

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

На правах рукопису

РАДЧЕНКО МАТВІЙ ВАЛЕРІЙОВИЧ

РОЛЬ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУХНІ В ПІДВИЩЕННІ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ

Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа
(код) (назва спеціальності)
Освітня програма Готельно-ресторанна справа
(назва)
Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра

Науковий керівник:
Яковлева-Мельник Наталія
Георгіївна, старший викладач

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол засідання кафедри

№ 8 від 01.06.2025

Завідувач кафедри

(підпис)

(ім'я, прізвище)

Нормоконтроль


(підпис)

Наталія СЕРГІЄНКО
(ІМ'Я, ПРІЗВИЩЕ)

Дніпро, 2025

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
Освітній ступінь бакалавр
Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа
Освітня програма «Готельно-ресторанна справа»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри туристичного та
готельно-ресторанного бізнесу

«___» _____ 2025 року

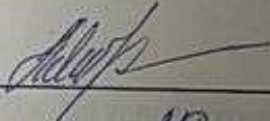
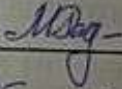
**ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
РАДЧЕНКА МАТВІЯ ВАЛЕРІЙОВИЧА**

1. Тема роботи: **«Роль національної кухні в підвищенні конкурентоспроможності готельно-ресторанного комплексу».**
2. Науковий керівник: кандидат економічних наук Яковлева-Мельник Наталія Георгіївна.
Затверджено наказом вищого навчального закладу від «19» 09. 2024 № 88-02
3. Термін подання роботи на кафедру: 01.02. 2025 р.
4. Мета кваліфікаційної роботи полягає в обґрунтуванні теоретико-методологічних положень та розробці практичних рекомендацій щодо запровадження технологій національної кухні в закладах готельно-ресторанного бізнесу.
5. Завдання випускної кваліфікаційної роботи:
 - визначити сутність конкурентоспроможності підприємства;
 - охарактеризувати засади конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу;
 - охарактеризувати засади конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу;

- проаналізувати вплив національної кухні України на конкурентоспроможність готельно-ресторанних комплексів;
- виявити вплив національних екокультурних традицій в сучасних ресторанах закладах світу;
- обґрунтувати механізмів реалізації принципів екологічної культури в сфері ресторанного господарства України.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вступ	12.04.2025 р.	виконано
2.	I Розділ	12.04.2025 р.	виконано
3.	II Розділ	19.05.2025 р.	виконано
4.	III Розділ	26.05.2025 р.	виконано
5.	Робота в цілому	01.06.2025 р.	виконано

Науковий керівник  Наталія ЯКОВЛЄВА-МЕЛЬНИК
 Здобувач вищої освіти  Матвій РАДЧЕНКО
 Дата видачі завдання 11.03.2025 р.

АНОТАЦІЯ

Радченко М. В. Роль національної кухні в підвищенні конкурентоспроможності готельно-ресторанного комплексу / Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «бакалавр» за спеціальністю 241 Готельно-ресторанна справа (освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанна справа»). ВНПЗ ДГУ, Дніпро, 2025. Відомості про обсяг пояснювальної записки: 92 с., 16 рис., 9 табл., 43 джерела.

Перший розділ містить теоретичні основи системи управління конкурентоспроможністю підприємства, в тому числі підприємств готельно-ресторанної індустрії, інтерпретацію термінології, теоретико-методологічні основи оцінки конкурентоспроможності підприємства та її прикладний характер.

В другому розділі роботи проведено комплексний огляд меню та обладнання ресторанних закладів міста Дніпро, що пропонують у своєму меню страви здорового харчування. Розглянуто способи приготування страв здорового харчування на прикладі української кухні одного з закладів харчування.

Третій розділ кваліфікаційної роботи містить дослідження процесу впровадження інноваційних технологій здорового харчування в закладах ресторанного бізнесу, місце сучасних технологій в формуванні дієтичних складових страв з меню «здорового харчування». Надана інформація та рекомендації щодо екологічних аспектів впровадження інновацій в харчові технології та перспективи розвитку закладів харчування.

Ключові слова: етапність, конкурентоспроможність підприємства, ресторанне господарство, екологічна культура, національна українська кухня, оцінка впливу.

Список публікацій здобувача :

Радченко М. В., Яковлева-Мельник Н. Г. Гастрономічна культура та її роль у сфері гостинності. Актуальні проблеми та тренди розвитку систем

управління в сучасних умовах: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 26 березня 2025 р. / за заг. ред. Ю. Пройдака. Укр. держ. ун-т науки і технологій. Дніпро, 2025. 255 с. С. 189-190

ANNOTATION

Radchenko M. V. The role of national cuisine in increasing the competitiveness of the hotel and restaurant complex / Qualification work for obtaining a bachelor's degree in specialty 241 "Hotel and restaurant business" (educational and professional program "Hotel and restaurant business"). VNPZ DSU, Dnipro, 2025. Information about the volume of the explanatory note: 87 pages, 14 figures, 18 tables, 41 sources.

The first section contains the theoretical foundations of the competitiveness management system of enterprises, including enterprises in the hotel and restaurant industry, the interpretation of terminology, the theoretical and methodological foundations of assessing the competitiveness of an enterprise and its applied nature.

In the second part of the work, a comprehensive review of the menu and equipment of restaurants in the city of Dnipro, which offer healthy food on their menu, was carried out. Methods of preparing healthy meals are considered using the example of the Ukrainian cuisine of one of the catering establishments.

The third section contains a study of the process of introducing innovative healthy food technologies in restaurant business establishments, the place of modern technologies in the formation of dietary components of dishes from the «healthy food» menu. Information and recommendations on environmental aspects of the introduction of innovations in food technology and prospects for the development of food establishments are provided.

Keywords: stages, competitiveness of the enterprise, restaurant industry, ecological culture, national Ukrainian cuisine, impact assessment.

List of publications of the acquirer :

Радченко М. В., Яковлєва-Мельник Н. Г. Гастрономічна культура та її роль у сфері гостинності. Актуальні проблеми та тренди розвитку систем управління в сучасних умовах: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 26 березня 2025 р. / за заг. ред. Ю. Проїдака. Укр. держ. ун-т науки і технологій. Дніпро, 2025. 255 с. С. 189-190

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. Теоретичні основи управління конкурентоспроможністю готельно-ресторанних комплексів	10
1.1. Характеристика процесу управління конкурентоспроможністю підприємства.....	10
1.2. Особливості управління конкурентоспроможністю в готельному господарстві.....	20
1.3. Особливості управління конкурентоспроможністю в ресторанному господарстві.....	25
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ КОМПЛЕКСІВ, ЩО ПРОПОНУЮТЬ СТРАВИ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУХНІ.....	31
2.1. Загальна характеристика національної кухні України	31
2.2. Організаційно-економічна характеристика ГРК «Хутір»	40
2.3. Аналіз впливу приготування страв національної кухні на <i>фінансову</i> діяльність ГРК «Хутір».....	49
РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ ЗАХОДІВ З ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗА УМОВИ ПОДАВАННЯ СТРАВ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУХНІ.....	57
3.1. Розвиток традицій приготування національних страв українців	57
3.2 Підвищення ролі національних екокультурних традицій в сучасних ресторанних закладах світу.....	64
3.3. Формування механізмів реалізації принципів екологічної культури в сфері ресторанного господарства України	75
ВИСНОВКИ	84
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ	86

ВСТУП

Актуальність досліджуваної теми. Складність й водночас важливість процесу управління конкурентоспроможністю підприємства в сучасних умовах полягає в недостатності теоретичних і практичних методів досягнення та утримання конкурентних позицій підприємства будь якої галузі, в тому числі й підприємств готельно-ресторанного бізнесу, який приваблює усіх бажаючих застосувати свій потенціал та креативність саме в цьому напрямку. Одним із найефективніших засобів забезпечення конкурентоспроможності, як зазначають фахівці, є система управління конкурентоспроможністю [1].

Також необхідно звернути увагу на те, що для сучасного економічного середовища підприємства характерним є стан невизначеності, що ставить під загрозу їх конкурентоспроможність та успішність на ринку. Зміни в економічних, політичних та соціокультурних умовах, військові дії – створюють нестабільне середовище, в якому підприємства мають діяти, саме тому створення адаптивної системи управління конкурентоспроможністю стає важливим інструментом для підприємств, які прагнуть протистояти невизначеності та забезпечити своє місце на ринку, що є важливим для підприємств сфери послуг, які першими відчують на собі усі наведені вище умови функціонування [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Значний внесок у дослідження теоретичних та методологічних засад щодо управління конкурентоспроможністю внесли вітчизняні та закордонні автори, зокрема М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі, Ф. Котлер, М. Портер, А. Томпсон, А. Дж. Стрікленд, Р. Фатхудінов, Г. Азоєв, В. Балдинюк, П. Безус, Ю. Гайда, С. Герчанівська, В. Дикань, М. Клименко, М. Маслова, Ю. Новак, Д. Нагернюк, Л. Нещадим, Ю. Леонт'єва, К. Рудакова, С. Тимчук, В. Постова, Л. Піддубна, Т. Рапицький, С. Савченко, Сапронова, Г. Скудар, С. Сусліков, В. Терепенко, Холод, В. Шинкаренко, Л. Шевченко та багато інших видатних науковців. У наукових працях та практичних рекомендаціях дослідників

висвітлено різні методичні підходи до управління конкурентоспроможністю продукції, проте сьогодні потребує нових підходів до означеної проблеми на підприємствах сфери послуг, як вразливої до будь-яких коливань попиту, що залежить від багатьох факторів, в першу чергу зовнішнього впливу.

Метою роботи є розробка заходів щодо управління конкурентоспроможністю готельно-ресторанних комплексів за умови приготування страв національної кухні.

Досягнення мети дослідження передбачає постанову та розв'язання наступних завдань:

- дослідження процесу управління конкурентоспроможністю підприємства;
- кількісна та якісна оцінка конкурентоспроможності підприємства;
- дослідження особливостей процесу управління конкурентоспроможністю підприємств готельного господарства;
- дослідження особливостей процесу управління конкурентоспроможністю підприємств ресторанного господарства;
- аналіз впливу приготування страв національної кухні на діяльність ГРК «Хутір»;
- обґрунтувати механізмів реалізації принципів екологічної культури в сфері ресторанного господарства України.

Об'єктом дослідження є процес управління конкурентоспроможністю готельно-ресторанних комплексів.

Предметом дослідження є формування заходів з управління конкурентоспроможністю готельно-ресторанних комплексів за рахунок подавання страв національної кухні.

Методологія дослідження. Базується на загальних положеннях математичної статистики та економічної теорії щодо реалізації процесу управління конкурентоспроможністю готельно-ресторанних комплексів.

У кваліфікаційній роботі застосовані такі загально-наукові та конкретні методи досліджень, а саме:

- системний аналіз – для впровадження алгоритму проведення оцінки конкурентоспроможності підприємства;
- математичної статистики та соціального моделювання – для формування цифрового матеріалу в табличній формі та обґрунтування заходів з підвищення конкурентоспроможністю готельно-ресторанних комплексів;
- якісного аналізу – для змістовної інтерпретації даних;
- графічного – для оформлення результатів виконаних досліджень.

