

**ВІСНИК СТУДЕНТСЬКОГО  
НАУКОВОГО ТОВАРИСТВА  
«ВАПРА»**

**ВІННИЦЬКОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО  
ІНСТИТУТУ  
ДЕРЖАВНОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО  
УНІВЕРСИТЕТУ**

**Випуск 139**

**ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ  
ХІ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

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

**21 квітня 2022 року**

**Вінниця 2022**

**Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту ДТЕУ.** Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2022. Вип.139. 284 С.

У Віснику розглядаються глобальні імперативи підприємницького потенціалу компаній на внутрішньому та зовнішньому ринках; проблеми та перспективи соціального забезпечення громадян; сучасні моделі, стратегії, технології менеджменту; стан, виклики та перспективи розвитку публічного управління в Україні. 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 якості та безпеки сучасного товарознавства; регіональний та національний виміри тенденцій розвитку індустрії гостинності та харчової промисловості; політико-правові, історичні та соціально-психологічні тенденції державотворення в Україні. Досліджуються проблеми та перспективи фізичної підготовки студентської молоді; передумови професійної самореалізації молоді в умовах ринкової економіки: мовний, соціальний та міжкультурний аспекти.

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

**Редакційна колегія:**

Голова редакційної колегії – **Замкова Наталія**, д-р філос. наук, професор  
Відповідальний секретар – **Мартінова Лілія**, д-р екон. наук, доцент

**Члени редакційної колегії:**

**Власенко Ірина**, д-р мед. наук, професор, **Іваницька Наталя**, д-р філол. наук, професор, **Громова Ольга**, д-р екон. наук, доцент, **Стратійчук Вікторія**, доктор філософії з економіки, ст. викладач, **Бондар Анна**, канд. наук фіз. виховання і спорту, доцент, **Гарбар Віктор**, канд. екон. наук, доцент, **Гулівата Інна**, канд. пед. наук, доцент, **Давидюк Людмила**, канд. екон. наук, доцент, **Китайчук Тетяна**, канд. екон. наук, доцент, **Кокарча Юлія**, канд. політ. наук, доцент, **Коцербуба Наталія**, канд. екон. наук, доцент, **Кульганік Оксана**, канд. екон. наук, доцент, **Маршук Ліна**, канд. екон. наук, доцент, **Махначова Наталя**, канд. екон. наук, доцент, **Романовська Юлія**, канд. екон. наук, доцент, **Тернова Алла**, канд. техн. наук, доцент, **Хом'яченко Світлана**, канд. юрид. наук, доцент, **Антонюк Катерина**, асистент, **Вівсюк Ірина**, асистент, **Горшков Максим**, ст. викладач.

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>Юлія Єрмолаєва, 2 курс, група ГРС-21д</b> <b>Науковий керівник: Іван Власенко,</b> <b>д-р екон. наук, професор</b> Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ <b>АНАЛІЗ НАДАННЯ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ В ГОТЕЛЬНОМУ</b> <b>ГОСПОДАРСТВІ.....</b>	<b>88</b>
<b>Діана Заболотна, 2 курс, група Т-21д</b> <b>Науковий керівник: Іван Власенко,</b> <b>д-р екон. наук, професор</b> Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ <b>СУТЬ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ ТА ЙОГО МІСЦЕ В</b> <b>ЗАГАЛЬНІЙ КЛАСИФІКАЦІЇ ТУРИЗМУ.....</b>	<b>90</b>
<b>Лілія Заболотна, 3 курс, група ХТ-31д</b> <b>Науковий керівник: Лілія Крижак,</b> <b>канд. техн. наук</b> Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ <b>ОСОБЛИВОСТІ ВИРОБНИЦТВА СУХОГО МОЛОКА.....</b>	<b>92</b>
<b>Лілія Заболотна, 3 курс, група ХТ-31д</b> <b>Науковий керівник: Олена Пахомська</b> Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ <b>ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ, ЯКІ ЗМІНЮЮТЬ РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС .....</b>	<b>94</b>
<b>Вікторія Завальнюк, 2 курс, група ГРС-22д</b> <b>Науковий керівник: Іван Власенко,</b> <b>д-р екон. наук, професор</b> Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ <b>ОРГАНІЗАЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ ПО ТИПУ «ALL INCLUSIVE».....</b>	<b>96</b>
<b>Олександр Зубко, 3 курс, група ХТ-31д</b> <b>Науковий керівник: Лілія Крижак,</b> <b>канд. техн. наук</b> Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ <b>ТЕХНОЛОГІЯ ВИГОТОВЛЕННЯ МОЛОЧНОГО БАТОНУ.....</b>	<b>98</b>
<b>Анастасія Івчик, 2 курс, група Т-21д</b> <b>Науковий керівник: Алла Кізіон,</b> <b>канд. географ. наук, доцент</b> Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ <b>АНАЛІЗ ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ БОЛГАРІЇ.....</b>	<b>101</b>
<b>Катерина Ігнат'єва, 3 курс, група ХТ-31д</b> <b>Науковий керівник: Лілія Крижак,</b> <b>канд. техн. наук</b> Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ <b>СПОЖИВЧІ ВЛАСТИВОСТІ КИСЛОМОЛОЧНОГО СИРУ.....</b>	<b>104</b>
<b>Вікторія Ільніцька, 3 курс, група ХТ-31д</b> <b>Науковий керівник: Лілія Крижак,</b> <b>канд. техн. наук</b> Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ <b>СТАН РИНКУ СОКІВ В УКРАЇНІ.....</b>	<b>105</b>

