

# **ЗБІРНИК НАУКОВИХ СТАТЕЙ МАГІСТРІВ**

**Частина 1**



**Полтава  
2021**

**Вищий навчальний заклад Укоопспілки  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»  
(ПУЕТ)**

# **ЗБІРНИК НАУКОВИХ СТАТЕЙ МАГІСТРІВ**

**Частина 1**

**Полтава  
ПУЕТ  
2021**

УДК 339.1+640+664+37+657+005+004+80(062.552)

3-41

Друкується відповідно до Наказу по університету № 140-Н від 25 серпня 2021 р.

**Редакційна колегія:**

Головний редактор – **О. О. Нестуля**, д. і. н., професор, ректор Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» (ПУЕТ).

Заступник головного редактора – **О. В. Манжура**, д. е. н., доцент, проректор з науково-педагогічної роботи ПУЕТ.

Відповідальний секретар – **Н. М. Бобух**, д. філол. н., професор, завідувач кафедри української, іноземних мов та перекладу ПУЕТ.

**Відповідальний редактор:**

**А. С. Ткаченко**, к. т. н., директор Навчально-наукового інституту денної освіти ПУЕТ.

**Члени редакційної колегії:**

**Л. М. Шимановська-Діаніч**, д. е. н., професор, завідувач кафедри менеджменту ПУЕТ;

**Т. В. Онішко**, д. і. н., професор, завідувач сектору документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах кафедри менеджменту ПУЕТ;

**Л. С. Франко**, ст. викладач, завідувач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин ПУЕТ;

**М. Є. Розоза**, д. е. н., професор, завідувач кафедри економічної кібернетики, бізнес-економіки та інформаційних систем ПУЕТ;

**Т. А. Костишина**, д. е. н., професор, завідувач кафедри управління персоналом, економіки праці та економічної теорії ПУЕТ;

**Г. В. Лаврик**, д. ю. н., професор, завідувач кафедри правознавства ПУЕТ;

**О. В. Ольховська**, к. ф.-м. н., завідувач кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій ПУЕТ;

**О. В. Яріш**, к. е. н., доцент, завідувач кафедри фінансів та банківської справи ПУЕТ;

**А. І. Мілька**, к. е. н., доцент, завідувач кафедри бухгалтерського обліку і аудиту ПУЕТ;

**Н. В. Карпенко**, д. е. н., професор, завідувач кафедри маркетингу ПУЕТ;

**Г. О. Бірта**, д. с.-г. н., професор, завідувач кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи ПУЕТ;

**Г. П. Хомич**, д. т. н., професор, завідувач кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства ПУЕТ;

**Т. В. Капліна**, д. т. н., професор, завідувач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи ПУЕТ;

**Г. П. Скляр**, д. е. н., професор, завідувач кафедри туристичного та готельного бізнесу ПУЕТ;

**І. М. Петренко**, д. і. н., професор, завідувач кафедри педагогіки та суспільних наук ПУЕТ.

**Збірник наукових статей магістрів. Навчально-науковий**  
3-41 інститут денної освіти : у 2 ч. – Полтава : ПУЕТ, 2021. – Ч. 1. –  
334 с.

ISBN 978-966-184-417-8

У збірнику представлено результати наукових досліджень магістрів спеціальностей: Підприємництво, торгівля та біржова діяльність; Готельно-ресторанна справа; Харчові технології; Освітні педагогічні науки; Облік і оподаткування; Менеджмент; Інформаційна, бібліотечна та архівна справа; Публічне управління та адміністрування; Комп'ютерні науки; Філологія; Фінанси, банківська справа та страхування; Економіка; Підприємництво, торгівля та біржова діяльність; Товарознавство та експертиза в митній справі; Маркетинг.