Практична значимість одержаних результатів полягає в урахуванні отриманих результатів щодо динаміки розвитку волонтерського туризму в світі та Україні й подальшому формуванні державної політики в туристичному сегменті на рівні державних проєктів в умовах відновлення роботи туристичних об'єктів в окремих регіонах держави у повоєнний період.

Інформаційну базу дослідження склали наукова література та періодичні видання, матеріали органів державної статистики України, Асоціації готелів та ресторанів України та світових інформаційних платформ, в тому числі статистичні дані з веб-порталу UNWTO.

Структура кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку бібліографічних посилань використаних джерел та додатків. У роботі розміщено 5 таблиць та 24 рисунка. Перелік джерел посилань містить 60 найменувань. Загальний обсяг роботи складає 97 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ КОМПЛЕКСІВ

1.1. Характеристика процесу управління конкурентоспроможністю підприємства

У сучасній теорії і практиці домінує ідея розглядати управління конкурентоспроможністю підприємства як взаємозалежний процес планування, організації, мотивації і контролю, потрібний для досягнення цілей організації. Управління конкурентоспроможністю можна також розглядати як сукупність зазначених елементів [3, 4].

Так дослідник Дикань В. Л. [3, 4], елементи управління конкурентоспроможністю організацій розглядає в контексті функцій менеджменту та представляє так:

- планування: розроблення продукції, виробництва, збуту;
- організування: оптимізація організаційної структури, забезпечення ресурсами, НДДКР, стимулювання збуту;
- мотивування: працівників підприємства, контрагентів;
- контролювання: якості управлінських рішень, якості продукції, якості ресурсів; реалізації управлінських рішень; відстеження рівня конкурентоспроможності [3, 4].

На думку Безус П. І., Терепенко В. І., основну роль у системі управління конкурентоспроможністю організацій відіграє управління конкурентоспроможністю продукції, яка формується на етапах розроблення, виробництва й реалізації продукції. Категорії конкурентоспроможності продукції та підприємства мають високий ступінь взаємозалежності. Водночас конкурентоспроможність продукції є окремою та незалежною категорією, оскільки вона більше пов'язана із успіхом продукції на ринках збуту, ніж із

особливостями функціонування підприємства. Тобто, вирішальну роль в управлінні конкурентоспроможністю має відігравати управління конкурентоспроможністю його продукції.

У процесі євроінтеграції можливості підприємств з управління конкурентоспроможністю продукції, обмежені наявними в його розпорядженні фінансовими, трудовими ресурсами, часом, а також виробничими потужностями й технологіями.

Як зазначають дослідники Герчанівська С. та Рапіцький Т., елементами системи управління конкурентоспроможністю продукції виступають також з огляду на функції менеджменту:

- планування: випуску продукції; заходів із регулювання конкурентоспроможності продукції; виходу на нові ринки збуту; виходу на ринок нової продукції;
- організування: зміна значень чинників конкурентоспроможності; перерозподіл існуючих ресурсів; введення нових ресурсів;
- мотивування: системи збуту; робітників підприємства; споживачів;
- контролювання: якості продукції; якості ресурсів; реалізації управлінських рішень.

Як зазначено в науковій економічній літературі, вирішальну роль у здійсненні управління конкурентоспроможністю підприємства через управління конкурентоспроможністю продукції відіграють пріоритети управління, під якими розуміють цільові значення параметрів виробничо-економічної діяльності підприємства [3, 5].

На думку Фатхутдінова Р. А., як першого фахівця на теренах України, що підняв зазначену проблематику на відповідний рівень, під управлінням конкурентоспроможністю підприємства розуміють аспекти виконання загальних функцій управління, які визначають стратегію і політику у сфері створення й реалізації конкурентоспроможних товарів, цілі й відповідальність у даній сфері діяльності суб'єкта господарювання, що реалізуються за допомогою таких засобів, як планування конкурентоспроможності,

оперативне управління нею, її забезпечення й підвищення в рамках певної системи конкурентоспроможності [6].

Ефективність управління підприємством готельно-туристичного бізнесу суттєво може бути підвищена на основі надійного прогнозування попиту на його послуги і товари. Вивчення основних тенденцій зміни попиту й оцінка його майбутніх перспектив повинні здійснюватися з урахуванням аналізу факторів, що визначають величину попиту [7].



Рисунок 1.1 – Графічна інтерпретація визначення сутності та взаємозв'язку між термінами «конкурентоспроможність», «конкурентоспроможність підприємства», «оцінка конкурентоспроможності підприємства» та «управлінням конкурентоспроможністю підприємства» [8]

Конкурентоспроможність є ключовою характеристикою фінансово-господарської діяльності підприємств та головним чинником забезпечення їх

довгострокової прибуткової діяльності у сучасних умовах розвитку світової, національних та регіональних економічних систем, що потребує постійного управління, яке не можливо здійснювати без проведення оцінки. Наведене вимагає визначення сутності та кореляції між такими поняттями як «конкурентоспроможність», «конкурентоспроможність підприємства», «оцінка конкурентоспроможності підприємства» та «управлінням конкурентоспроможністю підприємства», як зазначає С. Савченко у своїй праці [8], що наочно представлено на рис. 1.1.

Автор також відзначає тісний взаємозв'язок між оцінкою конкурентоспроможності підприємства та управлінням конкурентоспроможності на суб'єкті підприємницької діяльності, яке, у свою чергу, забезпечує його конкурентоспроможність та сталий розвиток у довгостроковій перспективі з визначеною головною метою функціонування. Таким чином, можемо зазначити, що саме оцінка є ключовим елементом управління конкурентоспроможністю підприємства на зовнішніх і внутрішніх ринках товарів (робіт, послуг).

Наведене, на думку С. Савченка, вимагає розкриття її теоретико – методологічних основ [8], представлених на рис. 1.2.

С. Савченко також наголошує на прямому зв'язку між оцінкою (дослідженням) конкурентоспроможності підприємства та досягненням мети управління його конкурентоспроможністю, а також стратегічної мети функціонування суб'єкта підприємницької діяльності у економічній системі та окремо відзначає роль оцінювання конкурентних позицій суб'єкта господарювання у розробці та реалізації стратегії його функціонування.



Рисунок 1.2. – Теоретико – методологічні основи оцінки (дослідження) конкурентоспроможності підприємства [8]

Враховуючи напрацювання К. Зелги [8, 9] та Р. І. Жовновач [8, 10], до завдань оцінки (дослідження) конкурентоспроможності підприємства слід віднести наступні:

- оцінку конкурентних позицій продукції підприємства на ринках збуту;
- оцінку конкурентних позицій підприємства на зовнішніх і внутрішніх ринках товарів (робіт, послуг);
- оцінку конкурентних позицій регіону; оцінку конкурентних позицій сектору окремої галузі економіки до якого відноситься суб'єкт господарювання; оцінку конкурентних позицій галузі

економічної системи країни, у якій працює суб'єкт підприємницької діяльності; виявлення ключових зовнішніх та внутрішніх чинників впливу на конкурентоспроможність підприємства, а також на пряму їх впливу на конкурентні позиції суб'єкта господарювання;

– оцінку резервів підвищення конкурентоспроможності підприємства та обсягів ресурсів для їх реалізації; оцінку перспектив забезпечення конкурентоспроможності суб'єкта підприємницької діяльності.

До об'єктів оцінки (дослідження) конкурентоспроможності підприємства необхідно віднести :

- економіку країни та економіку регіону де воно здійснює фінансово – господарську діяльність;
- галузь та сектор національної економічної системи до яких відноситься суб'єкт підприємницької діяльності;
- складові фінансово-господарської діяльності - підприємства (фінансово - економічну, виробничу, організаційно - управлінську, маркетингову, соціальну);
- продукцію суб'єкта підприємницької діяльності.

Так в межах оцінки (дослідження) конкурентоспроможності підприємства важливу роль мають чинники впливу, які можливо поділити на зовнішні та внутрішні по відношенню до суб'єкта підприємницької діяльності. Однак, враховуючи значну кількість чинників зовнішнього впливу на оцінку (дослідження) конкурентоспроможності підприємства вважаємо доречним розділити їх на три великі підгрупи:

1. Макрочинники – рівень світової економіки та держави;
2. Мезочинники – рівень регіону та галузі;
3. Мікрочинники – рівень сектору галузі.

До принципів оцінки (дослідження) конкурентоспроможності підприємства рекомендовано віднести наступні, а саме : об'єктивність;

достатність; достовірність інформації; ефективність; гнучкість; адаптивність; адекватність представлення інформації; системність.

До функцій оцінки (дослідження) конкурентоспроможності підприємства віднесено такі:

- забезпечуючу, тобто надання достатнього обсягу достовірної та об'єктивної інформації для прийняття зважених управлінських рішень;
- інформаційну, тобто формування масивів даних щодо конкурентоспроможності суб'єкта підприємницької діяльності;
- пошукову, тобто виявлення комплексу проблем в межах реалізації потенціалу конкурентоспроможності підприємства на внутрішніх і зовнішніх ринках товарів (робіт, послуг);
- контрольну, тобто контролю отриманих результатів в межах реалізації заходів щодо забезпечення або підвищення конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта або його продукції [8, 9, 10].

Оцінка (дослідження) конкурентоспроможності підприємства потребує розробки відповідного алгоритму її проведення, що базується на використанні системного аналізу.

В межах характеристики методології оцінки (дослідження) конкурентоспроможності підприємства необхідно відмітити наявність двох видів такої оцінки (тактичної (оперативної), стратегічної), кожен з яких є важливим для отримання достатньої, об'єктивної та достовірної управлінської інформації [8, 11]. При проведенні оцінювання (дослідження) конкурентоспроможності підприємства необхідно враховувати такі його рівні: національна економічна система; регіональна економічна система; галузь економіки; окремий сектор певної галузі економіки.

При цьому, доречним є можливість розраховувати інтегральний показник конкурентоспроможності підприємства (Іпкп) за представленою формулою:

$$I_{\text{пкп}} = 0,3P_{\text{кд}} + 0,1P_{\text{кр}} + 0,1P_{\text{кг}} + 0,1P_{\text{кс}} + 0,4P_{\text{кп}} \quad (1.1)$$

де, $P_{\text{кд}}$ – показник конкурентоспроможності держави (від 1 – критичний рівень конкурентоспроможності, до 10 – максимальний рівень конкурентоспроможності);

$P_{\text{кр}}$ – показник конкурентоспроможності регіону (від 1 – критичний рівень конкурентоспроможності, до 10 – максимальний рівень конкурентоспроможності);

$P_{\text{кг}}$ – показник конкурентоспроможності галузі економіки (від 1 – критичний рівень конкурентоспроможності, до 10 – максимальний рівень конкурентоспроможності);

$P_{\text{кс}}$ – показник конкурентоспроможності відповідного сектору галузі економіки (від 1 – критичний рівень конкурентоспроможності, до 10 – максимальний рівень конкурентоспроможності);

$P_{\text{кп}}$ – показник конкурентоспроможності підприємства (від 1 – критичний рівень конкурентоспроможності, до 10 – максимальний рівень конкурентоспроможності).

При цьому, критерії оцінювання інтегрального показника конкурентоспроможності підприємств пропонуються наступні: від 1 до 2 – критичний рівень конкурентоспроможності; від 3 до 4 – недостатній рівень конкурентоспроможності; від 5 до 6 – середній рівень конкурентоспроможності; від 7 до 8 – високий рівень конкурентоспроможності; від 9 до 10 – високий рівень конкурентоспроможності. Відзначаємо, що показники $P_{\text{кд}}$; $P_{\text{кр}}$; $P_{\text{кг}}$; $P_{\text{кс}}$; $P_{\text{кп}}$ розраховуються по типу показника $I_{\text{пкп}}$, тільки на базі ключових чинників впливу на конкурентоспроможність на визначеному рівні проведення її оцінки [8], що представлено на рис. 1.3.

