

*ВІСНИК СТУДЕНТСЬКОГО  
НАУКОВОГО ТОВАРИСТВА  
«ВАПРА»*

ВІННИЦЬКОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО  
ІНСТИТУТУ  
КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО  
ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

**Випуск 86**

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ  
ІХ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

*«Актуальні проблеми ефективного соціально-  
економічного розвитку України: пошук молодих»*

**23 квітня 2020 року**

**Вінниця 2020**

**Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ.** Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2020. Вип.86. С.248

У Віснику розглядаються стратегічні аспекти розвитку вітчизняних підприємств в умовах євроінтеграції та глобалізації; сучасні моделі, стратегії, технології менеджменту. Значна увага приділяється стратегічним напрямкам розвитку бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту в контексті динамічних євроінтеграційних процесів; фінансовим механізмам забезпечення соціально-економічного розвитку країни; моделюванню та проектуванню процесів управління в соціально-економічних системах; маркетинговим технологіям в умовах інноваційного розвитку бізнесу. Висвітлюються проблеми розвитку ринку послуг індустрії гостинності; якості та безпеки сучасного товарознавства; правові, історичні та соціально-психологічні тенденції державотворення в Україні. Досліджується роль молоді в соціально-економічному розвитку України та передумови професійної самореалізації в умовах ринкової економіки: мовний, соціальний та міжкультурний аспекти, проблеми та перспективи фізичної підготовки студентської молоді.

Розраховано на аспірантів, молодих вчених, здобувачів вищої освіти, що цікавляться проблемами соціально-економічного розвитку суспільства.

**Редакційна колегія:** Голова редакційної колегії – **Замкова Н.Л.**, д.філос.н., проф.  
Відповідальний секретар – **Мартінова Л.Б.**, д.е.н., доц.

**Члени редакційної колегії:**

**Власенко І.Г.**, д.мед.н., проф., **Бондар А.А.**, к.н.фіз.вих. і спорту, ст. викладач, **Гладь С.В.**, к.філол.н., доц., **Демченко О.П.**, к.е.н., доц., **Довгань Л.І.**, к.пед.н., доц., **Китайчук Т.Г.**, к.е.н., доц., **Ковтун Е.О.**, к.е.н., доц., **Майстер Л.А.**, к.е.н., доц., **Маршук Л.М.**, к.е.н., ст. викладач, **Маскевич О.Л.**, к.філос.н., ст. викладач, **Онищук Н.В.**, к.е.н., доц., **Осіпова Л.В.**, к.е.н., доц., **Павлюк Т.І.**, к.е.н., доц., **Семенюк І.Ю.**, к.е.н., ст. викладач, **Смагло О.В.**, к.е.н., доц., **Тернова А.С.**, к.т.н., доц., **Довгань Ю.В.**, ст. викладач, **Копняк К.В.**, ст. викладач, **Лук'янець А.В.**, ст. викладач, **Середницька Л.П.**, ст. викладач.

Друкується за ухвалою Вченої Ради Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ.

Свідоцтво Вінницького обласного управління юстиції про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації № 662-20-р серія ВЦ від 14 грудня 2006 року.

Наукові роботи друкуються в авторській редакції.

---

|  |            |
|--|------------|
| <b>Лещенко Анастасія</b><br><b>Науковий керівник: Антонюк К.Г., асистент</b><br>Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ<br><b>МОЛЕКУЛЯРНА КУХНЯ – СУЧАСНА ФІЛОСОФІЯ ЇЖИ.....</b>   | <b>105</b> |
| <b>Лещенко Анастасія</b><br><b>Науковий керівник: Сюмка Ю.В., асистент</b><br>Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ<br><b>ІСТОРІЯ ВИНИКНЕННЯ ПРОФЕСІЇ СОМЕЛЬЄ.....</b>   | <b>108</b> |
| <b>Ліпковська Катерина</b><br><b>Науковий керівник: Рябенюк М.О., к.е.н., доцент</b><br>Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ<br><b>ДИНАМІЧНЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ.....</b>  | <b>110</b> |
| <b>Літвін Ліна</b><br><b>Науковий керівник: Антонюк К.Г., асистент</b><br>Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ<br><b>ТУРИЗМ ЯК ПОТУЖНА СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ СТРУКТУРИ.....</b>  | <b>112</b> |
| <b>Лужинська Анастасія, Дерев'янка Валерія</b><br><b>Науковий керівник: Рябенюк М.О., к.е.н., доцент</b><br>Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ<br><b>ОЦІНКА ХІМІЧНОЇ ТА РАДІАЦІЙНОЇ ОБСТАНОВКИ.....</b>                           | <b>114</b> |
| <b>Мандрик Оксана</b><br><b>Науковий керівник: Антонюк К.Г., асистент</b><br>Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ<br><b>СУЧАСНИЙ ПОРТРЕТ ЕКСКУРСОВОДА.....</b>  | <b>117</b> |
| <b>Марчук Марина</b><br><b>Науковий керівник: Пахомська О.В., асистент</b><br>Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ<br><b>МІКРОЗЕЛЕНЬ - ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК</b><br><b>ЗДОРОВОГО ХАРЧУВАННЯ .....</b>                              | <b>119</b> |
| <b>Матвієнко Діана, Гулько Оксана</b><br><b>Науковий керівник: Мазуркевич І.О., к.е.н., доцент</b><br>Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ<br><b>ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ</b><br><b>ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ.....</b> | <b>121</b> |
| <b>Матула Анна</b><br><b>Науковий керівник: Іваніщева О.А., ст. викладач</b><br>Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ<br><b>ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ КОНДИТЕРСЬКОГО ЦЕХУ В СУЧАСНИХ</b><br><b>УМОВАХ.....</b>                              | <b>123</b> |
| <b>Маценко Вікторія</b><br><b>Науковий керівник: Іваніщева О.А., ст. викладач</b><br>Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ<br><b>ОСОБЛИВОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ АВСТРАЛІЙСЬКОЇ КУХНІ.....</b>  | <b>125</b> |

