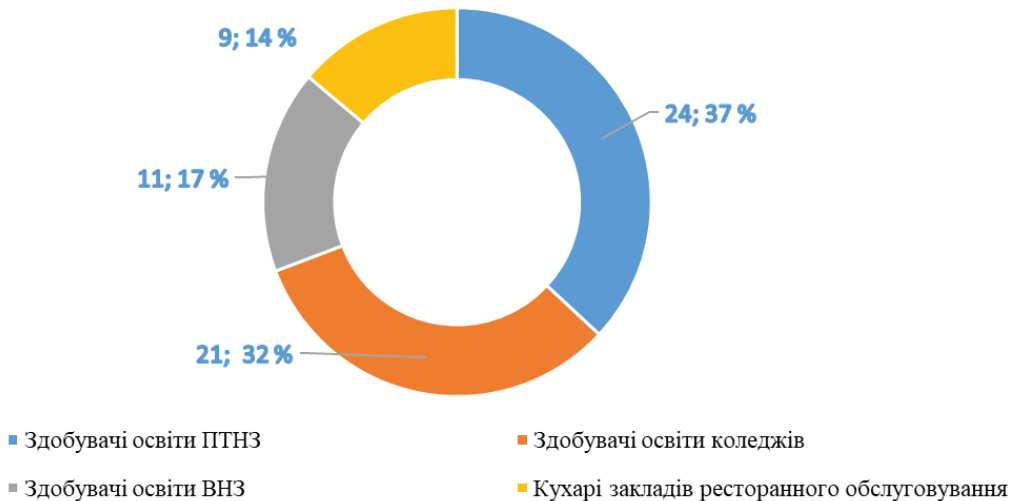


Рис. 3. Учасники відкритого конкурсу кулінарного мистецтва та сервісу «BEST Кухар 2018»
Джерело: розроблено авторами.

Fig. 3. Participants of the open competition of culinary arts and service «BEST Cook 2018»
Source: developed by the authors.

Вперше в області за організації АКУ проведено відкритий конкурс із приготування страв на грилі «Барбекю Battle», відвідувачами якого стали гості з Миколаєва, Херсона, Києва, Житомира, Львова, ресторатори, директори операторів HORECA, приватні підприємці, виробники продуктової та супровідної продукції, представники ЗМІ.

Метою проведення гастрофестивалів та конкурсів всеукраїнського масштабу є популяризація та зростання туристичної привабливості регіону. Розвиток культури споживання страв, виготовлених із локальних продуктів за унікальними рецептурами, забезпечить підвищення якості харчування та рівня обслуговування населення, створення комунікативного майданчика для представників індустрії HORECA Миколаївщини, рестораторів, виробників продукції харчування та кінцевих споживачів.

Порахувати всі доходи від подієвого туризму доволі складно. Можна проводити аналіз такими методами: перший – це дані мобільних операторів, щоб відслідкувати концентрацію туристів під час проведення фестивалів; другий – це отримання відповідних даних через продаж підакцизних товарів (на території локації івенту); третій – дані реєстрації учасників фестивалю (для заходів, що проводяться у приміщеннях).

Висновки та обговорення результатів

Отже, керуючи місцем проведення фестивалю, можна розвивати територію; управляючи часом проведення фестивалю, можна розширювати сезон; керуючи контингентом фестивалю, можна розвивати економіку.

Пріоритетним завданням популяризації подієвого туризму має бути розробка планів проведення регіональних, всеукраїнських та міжнародних туристичних фестивалів, що може привабити на Миколаївщину туристів не лише з інших регіонів України, але й іноземців. Проведення таких заходів дозволить просувати бренди регіону та допомагати залучати інвестиції.

Особливу увагу акцентовано на вплив громадських організацій, а саме Асоціації кулінарів України, активна робота членів якої на території України та Миколаївської області дозволила підвищити потенціал подієвого туризму шляхом організації чисельних конкурсів, чемпіонатів із кулінарного мистецтва та сервісу в рамках гастрономічних фестивалів.

СПИСОК ПОСИЛАНЬ

- Бейдик, О.О. (2001). *Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування* [Монографія]. Київ: ВПЦ «Київський Університет».
- Левицька, І.В., Корж, Н.В., Кізюк, А.Г., & Онищук, Н.В. (2013). *Стратегія регіонального розвитку туризму* [Монографія]. Вінниця.
- Любіцева, О.О., Панкова, Є.В., & Стафійчук, В.І. (2013). *Туристичні ресурси України*. Київ: Альгерпрес.
- Огієнко, М.М., Огієнко А.В., & Яценко, Я.М (2018). Аналіз та перспективні напрями розвитку туризму на Миколаївщині. *Науковий вісник Миколаївського університету імені В. О. Сухолинського. Економічні науки*, 2 (11), 63-69.
- Олійник, В.В., & Шікіна, О.В. (2016). Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму на території України. *Глобальні та національні проблеми економіки*, 12, 460-463. Взято з <http://dSPACE.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5567/1B8.pdf>.
- Про туризм. № 324/95-ВР. (2018).
- Стратегія розвитку Миколаївської області на період до 2020 року. (2015). Взято з <http://www.mk.gov.ua/ua/economy/strateg>.
- Тищенко, П.В. (2011). Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму регіону. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка*, 33, 4, 124-128.
- Ткаченко, Т.І. (2006). *Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу* [Монографія]. Київ: КНТЕУ.
- УкрТуризм. Украинский туристический портал. (2019). Взято из <http://www.ukrtourism.com>.

REFERENCES

- Beidyk, O.O. (2001). *Rekreatsiino-turystski resursy Ukrainy: metodolohiia ta metodyka analizu, terminolohiia, raionuvannia* [Recreational tourism resources of Ukraine: methodology and methodology of analysis, terminology, zoning] [Monograph]. Kyiv: VPTs "Kyivskiy Universytet" [in Ukrainian].
- Levytska, I.V., Korzh, N.V., Kiziun, A.H., & Onyshchuk, N.V. (2013). *Stratehiia rehionalnoho rozvytku turyzmu* [Regional Tourism Development Strategy] [Monograph]. Vinnytsia [in Ukrainian].
- Liubitseva, O.O., Pankova, Ye.V., & Stafichuk, V.I. (2013). *Turystychni resursy Ukrainy* [Tourist resources of Ukraine]. Kyiv: Alterpres [in Ukrainian].
- Ohienko, M.M., Ohienko A.V., & Yatsenko, Ya.M (2018). Analiz ta perspektyvni napriamy rozvytku turyzmu na Mykolaivshchyni [Analysis and perspective directions of tourism development in Mykolaiv region]. *Scientific bulletin of Mykolaiv V.O.Sukhomlynkyi national university. Economics*, 2 (11), 63-69 [in Ukrainian].
- Oliinyk, V.V., & Shykina, O.V. (2016). Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku podiiievoho turyzmu na terytorii Ukrainy [The current state and prospects of event tourism development in Ukraine]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, 12, 460-463. Retrieved from <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5567/1B8.pdf> [in Ukrainian].
- Pro turyzm [About tourism]. № 324/95-VR. (2018) [in Ukrainian].
- Stratehiia rozvytku Mykolaivskoi oblasti na period do 2020 roku [Strategy of development of the Nikolaev area for the period till 2020]. (2015). Retrieved from <http://www.mk.gov.ua/ua/economy/strateg> [in Ukrainian].
- Tkachenko, T.I. (2006). *Stalyi rozvytok turyzmu: teoriia, metodolohiia, realii biznesu* [Sustainable tourism development: theory, methodology, business realities] [Monograph]. Kyiv: KNTEU [in Ukrainian].
- Tyshchenko, P.V. (2011). Teoretychni aspekty ta rozvytok podiiievoho turyzmu rehionu [Theoretical aspects and development of event tourism in the region]. *Naukovyi visnyk Uzhorodskoho universytetu. Serii: Ekonomika*, 33, 4, 124-128 [in Ukrainian].
- UkrTurizm. Ukrainskii turisticheskii portal [UkrTourism. Ukrainian tourist portal]. (2019). Retrieved from <http://www.ukrtourism.com> [in Russian].

Стаття надійшла до редакції: 03.11.2019

УДК 338.48-6:641/642(477.73)

Николай Огиенко,
доктор экономических наук,
ОП «Николаевский филиал Киевского
национального
университета культуры и искусств»,
Николаев, Украина,
ogienkonikolay@ukr.net
<http://orcid.org/0000-0002-7900-2986>

Алена Огиенко,
кандидат экономических наук,
Николаевский национальный аграрный
университет,
Николаев, Украина,
ogienko_alena@ukr.net
<http://orcid.org/0000-0001-5427-7978>

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ФЕСТИВАЛЬ КАК ФОРМА СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА И РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Актуальность. В статье исследован процесс влияния развития туризма на поднятие экономического уровня регионов Украины и государства в целом. Туризм является одним из таких бюджетообразующих факторов. Нами охарактеризованы потенциал событийного туризма. Гастрономические фестивали рассмотрены как основная форма событийного туризма Николаевщины. Поступления прибыли от туризма являются существенными, так как регион получает доход благодаря определенному событию. Нами подтверждено, что событийный туризм часто предусматривает определенную познавательную составляющую, приобщение туристов к местной культуре. Его можно классифицировать по типу события и по его масштабам. **Цель и методы.** Целью статьи является исследование теоретических аспектов развития событийного туризма региона, анализ современного состояния гастрономического туризма в Украине и Николаевской области, выявление перспектив и путей развития регионального событийного гастрономического туризма. Методологической и информационной основой работы являются научные труды отечественных и зарубежных ученых по развитию событийного туризма, статистические данные Государственной службы статистики Украины. В основу реализации определенной цели положен системный подход к исследуемым проблемам и использованы различные общенаучные и специальные методы исследования. **Результаты.** Определено, что особенностями событийного туризма являются: отсутствие сезонности; возможность прогнозирования; массовость; интерактивность; инновационность; регулярность событий; стимулирование повторного посещения дестинаций; зрелищность. На основании данных Государственной службы статистики Украины за последний год исследовано количество туристов, путешествовавших с целью организации досуга по Украине и Николаевской области соответственно. Поэтому, несмотря на большую часть туристических путешествий с целью отдыха и развлечений, предложено при планировании стратегии развития туризма региона обратить внимание именно на развитие событийного туризма. **Выводы и обсуждение.** Проведен анализ основных направлений событийного туризма в Украине, а именно гастрономических фестивалей и конкурсов. Приведена краткая характеристика гастрономических фестивалей Николаевской области. Подчеркнута важность развития гастрономических фестивалей и конкурсов области. Особое внимание обращено на влияние общественных организаций, а именно Ассоциации кулинаров Украины, активная работа членов которой на территории Украины и Николаевской области позволила повысить потенциал событийного туризма путем организации многочисленных конкурсов, чемпионатов по кулинарному искусству и сервису в рамках гастрономических фестивалей.

Ключевые слова: событийный туризм, ивент, гастрономический туризм, туристические ресурсы, аттракция, гастрономические туры, кулинарные конкурсы.

UDC 338.48-6:641/642(477.73)

Mykola Ohiienko,
*Doctor of Economics, Associate Professor,
Private Enterprise "Mykolaiv Branch" of the Kyiv
National
University of Culture and Arts,
Mykolaiv, Ukraine,
ogienkonikolay@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0002-7900-2986>*

Alona Ohiienko,
*Ph.D. in Economic Sciences,
Mykolaiv National Agrarian University,
Mykolaiv, Ukraine,
ogienko_alena@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0001-5427-7978>*

GASTRONOMIC FESTIVALS AS A FORM OF EVENT TOURISM AND THE RESTAURANT BUSINESS DEVELOPMENT

Actuality. In the article the process of tourism development influence on raising the economic level of the Ukrainian regions and the state as a whole is explored, tourism is one of such budgetary factors. We have characterized the potential of event tourism. Gastronomic festivals are considered as the main form event tourism of Mykolaiv region. Income from tourism is significant, so the region benefits from a particular event. We argue that event tourism often involves a certain cognitive component, bringing tourists to the local culture. It can be categorized by event type and scale. **Purpose and methods.** The purpose of the article is to study the theoretical aspects of the development of event tourism in the region, to analyze the current state of gastronomic tourism in Ukraine and the Mykolaiv region, to identify the prospects and ways of development of regional event gastronomic tourism. The methodological and informational basis of the work is scientific works of domestic and foreign scientists on the event tourism development, statistics of the State Statistics Service of Ukraine. The systematic approach to the investigated problems is based on the realization of the set goal and various general scientific and special methods of research are used. **Results.** It has been determined that the features of event tourism are: lack of seasonality; possibility of forecasting; mass; interactivity; innovation; regularity of events; encouraging repeat visits to destinations; entertainment. According to the data of the State Statistics Service of Ukraine for the last year of researches the number of tourists who traveled with the purpose of organizing leisure in Ukraine and Mykolaiv region respectively. Therefore, considering the large number of tourist trips for the purpose of recreation and entertainment, it is proposed to pay attention to the event tourism development in planning the tourism development strategy of the region. **Conclusions and discussion.** The main directions of event tourism in Ukraine, namely gastronomic festivals and competitions, have been analyzed. The short description of gastronomic festivals of the Nikolaev area is given. The importance of gastronomic festivals development and competitions of the region is emphasized. Particular attention was paid to the influence of Public Organizations, namely the Association of Culinary Artists of Ukraine, whose active work of members, in the territory of Ukraine and Mykolaiv region, to increase the potential of event tourism by organizing numerous competitions, championships in culinary arts and service in the framework of gastronomic festivals.

Keywords: event tourism, event, gastronomic tourism, tourism resources, attraction, gastronomic tours, culinary competitions.

**ІННОВАЦІЙНІ РЕСТОРАННІ
ТЕХНОЛОГІЇ**

**INNOVATIVE RESTAURANT
TECHNOLOGIES**

УДК 663.81:66.021.4
DOI: 10.31866/2616-7468.2.2.2019.188206

ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕПЛООБМІНУ В ПРОЦЕСІ УВАРЮВАННЯ ОВОЧЕВОГО СОКУ

Олександр Черевко,
доктор технічних наук, професор,
Харківський державний університет
харчування та торгівлі,
Харків, Україна,
otayak777@gmail.com
<http://orcid.org/0000-0001-6047-8186>
© Черевко О., 2019

Ольга Маяк,
кандидат технічних наук, доцент,
Харківський державний університет
харчування та торгівлі,
Харків, Україна,
otayak777@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-3059-4589>
© Маяк О., 2019

Станіслав Костенко,
старший викладач,
Харківський державний університет
харчування та торгівлі,
Харків, Україна,
dlyastasa@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-0268-8008>
© Костенко С., 2019

Азіз Сардаров,
аспірант,
Харківський державний університет
харчування та торгівлі,
Харків, Україна,
otayak777@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-0973-8197>
© Сардаров А., 2019

Метою дослідження є вдосконалення теплообмінного обладнання для виробництва концентратів з овочевої сировини, а саме вакуум-випарного апарату з перемішувачем пристроєм Інструментом для визначення переваг запропонованих технічних рішень обрано системний аналіз, а саме імітаційне моделювання. **Методи дослідження.** Запропоновано новий спосіб концентрування овочевої сировини, а саме розділення на фракції – сік та вичавки, та їх окрема переробка з подальшим поєднанням в різному співвідношенні. Уварювання соку в випарному апараті з мішалкою під вакуумом є основним процесом теплообміну в запропонованому способі переробки. Мішалка являє собою спіральний порожнистий вал з можливістю підведення в порожнину теплоносія, в данному випадку – пари. У результаті проведених експериментів було досліджено залежність коефіцієнта тепловіддачі від числа обертів розробленої мішалки. Аналіз отриманих залежностей дозволив визначити ефективність запропонованих технічних рішень. Експериментальні дослідження стали підґрунтям для системного аналізу процесу, а саме імітаційного моделювання зміни температурного поля в процесі уварювання овочевого соку. **Результати.** Запропоновано новий спосіб переробки овочевої сировини. Для його реалізації розроблений вакуум-

випарний апарат з удосконаленим перемішуючим пристроєм. Проведені експериментальні дослідження з визначення коефіцієнту тепловіддачі під час концентрування соку. Здійснено імітаційне моделювання змін температурного поля в апараті та загального робочого циклу випарного апарату періодичної дії. Системно-динамічне моделювання виконувалося в середовищі програмного комплексу Vensim. Кінетика температури в процесі нагрівання контролювалася в експериментальному вакуум-випарному апараті. **Висновки та обговорення.** Визначено залежність коефіцієнта тепловіддачі від числа обертів мішалки під час уварювання овочевого соку в розробленому вакуум-випарному апараті. Створена системно-динамічна модель процесу тепловіддачі, а саме визначено кінетику температури в апараті, що робить можливим подальше комп'ютерне експериментування на підґрунті визначених практичним дослідженням зв'язків складної системи теплообміну.

Ключові слова: концентрований сік, вакуум-випарний апарат, кінетика температури, мішалка, теплообмін, імітаційне моделювання, системний аналіз.

Актуальність проблеми

Постановка проблеми. Проблема ресурсозбереження під час переробки харчової сировини, зокрема, плодів та овочів і до сьогодні стоїть доволі гостро. До 60% сировини після переробки є відходами. Це питання вирішують багато науковців (Мамонтов, 2009; Петрова, 2010). Крім того, режими обробки часто не відповідають вимогам збереження біологічної цінності готової продукції. Відомо, що найбільш ефективним способом збереження, а іноді і збільшення біологічної активності сполук, що входять до складу вихідної сировини, є концентрування, зокрема уварювання та сушіння (Осецький, Гольцев, & Севастьянов, 2019; Zagorulko et al., 2018).

Основним теплообмінним процесом запропонованого способу виробництва концентрованих продуктів з овочевої сировини є уварювання відділеного соку у вакуум-випарному апараті періодичної дії з удосконаленою конструкцією парової мішалки.

Конструкції перемішуючих пристроїв, що використовують під час концентрування харчових мас, обирають залежно від властивостей речовини та поставлених технологічних завдань. Складність концентрування соків із м'якоттю полягає в їхній значній в'язкості, яка в процесі уварювання швидко збільшується, що ускладнює випаровування вологи й веде до значної зміни смаку й кольору концентрованих продуктів у результаті місцевого перегріву.

Крім того, слід зазначити, що теплообмін під час кипіння рідин, які в процесі змінюють свою в'язкість, є складним для описання процесом. Тому під час узагальнення експериментальних даних виникає складність одержання критеріїв подібності й встановлення критеріальних залежностей, які дадуть змогу описати, спрогнозувати процес та вирішити питання оптимізації (Промтов, 2004; Панфилов, 2001). Відомі імітаційні моделі процесу тепломасообміну, а саме «інфрачервоного жарення м'ясних напівфабрикатів, які надають системне підґрунтя для їх описання і, як наслідок, інтенсифікації та оптимізації» (Потапов, 2018; Potapov & Kostenko, 2016).

Мета і методи дослідження

Мета статті. Обґрунтування процесів і вдосконалення теплообмінного обладнання для виробництва концентратів з овочевої сировини, а саме вакуум-

випарного апарату з перемішуючим пристроєм. Інструментом для визначення переваг запропонованих технічних рішень обрано системний аналіз, а саме імітаційне моделювання.

Методи дослідження. Системний аналіз пов'язує і узагальнює всі засоби вдосконалення технологічного процесу, що дозволяє не тільки одержати кількісну оцінку, але й визначити шляхи впровадження його у виробництво (Сафонова и др., 2000). Разом з розробкою прогресивних процесів харчової технології потрібно створювати імітаційні моделі, необхідні для вирішення задач удосконалення. Імітаційне дослідження дозволяє поєднувати особливості експериментального підходу і специфіку використання засобів комп'ютерної підтримки, в даному випадку, використання спеціалізованого програмного пакету Vensim, оптимізувати технологічний процес за обраними реакціями шляхом комп'ютерного експерименту зі зміною та комбінуванням значень критеріїв, забезпечуючи якісний продукт (Меркулова, 2011). Системно-динамічне моделювання передає динамічну поведінку системи, тобто її функціонування у часі. У системній динаміці ідентифікують зразки поведінки, які демонструються ключовими змінними, і надалі створюють модель, яка відтворює задані зразки.

Результати дослідження

Був розроблений наступний спосіб виробництва овочевих концентратів (рис. 1). Основні технологічні етапи включають: підготовку овочевої сировини, подрібнення, розділення маси на сік і вичавки, фільтрування соку, концентрування соку до вмісту сухих речовин 70...75 % шляхом випарювання під вакуумом 0,09 МПа при температурі 45...50 °С, подрібнення вичавок після відділення соку, сушіння під вакуумом при вібраційному перемішуванні подрібнених вичавок при температурі 45...50 °С до вмісту сухих речовин 89...91 %. Продуктів в розробленому способі може бути отримано декілька це: концентрований сік, концентрат з різним вмістом сушених вичавок, залежно від технологічних задач, сушені вичавки для використання в якості добавок до оздоровчого харчування.

Для концентрування соку у вакуум-випарному апараті було розроблено новий пристрій для перемішування та нагрівання харчових мас (рис. 2).

Скребки розміщені на спіралі таким чином, що під час руху перекривають один одного. Під час обертання мішалки скребки просуваються біля поверхні теплообмінної стінки апарату, утворюючи гвинтову поверхню, що сприяє перемішуванню пристінного ламінарного шару продукту. Це запобігає його прилипанню, усуває застійні зони, унаслідок чого відбувається вирівнювання температур і рівномірний перебіг процесу.

Пристрій працює таким чином: привідний вал 6, обертаючись, приводить у рух усю конструкцію. Це забезпечується жорстким з'єднанням втулкової муфти 8 привідного вала та обертального спірального порожнистого валу 9. З'єднання муфти 8 із валами здійснюється за допомогою штифтів 7. Під час обертання скребки рухаються, притискаючись до внутрішньої стінки робочої камери апарату 1 рухливою частиною скребка 3 за рахунок гнучкої пластини 10, що кріпиться до нерухомої частини скребка 2 болтовим з'єднанням 4. Подача теплоносія здійснюється з нижньої частини апарату у порожнистий вал. Для видалення повітря встановлений регулювальний патрубок повітря 5.

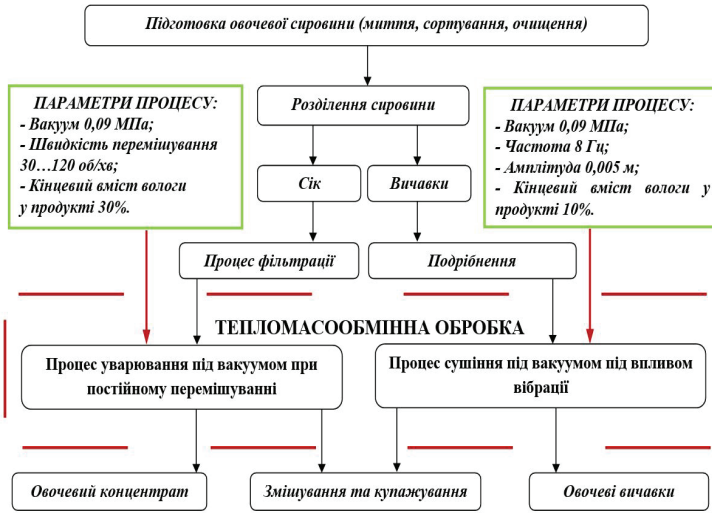


Рис. 1. Спосіб виробництва концентратів з овочевої сировини
 Джерело: власна розробка

Fig. 1. Method of producing concentrates from vegetable raw materials
 Source: own development

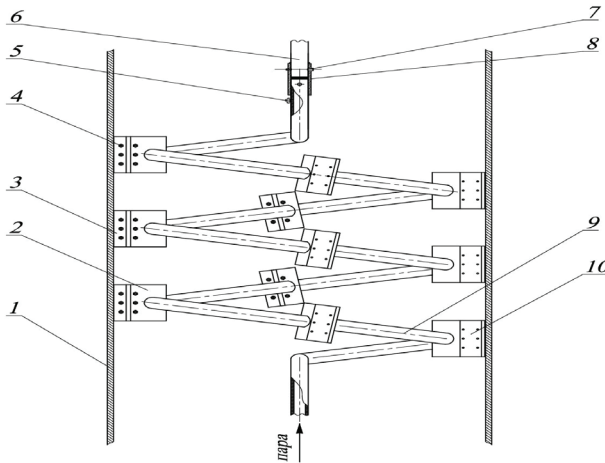


Рис. 2. Пристрій для перемішування та нагрівання в'язких харчових продуктів:
 1 – теплообмінна стінка робочої камери; 2 – нерухома частина скребка;
 3 – рухома частина скребка; 4 – болтове з'єднання; 5 – патрубок для відведення повітря;
 6 – привідний вал; 7 – штифти; 8 – втулкова муфта; 9 – спіральний металевий трубчастий вал для підведення теплоносія
 Джерело: власна розробка

Fig. 2. Device for mixing and heating viscous foods:
 1 – heat exchanger wall of the working chamber; 2 – fixed part of the scraper;
 3 – moving part of the scraper; 4 – bolt connection; 5 – air outlet; 6 – drive shaft; 7 – pins;
 8 – sleeve coupling; 9 – is a helical metal tubular structure for steam supply
 Source: own development

Було проведено низку експериментів з визначення залежності коефіцієнта тепловіддачі від числа обертів мішалки (рис. 3).

Для оцінювання ефективності використання нової мішалки були проведені експерименти з дослідження тепловіддачі з використанням якірної мішалки та шнекової скребкової мішалки. Якірну мішалку було обрано, як найбільш розповсюджену конструкцію, яка використовується в харчовій промисловості для перемішування в'язких харчових мас.

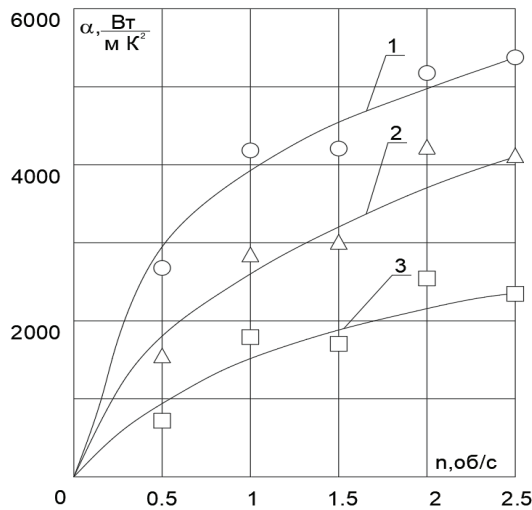


Рис. 3. Залежність коефіцієнта тепловіддачі α (Вт/м² К) від числа обертів мішалки n (с⁻¹): 1 – пристрій для перемішування та нагрівання в'язких харчових продуктів; 2 – шнекова скребкова мішалка; 3 – якірна мішалка

Джерело: власна розробка

Fig. 3. The dependence of the heat transfer coefficient α (W/m² K) on the number of revolutions of the mixer n (с⁻¹): 1 – device for mixing and heating viscous food; 2 – screw scraper mixer; 3 – anchor stirrer

Source: own development

Аналіз експериментальних даних показав, що зі збільшенням числа обертів коефіцієнт тепловіддачі збільшується. Це пояснюється збільшенням швидкості вимушеної конвекції, турбулізацією потоку й зменшенням в'язкості неньютонівської рідини внаслідок руйнування її структури під впливом мішалки. Однак експериментальні значення коефіцієнта тепловіддачі α для шнекової скребкової мішалки на 35–40% менші, ніж запропонованого пристрою для перемішування та нагрівання в'язких харчових продуктів.

Такий вплив на тепловіддачу пояснюється тим, що відбувається інтенсифікація теплообміну за рахунок використання спірального порожнистого валу для підведення теплоносія, що сприяє збільшенню площі теплообмінної поверхні.

Коефіцієнти тепловіддачі в разі використання якірної мішалки на 50–60% менші, ніж в експериментальній мішалки. Це пояснюється тим, що руйнування структури харчової маси і, як наслідок, зменшення в'язкості неньютонівської рідини, за тих самих чисел обертів значно менше під впливом якірної мішалки, ніж

у разі застосування експериментальної пристрою для перемішування та нагрівання в'язких харчових продуктів.

За використання програмного комплексу Vensim було створено імітаційну модель кінетики розігріву овочевого соку. Одиницею виміру часу в моделі була секунда, що відповідає терміну найменшої затримки. Термін моделювання складав 2500 секунд. На рис. 4 наведено імітаційну модель процесу уварювання морквяного соку. Для перевірки результатів реальне уварювання здійснювалося в експериментальному вакуум-випарному апараті.

Шляхом імітаційного моделювання визначено кінетику температури морквяного соку за умов перемішування з частотою 0,5, 1,5 та 2,5 c^{-1} , що забезпечує значення коефіцієнта тепловіддачі 3560, 5340, 6230 $\text{Вт}/\text{м}^2 \text{ К}$ відповідно.

Екзогенні керовані змінні:

- геометричні компоненти (площа теплопередачі вала 5,7 м^2 , площа теплопередачі оболонки 16,8 м^2 , об'єм продукту 7,5 м^3 , товщина стінки, яка розділяє теплоносій та продукт 0,003 м);

- теплофізичні компоненти (коефіцієнт тепловіддачі відповідно до частоти перемішування 3560, 5340, 6230 $\text{Вт}/\text{м}^2 \text{ К}$, коефіцієнт теплопровідності стінки 380 $\text{Вт}/\text{м}^2 \text{ К}$, густина продукту 988 $\text{кг}/\text{м}^3$, питома теплоємність продукту 4181 $\text{Дж}/\text{кг К}$);

- температурні компоненти (початкова температура продукту 20 $^{\circ}\text{C}$, температура теплоносія 106 $^{\circ}\text{C}$).

Ендогенні керовані змінні:

- площа теплообміну, що складається з площ теплопередачі вала та оболонки;
- відношення об'єму продукту до площі теплообміну.

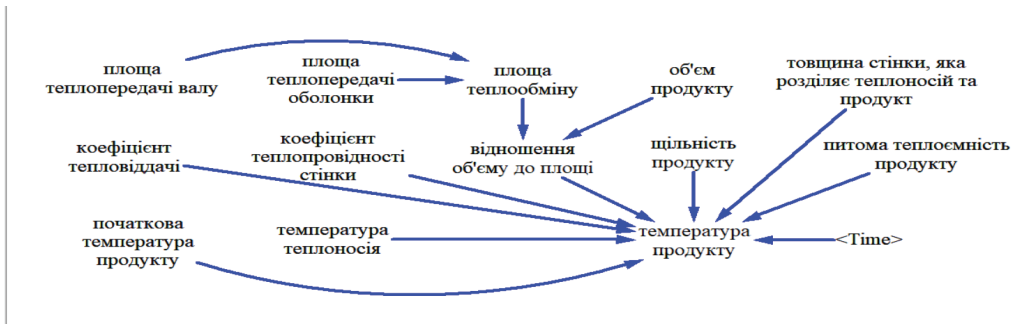


Рис. 4. Імітаційна модель кінетики розігріву овочевого соку

Джерело: власна розробка

Fig. 4. Simulation model of the kinetics of heating the vegetable juice

Source: own development

Моделним відгуком, або реакцією моделі, є температура продукту. Усі чинники мають ефект взаємодії, тобто комбінованого впливу на реакцію моделі (рис. 5).