Наведена методологія оцінки (дослідження) конкурентоспроможності підприємства може бути задіяна для проведення вищезазначених розрахунків

для підприємств готельно-ресторанного бізнесу, представлених у наступних підрозділах дослідження.

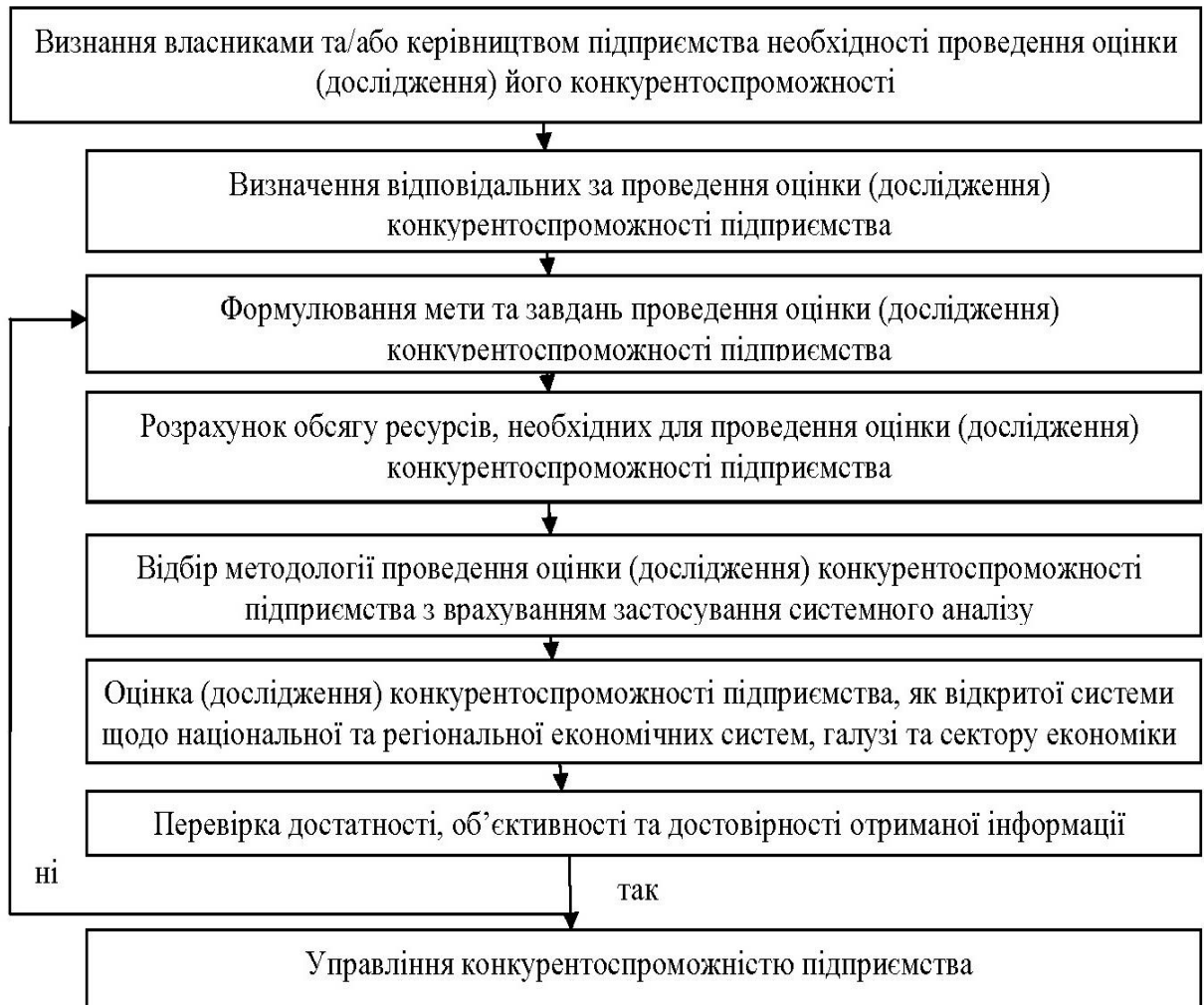


Рисунок 1.3. – Алгоритм проведення оцінки (дослідження) конкурентоспроможності підприємства на базі системного аналізу [8]

1.2. Особливості управління конкурентоспроможністю в готельному господарстві

Відповідно до вищенаведених досліджень фахівців-теоретиків вихідним елементом у трактуванні терміну «конкурентоспроможність підприємств готельного господарства» можна вважати вподобання та вибір споживачів готельних послуг.

На основі узагальнення та аналізу результатів досліджень вітчизняних і зарубіжних учених, як зазначають науковці Нагернюк Д. В., Нецадим Л. М. та Тимчук С. В. [12], пропонується для оцінки конкурентоспроможності підприємств готельної індустрії використовувати такі основні чинники, як якість готельних послуг, якість обслуговування, імідж та ціна.

У цьому разі конкурентоспроможність підприємств готельного господарства може бути описана представленою формулою [12]:

$$1. K_{пгп} = K_{кгп} + I (Б) \quad (1)$$

де

$K_{пгп}$ – конкурентоспроможність підприємств готельного господарства;

$K_{кгп}$ – конкурентоспроможність готельних послуг;

Імідж (Бренд), де

Конкурентоспроможність готельних послуг, в свою чергу представлена такою залежністю ;

$$K_{кгп} = Я + Ц + О \quad (2) [12]$$

Конкурентоспроможність продукції можна і потрібно оцінювати кількісно. В загальному вигляді конкурентоспроможність продукції ($K_{п}$) прямо пропорційна якості (Я) і обернено пропорційна ціні (Ц) та залежить від кон'юнктури ринку:

$$K_{п} = Я/Ц. \quad (3)$$

Реалізація якісних послуг забезпечить довгострокову конкурентоспроможність готельного підприємства та можлива лише за умови належної матеріально-технічної бази. А саме:

- зручне планування та якісне оформлення приміщень готелю;
- оснащення громадських приміщень і житлових номерів комфортабельними меблями і обладнанням;
- повні комплекти високоякісної білизни;
- сучасне кухонне устаткування;
- зручні ліфти тощо.

Кожний складник комплексного обслуговування в готельному закладі являє собою певну послугу (харчування, розміщення, анімація, рекреація, СПА тощо), надання якої здійснюється за певною технологією. Під технологією обслуговування слід розуміти сукупність процесів надання послуг, які реалізуються певним методом і в певній послідовності. Виробники готельних послуг повинні створювати певний рівень якості, який відповідає запитам споживачів, і заявляти про нього, а потім у процесі обслуговування демонструвати заявлений рівень.

Особливістю є те, як зазначають науковці, що сприйняття й оцінка гостем отриманого обслуговування – процес суб'єктивний виходячи з унікальності особистих очікувань його сприйняття фактично отриманого обслуговування. Під час сприйняття й оцінки якості отриманого обслуговування гість виходить зі своїх очікувань. Тобто якість послуги в готельному господарстві – це передусім відчуття задоволення клієнта, а якісна готельна послуга – послуга, що відповідає потребам гостя. Не завжди можна зрозуміти, що клієнт очікує від обслуговування, які ставляться вимоги до послуг високої якості. Для усунення такого положення фахівцями пропонується регулярно проведення маркетингових досліджень та активне використання маркетингової інформаційної системи [12].

Крім того, якість часто асоціюється з розкішшю, готельними послугами класу «люкс».

Цей висновок дуже суперечливий, оскільки можна одержати якісні готельні послуги і за помірну ціну та навпаки – не одержати їх за великі гроші (якість готельних послуг це не тільки їх зміст, а й форма надання). Таким чином, якість обслуговування – це передусім відчуття задоволення відвідувача від обслуговування, а якісні готельні послуги – це ті, що відповідають потребам гостя. Рівень якісного обслуговування, своєю чергою, залежить від ступеня збігу уявлень відвідувача про реальне і бажане обслуговування в готелі.

Готельній послугі властивий високий ступінь невизначеності, що ставить відвідувача в не вигідне становище, а готельним господарствам ускладнює просування своїх послуг на ринок. Специфіка готельних послуг, а саме їх невідчутність, нездатність до зберігання, мінливість якості їх надання і нерозривність управління якісним обслуговуванням і споживанням, й, в свою чергу, визначають особливості управління і проектування якості надання готельних послуг. Якість готельних послуг повинна відповідати певним установленим стандартам.

Таким чином, стандарти, їх реальна форма і зміст є критеріями якісного обслуговування.

Згідно зі стандартом ДСТУ ISO 9001:2009, умови обслуговування повинні відповідати таким вимогам, як:

- відповідність призначенню;
- точність і своєчасність виконання;
- етичність обслуговуючого персоналу;
- комфортність;
- естетичність;
- ергономічність [12].

Вимоги споживачів готельних послуг повинні відповідати їх очікуванням, які сформовані іміджем готелів, громадською думкою навколо них, зусиллями адміністрації щодо управління якістю наданих послуг, їх просування на ринку і цінами.

Управляти конкурентоспроможністю – це забезпечувати оптимальне співвідношення названих складових, направляти основні зусилля на вирішення наступних завдань: підвищення якості продукції, зниження витрат виробництва, підвищення економічності й рівня обслуговування, як зазначає Подлепіна П. О. Можливість забезпечення необхідного рівня розвитку складових елементів конкурентоспроможності визначається такими базовими

виробничими факторами, як технічний рівень готелю, рівень організації виробництва послуг і управління.

Отже, конкурентоспроможність підприємств готельного господарства включає великий комплекс соціально-економічних характеристик, що визначають становище суб'єкта господарювання на ринку. З одного боку, це сукупність характеристик самого підприємства, яка визначається рівнем використання його виробничого, кадрового і маркетингового потенціалу. З іншого боку, зовнішніх по відношенню до нього соціально-економічних та організаційних умов, які дозволяють створювати такі послуги, які за ціновими і неціновими характеристиками більш привабливі для споживачів, ніж у конкурентів. Бути конкурентоспроможним в умовах відкритої ринкової системи означає забезпечувати зрівнянні з міжнародними стандартами споживчі, якісні та цінові характеристики послуги незалежно від того, для зовнішнього або внутрішнього ринку вони призначені [13].

Необхідно зазначити, що підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств пов'язано, насамперед, з можливістю її оцінки. На даному етапі відсутня загальноприйнята методика оцінки конкурентоспроможності організації.

У розвинених країнах застосовують методики, що мають переважно конкретно-економічний, кількісний характер. Вони базуються на системному аналізі фірми, відображають її діяльність за всіма провідними параметрами (в тому числі аналіз ефективності використання ресурсів і рентабельності виробництва, аналіз стійкості функціонування організації тощо).

На наш погляд, застосування такої системи показників для виявлення рівня конкурентоспроможності готелю є не зовсім прийнятним, так як більшість розрахункової базової інформації складає комерційну таємницю підприємств. Більш ефективно у вітчизняних умовах господарювання в основу оцінки рівня конкурентоспроможності готелю закласти такі показники, як якість, ціна, рівень обслуговування, імідж та ін. [13].