---

По-п'яте, для того, аби уникнути пасивного та монотонного викладення матеріалу під час екскурсії, необхідно провести роботу по розширенню тематики [3]. Характерна особливість оглядової екскурсії полягає в тому, що майже кожна її підтема може при бажанні екскурсовода стати темою для підготовки та проведення самостійної екскурсії. «Родзинкою» даного виду діяльності є те, що ділення основної теми екскурсії на декілька частин та їх доповнення власним цікавим матеріалом, допоможе екскурсоводу підвищити свій статус та попит на культурному ринку чи ринку туризму.

Таким чином, можна зробити висновок, що успішна робота екскурсовода в сфері організації туризму чи в культурно-просвітницькій діяльності, реалізації туристичних продуктів на вітчизняному та міжнародному ринку, в значній мірі залежить від рівня як теоретичних знань та вмінь, так і практичних навиків роботи. В сучасних умовах розвитку туристичного бізнесу та розширення його географії, до роботи екскурсоводів ставляться високі вимоги. Екскурсовод повинен знати правила обслуговування, стандарти надання послуг, історію та культуру, іноземну мову, основні об'єкти та місцевості; вміти складати індивідуальний план та текст екскурсії, працювати в групі, використовувати різні методичні прийоми; володіти етичними нормами, граматику мови, основами психології та конфліктології, технікою публічних виступів та комунікативними навичками; зобов'язаний дотримуватися правил і норм охорони праці, вдосконалювати знання та вміння [2].

У зв'язку з цим необхідно формувати теоретичні знання з основ екскурсійної справи, вміння розробок екскурсійних маршрутів, навички самостійної роботи; займатися постійним вдосконаленням професійної майстерності та вчитися застосовувати нові технології.

#### **Список використаних джерел:**

1. Коваленко О. В. Сучасні проблеми підготовки та підвищення кваліфікації екскурсоводів. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова*. 2018. Випуск 60. С. 211–214.

2. Покоłodна М. М. Організація екскурсійної діяльності : підручник. ХНУМГ ім. О. М. Бекетова. 2017. 180 с.

3. Фуанг Д. Ч., Хай Йен Ф.Т., Белецкая Е. А., Харьковская Е. В. Современное состояние и перспективы развития профессии экскурсовода *Наука. Искусство. Культура*. 2017. Випуск 3 (15). С. 129–133.

**Марчук Марина**

**Науковий керівник: Пахомська О.В., асистент**

**Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ**

## **МІКРОЗЕЛЕНЬ - ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК ЗДОРОВОГО ХАРЧУВАННЯ**

Мода на здорове харчування відкриває додаткові можливості для ресторанного бізнесу. Зокрема, застосування молодих паростків (так званий мікрогрін) відкрило чергову сторінку в історії кулінарії. Мікрозелень можна придбати в магазинах та виростити власноруч удома з насіння овочів, трав або зерна. Мікрогрін – це тижневі паростки рослин, як містять набагато більше мінералів та вітамінів, ніж зрілі рослини та менше калорій.

Результати досліджень свідчать, що мікрогрін почав з'являтися у меню шеф-кухарів ще в 1980-х, в Сан-Франциско. Спочатку було запропоновано дуже мало різновидів: рукола, базилік, буряк, капуста та суміш під назвою Rainbow Mix. Сьогодні американська промисловість мікрогрину складається з різних насінневих компаній та виробників[1].

Мікрозелень вирощують з насіння овочів або трав, які збирають одразу з появою повноцінного листя. Зазвичай, вирощують мікрозелень амаранту, руколи, буряку, базиліку, капусти, селери, мангольду (листовий буряк), кервелю (рослина має сильний аромат, що нагадує запах анісу), кінзи, кропу, капусти, гірчиці, петрушки, редису, щавлю. За органолептичними ознаками мікрозелені притаманний інтенсивний аромат, смак та характерне забарвлення, не зважаючи на невеликий розмір. Для більшості різновидів мікрозелені процес росту триває від 1 до 2 тижнів, для деяких видів рослин – до 6 тижнів.