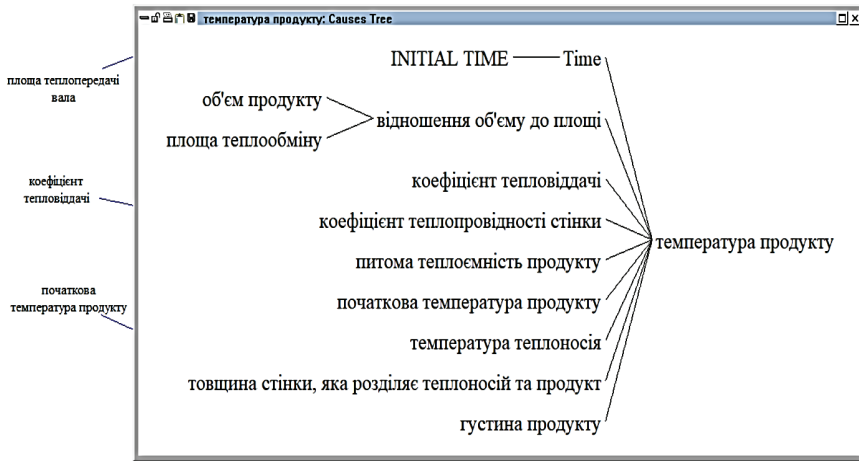


Рис. 5. Дерево причин функції відгуку – температури продукту
Джерело: власна розробка

Fig.5. The tree of reasons for the response function is product temperature
Source: own development

Графік температури продукту наведено на рис. 6.

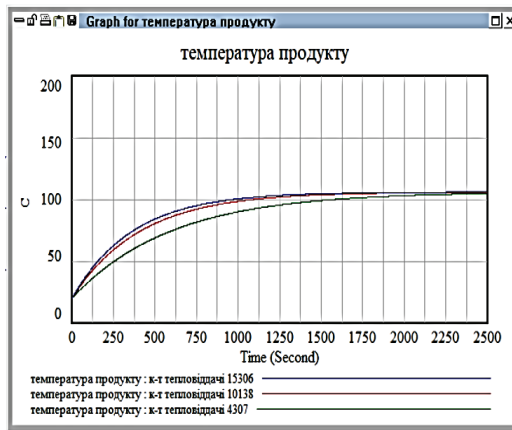


Рис. 6. Температура продукту за частоти обертання: 1 – 2,5 с⁻¹; 2 – 1,5 с⁻¹; 3 – 0,5 с⁻¹
Джерело: власна розробка

Fig. 6. Product temperature at speed: 2,5 s⁻¹; 2 – 1,5 s⁻¹; 3 – 0,5 s⁻¹
Source: own development

Для обґрунтування використання розробленого пристрою для перемішування та нагрівання було проведено системно-динамічне моделювання процесу. На основі раніше проведених досліджень було встановлено пряму залежність продуктивності апаратів від способу нагріву апаратів та режимів роботи.

На рис. 7 представлена імітаційна потокова модель процесу уварювання овочевого соку в вакуум випарному апараті з різними перемішувачами пристроями. Термін моделювання – 480 хвилин (8 годин).

Для реалізації імітаційної моделі було зроблено наступні припущення:

- затримки на операціях відповідали рекомендаціям з експлуатації;
- терміни теплової обробки відповідали типовому обладнанню;
- втрати на операціях відповідали експериментальним дослідженням;
- залишок продукту відсутній;
- якість продукту незмінна.

Рівні «сік» та «концентрат» визначаються відповідною різницею керованих потоків – вхідного потоку отримання та вихідного потоку відправки. Отримання соку визначалося сировиною, отримання концентрату – уварюванням соку. Відправка соку визначалася рівнем «сік», відправка концентрату – рівнем «концентрат».

Екзогенні керовані змінні:

- кількість завантажень;
- коефіцієнт паронагрівання;
- коефіцієнт уварювання;
- термін завантаження;
- термін вивантаження;
- термін уварювання.

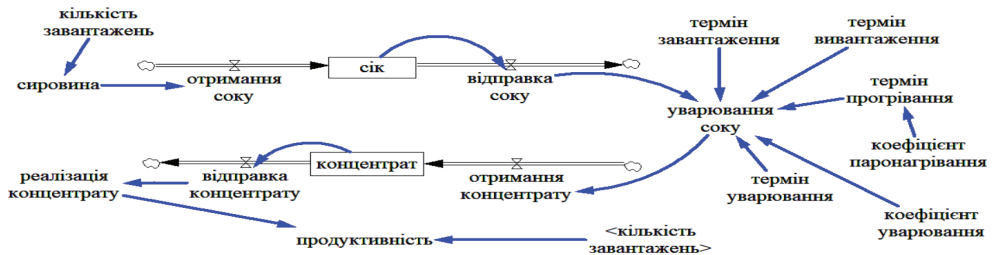


Рис. 7. Імітаційна модель уварювання соку

Джерело: власна розробка

Fig. 7. Simulation model of juice boiling

Source: own development

Ендогенні керовані змінні:

- сировина відповідала періодичному завантаженню 800 кг відповідно до кількості завантажень (6 або 8) протягом 480 хвилин (8 годин);
- термін прогрівання визначався добутком 20 хв та коефіцієнта паронагрівання;
- уварювання соку визначалося фіксованою затримкою добутку відправки соку та коефіцієнта уварювання на суму термінів завантаження, прогрівання, уварювання та вивантаження;
- реалізація концентрату відповідала відправці концентрату.

Модельним відгуком, або реакцією моделі, була продуктивність, яка визначалась відношенням добутку реалізації концентрату та кількості завантажень до 8 годин (рис. 8).

Слід зазначити, що всі фактори комбіновано впливають на реакцію моделі. Було використано наступні рівні факторів:

- коефіцієнт паронагрівання під час концентрування в апараті з розробленим паровим пристроєм для перемішування дорівнював 10 хв/20 хв, під час концентрування зі шнековою мішалкою 20 хв/20 хв;
- коефіцієнт уварювання дорівнював 62,5 кг/800,0 кг;
- термін завантаження становив 5хв;
- термін вивантаження становив 5 хв;
- термін уварювання становив 40 хв.

Експеримент проводився із кількістю 6 завантажень для концентрування зі шнековою мішалкою («концентрування») та 8 завантажень для концентрування в апараті з розробленим паровим пристроєм для перемішування («пароконцентрування»).

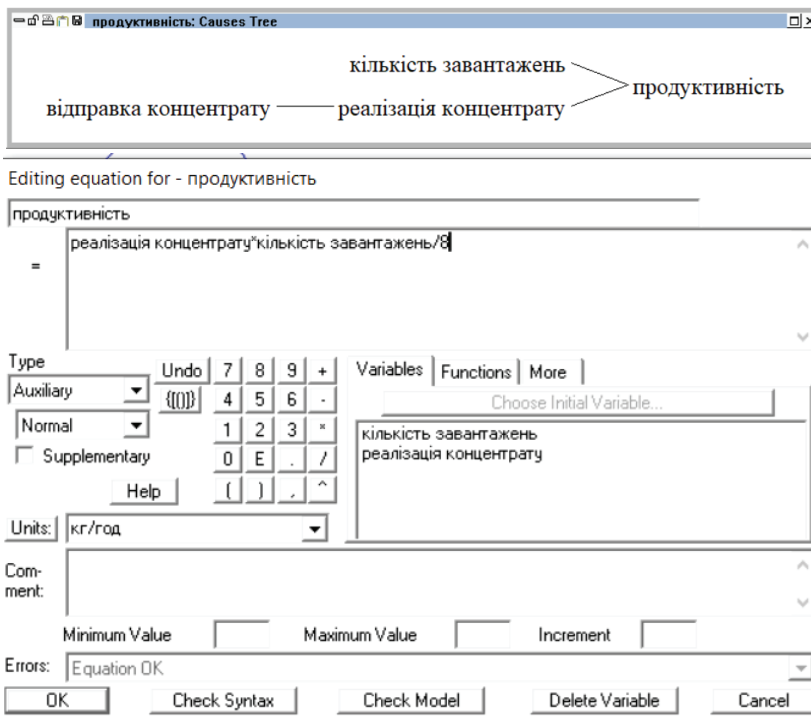


Рис. 8. Дерево причин та рівняння реакції моделі «продуктивність»
Джерело: власна розробка

Fig. 8. Tree of causes and equation of reaction of model “productivity”
Source: own development

Характер та значення реалізації концентрату наведено на рис. 9 та 10.

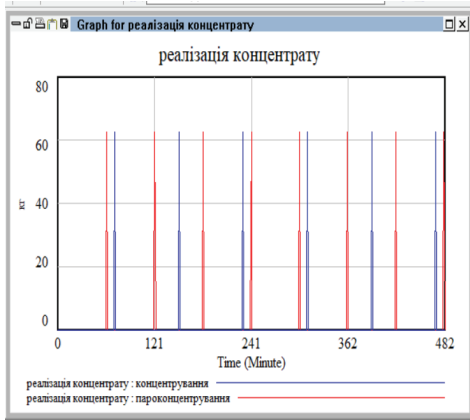


Рис. 9. Характер реалізації концентрату (кг):
 а – концентрування,
 б – пароконцентрування
 Джерело: власна розробка

Fig. 9. The nature of the concentrate implementation:
 а – concentration,
 в – concentration by steam
 Source: own development

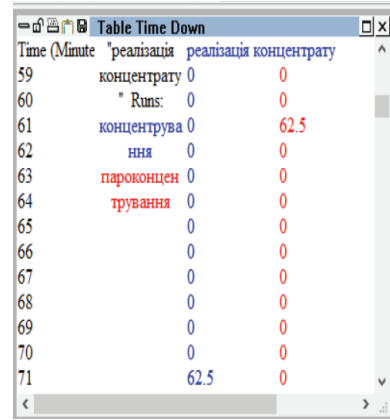


Рис. 10. Значення реалізації концентрату (кг):
 а – концентрування,
 б – пароконцентрування
 Джерело: власна розробка

Fig. 10. Concentration value (kg)
 а – concentration,
 в – concentration by steam
 Source: own development

Характер та значення продуктивності наведено на рис. 11 та 12.

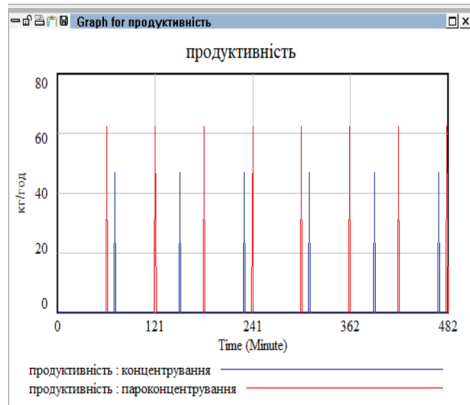


Рис. 11. Характер продуктивності (кг/год):
 а – концентрування,
 б – пароконцентрування
 Джерело: власна розробка

Fig. 11. The nature of the productivity (kg/hour):
 а – concentration,
 в – concentration by steam
 Source: own development

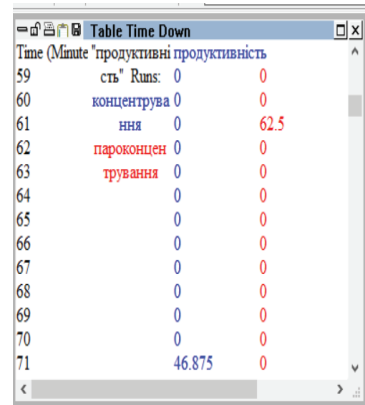


Рис. 12. Значення продуктивності (кг/год):
 а – концентрування,
 б – пароконцентрування
 Джерело: власна розробка

Fig. 12. The value of productivity (kg/hour):
 а – concentration,
 в – concentration by steam
 Source: own development

Таким чином, продуктивність пароконцентрування вище, ніж концентрування у $62.5 / 46.875 = 1,33$ разів, тобто на 33 %.

Висновки та обговорення результатів

У результаті проведеної роботи визначено залежність коефіцієнта тепловіддачі від числа обертів мішалки в процесі концентрування овочевого соку, що доводить ефективність використання розробленого пристрою для перемішування та нагрівання в'язких середовищ. Це сприяє скороченню тривалості переробки і, як наслідок, підвищенню якості готового продукту. Створена системно-динамічна модель кінетики температури в вакуум-випарному апараті, що робить можливим подальше комп'ютерне експериментування на підґрунті визначених практичним дослідженням зв'язків складної системи теплообміну. Розроблена імітаційна модель процесу уварювання при постійному перемішуванні під вакуумом, яка вказує на зростання продуктивності на 33 % за рахунок зменшення часу виходу на стаціонарний режим завдяки збільшенню площі нагріву апарату.

Аналіз результатів фізичного та імітаційного моделювання доводять перспективність використання засобів системного аналізу для дослідження процесів харчової технології.

СПИСОК ПОСИЛАНЬ

- Мамонтов, М.В. (2009). *Разработка и исследование сушки тонко измельченной моркови при комплексной ее переработке*. (Диссертация кандидата технических наук). Воронежская государственная технологическая академия, Воронеж.
- Меркулова, Т. В., Биткова, Т.В., & Кононова, Е.Ю. (2011). *Экономико-математическое моделирование* (2-е издание) Харьков: Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина.
- Осецький, А.І., Гольцев, А.М., & Севастьянов, С.С. (2019). Сушіння біологічної сировини в режимі криосублимаційного фракціонування. В *Проблеми енергоефективності та якості в процесах сушіння харчової сировини*, VI Всеукраїнська науково-практична конференція (с. 29-31). Харків.
- Панфилов, В.А. (Ред.). (2001). *Машины и аппараты пищевых производств*. Москва: Высшая школа.
- Петрова, Ж.А. (2010). Сохранность каротиноидов в зависимости от методов и режимов сушки. В *Збірник наукових праць Вінницького державного аграрного університету* (Вип. 42, т. 2: Матеріали Міжнародної науково-технічної конференції «Земля України – потенціал енергетичної та екологічної безпеки держави», с. 70-77). Вінниця.
- Потапов, В.О., Костенко, С.М., & Педорич, І.П. (2018). Імітаційне моделювання процесів та апаратів інфрачервоного жарення м'ясних напівфабрикатів. *Вісник Національного технічного університету "ХПІ"*, 35, 71-77.
- Промтов, М.А. (2004). *Машины и аппараты с импульсными энергетическими воздействиями на обрабатываемые вещества*. Москва: Машиностроение-1.
- Сафонова, О.Н., Перцевой, Ф.В., Гринченко, О.А., Фощан, А.Л., Пивоваров, П.П., Богомолов, А.В. ... Гарнцарек, Б.Ч. (2000). *Системные исследования технологий переработки продуктов питания*. Харьков.

- Potapov, V., & Kostenko, S. (2016). "System-dynamic Modeling of Complex Assessment of ARJM-0.07-1 Apparatus". *Прогресивні техніка та технології харчових виробництв ресторанного господарства і торгівлі*, 2(24), 218-225.
- Zagorulko, A., Zahorulko, A., Kasabova, K., Chervonyi, V., Omelchenko, O., Sabadash, S. ... Peniov, O. (2018). Universal multifunctional device for heat and mass exchange processes during organic raw material processing. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 6, 1 (96), 47-54.

REFERENCES

- Mamontov, M.V. (2009). *Razrabotka i issledovanie sushki tonko izmelchennoi morkovi pri kompleksnoi ee pererabotke [Development and research of drying finely chopped carrots in its complex processing]*. (Candidate's thesis). Voronezhskaya gosudarstvennaya tekhnologicheskaya akademiya, Voronezh [in Russian].
- Merkulova, T.V., Bitkova, T.V., & Kononova, E.Iu. (2011). *Ekonomiko-matematicheskoe modelirovanie [Economic and mathematical modeling: a training manual]* (2nd ed.) Kharkov: Kharkovskii natsionalnyi universitet imeni V. N. Karazina [in Russian].
- Osetskiy, A.I., Holtsev, A.M., & Sevastianov, S.S. (2019). Sushinnia biologichnoi syrovyny v rezhymy kriosublimatsionnoho fraktsionuvannia [Drying of biological raw materials in the mode of cryo sublimation fractionation]. In *Problemy enerhoefektivnosti ta yakosti v protsesakh sushinnia kharchovoi syrovyny [Problems of energy efficiency and quality in the drying of food raw materials]*, Proceedings of the VI All-Ukrainian Conference (pp. 29-31). Kharkiv [in Ukrainian].
- Panfilov, V.A. (Red.). (2001). *Mashiny i apparaty pishchevykh proizvodstv [Machines and equipment for food production]*. Moscow: Vysshaya shkola [in Russian].
- Petrova, Zh.A. (2010). Sokhrannost karotinoidov v zavisimosti ot metodov i rezhimov sushki [Preservation of carotenoids depending on drying methods and modes]. In *Zbirnyk naukovykh prats Vinnytskoho derzhavnogo ahrarnoho universytetu* (Issue 42, Vol. 2: Materialy Mizhnarodnoi nauko-tekhnichnoi konferentsii "Zemlia Ukrainy – potentsial enerhetychnoi ta ekolohichnoi bezpeky derzhavy", pp. 70-77). Vinnytsia [in Russian].
- Potapov, V., & Kostenko, S. (2016). "System-dynamic Modeling of Complex Assessment of ARJM-0.07-1 Apparatus". *Prohresyvni tekhnika ta tekhnologii kharchovykh vyrobnytstv restorannoho hospodarstva i torhivli*, 2(24), 218-225 [in English].
- Potapov, V.O., Kostenko, S.M., & Pedorych, I.P. (2018). Imitatsiine modeliuвання protsesiv ta aparativ infrachervonoho zharennia m'iasnykh napivfabrykativ [Simulation modeling of processes and devices of infrared frying of meat products]. *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu "KhPI"*, 35, 71-77 [in Ukrainian].
- Promtov, M.A. (2004). *Mashiny i apparaty s impulsnyimi energeticheskimi vozdeistviiami na obrabatyvaemye veshchestva [Machines and apparatus with pulsed energy effects on processed substances]*. Moscow: Mashinostroenie-1 [in Russian].
- Safonova, O.N., Pertcevoi, F.V., Grinchenko, O.A., Foshchan, A.L., Pivovarov, P.P., Bogomolov, A.V. ...Garntcarek, B.Ch. (2000). *Sistemnye issledovaniia tekhnologii pererabotki produktov pitaniia [System studies of food processing technologies]*. Kharkov [in Russian].
- Zagorulko, A., Zahorulko, A., Kasabova, K., Chervonyi, V., Omelchenko, O., Sabadash, S. ... Peniov, O. (2018). Universal multifunctional device for heat and mass exchange processes during organic raw material processing. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, Vol. 6, 1 (96), 47-54 [in English].

УДК 663.81:66.021.4

Александр Черевко,
доктор технических наук, профессор,
Харьковский государственный университет
питания и торговли,
Харьков, Украина,
otayak777@gmail.com
<http://orcid.org/0000-0001-6047-8186>

Ольга Маяк,
кандидат технических наук, доцент,
Харьковский государственный университет
питания и торговли,
Харьков, Украина,
otayak777@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-3059-4589>

Станислав Костенко,
старший преподаватель,
Харьковский государственный университет
питания и торговли,
Харьков, Украина,
dlyastasa@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-0268-8008>

Азиз Сардаров,
аспирант,
Харьковский государственный университет
питания и торговли,
Харьков, Украина,
otayak777@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-0973-8197>

ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕПЛООБМЕНА В ПРОЦЕССЕ УВАРИВАНИЯ ОВОЩНОГО СОКА

Целью исследования является совершенствование теплообменного оборудования для производства концентратов из овощного сырья, а именно вакуум-выпарного аппарата с перемешивающим устройством Инструментом для определения преимуществ предлагаемых технических решений избран системный анализ, а именно имитационное моделирование. **Методы исследования.** Основным теплообменным процессом разработанного способа производства концентрированных продуктов из овощного сырья является уваривания сока в вакуум-выпарном аппарате периодического действия с усовершенствованной конструкцией паровой мешалки. Мешалка представляет собой спиральную металлическую трубчатую конструкцию с возможностью подведения в ее полость пара. В результате проведенных экспериментов было исследована зависимость коэффициента теплоотдачи от числа оборотов разработанной мешалки, анализ которой позволил определить эффективность использования новой конструкции. Это стало практическим основанием системно-динамического моделирования изменения температурного поля во время уваривания овощного сока. **Результаты.** Предложен новый способ переработки овощного сырья. Для его реализации разработан вакуум-выпарной аппарат с усовершенствованным перемешивающим устройством. Проведены экспериментальные исследования по определению коэффициента теплоотдачи при концентрирования сока. Проведено имитационное моделирование изменений температурного поля в аппарате и общего ра-

бочего цикла выпарного аппарата. Результаты имитационного моделирования получены с использованием программного комплекса системного анализа Vensim. Продолжительность реального выхода на стационарный режим нагрева контролировалась экспериментально при использовании вакуум-выпарного аппарата. **Выводы и обсуждение.** Определена зависимость коэффициента теплоотдачи от числа оборотов мешалки во время уваривания овощного сока в усовершенствованном вакуум-выпарном аппарате. Создана системно-динамическая модель процесса теплоотдачи, а именно определены изменения температурного поля в аппарате, что делает возможным дальнейшее компьютерное экспериментирование на основе определенных практически исследованием связей сложной системы теплообмена.

Ключевые слова: концентрированный сок, вакуум-выпарной аппарат, температурное поле, перемешивающее устройство, теплоотдача, имитационное моделирование, системный анализ.

UDC 663.81:66.021.4

Oleksandr Cherevko,

*Doctor of Technical Sciences, Professor,
Kharkiv State University of Food Technology and
Trade,
Kharkiv, Ukraine,
omayak777@gmail.com
<http://orcid.org/0000-0001-6047-8186>*

Olga Mayak,

*PhD in Technical Sciences, Associate Professor,
Kharkiv State University of Food Technology and
Trade,
Kharkiv, Ukraine,
omayak777@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-3059-4589>*

Stanislav Kostenko,

*Assistant of professor,
Kharkiv State University of Food Technology and
Trade,
Kharkiv, Ukraine,
dlyastasa@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-0268-8008>*

Aziz Sardarov,

*Graduate student,
Kharkiv State University of Food Technology and
Trade,
Kharkiv, Ukraine,
omayak777@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-0973-8197>*

RESEARCH OF HEAT EXCHANGE IN THE CONCENTRATION OF VEGETABLE JUICE

The purpose of the article is to improve the heat transfer equipment for the production of concentrates from vegetable raw materials, namely a vacuum-evaporator apparatus with a mixing device. System analysis, namely simulation modeling, has been chosen as a tool to determine the

advantages of the proposed technical solutions. **Research methods.** The main heat exchange process of the proposed method for the production of concentrated products from vegetable raw materials is the boiling of the juice in a vacuum-evaporator apparatus of periodic action with an improved design of a steam mixer. The mixer is a spiral metal tubular constructure with the possibility of supplying steam into its cavity. As a result of the experiments the dependence of the heat transfer coefficient on the rotation frequency of the developed mixer was investigated, the analysis of which allowed to determine the efficiency of using the new design of the mixing device. This became a practical basis for system-dynamic modeling of temperature field changes during vegetable juice boiling. **Results.** A new method of processing of vegetable raw materials has been proposed. For its implementation, a vacuum-evaporator apparatus with advanced mixing device was developed. Experimental studies were conducted to determine the heat transfer coefficient during juice concentration. The simulation of changes in the temperature field in the apparatus and the overall working cycle of the evaporator are carried out. Simulation results were obtained using the Vensim system analysis software package. The duration of real steady-state heating was controlled experimentally with the use of a vacuum-evaporator apparatus. **Conclusions.** The dependence of the heat transfer coefficient on the number of revolutions of the stirrer during the boiling of vegetable juice in the developed vacuum-evaporator apparatus is determined. A system-dynamic model of the heat transfer process has been created, namely the changes in the temperature field in the apparatus are determined, and that makes it possible for further computer experimentation on the basis of the practical studies of the complex heat transfer system relations.

Keywords: concentrated juice, vacuum-evaporator apparatus, temperature field, mixing device, heat transfer, simulation modeling, system analysis.

УДК 664.849:633.1
DOI: 10.31866/2616-7468.2.2.2019.188207

ВПЛИВ СТРУКТУРОУТВОРЮВАЧІВ НА РЕОЛОГІЧНІ ВЛАСТИВОСТІ ЗЕРНОВИХ СМУЗИ

Сергій Неїленко,
кандидат технічних наук,
Київський національний університет
культури і мистецтв,
Київ, Україна,
nsm110986@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-7282-2682>
© Неїленко С., 2019

Мирослав Криворучко,
кандидат технічних наук,
Київський національний торговельно-
економічний університет,
Київ, Україна,
m.kryvoruchko@knute.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0002-7378-1050>
© Криворучко М., 2019

Актуальність. Під час розроблення технологічних процесів виробництва зернових смузів важливою умовою є визначення терміну зберігання смузи, в тому числі і зміну реологічних показників протягом зберігання в залежності від вибору структуроутворювача. Зміни реологічних показників смузи можна аналізувати і прогнозувати за допомогою основних структурно-механічних параметрів. **Мета і методи дослідження.** Метою дослідження визначено вивчення впливу структуроутворювачів на реологічні властивості зернових смузів при зберіганні. Методологічною основою дослідження є комплексний підхід як під час постановки завдань, так і при проведенні і аналізі результатів досліджень із використанням нових теоретичних розробок, сучасних комп'ютерних методів математичного моделювання і аналізу. **Результати.** Простежуються два основних періоди зміни характеристик структури смузи. Перший період тривалості зберігання становить 15 днів. Протягом нього всі структурно-механічні властивості смузи залишаються стабільними та мають наступні значення: темп руйнування структури $m = 0,61$, пластична в'язкість $\eta_{пл} = 7,71$ Па·с, ефективна в'язкість при одиничній швидкості зсуву $B_0 = 292$ Па·с, гранична напруга зсуву $\sigma_0 = 240$ Па, динамічна гранична напруга зсуву $\sigma_d = 832$ Па. Від шістнадцятої доби зберігання можна спостерігати другий період, коли реологічні показники смузи зростають. За досліджуваний період часу, від 15 до 30 діб, темп руйнування структури m збільшився від 0,61 до 0,69. Таке збільшення характеризує посилення аномальних, неньютонівських властивостей смузи. Пластична в'язкість $\eta_{пл}$ зросла на 12,1 %, ефективна в'язкість при одиничній швидкості зсуву B_0 зросла на 29,5 %. **Висновки та обговорення.** Дослідження впливу терміну зберігання на структурно-механічні властивості смузи тривало 30 діб. Наприкінці цього строку смузи набуло конденсаційно-кристалізаційної структури. Межа текучості σ_0 досягла значення 2200 Па. Таким чином, рекомендований термін зберігання смузи становить $15 \pm 0,5$ діб.

Ключові слова: в'язкість, напруга зсуву, реологія, смузи, структурно-механічні властивості, термін зберігання.

Актуальність проблеми

Постановка проблеми. Серед комплексу фізичних властивостей різних середовищ реологічні властивості є найважливішими. Вони часто передбачають по-

ведінку середовищ у найрізноманітніших технологічних процесах і є зовнішнім вираженням внутрішньої структури об'єктів, тобто характеризують агрегатний стан, дисперсність, будову, структуру і вид взаємодії всередині продукту.

В одного і того самого матеріалу залежно від його стану і умов навантаження виявляються різні реологічні властивості. Відомо багато випадків, коли в процесі технологічної обробки один і той самий продукт переходить із одного реологічного стану в інший, часто протилежний за своїми властивостями до першого. Наприклад, шоколад під час відливання у форму піддається охолодженню і переходить із в'язкого (плинного) стану в твердий; макаронне тісто за раптової дії навантаження поводить себе переважно як пружне тіло; за повільних навантажень виявляються в'язкі та пластичні властивості (Черевко, Пересічний, & Пересічна, 2017). Тому насамперед необхідно з'ясувати, які властивості смузі за заданих умов деформації є основними. Саме тому вдосконалення технології виробництва смузі неможливе без урахування реологічних властивостей. Дані реологічних вимірювань дають змогу інтенсифікувати технологічні процеси і встановити терміни зберігання з одночасним покращанням їх якості.

Стан вивчення проблеми. Структурно-механічні властивості неньютонівських рідин досліджуються рядом вітчизняних та закордонних вчених. Вчені розділяють неньютонівські рідини на три категорії: стаціонарні системи, баланс швидкості зсуву й напруги зсуву яких не залежить від часу; нестаціонарні системи, для яких співвідношення між напругою та швидкістю зсуву залежить від часу; та в'язкопружні рідини, які мають одночасно властивості рідини та твердого тіла і після зняття напруги проявляють пружне відновлення форми. Петриченко С. В. розподіляє дисперсні системи на твердо- й рідиноподібні (Петриченко, Олексієнко, & Паляничка, 2016). Дослідження Гладух І.М. надійшло висновку, що за типом структур просторові системи можна поділити на чотири типи: коагуляційні, конденсаційні, кристалізаційні, комбіновані (Gladukh, Grubnik, Kukhtenko, & Stepanenko, 2015).

Важливий внесок у розвиток реології зробили вітчизняні та зарубіжні вчені: Азаров Б. М., Бургерс В. Г., Великовський Д. С., Виноградов Г. Б., Гладух І.М., Гуць В. С., Ейрих Ф. Р., Муні М., Маслов А. М., Пересічний М.І., Петриченко С. В., Рейнер М., Рогов І. А., Сурков Б. Д., Тябін Н. В., Шерман В. тощо.

Вчені, які удосконалюють структурно-механічні властивості різних систем, приділяють увагу вивченню реологічних характеристик як головних для оцінювання якості продукту, розрахунку технологічних процесів, отримання продукції по заданим властивостям (Шаніна, Лобачова, & Ліфенцева, 2014).

Невирішені питання. Під час розроблення технологічних процесів виробництва зернових смузі важливою умовою є визначення терміну зберігання смузі, в тому числі і зміну реологічних показників протягом зберігання в залежності від вибору структуроутворювача. Зміни реологічних показників смузі можна аналізувати і прогнозувати за допомогою основних структурно-механічних параметрів.

Мета і методи дослідження

Метою дослідження визначено вивчення впливу структуроутворювачів на реологічні властивості зернових смузі при зберіганні.