УДК 339.1+640+664+37+657+005+004+80(062.552)

*Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.*

*За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.*

*Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу ПУЕТ заборонено*

ISBN 978-966-184-417-8

© Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», 2021

<i>Махрова С. С., Капліна Т. В.</i> Удосконалення діяльності готелю butik-готель «Mirax Boutique Hotel» у м. Харків за рахунок інновацій.....	57
<i>Мельник С. Д., Капліна Т. В.</i> Кав'ярня як потенційний конкурент на ринку ресторанного господарства.....	63
<i>Моцакова А. П., Капліна А. С.</i> Упровадження маркетингових стратегій готельних послуг на підприємствах готельного господарства .....	67
<i>Садовська Д. Ю., Капліна Т. В.</i> Розвиток висококомфортних готелів категорії «****» .....	73
<i>Ситник Г. С., Капліна Т. В.</i> Інноваційний розвиток – основа конкурентоспроможності підприємств готельного господарства.....	78
<i>Тищенко А. С., Капліна Т. В.</i> Удосконалення діяльності готелю «Аристократ» у м. Полтава за рахунок інновацій.....	83
<i>Чемеренкова М. Д., Рогова Н. В.,</i> Якість обслуговування в ресторанах України .....	88
<i>Шанран І. А., Капліна Т. В.</i> Оптимізація системи надання послуг закладами ресторанного господарства Сумського регіону.....	92

## **СПЕЦІАЛЬНІСТЬ ХАРЧОВІ ТЕХНОЛОГІЇ**

### **Освітня програма «Технології в ресторанному господарстві»**

<i>Бугай А. В., Дяченко А. Р., Горючкіна В. О., Котляр М. С., Хомич Г. П.</i> Використання добавок фруктові сировини в технології харчових продуктів.....	97
<i>Скрипник А. В., Ричкін О. І., Тюрікова І. С.</i> Дослідження плодкових і ягідних купажів для технології десертів.....	104

## **СПЕЦІАЛЬНІСТЬ ОСВІТНІ, ПЕДАГОГІЧНІ НАУКИ**

### **Освітня програма «Педагогіка вищої школи»**

<i>Балковий В. Г., Кононець Н. В.</i> Особливості сучасного покоління учнів і студентів в умовах розвитку цифрового суспільства.....	109
--	-----

## ОПТИМІЗАЦІЯ СИСТЕМИ НАДАННЯ ПОСЛУГ ЗАКЛАДАМИ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА СУМСЬКОГО РЕГІОНУ

*І. А. Шапран, магістр спеціальності Готельно-ресторанна справа освітня програма «Готельно-ресторанна справа»*  
*Т. В. Капліна, д. т. н., професор – науковий керівник*

**Анотація.** У статті розглянуто основні проблеми, зміни та обмеження в розвитку закладів підприємств ресторанного бізнесу Сумського регіону в період пандемії COVID-19. Охарактеризовано основні напрями оптимізації системи надання послуг для захисту бізнесу.

**Ключові слова:** ресторанний бізнес, пандемія COVID-19 розвиток, цифрова зрілість, меню.

**Abstract.** The article considers the main problems, changes and limitations in the development of restaurants in the Sumy region during the pandemic COVID-19. The main directions of optimization of the system of providing services for business protection are described.

**Key words:** restaurant business, pandemic COVID-19 development, digital maturity, menu.

**Постановка проблеми.** Протягом останніх років ресторанний бізнес Сумського регіону розвивався динамічно, однак, 2020 р. вніс у його діяльність свої корективи. Глобальна пандемія, викликана COVID-19, продемонструвала несумісність карантину з окремими сегментами ринку, провівши певну санацію, та змінивши ландшафт ресторанного ринку. Дана ситуація змушує заклади ресторанного господарства області розробляти нові механізми не тільки для збереження життєздатності, але й розвитку, які б дали змогу адаптуватись до нових реалій зовнішнього середовища.

**Аналіз основних досліджень і публікацій.** Дослідженню аспектів розвитку закладів ресторанного господарства присвячені праці Н. Ю. Балацької, Л. Іванової, Т. Е. Лебедевої та інших. Проте, наявні напрацювання у напрями оптимізації розвит-

ку підприємств ресторанного бізнесу не враховують особливості діяльності в період COVID-19.