Найбільш простими, зрозумілими й доступними методами, що не вимагають використання спеціальної документації про діяльність готельних підприємств, є:

- метод складання карти стратегічних груп конкурентів;
- метод, заснований на визначенні ринкової частки;
- метод балів;
- графічний метод - побудова багатокутника конкурентоспроможності;
- метод рангів;
- метод порівняльних переваг.

Також для оцінки рівня конкурентоспроможності готельних підприємств можливим є використання методів, зазначених у табл. 1.1.

Таблиця 1. 1

Можливі методи оцінки конкурентоспроможності підприємств готельної індустрії

№ методу	Найменування	Характеристика	Можливість застосування для готельних підприємств
1	SWOT-аналіз	Дозволяє проаналізувати слабкі й сильні сторони підприємства, потенційні небезпеки й загрози, виявити існуючі можливості для розвитку	Можливо в повній мірі
2	Профіль полярностей	В основі методу лежить визначення показників, за якими підприємство випереджає або відстає від конкурентів	Показує напрямки, на які повинне звернути увагу керівництво готелю для виживання в конкурентній боротьбі

3	Метод експертних оцінок	Заснований на узагальненні думок фахівців-експертів про ймовірність ризику	Допомагає отримати інформацію, необхідну для вироблення управлінського рішення
4	Метод «4Р»	Дозволяє дати кількісну оцінку окремих факторів і всіх факторів у цілому. Заснований на порівняльному аналізі підприємств конкурентів за наступними факторами: продукт, ціна, просування на ринку, регіон і канали збуту	Дозволяє гнучко реагувати на зміни й зміцнювати власні конкурентні позиції
5	Оцінка на базі якості продукції	Даний метод складається в зіставленні ряду параметрів продукції, що відображають споживчі властивості	Дає можливість одержати ряд «параметричних» індексів, що характеризують ступінь задоволення потреби в готельних послугах

Джерело : [13, 14].

1.3. Особливості управління конкурентоспроможністю в ресторанному господарстві

Науковці зазначають, що ресторанний бізнес сьогодні розвивається стрімкими темпами, хоча війна перешкоджає в багатьох напрямках, особливо на сході України в регіонах, що наближені до лінії бойових дій.

Таблиця 1.2

Зруйновані та пошкоджені об'єкти готельного бізнесу України

№ з\п	Назва готелю	Місто, область	Примітка / Рік руйнування
1.	Готель «Alfavito» (229 номерів)	м. Київ	31.12.2022
2.	Готель Grand Admiral Resort&SPA (64 номери)	м. Київ	2022
3.	Готель «Бабусин Сад» (30 номерів)	Київська область – Ірпінь	2022
4.	Готель «Україна» (98 номерів)	Київська область – с. Мрія	2022
5.	Готель «Харків» (99 номерів)	м. Чернігів	2022
6.	Готель SV Park (17 номерів)	м. Харків	2022
7.	Готель Grande Pettine (91 номер)	м. Харків	2022
8.	Готель Play Hotel by Ribas (25 номерів)	м. Одеса	2022
9.	Готель Sunrise Park (24 номери)	м. Херсон	2022
10.	Готель Reikartz River (98) номерів	м. Запоріжжя	2022
11.	Готель «Інгул» (40 номерів)	м. Миколаїв	2022
12.	Готель «Миколаїв» (60 номерів)	м. Миколаїв	2022
13.	Готель «Optima Collection Аврора»	м. Кривий Ріг	2023
14.	Ribas Hotels Group	м. Херсон	2023
15.	Один із глемпінгів мережі Mandra Glampings	м. Херсон	2023
16.	Готель «Краматорськ»	м. Краматорськ	2022,2023

	ресторан «Ріа-Піца», прибудований до готелю		
17.	Готель «Дружба»	м. Покровськ	2023, 2024
18.	«Optima Рівер Миколаїв»	м. Миколаїв	2024
19.	Готель «Сапфір»	м. Краматорськ	2024
20.	Готель «Гранд-Палас»	м. Запоріжжя	2024
21.	Готель «Санрайз»	м. Запоріжжя	2022
22.	Готель «Зоря»	м. Миколаївка	2024
23.	Готель «Optima»	м. Херсон	2022
24.	Готель «Holiday Inn Kyiv»	м. Київ	20.12.2024
25.	Готель «Центральний»	м. Кривий Ріг	06.03.2025
26.	ГРК «Бартоломео»	м. Дніпро	28.04.2025
27.	Готель Bristol Hotel Odesa 5*	м. Одеса (частково пошкоджений)	31.01.2025

Джерело : складено автором на підставі [18, 19, 20]

На теперішній час в Україні також формується статистика пошкоджених та зовсім зруйнованих закладів громадського харчування, до яких щомісяця додаються нові об'єкти (табл. 1.2).

Так науковець Постова В.В. підкреслює, що оператори ресторанного ринку розуміють, наскільки важливе планування стратегії довгострокового виживання, а також гнучкої адаптації до навколишнього середовища, що швидко змінюється. Особливості конкурентоспроможності ресторанного бізнесу набули певної значущості через появу нових ідей для розвитку [15].

Слід також зазначити, що досягнення сталої конкурентоспроможності підприємства даної сфери забезпечується, зазвичай, не за рахунок переваги в

одному з її детермінантів, а саме із декількох чинників конкурентоспроможності – *середній чек, швидкість обслуговування, а також якість харчування*. Це, з одного боку, дозволяє нівелювати недоліки інших детермінантів конкурентоспроможності, а з іншого – знизити залежність від кон'юктурних коливань факторів конкурентоспроможності. Отже, здатність підприємства ресторанного бізнесу конкурувати – це узагальнена характеристика його стабільності, яка базується на ефективному використанні його ресурсів, а також можливості забезпечити споживачів своєю продукцією та послугами саме високої якості та прийнятної вартості, здатності адаптуватися до змін середовища за умов конкурентного ринку [15, 16]. Конкуренція у сфері ресторанного бізнесу має свої *особливості*:

- підприємства ресторанного бізнесу, як правило, орієнтовані на територіально обмежений ринок, розміри якого залежать від місцезнаходження самого підприємства, а також транспортної доступності його для споживачів;

- частина підприємств ресторанного бізнесу, окрім найкращих ресторанів, можуть конкурувати між собою у загальноміському масштабі на сегменті ринку із обслуговування свят (бенкетів), ділових зустрічей, приїжджих туристів тощо;

- загальнодоступні підприємства ресторанного бізнесу (нижній ціновий сегмент), зазвичай, працюють в умовах досконалої конкуренції, котрій характерно наступне:

- існує велика кількість підприємств ресторанного бізнесу різних типів, які реалізують певний (спеціалізований) асортимент продукції на однорідному сегменті ринку, задовольняючи при цьому різноманітні потреби населення у харчуванні;

- можливий вихід на новий ринок ресторанних послуг за незначних інвестицій (низький рівень витрат);

– особливий характер конкуренції, який все ж пов'язаний із виконанням підприємствами ресторанного бізнесу функцій виробництва, її реалізації та організації споживання.

Це вимагає, з одного боку, обліку можливостей виробництва певного обсягу продукції чи послуг, а з другого боку, запитів споживачів та їх платоспроможність [15].

Програма підвищення конкурентоспроможності у ресторанах повинна включати цінові, а також нецінові методи боротьби представлена на рис. 1.4.

Цінові методи	Нецінові методи
<ul style="list-style-type: none">• Широке оповіщення споживачів про зниження ціни продукції, послуги.• Вводиться продукція із суттєво покращеними споживчими властивостями, а ціна піднімається непропорційно мало.	<ul style="list-style-type: none">• Більше досконале оформлення страви.• Більш різноманітні додаткові послуги (сервіс).• Модний концептуальний стиль.• Широке використання реклами.• Застосування методів стимулювання ринку.• Розробка нової концепції ресторану.

Рисунок 1.4 – Методи ведення конкурентної боротьби підприємствами ресторанного бізнесу [15]

Однак, на окремих сегментах ринку, при реалізації продукції, ресторанних послуг, орієнтованих на споживачів з високим та середнім рівнем доходів, все більшого значення у боротьбі за споживача надається інструментам нецінової конкуренції, представлених у табл. 1.3.

Методика оцінки маркетингового потенціалу конкурентів
підприємствами ресторанного бізнесу

Об'єкт оцінки	Критерії	Показники оцінки	Результат оцінки
Товар (послуга)	Позиціонування товарного асортименту	Раціональність асортименту страв: широта, повнота, стійкість, структура та оновлюваність, імідж продукції	Конкурентоспромож. товарного портфеля
	Ефективність управління життєвим циклом товару (послуги)	Чисельність стратегічних кулінарних груп, покликаних у майбутньому забезпечувати основний прибуток (зірки, загадки); кількість кулінарних груп страв, які дають основні прибутки; кількість груп страв, які рідко замовляються клієнтами, чи невдахи (собаки).	
Ціна	Цінова політика конкурентів	Система коригування цін, еластичність попиту кулінарну продукцію.	Конкурентоспромож. цінової політики
Збут	Використання прогресивних методів збуту	Рівень використання прогресивних методів продажу кулінарної продукції; рівень використання традиційних методів продажу страв.	Конкурентоспромож. збутової політики
	Використання додаткових послуг (сервіс)	Послуги, що надаються у процесі обслуговування споживача; послуги, які не пов'язані безпосередньо з обслуговуванням відвідувача.	

Джерело : [15,16]

Вітчизняні та іноземні підприємства формують і реалізують велику кількість програм підвищення конкурентоспроможності, як зазначає фахівчиня, кожна з яких, як правило, являє собою унікальний комплекс заходів і процедур, що адаптовані до умов діяльності конкретного підприємства. Етапи розробки програми підвищення конкурентоспроможності ресторану наведено на рис. 1.5.



Рисунок 1.5 – Етапи розробки програми підвищення конкурентоспроможності ресторану [17]

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ КОМПЛЕКСІВ, ЩО ПРОПОНУЮТЬ СТРАВИ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУХНІ

2.1. Загальна характеристика національної кухні України

Гастрономічні звички та уподобання кожного народу формувалися протягом багатьох століть. Поступово створювалися національні кухні, які є невід’ємною частиною будь-якої національної культури. Сьогодні народності мають свою національну кухню, яка характеризується власними, відмінними від інших, національними стравами. Це зовсім не означає, що національна кухня – це щось закрите, застигле раз і назавжди. Кулінарія – одна з найменш ізольованих частин національної культури. Спостерігається взаємопроникнення та взаємовплив національних кухонь одна на одну. Але це не виключає їхньої самобутності, адже кожен народ надає будь-яким стравам, у тому числі створеним представниками іншої національності, свого особливого смаку. Національна кухня – це своєрідна збірка багатотисячолітніх традицій, цінних для кожного, які зберігалися, часом трималися в таємниці, щоб передавати їх з покоління в покоління. Наприклад, в Італії не відкриють справжній секрет приготування смачної пасти, китайці не поділяться національним рецептом приготування страв зі зміїного м’яса чи акулячого плавця і т.п.