Методологічною основою дослідження є комплексний підхід як під час постановки завдань, так і при проведенні і аналізі результатів досліджень із викорис-

танням нових теоретичних розробок, сучасних комп'ютерних методів математичного моделювання і аналізу.

Методи дослідження. Визначення в'язкості та напруги зсуву проводилося на ротаційному віскозиметрі Брукфілда, аналіз даних проводився за допомогою комп'ютерної програми MathCaD.

Характеристика об'єкта дослідження. Об'єктом дослідження прийняті структурно-механічні зміни у зернових смузі на основі вівса з додаванням колагену PRO (0,2% вмісту) та трансглютамілази (0,25% вмісту) при зберіганні протягом 30 діб.

Інформаційна база дослідження: монографії, наукові статті, матеріали міжнародних конгресів та симпозіумів, науково-практичних конференцій, нормативно-технічна документація, патенти, авторські свідоцтва, статистичні дані.

Результати дослідження

Вивчення основних закономірностей процесів структуроутворення в дисперсних системах смузі при різній концентрації структуроутворювачів та термінах зберігання дозволяє отримувати смузі з прогнозованими властивостями.

В якості структуроутворювачів обрано колаген PRO та трансглютамілазу з масовою часткою, яку встановлено попередніми дослідженнями: 0,2 % та 0,25 % відповідно. Для зручності запису зразок смузі із вмістом колагену PRO позначено як зразок 1, тоді як смузі із вмістом трансглютамілази – як зразок 2.

За результатами експериментів побудовано реограми (рис. 1) за середніми значеннями граничної напруги зсуву σ_0 , динамічної граничної напруги σ_d , пластичної в'язкості $\eta_{пл}$.

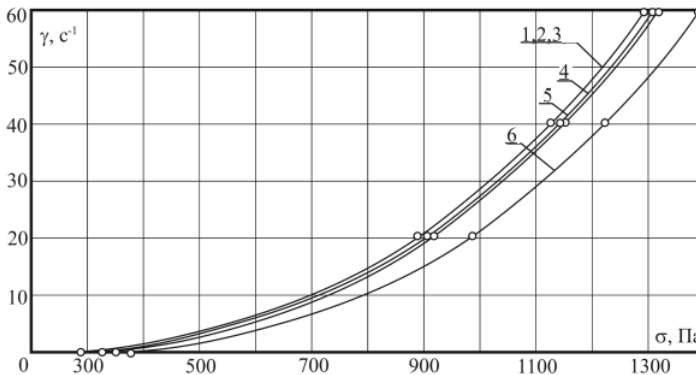


Рис. 1. Залежність швидкості зсуву від напруги зсуву зразків смузі за різної тривалості зберігання τ (діб):

- 1, 2 – зразок 1 та зразок 2 при зберіганні 0 діб;
- 3, 4 – зразок 1 та зразок 2 при зберіганні 15 діб;
- 5, 6 – зразок 1 та зразок 2 при зберіганні 30 діб.

Fig. 1. Shear rate-shear stress dependency diagrams of the smooth samples during different storage time τ (days):

- 1, 2 – sample 1 and sample 2 (storage for 0 days);
- 3, 4 – sample 1 and sample 2 (storage for 15 days);
- 5, 6 – sample 1 and sample 2 (storage for 30 days).

Залежності ефективної в'язкості від швидкості зсуву смузі за своїм характером нагадують високов'язкі неньютонівські рідини та мають степеневу залежність і являють собою прямі лінії з від'ємним нахилом у логарифмічних координатах. За цим графіком були визначені значення B_0 і m . Під час зберігання від 0 до 30 діб спостерігається зміна структурно-механічних властивостей.

На рисунку 2 чітко простежуються два основних періоди зміни характеристик структури смузі. Перший період тривалості зберігання становить 15 днів. Протягом нього всі структурно-механічні властивості смузі залишаються без змін. Так, темп руйнування структури $m = 0,61$, пластична в'язкість $\eta_{пл} = 7,71 \text{ Па} \cdot \text{с}$, ефективна в'язкість при одиничній швидкості зсуву $B_0 = 292 \text{ Па} \cdot \text{с}$, гранична напруга зсуву $\sigma_0 = 240 \text{ Па}$, динамічна гранична напруга зсуву $\sigma_d = 832 \text{ Па}$.

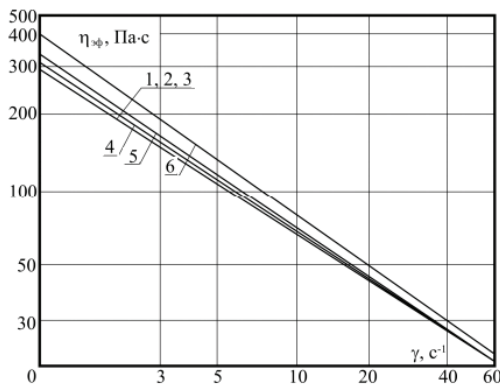


Рис. 2. Залежність ефективної в'язкості смузі від швидкості зсуву за різної тривалості зберігання τ (діб):

- 1, 2 – зразок 1 та зразок 2 при зберіганні 0 діб;
- 3, 4 – зразок 1 та зразок 2 при зберіганні 15 діб;
- 5, 6 – зразок 1 та зразок 2 при зберіганні 30 діб.

Fig. 2. Effective viscosity-shear rate dependency diagrams of the smoothie samples during different storage time τ (days):

- 1, 2 – sample 1 and sample 2 (storage for 0 days);
- 3, 4 – sample 1 and sample 2 (storage for 15 days);
- 5, 6 – sample 1 and sample 2 (storage for 30 days).

Від шістнадцятої доби зберігання можна спостерігати другий період, коли реологічні показники смузі зростають. За досліджуваній період часу, від 15 до 30 діб, темп руйнування структури m збільшився від 0,61 до 0,69. Таке збільшення характеризує посилення аномальних, неньютонівських властивостей смузі. Пластична в'язкість $\eta_{пл}$ зростає на 12,1 %, причому спостерігається збільшення ефективної в'язкості при одиничній швидкості зсуву B_0 на 29,5 %.

Другий період зберігання характеризується ознаками «старіння» структури смузі. На графіках (рис. 3) можна відмітити, що динамічна межа текучості σ_d зростає на 5 %.

Ефективна в'язкість при одиничній швидкості зсуву B_0 є найбільш значимою властивістю структурованої продукції. Ця величина збільшилась у другому періоді, при цьому під час зберігання смузі процес розчинення концентрату займає

в 2–3 рази більше часу, що і сприяє небажаним додатковим витратам енергії. В результаті цих досліджень було встановлено, що раціональний термін зберігання смузі складає $15 \pm 0,5$ діб, причому зразок 1 зазнає менших змін структури при зберіганні, ніж зразок 2.

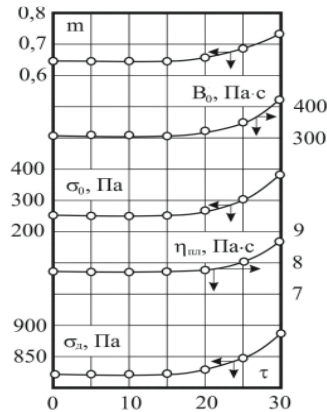


Рис.3. Структурно-механічні характеристики смузі за різної тривалості зберігання τ (діб)

Fig. 3. Structural-mechanical characteristics of the smoothies at different storage time τ (days)

На відміну від коагуляційних структур, конденсаційно-кристалізаційні утворюються під час безпосереднього з'єднання клітковини нової фази за допомогою хімічних сил основних валентностей. З'єднанні структури формуються із перенасиченого розчину тільки при достатньо високому перенасичуванні і вони стають термодинамічно нестійкі внаслідок нерівномірного з'єднання клітковини.

Висновки та обговорення результатів

У процесі зберігання смузі відбувається зєднання клітковини у вигляді нової фази унаслідок перенасичування рідкого прошарку, що зв'язує тверді частки. Під час зберігання смузі товщина рідкого прошарку між часиною дисперсної фази зменшується. Спостерігається також перманентний перехід від коагуляційної структури до високоміцної унаслідок поступового зневоднення смузі.

Дослідження впливу терміну зберігання на структурно-механічні властивості смузі тривало 30 діб. Наприкінці цього строку смузі набуло конденсаційно-кристалізаційної структури. Межа текучості σ_0 досягла значення 2200 Па. Також смузі до цього часу втратили органолептичні властивості. Таким чином, рекомендований термін зберігання смузі становить $15 \pm 0,5$ діб. Смузі з використання колагену PRO зазнає менших змін при зберіганні, ніж при використанні структуроутворювача трансглютамілази.

СПИСОК ПОСИЛАНЬ

- Маджитов, Д.Ф. (2018). Безопасность – наше кредо. Высокоэффективная трансглутами-наза «FloraBond» (1000 ед/г) теперь безопасна благодаря жидкой форме. *Молочная промышленность*, 5, 29.
- Мазаракі, А.А., Пересічний, М.І., Кравченко, М.Ф., Карпенко, П.О., & Пересічна, С.М. (2012). *Технологія харчових продуктів функціонального призначення* [Монографія]. (2-ге вид.). Київ: Київський національний торгово-економічний університет.
- Петриченко, С.В., Олексієнко, В.О., & Паляничка, Н.О. (2016). Механічне моделювання реологічної поведінки харчових матеріалів. *Праці Таврійського державного агротехно-логічного університету. Технічні науки*, 16, 1, 29-36
- Тюрікова, І.С., Пересічний, М.І., & Рогова, Н.В. (2015). Розроблення технології біологічно цінного смузі з використанням волоського горіха. *Восточно-Европейський журнал передових технологій*, 5/11 (77), 49-53.
- Черевко, О.І., Пересічний, М.І., & Пересічна, С.М. (2017). *Інноваційні технології харчової продукції функціонального призначення* (Ч. 2) [Монографія]. (4-те вид.). Харків: ХДУХТ.
- Шаніна, О.М., Лобачова, Н.Л., & Ліфенцева, А.О. (2014). Вивчення деформаційних процесів у безглютеновому тісті. В *Інноваційні технології в харчовій промисловості та ресторанному господарстві*, Міжнародна науково-практична інтернет-конференція (с. 143-144). Харків: ХДУХТ.
- Ashokkumar, M., Narayanan, N.T., Reddy, A.L.M, Gupta, B.K., Chandrasekaran, B., Talapatra, S. ... Thanikaivelan, P. (2014). Transforming collagen wastes into doped nanocarbons for sustainable energy applications. *Green Chemistry*, 14, 1689-1695.
- Gladukh, Ie.V., Grubnik, I.M., Kukhtenko, G.P., & Stepanenko, S.V. (2015). Rheological studies of water-ethanol solutions of gel-formers. *Journal of Chemical and Pharmaceutical Research*, 7 (4), 729-734.
- Grubnik, I., Gladukh, I., & Serbin, A. (2015). pH influence on the rheological properties of natural gums gels. *Yale Journal of Science and Education*, 1 (16), 504-510.
- Ray, L., Pramanik, S., & Bera, D. (2016). Enzymes-An Existing and Promising Tool of Food Processing Industry. *Recent patents on biotechnology*, 10.1, 58-71.

REFERENCES

- Ashokkumar, M., Narayanan, N.T., Reddy, A.L.M, Gupta, B.K., Chandrasekaran, B., Talapatra, S. ... Thanikaivelan, P. (2014). Transforming collagen wastes into doped nanocarbons for sustainable energy applications. *Green Chemistry*, 14, 1689-1695 [in English].
- Cherevko, O.I., Peresichnyi, M.I., & Peresichna, S.M. (2017). *Innovatsiini tekhnolohii kharchovoi produktsii funktsionalnoho pryznachennia [Innovative functional food technology]* (Pt. 2) [Monograph] (4th ed.). Kharkiv: KhDUKhT [in Ukrainian].
- Gladukh, Ie.V., Grubnik, I.M., Kukhtenko, G.P., & Stepanenko, S.V. (2015). Rheological studies of water-ethanol solutions of gel-formers. *Journal of Chemical and Pharmaceutical Research*, 7 (4), 729-734 [in English].
- Grubnik, I., Gladukh, I., & Serbin, A. (2015). pH influence on the rheological properties of natural gums gels. *Yale Journal of Science and Education*, 1 (16), 504-510 [in English].
- Madzhitov, D.F. (2018). Bezopasnost – nashe kredo. Vysokoeffektivnaia transglutaminaza "FloraBond" (1000 ed/g) teper bezopasna blagodaria zhidkoi forme [Safety is our credo. The highly effective transglutaminase "FloraBond" (1000 units / g) is now safe due to its liquid form]. *Molochnaia promyshlennost*, 5, 29 [in Russian].

- Mazaraki, A.A., Peresichnyi, M.I., Kravchenko, M.F., Karpenko, P.O., & Peresichna, S.M. (2012). *Tekhnolohiia kharchovykh produktiv funktsionalnoho pryznachennia [Functional food products technology]* [Monograph] (2nd ed.). Kyiv: Kyivskiy natsionalnyi torhovo-ekonomichnyi universytet [in Ukrainian].
- Petrychenko, S.V., Oleksiienko, V.O., & Palianychka, N.O. (2016). Mekhanichne modeliuvannia reolohichnoi povedinky kharchovykh materialiv [Mechanical modeling of rheological behavior of food materials]. *Pratsi Tavriiskoho derzhavnogo ahrotekhnolohichnoho universytetu. Tekhnichni nauky*, 16, 1, 29-36 [in Ukrainian].
- Ray, L., Pramanik, S., & Bera, D. (2016). Enzymes-An Existing and Promising Tool of Food Processing Industry. *Recent patents on biotechnology*, 10.1, 58-71 [in English].
- Shanina, O.M., Lobachova, N.L., & Lifentseva, A.O. (2014). Vyvchennia deformatsiinykh protsesiv u bezhgliutenovomu tisti [Study of deformation processes in gluten-free dough]. In *Innovatsiini tekhnolohii v kharchovii promyslovosti ta restorannomu hospodarstvi [Innovative technologies in the food industry and restaurant industry]*, Proceedings of the International Conference (с. 143-144). Kharkiv: KhDUKHT [in Ukrainian].
- Tiurikova, I.S., Peresichnyi, M.I., & Rohova, N.V. (2015). Rozroblennia tekhnolohii biolohichno tsinnoho smuzi z vykorystanniam voloskoho horikha [Development of biologically valuable stripe technology using walnut]. *Vostochno-Evropeiskii zhurnal peredovykh tekhnologii*, 5/11 (77), 49-53 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції: 06.10.2019

УДК 664.849:633.1

Сергей Неиленко,
кандидат технических наук,
Киевский национальный университет
культуры и искусств,
Киев, Украина,
nsm110986@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-7282-2682>

Мирослав Криворучко,
кандидат технических наук,
Киевский национальный торгово-
экономический университет,
Киев, Украина,
m.kryvoruchko@knute.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0002-7378-1050>

ВЛИЯНИЕ СТРУКТУРООБРАЗОВАТЕЛЕЙ НА РЕОЛОГИЧЕСКИЕ СВОЙСТВА ЗЕРНОВЫХ СМУЗИ

Актуальность. При разработке технологических процессов производства зерновых смузи необходимо было определить, как изменяются органолептические и связанные с ними структурно-механические свойства при хранении в зависимости от выбора структурообразователя. Структура смузи со временем претерпевает изменения, которые могут быть положительными или отрицательными. Эти изменения можно анализировать и прогнозировать с помощью основных структурно-механических параметров. **Цель и методы исследования.** Целью исследования определено изучение влияния структурообразователей на реологические свойства зерновых смузи при хранении. Методологической основой исследования является комплексный подход как при постановке задач, так и при проведении и анализе результатов исследований с использованием новых теоретических разработок, современных компьютерных методов математического моделирования и анализа. **Результаты.** Прослеживаются два основных периода изменения характеристик структуры смузи. Первый период продолжительности хранения составляет 15 дней. В течение него все структурно-механические свойства смузи остаются без изменений. Так, темп разрушения структуры $m = 0,61$, пластическая вязкость $\eta_{пл} = 7,71$ Па·с, эффективная вязкость при единичной скорости сдвига $V_0 = 292$ Па·с, предельное напряжение сдвига $\sigma_0 = 240$ Па, динамическое предельное напряжение сдвига $\sigma_d = 832$ Па. От шестнадцати суток хранения начинается второй период, когда значение всех основных структурно-механических характеристик смузи начинают расти. За исследованный период времени, от 15 до 30 месяцев, темп разрушения структуры m увеличился с 0,61 до 0,69. Такое увеличение характеризует усиление аномальных, неньютоновских свойств смузи. Пластическая вязкость $\eta_{пл}$ выросла на 12,1 %, эффективная вязкость при единичной скорости сдвига V_0 увеличилась на 29,5 %. **Выводы и обсуждение.** Исследование влияния срока хранения на структурно-механические свойства смузи продолжалось 30 дней. В конце этого срока смузи приобрело конденсационно-кристаллизационную структуру. Предел текучести σ_0 достиг значения 2200 Па. Таким образом, рекомендуемый срок хранения смузи составляет $15 \pm 0,5$ дней.

Ключевые слова: вязкость, напряжение сдвига, реология, смузи, структурно-механические свойства, срок хранения.

UDC 664.849:633.1

Serhii Neilenko,
Ph.D. in Technical Sciences,
Kyiv National University of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine,
nsm110986@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-7282-2682>

Myroslav Kryvoruchko,
Ph.D. in Technical Sciences,
Kyiv National University of Trade and Economics,
Kyiv, Ukraine,
m.kryvoruchko@knu.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0002-7378-1050>

INFLUENCE OF STRUCTURE FORMERS ON THE RHEOLOGICAL PROPERTIES OF GRAIN SMOOTHIES

The purpose of the article. During developing technological processes for the production of grain smoothies, it is necessary to determine how the organoleptic and related structural and mechanical properties change during storage using structure-forming agent. The smoothie structure undergoes changes over time that can be positive or negative. These changes can be analyzed and predicted using the basic structural and mechanical parameters. **Research methods.** The aim of the study is to determine the influence of structure formers on the rheological properties of grain smoothies during storage. The methodological basis of the study is an integrated approach, both in the formulation of tasks and in the conduct and analysis of research results using new theoretical developments, modern computer methods of mathematical modeling and analysis. **Scientific novelty.** There are two main periods of change in the characteristics of the smoothie structure. During the first 15 days storage period all the structural and mechanical properties of the smoothie remain unchanged. So, the rate of structure destruction is $m = 0.61$, the plastic viscosity is $\eta_{nn} = 7.71 \text{ Pa} \cdot \text{s}$, the effective viscosity at a unit shear rate is $B_0 = 292 \text{ Pa} \cdot \text{s}$, yield point is $\sigma_0 = 240 \text{ Pa}$, the Bingham yield point is $\sigma_d = 832 \text{ Pa}$. From sixteen storage days the value of all the basic structural and mechanical characteristics of the smoothie begins to grow up. During storage for 30 days the rate of rate of structure destruction m increased from 0.61 to 0.69. Such an increase characterizes the strengthening of the anomalous, non-newtonian properties of the smoothie. The plastic viscosity η_{nn} increased by 12.1%, the effective viscosity at a yield point B_0 increased by 29.5%. **Conclusions.** The study of the structural and mechanical properties of the smoothie lasted 30 days. At the end of this period, the smoothie acquired a condensation-crystallization structure. The yield strength was reached 2200 Pa. Thus, the recommended storage period of a smoothie is 15 ± 0.5 days.

Keywords: viscosity, bias stress, rheology, smoothies, structural and mechanical properties, storage period.

УДК 664.34
DOI: 10.31866/2616-7468.2.2.2019.188209

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ СОУСУ МАЙОНЕЗ

Ігор Грищенко,
кандидат технічних наук,
доцент, професор,
Київський національний університет
культури і мистецтв,
Київ, Україна,
grinnicol022@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-9134-8456>
© Грищенко І., 2019

Надія Кравчук,
кандидат технічних наук, доцент,
Національний університет
харчових технологій,
Київ, Україна,
kr.nadiya@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-5405-6275>
© Кравчук Н., 2019

Олена Зборовська,
асистент,
Київський національний університет
культури і мистецтв,
Київ, Україна,
alena-vlad2013@meta.ua
<https://orcid.org/0000-0002-7297-8695>
© Зборовська О., 2019

Актуальність. Розглянуто доцільність використання купажів рослинних олій для корекції недостатності ПНЖК та рослинної сировини у технології виробництва соусів майонезів. Використання купажованої олії, збалансованої за жирнокислотним складом та морквяного порошку, поєднання запропонованих співвідношень усіх компонентів забезпечує оригінальні органолептичні показники майонезу та водночас надає йому функціональних властивостей, підвищує харчову та біологічну цінність. **Мета і методи.** *Мета статті* – обґрунтувати та розробити технологію соусу майонезу, збагаченого бета-каротином. *Методи дослідження* – органолептичні, фізико-хімічні, структурно-механічні, статистичні. **Результати.** Розроблено технологію соусу майонезу на основі купажу кукурудзяно-оливкової олії та морквяного порошку зі збалансованим жирнокислотним складом. **Висновки та обговорення.** Встановлено, що використання рослинних компонентів, а саме морквяного порошку та купажованих олій у технології майонезів дозволяє отримати харчовий продукт підвищеної харчової цінності. Це дозволить розширити асортимент соусів, збагатити їх жиророзчинними вітамінами, антиоксидантами та ПНЖК класу ω -6 та ω -3 в оптимальному співвідношенні.

Ключові слова: майонез, олія, порошок із моркви, соус, поліненасичені жирні кислоти (ПНЖК).

Актуальність проблеми

Перехід до ринкових відносин, розширення споживчих ринків, впровадження нових форм господарювання відобразились у всіх сферах економічного життя,

в тому числі у сфері ресторанного бізнесу. На сьогоднішній день у ресторанному господарстві успішно функціонують лише ті заклади, які спромоглися вдовольнити бажання споживачів найкращим чином і при цьому невпинно удосконалюють свій ресторанний продукт для підтримання його належного рівня відповідно до постійно зростаючих вимог споживачів. Для покращення попиту підприємства ресторанного господарства використовують новітні технології виробництва продукції.

Відомо, що серед продукції ресторанного господарства окремих сегмент становлять соуси, які сприяють кращому засвоєнню харчових нутрієнтів організмом людини, урізноманітнюють асортимент і підвищують харчову цінність страв. Близько 70 % страв, що подають у закладах ресторанного господарства, відпускають із соусом, що дозволяє не тільки покращити аромат, зовнішній вигляд та смак готової страви, але й підвищити вміст есенціальних речовин. Проте більшість із них має незбалансований хімічний склад, зокрема, підвищений вміст насичених жирних кислот, а вуглеводний склад представлено переважно крохмалем пшеничного борошна (Пересічний & Кравченко, 2002).

Перспективним напрямом вирішення завдання щодо підвищення харчової цінності, зниження дефіциту есенціальних речовин є розроблення технології соусів функціонального призначення, що передбачає поєднання традиційної сировини з дієтичними добавками. Це дозволить отримати якісну і безпечну продукцію, збагачену фізіологічно важливими для організму людини нутрієнтами.

Для підвищення харчової цінності і зниження калорійності часто використовують основу для соусів із рослинних продуктів. Інтерес до розробки нових функціональних продуктів неухильно зростає через комплексні дослідження, які підтверджують безпосередній вплив деяких компонентів харчування, таких як поліненасичені жирні кислоти, антиоксиданти, вітаміни, мінерали, харчові волокна, на здоров'я людини (Нечаев, 2007).

Емульсійні олієжирові продукти (майонези, соуси майонезні), найважливішим компонентом яких є жиромістять нутрієнти, в харчуванні населення України та інших країн стали активно використовувати нещодавно, але вони вже привернули до себе увагу як продукти, що здатні надавати високих смакових властивостей їжі (Ипатова, Кочеткова, & Нечаев, 2006).

Майонез є універсальним соусом, який поєднується за смаком із найрізноманітнішими стравами – холодними і гарячими, м'ясними і рибними, овочевими тощо. Водночас популярним є використання майонезу в суміші з іншими соусними основами або додавання його як смакової добавки в інші соуси. Майонези використовують як приправу для поліпшення смаку і засвоюваності продуктів, як добавку для приготування овочевих, рибних і м'ясних страв, у домашній кулінарії і підприємствах ресторанного господарства, а також для приготування бутербродів і десертів.

Актуальним завданням є розроблення купажів рослинних олій зі збалансованим жирнокислотним складом та впровадження їх у технологію соусів майонезів. Це дозволить розширити їх асортимент, збагатити жиророзчинними вітамінами, антиоксидантами та поліненасиченими жирними кислотами (ПНЖК) класу ω -6 та ω -3 в оптимальному співвідношенні. Найважливішими чинниками біологічної цінності таких продуктів є кількість і співвідношення ПНЖК. Аналіз існуючих підходів до збагачення харчових продуктів нетрадиційною сировиною показав, що з цією метою використовують рослинні олії, які містять жиророзчинні вітамі-

ни, антиоксиданти, але недоліком яких є незбалансоване співвідношення ПНЖК (Галицька & Хижняк, 2014; Ипатова, Кочеткова, & Нечаев, 2006).

Одним із основних пріоритетних напрямків у розвитку ринку даних продуктів було і залишається формування якості продукції, яка в подальшому визначає її конкурентоспроможність. Якість продукту зумовлює не лише смак, запах, консистенція, але і його харчова цінність. Підвищення харчової цінності для емульсійних жирових продуктів може бути здійснено за рахунок методології комбінаторики складових рецептури, наприклад, олій, зокрема заміни соняшникової олії, яку головним чином використовують в Україні при виробництві цих продуктів, на кукурудзяно-оливкову, що особливо багаті на незамінні амінокислоти $w-3$ та $w-6$. Переваги використання купажів рослинних олій для корекції недостатності ПНЖК перед біологічно активними добавками і лікарськими препаратами полягають у тому, що рослинні олії є традиційними харчовими продуктами, не дають ускладнень і побічних реакцій в організмі, а також значно дешевші за біологічно активні добавки, що важливо для малозабезпечених верств населення.

Мета і методи дослідження

Метою є обґрунтування та розробка технології виробництва соусу майонезу, збагаченого бета-каротином, зі збалансованим вмістом поліненасичених жирних кислот $w-3$ та $w-6$ груп.

Об'єктом дослідження у роботі були використані: порошок із моркви за ДСТУ 8654:2016; модельна система емульсії, яка приготовлена за традиційною технологією; модельні системи емульсій, які приготовлено з використанням порошку з моркви; майонез основний як контрольний зразок; майонез з кукурудзяно-оливкової олії з додаванням морквяного порошку як дослідний зразок.

Методи дослідження – органолептичні, фізико-хімічні, структурно-механічні, статистичні. Методологічною основою дослідження є харчова і біологічна цінність та показники органолептичного рівня і безпечності кулінарної продукції.

Інформаційна база дослідження – монографії, наукові статті, матеріали науково-практичних конференцій, нормативно-технічна документація.

Результати дослідження

Проведені аналітичні дослідження підтверджують необхідність розробки нових видів продукції високої біологічної цінності, яку можна отримати в результаті поєднання нетрадиційної сировини та створити на їх основі соус із новими властивостями.

Кукурудзяна олія рекомендована хворим на цукровий діабет, оскільки значно знижує рівень цукру у крові. Допомогає хворим на ожиріння, бо покращує обмін речовин та виводить шкідливі токсини з організму. Є профілактикою ракових захворювань. Бореться з карієсом та лікує запалення ясен. Також фосфатиди (лецитин) кукурудзяної олії входять до складу клітинних мембран і відіграють важливу роль у забезпеченні функцій тканини головного мозку (Сімахіна & Українець, 2010).

Оливкова олія знижує рівень поганого холестерину в крові, її помірне вживання служить профілактикою цукрового діабету, ожиріння, серцево-судинних захворювань. Вітамін Е, що входить до її складу, є високоактивним антиоксидантом, що допомагає організму в боротьбі зі старінням шкіри, покращує ріст волосся і стан нігтів, є профілактикою розвитку онкологічних захворювань. Вітаміни

А, К, D у комплексі з вітаміном Е сприяють зміцненню тканин, м'язів кишечника, кісткової системи. Феноли, які присутні у складі олії, зміцнюють імунітет і уповільнюють процес старіння. Лінолева кислота вельми позитивно впливає на зір, сприяє поліпшенню координації рухів, регенерації тканин, швидкому загоєнню ран, опіків (Галицька & Хижняк, 2014).

Для зниження енергетичної цінності та підвищення біологічної повноцінності соусу доцільним є використання порошку з моркви (ДСТУ 8654:2016), який є джерелом харчових волокон, пектинових речовин та органічних кислот. У морквяному порошок у сконцентрованому вигляді збережено максимальну кількість каротиноїдів, вітамінів С та Е, які виступають у ролі антиоксидантів. Морквяний порошок дуже корисний для організму завдяки солідним запасам калію, фосфору, кальцію і натрію. За рахунок подібного поєднання зміцнює як травну і кровоносну системи, так і кістки, зуби, волосся. У ньому присутні також інші важливі елементи (залізо, магній, хлор, сірка) (Сімахіна & Українець, 2010; Снежкін & Петрова, 2010).

Дослідження функціональних властивостей морквяного порошку важливо для розробки рецептур, вибору технологічних режимів приготування соусу. До найбільш важливих функціональних властивостей відносять вологозв'язуючу, емульгуючу, жирутримуючу здатність (Доценко, 2016). Визначали вологозв'язуючу (ВЗЗ), емульгуючу (ЕЗ) та жирутримуючу (ЖВЗ) здатність порошку з моркви залежно від доданої кількості в соус.

Результати досліджень функціональних властивостей: ВЗЗ, ЕЗ, ЖВЗ порошків із моркви наведено на рис. 1, 2, 3 відповідно.

