

**SCI-CONF.COM.UA**

**MODERN SCIENTIFIC RESEARCH:  
ACHIEVEMENTS, INNOVATIONS  
AND DEVELOPMENT PROSPECTS**



**PROCEEDINGS OF III INTERNATIONAL  
SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE  
AUGUST 29-31, 2021**

**BERLIN  
2021**

# **MODERN SCIENTIFIC RESEARCH: ACHIEVEMENTS, INNOVATIONS AND DEVELOPMENT PROSPECTS**

Proceedings of III International Scientific and Practical Conference

Berlin, Germany

29-31 August 2021

**Berlin, Germany**

**2021**

## UDC 001.1

The 3<sup>rd</sup> International scientific and practical conference “Modern scientific research: achievements, innovations and development prospects” (August 29-31, 2021) MDPC Publishing, Berlin, Germany. 2021. 403 p.

## ISBN 978-3-954753-03-1

The recommended citation for this publication is:

*Ivanov I. Analysis of the phaunistic composition of Ukraine // Modern scientific research: achievements, innovations and development prospects. Proceedings of the 3rd International scientific and practical conference. MDPC Publishing. Berlin, Germany. 2021. Pp. 21-27. URL: <https://sci-conf.com.ua/iii-mezhdunarodnaya-nauchno-prakticheskaya-konferentsiya-modern-scientific-research-achievements-innovations-and-development-prospects-29-31-avgusta-2021-goda-berlin-germaniya-arhiv/>.*

### Editor

**Komarytskyy M.L.**

*Ph.D. in Economics, Associate Professor*

Collection of scientific articles published is the scientific and practical publication, which contains scientific articles of students, graduate students, Candidates and Doctors of Sciences, research workers and practitioners from Europe, Ukraine, Russia and from neighbouring countries and beyond. The articles contain the study, reflecting the processes and changes in the structure of modern science. The collection of scientific articles is for students, postgraduate students, doctoral candidates, teachers, researchers, practitioners and people interested in the trends of modern science development.

**e-mail: [berlin@sci-conf.com.ua](mailto:berlin@sci-conf.com.ua)**

**homepage: <https://sci-conf.com.ua>**

©2021 Scientific Publishing Center “Sci-conf.com.ua” ®

©2021 MDPC Publishing ®

©2021 Authors of the articles

## ECONOMIC SCIENCES

55. *Kalinichenko O.* 319  
INNOVATIVE INFRASTRUCTURE OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS IN THE ERA OF DIGITALIZATION.
56. *Manucharyan Meri Gagiki* 325  
PERSPECTIVES FOR THE DEVELOPMENT OF INFRASTRUCTURES IN THE AGRICULTURAL SECTOR IN ARMENIA.
57. *Капліна А. С., Пелух Р. О.* 330  
СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ.
58. *Маковецька Н. В., Бортников Є. Г., Люта Д. А.* 334  
ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ.
59. *Нікітчина Т. І., Манолі Т. А., Лебеденко Т. Є.* 340  
ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ ГОТЕЛЬНИХ І РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ МОНОПРОДУКТУ З ДОТРИМАННЯМ СТАНДАРТИВ ЯКОСТІ І НОРМ БЕЗПЕКИ.
60. *Скороходова Л. І., Пономаренко Н. П., Столбцова А.* 344  
СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ДЛЯ БІЗНЕСУ – ЯКУ ПЛАТФОРМУ ОБРАТИ?
61. *Стецевич А. І.* 352  
ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ФІНАНСОВО-КРЕДИТНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ.