Національну кухню вирізняють особливості кулінарних традицій і технологій, прийнятних для кожної країни чи народу. Історичні передумови є особливістю будь-якої національної кухні. Більшість страв, які вважаються національними в певній місцевості, готувалися кілька століть тому. Минав час – рецепти вдосконалювалися та доповнювалися, щоб передати кулінарні секрети майбутнім поколінням. Найчастіше національні страви складаються з тих продуктів, які доступні в даній місцевості. Існують також свої умови для

приготування страв з національного меню. Кулінарні гурмани готові здійснювати далекі подорожі, щоб насолодитися національною кухнею певної країни. Адже скуштувати справжні суші можна лише в Японії, а насолодитися смаженими каштанами, приготованими за оригінальними рецептами, – лише у Франції. В основі кожної національної кухні лежать фактори, що складають основу національної кухні: економічні характеристики країни; географічне розташування та кліматичні умови; історичні причини; релігійні та стародавні звичаї; етногенез; набір вихідних продуктів та їх поєднання; характерні методи, техніки та комбінації кулінарної обробки продуктів; використання спецій, приправ, соусів. Умовно за географічним розташуванням національні кухні можна поділити на європейську, близькосхідну, американську, азійську, австралійську та океанійську.

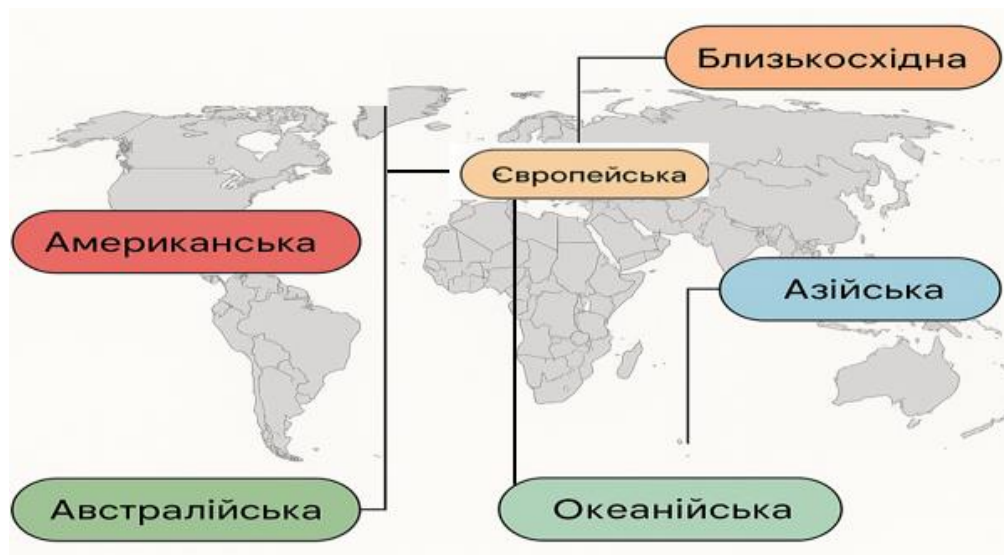


Рисунок 2.1 – Національні кухні за географічним розташуванням

Джерело: сформоване автором на основі [21]

Поняття «європейська кухня» також узагальнюється, об'єднуючи різні кухні Європи, Північної Америки, Австралії, Океанії та Латинської Америки, які також зазнали європейського впливу. Наприклад, єврейська кухня сформувалася під впливом релігійних звичаїв та обмежень, які вони спричинили (кашрут), а також розселення євреїв по всьому світу, тобто страви єврейської кухні в різних країнах світу відрізняються. В самому Ізраїлі

ізраїльська кухня поєднує традиції ашкеназської, сефардської, північноафриканської, східної та середземноморської кухонь [21].

На формування національної кухні впливають різноманітні чинники: територія – характерний для даного регіону клімат, сусідство з іншими країнами, релігія, певні політичні чинники. Кліматичні умови визначають асортимент доступної продукції. Україна розташована в межах Східноєвропейської рівнини, в зонах соснових і мішаних лісів, лісостепу та степу. Рельєф більшості території – рівнинна: низовини займають 71 %, височини і гори – 26% і 3%. Гори розташовані на південно-західній частині. Основні низовини: на півдні – Причорноморська низовина, на півночі – Поліська, в центрі – Придніпровська, на заході – Закарпатська. Сприятливий клімат і фантастичне біорізноманіття дозволяють вирощувати на українській землі значну кількість продуктів; є продукти, поширені повсюдно, але й кожен із регіонів України має свої особливості. Наприклад, для карпатської кухні характерне широке використання грибів і ягід, на Слобожанщині популярні страви з дичини, а в приморських регіонах існують давні традиції споживання риби та морепродуктів.

Релігія і політика визначають правила харчування, пропагуючи певні заборони, чи навпаки. Люди, що проживають на території країни, та ті, хто з ними межує, готують схожі страви, не дивлячись на національність та територіальну приналежність. Територія України становить 603 628 км², 5,7% території Європи, або друге місце й 0,44% території світу, або 47-му місце за площею серед країн світу. Розташування українських земель на перетині різноманітних важливих торгових шляхів (зі Сходу на Захід і з Півночі на Південь), що сприяло обміну і появі різних нових страв і продуктів. На формування української кухні вплинули десятки різних народів (від греків і турків до німців і угорців). Відбувався безперервний культурний обмін, результатом якого стала поява практично ідентичних страв, які можна знайти в різних куточках земної кулі. На території України, з огляду на численні

історичні перипетії, ця закономірність взаємовпливів і запозичень є наймовірною складною і цікавою.

На рис. 2.2 ми спробували окреслити кілька важливих для української кухні елементів, що формують її ядро та визначають найбільш характерні риси.

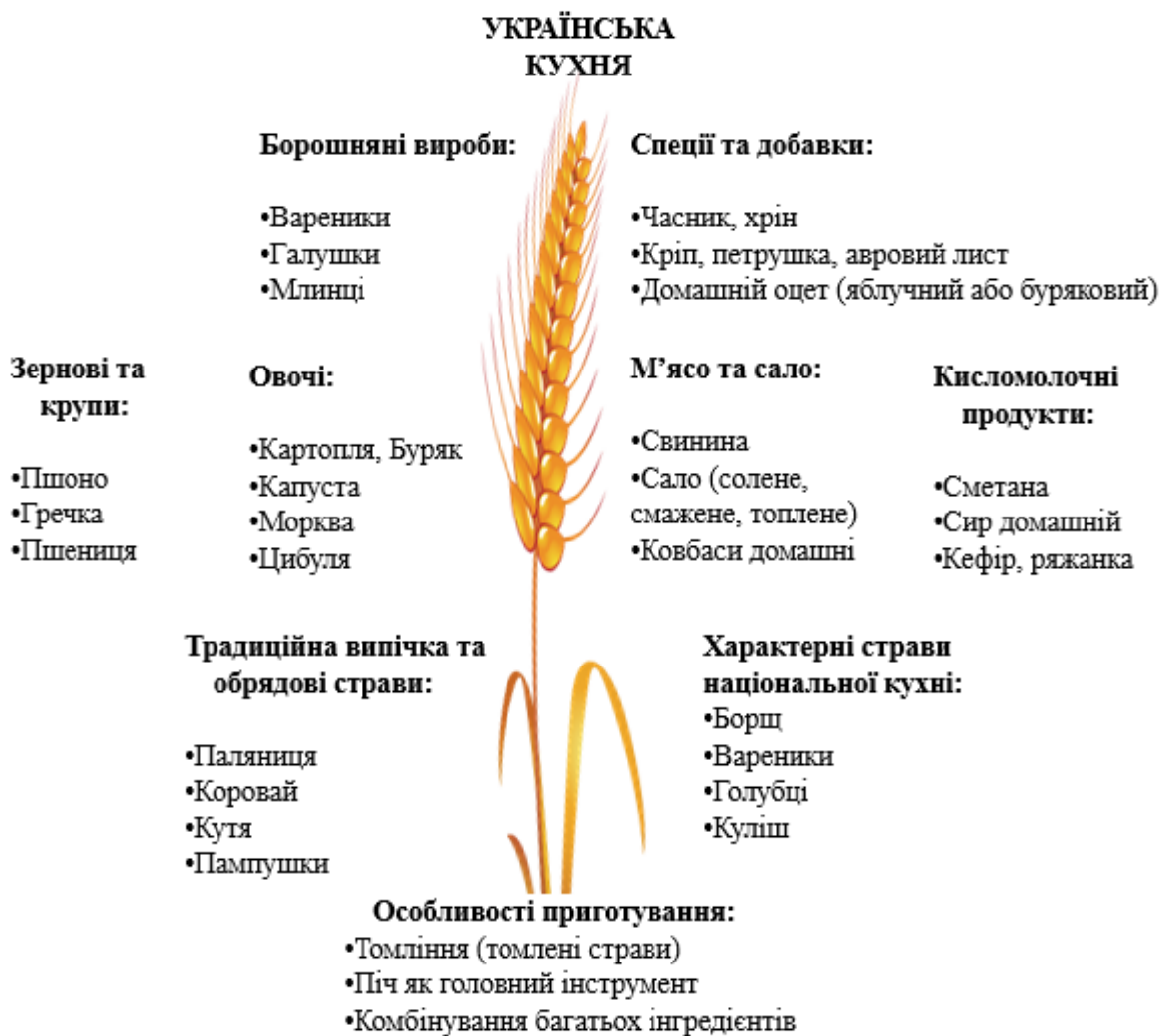


Рисунок 2.2 – Характерні риси української кухні

Джерело: сформоване автором на основі [21-23]

Протягом багатьох століть борошняні вироби та страви із зерна були основою харчування українців. Починаючи від найдавніших прісних коржів, як їх готували в Україні тисячі років тому, до безлічі складних хлібобулочних виробів, якими, наприклад, захоплювався О. Бальзак, подорожуючи Україною. В середньовічній Україні (і пізніше) хліб пекли переважно з житнього

борошна, рідше з ячмінного та вівсяного. Пшеничний хліб готували здебільшого на великі свята: Різдво, Великдень або на весілля. Зазвичай житній хліб випікали на заквасці, хоча було й чимало страв із прісних коржів. За часів Київської Русі, і в рецептах ХІХ століття можна зустріти згадки про хлібну закваску на основі хмелю.

В ХІІ столітті православна церква вибирала для причастя дріжджовий хліб, на відміну від католицької, яка віддавала перевагу пісним просфорам. В різних регіонах України до жита додавали добавки. Наприклад, у ХІХ столітті на Слобожанщині при випіканні житнього хліба додавали гречане борошно, на Західній Україні – вівсяне та кукурудзяне борошно, а на Поліссі додавали картоплю. В одному зі своїх листів О. Бальзак згадав 77 видів українського хліба, а в «Енеїді» І. Котляревського слово «хліб» згадується 20 разів і понад 50 страв з борошна [22, 23].

Не менш популярними в Україні були страви з проса, ячменю, вівса, пшениці, гороху, сочевиці. Приблизно з ХІІІ – ХІV століть поширилася також гречка. Популярними були страви, схожі на кашу, з борошна: гречана лемішка, пшенична або житня солома, вівсяне толокно, просо малай. Більше того, їх часто заквашували: вівсяний кисіль, житньо-гречаний квас і т.п. Баба-шарпанина – запіканка з тіста та дрібної риби. Лемешка – страва з гречаного борошна. Сушене гречане борошно засипали в горщик з підсоленим окропом, постійно помішуючи та розтираючи його, щоб не утворювалися грудочки. Потім цю загуслу кашу ставили в піч тушкуватися на повільному вогні протягом однієї години. Її їли з вурдою, вісляком або смаженою цибулею. Куліш – це щось середнє між кашею та супом, страва з проса, зазвичай зі смальцем, цибулею та часником. Іноді його готували з м'ясом або навіть рибою. Кваша – це страва з гречаного та житнього борошна з солодом, чимось схожа на кисіль. Іноді до неї додавали фрукти та ягоди.