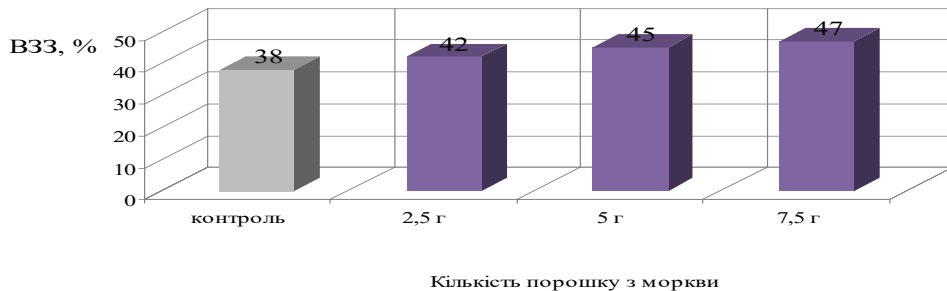


Рис. 1. Вологозв'язуюча здатність (ВЗЗ, %) порошку з моркви

Fig. 1. Moisture-binding capacity (OZ,%) of carrot powder

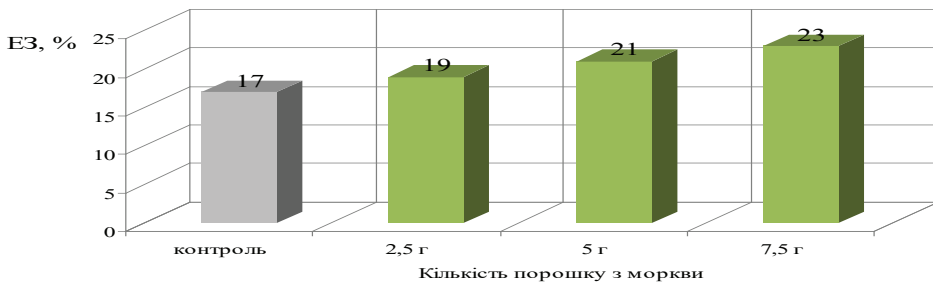


Рис. 2. Емульгуюча здатність (ЕЗ, %) порошку з моркви

Fig. 2. Emulsifying ability (EC,%) of carrot powder

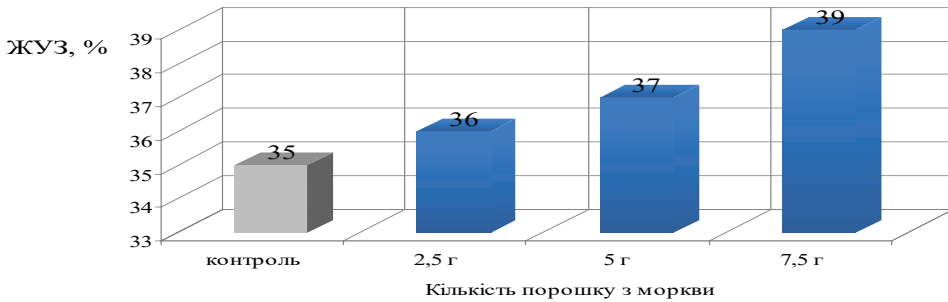


Рис. 3. Жирутримуюча здатність (ЖУЗ, %) порошку з моркви
Fig. 3. The fat-holding capacity (ZHOZ,%) of carrot powder

Вологозв'язуюча (ВЗЗ) здатність є важливою характеристикою морквяного порошку, яка впливає на утворення соусу потрібної консистенції. Процеси утримання вологи різних видів зразків із різною кількістю порошку виявляють особливі здатності до вологоутримання, які збільшуються від кількості порошку у зразках. Це вказує про необхідність регулювання вологи для забезпечення в готових виробах необхідних структурно-механічних властивостей.

Поведінка морквяного порошку в даних емульсіях характеризує їх емульгуючу здатність (ЕЗ). Підвищення стійкості емульсії відбувається завдяки зростанню в'язкості дисперсійного середовища.

Жирутримуюча здатність (ЖУЗ) характеризує здатність абсорбувати і утримувати жир (Осейко, 2006). Висока жирутримуюча здатність морквяного порошку впливає на утворення ніжної і однорідної текстури соусу, виключає відділення жиру (Снежкін & Петрова, 2010).

Дослідження технологічних властивостей – вологозв'язуючої, емульгуючої та жирозв'язуючої здатностей порошку з моркви – показало, що, окрім позитивного фізіологічного впливу, порошок забезпечить підвищену вологозв'язуючу (ВЗЗ), емульгуючу (ЕЗ) та жирозв'язуючу (ЖЗЗ) здатності порівняно з контрольним зразком.

Для дослідження фізико-хімічних показників соусів майонезів визначали вологість (вміст сухих речовин) – методом висушування та масову частку жиру – за ДСТУ 4560:2006 «Майонези. Правила приймання та методи випробування».

Дані досліджень зображені у вигляді діаграм (рис. 4 та рис. 5).

Дослідження кислотності, густини та стійкості емульсії наведено у табл. 1.

Табл. 1. Фізико-хімічні показники якості дослідних зразків майонезу

Table 1. Physio-chemical parameters of the quality of prototypes of mayonnaise

Показник	Вимоги ДСТУ 4487:2005	Майонез-контроль	Майонез із кукурудзяно-оливкової олії з різним вмістом морквяного порошку, г		
			2,5	5,0	7,5
Кислотність, Т	Немає норми	0,612	0,615	0,624	0,635
Густина, г/см ³	Відповідно до ТО	0,90	0,91	0,93	0,95
Стійкість емульсії, %	Не менше 97 %	98	97	99	98

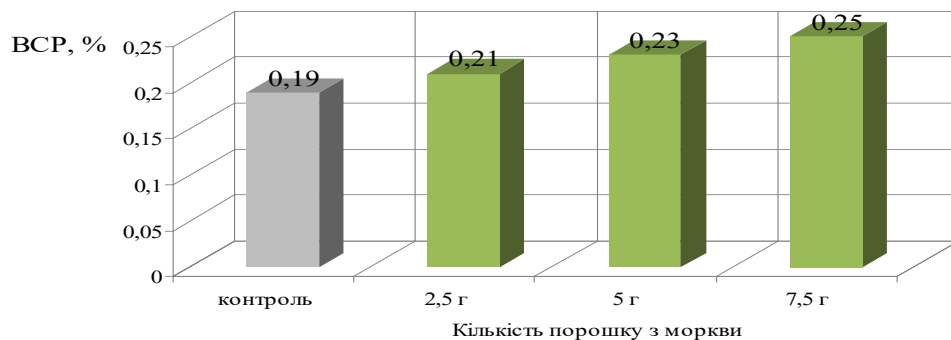


Рис. 4. Вміст сухих речовин у модельних зразках соусів
Fig. 4. Solids content in model samples of sauces



Рис. 5. Масова частка жиру в модельних зразках соусів
Fig. 5. Fat content in model samples of sauces

Математична обробка експериментальних даних, оцінка похибки експериментальних даних і вимірюваних величин здійснювалась за загальноприйнятими методиками.

Аналізуючи дані за фізико-хімічними показниками якості видно, що дослідні та контрольні зразки незалежно від вмісту порошку моркви відповідають вимогам нормативної документації. Значення кислотності, густини та стійкості емульсії наближені до значень із контрольним зразком ("Майонези", 2005).

Можна дійти до висновку, що раціональною масовою часткою порошку з моркви є 5 г, яка сприяє формуванню відповідної якості майонезу. Пропонується готувати майонез із введенням у рецептуру купажованої кукурудзяно-оливкової олії (59,5–55,8 %) та морквяного порошку (3,5–4,5 %), що дозволяє отримати продукт, збагачений харчовими волокнами, біологічно активними речовинами, зокрема бета-каротином та покращеним жирнокислотним складом. У табл. 2 приведений хімічний склад майонезу з купажу кукурудзяно-оливкової олії з додаванням морквяного порошку покращеної рецептури. Наявність у цьому продукті рослинних олій забезпечує біологічну цінність за рахунок поліненасичених жирних кислот, а енергетичну – за рахунок жирних кислот.

Табл. 2. Хімічний склад майонезу з купажу кукурудзяно-оливкової олії із додаванням морквяного порошку

Table 2. Chemical composition of mayonnaise for blending corn and olive oil with the addition of carrot powder

Компоненти	Кількість
Білки, %	2,8
Жир, %	67,0
Ненасичені жирні кислоти, %	5,8...13
Поліненасичені жирні кислоти, %	36,9...60
Холестерин, мг %	0,1
Моно- і дисахариди, %	3,7
Вітамін В ₄ , мг %	14,3
Вітамін Е, мкг %	30,0
Вітамін В ₆ , мкг %	0,1
Вітамін В ₂ , мкг %	0,5
Вітамін В ₁ , мг %	0,01
Вітамін РР, мг %	0,1
Бета-каротин, мкг %	0,7
Ретиноловий еквівалент, мкг %	20,0
Ніациновий еквівалент, мг %	0,5
Фосфор (Р), мг %	54,0
Калій (К), мг %	38,0
Натрій (Na), мг %	508,0
Магній (Mg), мг %	13,0
Кальцій (Ca), мг %	33,0
Залізо (Fe), мг %	1,0

Проведено дослідження органолептичних показників якості майонезу та бала оцінка споживчих властивостей. При визначенні органолептичної оцінки було проведено аналіз майонезів: контрольний зразок – майонез традиційної рецептури та майонез із підвищеною біологічною цінністю під назвою «Скіф». Органолептичні показники якості соусу були переведені за допомогою шкали Харінгтона у відносні одиниці і представлені у вигляді профілограм (рис. 6, 7).

Аналіз профілограм показав, що вищий бал має зразок майонезу «Скіф» порівняно з контрольним зразком (розраховано за методом «багатокутник якості») (Корецька & Зінченко, 2003).

Це свідчить про придатність його до впровадження у виробництво і реалізації в умовах закладів ресторанного господарства.

Майонез у кількості кукурудзяно-оливкової олії 59,5–55,8 % та морквяного порошку 3,5–4,5 % має найкращі органолептичні показники, порівняно з іншими зразками. При цьому має однорідну консистенцію середньої густини. Присмний, добре виражений, характерний смак.

Балова оцінка споживчих властивостей

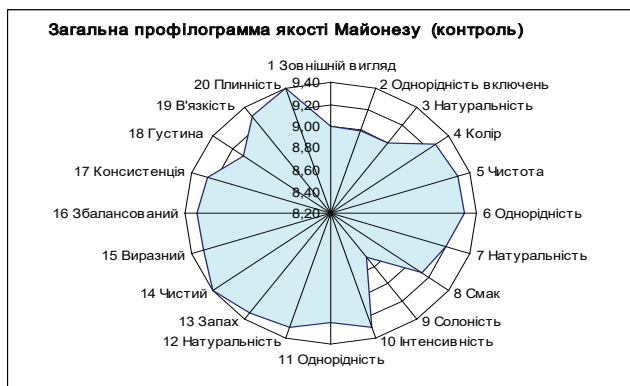


Рис. 6. Профілограма якості контрольного зразка майонезу
 Fig. 6. Profile of the quality of the mayonnaise control sample



Рис. 7. Профілограма якості дослідного зразка майонезу «Скіф»
 Fig. 7. Quality profile of the Scythian mayonnaise test sample

Табл. 3. Органолептична оцінка майонезі
 Table 3. Organoleptic evaluation of mayonnaise

Назва показника	Характеристика продукту	
	Майонез традиційної рецептури (ДСТУ4487:2005) «Майонези. Загальні технічні умови»	Майонез «Скіф» кукурудзяно-оливковий із морквяним порошком (5 г)
Зовнішній вигляд та консистенція	Однорідна кремоподібна суміш	Однорідна сметаноподібна суміш із порошком моркви, що рівномірно розподілена по масі
Смак та запах	Смак нечітко виражений, злегка гострий, кислуватий	Запах приємний із легким ароматом моркви, легкий післясмак
Колір	Блідо-жовтий	Жовто-оливковий

Висновки та обговорення

Використання купажованої олії, збалансованої за жирнокислотним складом, та морквяного порошку, поєднання запропонованих співвідношень усіх компонентів забезпечують оригінальні органолептичні показники майонезу та водночас надають йому функціональних властивостей, підвищують харчову та біологічну цінність. Отриманий соус за показниками якості відповідає встановленим вимогам.

СПИСОК ПОСИЛАНЬ

- Галицька, Л.Ю., & Хижняк, О.О. (2014). Нетрадиційна олієвмісна сировина в Україні. В *Технічні науки: стан, досягнення і перспективи розвитку м'ясної, олієжирової та молочної галузей* (с. 144-146), Матеріали 3 Міжнародної науково-технічної конференції. Київ: НУХТ.
- Доценко, В.Ф. (Ред.). (2016). *Лабораторний практикум із загальних технологій харчової промисловості*. Київ: Кондор.
- Ипатова, Л.Г., Кочеткова, А.А., & Нечаев, А.П. (2006). Новые направления жировых продуктов. *Масложировая промышленность*, 4, 12-14.
- Корецька, І.Л., & Зінченко, Т.В. (2003). Оцінювання нових харчових виробів за допомогою критерію «Багатокутник якості». *Наукові праці НУХТ*, 14, 64-65.
- Майонези. Загальні технічні умови. (2005). ДСТУ 4487:2005, 2005, 25 листопада. Київ: Український науково-дослідний інститут олій та жирів (УкрНДІОЖ) і асоціація "Укроліяпром".
- Майонези. Правила приймання та методи випробування. (2006). ДСТУ 4560:2006, 2008, 1 січня. Київ: Український науково-дослідний інститут олій та жирів (УкрНДІОЖ) і асоціація "Укроліяпром".
- Морква столова сушена. Технічні умови (2016). ДСТУ 8654:2016, 2017, 1 липня. Київ: ДП "УкрНДНЦ".
- Нечаев, А.П. (2007). Научные основы технологий получения функциональных жировых продуктов нового поколения. *Масла и жиры*, 8, 26-27.
- Осейко, М.І. (2006). *Технологія рослинних олій*. Київ: Варта.
- Пересічний, М.І., & Кравченко, М.Ф. (2002). *Технологія продукції громадського харчування з використанням біологічно активних добавок* [Монографія]. Київ: КНТЕУ.
- Сімахіна, Г.О., & Українець, А.І. (2010). *Інноваційні технології та продукти. Оздоровче харчування*. Київ: НУХТ.
- Снежкін, Ю.Ф., & Петрова, Ж.О. (2010). Харчові порошки з рослинної сировини. Класифікація, методи отримання, аналіз ринку. *Biotechnology Acta*, 3(5), 31-42.
- Тимченко, В.К., Зябченкова, А.К., & Савус, А.А. (2007). *Технологія майонезов, салатних соусів і дрессингов*. Харьков: НТУ «ХПИ».
- Шендеров, Б.А. (2003). Современное состояние и перспективы развития концепции "Функциональное питание". *Пищевая промышленность*, 5, 4-7.

REFERENCES

- Halytska, L.Yu., & Khyzhniak, O.O. (2014). Netradytsiina oliievnisna syrovyna v Ukraini [Non-traditional oil-containing raw materials in Ukraine]. In *Tekhnichni nauky: stan, dosiahnennia i perspektyvy rozvytku m'iasnoi, oliiezhyrovoi ta molochnoi haluzei [Engineering Sciences: Status, Achievements and Prospects for Meat, Oil and Dairy Development]* (pp. 144-146), Proceedings of the 3rd International Conference. Kyiv: NUKhT [in Ukrainian].
- Dotsenko, V.F. (Ed.). (2016). *Laboratornyi praktykum iz zahalnykh tekhnologii kharchovoi promyslovosti [Laboratory Workshop on General Food Technology]*. Kyiv: Kondor [in Ukrainian].
- Ipatova, L.G., Kochetkova, A.A., & Nechaev, A.P. (2006). Novye napravleniia zhirovykh produktov [New trends in fatty foods]. *Maslozhirovaia promyshlennost*, 4, 12-14 [in Russian].
- Koretska, I.L., & Zinchenko, T.V. (2003). Otsiniuvannia novykh kharchovykh vyrobiv za dopomohoiu kryteriiu "Bahatokutnyk yakosti" [Evaluation of new foods using the Quality Polygon criterion]. *Naukovi pratsi NUKhT*, 14, 64-65 [in Ukrainian].
- Maionezy. Zahalni tekhnichni umovy [Mayonnaise. General specifications]. (2005). DSTU 4487:2005, 2005, 25 November. Kyiv: Ukrainskyi naukovo-doslidnyi instytut olii ta zhyriv (UkrNDIOZh) i asotsiatsiia "Ukroliiaprom" [in Ukrainian].
- Maionezy. Pravyla pryimannia ta metody vyprobuvannia [Mayonnaise. Acceptance rules and test methods]. (2006). DSTU 4560:2006, 2008, 1 Januar. Kyiv: Ukrainskyi naukovo-doslidnyi instytut olii ta zhyriv (UkrNDIOZh) i asotsiatsiia "Ukroliiaprom" [in Ukrainian].
- Morkva stolova sushena. Tekhnichni umovy [Dried carrots. Specifications]. (2016). DSTU 8654:2016, 2017, 1 July. Kyiv: DP "UkrNDNTs" [in Ukrainian].
- Nechaev, A.P. (2007). Nauchnye osnovy tekhnologii polucheniia funktsionalnykh zhirovykh produktov novogo pokoleniia [The scientific basis of the technology for the production of functional fat products of a new generation]. *Masla i zhiry*, 8, 26-27 [in Russian].
- Oseiko, M.I. (2006). *Tekhnolohiia roslynnykh olii [Vegetable oil technology]*. Kyiv: Varta [in Ukrainian].
- Peresichnyi, M.I., & Kravchenko, M.F. (2002). *Tekhnolohiia produktsii hromadskoho kharchuvannia z vykorystanniam biolohichno aktyvnykh dobavok [Food technology using biologically active additives]* [Monograph]. Kyiv: KNTEU [in Ukrainian].
- Simakhina, H.O., & Ukrainets, A.I. (2010). *Innovatsiini tekhnologii ta produkty. Ozdorovche kharchuvannia [Innovative technologies and products. Wellness nutrition]*. Kyiv: NUKhT [in Ukrainian].
- Sniezhkin, Yu.F., & Petrova, Zh.O. (2010). Kharchovi poroshky z roslynnoi syrovyny. Klasyfikatsiia, metody otrymannia, analiz rynku [Food powders from vegetable raw materials. Classification, methods of obtaining, market analysis]. *Biotechnologia Acta*, 3(5), 31-42 [in Ukrainian].
- Timchenko, V.K., Ziabchenkova, A.K., & Savus, A.A. (2007). *Tekhnologiia maionezov, salatnykh sousov i dressingov [Technology of mayonnaise, salad dressings and dressings]*. Kharkov: NTU "KhPI" [in Russian].
- Shenderov, B.A. (2003). Sovremennoe sostoianie i perspektyvy razvitiia kontseptcii "Funktsionalnoe pitanie" [Current status and development prospects of the concept of "Functional Nutrition"]. *Pishchevaia promyshlennost*, 5, 4-7 [in Russian].

Стаття надійшла до редакції: 8.12.2019

UDC 664.34

Ihor Hryshchenko,

*Ph.D. in Technical Sciences,
Associate professor, professor,
Kyiv National University of
Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine,
grinnicol022@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-9134-8456>*

Nadiia Kravchuk,

*Ph.D. in Technical Sciences,
Associate Professor,
National University of
Food Technologies,
Kyiv, Ukraine,
kr.nadiya@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-5405-6275>*

Olena Zborovska,

*Assistant,
Kyiv National University of
Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine,
alena-vlad2013@meta.ua
<https://orcid.org/0000-0002-7297-8695>*

INNOVATIVE TECHNOLOGIES OF MAYONNAISE SAUCE

Actuality. The expediency of using blends of vegetable oils for correction of PUFA insufficiency and vegetable raw materials in the technology of mayonnaise sauce production is considered. The use of blended oil, balanced in fatty acid composition and carrot powder, combining the proposed ratios of all components provides original organoleptic characteristics of mayonnaise and at the same time gives it functional properties, increases nutritional and biological value.

Purpose and methods. The purpose of the article is to substantiate and develop beta-carotene enriched mayonnaise technology. Research methods are organoleptic, physio-chemical, structural-mechanical, statistical.

Results. Technology of mayonnaise sauce is based on blending of corn-olive oil and carrot powder with balanced fatty acid composition.

Conclusions and Discussion. It has been established that the use of vegetable components, namely carrot powder and blended oils in mayonnaise technology, enables us to obtain high-value food. This will expand the range of sauces, enrich them with fat-soluble vitamins, antioxidants and PUFA class ω -6 and ω -3 in the optimal ratio.

Keyword: mayonnaise, oil, carrot powder, sauce, polyunsaturated fatty acids (PUFA).

УДК 664.34

Игорь Грищенко,
кандидат технических наук,
доцент, профессор,
Киевский национальный университет
культуры и искусств,
Киев, Украина,
grinnicol022@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-9134-8456>

Надежда Кравчук,
кандидат технических наук, доцент,
Национальный университет
пищевых технологий,
Киев, Украина,
kr.nadiya@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-5405-6275>

Елена Зборовская,
ассистент,
Киевский национальный университет
культуры и искусств,
Киев, Украина,
alena-vlad2013@meta.ua
<https://orcid.org/0000-0002-7297-8695>

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ СОУСА МАЙОНЕЗ

Актуальность. Рассмотрена целесообразность использования купажей растительных масел для коррекции недостаточности ПНЖК и растительного сырья в технологии производства соусов майонез. Использование купажированного масла, сбалансированного по жирнокислотному составу и морковного порошка, сочетание предложенных соотношений всех компонентов обеспечивает оригинальные органолептические показатели майонеза и одновременно придает ему функциональных свойств, повышает пищевую и биологическую ценность. **Цель и методы.** Цель статьи – обосновать и разработать технологию соуса майонез, обогащенного бета-каротином. Методы исследования – органолептические, физико-химические, структурно-механические, статистические. **Результаты.** Разработана технология соуса майонеза на основе купажа кукурузно-оливкового масла и морковного порошка со сбалансированным жирнокислотным составом. **Выводы и обсуждение.** Установлено, что использование растительных компонентов, а именно морковного порошка и купажированных масел в технологии майонезов позволяет получить пищевой продукт повышенной пищевой ценности. Это позволит расширить ассортимент соусов, обогатить их жирорастворимыми витаминами, антиоксидантами и ПНЖК класса ω -6 и ω -3 в оптимальном соотношении.

Ключевые слова: майонез, масло, порошок из моркови, соус, полиненасыщенные жирные кислоты (ПНЖК).

**ПІДПРИЄМНИЦТВО
В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ**

**ENTREPRENEURSHIP
IN THE HOSPITALITY**

УДК 640.4:334.7
DOI: 10.31866/2616-7468.2.2.2019.188210

**ОРГАНІЗАЦІЙНО-
ПРАВОВІ ФОРМИ
ПІДПРИЄМНИЦТВА
В ГОТЕЛЯХ:
АРГУМЕНТИ
ЩОДО ВИБОРУ**

Михайло Манов,
кандидат економічних наук,
Київський національний університет
культури і мистецтв,
Київ, Україна,
michaelmanov1@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-6217-5768>
© Манов М., 2019

Тетяна Ткаченко,
кандидат географічних наук, доцент,
Київський національний університет
культури і мистецтв,
Київ, Україна,
todria@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0001-9447-567X>
© Ткаченко Т., 2019

Актуальність. На сьогодні сфера гостинності і у тому числі готельний бізнес динамічно зростають і стають важливою складовою національної економіки. Потенційно висока рентабельність при відносно невеликих початкових капіталовкладеннях обумовлюють інвестиційну привабливість готельного бізнесу для інвесторів. При створенні готелів інвестори мають визначити організаційно-правову форму господарювання, розробити організаційно-економічний механізм управління підприємством, який дозволить зберігати та зміцнювати стійку позицію підприємства на конкурентному ринку, задовольняти потреби споживачів, адекватно й оперативно реагувати на зміни зовнішнього середовища та стабільно розвиватися. **Предметом дослідження** є особливості вибору оптимальної організаційно-правової форми господарювання в готельному бізнесі. **Мета дослідження** полягає у визначенні факторів впливу на вибір організаційно-правових форм підприємництва в готельному бізнесі. **Методи дослідження.** Дослідження проводилося шляхом опрацювання законодавчих актів України, наукових публікацій із питань управління готелями, даних статистики, експертних оцінок. **Результати.** Основні теоретичні і практичні результати, що визначають новизну і практичну значущість дослідження, полягають у визначенні організаційно-правової форми підприємництва як одного з ключових елементів в ефективному управлінні готелем. **Висновки та обговорення.** Встановлено, що організаційно-економічний механізм господарювання, і зокрема організаційно-правова форма підприємництва, є одним із важливих чинників забезпечення довгострокової конкурентоспроможності готелів. Вибір оптимальної організаційно-правової форми підприємництва залежить від масштабу бізнесу та інших чинників.

Ключові слова: готелі, гостинність, організаційно-правова форма підприємництва, фізична особа – підприємець, господарське товариство.

Актуальність проблеми

Постановка проблеми. Сфера гостинності, що включає заклади готельного, ресторанный і туристичного бізнесу, забезпечує потреби людей у проживанні, харчуванні, відпочинку і рекреації тощо. Найбільший попит на послуги гостинності притаманний особам, які тимчасово перебувають поза місцем помешкання, – туристам, бізнесменам, студентам, трудовим мігрантам. Розвиток сфери гостинності

сприяє загальному покращенню соціально-економічного стану держави завдяки утворенню нових робочих місць, збільшенню надходжень до державного і місцевих бюджетів, поглибленню міжнаціональних та міждержавних зв'язків у різних сферах – політичній, економічній, соціальній, культурній, спортивній тощо. Сьогодні переважна більшість готелів належать до приватної власності, які здійснюють підприємницьку діяльність як фізичні особи-підприємці або юридичні особи – унітарні підприємства чи господарські товариства. В готельному бізнесі набули поширення різноманітні організаційні форми управління підприємствами, такі як франчайзинг, управління за контрактом, оренда. Організаційно-економічний механізм управління і організаційно-правова форма підприємництва опосередковано впливають на успішність і конкурентоспроможність готелів.

Стан вивчення проблеми. Питання організації і управління інтегрованими структурами та вдосконалення організаційно-економічного механізму управління організаціями, у тому числі в готельному бізнесі і сфері гостинності, досліджували І. Ансофф (2018), М. Портер (2014), І. В. Смолін (2004), С. В. Мельниченко (2014) та інші.

На сьогодні визначені проблемні питання стратегічного управління готелями, забезпечення інноваційного розвитку підприємств гостинності. Велика увага приділена питанням формування дійового організаційно-економічного механізму управління.

Невирішені питання. Недостатність наукових досліджень щодо впливу організаційно-правових форм підприємництва на забезпечення розвитку та довгострокової конкурентоспроможності готелів, критеріїв вибору оптимальної форми ведення бізнесу.

Мета і методи дослідження

Мета статті полягає у визначенні проблемних питань діяльності готелів у сучасних умовах, обґрунтуванні рекомендацій щодо вибору оптимальної організаційно-правової форми господарювання залежно від масштабу бізнесу та інших чинників.

Методи дослідження. Дослідження проводилося шляхом опрацювання актів законодавства України, наукових публікацій із питань управління готелями, даних статистики, експертних оцінок.

Інформаційна база дослідження – монографії, наукові статті, матеріали міжнародних науково-практичних конференцій, нормативні акти, статистичні дані.

Результати дослідження

Сьогодні сфера гостинності, що включає заклади готельно-ресторанного і туристичного бізнесу, належить до галузей світової економіки, що визначаються динамічним зростанням. Так, за даними Всесвітньої туристичної організації, у 2017 році в світі було зафіксовано 1,323 млрд міжнародних прибуттів, що на 86 млн більше, ніж у 2016 році. За період 2008–2017 років кількість міжнародних прибуттів зросла на 393 млн. Протягом цього періоду туризм у світі в середньому щорічно зростав приблизно на 4 %, тобто швидше, ніж економіка в цілому ("Annual Report", 2017).

В Україні також динамічно зростає попит на туристичні і готельно-ресторанні послуги. Так, за даними Державної служби статистики, у 2018 р. кількість туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності, становила 4,57 млн осіб, у тому числі виїзних туристів – 4,02 млн осіб. Це перевищує показники докризового 2013 р. відповідно в 1,3 та 1,6 рази (“Кількість туристів”, 2019).

Серед чинників, що сприяють розвитку сфери гостинності в Україні, можна виділити поглиблення інтеграції з країнами ЄС у зв'язку із реалізацією Угоди про асоціацію та запровадженням безвізового режиму для приватних подорожей, стабілізацію і подальше покращення макроекономічного стану, спрощення ведення бізнесу, зростання доходів населення.

На нашу думку, саме динаміка доходів є головним чинником, що формує попит домогосподарств на задоволення культурних потреб, відпочинок, подорожі, готелі, ресторани. Так, за даними Державної служби статистики, у 2018 р. середньомісячні доходи домогосподарства становили 9904 грн., що з урахуванням інфляції на 8,5 % перевищує показник 2013 р. Зростання доходів дозволило домогосподарствам збільшувати витрати, у тому числі на готелі, ресторани, відпочинок і культуру (рис. 1).

Відзначаємо позитивну динаміку, але в цілому за рівнем доходів українці значно поступаються громадянам країн Євросоюзу, а у структурі витрат найбільша частка припадає на продукти харчування, комунальні послуги. Відповідно значна частина українців все ще змушена обмежувати витрати на відпочинок, туризм, задоволення культурних потреб.

Після значного скорочення у 2014–2015 роках, обумовленого об'єктивними причинами, спостерігаємо зростання кількості іноземних громадян, які приїждять в Україну у приватних справах, із бізнесовими цілями, у межах культурного чи спортивного обміну, релігії або з метою туризму.

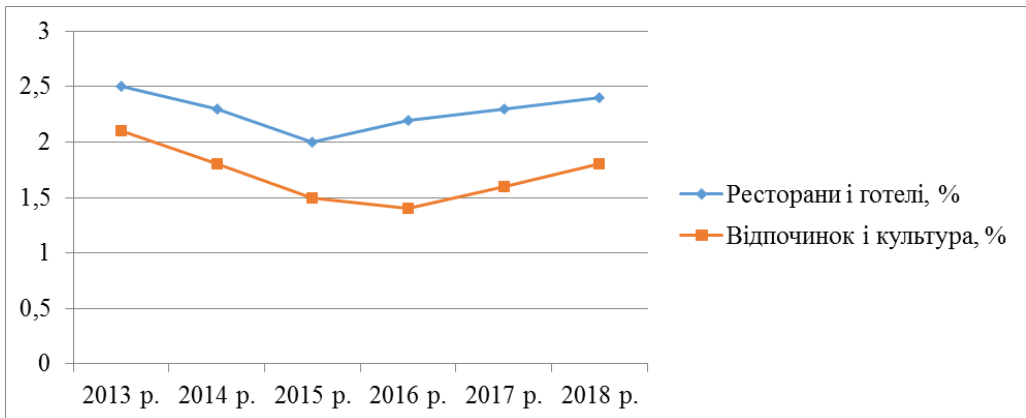


Рис. 1. Динаміка часток витрат на ресторани, готелі, відпочинок і культуру у сукупних витратах домогосподарств, %

Джерело: розроблено авторами за даними Державної служби статистики

Fig. 1. Dynamics of expenditure on restaurants, hotels, leisure and culture in total household expenditure, %

Source: developed by the authors State Statistics Service

Іноземці створюють додатковий попит на послуги готелів та ресторанів. Так, за даними державної статистики, у 2018 році послугами колективних засобів розміщення включно із хостелами, пансіонатами тощо скористалися 917,9 тис. іноземців, що становить 13,1 % від загальної кількості гостей.