---

вміст вільного жиру (вдвічі). З метою запобігання окислювальних процесів рекомендується упаковувати в атмосферу інертний газ (азот або суміш азоту і вуглекислого газу).

Сухе незбиране молоко фасують в паперові 4- або 5-шарові мішки за ГОСТ 2226 з поліетиленовими вкладишами масою нетто 20-30 кг. Сухе незбиране молоко маркується згідно з вимогами ГОСТ 23651-79. Мішки з незбираним сухим молоком зберігають при температурі 1-10 °С і відносній вологості повітря не більше 85 % протягом 8 місяців на чистих дерев'яних піддонах. Транспортування здійснюється всіма видами критого транспорту.

#### **Список використаних джерел:**

1. ДСТУ 3662:2018. Молоко-сировина коров'яче. Технічні умови. Київ: ДП УкрНДНЦ, 2018. 11 с.
2. Рибак О. М. Технології молока і молочних продуктів. Тернопіль, 2016. 57 с.
3. Грек, О. В., Онопрійчук О. О. Наукові основи безвідходних технологій відновлюваної сировини : підручник. Київ : НУХТ, 2020. 106 с.
4. Грек О. В., Красуля О. О.; Молокопереробка. Інновації : підручник. М-во освіти і науки України, Нац. ун-т харч. технол. Київ : НУХТ, 2017. 390 с.

**Лілія Заболотна, 3 курс, група ХТ-31д**  
**Науковий керівник: Олена Пахомська**  
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

## **ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ, ЯКІ ЗМІНЮЮТЬ РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС**

Досвід економічного та соціального розвитку суспільства підтверджує, що сталий розвиток усієї сфери, в тому числі ресторанного господарства, може бути підтверджено інноваційними технологіями на макро-, мезо- та мікропорівняннях, тому вони сприяють модернізації та реструктуризації.

Тому проблеми інноваційних технологій є досить актуальними. Найважливішими інноваційними технологіями є інформаційно-комп'ютерні технології, розроблені для підприємств ресторанного господарства, які дозволяють значно спростити та оптимізувати низку спеціальних бізнес-процесів. Проте їх поширенню гальмує, по-перше, не насиченість попиту на послуги ресторанного та дозвілля, по-друге, низька технологічна культура населення. Все це гальмує розвиток інноваційних процесів. Зручність автоматизації та інформатизації процесів у ресторанному бізнесі, очевидно, не тільки з точки зору «бізнесових і споживчих позицій», вона дозволяє швидше працювати з розрахунками споживачів, пріоритетністю, забезпеченням запропонованого меню всіма необхідними послугами тощо. Також однією з головних ІТ-інновацій для ресторанного бізнесу є впровадження набору веб-комунікаційних рішень для взаємодії зі споживачами. Як наслідок, послуги доставки додому по телефону та онлайн стають все більш поширеними.

Наприклад, оригінальна ідея з'явилася в ресторанному бізнесі Великобританії. У Лондоні відкривається концептуальний ресторан далекосхідної кухні Inamo, де немає традиційного друкованого меню. При цьому споживачі, не встаючи, замовляють страви, стежать за їх приготуванням, обирають дизайн свого столу, дізнаються новини і розважаються; виконувати замовлення офіціантів. Такі дії пояснюють тим, що столи в ресторані високотехнологічні [1]. Поверхня столу являє собою сенсорний монітор з ілюстрованим меню, що дозволяє робити замовлення, спостерігати за роботою кухні, вибирати картинку на столі та музику. Якщо обслуговування в ресторані добігає кінця, «стіл» допоможе таксі. Без креативної системи впорядкування інтер'єри закладу досить консервативні. Очевидно, це робиться для того, щоб залучити до ресторану не лише молодь, яка любить технологічні новини, а й заможних споживачів.