Цибуля з'явилася на території України приблизно в ХІІІ столітті. Традицію вирощування огірків українці запозичили у візантійських греків. Існує так звана історія «ніжинських огірків»: Богдан Хмельницький надав

грекам право на самоврядування та звільнив їх від сплати будь-яких податків. Вони скористалися цим, широко розселилися та налагодили активну торгівлю з Європою. За легендою, вони також привезли до України страви з маленьких смачних огірків, які маринували за спеціальним рецептом. Ця традиція поширилася по всій Україні та зберігалася крізь століття. З 1787 року «ніжинські огірки» постачалися до імператорського столу Катерини II. В середині XIX століття виробництво «пікулів» відбувалося в промислових масштабах, а в 1897 році в Ніжині засолили 100 вагонів огірків. Їх експортували до 56 країн світу [22].

На рубежі XVII та XVIII століть на території, що перебувала під впливом Османської імперії, з'явилася кукурудза. Спочатку він вона стала популярною у Молдові, а потім на території Української Бессарабії та частково на Буковині. В той час пшениця була продуктом, який використовувався для сплати податків. Кукурудза не обкладалася жодними податками, тому її охоче вирощували. Приблизно в той же час почали готувати мамалігу.

Цікаво, що інший популярний турецький продукт, який міг би зробити українську кухню ще різноманітнішою, не прижився, вважався «басурманом» і майже нейтральним – баклажан. До речі, баклажани завдавали чимало клопоту навіть дружині Франка наприкінці 19 століття. Вона була родом з Харківської області, де вже на той час активно споживала баклажани. Коли вона готувала їх у Львові, це викликало осуд з боку «поважних галицьких панів».

Перші згадки про широке вирощування картоплі датуються початком 18 століття. Після голоду 1812 року, коли було знищено значну кількість зерна, картопля міцно увійшла до раціону українців. Ще один важливий продукт – рослинна олія. Українці століттями вживали її різні види. Особливо цінною вважалася оливкова олія, яку привозили з Греції. З кінця 19 століття розпочалося промислове виробництво соняшникової олії. Вона швидко витіснила з раціону майже всі інші рослинні олії [23].

Помідори набули поширення лише в першій половині ХХ століття. Важлива деталь: найдавнішим (і найпоширенішим до ХІХ століття) методом консервування овочів було маринування та квашення. Квашенню піддавалися капуста, буряк, огірки, кавуни, гриби. І це також характерна риса української кухні. На Поділлі та Полтавщині також були популярні сушіння та в'ялення. Наприклад, опішнянська сушена та маринована слива в меді, вироблена в «Енеїді», постачалася до царського столу та експортувалася в різні країни.

Від «бурякового квасу» до «цукрових магнатів». Буряк – також один з ключових продуктів української кухні. Спочатку буряковий квас був важливим компонентом багатьох страв (зокрема, борщу). Найпростіший борщ, який готували в Україні, складався з бурякового квасу, капусти, цибулі та моркви. На півдні до борщу додавали квасоллю. У святкові дні його готували з м'ясом, під час Великого посту – з рибою (наприклад, з в'яленим карасем). Буряк важливий для української кухні та української культури загалом не лише як незамінний елемент культової страви. Річ у тім, що з буряка виробляють цукор. Цукрова промисловість в Україні стала локомотивом індустріалізації та повністю змінила спосіб життя в Україні протягом ХІХ століття. Серед виробників цукру були відомі меценати – родини, які безпосередньо впливали як на політичні, так і на культурні процеси: Терещенко, Симиренко, Яхненко, Браницький, Бродський, Бобринський.

Борщ, до складу якого входили і буряк, і картопля, і олія, став символом «національної української кухні» вже у ХІХ столітті. Тоді з'явилися численні варіації борщу, а рецепти включали щонайменше два десятки інгредієнтів. Козацька старшина, яка переїхала до Києва, зробила борщ обов'язковою стравою для міських обідів. Більше того, заможні родини могли подавати на стіл 3-5 видів борщу одночасно. А один із найскладніших видів борщу готувався з трьох бульйонів одразу.

Борщ – яскравий приклад двох важливих особливостей української кухні на рівні ідей та технологій. По-перше, приготування борщу передбачає використання різних кулінарних технік: від квашення та смаження до

томлення в духовці (пічі). По-друге, численні компоненти страви не «перебивають» один одного, а навпаки, підкреслюють та роблять смак основного продукту більш виразним.

Історично склалося так, що в українській кухні (особливо якщо говорити про народні традиції) споживання свинини переважає над усіма іншими видами м'яса. Це пов'язано з кількома причинами. По-перше, биків більше використовували як тяглових тварин. По-друге, навіть ті селяни, які вирощували корів, продавали яловичину на ринках і запасалися свининою для власного споживання. Тому яловичину та баранину, якщо й їли, то здебільшого в містах. По-третє, за однією з гіпотез, на популярність свинини серед українців вплинули турки. Ісламська заборона на споживання свинини гарантувала українцям, що свиней не заберуть. Тому доцільніше було їх розводити [22].

До речі, українці потрошили свиней інакше, ніж, наприклад, поляки. Вони не знімали з них шкуру, а обвуглювали. Не знекровлювали, а готували з них кров'янку. Сало нарізали смужками, солили та зберігали в мішках. У західних регіонах сало коптили на горищі. Крім того, з жиру нутрощів готували шкварки та смальці. З начинених кишок виготовляли різні ковбаси, які наповнювали смальцем для тривалого зберігання та зберігали в прохолодному місці.

Риба, морепродукти, ікра. В традиційній українській кухні небагато особливих рибних страв, але в різних регіонах країни із задоволенням їли річкову та морську рибу – зокрема, карася, запеченого в сметані, фаршировану щуку, коропа та судака. В XIX столітті особливого значення набуло приготування та споживання рибної ікри. А в Наддніпрянщині ікру їли переважно з осетра, в Чорномор'ї – з різних видів морської риби. Також є згадки про споживання устриць та мідій. Загалом, до початку Першої світової війни Україна видобувала 11-13 мільйонів устриць на рік. Устриці користувалися попитом на чорноморських курортах, згадки про це можна знайти у мемуарах багатьох письменників. Севастопольська устрична фабрика

працювала досить активно – хоча устриць там не вирощували, а лише збирали та розповсюджували для подальшого продажу. Українські устриці користувалися попитом і в Європі – згадки про це є як у французьких, так і у шведських джерелах. Зауважимо, що мідії їли не лише поблизу Чорного моря. Є згадки про шкалки – річкові мідії, які готували, наприклад, у Галичині.

Дуже поширений стереотип, що «вареники в Україні готують з давніх-давен» – навряд чи з часів Київської Русі. Українські вареники та турецька душ-вара. Насправді, вареники з'явилися на території України завдяки туркам – це місцевий варіант турецької душ-вари, страви з борошна та м'яса. Звичайно, страва зазнала значних трансформацій – змінилися розмір і форма, а начинки стали набагато різноманітнішими. Ще один продукт, який з'явився на території України завдяки туркам, – це кава. Перша згадка про каву в Україні датується 1672 роком. Вважається, що тоді турки відкрили першу кав'ярню в Кам'янці-Подільському, який щойно був захоплений під час польсько-турецької війни. В Львові каву почали пити лише у 18 столітті. Кава приходила до міста не лише з Туреччини, а й з Відня, де галичанин Юрій Кульчицький у 1683 році відкрив кав'ярню «Під синьою пляшкою». Точаться суперечки щодо того, чи справді він був першим, хто «навчив Європу пити каву». Однак цей заклад, безсумнівно, дав поштовх популяризації кави загалом.

Національна українська кухня сформувалася у 19 столітті. Паралельно з нею формувалася та розвивалася міська гастрономія. Залишала свій відбиток і радянська спадщина: котлетки по-київськи та київський торт – значно змінили систему харчування – нівелювали національні ознаки. Голодомор та роки Другої світової війни докорінно змінили ставлення до їжі. Їжа набувала, перш за все, суто утилітарного значення, технологічно складні національні страви поступово спрощувалися та змінювалися – часом до невпізнання. Створювалася нова місцева «комфортна їжа», яка складалася з надзвичайно модифікованих європейських страв. Замість «шніцелів» та «кармонад» з'явилися битки, в «олів'є» раків замінювали морквою, а каперси – солоними огірками тощо. Але як би там не було, одночасно були створені дві страви, які

стали візитними картками столиці. Це котлета по-київськи (1947) та київський торт (1956).

Наразі українські кухні намагаються відродити українську кухню. Вони досліджують автентичні рецепти, працюють з величезною кількістю місцевих продуктів та використовують сучасні гастрономічні підходи. Це може бути щось на кшталт чорних вареників із судаком та копченим беконом, або фуа-гра маринована в білому вині з желе яблучного квасу, чи смажені телячі мізки зі щучою ікрою та кукурудзою тощо.

2.2. Організаційно-економічна характеристика ГРК «Хутір»

Готельно-ресторанний комплекс «Хутір» з видом на річку – один із найпопулярніших у Дніпрі, розташований майже в центрі міста. Головний залізничний вокзал Дніпропетровська розташований за 8 км від готелю. Це місце особливо популярне серед пар, які оцінили його на booking 9,4 бала з 10 для поїздки вдвох.

До послуг гостей заклад пропонує привабливу територію, з дитячим майданчиком, баром, безкоштовним Wi-Fi та безкоштовною власною парковкою на території готелю. В деяких номерах є тераса або балкон. Нумери оснащені телевізором з плоским екраном і кабельними каналами, надаються халати та капці. Стійка реєстрації працює цілодобово. На території готелю є сувенірний магазин. Гості можуть насолодитися їжею в ресторані.

Товариство з обмеженою відповідальністю «Готельно-ресторанний комплекс «Хутір» зареєстровано в 2007 році зі статутним капіталом у розмірі 700 тис. гривень, за адресою: м. Дніпро, вул. Набережна Перемоги. Підприємство працює на загальній системі оподаткування та має право на наступні зареєстровані види діяльності:

- діяльність готелів та аналогічних закладів тимчасового розміщення;
- діяльність закладів ресторанного господарства, надання послуг мобільного громадського харчування;

- діяльність із забезпечення фізичного комфорту;
- оренда та експлуатація власного або орендованого нерухомого майна;
- пасажирські річкові перевезення (обмежені під час воєнного стану);
- допоміжні послуги водного транспорту (обмежені під час воєнного стану).

Документообіг закладу, що є основою дослідження роботи, складається з документів:

- нормативні документи органів державної влади;
- розпорядчі документи (накази, інструкції, рішення);
- фінансово-бухгалтерські документи (звіти річні та квартальні, облік прибутків і збитків, акти, ревізії тощо);
- організаційні документи (структурна та штатна чисельність, штатний розклад, посадові інструкції тощо);
- інформаційно-довідкові документи (листи, довідки, довідки);
- комерційні документи (договори та угоди);
- кадрові документи (колективний договір, накази, особовий склад, особові справи, особові рахунки).