Послуги з розміщення та проживання надають готелі та аналогічні засоби розміщення, які є суб'єктами підприємницької діяльності – фізичними та юридичними особами (табл. 1).

Табл. 1. Готелі та аналогічні засоби розміщення в Україні у 2018 р.

Tabl. 1. Hotels and similar accommodation in Ukraine in 2018

Показники	Усього	У тому числі:	
		Юридичні особи	Фізичні особи-підприємці
Кількість закладів, од.	2777	789	1988
Кількість місць, од.	135 327	74 198	61 129
Кількість номерів, од.	71 132	39 589	31 543
Середня місткість закладу, місць номерів	48,73	94,04	30,75
Кількість гостей, осіб, у т. ч. іноземців, осіб	25,61	50,18	15,87
Кількість гостей, осіб, у т. ч. іноземців, осіб	5 410 242	3 747 656	1 662 586
Частка іноземних гостей, %	873 861	782 880	90 981
Кількість ночівель, у т. ч. ночівель іноземців	16,15	20,89	5,47
Кількість ночівель, у т. ч. ночівель іноземців	10 092 526	7 103 662	2 988 864
Частка ночівель іноземців, %	1 748 422	1 568 950	179 472
	17,32	22,09	6,00

Джерело: розроблено авторами за даними Державної служби статистики
 Source: developed by the authors State Statistics Service

Як бачимо з даних табл. 1, переважна більшість закладів готельного бізнесу (71,6 %) належить фізичним особам-підприємцям. Водночас за кількістю місць та номерів переважає частка готелів-юридичних осіб, яка становить відповідно 54,8 та 55,7 %, тобто фізичні особи-підприємці утворюють готелі переважно малої місткості. Ще меншою є частка ФОПів в обсягах наданих готельних послуг за кількістю гостей (20,9 %) і ночівель (22,1 %).

Потрібно з'ясувати: наявне домінування ФОПів у готельному бізнесі обумовлене об'єктивними перевагами мікропідприємництва чи є тимчасовим явищем, обумовленим поточною кон'юктурою?

Невеликі заклади, наприклад, сезонні готелі, придорожні готельно-ресторанні комплекси тощо малої місткості (до 20 номерів), не вимагають значних початкових інвестицій і тому є привабливими для фізичних осіб-підприємців. Перевагами ведення бізнесу фізичними особами-підприємцями є:

- швидка реєстрація, пільгове оподаткування, спрощена звітність, відсутність корпоративних конфліктів;
- швидка адаптація до місцевих умов господарювання;
- незалежність дій (порівняно з великими підприємствами);

- гнучкість і оперативність при прийнятті рішень;
- відносно невеликі витрати на ведення справи, у т. ч. управління;
- більші можливості для реалізації потенціалу особи;
- незначні початкові капіталовкладення;
- більша схильність до інновацій;
- висока оборотність вкладеного капіталу.

Водночас фізична особа – підприємець несе повну відповідальність за зобов'язаннями, має мінімальний доступ до фінансових ринків, не є платником податку на додану вартість, що обмежує корпоративні замовлення. Тому збільшення масштабу бізнесу часто обумовлює необхідність утворення юридичної особи – унітарного підприємства або господарського товариства.

Законодавець передбачив пільгові умови для фізичних осіб-підприємців із метою розвитку малого підприємництва, забезпечення самозайнятості населення. На жаль, на практиці перевагами малого бізнесу також користуються несумлінні підприємці в різних галузях економіки, у тому числі у сфері гостинності. Ймовірно, певна частина ФОПів штучно зменшують параметри готельного бізнесу з метою мінімізації податків. У готелях і ресторанах поширена практика, коли окремі напрями діяльності єдиного бізнесу штучно оформлюються на різних фізичних осіб-підприємців (наприклад, у ресторані – кухня і бар). У результаті підприємці заощаджують на податках, а державний і місцеві бюджети недоотримують кошти. Подібні схеми дозволяють несумлінним підприємцям мінімізувати податкові і соціальні виплати і за рахунок цього отримувати короточасну конкурентну перевагу, але призводять до зменшення надходжень до державного і місцевих бюджетів, соціальних фондів, обмежують привабливість бізнесу для сумлінних інвесторів, у тому числі іноземних.

Також у підприємствах гостинності поширена практика виплати частини заробітної плати у «конверті». Опосередковано на це вказують дані державної статистики щодо розміру оплати праці за видами економічної діяльності. Так, у 2018 р. середньомісячна заробітна плата найманих працівників становила 8865 грн, а в готелях і ресторанах – лише 5875 грн, тобто на 33,7 % менше за середню. Непрозора заробітна плата порушує трудові права найманих працівників і є одним із чинників, що спонукають до трудової міграції.

Готелі середньої і великої місткості як правило є юридичними особами – унітарними підприємствами або господарськими товариствами. Найчастіше готелі-юридичні особи утворюються у вигляді товариства з обмеженою відповідальністю. У 1990-ті роки під час приватизації частина державних готелів була перетворена на акціонерні товариства.

Зауважимо, що організаційно-правова форма господарювання сама по собі не впливає на результати та ефективність господарської діяльності готелю. Разом із тим, необхідно враховувати певні особливості механізму управління різних форм підприємництва. Відповідно до законодавства України організаційно-правовий статус підприємства визначається власником (власниками). Наприклад, товариства з обмеженою відповідальністю визначаються швидкою реєстрацією, можливістю оперативного втручання власників у дії виконавчого органу. Водночас у них застосовується складна і тривала процедура виходу зі складу товариства (відчуження частки), обмежений доступ до фондового ринку. Перевагами акціонерних товариств є доступ до фондового ринку, можливість продажу акцій акціонерами,

наявність органів корпоративного управління, що забезпечують контроль за діяльністю підприємства. Але при цьому потрібно враховувати необхідність додаткових витрат на корпоративне управління, тривалу реєстрацію емісії акцій, необхідність оприлюднення складу акціонерів і результатів діяльності, відсутність контролю за зміною складу акціонерів (для публічних акціонерних товариств).

На практиці при виборі організаційної форми підприємства враховують такі чинники, як масштаб бізнесу, оподаткування, відповідальність, контроль, доступ до фінансових ринків, механізм зміни власника тощо (табл. 2).

Табл. 2. Порівняльна характеристика організаційно-правових форм підприємства в готелях

Tabl. 2. Comparative characteristics of organizational and legal forms of entrepreneurship in hotels

Критерії	Фізична особа – підприємець (ФОП)	Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ)	Приватне акціонерне товариство (ПрАТ)	Публічне акціонерне товариство (ПАТ)
Масштаб бізнесу	* (малий)	*** (будь-який)	**	* (великий)
Потреба в капіталі	*	*	**	***
Швидкість створення, реєстрації	***	***	**	*
Гнучкість, адаптація до змін	***	***	**	**
Контроль	***	***	**	*
Витрати на корпоративне управління	- (відсутні)	*	**	***
Доступ до фінансових ринків	*	**	**	***
Ризик «недружного» поглинання	- (відсутній)	*	**	***

Зауважимо, що у разі потреби власники можуть змінювати організаційно-правову форму підприємства. Наприклад, підприємець може відкрити малий готель без утворення юридичної особи, а у подальшому у міру збільшення масштабу бізнесу реєструвати юридичну особу, залучати партнерів.

На нашу думку, оптимальною організаційно-правовою формою підприємства для готелів середньої місткості є товариство з обмеженою відповідальністю. Великі готелі краще утворювати у вигляді приватних чи публічних акціонерних товариств. На практиці акціонерні товариства більш привабливі для іноземних інвесторів.

Сьогодні в Україні поширюються відносно нові організаційні форми управління підприємствами у сфері гостинності, зокрема в готелях і ресторанах. Так, у ресторанному бізнесі переважають франчайзингові відносини, особливо в закладах «fast food», ресторанах національної кухні, піцеріях, кав'ярнях тощо, а в готельному бізнесі – контрактне управління. При контрактному управлінні операторами (управляючими компаніями) часто виступають відомі світові брен-

ди, які мають багаторічний досвід управління кращими готелями. Перевагами контрактного управління для операторів є можливість розширення ринкової частки, отримання доходу при мінімальних витратах, відсутність платежів власнику. Водночас оператор має враховувати, що його дохід буде обмежуватися розміром винагороди, зазначеним у контракті, і залежати від фінансового стану підприємства. Крім того, оператор може втратити контракт на управління після його закінчення.

На нашу думку, прихід в Україну відомих світових готельних операторів дозволить забезпечити інноваційний розвиток галузі, підвищення якості готельних послуг, сприятиме зростанню сфери гостинності.

Висновки та обговорення результатів

Результати проведеного дослідження особливостей застосування організаційно-правових форм підприємництва в готельному бізнесі дозволили зробити такі висновки:

Після значного скорочення у 2014–2015 роках в Україні відбувається відновлення і динамічне зростання попиту на послуги гостинності.

Сьогодні 71,6 % готелів і аналогічних засобів розміщення зареєстровані як фізичні особи-підприємці. Переважно ФОПам належать готелі малої місткості.

Законодавець передбачив пільгові умови для фізичних осіб-підприємців із метою розвитку малого підприємництва, забезпечення самозайнятості населення. На жаль, цими перевагами користуються несумлінні підприємці, у тому числі в готельному бізнесі, що призводить до негативних наслідків, зокрема, зменшення надходжень до бюджетів, соціальних фондів.

При виборі організаційно-правової форми підприємництва враховують такі чинники, як масштаб бізнесу, оподаткування, відповідальність, контроль, доступ до фінансових ринків, механізм зміни власника тощо.

Перспективним є поширення контрактної організаційної форми управління готелями.

СПИСОК ПОСИЛАНЬ

- Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму. (2019). Державна служба статистики України. Взято з www.ukrstat.gov.ua.
- Мельниченко, С.В. (2014). Готельні мережі на ринку туристичних послуг України. *Вісник Київського національного торгово-економічного університету*, 3, 5-15.
- Смолін, І.В. (2004). *Стратегічне планування розвитку організації*. Київ: Київський національний торгово-економічний університет.
- Annual Report. (2017). World Tourism Organization. Retrieved from <http://www2.unwto.org/publication/unwto-annual-report-2017>.
- Ansoff, H.I., Kipley, D., Lewis, A.O., Helm-Stevens, R., & Ansoff, R. (2019). *Implanting Strategic Management* (3rd ed.). San Diego, CA: Palgrave Macmillan.
- Porter, M.E. (1998). *On Competition*. Boston, MA: Harvard Business School.

REFERENCES

- Annual Report. (2017). World Tourism Organization. Retrieved from <http://www2.unwto.org/publication/unwto-annual-report-2017> [in English].
- Ansoff, H.I., Kipley, D., Lewis, A.O., Helm-Stevens, R., & Ansoff, R. (2019). *Implanting Strategic Management* (3rd ed.). San Diego, CA: Palgrave Macmillan [in English].
- Kilkist turystiv, obsluhovanykh turoperatoramy ta turahentamy, za vydamy turyzmu [Number of tourists served by tour operators and travel agents by type of tourism]. (2019). State Statistics Service of Ukraine. Retrieved from www.ukrstat.gov.ua [in Ukrainian].
- Melnychenko, S.V. (2014). Hotelni merezhi na rynku turystychnykh posluh Ukrainy [Hotel chains in the tourist services market of Ukraine]. *Herald of the Kyiv National University of Trade and Economics*, 3, 5-15 [in Ukrainian].
- Porter, M.E. (1998). *On Competition*. Boston, MA: Harvard Business School [in English].
- Smolin, I.V. (2004). *Stratehichne planuvannia rozvytku orhanizatsii [Strategic planning of organization development]*. Kyiv: Kyivskiy natsionalnyi torhovo-ekonomichnyi universytet [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції: 04.11.2019

УДК 640.4:334.7

Михаил Манов,
кандидат экономических наук,
Киевский национальный университет
культуры и искусств,
Киев, Украина,
michaelmanov1@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-6217-5768>

Татьяна Ткаченко,
кандидат географических наук,
Киевский национальный университет
культуры и искусств,
Киев, Украина,
todria@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0001-9447-567X>

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ГОСТИНИЦАХ: АРГУМЕНТЫ ВЫБОРА

Актуальность. В настоящее время сфера гостеприимства и в том числе гостиничный бизнес динамично растет и становится важной составляющей национальной экономики. Потенциально высокая рентабельность при относительно небольших начальных капиталовложениях обуславливают инвестиционную привлекательность гостиничного бизнеса для инвесторов. При создании гостиницы инвесторы должны выбрать организационно-правовую форму хозяйствования, разработать организационно-экономический механизм управления предприятием, который позволит удерживать и улучшать позицию предприятия на конкурентном рынке, удовлетворять потребности потребителей, адекватно и оперативно реагировать на изменения внешней среды и стабильно развиваться. **Предметом исследования являются** особенности выбора оптимальной организационно-правовой формы хозяйствования в гостиничном бизнесе. **Цель исследования заключается** в определении факторов влияния на выбор организационно-правовых форм предпринимательства в гостиничном бизнесе. **Методы исследования.** Исследование проводилось путем изучения законодательных актов Украины, научных публикаций по вопросам управления гостиницами, данных статистики, экспертных оценок. **Результаты.** Основные теоретические и практические результаты, которые определяют новизну и практическую значимость исследования, заключаются в определении организационно-правовой формы предпринимательства как одного из ключевых элементов в эффективном управлении гостиницей. **Выводы и обсуждения.** Установлено, что организационно-экономический механизм хозяйствования, и в том числе организационно-правовая форма предпринимательства, являются одним из важных факторов обеспечения долгосрочной конкурентоспособности гостиниц. Выбор оптимальной организационно-правовой формы предпринимательства зависит от масштаба бизнеса и других факторов.

Ключевые слова: гостиницы, гостеприимство, организационно-правовая форма предпринимательства, физическое лицо – предприниматель, хозяйственное общество.

UDC 640.4:334.7

Mykhailo Manov,
Ph.D. in Economic Sciences,
Kyiv National University of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine,
michaelmanov1@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-6217-5768>

Tetiana Tkachenko,
Ph.D. in Geographic Sciences,
Kyiv National University of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine,
todria@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0001-9447-567X>

ORGANIZATION AND LEGAL FORMS OF ENTREPRENEURSHIP IN HOTELS: THE ARGUMENTS ABOUT THE CHOICE

Actuality. Currently, the hospitality industry, including the hospitality industry, is dynamically growing and becoming an important component of the national economy. The potentially high return on relatively low initial investment makes the investment attractiveness of the hotel business to investors. When creating hotels, investors should determine the legal form of business management, develop an organizational and economic mechanism of enterprise management, which will allow maintaining and strengthening the firm's stable position in the competitive market, to meet the needs of consumers, to adequately and promptly respond to changes in the environment and to develop steadily. **The subject of the research** is the peculiarities of choosing the optimal legal form of management in the hotel business. **The purpose of the study** is to determine the factors influencing the choice of legal forms of entrepreneurship in the hotel business. **Research methods.** The research was conducted by working out acts of Ukrainian legislation, scientific publications on hotel management, statistics data, and expert assessments. **Results.** The main theoretical and practical results that determine the novelty and practical significance of the study are to determine the legal form of business as one of the key elements in the effective management of the hotel. **Conclusions and Discussion.** It is established that the organizational and economic mechanism of management and in particular the legal form of entrepreneurship is one of the important factors for ensuring the long-term competitiveness of hotels. The choice of the optimal legal form of entrepreneurship depends on the scale of the business and other factors.

Keywords: hotels, hospitality, organizational and legal form of entrepreneurship, entrepreneur, economic entity.

УДК 640.4:005.342
DOI: 10.31866/2616-7468.2.2.2019.188211

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ АУТСОРСИНГУ В ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Олена Василенко,
кандидат педагогічних наук,
Київський університет культури,
Київ, Україна,
terlen@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0003-4097-7476>
© Василенко О., 2019

Світлана Литвинець,
магістрант,
Київський національний університет
культури і мистецтв,
Київ, Україна,
svlitvinets@gmail.com
© Литвинець С., 2019

Актуальність досліджень полягає у вирішенні нагальних питань розробки та впровадження напрямів аутсорсингу підприємствами індустрії гостинності в Україні, що дозволить підвищити конкурентоспроможність та економічну ефективність галузі. **Мета досліджень.** Наукове обґрунтування доцільності використання механізмів аутсорсингу у сфері готельно-ресторанного бізнесу. Визначення напрямів підвищення конкурентоспроможності закладів гостинності, а також особливостей використання аутсорсингу як інструменту інноваційного управління персоналом. **Методи.** Поєднують аналіз теоретичної основи поняття та проблематику практичного використання аутсорсингу в індустрії гостинності. Наукова новизна статті полягає в дослідженні європейського досвіду використання інструментів аутсорсингу в закладах гостинності та визначенні перспективи розвитку системного підходу управління у сфері готельно-ресторанного бізнесу в Україні. **Висновки.** Проаналізовано ефективність використання технологій аутсорсингу. Запропоновано напрями вдосконалення інформаційної комунікації для підвищення ефективності використання аутсорсингу підприємствами сфери гостинності, а саме електронний ресурс для пошуку спеціалізованих компаній підбору персоналу для підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

Ключові слова: індустрія гостинності, ефективний аутсорсинг, інновації, аутсорсинг, управління, готельно-ресторанний бізнес, конкурентоспроможність підприємств.

Актуальність проблеми

Постановка проблеми. Світовий досвід індустрії гостинності демонструє важливе значення аутсорсингу в рамках підвищення конкурентоспроможності готельно-ресторанних підприємств, що зумовлене покращенням якості наданих послуг, таких як маркетингові, технологічні і соціально-культурні, шляхом залучення спеціалізованих компаній та делегуванням визначених повноважень. Один із найважливіших чинників ефективності використання аутсорсингу в готельно-ресторанному бізнесі – мінімізація виробничих витрат підприємства, оптимізація часу, а також зниження собівартості пропонованих послуг.

Технології аутсорсингу набули високого значення завдяки глобалізації господарської діяльності та використанню інноваційних технологій, що сприяє співпраці з компаніями різної спеціалізації, незважаючи на їх місце розташування, – ресторан в Україні користується послугами компанії зі США, готельні комплекси

високого рівня залучають висококваліфікованих спеціалістів із-за кордону, заклад гостинності в Європі користується ІТ-підтримкою української компанії.

В сучасних умовах підприємства готельно-ресторанної галузі постійно користуються інструментами аутсорсингу, але не досягають ефективності, що зумовлено браком інформації та наукових досліджень даної теми, а саме:

- шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства;
- можливість залучення висококваліфікованого персоналу;
- механізми зменшення виробничих витрат;
- інноваційні напрями використання аутсорсингу.

Стан вивчення проблеми. Основні наукові дослідження щодо ефективності використання аутсорсингу в індустрії гостинності спрямовані на теоретичну складову поняття, практичне значення напрямів аутсорсингу майже не розкриті. Важливі питання застосування системного підходу управління готельно-ресторанними підприємствами розкрили в наукових працях С. Бурого (2014), М. Kucharski (2018) та інші.

Невирішені питання. Враховуючи активний розвиток інноваційних процесів у готельно-ресторанній галузі та економічному просторі в цілому, доцільно висвітлити такі питання, як інноваційні підходи використання аутсорсингу в готельно-ресторанних підприємствах, прогресивні методи підвищення конкурентоспроможності закладів готельно-ресторанного господарства, стратегічне управління в індустрії гостинності.

Мета і методи досліджень

Мета статті – наукове обґрунтування ефективності впровадження аутсорсингу як інноваційного методу управління в готельно-ресторанній галузі та його практичне використання як інструменту підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Методологічною основою дослідження є теоретичні засади використання технологій аутсорсингу, які розглядаються в контексті використання підприємствами його інноваційних механізмів, дослідження стратегічних методів управління підприємствами готельно-ресторанної галузі, аналіз практичного значення аутсорсингу в індустрії гостинності.

Методи дослідження – загальнонаукові системно-ситуаційні для розкриття змісту та сутності механізмів аутсорсингової діяльності в готельно-ресторанному бізнесі; інформаційно-логічне моделювання для дослідження структур та класифікацій аутсорсингової діяльності на підприємствах; статистичні і експертні методи обробки даних та методи прогнозування для виявлення сучасних тенденцій розвитку аутсорсингової діяльності в індустрії гостинності.

Інформаційну базу дослідження склали нормативна, законодавча база, статистичні дані, публікації вітчизняних та зарубіжних вчених, матеріали науково-практичних конференцій, електронні ресурси, періодичні видання.

Результати дослідження

Аутсорсинг – сучасна методологія створення високоефективних та конкурентоспроможних організацій в умовах жорсткої конкуренції трьох економічних центрів, утворених на початку 21 століття в світі, – США, Японії та Європи.

Дослідження механізмів аутсорсингу дозволяє виділити основну перевагу, що полягає у можливості зосередитися на ключових компетенціях підприємств та реалізувати ті завдання, які визначають успіх компанії на ринку і є ключовими факторами ефективності (Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б.).

Готельно-ресторанні підприємства можуть обирати власні форми застосування аутсорсингу, а саме:

- повний аутсорсинг: готельно-ресторанне підприємство повністю передає певну функцію на виконання підрядній компанії;
- частковий аутсорсинг: підприємство передає частину своїх певних завдань;
- сумісний аутсорсинг: форма взаємодії, за якої замовник співпрацює одразу із кількома аутсорсерами;
- проміжний аутсорсинг: залучення фахівців до виконання основних бізнес-процесів туристичного чи готельного підприємства;
- трансформаційний аутсорсинг: залучення аутсорсера, який повністю реорганізовує діяльність закладу гостинності, створює нову базу знань і навичок, розробляє новий кінцевий продукт чи послугу.

Доцільно виділити прямий та опосередкований аутсорсинг.

Прямий аутсорсинг передбачає співпрацю безпосередньо з виконавцем послуг.

Опосередкований аутсорсинг характерний для випадків, коли аутсорсер бере на себе виконання частини виробничого циклу та надає послуги для основного підприємства.

На сьогодні конкуренція змушує вибирати правильну стратегію управління. На підприємства галузі гостинності впливає безліч факторів, включаючи витрати на виробництво та дистрибуцію, рівень інтеграції виробництва та капіталу, якість продукції, розвиток технологій, ефективна організація компанії та система управління. Раціонально використовуючи аутсорсинг, з'являється можливість впливати на фактори, які вирішують питання конкурентоспроможності.

Підтримуючи високий рівень конкурентоспроможності, компанії зберігають та збільшують свою частку на ринку, а також посідають сталі позиції в довгостроковій перспективі.

Підприємства, віддаючи перевагу аутсорсингу, можуть отримати більше можливостей та довіри споживачів, при цьому мінімізувавши ризики, що робить їх послугу ефективнішою та більш продуктивною.

«Приймаючи рішення про залучення аутсорсингу, компанії часто керуються такими його перевагами:

- Фактор, що сприяє попиту. Залучення додаткових трудових ресурсів.
- Зниження витрат. Скорочення виплат, а також відсутність додаткового соціального пільгового пакета, який роботодавець надає своїм штатним співробітникам, заміна існуючих працівників.
- Гнучкість при розподілі витрат. Включає в себе складання плану-графіка робіт, мобільність і скорочення постійного штату співробітників, залучення тимчасової робочої сили залежно від необхідності.
- Доступ до найкращих людських ресурсів із професійними навичками може досягатися шляхом заміщення існуючих співробітників. Доступ до локального резерву робочої сили та методів, доступних третім незалежним компаніям.

– Передбачувані, стандартизовані (міжнародні) процеси. Керівництво та якість контрактних робіт, вплив на маржу та чистий прибуток постачальників.

Концентрація капіталу та перебалансування регуляторних або бізнес-ризиків. Особливо застосовне до сектора фінансових послуг. Концентрація професійних навичок, технологій і внутрішня взаємодія для вирішення поставлених завдань.

Проте практика застосування аутсорсингу в багатьох країнах може викликати також негативне ставлення. Противники виступають проти аутсорсингу, аргументуючи втрату робочих місць під час дислокації виробничих процесів, що особливо відчутно у промисловому секторі. На захист аутсорсингу наводяться аргументи про більш ефективний розподіл ресурсів, що, своєю чергою, відповідає природі вільної ринкової економіки у світі» (Стахурська, 2017).

Необхідно зазначити, що в науковій літературі зустрічаються терміни, тотожні аутсорсингу:

- shrinking – скорочення, стиснення організації;
- downsizing – зменшення організації;
- delevering – обмеження числа рівнів управління;
- spinoff – виокремлення одиниць бізнесу або структури;
- екстерналізація – передача контролю над виконанням певної функції компанії, що спеціалізується в конкретній сфері.

Однак усі вони лише в окремому випадку застосовуються в методології аутсорсингу.

Огляд літератури, присвяченої аутсорсингу, свідчить про те, що автори використовують різні типи підрозділів, класифікацій та моделей для кращого опису цього явища, а також намагаються надати керівництво для оптимізації процесу впровадження та управління аутсорсингом в організаціях. Публікації окремих авторів різною мірою акцентують увагу на питаннях аутсорсингу, але багато хто має спільну точку зору.

Основним напрямом, що з'являється у дослідницьких публікаціях, є огляд поняття аутсорсингу. Інші повторювані інструменти включають презентацію еволюції аутсорсингу (Kawa, 2017), цілей його використання або переваг від його використання, типи аутсорсингу, поділені на різні критерії (Korczyński, 2010), принципи, пов'язані з його впровадженням (Power, Desouza, & Bonifazi, 2008), а також помилки, пов'язані з його використанням (Vitasek, Ledyard, & Manrodt, 2011). Коефіцієнт аутсорсингу стратегічної діяльності може поєднуватися з такими перевагами: трансформація/реструктуризація організації, вдосконалення інновацій, гнучкість та адаптованість, зниження витрат і ризику, а також підвищення вартості підприємства (Nowicka, 2016). Мотивами його використання є своєрідний синонім переваг, якими керуються готельно-ресторанні підприємства, використовуючи аутсорсинг бізнес-процесів. Найпоширенішим мотивом зазначеного є бажання зменшити та контролювати експлуатаційні витрати (79 %). Серед мотивів використання аутсорсингу відповідно займають (Radło, 2011):

- орієнтація на основний бізнес – 64 %;
- доступ до раніше незареєстрованих ресурсів – 54 %;
- зниження ризику – 31 %;
- реорганізація бізнес-процесів – 29,5 %;
- звільнення власних коштів – 25,5 %;

- прагнення до впровадження складних процесів – 23,5 %;
- швидке обслуговування клієнтів – 20,5 %;
- зміна структури витрат (від капіталу до оперативної) – 19 %.

Дані про причини використання аутсорсингу, окремі сфери діяльності організації та, серед іншого, страхи, пов'язані з використанням аутсорсингу, можна знайти в різних видах звітів, що стосуються цієї сфери господарських операцій (Kucharski, Grzeganeek-Więcek, & Chudy, 2018).

Обмінюючись послугами, які найчастіше передаються в аутсорсинг, можна виділити: бухгалтерський облік, ІТ-послуги, кадрові послуги та послуги із нарахування заробітної плати, кол-центр, обслуговування клієнтів, аутсорсинг HR.

Окрім стандартних послуг аутсорсингу, актуальними стають такі нововведення в галузі гостинності, як доступ до новітніх технологій, а саме:

- новітні системи безпеки;
- екологічні технології;
- електронні системи управління;
- модернізація автоматизованих систем контролю;
- використання прогресивних галузевих технологій.

Іноді аутсорсингові проекти часто спонтанно народжуються з необхідності. Єдиний бухгалтер звільняється, і протягом чотирьох тижнів необхідно знайти нове рішення. Для кожного проекту аутсорсингу необхідна досконала підготовка, крім того, багато хто думає лише про економію коштів, не розуміючи реальних переваг ефективного аутсорсингу. Іншими цілями може бути досягнення конкурентоспроможної переваги за рахунок поліпшення якості обслуговування, використання сучасних технологій, посилення залучення працівників та надбання вузько спеціалізованих знань.

В дослідженнях застосування аутсорсингу також було визначено, що «застосування аутсорсингу та подальше залучення підприємств-аутсорсерів у практичну діяльність готельно-ресторанного господарства сприятиме зменшенню підприємницького ризику, підвищенню якості організації бізнес-процесів, ефективного використанню ресурсів та адаптації підприємства до сучасних вимог. Аналіз підприємств готельного господарства, які успішно здійснюють інноваційну діяльність, показує, що спонукальним мотивом для розробки інновацій є бажання і прагнення керівництва вести стратегічну діяльність у цілому і, зокрема, інноваційну. Іншою основною умовою для впровадження інновацій є наявність ефективної системи маркетингу, що забезпечує зв'язок підприємства з кінцевим споживачем готельного продукту з метою постійного виявлення нових явних і прихованих потреб споживачів щодо якості продукції та готельної послуги. Ця умова є визначальною, оскільки успіх мають лише ті нововведення, які надають кінцевому споживачу нові вигоди. Одним з основних чинників підвищення привабливості підприємств готельного господарства є інвестиції в реальні та фінансові активи підприємства, що забезпечує його конкурентоздатність. З іншого боку, прийнято вважати, що основним інструментом підвищення вартості підприємств є інновації» (Бурий, 2014).

Зміст інноваційного менеджменту позначається на результатах виробничої діяльності персоналу підприємств. Йдеться про розробку й запровадження інноваційної продукції з метою надання їй більшої оригінальності; зняття з виробництва застарілої продукції, залучення до виробничої діяльності нових ресурсів

і нових технологій; освоєння нових методів організації виробництва та праці персоналу підприємств тощо.

Плануючи проект аутсорсингу, підприємства повинні чітко визначати, які саме цілі слід переслідувати та які показники використовувати для вимірювання якості.

Необхідно створити детальний профіль вимог і використовувати його як основу для конкурсу пропозицій або тендерів. Якщо немає внутрішніх експертів, допомогу слід шукати у спеціалізованих консультантів.

Визначення виміру успіху в аутсорсингових проектах є надзвичайно важливим. Повинні бути враховані витрати, якість та цілі.

З точки зору юридичної сторони питання, контракт на аутсорсинг часто передбачає тривалий термін співробітництва, оскільки постачальник послуг також повинен комплектувати та утримувати співробітників. Тим не менш, слід скласти чіткі спеціальні угоди про припинення співробітництва, оскільки стандарти якості, задоволеність потреб споживачів та комфортні умови для працівників мають прямий та значний вплив на результати діяльності готельно-ресторанного підприємства.

Контракт також повинен супроводжувати спеціаліст із трудових відносин, оскільки той факт, що службовці більше не перебувають на заробітній платі готелю, не звільняє управлінця від його відповідальності за юридично-правові договори. Договори повинні виключати численні ризики, включаючи неправдиву самозайнятість (якщо постачальник послуг працює лише для вашого підприємства), дотримання законодавчих вимог у контрактах працівника та дотримання мінімальної заробітної плати або встановленого законом робочого часу.