**Формулювання мети.** Метою статті є обґрунтування напрямів оптимізації системи надання послуг закладами ресторанного господарства Сумського регіону.

**Вклад основного матеріалу дослідження.** На сьогодні важко точно передбачити, який вплив матиме пандемія на ресторанний ринок Сумського регіону, оскільки її розвиток досить стохастичний, але певні тенденції очевидні:

1. Змінилися звички харчування, та спосіб життя споживачів взагалі (вечірні замовлення у п'ятницю та суботу зросли на 36 % порівняно з показниками до карантину і, ймовірно, залишатимуться такими ж, принаймні, у найближчій перспективі).

2. Ресторани реконфігурували свої фізичні простори з метою відповідності умовам обов'язкового соціального дистанціювання, та дотримання вимог щодо гігієни та безпеки.

3. Мережеві ресторани досягли краще успіху, ніж незалежні заклади, і, зокрема, «fast-food» продемонстрував найбільше зростання продажів завдяки швидкому обслуговуванню, та зручності. Компанія «Technomic» [5] прогнозує, що частка ресторанів швидкого обслуговування за підсумками 2020 р. зросте приблизно на 8 % (табл. 1).

**Таблиця 1 – Зміна частки ресторанного ринку Сумського регіону між ключовими сегментами за 2019–2021 рр. (прогноз), % [5]**

<b>Види закладів</b>	<b>2019 р.</b>	<b>2020 р.</b>	<b>2021 р.</b>
Ресторани швидкого обслуговування	42,20	50,40	46,10
Ресторани середнього класу	8,30	5,70	7,10
Ресторани Casual	34,10	29,20	31,80
Ресторани преміального класу	5,00	3,10	4,00
Столові, кафе самообслуговування	10,30	11,70	11,00

Незалежно від характеру структурної трансформації закладів ресторанного господарства Сумської області, можна з впевненістю зазначити, що цей ринок не повернеться до того стану, в

якому він був до пандемії COVID-19. Можливості «виживання» закладів ресторанного господарства Сумщини у цей період визначаються такими чинниками:

1. Структура продажу (доставка/продаж у ресторані). Гравці ринку, які мали у портфелі своїх послуг доставку, або швидко перейшли на такий формат роботи відразу після тотальних «закриттів», отримали додатковий шанс на виживання.

Значимо, що багато закладів ресторанного господарства Сумської області, які розраховані на середній клас, вже переглянули стратегію розвитку та створили практично з нуля власні служби доставки. А до платформ доставки їжі «Glovo», вже підключилися 38 % підприємств [1, с. 119].

Перехід на доставку їжі додому – вірне адаптаційне рішення для ресторанного бізнесу. Дана галузь допомагає підприємствам пережити кризу, спричинену пандемією COVID-19. Але як показує аналіз діяльності закладів ресторанного господарства, не для всіх підприємств дана стратегія є виходом. Виручка і натомість падіння попиту не покриває витрати підприємства на закупівлю товарів, оплату праці співробітників, та постійні витрати.

2. Орієнтація на пікові години роботи. Сильно постраждали ресторани, які переважно орієнтували свій бізнес на сніданки, чи бізнес-ланчі. Через те, що значна частина офісних співробітників перейшла на віддалений режим роботи в період карантину, попит на бізнес-ланчі знизився, що призвело або до підвищення цін на них, або до закриття закладів.

3. Рівень урбаністичності. В різних районах регіону помітна диференціація у зниженні відвідуваності закладів ресторанного господарства. Найпомітнішим падінням попиту відзначено м. Суми. В менш густонаселених районах області падіння було менш критичним.

4. Цифрова зрілість. Життєво важливими для ресторанного ринку під час пандемії COVID-19 стали цифрові програми лояльності, надійні системи CRM, та рівень присутності у сфері онлайн-замовлень. Причиною цього став рівень цифрової взаємодії серед клієнтів, який різко збільшився. І велика ймовірність, що тренд на залучення споживачів до цифрового життя збережеться і після пандемії.