Готельно-ресторанний комплекс «Хутір» має в своєму розпорядженні 29 номерів. Заклад оформлений у національному стилі з видом на річку та власним пляжем. Найдорожчий номер у готелі – тримісний номер – 1800 гривень на добу, двомісний номер – 1350 гривень; найдорожче шале – 4 місця – 6500 гривень. Характеристика та номерного фонду представлена в табл. 2.1.

Потрібно зазначити, що заклад має досить високий рейтинг на booking і середній рівень цін, що стає його перевагою.

Таблиця 2.1

Перелік послуг в номерах ГРК «Хутір »

п/н	Послуга	малий двомісний	тримісний номер	шале	покращене шале
1	Варість номера, грн	1100	1800	6000	6500
2	Площа номера, кв м	18	35	120	120
3	Особливості	вид на річку	вид на зелену зону	вид на річку, тераса	вид на зелену зону, тераса
4	Кондиціонер, телевізор	+	+	+	+
5	Власна ванна кімната	+	+	+	+
6	Телевізор з плоским екраном	+	+	+	+
7	Міні-бар	+	+	+	+
8	Безкоштовний Wi- Fi	+	+	+	+
9	Сніданок	- (200 грн)	- (200 грн)	-(200грн)	- (200 грн)
10	Безбар'єрність	відсутня	відсутня	частково	частково

Джерело: сформоване автором на основі [24]

ГРК «Хутір » також пропонує своїм клієнтам: пакувальні місця безкоштовно поряд з готелем та власну зону відпочинку, пляж, з 2024 року басейн, а також можливість замовити послуги спа-процедури. Гості сауни (лазні) мають можливість насолоджуватися не лише послугою, але й прекрасним краєвидом та пірнати прямо в річку, або ополонку взимку. На території є різні місця, де можна відпочити біля річки чи басейну, пообідати в альтанці серед мальовничої природи або запросити друзів на вечерю на

великій галявині. Фінансові результати діяльності підприємства наведені в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Фінансові результати діяльності ГРК « (2020-2024)

Показники	2020	2021	2022	2023	2024
Чистий дохід від реалізації, тис.грн	8252	9217,6	9128,5	11474	11740
Собівартість реалізованої продукції	5304,6	4942	2304,6	4885,4	8321
Інші доходи, тис. грн	2350	1055	0,2	1,2	2,2
Інші витрати, тис. грн	1100,2	3455	1122,2	8053,3	10850
Активи, тис. грн	1475	1598,2	2478,9	1221,3	2633
Зобов'язання, тис. грн	1943	1547,2	726,2	1267,8	865
Чистий прибуток, тис.грн	180	518,6	1395,4	250	321,7

Джерело: сформоване автором на основі [25, 26]

Динаміка показників чистого доходу від реалізації, чистого прибутку, собівартості продукції представлена також на рис. 2.3.

Чистий дохід від продажу готельно-ресторанного комплексу, під впливом зовнішніх факторів (обмеження, пов'язані з COVID-19, початок військових дій) був нестабільним останні роки. За останні два роки показник стабілізувався та проявив позитивну динаміку. Зростання чистого доходу 2024 рік порівняно з 2020 роком становить майже 40%, зростання за останній рік – 2%. Більше ніж на 30% зросла й собівартість послуг (продукції), що виготовляє заклад, що можна пояснити здороженням товарів та послуг.

ГРК «Хутір» за останні чотири роки надавав послуги за тендерами. Перелік тендерів, що обслуговував ГРК «Хутір» протягом 2021-2023 років наведено в таблиці 2.3. Загалом, фінансово-економічну діяльність закладу можна оцінити позитивно, не дивлячись на складні умови роботи.

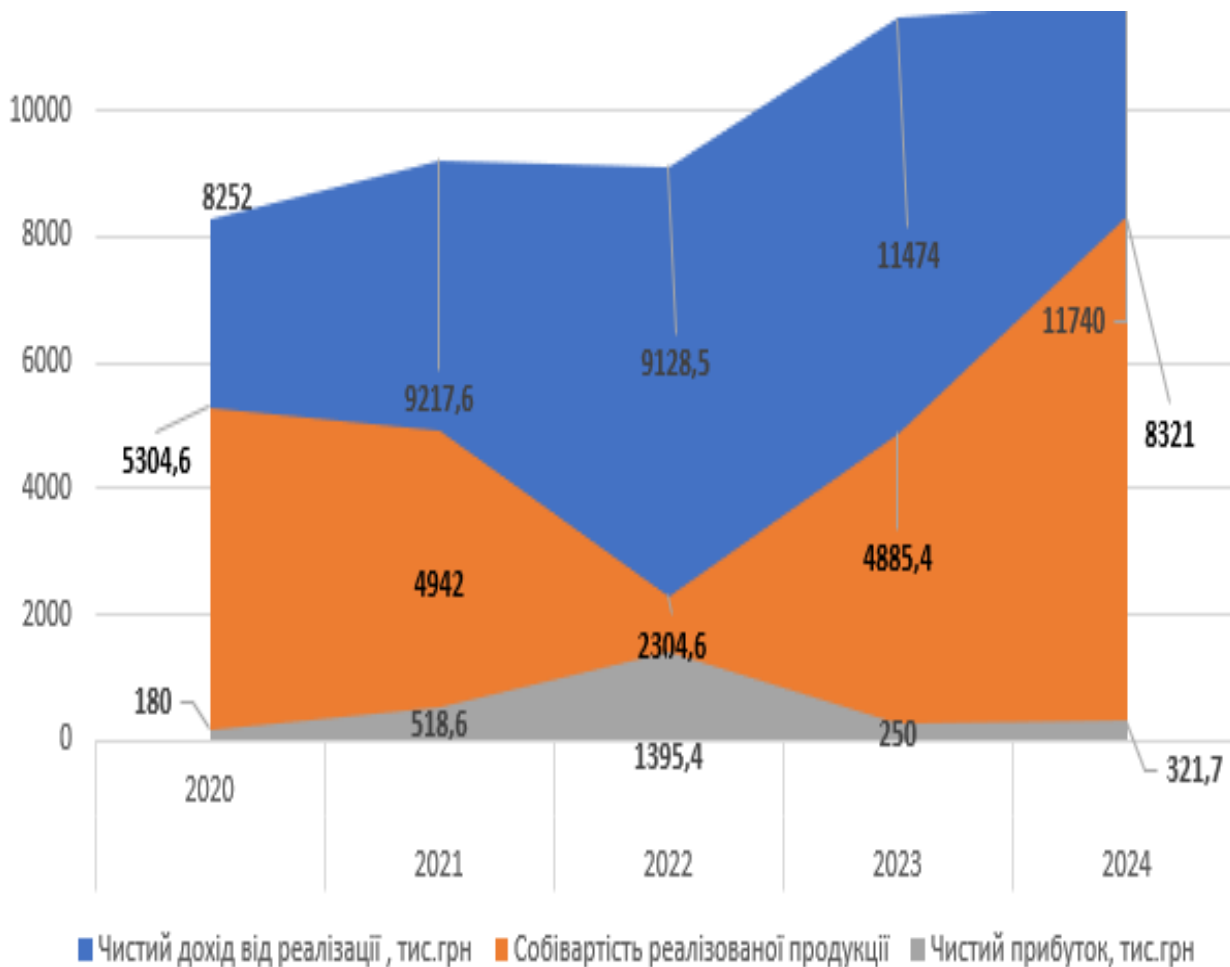


Рисунок 2.3 – Динаміка показників економічної діяльності ГРК «Хутір»
 Джерело: сформоване автором на основі [25, 26]

Організаційна структура ГРК «Хутір» має лінійно-функціональний характер та чіткий ієрархічний поділ за функціональним принципом (рис. 2.2). Лінійно-функціональна модель забезпечує оперативне управління, контроль якості, можливості спеціалізації та координації завдань, дозволяє чітко розподілити завдання, повноваження та відповідальність між співробітниками. Найвищий рівень управління – директор – здійснює загальне керівництво закладом, контролює діяльність усіх підрозділів.

Тендери, що обслуговував ГРК «Хутір» протягом 2021-2023 років

Замовник	Опис лоту	Дата контракту	Сума контракту, грн.
Департамент економічного розвитку Дніпропетровської обласної державної адміністрації	Послуги з оренди приміщень для проведення форуму з нагоди міжнародного дня жіночого підприємництва “партнерство влади та бізнес-спільноти Дніпропетровщини в умовах сьогодення”; послуги з оренди приміщень для проведення форуму з нагоди міжнародного дня жіночого підприємництва “партнерство влади та бізнес-спільноти Дніпропетровщини в умовах сьогодення” 1 послуга	20.11.2023	25 000
Департамент економіки, фінансів та міського бюджету Дніпровської міської ради	Послуги з розміщення у готелях; послуги з розміщення у готелях 72 послуга	31.08.2021	129 300
Управління зовнішньо економічної діяльності Дніпропетровської обласної державної адміністрації	Послуги ресторанів і пунктів швидкого харчування, пов'язані з прийомом офіційних іноземних делегацій в Україні; послуги ресторанів і пунктів швидкого харчування, пов'язані з прийомом офіційних іноземних делегацій в Україні 1 послуга	22.12.2020	8 000

Джерело: сформоване автором на основі [25, 26]

Безпосереднє керівництво структурними підрозділами комплексу здійснюють керівники відповідних служб та відділів – функціональне управління. Нижчі рівні організаційної системи утворює виконавчий персонал, який безпосередньо реалізує виробничі процеси. Ефективна

взаємодія між підрозділами вимагає значних комунікативних зусиль для налагодження роботи.

Загалом, в готельно-ресторанних закладах можна зустріти кілька типів організаційних структур, що використовуються для управління та контролю комплексу. Кожна з них має свої переваги та недоліки, а вибір конкретної структури залежить від специфіки бізнесу та його призначення. Та, в кожній структурі організація поділяється на функціональні підрозділи, такі як готельний відділ, ресторанний відділ, відділ маркетингу, фінансовий відділ тощо. Кожен підрозділ спеціалізується на певній функції та має свого керівника. Організаційна структура ГРК «Хутір» наведена на рис. 2.4.