На українському ринку представлена незначна кількість фірм, які пропонують послуги аутсорсингу для готельно-ресторанної сфери. Можна виділити наступні компанії:

– Компанія «Johnny Worker». Із моменту свого заснування стабільно і успішно працює на ринку аутсорсингу персоналу. Компанії «Johnny Worker» вдалося об'єднати в команду кращих HR менеджерів столиці і завоювати репутацію надійного і результативного партнера. Доволі часто виникає гостра необхідність у залученні додаткового персоналу. Компанія допомагає вирішити це питання. Є можливість замовити персонал у столиці і в інших містах України, умови обговорюються. Гнучка цінова політика і грамотний менеджмент дозволяють завжди знаходити компроміси («Аутсорсинг персонала», 2019).

– Компанія «Sigma». Сучасна компанія, яка динамічно розвивається та працює на ринку надання персоналу в аутсорсинг і лізинг в Україні. Компанія використовує накопичений досвід, постійно вдосконалює і розвиває сферу послуг, що надаються. Застосовуючи отримані вміння та навички, співробітники компанії прагнуть, щоб кожен новий проект був кращим за попередній. Основними напрямками діяльності компанії «Sigma» є: аутсорсинг персоналу, лізинг персоналу (торгові мережі, гіпермаркети, супермаркети, склади, ресторани, готелі) («Компанія з надання тимчасового персоналу», 2019).

– «Імпел Гріфін». Це величезна команда людей, які мають за своїми плечима багаторічний досвід у сфері обслуговування нерухомості («Познайомтесь з нами ближче», 2019).

– «MilinaOutsourcing». Впроваджена компанією модель аутсорсингу спрямована на заміщення управлінського складу закладу готельно-ресторанного бізнесу працівниками на контрактній основі, що дозволяє не тільки оптимізувати робочі процеси та утримати контроль, на відміну від стандартних договорів управління, а й зекономити кошти на утриманні численної кількості керівницького складу:

- зовнішнє управління готельними та ресторанными комплексами;
- комплексний готельний консалтинг;
- розробка і впровадження готельних проектів;
- управлінський аутсорсинг малих готелів;
- навчання персоналу;
- послуга «Таємний гість»;
- різні форми оцінки діяльності готелів, включаючи повний фінансовий аналіз;
- тимчасовий персонал для готелів та ресторанів («Ваш надійний партнер у готельному бізнесі», 2019).

Основними перешкодами для розвитку аутсорсингу в Україні вбачають складнощі інспекції діяльності аутсорсера, нестабільність економічного стану та ненадійність відносин між партнерами. Також важливим фактором постає державна підтримка розвитку аутсорсингу. Не дивлячись на недоліки, запровадження аутсорсингу в галузі готельно-ресторанного бізнесу дозволяє підприємствам ефективно функціонувати та зберігати конкурентоспроможність на ринку (Газуда & Салдан, 2015).

На нашу думку, механізми аутсорсингу доцільно розвивати та використовувати у сфері гостинності. Однак існують деякі перешкоди для успішної інтеграції компаній. Основна проблема полягає в налагодженні комунікації між замовниками та підрядниками послуг. Для вирішення даного питання необхідно створити соціальну мережу з пошуку співробітництва, що допоможе мобільно знаходити бізнес-зв'язки. Такий електронний ресурс послугує додатковою мотивацією та контролюючим засобом завдяки перегляданню відгуків на ту чи іншу компанію. Користувач сайту матиме змогу переглянути переваги та недоліки фірм в онлайн-режимі та ознайомитись із прайсом і умовами співробітництва.

Оскільки використання електронних ресурсів посідає чільне місце в сучасному житті, даний сайт значно спростить завдання пошуку співробітників та оптимізує комунікацію між ними. Для компаній, що пропонують послуги аутсорсингу, така пошукова мережа послужить одним із інструментів мотивації та підвищення якості послуг, адже рейтинг їх успішної роботи буде відображатись в оцінках та відгуках на сторінці.

Висновки та обговорення результатів

Для ефективного підвищення конкурентоспроможності сучасних готельно-ресторанних підприємств основним напрямом постає використання нових, інноваційних інструментів управління. У цьому контексті важливе місце займає дослідження як ринкового середовища, так і механізмів ефективного підвищення конкурентоспроможності шляхом використання методів аутсорсингу. Від ефективного використання інноваційних методів у роботі закладу залежить постійне

удосконалення кваліфікації персоналу, якість пропонованих послуг, залучення споживачів, збільшення прибутку закладу.

Тенденція використання аутсорсингу у сфері готельно-ресторанного бізнесу за кордоном демонструє швидкий, сталий розвиток. Досвід іноземних компаній дає змогу перейняти основні продуктивні механізми використання аутсорсингу. Прогресивні підприємства використовують новітні методи пошуку компаній-аутсорсерів, такі як використання електронних мереж та глобальних веб-ресурсів.

У сфері готельно-ресторанного бізнесу України відбуваються зміни на користь використання аутсорсингу, регулярно з'являються нові фірми-аутсорсери, та якість їх послуг значно вдосконалюється, а готельно-ресторанні підприємства починають все частіше звертатися до послуг аутсорсингових компаній.

Широкий спектр видів аутсорсингу свідчить про суттєве розповсюдження і застосування у сфері діяльності готельно-ресторанних послуг.

Отже, використання аутсорсингу доцільно застосовувати в практичній діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Інструменти аутсорсингу сприяють мінімізації ризиків, модернізації бізнес-процесів, ефективному застосуванню ресурсів та пристосування до сучасних вимог.

Результати проведеного дослідження дозволяють використовувати наступні механізми впровадження інструментів аутсорсингу, а саме:

- значно підвищити конкурентоспроможність підприємств індустрії гостинності;
- скоротити постійні витрати підприємств готельно-ресторанного бізнесу;
- модернізувати та покращити якість пропонованих послуг закладу;
- збільшити економічну ефективність діяльності об'єктів готельно-ресторанного господарства.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у визначенні та науковому обґрунтуванні використання аутсорсингу в галузі готельно-ресторанного господарства, методів його ефективного використання та способу поліпшення комунікації суб'єктів ринкових відносин у напрямі аутсорсингових послуг.

Практичне значення одержаних результатів виявляється у впровадженні прикладу електронного ресурсу, що дозволить налагодити комунікацію та ефективність використання інструментів аутсорсингу. Даний механізм посприє стратегічному розвитку глобалізаційних процесів галузі шляхом можливості залучення висококваліфікованих кадрів зі світового простору, модернізації контролю якості аутсорсингових послуг та оптимізації бізнес-комунікацій. Вивчений світовий досвід використання механізмів аутсорсингу демонструє такі переваги: зниження загальних витрат виробництва, зменшення адміністративних витрат та, в цілому, підвищення ефективності підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Проведені дослідження демонструють доцільність використання електронних ресурсів у контексті пошуку аутсорсинг-партнерів, що значно підвищить гнучкість процесів управління та організації аутсорсингового середовища.

Перспективи подальших наукових досліджень за даним напрямом полягають у продовженні впровадження аутсорсингу в готельно-ресторанному бізнесі та покращення даного виду діяльності в Україні.

СПИСОК ПОСИЛАНЬ

- Аутсорсинг персонала в Києве и Україне. (2019). Johnny Worker. Взято из <http://jworker.com.ua/>.
Бурий, С.А. (2014). Інноваційний потенціал у сфері готельно-ресторанного бізнесу та туризму. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*, 5, 2, 201-205.
- Ваш надійний партнер у готельному бізнесі. (2019). Milina Outsourcing. Взято з <https://www.milinaoutsourcing.com/>.
- Газуда, Л.М., & Салдан, Т.Ю. (2015). Аутсорсинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*, 2, 124-128.
- Познайомтесь з нами ближче. (2019). Імпел Гріффін. Взято з <https://www.griffin.ua/uk/companu.html>.
- Стахурська, О. (2017). Аутсорсинг в Україні й у світі: особливості, тенденції та перспективи. *Юрист&Закон*, 38. Взято з http://uz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/EA010850.
- Компанія з надання тимчасового персоналу Sigmar. (2019). Sigmar: outsourcing company. Взято з <https://sigmar.com.ua/>.
- Kawa, M. (2017). *Outsourcing finansowo-księgowy*. Wrocław: Wydawnictwo Marina.
- Kopczyński, T. (2010). *Outsourcing w zarządzaniu przedsiębiorstwem*. Warszawa: PWE.
- Kucharski, M., Grzeganeek-Więcek, B., & Chudy, W. (2018). Wykorzystanie outsourcingu w branży turystycznej na przykładzie nadwiślańskiej agencji turystycznej. *Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 2(42), 89-97. doi: 10.18276/ept.2018.2.42-09.
- Nowicka, K. (2016). *Outsourcing w zarządzaniu zasobami przedsiębiorstwa*. Warszawa: Difin.
- Power, M.J., Desouza, K.C., & Bonifazi, C. (2008). *Outsourcing: Podręcznik sprawdzonych praktyk*. Warszawa: MT Biznes.
- Radło, M.J. (2011). *Outsourcing w praktyce*. Warszawa: Wydawnictwo Poltext.
- Vitasek, K., Ledyard, M., & Manrodt, K. (2011). *Zaangażowany outsourcing : pięć zasad, które zmienią oblicze outsourcingu*. Warszawa: MT Biznes Sp.

REFERENCES

- Autsorsing personala v Kieve i Ukraine [Outsourcing of staff in Kiev and Ukraine]. (2019). Johnny Worker. Retrieved from <http://jworker.com.ua/> [in Russian].
- Buryi, S.A. (2014). Innovatsiinyi potentsial u sferi hotelno-restorannoho biznesu ta turizmu [Innovative potential in the sphere of hotel and restaurant business and tourism]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, 5, 2, 201-205 [in Ukrainian].
- Hazuda, L.M., & Saldan, T.Yu. (2015). Autsorsynh yak instrument pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Outsourcing as an Instrument for Improving the Competitiveness of an Enterprise]. *Naukovyi visnyk Mukachivskoho derzhavnoho universytetu*, 2, 124-128 [in Ukrainian].
- Kawa, M. (2017). *Outsourcing finansowo-księgowy [Financia landaccountin goutsourcing]*. Wrocław: Wydawnictwo Marina [in Polish].
- Kompaniia z nadannia tymchasovoho personalu Sigmar [Sigmar Temporary Staffing Company]. (2019). Sigmar: outsourcing company. Retrieved from <https://sigmar.com.ua/> [in Ukrainian].
- Kopczyński, T. (2010). *Outsourcing w zarządzaniu przedsiębiorstwem [Outsourcing in business management]*. Warszawa: PWE [in Polish].

- Kucharski, M., GrzeganeK-Więcek, B., & Chudy, W. (2018). Wykorzystanie outsourcingu w branży turystycznej na przykładzie nadwiślańskiej agencji turystycznej [Use of outsourcing in the tourism industry on the example of the nadwiślańska tourist agency]. *Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 2(42), 89-97. doi: 10.18276/ept.2018.2.42-09 [in Polish].
- Nowicka, K. (2016). *Outsourcing w zarządzaniu zasobami przedsiębiorstwa [Outsourcing in enterprise resource management]*. Warszawa: Difin [in Polish].
- Power, M.J., Desouza, K.C., & Bonifazi, C. (2008). *Outsourcing: Podręcznik sprawdzonych praktyk [Outsourcing: Best Practice Guide]*. Warszawa: MT Biznes [in Polish].
- Poznaiomtes z namy blyzhche [Get to know us closer]. (2019). Impel Hriffin. Retrieved from <https://www.griffin.ua/uk/company.html> [in Ukrainian].
- Radło, M.J. (2011). *Outsourcing w praktyce [Outsourcing in practice]*. Warszawa: Wydawnictwo Poltext [in Polish].
- Stakhurska, O. (2017). Outsorsynh v Ukraini y u sviti: osoblyvosti, tendentsii ta perspektyvy [Outsourcing in Ukraine and in the world: features, trends and prospects]. *Yuryst&Zakon*, 38. Retrieved from http://uz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/EA010850 [in Ukrainian].
- Vash nadiinyi partner u hotelnomu biznesi [Your reliable partner in the hospitality business]. (2019). Milina Outsourcing. Retrieved from <https://www.milinaoutsourcing.com/> [in Ukrainian].
- Vitasek, K., Ledyard, M., & Manrodt, K. (2011). *Zaangażowany outsourcing : pięć zasad, które zmienią oblicze outsourcingu [Involved outsourcing: five principles that will change the face of outsourcing]*. Warszawa: MT Biznes Sp. [in Polish].

Стаття надійшла до редакції: 25.10.2019

УДК640.4:005.342

Елена Василенко,

*кандидат педагогических наук,
Киевский университет культуры,
Киев, Украина,
terlen@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0003-4097-7476>*

Светлана Литвинец,

*магистрант,
Киевский национальный университет
культуры и искусств,
Киев, Украина,
svlitvinets@gmail.com*

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АУТСОРСИНГА В ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Актуальность исследований заключается в решении насущных вопросов разработки и внедрения направлений аутсорсинга предприятиями индустрии гостеприимства в Украине, что позволит повысить конкурентоспособность и экономическую эффективность отрасли. **Цель исследований.** Научное обоснование целесообразности использования механизмов аутсорсинга в сфере гостинично-ресторанного бизнеса. Определение направлений повышения конкурентоспособности заведений гостеприимства, а также особенностей использования аутсорсинга как инструмента инновационного управления персоналом. **Методы.** Сочетают анализ теоретической основы понятия и проблематику практического использования аутсорсинга в индустрии гостеприимства. Научная новизна статьи заключается в исследовании европейского опыта использования инструментов аутсорсинга в учреждениях гостеприимства и определении перспективы развития системного подхода управления в сфере гостинично-ресторанного бизнеса в Украине. **Выводы.** Проанализирована эффективность использования технологий аутсорсинга. Предложены направления совершенствования информационной коммуникации для повышения эффективности использования аутсорсинга предприятиями сферы гостеприимства, а именно электронный ресурс для поиска специализированных компаний подбора персонала для предприятий гостинично-ресторанного бизнеса.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, эффективный аутсорсинг, инновации, аутсорсинг, управление, гостинично-ресторанный бизнес, конкурентоспособность предприятий.

UDC 640.4:005.342

Olena Vasylenko,
Ph.D. in Pedagogical Sciences,
Kyiv University of Culture,
Kyiv, Ukraine,
terlen@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0003-4097-7476>

Svitlana Lytvynets,
Undergraduate,
Kyiv National University of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine,
svlitvinets@gmail.com

FEATURES OF USING OUTSOURCING IN HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

Actuality of problem. The relevance of the research is to address urgent issues of the development and implementation of outsourcing areas of the hospitality industry in Ukraine, which will improve the competitiveness and economic efficiency of the industry. **The purpose of research.** Scientific substantiation of expediency of using outsourcing mechanisms in the sphere of hotel and restaurant business. To identify the directions of increasing the competitiveness of hospitality establishments, as well as the features of using outsourcing as a tool for innovative personnel management. **Methods.** Combine the analysis of the theoretical basis of the concept and the problems of practical use of outsourcing in the hospitality industry. The scientific novelty of the article is to study the European experience of using outsourcing tools in hospitality establishments and to determine the prospects of developing a systematic management approach in the hotel and restaurant business in Ukraine. **Conclusions.** The efficiency of using outsourcing technologies is analyzed. Directions of improvement of information communication for increase of efficiency of use of outsourcing by hospitality industry enterprises are offered, namely electronic resource for search of specialized companies of recruitment for the enterprises of hotel and restaurant business.

Keywords: hospitality industry, effective outsourcing, innovation, outsourcing, management, hospitality business, competitiveness of enterprises.

УДК 640.4:005.511(083.92)
DOI: 10.31866/2616-7468.2.2.2019.188213

ОСОБЛИВОСТІ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ

Віктор Зінченко,
кандидат історичних наук,
Київський національний університет
культури і мистецтв,
Київ, Україна,
zinchenko.sputnik@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-6987-5532>
© Зінченко В., 2019

Актуальність дослідження бізнес-планування в системі сфери обслуговування в сучасних умовах являється об'єктивною необхідністю. По-перше – в силу еволюціонізуючої конкуренції, по-друге – в силу інтеграції України у світовий бізнес-простір, по-третє – по причині росту потреб клієнтів, а саме якості цих потреб. **Мета дослідження.** Вироблення практичних рекомендацій представникам малого та середнього бізнесу сфери обслуговування. **Методика дослідження.** Соціологічне опитування учасників міжнародного туристичного салону «Україна» – UITM' 2019, аналіз роботи системи туристичних підприємств «Супутник», використання аналітичних матеріалів Всеукраїнської асоціації туристичних операторів, власний практичний досвід. **Результатом дослідження** стало виведення певного алгоритму методики складання бізнес-планів для сфери обслуговування. **Висновки та обговорення результатів.** Матеріали дослідження рекомендовані як широкому колу потенційних організаторів готельно-ресторанного і туристичного бізнесу, так і фахівцям існуючих структур сфери послуг.

Ключові слова: бізнес-план, дохідна і витратна частина, рентабельність.

Актуальність проблеми

В умовах еволюціонізуючої конкуренції системи готельно-ресторанних і туристичних послуг важливіше за інше стає одна із складових менеджменту – бізнес-планування. Це підтверджується суттєвим ростом розшарування суб'єктів підприємницької діяльності сфери послуг на категорію успішних, посередніх і малоефективних в зонах свого впливу на клієнтів. За оцінками Всеукраїнської асоціації туристичних операторів, лише кожна третя із зареєстрованих туристичних фірм (туроператорів, турагентів) через рік існування продовжує свою роботу. В той же час, коли готельно-ресторанний і туристичний бізнес стає все більш привабливішим (в силу інтегрування України в Європейський простір, розуміння потенційними споживачами світових стандартів відповідного сервісу) – зростає і беззаперечне питання правильної його побудови, ведення його в умовах ринку, що в свою чергу робить актуальність даної теми абсолютно безспірною і наразі відповідає потребам бізнесу.

Мета і методи дослідження

Мета дослідження обумовлюється розумінням сформувані можливі рекомендації щодо важливості бізнес-планування в системі готельно-ресторанного і туристичного бізнесу; з елементами наукового обґрунтування (в максимально доступній формі) вивести власну формулу – яким чином розпочинати бізнес в обумовленій даною темою сфері послуг та як запобігти потенційно-можливим

кризовим факторам і яким чином стати успішним. Доречно зазначити, що окрім теоретичного осмислення цілої низки наукових джерел, автором використаний досвід понад тридцятирічної участі в туристичному бізнесі і співпраці з готельно-ресторанними суб'єктами підприємницької діяльності. Туристична система «Супутник», досвід якої став предметом дослідження, в силу свого історико-діалектичного розвитку об'єктивно посідає ключове місце в розбудові вище зазначених послуг. Створена в 1985 році як Бюро Міжнародного Молодіжного Туризму «Супутник» (БММТ «Супутник»), вона пройшла всі етапи реформування та етапи впливу на неї політичного і економічного характеру, і посідає своє місце в сучасному ринковому просторі туристичних послуг, ставши за більш як 60 років свого існування школою туристичного бізнесу для тисяч фахівців і своєю професійною лабораторією для десятків тисяч студентів профільних закладів вищої освіти туристичного спрямування.

В числі методів дослідження – соціологічне опитування (шляхом анкетування) більш як тисячі респондентів – учасників міжнародного туристичного салону «Україна» – УІТМ' 2019, з яких понад 80 % вкладання бізнес-плану поставили на одне із провідних місць в системі їх власної маркетингової політики. З подібними висновками співзвучні і результати аналітичної роботи, проведеної в 2018-2019 роках Всеукраїнською асоціацією туристичних операторів. Її члени чітко зазначають прерогативу планування над іншими стратегічно-важливими напрямками діяльності.

Результати дослідження

Результатом дослідження стало виведення певного алгоритму побудови бізнес-плану, а саме питань, які передують його створення, поняття дохідної частини бізнес-плану, поняття витратної частини бізнес-плану, поняття рентабельності туристичного (готельно-ресторанного) підприємства і формування професійних науково-обґрунтованих рекомендацій при цьому.

Результати дослідження покладені в тому числі і в структуру робочої програми «Туристичний менеджмент» для вищих навчальних закладів, які готують майбутніх дипломованих спеціалістів готельно-ресторанної та туристичної сфери.

Результати дослідження адаптовані до курсу підготовки і підвищення кваліфікації спеціалістів готельно-ресторанної і туристичної справи в програмі навчального курсу «Travel School», функціонуючої при товаристві з обмеженою відповідальністю туристичній фірмі «Супутник» (випускниками якої стали понад 500 слухачів) і діючої у співпраці з провідними туроператорами, готелями і ресторанами України, страховими компаніями та іншими зацікавленими структурами.

Результати дослідження покладені в основу проведення спеціалізованих майстер-класів з тематики «Бізнес-планування», які успішно адаптовані в цілому ряді закладів вищої освіти України, що опікуються підготовкою кадрів для сфери готельно-ресторанного і туристичного бізнесу.

Серед великого різноманіття питань організації і ведення готельно-ресторанного і туристичного бізнесу чи не на першому місці стоїть одне із головних – оптимальне бізнес-планування з урахуванням всіх факторів впливу на цей процес.

Нижче наведені фактори, які являються результатами аналітичних досліджень по вивченню науково-практичних джерел даної проблематики, а також діяльності туристичних підприємств «Супутник».

В результаті проведеної аналітичної роботи декларуються фактори, що обумовлюють специфіку побудови бізнес-плану в системі готельно-ресторанних і туристичних суб'єктів підприємницької діяльності.

Перше. Проведення широкомасштабного аналізу конкурентного середовища. Хто (Що) є конкурентами заявленого до формування бізнес-плану суб'єкта? Яким чином конкуренти здійснюють систему продажу своїх послуг? Що представляють собою дані послуги? Які шляхи маркетингової політики здійснюють конкуренти? Яка політика цін реалізується ними на ринку продажу? Які бувають рекламації? Використання яких «ноу-хау» ними застосовується?

Друге. Визначення місії і цілей конкретного суб'єкта підприємницьких послуг в загальному середовищі однорідних виробників послуг. Для прикладу, якщо мова йде про туризм:

- туроператорська чи турагентська діяльність;
- продаж широкого чи вузького сегмента туристичного продукту;
- місцева, регіональна, всеукраїнська чи світова діяльність;
- можлива сезонність бізнесу;
- оцінка потенційних ризиків і переваг.

Третє. Рівень фінансово-економічних можливостей:

- власний рівень фінансів(у тому числі стартових і накопичувальних);
- можливості зайомних ресурсів (кредитування);
- можливість інвестиційних проектів;
- можливість використання партнерських фінансових і інших матеріальних ресурсів;
- готовність до фінансових витрат.

Четверте. Кадровий потенціал

особистий рівень професійної підготовки, в тому числі з урахуванням таких факторів як досвід роботи, реалізація існуючих (чи в минулому) бізнес-проектів подібного тематичного спрямування;

- рівень підготовки можливих юридично-рівноправних бізнес-партнерів;
- рівень підготовки працівників (згідно штату підприємства, за контрактом і т.д.) їх відповідний досвід і результативність попередньої діяльності;
- можливість (в тому числі оперативна) корегування кадрової політики, в тому числі у власний одноосібний спосіб.

Результатом об'єктивних відповідей на вищезазначені питання стає основа, яка буде покладена в бізнес-план того чи іншого суб'єкта туристичного або готельно-ресторанного спрямування або, що саме стане продуктом вироблення і продажу (туристична, готельна чи ресторанна послуга). Продуктом є безпосередньо послуга, що виробляється учасником бізнес-плану. Вона має певні характеристики і певну специфіку, а саме:

- щодо туристичного спрямування: носить віртуальний не матеріалізований характер, потребує її реальної уяви, що буде передувати рішення клієнта щодо її придбання (оплати);
- щодо готельно-ресторанного і туристичного спрямування: не є предметом першої необхідності (даний фактор до недавнього часу взагалі не брався до уваги експертами бізнес-планування і науковцями);

– щодо ефективності її продажу: вона існує в реальному конкурентному просторі, який має всесвітню тенденцію збільшуватися і Україна в цьому процесі не є виключенням.

Тільки в туристичному середовищі України функціонує більше п'яти тисяч суб'єктів туристичної діяльності. В той час як в кінці 90-х років ми мали фактично три структури туристичних фірм, які забезпечували потреби нашого населення – «Інтурист», «Супутник», Бюро подорожей і екскурсій системи профспілок. При цьому ми маємо стійку тенденцію зростання конкуренції, а саме через появу нових туристичних фірм, готелів і ресторанів. Характерним є факт зростання конкурентного середовища за рахунок капіталізації ринку зазначених вище послуг. Неабияку роль в цьому відіграє поява брендів суб'єктів із світовим іменем:

- в туризмі «Coral Travel», «Anex Tour», « TUI»;
- в готельно-ресторанній сфері «Hilton», «InterContinental», «Hyatt», «Radisson» «Fairmont Grand Hotel Kyiv».

Безумовно ними провадяться нові сучасні технології, але вони в той же час створюють головну конкуренцію вітчизняним суб'єктам, змушуючи їх підніматися до світового рівня, а в разі неспроможності ведуть до їх закриття чи банкрутства.

Однозначно позитивний процес не можна не брати до уваги при новоствореному готельно-ресторанному чи туристичному бізнесі.

Практика зазначає, що в класичному варіанті бізнес-план в своїй структурі має дохідну частину та витратну частину.

Співвідношення між дохідною і витратною частинами формує поняття прибутковості і відповідно потенційної рентабельності, досягнення якої є першочерговим основним завданням бізнесу.

Вибудуємо формулу побудови і реалізації дохідної частини бізнес-плану, де (для прикладу):

А, В, С, D і т.д. – являються продуктом бізнес-плану

х – сумою потенційного доходу за період реалізації бізнес-плану (окремо А, окремо В, С і D);

у – сумою потенційного доходу за період конкретного часового періоду-простору від часткової реалізації в цьому періоді А, В, С, D;

z – сума доходу від реалізації усіх видів продукту (А, В, С, D) за увесь період часу, терміном якого обумовлений бізнес-план.

В основу дохідної частини бізнес-плану беруться об'єктивно обумовлені статті (види) потенційного доходу, які є наслідком:

- попередньої діяльності;
- реально існуючих договорів;
- аналізу конкурентного середовища;
- рівня кадрового потенціалу;
- можливостей фінансового характеру;
- результатом цілей і місії.

В свою чергу для формули витратної частини (для прикладу):

А – 1, В – 1, С – 1, D – 1 – стануть статтями потенційних витрат, таких як:

- організація виробництва туристичного, готельного чи ресторанного продукту, необхідність попереднього фінансування послуг, що створюються (попередня «закупка» місць проживання, харчування туристів, екскурсійних послуг, транспортування(авіа, авто тощо), «закупка» технологічного циклу для функціонування готелів і ресторанів, в тому числі продуктів тощо;

- забезпечення реклами своєї продукції, в тому числі з урахуванням віртуальності (нематеріалізованого характеру), зокрема туристичної послуги.
- витрати пов'язані з:
 - 1) оплатою офісу(особливо для туристичних фірм);
 - 2) оплатою комунальних платежів;
 - 3) оплатою функціонування технічних елементів (Інтернет, телефонія програмне забезпечення);
 - 4) оплатою охорони об'єктів, які являються учасниками бізнес-плану;
 - 5) оплатою праці працівників, необхідних для реалізації бізнес-плану;
 - 6) виплатою комісійної винагороди агентам(особливо в сфері туризму)
 - 7) оплатою податків.

Вищезазначене – це лише умовний перелік витрат, які потенційно можуть бути в того чи іншого учасника бізнес-плану. Вони можуть корегуватися в залежності від форми учасника (турфірма, готель, ресторан), місії і цілей його на ринку послуг, рівня конкурентоспроможності, кадрового потенціалу (як фактора оптимізації витрат) та умов його власного фінансового забезпечення (фінансово-економічного рівня).

При цьому:

x_1 – сума потенційних витрат за період реалізації бізнес-плану (окремо А – 1, окремо В – 1, С – 1, D – 1);

y_1 – сума потенційних витрат за період конкурентного часового періоду-простору від часткових витрат в цьому періоді (А – 1, В – 1, С – 1, D – 1);

z_1 – сума витрат від усіх видів витрат А – 1, В – 1, С – 1, D – 1 за увесь період часу, терміном якого обумовлений бізнес-план.

Табл. 1. Дохідна частина бізнес-плану

Tabl. 1. The revenue part of the business plan

Вид продукту	Період	Період	Період	Період	Сума доходу, грн
А	+	+	+	+	= X
В	+	+	+	+	= X
С	+	+	+	+	= X
D	+	+	+	+	= X
	= Y	= Y	= Y	= Y	= Y

$x \times y = Z$, де Z – сума потенційного доходу

Для оптимізації Z рекомендуємо відминусувати мінімум 25% (за аналітичним досвідом джерел, що вивчалися).

Рекомендовано з урахуванням:

- існуючих ризиків;
- впливу на продукт політичних, природно-екологічних, сезонних, форс мажорних факторів;
- віртуальності (особливо туристичного) товару і відповідно об'єктивних складнощів його продажу.

Для подальшого розгляду маємо: $x \times y = z - 25\%$.

Табл 2. Витратна частина бізнес-плану
 Tabl. 2. The expenditure part of a business plan

Вид продукту	Період	Період	Період	Період	Сума витрат, грн
A-1	+	+	+	+	= X ₁
B-1	+	+	+	+	= X ₁
C-1	+	+	+	+	= X ₁
D-1	+	+	+	+	= X ₁
	Y ₁	Y ₁	Y ₁	Y ₁	Y ₁

$x_1 \times y_1 = z_1$ – сума потенційних витрат

Для збільшення об'єктивності до Z₁ рекомендуємо додати мінімум 25% (за аналітичним досвідом джерел, що вивчалися).

Рекомендовано з урахуванням:

- існуючих ризиків;
- впливу на витрати непередбачених факторів, якими можуть бути внутрішні і зовнішні (для суб'єкта господарювання) фактори.

Для подальшого розгляду маємо: $x_1 \times y_1 = Z_1 + 25\%$

Для виведення поняття рентабельності приймають участь:

$$x \times y = Z - 25\%$$

$$x_1 \times y_1 = Z_1 + 25\%$$

Досягнуті варіанти:

1) $Z - 25\% > Z_1 + 25\%$

Дохідна частина більша за витратну частину.

Різниця являється сумою рентабельності.