## LEGAL SCIENCES

62. *Corsei A.* 358  
DEFENDING PROFESSIONAL HONOR, DIGNITY AND REPUTATION THROUGH CRIMINAL COURTS.
63. *Матвійчук В. К.* 363  
КОМПАРАТИВІСТСЬКЕ ДОСЛІДЖЕННЯ КРИМІНАЛЬНОГО ПРАВОПОРУШЕННЯ, ПЕРЕДБАЧЕНОГО СТ. 250 КК УКРАЇНИ, З АНАЛОГІЧНИМИ ЗЛОЧИНАМИ ДЕЯКИХ ЗАРУБІЖНИХ ДЕРЖАВ.
64. *Матвійчук О. В.* 371  
ВІДМЕЖУВАННЯ КРИМІНАЛЬНОГО ПРАВОПОРУШЕННЯ, ПЕРЕДБАЧЕНОГО СТ. 250 КК УКРАЇНИ ВІД СУМІЖНИХ СКЛАДІВ КРИМІНАЛЬНИХ ПРАВОПОРУШЕНЬ.
65. *Московець В. І.* 379  
ОБ'ЄКТИВНІ ТА СУБ'ЄКТИВНІ ЧИННИКИ, ЩО ПОРОДЖУЮТЬ КРИМІНАЛЬНО КАРАНІ ДІЯННЯ ЖІНОК - ЗЛОЧИННИЦЬ.

**ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ  
ГОТЕЛЬНИХ І РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ НА ОСНОВІ  
ВИКОРИСТАННЯ МОНОПРОДУКТУ З ДОТРИМАННЯМ СТАНДАРТІВ  
ЯКОСТІ І НОРМ БЕЗПЕКИ**

**Нікітчина Тетяна Іванівна,**

к.т.н., доцент

**Манолі Тетяна Анатоліївна,**

к.т.н., доцент

**Лебеденко Тетяна Євгенівна**

д.т.н., професор

Одеська національна академія харчових технологій  
м. Одеса, Україна

**Вступ.** Готельно-ресторанне господарство як сфера послуг – це підприємства різних форм власності. Ресторани, що входять в цей комплекс, об'єднані характером перероблюваної сировини та готової продукції, за організацією виробництва і формами обслуговування населення. Ресторанний бізнес складається з потужних підприємств, що випускають різноманітну елітну продукцію. Поглиблення спеціалізації готельно-ресторанних підприємств засновано на важливій тенденції – створення міжнародних зав'язків, що мають велике значення в розробці та впровадженні високих стандартів обслуговування. Кожен тип ресторану, який входить в готельно-ресторанний комплекс і функціонує на умовах франчайзингу, має вже відому марку. Перевагою таких компаній, які використовують свої фірмові найменування, є те, що споживачі, які користуються послугами гостинності, досить чітко уявляють якість його обслуговування. Це дозволяє готельно-ресторанному комплексу задовго до відкриття нового ресторану проводити їх рекламу, постійні клієнти віддадуть перевагу ресторану відомої марки, а не випадковому вибору. Споживачі гостинності все частіше надають перевагу, особливо в сімейному колі таким закладам більш цілеспрямовано – місця, де готують їх улюблені страви дійсно смачно.

**Мета роботи.** Дослідження процесу обслуговування споживачів готельних і ресторанних послуг на основі використання монопродукту для організації гостинної справи з дотриманням стандартів якості і норм безпеки.

**Матеріали і методи.** Для дослідження використовували причинно-наслідкову діаграму, яка дозволяє виявити найістотніші чинники (причини), що впливають на кінцевий результат (слідство) при організації обслуговування споживачів для встановлення контролю якості готельних і ресторанних послуг.

**Результати і їх обговорення.** Спеціалізація ресторанного бізнесу на монопродукті була характерна для середньо- і низькоцінових закладів: млинцева, пельменна, чебуречна, бутербродна, котлетна. Але це не означає відсутність іншого асортименту, крім страви, винесеного в назву. Зараз ситуація з монопродуктом суттєво видозмінилася. Сьогодні сформувався інший підхід до таких закладів. Це пельменні і котлетні, тільки з обслуговуванням через офіціантів або за допомогою лінії роздачі, зі значним асортиментним переліком: різні види, різні начинки, різна категорія. В інших закладах поняття "монопродукт" вклали в основний інгредієнт, на основі якого готують різноманітні страви. Звідси з'явилися фіш- і стейк-хауси, вок-бари, сендвіч-бари, які є ресторанним трендом.

Як форма взаємодії зі споживачем монопродукт використовується і в сегменті дорогих ресторанів, як один із напрямів бізнесу, щоб охопити більшу кількість потенційних споживачів, які вважають за краще тільки один напрямок страв, з дотриманням традицій приготування і складу для кожної національної групи. Особливо це важливо при суміщенні готельно-готельних послуг і участь у важливій для споживача традиційній події, не порушуючи порядок його дотримання. Гастрономічний прийом використовується в такому підході - максимально використовувати монопродукт в поєднанні з іншими інгредієнтами, які дають різноманітність надаючи споживачеві звичайне, вегетаріанське і особливо на сьогодні актуальне функціональне харчування з забезпеченням одного повноцінного прийому їжі.