Технології збільшення потоку ресторанных споживачів та непряма реклама закладів ресторанного господарства є більш перспективними напрямками використання веб- та телекомунікаційних технологій. У цьому випадку затори можна повернути в ресторанний бізнес за допомогою технології RFID [1]. Ці системи поки не набули широкого поширення в Україні, але вони отримали широке застосування за кордоном. Суть технології в RFID-мітках, розташованих поблизу ресторанів, які можна зчитувати за допомогою спеціальних портативних пристроїв через Wi-Fi, Bluetooth або мобільний зв'язок. Існує з'єднання з сервером, на якому зберігається різноманітна інформація про цей ресторан. Відповідну інформацію потім можна передати на спеціальний портативний пристрій, який є у власника. Таким чином, власник цього КПК, наприклад, заблукавши або стоячи в пробці, отримує можливість відвідати меню зареєстрованого пристрою, розташованого біля ресторану, відомо про наявність місць, систему знижок і бонусів тощо.

Подібні технології також економлять ресторан на рекламі – дійсно, потреба в рекламних щитах відпадає, якщо ресторан автоматично розпізнається мобільним телефоном або КПК, коли його власник приїжджає на машині [3, ст.124].

Однак технологічні перетворення у сфері послуг не слід звужувати до інновацій лише інформаційних та автоматизованих технологій. Таким чином, на ресторанний бізнес істотно впливають досягнення таких видів технологій: енергетика, процеси, будівельні матеріали, дизайн, біо-, інформація, обслуговування, менеджмент, збут, обладнання, харчування. Цікаве нововведення впроваджують у США. Існує мережа здорового фаст-фуду під назвою «Жуй під час гри». Це абсолютно інноваційно. Адже там можна поїсти та насолоджуватися проведенням часу в соцмережах. Або грайте в комп'ютерні ігри з іншими відвідувачами. За оцінками експертів, ресторан економить 8-12% прибутку. Зрештою, не витрачайте гроші на маркетинг. Його клієнти рекламують компанію. Тому, як сказав власник ресторану Міхаель Шуман: «Ми можемо витрачати економічні гроші, щоб вкласти в наш продукт найкраще для найкращого» [2].

Ще одна причина, чому інноваційні ресторани настільки популярні, полягає в тому, що це швидко, але корисно. У меню більше двох найменувань різноманітних бутербродів із натуральних продуктів без вмісту генетично модифікованих тварин та з мінімальною жирністю. Особливо успішні геймери можуть виграти смачні безкоштовні доповнення до свого замовлення, якщо вони грають з професіоналами ресторану. Слід зазначити що, ресторани дуже швидко розвиваються, а також широко впроваджують сучасні Інтернет-технології. Наприклад, ресторани «Шотландія», «Le Carice», «Абазур», «Арена», готельно-ресторанний комплекс «Колізей», створили сайти, які мають таку інформацію: Візитна картка. Сайт є простим способом представлення бізнесу, містить ключову інформацію про ресторан, його розташування та основні напрямки діяльності; web-вітрина. Містить довідкову інформацію, спеціальні пропозиції (опис меню, інтер'єру, кухні тощо), прайс-листи та «гарячі» новини; он-лайн система. Орієнтована на споживача, забезпечує онлайн-бронювання, онлайн-замовлення страв, зазначених у меню та багато інших функцій, які значно спрощують процес продажу продуктів через Інтернет.

Таким чином, Інтернет-технології дають закладам ресторанного господарства такі переваги: залучати нових споживачів, розширювати ринок, знаходити найкращих постачальників сировини та товарів тощо.

#### **Список використаних джерел:**

1. Литвиненко Т.Є. Новітні технології обслуговування у сфері ресторанного бізнесу. Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах. Київ, 2020. С.123-127.

2. Оліфіров О.В. Маркетингові стратегії підприємства ресторанного господарства в умовах розвитку Інтернет-технологій URL: [http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/Tiru/2010\\_30\\_1/Olifirov.pdf](http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Tiru/2010_30_1/Olifirov.pdf) (дата звернення: 04.04.2022).

**Вікторія Завальнюк, 2 курс, група ГРС-22д**  
**Науковий керівник: Іван Власенко,**  
**д-р екон. наук, професор**  
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

## **ОРГАНІЗАЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ ПО ТИПУ «ALL INCLUSIVE»**

Сфера гостинності це комплекс галузей головне завдання яких пов'язується з обслуговуванням туристів під час їхнього перебування поза місцем постійного проживання. До сфери гостинності, згідно визначень провідних спеціалістів у сфері економіки туризму, належать готельний та ресторанний бізнес, підприємства транспортного обслуговування, сфера розваг. Готельна сфера в структурі індустрії гостинності виконує ключові функції, оскільки пропонує відвідувачам комплекс послуг, у формуванні та реалізації яких беруть участь всі сектори й елементи індустрії гостинності. Таким чином, доцільно виділити готельну індустрію як найбільш комплексну складову індустрії гостинності та розглядати її самостійно.