2) $Z - 25\% \approx Z_1 + 25\%$

Величини дохідної і витратної частини орієнтовно рівні. Це надає можливість реального функціонування, але в разі виникнення додаткових форс мажорних обставин (в тому числі і непередбачуваних) може поставити бізнес в зону ризику.

3) $Z - 25\% < Z_1 + 25\%$

Дохідна частина менша витратної частини. Саме це є одним з важливих факторів побудови бізнес-плану і надає оперативну можливість його корегування, не доводячи учасника бізнес-плану до банкрутства або тимчасових фінансових проблем.

Висновки та обговорення результатів

З урахуванням результатів дослідження логічно зробити висновки про те, що даний матеріал є практично-необхідним для розбудови перш за все малого і середнього бізнесу в середовищі готельно-ресторанних і туристичних структур і матиме свого «споживача» в числі молодих фахівців.

Даний матеріал представляє певну цінність для наукового обґрунтування процесів бізнес-планування, що само по собі є беззаперечним з точки зору наукового осмислення готельно-ресторанного і туристичного бізнесу. Підтвердженням цього є факт включення подібних питань до кваліфікаційних вимог підготовки спеціалістів в системі вищої школи. Розширення наукового обґрунтування таких питань як «бізнес-план», у поєднанні з практичним досвідом (діяльність «Супут-

ник» логічно може бути однією із наукових платформ) є нагальною потребою сьогодення з урахуванням факторів наступного змісту:

- інтегрування України у світовий простір;
- підвищення конкурентності в середовищі суб'єктів вивчення даного питання;
- зростання споживчого рівня клієнтів;
- використання світового досвіду.

Матеріали дослідження рекомендовані як широкому колу потенційних організаторів готельно-ресторанного і туристичного бізнесу, так і фахівцям існуючих структур сфери послуг.

СПИСОК ПОСИЛАНЬ

- ВАТО (Всесвітня асоціація туристичних операторів). Зібрання документів за 2018 рік.
ВАТО (Всесвітня асоціація туристичних операторів). Зібрання документів за 2019 рік.
Мальська, М.П., & Бордун, О.Ю. (2010). *Планування туристичної діяльності*. Київ: Знання.
Пашута, М. (2006). Бізнес-планування як фактор успішної підприємницької діяльності. *Персонал*, 10, 66-74.
Покропивний, С.Ф., Соболев, С.М., Швиданенко, Г.О., & Шапринська, Л.М. (2001). *Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування*. Київ: КНЕУ.
Покропивний, С.Ф., Соболев, С.М., Швиданенко, Г.О., & Дерев'яноко, О.Г. (2002). *Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування* (2-ге вид.). Київ: КНЕУ.
Чичун, В.А., & Паламарчук, В.Д. (2010). Бізнес-планування як фактор успішної підприємницької діяльності. *Соціум. Наука. Культура*, 21(18), 58-63.
Ясинський, В.В., & Гайдай, О.О. (2006). *Бізнес-планування: теорія і практика*. Київ: Каравела.

REFERENCES

- Chychun, V.A., & Palamarchuk, V.D. (2010). Biznes-planuvannia yak faktor uspishnoi pidpriemnytskoi diialnosti [Business planning as a factor of successful business activity]. *Sotsium. Nauka. Kultura*, 21(18), 58-63 [in Ukrainian].
- Malska, M.P., & Bordun, O.Yu. (2010). *Planuvannia turystychnoi diialnosti [Planning of tourist activity]*. Kyiv: Znannia [in Ukrainian].
- Pashuta, M. (2006). Biznes-planuvannia yak faktor uspishnoi pidpriemnytskoi diialnosti [Business planning as a factor of successful business]. *Personal*, 10, 66-74 [in Ukrainian].
- Pokropyvnyi, S.F., Sobol, S.M., Shvydanenko, H.O., & Shaprynska, L.M. (2001). *Biznes-plan: tekhnolohiia rozrobky ta obgruntuvannia [Business plan: technology of development and justification]*. Kyiv: KNEU [in Ukrainian].
- Pokropyvnyi, S.F., Sobol, S.M., Shvydanenko, H.O., & Derev`ianko, O.H. (2002). *Biznes-plan: tekhnolohiia rozrobky ta obgruntuvannia [Business plan: technology of development and justification]* (2nd ed.). Kyiv: KNEU [in Ukrainian].
- Yasynskyi, V.V., & Haidai, O.O. (2006). *Biznes-planuvannia: teoriia i praktyka [Business Planning: Theory and Practice]*. Kyiv: Karavela [in Ukrainian].

УДК 640.4:005.511(083.92)

*Виктор Зинченко,
кандидат исторических наук,
Киевский национальный университет
культуры и искусств,
Киев, Украина,
zinchenko.sputnik@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-6987-5532>*

ОСОБЕННОСТИ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ В СФЕРЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ

Актуальность исследования бизнес-планирования в системе сферы обслуживания в современных условиях является объективной необходимостью. Во-первых – в силу эволюционной конкуренции, во-вторых – в силу интеграции Украины в мировое бизнес-пространство, в-третьих – по причине роста потребностей клиентов, а именно качества этих потребностей. **Цель исследования.** Выработка практических рекомендаций представителям малого и среднего бизнеса сферы обслуживания. **Методика исследования.** Социологический опрос участников международного туристического салона «Украина» – UITM '2019, анализ работы системы туристических предприятий «Спутник», использование аналитических материалов Всеукраинской ассоциации туристических операторов, собственный практический опыт. **Результатом исследования** стал вывод определенного алгоритма методики составления бизнес-планов для сферы обслуживания. **Выводы и обсуждение результатов.** Материалы исследования рекомендованы как широкому кругу потенциальных организаторов гостинично-ресторанного и туристического бизнеса, так и специалистам существующих структур сферы услуг.

Ключевые слова: бизнес-план, доходная и расходная часть, рентабельность.

UDK 640.4:005.511(083.92)

*Viktor Zinchenko,
Ph.D. in Historical Sciences,
Kyiv National University
of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine,
zinchenko.sputnik@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-6987-5532>*

FEATURES OF BUSINESS PLANNING IN THE SERVICE SECTOR

The relevance of research business planning in the service sector in today's context is an objective necessity. First it is due to the evolving competition, secondly it is due to the Ukraine's integration into the global business space, and thirdly it is due to the growing customers' needs, namely the quality of these needs. **Research purpose** is making practical recommendations for representatives of small and medium-sized businesses in the service sector. **Research methodology.** Sociological survey of participants of the international tourist salon "Ukraine" is UITM '2019, analysis of the work of the system of tourism enterprises "Satellite", use of analytical materials of the All-Ukrainian Association of tourist operators, own practical experience. **The result of the study** was the inference of a certain algorithm for the method of drawing up business plans for the service sector. **Conclusions and discussion of results.** The research materials are recommended for a wide range of potential organizers of the hotel, restaurant and tourism business, as well as specialists of the existing structures of the service sector.

Keywords: business plan, income and expense part, profitability.

ІНФОРМАЦІЯ ДЛЯ АВТОРІВ

ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ

до оформлення статей в науковому журналі «Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації»

До розгляду приймаються раніше не опубліковані статті відповідно з тематичним спрямуванням наукового збірника і критеріями науковості.

Авторам, які не мають наукового ступеня, а також аспірантам і здобувачам необхідно представити рецензію, яка містить рекомендацію рукопису до публікації (у відсканованому вигляді).

Електронний екземпляр статті та авторська довідка надсилаються мовою оригіналу згідно з вимогами журналу **на адресу:**

grs-ndi@ukr.net; web:<http://restaurant-hotel.knukim.edu.ua>

Статті подаються у редакторі Word for Windows – формат **docx, doc**.

Назва файлу має містити прізвище автора статті і її назву латинськими літерами.

Наприклад: **Doslidzennya tvorchosti I. Franka Ivanov.doc (docx)**. Якщо авторів кілька – прізвища перших двох авторів, **Doslidzennya tvorchosti I. Franka Ivanov Petrov.doc (docx)**.

Файл з авторською довідкою називати аналогічно назві файлу статті з додаванням в кінці назви файлу позначки **Dovidka**.

Наприклад: **Doslidzennya tvorchosti I. Franka Ivanov Dovidka.doc (docx)**.

Приклад оформлення авторської довідки (PDF) – ДОДАТОК 1.

Зразок оформлення рецензії на статтю - ДОДАТОК 2.

СТРУКТУРА СТАТТІ:

1. **УДК** (див. <http://teacode.com/online/udc/>).

2. **Відомості про автора** (авторів) (прізвище, ім'я та по батькові, науковий ступінь, вчене звання, посада, місце роботи автора/авторів. Автори, які не мають наукового ступеня, вченого звання, вказують посаду: наприклад, аспірант, асистент, викладач і т. ін.); установа, місто, країна; особистий e-mail. Допускається не більше 2-х авторів.

3. **Назва статті** (українською, російською, англійською мовами).

4. **Анотація (Abstract)** обсяг 200–250 слів (1500–2000 знаків, враховуючи артиклі та пробіли). Анотації українською, англійською, російською мовами мають бути ідентичними за змістом і містити: актуальність; мету дослідження (main **objective(s)** of the study); методи (methodology); результати (results), висновки та обговорення. **Abstract** англійською має бути написаний з урахуванням особливостей орфографії та граматики (британська).

Ключові слова (Keywords): не менше 3-х і не більше 10 ключових слів, розділяючи їх комою.

5. Основний текст статті структурований за такими елементами:

5.1. Актуальність проблеми, що включає: 1) постановку проблеми; 2) аналіз останніх публікацій (найбільш значимих, визнаних у світі), на які спирається автор, з посиланнями на них у списку літератури (обов'язковим є посилання на зарубіжні праці); 3) визначення невирішених питань у зазначеній проблемі.

5.2. Мета і методи дослідження. У цьому підрозділі вказуються: 1) мета дослідження; 2) методологія і методи дослідження (із зазначенням завдань, які вирішувалися з їх використанням); 3) інформаційна база дослідження.

5.3. Результати дослідження, які подаються логічно, послідовно з повним обґрунтуванням їх отримання та аналізом, із посиланнями на джерела, таблиці, рисунки.

5.4. Висновки та обговорення результатів. Висновки повинні впливати з результатів дослідження, бути конкретними, чітко сформульованими та відповідати поставленій меті. Обговорення результатів здійснюється окремими абзацами, де зазначається їх новизна, практичне значення та перспективи подальших розвідок у цьому напрямі.

6. Література. Перелік використаної літератури (не менше 10 джерел, з яких як мінімум 3 джерела – зарубіжні) подається мовою оригіналу згідно з ДСТУ 8302:2015 (розміщення – за алфавітом: спочатку джерела, написані кирилицею, потім – латиницею). Список використаних джерел не нумерується. Для цитованих джерел, які мають **doi**, його необхідно вказувати наприкінці бібліографічного опису джерела.

7. References. Ті самі джерела, але якщо праця написана мовою, що використовує кириличний алфавіт, то її опис необхідно транслітерувати, а назви праць і видань (книг, журналів, збірників), крім цього, потрібно одночасно подавати англійською мовою (у дужках).

Список References оформлюється згідно зі стандартом APA (American Psychological Association (APA) Style). References (латиницею) наводиться повністю окремим блоком, повторюючи список джерел, наданий мовою оригіналу. Іноземні публікації повторюються у списку, наведеному латиницею.

Для транслітерації українського тексту латиницею слід застосовувати постанову Кабінету Міністрів України від 27 січня 2010 р. № 55 (<http://translit.kh.ua/#passport>).

Для транслітерації російського тексту латиницею – <http://translit.net/ru/bgn/> або http://shub123.ucoz.ru/Sistema_transliterazii.html.

Назви праць (статей, книг, журналів, збірників) потрібно подавати англійською мовою у квадратних дужках [].

Вимоги до оформлення списку використаних джерел (PDF) – **ДОДАТОК 3.**

ТЕХНІЧНІ ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ СТАТТІ

Назву статті набирати заголовними літерами жирним шрифтом, без переносів, по центру (набір із використанням опції **Caps Lock** не дозволяється).

Розрізняти символи (- дефіс) і (– тире), (’ – апостроф), («» – лапки для кириличного тексту та “” – англійського).

1. Формат сторінки – А4.
2. Шрифт – Times New Roman.
3. Розмір шрифту – 14.
4. Інтервал – 1.
5. Абзацний відступ – 1,25 мм.
6. Вирівнювання – по ширині.
7. Поля документа – 20 мм.
8. Обсяг – 10–20 сторінок (із додатками, ілюстраціями, списком використаних джерел). Автоматична нумерація сторінок не ставиться.
9. Інформація для зворотного зв’язку (домашня адреса, телефон, e-mail).

Таблиці та рисунки.

Таблиці формуються в редакторі таблиць (пункт меню «Таблиця»).

Цифровий матеріал подається у таблицях, що мають порядковий номер і назву, які друкуються посередині над таблицею (наприклад, *Табл. 1.* Динаміка попиту).

Рисунки також потрібно нумерувати, і вони повинні мати назви, які вказують під кожним рисунком по центру (наприклад, *Рис. 2.* Класифікація видів капіталу).

Вміст таблиць і рисунків – 12-м шрифтом.

Під таблицями та рисунками 12-м шрифтом вказується джерело (для таблиці – з абзацу; для рисунка – по центру). Наприклад, *Джерело:* розроблено на основі (Іванов, 2017), власна розробка і т. п.).

Таблиці та рисунки мають бути книжкового формату і розміщуватися по ширині усього поля сторінки.

Формули виконуються курсивом (крім цифр), розміщуються по центру та нумеруються з правого боку.

Посилання.

Посилання на літературу в тексті необхідно подавати за **стилем APA** у такому вигляді: (Oliverrest, 2017), (Porter, 2014, p. 45), (Ивановский, 2016, с. 20), (Porter, 2014; Василів, 2015), (Porter & Yansen, 2011b; Яцків, 2017).

Посилання на праці трьох та більше авторів даються у скороченому вигляді: (Міщенко та ін., 2016) або (Bevan et al., 2017).

Посилання на різні статистичні збірники, звіти, довідники тощо подаються так: (Статистичний збірник..., 2016, с. 50), (Статут..., 2012, с. 35).

Якщо вказуються імена та прізвища авторів, то посилання здійснюється у такий спосіб: наприклад, В. Василенко, С. Тимошенко (2016) стверджують: «Менеджмент – це ...» (с. 158).

Посилання на таблицю, рисунок і формулу здійснюються у такому вигляді: (табл. 2); (рис. 1); (формула (4)); (формула (1–4)).

Переліки. У переліках використовується тільки тире (–) або числа з круглою дужкою (наприклад, 1), 2) і т. д.).

У тексті не допускаються порожні рядки (окрім відступів між ілюстраціями і текстом), зайві пробіли. Абзаци позначати тільки клавішею «Enter». Слідкувати за правильним використанням дефісу (-) і тире (–).

УВАГА: дивіться на сайті [web:http://restaurant-hotel.knukim.edu.ua](http://restaurant-hotel.knukim.edu.ua) зразки та слідкуйте за дотриманням відповідності між назвою статті, метою, частинами викладеного основного матеріалу, частинами анотацій та висновками.

Статті, що не відповідають науковим вимогам стосовно змісту і технічним вимогам щодо оформлення, відхиляються або доопрацьовуються авторами.

ЗРАЗОК ОФОРМЛЕННЯ СТАТТІ

УДК 641.5-021.4:37.091.22

(моб. телефон автора на період редагування)

Михайло Пересічний,
доктор технічних наук, професор,
Київський національний університет
культури і мистецтв,
Київ, Україна,
pmi52@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0001-7139-4340>
© Пересічний М. І., 2019

Світлана Пересічна,
кандидат технічних наук, доцент,
Київський національний університет
культури і мистецтв,
Київ, Україна,
svetap264@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0003-2023-558X>
© Пересічна С. М., 2019

ЯКІСТЬ КУЛІНАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ ДЛЯ СТУДЕНТІВ

АНОТАЦІЯ

Актуальність. Текст... актуальність проблеми... актуальність проблеми... актуальність проблеми... актуальність проблеми... **Мета і методи.** Текст... мета і методи дослідження... мета і методи дослідження... мета і методи дослідження... **Результати.** Текст... основні результати дослідження... основні результати дослідження... основні результати дослідження... **Висновки та обговорення.** Текст... висновки та обговорення одержаних результатів... висновки та обговорення одержаних результатів (з обов'язковим зазначенням новизни та практичного значення результатів... всього – 23–25 рядків).

Ключові слова: кулінарна продукція функціонального призначення, слова, які відображають зміст статті, – 5–7 слів.

Актуальність проблеми

Постановка проблеми. Дослідження якості кулінарної продукції функціонального призначення для студентів... *Постановка проблеми...* *Постановка проблеми...* *Постановка проблеми* постановка проблеми постановка проблеми постановка проблеми – 1–3 абзаци.

Стан вивчення проблеми. Недостатність наукових досліджень щодо раціонального харчування студентів та задоволення попиту у кулінарній продукції функціонального призначення... Важливі питання розкриті... в наукових працях Н. Кожевникова (2008), А. Лакшина (2008), П. Карпенка (2011), М. Пересічного (2016), С. Пересічної (2013), Н. Кириленка (2005), С. Cavadindi (2000)... та ін. Аналіз останніх публікацій (найбільш значимих, визнаних у світі), на які спирається автор,

із посиланнями на них у списку літератури (обов'язковим є посилання на зарубіжні праці)... – 1–3 абзаци.

Невирішені питання. Недостатність у раціоні харчування студентів продуктів оздоровчого спрямування... – 1–2 абзаци.

Мета і методи дослідження

Мета статті – наукове обґрунтування якості розробленої кулінарної продукції функціонального призначення для студентів... – як мінімум 3 повних рядки.

Методологічною основою дослідження є ... дослідження кулінарної продукції функціонального призначення... основою дослідження основою дослідження основою дослідження.. основою дослідження основою дослідження основою дослідження основою дослідження.

Методи дослідження... органолептичні, фізико-хімічні, структурно-механічні, мікробіологічні, статистичні ... методи дослідження, із зазначенням завдань, які за їх допомогою вирішуються... методи дослідження методи дослідження методи дослідження ... методи дослідження.

Інформаційна база дослідження... монографії, наукові статті, матеріали міжнародних конгресів та симпозіумів, науково-практичних конференцій, нормативно-технічна документація, патенти, авторські свідоцтва, статистичні дані... інформаційна база інформаційна база інформаційна база інформаційна база інформаційна база інформаційна база інформаційна база інформаційна база.

Результати дослідження

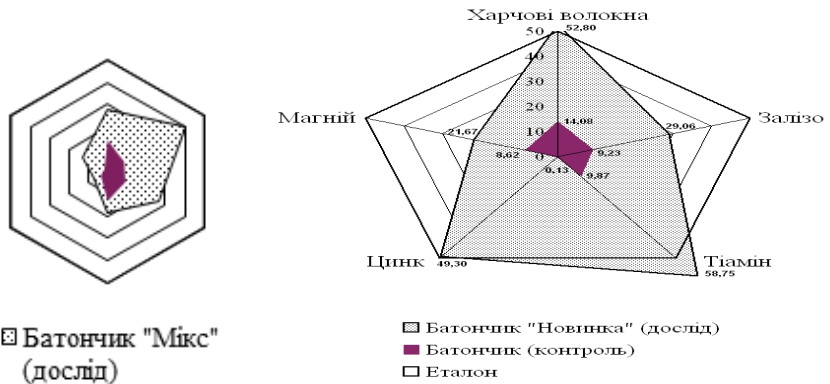
Якість розробленої кулінарної продукції функціонального призначення досліджували на відповідність стандартним показникам продукції, виготовленої за загальноприйнятою технологією, а також за комплексом органолептичних, фізико-хімічних та мікробіологічних показників (табл. 1).

Табл. 1. Показники вологостримуючої здатності та вихід крокетів картопляних
Tab.1. Indicators of moisture content and output of croquettes of potatoes

Показники	Контроль	«Верде»	«Деліс»
Загальна вологість, %	49,0±3,08	53,0±2,25	52,0±2,43
Зв'язана волога, % до маси виробу	43,26±2,07	46,79±2,15	45,92±2,2
Слабозв'язана волога, % до маси виробу	5,74±0,24	6,21±0,28	6,08±0,28
Втрати, % до початкової маси	9,0±0,046	8,0±0,38	8,0±0,35
Вихід, % до маси основної сировини	91,0±4,1	92,0±4,2	92,0±4,1

Джерело: власна розробка
Source: own development

За визначеними показниками побудовано профілограми якості кулінарної продукції функціонального призначення (рис. 1).



Батончик "Мікс"
(дослід)

Рис. 1. Профілограми якості батончиків «Мікс» і «Новинка»

Джерело: власна розробка

Fig. 1. Profilograms of the quality of flour rolls "Mix" and "Novinka"

Source: own development

Вершинами профілограм є визначені групи показників якості досліджених виробів, виражені у відсотках до еталона, якісні показники якого прийняті за 100 %.

О. Черевко, М. Пересічний (2017) стверджують: «Критерієм ефективності функціонування технологічної системи є якість готової продукції, яка оцінюється за комплексним показником, що враховує одиничні показники...» (с. 230).

Висновки та обговорення результатів

Результати проведеного дослідження дозволяють дозволяють... (преамбула, як мінімум 2–3 рядки) дозволяють дійти таких висновків:

1. Використання ціЛЬНОЗМЕЛЕНОГО зерна, дієтичних добавок та рослинно-молочних начинок у технології кулінарної продукції дозволяє...

2. Розширити асортимент продукції функціонального призначення, що буде сприяти поліпшенню структури харчування студентів, загальному...

...

Наукова новизна одержаних результатів полягає у ... в **удосконаленні** закономірності процесів створення багатокомпонентних модельних композицій на основі...

Практичне значення одержаних результатів виявляється ... у впровадженні у закладах вищої освіти України розробленої кулінарної продукції функціонального призначення у раціони харчування студентів.

Перспективи подальших наукових розвідок ... створення системи функціонального харчування студентів України.

СПИСОК ПОСИЛАНЬ

- Кириленко, Н.П. (2005). Вопросы питания студентов медицинской академии. В *Оптимальное питание – здоровье нации*, Материалы VIII Всероссийского конгресса (с. 117-118). Москва: НИИП РАМН.
- Красненков, В.Л., Кириленко, Н.П., & Баранова, О.В. (2005). Повышение знаний и мотивации у студентов к здоровому питанию. В *Оптимальное питание – здоровье нации*, Материалы VIII Всероссийского конгресса (с. 137). Москва: НИИП РАМН.
- Лакшин, А.М., & Кожевникова, Н.Г. (2008). Питание как фактор формирования здоровья и работоспособности студентов. *Вопросы питания*, 1, 43-45.
- Овчинников, Ю.А. (Ред.). (1974). *Новые методы анализа аминокислот, пептидов и белков*. Москва: Мир.
- Пересичный, М.И., & Пересичная, С.М. (2016). Изучение влияния пищевых композиционных смесей на ход технологического процесса и качество булочных изделий. В *Актуальные проблемы науки XXI века*, XVII Международная научно-практическая конференция (с. 61-65). Москва: Cognito.
- Пересичный, М.И., Пятницкий, Т.А., & Якименко, Д.М. (1992). *Рациональное питание в условиях ионизирующей радиации*. Киев: Лыбидь.
- Пересична, С.М. (2013). Технологія кулінарної продукції функціонального призначення для студентів. В *Научные исследования и их практическое применение: Современное состояние и пути развития*, Международная научно-практическая интернет-конференция. Иваново: МАРКОВА АД.
- Пересична, С.М. (2014). Скринінгова оцінка впливу харчування на здоров'я студентів. В *Сборник научных трудов SWorld* (с. 19-25). Иваново: МАРКОВА АД.
- Пересичний, М., Карпенко, П., & Пересична, С. (2011). Концепція організації харчування студентів. *Проблеми старения и долголетия*, 2, 177-188.
- Пилунская, О., Яценко, С., & Бутырская, И. (2010). Гигиеническая оценка питания студентов-медиков. *Таврический медико-биологический вестник*, 4, 130-132.
- Рогов, И.А., Антипова, Л.В., & Дунченко, Н.И. (2007). *Химия пищи*. Москва: Колос.
- Устинова, А.В., & Зернова, О.В. (2011). Мясные продукты для профилактики иммунодефицитных состояний у подростков и молодежи. В *Персонафицированная диетология: настоящее и будущее*, XIII Всероссийский конгресс диетологов и нутрициологов. Москва, 2011.
- Черевко, О.І., Пересичний, М.І., Пересична, С.М., Свідло К.В., Грищенко І.М., Тюрікова, І.С. ... Ліфіренко, О.С. (2017). *Інноваційні технології харчової продукції функціонального призначення* [Монографія] (Ч. 1). Харків: ХДУХТ.
- Шаповал, С.Л., Форостяна, Н.П., Литвинов, Ю.В., & Романенко, Р.П. (2012). *Методичні рекомендації до виконання науково-дослідних робіт з використанням універсального вимірювального комп'ютерного приладу*. Київ: КНТЕУ.
- Cavadindi, C., Siega-Riz, A., & Popkin, B. (2000). US adolescent food intake trends from 1965 to 1996. *WJM*, 173, 378-383.
- Dinger, M., & Waigandt, A. (1997). Dietary Intake and Physical Activity Behaviors of Male and Female College Students. *American Journal of Health Promotion*, 11, 360-362. <http://dx.doi.org/10.4278/0890-1171-11.5.360>.

REFERENCES

- Cavadindi, C., Siega-Riz, A., & Popkin, B. (2000). US adolescent food intake trends from 1965 to 1996. *WJM*, 173, 378-383 [in English].
- Cherevko, O.I., Peresichnyi, M.I., Peresichna, S.M., Svidlo K.V., Hryshchenko I.M., Tiurikova, I.S. ... Lifirenko, O.S. (2017). *Innovatsiini tekhnologii kharchovoi produktii funktsionalnoho pryznachennia* [Innovative technologies of food products of functional purpose] [Monograph]. (Ch. 1). Kharkiv: KhDUKhT [in Ukrainian].

- Dinger, M., & Waigandt, A. (1997). Dietary Intake and Physical Activity Behaviors of Male and Female College Students. *American Journal of Health Promotion*, 11, 360-362. <http://dx.doi.org/10.4278/0890-1171-11.5.360> [in English].
- Kirilenko, N.P. (2005). Voprosy pitaniya studentov meditsinskoj akademii [Nutritional Issues for Medical Academy Students]. In *Optimalnoe pitanie – zdorove natsii* [Optimal nutrition – the health of the nation], Proceedings of the 8th All-Russian Congress (pp. 117-118). Moscow: NIIP RAMN [in Russian].
- Krasnenkov, V.L., Kirilenko, N.P., & Baranova, O.V. (2005). Povyshenie znaniy i motivatsii u studentov k zdorovomu pitaniyu [Increase students' knowledge and motivation for healthy nutrition]. In *Optimalnoe pitanie – zdorove natsii* [Optimal nutrition – the health of the nation], Proceedings of the 8th All-Russian Congress (p. 137). Moscow: NIIP RAMN [in Russian].
- Lakshin, A.M., & Kozhevnikova, N.G. (2008). Pitanie kak faktor formirovaniya zdorovya i rabotosposobnosti studentov [Nutrition as a factor in the formation of students' health and performance]. *Voprosy pitaniya*, 1, 43-45 [in Russian].
- Ovchinnikov, Yu.A. (Red.). (1974). *Novyie metodyi analiza aminokislot, peptidov i belkov* [New methods for analyzing amino acids, peptides and proteins]. Moscow: Mir [in Russian].
- Peresichna, S.M. (2013). Tekhnolohiia kulinarnoi produktsii funktsionalnogo pryznachennia dlia studentiv [Technology of culinary production of functional purpose for students]. In *Nauchnye issledovaniya i ih prakticheskoe primenenie: Sovremennoe sostoyanie i puti razvitiya* [Scientific research and its practical application: The current state and ways of development], The International Scientific and Practical Internet Conference. Ivanovo: MARKOVA AD [in Ukrainian].
- Peresichna, S.M. (2014). Skryinhova otsinka vplyvu kharchuvannia na zdorovia studentiv. In *Sbornik nauchnykh trudov SWorld* [Collection of scientific papers SWorld] (pp. 19-25). Ivanovo: MARKOVA AD [in Ukrainian].
- Peresichnyi, M., Karpenko, P., & Peresichna, S. (2011). Kontsepsiia orhanizatsii kharchuvannia studentiv [The concept of nutrition for students]. *Problemyi stareniya i dolgoletiya*, 2, 177-188 [in Ukrainian].
- Peresichnyi, M.I., & Peresichnaya, S.M. (2016). Izuchenie vlianiya pischevykh kompozitsionnykh smesey na hod tehnologicheskogo protsessa i kachestvo bulochnykh izdeliy. In *Aktualnyie problemyi nauki XXI veka* [Actual problems of science of the XXI century], XVII International Scientific and Practical Conference (pp. 61-65). Moscow: Cognition [in Russian].
- Peresichnyi, M.I., Pyatnitskiy, T.A., & Yakimenko, D.M. (1992). *Ratsionalnoe pitanie v usloviyah ioniziruyushey radiatsii* [Rational nutrition in terms of ionizing radiation]. Kyiv: Lybid [in Russian].
- Pilunskaya, O., Yaschenko, S., & Butyrskaya, I. (2010). Gigienicheskaya otsenka pitaniya studentov-medikov [Hygienic assessment of the nutrition of medical students]. *Tavrisheskiy mediko-biologicheskii vestnik*, 4, 130-132 [in Russian].
- Rogov, I. A., Antipova, L. V., & Dunchenko, N. I. (2007). *Himiya pischi* [Food chemistry]. Moscow: Kolos [in Russian].
- Shapoval, S.L., Forostiana, N.P., Lytvynov, Yu.V., & Romanenko, R.P. (2012). *Metodychni rekomendatsii do vykonannya naukovo-doslidnykh robit z vykorystanniam universalnogo vymiriuvalnogo kompiuternogo prykladu* [Methodical recommendations for the implementation of research work using a universal measuring computer device]. Kyiv: KNTEU [in Ukrainian].
- Ustinova, A.V., & Zernova, O.V. (2011). Myasnyie produktyi dlya profilaktiki immunodefitsitnykh sostoyaniy u podrostkov i molodezhi. In *Personifitsirovannaya dietologiya: nastoyashee i budushee* [Personalized dietology: present and future], XIII All-Russian Congress of Nutritionists and Nutritionists. Moscow, 2011 [in Russian].