Це бізнес, який не підкоряється швидким змінам, в порівнянні з

ресторанами більш високої цінової категорії, але добре трансформується в мережу, що сприяє його стійкості і прискоренню розвитку. Використання монопродукту орієнтоване на масового споживача, що є більш стабільним, в порівнянні зі звичайними ресторанами. Споживач не пред'являє до неї підвищених вимог, як в елітних ресторанах, але розраховує отримати якісний продукт з дотриманням стандартів якості і норм безпеки. З маркетингової точки зору ресторани з монопродуктом можна порівняти з магазинами масової доступності – які мають базове техніко-економічне обґрунтування, яке підкріплене теоретичними і практичними дослідженнями. Це стосується і ресторанів з монопродуктом, що випускають його в різних видах, орієнтованого на різні соціальні групи споживача. Використання монопродукту має основні переваги – добре підходить для широкого спектра ресторанів, часто не пов'язаних з національною кухнею, і може бути трансформований під особливі переваги населення даного регіону. Але продукт добре відомий і заслуговує кулінарної уваги споживачів і цей продукт відноситься до категорії швидкого приготування з фірмовими брендами конкретного готельно-ресторанного бізнесу. Можливе використання формату доставки, торгівлі на винос і пакування у стандартні коробки або персональні, як за формою, так і за оформленням, або з логотипом закладу. Складнощі, які виникають при використанні монопродукту – це забезпечення якості і проблеми з технологією на всіх стадіях – закупівлі, приготування в повній відповідності з технологіями. Також труднощі виникають при організації роботи персоналу, підтримці постійного зв'язку з постачальниками харчових продуктів і напівфабрикатів, витратних хімічних засобів і технологічного устаткування; проведенні контролю технічного стану обладнання в виробничих цехах і приміщеннях зберігання сировини; організації роботи виробничих цехів з урахуванням норм і правил безпеки, дотримання норм санітарної гігієни. Це вимагає підготовку висококваліфікованих керівників організаційно-функціональної структури готельно-ресторанного господарства, інженер-технологів, шеф-кухарів, мейкерів, що підвищує їх затребуваність на сьогоднішній день. Одним з

головних інструментів забезпечення високого і стабільного розвитку ресторанів з монопродуктом є використання стандарту готельних послуг і норм безпеки. Кожне готельно-ресторанне господарство має нормативний документ, що відображає критерії, необхідні для забезпечення результативності системи менеджменту якості в готельно-ресторанному господарстві, детально описує сукупність процедур, щоденних операцій, що виконуються персоналом і сприяють максимальному задоволенню відвідувачів. Проблема безпеки є найважливішим чинником підвищення рівня життя, економічної, соціальної та екологічної стабільності. Готельно-ресторанне господарство для гарантування безпеки споживачу забезпечує комплексну систему обслуговування, що характеризує ефективність усіх сторін діяльності: розробку стратегії, організацію надання послуг, маркетинг тощо. За даними статистичного дослідження створення найбільш життєздатних форм взаємодії зі споживачем готельного бізнесу, що охоплюють мережу ресторанів, після ретельно вивченого попиту, показав зацікавленість інвесторів в бізнесі з монопродуктом пропустивши вперед комплексну кухню і млинці.

**Висновок.** Таким чином, доцільність організації процесу обслуговування споживачів готельних і ресторанных послуг на основі використання монопродукту з дотриманням стандартів якості і норм безпеки формується на основі проведеного аналізу, спрямованого на вдосконалення форм обслуговування споживача в готельно-ресторанному комплексі. Прогресивна форма обслуговування в ресторанах з монопродуктом організовується з метою прискорення обслуговування великої кількості відвідувачів з обмеженим запасом часу, залучення нового сегмента споживачів. Це забезпечить підвищення ефективності результатів фінансово-господарської діяльності підприємства індустрії гостинності.