Вчені розглядають зелень як функціональну їжу, яка забезпечує організм людини необхідними поживні речовини. Мініатюрний мікрогрін позитивно впливає на здоров'я людини. У дослідженні Коледжу сільського господарства та природних ресурсів штату Меріленд (AGNR) та Міністерства сільського господарства Сполучених Штатів (USDA) підтверджується, що мікрогрін має більшу поживну цінність, ніж зріла рослина. Їх команда провела дослідження, щоб порівняти кількість вітамінів С, Е, К та бета-каротину в 25 видах мікрогрину та їх дорослих аналогів. Було виявлено, що мікрогрін утримує від 4 до 40 разів більше поживних речовин, ніж зріла рослина[2].

Аналізуючи, дослідження американських вчених варто зазначити, що вирощування мікрозелені на території України має позитивний вплив на харчування людей, покращує їх мінеральний і вітамінний статуста покращує економіку країни. При використанні мікрозелені немає відходів, зменшуються витрати на виробництво та до споживача надходить продукція найвищої якості по показнику свіжості.

Застосування мікрозелені у закладах ресторанного господарства нині досить актуально. Мікрозелень доповнює солодкі страви, так і солоні. Окрім своєї харчової цінності, вони надають аромат, текстуру та колір до салату або канапок. Також їх додають у коктейль або використовують як гарнір. Також перевагою проростків мікрозелені є можливість їх комбінування зі стравами різних національних кухонь. Із додаванням міні-зелені готуються освіжаючі коктейлі смузі, маринади для риби і м'яса, заправки для овочів[3].

Виходячи з вище сказаного можна зробити висновок, що мікрозелень є смачним доповнення до солодких і пікантних страв та містить велику кількість поживних речовин. У харчування населення України потрібно вводити нові харчові продукти, які насправді є більш корисними, не лише в повсякденному раціоні харчування, але й у боротьбі з мінеральною, вітамінною недостатністю і багатьма хворобами сьогодення.

#### **Список використаних джерел:**

1. Burlingame B. Великі проблеми харчування та екологічної стійкості.  
URL:  
<http://chtei-knteu.cv.ua/ua/content/download/zbirka.pdf> Walker RE, Keane CR, Burke JG. (дата звернення: 02.04.2020)

2. Диспропорції та доступ до здорової їжі в США: огляд літератури про харчові

пустелі URL: [https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u104/zbirnik\\_prac\\_2019\\_copy.pdf](https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u104/zbirnik_prac_2019_copy.pdf) (дата звернення: 01.04.2020).

3. Головний тренд у здоровому харчуванні в 2017 році. URL: <http://vermiculite.com.ua/vermikulitspuchenyi/54-golovnij-trend-v-zdorovomu-kharchuvanni-v-2017-rotsi>. (дата звернення: 06.04.2020).

**Матвієнко Діана, Гулько Оксана**

**Науковий керівник: Мазуркевич І.О., к.е.н., доцент**  
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

## **ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ**

Управління підприємств туристичного бізнесу у своїй діяльності потребує постійної оцінки стану ринку, готовності до ринкових коливань з метою забезпечення реалізації стратегії саморозвитку й економічного виживання в теперішніх умовах конкуренції. Особливе значення на ринку послуг гостинності та туризму має ціна продукту. Ціна продукту завжди була і залишається основним чинником, який визначає вибір споживача.

Ціноутворення в туризмі – це комплексна міра, обумовлена різноманітністю продукту, високим рівнем конкуренції та складністю чіткої оцінки майбутнього попиту [1].

Визначення оптимальних цін на послуги є основною складовою їх подальшого продажу і отримання бажаного прибутку. Висока ціна на послугу може призвести до втрати у потенційних покупців інтересу на її придбання, а занадто низька ціна може викликати незадоволення, оскільки низька ціна викликає сумніви щодо якості послуги, рівня кваліфікації або досвіду підприємця та низького рівня обслуговування.

Ціна на послуги які запропоновані з одного боку визначає її якість у свідомості покупця, і з іншого визначає її конкурентні позиції на ринку [2].  
Визначення оптимальної ціни продукту є одним з найскладніших завдань, що стоїть перед будь-яким підприємством, і є передумовою комерційного успіху та закріплення на ринку туристичного бізнесу – реалізації відповідного обсягу послуг, отримання доходу і прибутку.

Ціна виступає важливим чинником для подальшого формування попиту споживачів, його стабільності та зростання. Подальший розвиток підприємств туристичного бізнесу в основному залежить від потенційних покупців та попиту на пропоновані послуги. Тому кожне підприємство зацікавлене у задоволенні потреб своїх користувачів.

Політика ціноутворення на підприємствах здійснюється в основному з врахування зовнішніх та внутрішніх чинників.