УДК 641.5-021.4:37.091.22

Михаил Пересичный,
доктор технических наук,
Киевский национальный университет
культуры и искусств,
Киев, Украина,
pmi52@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0001-7139-4340>

Светлана Пересичная,
кандидат технических наук, доцент,
Киевский национальный университет
культуры и искусств,
Киев, Украина,
svetap264@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0003-2023-558X>

КАЧЕСТВО КУЛИНАРНОЙ ПРОДУКЦИИ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО НАЗНАЧЕНИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ

АННОТАЦИЯ

Актуальность. Текст російською... актуальність проблеми... актуальність проблеми... актуальність... проблеми актуальність... проблеми проблеми... актуальність проблеми... актуальність проблеми. **Цель и методы.** Текст... мета і методи дослідження... мета і методи дослідження... мета і методи дослідження... мета і методи дослідження методи. **Результаты.** Текст... основні результати дослідження... основні результати дослідження... основні результати дослідження. **Выводы и обсуждение.** Текст... висновки та обговорення одержаних результатів... всього – 23–25 рядків.

Ключевые слова: кулинарная продукция функционального назначения, ...– 5–7 слів.

UDC 641.5-021.4:37.091.22

Mykhailo Peresichnyi,
DSc Tech – associate professor,
Kyiv National University of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine,
pmi52@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0001-7139-4340>

Svitlana Peresichna,
Ph.D in technical sciences,
Kyiv National University of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine,
svetap264@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0003-2023-558X>

ABSTRACT

Actuality. Текст англійською актуальність... проблеми актуальність проблеми... актуальність проблеми... актуальність проблеми актуальність проблеми... актуальність проблем.
Purpose and methods. Текст мета і методи дослідження... мета і методи дослідження... мета і методи дослідження... мета і методи дослідження.
Results. Текст основні результати дослідження... основні результати дослідження... основні результати дослідження... основні результати дослідження.
Conclusions and discussion. Текст висновки та обговорення одержаних результатів висновки та обговорення одержаних результатів... всього – 23–25 рядків.

Keywords: functional food, ...5–7 слів.

Авторська довідка

Прошу опублікувати у науковому журналі «Готельний і ресторанный консалтинг. Інновації» («Restaurant and Hotel Consulting. Innovations»)

статтю «Застосування принципів універсального дизайну при проектуванні вестибюльної групи приміщень готелю»

Відомості про Автора

Відомості про Автора:	Прізвище, ім'я, по батькові, посада, назва установи / навчального закладу, науковий ступінь, вчене звання
Українською мовою	<i>Неїленко Сергій Михайлович</i> – кандидат технічних наук. Київський національний університет культури і мистецтв, кафедра готельно-ресторанного бізнесу
Російською мовою	<i>Неиленко Сергей Михайлович</i> , кандидат технических наук. Киевский национальный университет культуры и искусств, кафедра гостинично-ресторанного бизнеса
Англійською мовою	<i>Neilenko Sergii Mikhailovich</i> , PhD in Technical Sciences. Kiev National University of Culture and Arts, department of hotel and catering business
Контактні телефони автора E-mail ORCID	+38-098-211-62-48 nsm110986@gmail.com https://orcid.org/0000-0002-7282-2682

Передаючи статтю до редакції, автор підтверджує, що надані матеріали раніше не публікувалися і не передавалися для публікування до інших видань і містять достовірну інформацію. Автор несе всю відповідальність за зміст цієї статті, а також підтверджує, що в матеріалах статті не містяться відомості, заборонені до опублікування. Автор дає згоду на публікацію тексту та метаданих статті (включаючи прізвище та ініціали автора, місце його роботи, електронну адресу) у друкованій та електронній версіях журналів, що передбачає дотримання політики відкритого доступу згідно з умовами ліцензії **General Publik License** – можливість вільно читати, завантажувати, копіювати та поширювати зміст статті з навчальною та науковою метою.

01березня 2018

дата

/Неїленко С.М./

підпис

П.І.Б.

ШАБЛОН ОЦІНКИ РЕЦЕНЗЕНТОМ СТАТТІ
ФОРМА ОЦІНКИ РЕЦЕНЗЕНТОМ

Назва статті	
Автор статті	
Рецензент (П.І.Б.)	
Науковий ступінь та вчене звання	
Установа	
Дата, коли ви отримали статтю для рецензування	
Дата, коли ви представили рецензію	<i>*(не більше 2 тижнів)</i>

Оцінка	так/ні	Зауваження
Назва статті відображає зміст і мету цієї статті		
Анотація є змістовною, інформативною та структурованою		
Ключові слова адекватні змісту статті		
Вступ висвітлює актуальність дослідження, містить чітко поставлену мету, розкриває методологічні засади дослідження (підходи, методи)		
Зміст статті відповідає науковій тематиці журналу		
Стаття має всі необхідні структурні елементи		
Наукова аргументація автора логічна і переконлива		
Результати дослідження представлені методологічно правильно та аргументовано, відображають основні положення статті		
Висновки у повній мірі ілюструють результати дослідження, і автор дає пропозиції для майбутніх досліджень		
Стаття має новизну й теоретичне/практичне значення для розвитку зазначеної проблеми		
Огляд літератури є достатнім для даної теми		
<p>Рекомендації для головного редактора (необхідне підкреслити):</p> <ul style="list-style-type: none"> • опублікувати без змін • опублікувати за умови подальшого доопрацювання статті автором • опублікувати після значного доопрацювання статті автором • відхилити статтю в цілому 		
<p>Додаткові думки, зауваження та рекомендації рецензента:</p>		

АРА: ВИМОГИ ТА ПРИКЛАДИ

Цитування в тексті

АРА стиль передбачає використання посилань у тексті роботи щоразу, коли ви цитуєте джерело, чи то парафраз, цитата всередині рядка чи блокова цитата.

Внутрішньотекстове посилання містить інформацію про: автора праці (редактора/укладача/назву цитованого джерела, якщо автор відсутній), що цитується, рік видання та сторінковий інтервал (номери сторінок, з яких наводиться цитата). Сторінковий інтервал дозволяється не вказувати, якщо ви не наводите цитату, а висловлюєте якусь ідею чи посилаєтесь на роботу в цілому.

Парафраз. Не береться в лапки. Прізвище(а) автора(ів) може з'явитися:

- 1) в самому реченні, тоді після нього у круглих дужках зазначається рік видання;
- 2) в дужках після парафрази разом із роком видання (через кому).

Наприклад:

У редакційно-видавничому процесі існує кілька етапів редагування (Тимошик, 2004).

За Тимошиком (2004), у редакційно-видавничому процесі існує кілька етапів редагування.

Обидва посилання вказують на те, що інформація, яка міститься в реченні, може бути розміщена у праці Тимошика, виданій 2004 року.

Більш розгорнута інформація про згадане джерело буде міститися у списку використаних джерел.

Цитата всередині рядка. Береться в лапки. Прізвище(а) автора(ів) може з'явитися:

- 1) в самому реченні, тоді після нього у круглих дужках зазначається рік видання, а після цитати у круглих дужках зазначається сторінковий інтервал;
- 2) в дужках після цитати разом із роком видання та сторінковим інтервалом (через кому).

Наприклад:

Вордсворт (2006) заявив, що романтична поезія була відзначена як «спонтанний перелив сильних почуттів» (с. 263).

Романтична поезія характеризується «спонтанним переливом сильних почуттів» (Вордсворт, 2006, с. 263).

Обидва посилання вказують на те, що інформація, яка подається у реченні, розміщена на сторінці 263 твору 2006 року, автором якого є Вордсворт. Більш розгорнуту інформацію про згадане джерело можна дізнатися зі списку використаних джерел.

Блокова цитата (складається з понад трьох рядків тексту). Подається в тексті з нового рядка з абзацним відступом для всієї цитати, не береться в лапки. Міжрядковий інтервал – подвійний. Після тексту цитати ставиться крапка і вказується вихідне джерело в дужках.

Наприклад:

У галузі видавничої справи поняття «редагування» перш за все використовується для позначення видів роботи, безпосередньо пов'язаних із діяльністю органів друку. Сучасне редагування належить до сфери суспільно-культурної професійної діяльності, що спрямована на аналіз і вдосконалення мовних творів під час їх підготовки до відтворення засобами поліграфії або до трансляції (Хоню, 2006, с. 45).

Якщо у внутрішньотекстовому посиланні ви зазначаєте назву джерела, тоді всі слова назви мають починатися з великої літери. Курсивом необхідно виділяти назви великих творів (книги), **наприклад:** (*Українська Мова*, 2009, с. 6). Назви невеликих робіт (частини книги, статті) беруться в лапки, **наприклад:** («Правопис слів іншомовного походження», 2009, с. 103).

Посилання на роботу кількох авторів (редакторів/укладачів)

Внутрішньотекстове посилання на роботу кількох авторів залежить від їх кількості:

1) 2–5 авторів. У внутрішньотекстовому посиланні необхідно перерахувати прізвища усіх авторів (через кому). Перед останнім автором пишеться знак «&», якщо автори перераховуються в дужках, або слово «та», якщо автори перераховуються в реченні, а рік видання та сторінковий інтервал у дужках.

Наприклад:

(Kernis, Cornell, Sun, Berry, & Harlow, 1993) або (Kernis, Cornell, Sun, Berry, & Harlow, 1993, p. 199)

(Бойко, Гречка, & Поліщук, 2010) або (Бойко, Гречка, & Поліщук, 2010, с. 5).

Результати дослідження Бойко, Гречки, та Поліщук (2010) підтверджують ... або Бойко, Гречка та Поліщук (2010) стверджують: «Біологія – це система наук...» (с. 5).

2) 6 авторів і більше. У внутрішньотекстовому посиланні необхідно вказати прізвище першого автора та слово «та ін.».

Наприклад:

(Jones et al., 1998) або (Jones et al., 1998, p. 7)

(Бойко та ін., 2005) або (Бойко та ін., 2005, с. 10)

Результати дослідження Величко та ін. (2014) підтверджують ... або Величко та ін. (2005) стверджують: «Біологія – це система наук...» (с. 10).

Посилання на роботу під назвою

Якщо автора (редактора/укладача) праці великого обсягу (наприклад, книги) встановити неможливо, тоді у внутрішньотекстовому посиланні після парафрази або цитати на місці автора необхідно вказати курсивом два слова назви праці.

Наприклад:

Згідно з останніми дослідженнями українська мова посідає визначене місце серед сучасних мов світу (Українська Мова, 2009).

Елкінс стверджує, що візуальні дослідження як нова дисципліна можуть бути «занадто легкими» (Візуальні дослідження, 2009, с. 63).

Якщо автора (редактора/укладача) праці невеликого обсягу (наприклад, статті, частини книги, веб-сторінки) встановити неможливо, тоді у внутрішньотекстовому посиланні після парафрази або цитати на місці автора необхідно вказати у лапках два слова назви праці.

Наприклад:

В українській мові розрізняють 6 голосних фонем («Система голосних фонем», 2009).

«Фонетика як система матеріальних засобів мови – це набір звуків, наголосів й інтонацій» («Система голосних фонем», 2009, с. 6).

Посилання на кілька робіт різних авторів (одночасно)

Якщо парафраз відноситься до кількох робіт різних авторів, тоді після парафрази необхідно вказати прізвище автора однієї книги і рік видання та після знака «;» вказати прізвище автора другої книги і рік видання.

Наприклад:

Чимало дослідників вважають літературне редагування одним із найважливіших етапів обробки тексту (Феллер, 2004; Різун, 2002).

Посилання на кілька робіт різних авторів з однаковими прізвищами

Якщо два або більше авторів мають однакові прізвища, у внутрішньотекстовому посиланні необхідно вказати також перші ініціали (або навіть повне ім'я, якщо різні автори мають однакові ініціали).

Наприклад:

Існують різні думки щодо наслідків клонування (Р. Міллер, 12; А. Міллер, 46).

Хоча деякі медичні фахівці з етики стверджують, що клонування призведе до дизайнерських дітей (Р. Міллер 12), інші відзначають, що переваги медичних досліджень перевершують це міркування (А. Міллер 46).

Упорядкування списку використаних джерел

Список використаних джерел розміщується в кінці роботи на окремій сторінці. Він надає інформацію, необхідну для того, щоб знайти і отримати будь-яке джерело, процитоване в тексті документа. Кожне джерело, процитоване в роботі, має з'явитися у списку використаних джерел. Так само, кожен запис у списку використаних джерел має бути згаданим в тексті роботи.

Назва списку використаних джерел – Список посилань. Заголовок розміщується по центру звичайним накресленням шрифту, без лапок.

Міжрядковий інтервал протягом списку – подвійний.

Цитований матеріал наводиться в алфавітному порядку за прізвищем автора (редактора/укладача, якщо немає автора). Якщо матеріал не має автора, його необхідно розподілити за першою літерою його назви.

Якщо в бібліографічному описі зазначено кілька робіт одного й того ж автора, редактора або упорядника, тоді записи розташовуються в хронологічному порядку за роками видання в порядку зростання.

Кожен бібліографічний опис джерела починається з нового рядка з вирівнюванням по ширині без відступів.

Якщо бібліографічний опис джерела займає кілька рядків, тоді перший рядок опису вирівнюється по ширині без відступів, а наступні рядки – з відступом 1,25 см.

Назви кириличних джерел транслітеруються, далі у квадратних дужках розміщується переклад англійською.

ВАЖЛИВО: назви журналів, видавництв транслітеруються, не перекладаються та пишуться *курсивом*.

Наприклад:

1. Книга:

Author, J. P. (рік публікації). *Назва книги транслітерована* [Назва книги англійською]. Місто Держава: видавництво

Asaf'ev, B. (1980). *O horovom iskusstve* [About the choral art]. Moskva : Muzyka [In Russian].

2. Періодичні видання:

Author, J. P. (дата публікації). Назва статті транслітерована [Назва статті англійською]. *Назва періодичного видання транслітерована, Том (Випуск), Сторінки.*

Get'man, V. V. (2013). Stanovlenie i razvitie antropologicheskoy tradicii v russkoj kul'ture XI–XVIII vekov [Formation and development of anthropological tradition in Russian culture of the 11th–18th centuries]. *Innovacii v nauke*, 19, 67–76, [In Russian].

3. Електронні ресурси:

Author, (дата публікації). Назва матеріалу транслітерована [Назва матеріалу англійською]. *Джерело*. Retrieved from: адреса сайту

Kruglova E. (1956). *Nekotorye problemy interpretatsii vokal'noi muzyki epokhi barokko*. [Some problems of interpretation of vocal music of the Baroque era] Retrieved from: http://www.studzona.com/referats/view/38824_posiv 05.07.2016 [In Russian].

Правила бібліографічного опису для списку використаних джерел

Якщо в публікації зазначено не більше семи авторів (редакторів/укладачів, якщо книга без автора), то у посиланні необхідно вказати усіх авторів (*див. бібліографічні описи книг з авторами*).

Якщо в публікації зазначено вісім та більше авторів (редакторів/укладачів), у посиланні необхідно перерахувати імена перших шести авторів, а потім вставити три крапки (...) та додати ім'я останнього автора (*див. бібліографічні описи книг з авторами*).

Назви книг, журналів зазначаються без скорочень.

Написання загальноприйнятих скорочень слів англійською мовою:

1. Вип.	Issue
2. Стаття = Ст.	article
3. У книзі: = В кн.	In
4. Том = Т.	vol.
5. Серія = Сер.	ser.
6. Частина = Ч.	Part
7. Гл.	ch.
8. та ін.	et al.
9. Без року публікації	No date = n.d.
10. Без місця публікації	No place= N.p.
11. Спец. випуск	special issue (section)

Написання обов'язкових елементів оформлення списку літератури англійською мовою:

1. Матеріали 3 міжн. конф. (симпозіуму, з'їзду, семінару)	Proceedings of the 3rd International Conference (Symposium, Congress, Seminar)
2. Дис. ... канд. наук	Candidate's thesis (PhD thesis)
3. Дис. ... д-ра наук	Doctoral thesis
4. Автореф. дис. ... канд. наук	Extended abstract of candidate's thesis

Received 25.04.2018

ПРИКЛАДИ ОФОРМЛЕННЯ БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

Література – це джерела мовою оригіналу (ДСТУ 8302:2015).

References – ті самі джерела стилем **APA**. Якщо праця написана кирилицею, то її опис необхідно транслітерувати, а назви праць і видань (книг, журналів, збірників), крім цього, потрібно одночасно подавати англійською мовою (у дужках).

Транслітератори:

український <http://litopys.org.ua/links/intrans.htm>

російський <http://ru.translit.net/?account=lc>

1. Книга одного автора:

Література

1. Іванів В. В. Ефективне управління. Київ : Наукова думка, 2014. 315 с.
2. Шерман И. М. Экономика. Київ : Вища школа, 2010. 458 с.
3. Иванов Н. П. Эффективное управление. Москва : Наука, 2015. 352 с.
4. Backer J. *Effective management*. London : Pan Books, 2011. 243 p.
5. Bernstein T. *Effective management*, 2nd ed. New York : Atheneum, 2012. 298 p.

References

1. Ivaniv, V. V. (2014). *Efektivne upravlinnia [Effective management]*. Kyiv: Naukova dumka (in Ukr.).

2. Sherman, I. M. (2010). *Ekonomika [Economy]*. Kyiv: Vyscha shkola (in Russ.).
3. Ivanov, N. P. (2015). *Effektivnoe upravlenie [Effective management]*. Moscow: Nauka (in Russ.).
4. Backer, J. (2011). *Effective management*. London: Pan Books.
5. Bernstein, T. (2012). *Effective management*. 2nd ed. New York: Atheneum.

2. Книга двох, трьох і більше авторів:

Література

1. Іванів В. В., Василів М. Н. *Ефективне управління*. Київ : КНЕУ, 2014. 367 с.
2. Иванов Н. П., Петров К. Л., Сидоров В. Н. *Эффективное управление*. Москва : Наука, 2015. 412 с.
3. Владимиров В. И., Сухойван П. Г., Бугай К. С. *Эффективное управление*. Киев : АН УССР, 1987. 522 с.
4. *Ефективне управління*. Сухойван П. Г. та ін. Київ : КНЕУ, 2017. 585 с.
5. *Effective management*. Backer J. et al. London : Pan Books, 2010. 625 p.
6. *Effective management*. Bernstein T. et al. 2nd ed. New York : Atheneum, 2014. 468 p.

References

1. Ivaniv, V. V., & Vasyliv, M. N. (2014). *Efektivne upravlinnia [Effective management]*. Kyiv: KNEU (in Ukr.).
2. Ivanov, N. P., Petrov, K. L., & Sidorov, V. N. (2015). *Effektivnoe upravlenie [Effective management]*. Moscow: Nauka (in Russ.).
3. Vladimirov, V. I., Suhojvan, P. G., & Bugaj, K. S. (1987). *Effektivnoe upravlenie [Effective management]*. Kiev: AN USSR (in Russ.).
4. Suhojvan, P. G., Bugaj, K. S., Sidorov, V. N., & Vasyliv, M. N. (2017). *Effektivnoe upravlenie [Effective management]*. Kyiv: KNEU (in Ukr.).
5. Backer, J., Miller, F., Choi, M., Angeli, L., Harland, A., Stamos, J., & Thomas, S. (2010). *Effective management*. London: Pan Books.
6. Bernstein, T., Angeli, L., Harland, A., Stamos, J., Miller, F., Choi, M., Thomas, S., Rubin, L. (2014). *Effective management*, 2nd ed. New York: Atheneum.

3. Книга за редакцією (без автора):

Література

1. *Ефективне управління*. За ред. С. К. Гнатів. Київ : Логос, 2016. 295 с.
2. *Effective management*. S. Thomas, F. Miller, M. Choi, Eds. London : Pan Books, 2010. 814 p.

References

1. Hnativ, S. K. (Ed.). (2016). *Efektivne upravlinnia [Effective management]*. Kyiv: Lohos (in Ukr.).
2. Thomas, S., Miller, F., & Choi, M. (Eds.). (2010). *Effective management*. London: Pan Books.

4. Книга за редакцією (з автором):

Література

1. Іванів В. В. *Ефективне управління*. За ред. С. К. Гнатів. Київ : Наукова думка, 2016. 420 с.
2. Angeli L., Stamos J., Choi M. *Effective management*. F. Miller, Ed. London : Pan Books, 2010. 518 p.

References

1. Ivaniv, V. V. (2016). *Efektivne upravlinnia [Effective management]*. (S. K. Hnativ, Ed.). Kyiv: Naukova dumka (in Ukr.).
2. Angeli, L., Stamos, J., & Choi, M. (2010). *Effective management* (F. Miller, Ed.). London: Pan Books.

5. Книга з перекладачами (або без імен перекладачів):

Література

1. Іванів В. В. Ефективне управління. Пер. з англ. В. П. Кос, Р. Т. Шпак. Київ : Наукова думка, 2016. 445 с.
2. Іванів В. В. Ефективне управління. Пер. з англ. Київ : Наукова думка, 2016. 445 с.

References

1. Ivaniv, V. V. (2016). *Efektivne upravlinnia [Effective management]*. (V. P. Cos & R. T. Shpac, Trans. in Eng.). Kyiv: Naukova dumka (in Ukr.).
2. Ivaniv, V. V. (2016). *Efektivne upravlinnia [Effective management]*. (Trans. in Eng.). Kyiv: Naukova dumka (in Ukr.).

6. Книга з колективним автором:

Література

1. Дипломна робота. Київ : КНУКіМ, 2014. 85 с.
2. Ethical standards of psychologists. Washington : APA, 2010. 115 p.

References

1. Kyiv National University of Culture and Arts (2014). *Dyplomna robota [Diploma work]*. Kyiv: Avtor (in Ukr.).
2. American Psychological Association (2010). *Ethical standards of psychologists*. Washington: Author.

7. Багатотомне видання, окремий том:

Література

1. Ефективне управління: у 5 т. За ред. С. К. Гнатів. Київ : Наукова думка, 2009. Т. 3. 456 с.

References

1. Hnativ, S. K. (Ed.). (2009). *Efektivne upravlinnia [Effective management]* (Vol. 3). Kyiv: Naukova dumka (in Ukr.).

8. Частина книги:

Література

1. Іванів, В. В. Методи управління. *Ефективне управління*. Київ : Наукова думка, 2016. С. 86–190.
2. Angeli L., Stamos J., Choi M. Management methods. *Effective Management*. London : Pan Books, 2010. P. 319–440.

References

1. Ivaniv, V. V. (2016). *Metody upravlinnia [Management methods]*. *Efektivne upravlinnia [Effective management]*. Kyiv: Naukova dumka, 86-190 (in Ukr.).
2. Angeli, L., Stamos, J., & Choi, M. (2010). *Management methods. Effective management*. London: Pan Books, 319-440.

9. Стаття з журналу:

Література

1. Іванів В. В. Методи управління. *Економіка та держава*. 2016. № 2. С. 41–45.
2. Angeli L., Choi M. Essential categories. *Economic Theory*. 2014. № 1. P. 78–85.

References

1. Ivaniv, V. V. (2016). *Metody upravlinnia [Management methods]*. *Ekonomika ta derzhava [Economy and State]*, 2, 41-45 (in Ukr.).
2. Angeli, L., & Choi, M. (2014). *Essential categories. Economic Theory*, 1, 78-85.

10. Стаття зі збірника:

Література

1. Іванів В. В. Методи управління. *Проблеми управління*. Вінниця : ВНУ, 2016. С. 56–60.
2. Bjork R. A. Retrieval inhibition as an adaptive mechanism. *Varieties of memory & consciousness*. New York : Erlbaum, 1989. 309–330.

References

1. Ivaniv, V. V. (2016). Metody upravlinnia [Management methods]. *Problemy upravlinnia [Management problems]*. Vinnytsia: VNU, 56–60 (in Ukr.).
2. Bjork, R. A. (1989). Retrieval inhibition as an adaptive mechanism. *Varieties of memory & consciousness*. New York: Erlbaum, 309–330.

11. Стаття з довідника або енциклопедії:

Література

1. Іванів В. В. Методи управління. *Економічна енциклопедія: у 10 т. За ред. С. К. Гнатів*. Київ : Наукова думка, 2016. Т. 5. С. 156–160.

References

1. Ivaniv, V. V. (2016). Metody upravlinnia [Management methods]. *Ekonomichna entsyklopediia [Economic encyclopaedia]* (S. K. Hnativ, Ed.). (Vol. 5). Kyiv: Naukova dumka, 156–160 (in Ukr.).

12. Тези матеріалів конференції:

Література

1. Болоховець Г. С. Методи управління. *Проблеми управління: III Міжнародна науково-практична конференція*. Харків : ХНУ, 2016. С. 129–132.

References

1. Bolokhovets, H. S. (2016). Metody upravlinnia [Management methods]. *Problemy upravlinnia: III Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia [Management problems: III International research and practice conference]*. Kharkiv: KhNU, 129–132 (in Ukr.).

13. Законодавчі документи:

Література

1. Про інноваційну діяльність: Закон України від 5 серпня 2002 р. Верховна Рада України. *Голос України*. 2002. 9 серпня. С. 10–12.

References

1. Verkhovna Rada of Ukraine (2002, August 9). Zakon Ukrainy «Pro innovatsijnu diial'nist'» [A law of Ukraine is «On innovative activity»]. *Holos Ukrainy [Voice of Ukraine]*, 10–12 (in Ukr.).

14. Дисертація:

Література

1. Біловодська О. А. Інноваційний розвиток : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Суми : СНУ, 2014. 215 с.
2. Бузевич І. Ю. Стан та перспективи менеджменту : дис. ... д-р. екон. наук : 08.00.04. Київ : НАУ, 2015. 509 с.

References

1. Bilovodska, O. A. (2014). Innovatsijnyj rozvytok [Innovative development]. *Kandydats'ka dysertatsiia [Candidate's dissertation]*. Sumy: SNU (in Ukr.).
2. Buzevych, I. Yu. (2015). Stan ta perspektyvy menedzhmentu [State and management prospects]. *Doktors'ka dysertatsiia [Doctoral dissertation]*. Kyiv: NAU (in Ukr.).

15. Автореферат:

Література

1. Біловодська О. А. Інноваційний розвиток : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Суми : СНУ, 2014. 20 с.
2. Бузевич І. Ю. Стан та перспективи менеджменту : автореф. дис. ... д-р. екон. наук : 08.00.04. Київ : НАУ, 2015. 36 с.

References

1. Bilovodska, O. A. (2014). Innovatsijnyj rozvytok [Innovative development]. *Avtoreferat kandydats'koi dysertatsii [Abstract of thesis candidate's dissertation]*. Sumy: SNU (in Ukr.).
2. Buzevych, I. Yu. (2015). Stan ta perspektyvy menedzhmentu [State and management prospects]. *Avtoreferat doktors'koi dysertatsii [Abstract of thesis doctoral dissertation]*. Kyiv: NAU (in Ukr.).

16. Електронні ресурси (doi – доступний):

Література

1. Ілляшенко С. М. Товарна інноваційна політика. doi:10.1/acf:oo/2003.01.10 (дата звернення : 15.02.2018).
2. Zhao S., Martin J. Identity construction on Facebook. *Computers in Human Behavior*. 2008. Vol. 24. P. 16–36. doi:10.1016/j.chb.2008.02.12 (дата звернення : 15.02.2018).

References

1. Illiashenko, S. M. (2007). *Tovarna innovatsijna polityka [Commodity innovative politics]*. doi:10.1/acf:oo/2003.01.10 (in Ukr.).
2. Zhao, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook. *Computers in Human Behavior*, 24, 16-36. doi:10.1016/j.chb.2008.02.012

17. Електронні ресурси (doi – недоступний):

Література

1. Ілляшенко С. М. Товарна інноваційна політика. URL: <http://ojs.lib.swin.edu.au/index> (дата звернення : 15.02.2018).
2. Zhao S., Martin J. Identity construction on Facebook. *Computers in Human Behavior*. 2008. Vol. 24. P. 16–36. URL: <http://ojs.lib.swin.edu.au/index> (дата звернення : 15.02.2018).

References

1. Illiashenko, S. M. (2007). *Tovarna innovatsijna polityka [Commodity innovative politics]*. Retrieved from <http://ojs.lib.swin.edu.au/index.php/ejap/> (in Ukr.).
2. Zhao, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 16-36. Retrieved from <http://ojs.lib.swin.edu.au/index.php/ejap/>

18. Праці одного і того ж року, того ж автора:

1. Luhan, M. (2015a). *Culture is our business*. New York: McGraw-Hill.
2. Luhan, M. (2015b). *From cliché to archetype*. New York: Viking Press.

Наукове видання

РЕСТОРАННИЙ І ГОТЕЛЬНИЙ КОНСАЛТИНГ. ІННОВАЦІЇ

Науковий журнал

Том 2 № 2
2019

Засновник і видавець –
Київський національний університет культури і мистецтв

Виходить із 2018 р.

Редагування та коректура
Катерина Спрогіс

Редактор англomовних текстів
Валентина Діброва

Бібліографічне редагування
Галина Стешенко

Дизайн обкладинки
Євгеній Дорошенко

Технічне редагування
В'ячеслав Лук'яненко

Комп'ютерна верстка
Олена Щербина

Редакція залишає за собою право на редагування текстів, яке не змінює позиції автора.

Автор несе відповідальність за фактичний виклад матеріалу.

Scientific publication

RESTAURANT AND HOTEL CONSULTING. INNOVATIONS

Scientific Journal

Vol. 2 No 2
2019

The founder and publisher –
Kyiv National University of Culture and Arts

Founded in 2018

Literary editor
Kateryna Sprohis

English text editor
Valentyna Dibrova

Bibliographic editor
Halyna Steshenko

Cover design
Yevhenii Doroshenko

Technical editing
Viacheslav Lukianenko

Computer layout
Olena Shcherbyna

The editorial board reserves the right to edit text that do not change the authors position.

The author is responsible for the actual presentation of the material.

Научное издание

РЕСТОРАННЫЙ И ГОСТИНИЧНЫЙ КОНСАЛТИНГ. ИННОВАЦИИ

Научный журнал

Том 2 №2
2019

Основатель и издатель –
Киевский национальный университет культуры и искусств

Выходит с 2018 г.

Редактирование и корректура
Екатерина Спрогис

Редактор англоязычных текстов
Валентина Диброва

Библиографическое редактирование
Галина Стешенко

Дизайн обложки
Евгений Дорошенко

Техническое редактирование
Вячеслав Лукьяненко

Компьютерная верстка
Елена Щербина

Редакция оставляет за собой право на редактирование текстов, не меняет позиции автора.

Автор несет ответственность за фактическое изложение материала.

Підписано до друку 23.12.2019. Формат 70 x 100 ¹/₁₆
Друк офсетний. Папір офсетний. Гарнітура PT Serif.
Ум. друк. арк. 12,03. Обл. вид. арк. 10,48
Наклад 300 прим. Зам. № 4021

Віддруковано з оригінал-макета на видавничо-поліграфічній базі КНУКіМ
м. Київ, вул. Чигоріна, 14

Свідоцтво про внесення суб'єкта до державного реєстру видавців,
виготовників, розповсюджувачів видавничої продукції
серія ДК № 4776 від 09.10.2014