Для оптимізації системи надання послуг у закладах ресторанного господарства Сумського регіону пропонуємо наступні стратегії, які допоможуть підтримати бізнес на час карантинних обмежень, спричинених пандемією COVID-19:

- концепція «Ресторан як мінімаркет». Включає розширення асортименту послуг. Доставка поповнюється товарами першої необхідності, що дозволяє розширити асортимент меню і, відповідно, дає можливість клієнтам замовляти їжу, продукти, санітайзери в одному місці. Це підвищує продажі, збільшує обсяг реалізації, та допомагає зберегти кількість співробітників [2, с. 47];

- постійний моніторинг цін конкурентів. Зниження цін меню мінімум на 30 %. Зробити пропозицію вигідніше, ніж у конкурентів;

- розробляти постійні акції, які стимулюють попит;

- запустити рекламу через соціальні мережі («Facebook», «Instagram», «Twitter», «LinkedIn»), соціальний інтернет-сервіс і фотохостинг («Pinterest»), сервіси мікроблогів («Tumblr» та «Flickr»), відеохостинги «YouTube» та «Vimeo», а також індивідуальні месенджери («WhatsApp», «Viber», «Telegram») [4, с. 114];

- за допомогою соціальних мереж взаємодіяти зі своєю клієнтурою, проводити опитування переваг;

- розширити меню страв. Додати сніданки, обіди, вечері. більше страв від шеф-кухаря;

- додати в меню кавові напої (Латте, Капучино, Раф). Попит на каву за останні два роки підвищився більш ніж на 40 % [4];

- зробити зручну навігацію в додатку доставки (за умови, якщо заклад ресторанного господарства має власну доставку);

- переорієнтувати частину співробітників, наприклад, офіціантів, на кур'єрів-доставників для збереження їх заробітної плати;

- розробити нове пакування продукції, а також налагодити поставку одноразової тари, та усього необхідного для адресної доставки їжі.

**Висновки.** Таким чином, зробимо висновок, що запропоновані заходи можуть допомогти зберегти діяльність закладів ресторанного господарства Сумської області, та зменшити втрати при реабілітації після зняття всіх карантинних заходів та обмежень, спричинених пандемією COVID-19, допоможе зберегти клієнтів.

Також завдяки технічному прогресу з'являються нові технології для успішного ведення ресторанного бізнесу. Своєчасна адаптація під умови, які змінюються, і перехід на онлайн-продажі здатні оптимізувати функціонування ресторанного бізнесу Сумщини.

### Список використаних джерел

1. Балацька Н. Ю. Ресторанний бізнес в умовах пандемії коронавірусу: проблеми та напрями трансформації моделей розвитку [Електронний ресурс] // Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку», № 42, 2020. С. 117–122. – URL: [http://marketinfr.od.ua/journals/2020/42\\_2020\\_ukr/22.pdf](http://marketinfr.od.ua/journals/2020/42_2020_ukr/22.pdf) (дата звернення 27.10.2021). – Назва з екрана.
2. Іванова Л. Вплив пандемії Covid-19 на кон'юнктуру ринку ресторанних послуг [Електронний ресурс] / Іванова Л., Вовчанська О. // Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності, № 1, 2020. С. 45–50. – URL: <http://sportsscience.ldufk.edu.ua/index.php/trends/article/view/916> (дата звернення : 27.10.2021). – Назва з екрана.
3. Наслідки епідемії covid-19 та карантинних заходів для провідних секторів економіки України Дослідження за результатами глибоких інтерв'ю з власниками та топменеджерами українських компаній [Електронний ресурс]. С. 65–68. – URL: [https://cpd.com.ua/ukreng%20covid19\\_economics\\_ukraine.pdf](https://cpd.com.ua/ukreng%20covid19_economics_ukraine.pdf) (дата звернення: 26.10.2021). – Назва з екрана.
4. Лебедева Т. Е. Возможности SMM в ресторанном бизнесе / Лебедева Т. Е., Голубева О. В. Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2018. – № 6(32). – С. 112–117.
5. Economic impact navigator [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.technomic.com/> (дата звернення : 26.10.2021). – Назва з екрана.