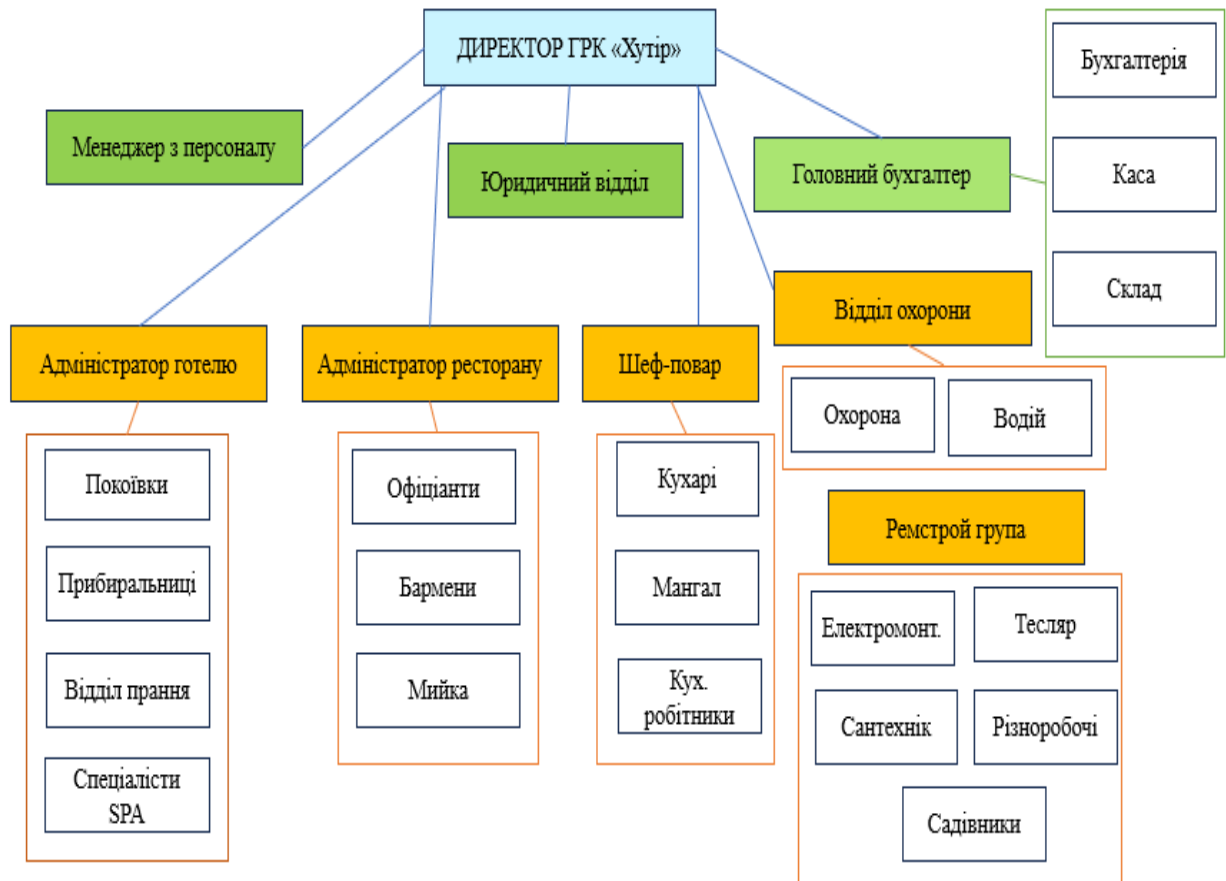


Рисунок 2.4 – Організаційна структура ГРК «Хутір»

Джерело: складено автором

Надання основних та додаткових послуг гостям готельно-ресторанного комплексу, процес бронювання та поселення гостей у готелі є одним з

найважливіших етапів готельного обслуговування. Гості можуть зробити свій запит через різні канали комунікації: телефонний дзвінок, сайт готелю, електронну пошту. Адміністратор готелю перевіряє наявність номерів та координує роботу інших працівників. Коли гість прибуває до готелю, адміністратор реєструє гостя: перевіряє документи, видає ключ, заповнює реєстраційні форми. Обслуговування гостей під час їхнього перебування в готелі є надзвичайно важливим аспектом готельного бізнесу. Цей процес передбачає надання додаткових послуг та задоволення потреб гостей, створення комфорту протягом усього перебування. Одним з найважливіших аспектів комфорту гостей є чистота та порядок у номерах. Покоївки та прибиральниці слідкують за чистотою, регулярно прибирають номери, змінюють постільну білизну та рушники, виносять сміття, проводять вологе прибирання і т.п. Харчування в готельно-ресторанному комплексі є ключовим елементом задоволення попиту гостей та забезпечення їхнього комфорту. Цей процес включає кілька важливих етапів, які допомагають забезпечити високу якість їжі та обслуговування, якими опікується адміністратор ресторану.

Підтримка технічного стану та інфраструктури комплексу є критично важливою для забезпечення комфортного та безпечного перебування гостей. Служба ремстрой відповідає за регулярний огляд та обслуговування інженерних систем, таких як опалення, кондиціонування, вентиляція, електричні мережі, системи водопостачання та каналізації, планове технічне обслуговування, ремонт та модернізація інженерних систем, кухонного обладнання. Забезпечення безпеки майна та гостей є однією з важливих функцій служби охорони. Охоронці контролюють територію комплексу, контролюють доступ, реагують на надзвичайні ситуації та забезпечують безпеку майна. Робота всієї системи гарантує обслуговування за найвищими стандартами обслуговування.

За останні 4 роки заклад пережив значну плінність кадрів, що в 2020 році було пов'язано з обмеженням діяльності ГРК через пандемію, а в 2022

році – з початком війни. Але вже в другій половині 2023 року ситуація поступово стабілізувалась та закладу вдалося сформувати стабільний штат.

Спробуємо також визначити ключові фактори, що можуть вплинути на ефективність роботи ГРК «Хутір» та фінансові показники підприємства.

Економічні фактори: загальний стан економіки в країні, рівень інфляції та зміни обмінних курсів, тощо – можуть вплинути на витрати та доходи бізнесу.

Нормативні, правові зміни: зміни в законодавстві можуть збільшити витрати або обмежити певні види діяльності.

Конкуренція: конкуренція поява на ринку інших підприємств може зменшити прибутки, якщо ГРК «Хутір» буде поступатися за ціною або якістю послуг.

Управлінські рішення: ефективність управлінської стратегії, розробка та інвестиції нових проектів, продуктів; рішення щодо оптимізації витрат, перехід на політику сталого розвитку закладу – фактори посилення конкурентної позиції закладу.

Технологічний розвиток: впровадження нових технологій може або підвищити ефективність виробництва, або вимагати додаткових інвестицій, що може призвести до дестабілізації фінансового стану закладу.

Сезонність: деякі підприємства гостинності схильні до сезонних коливань попиту, що впливає на річні фінансові результати діяльності. ГРК «Хутір» завдяки постійним програмам щодо залучення клієнтів владо вирівнює попит на послуги закладу протягом року.

Зміни в уподобаннях споживачів: зміни попиту на продукти чи послуги під впливом різноманітних факторів можуть суттєво вплинути на доходи, що стимулює заклад до постійної комунікації зі споживачами, моніторингу їхніх настроїв та бажань.

2.3. Аналіз впливу приготування страв національної кухні на фінансову діяльність ГРК «Хутір»

Останнім часом кількість закладів, що спеціалізуються на українській кухні, лише зростає, що дає достатні підстави вважати динаміку інтеграції та адаптації багатовікових історичних страв до сучасних реалій позитивною [27]. На рис. 2.5 наведені геопросторові дані, що є важливим розумінням розвитку ринку української кухні – аналізуючи інформацію з відкритих Google-карт, ми отримаємо розуміння зони поширення закладів української кухні, і, відповідно, їх охоплення споживачів.

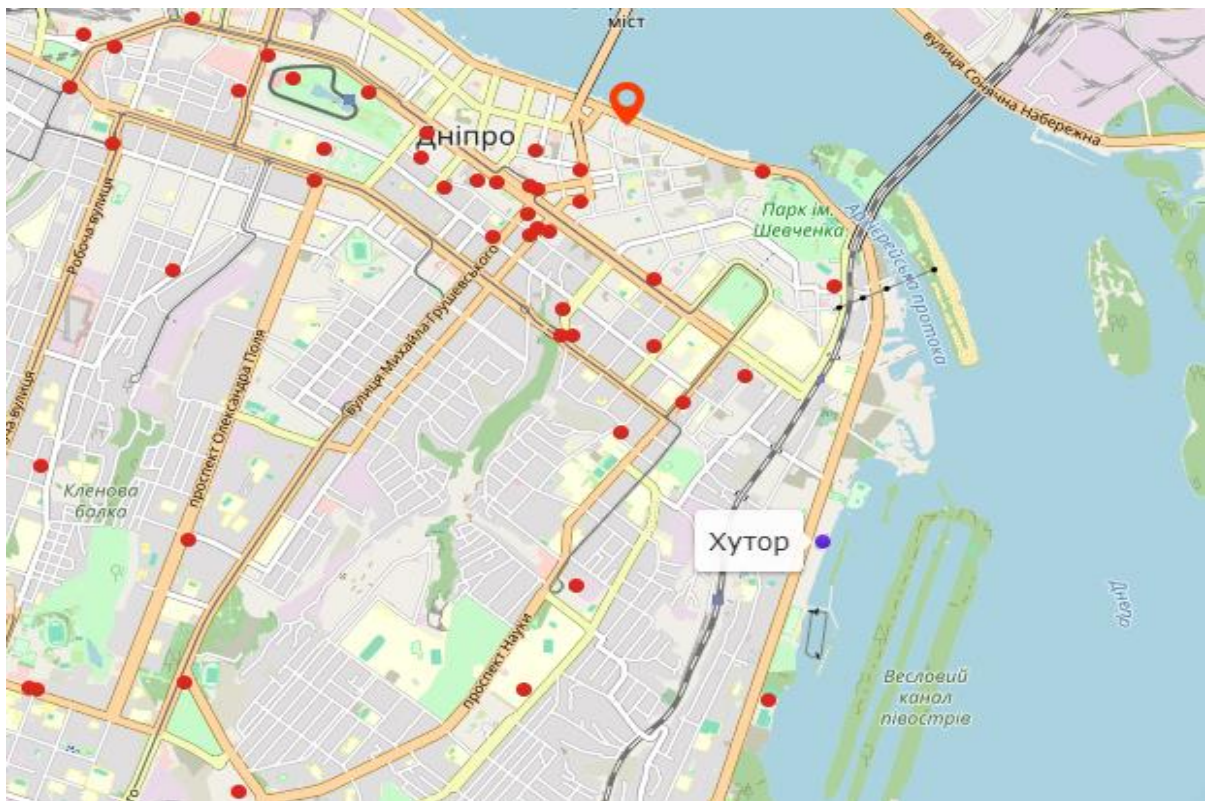


Рисунок 2.5 – Геопросторові данні розташування закладів харчування української кухні в центральних районах міста Дніпро

Джерело: Google-maps

Один з найвідоміших ресторанів української кухні в Дніпрі є ресторан «Хутір», що знаходиться на Набережній Перемозі 29. Славиться великим

вибором традиційних страв, приємною атмосферою та високоякісним обслуговуванням. Тут можна скуштувати борщ, вареники, деруни, м'ясні страви та багато іншого. Ресторан має кілька залів, що дозволяє провести як сімейну вечерю, так і велике свято. Ціни: від 50 до 630 гривень за порцію, від 75 до 4620 гривень за алкогольні напої та від 40 до 225 гривень за безалкогольні напої.

Відома мережа українських страв «Пузата Хата», яка давно припала до серця багатьом українцям, розташовані за адресами: вул. М. Грушевського, 1; Вокзальна площа, 5; вул. Корольове Єлизавети, 2 та інші. Заклади цієї мережі відомі великим вибором традиційних страв, приготованих за домашніми рецептами: борщ, вареники, деруни, голубці, куліш, компоти, киселі тощо. Ціни: від 46 грн за 100 г страви, від 30 до 84 гривень за безалкогольні напої, середній чек комплексного обіду 274 гривні.

«Кумася» за адресою вул. Олеся Гончара, 12 – заклад, який поєднує традиційну українську кухню з сучасним підходом до подачі страв. Меню ресторану досить різноманітне: класичні українські страви, такі як борщ, вареники та деруни, а також авторські страви від шеф-кухаря. Ціни: від 85 до 385 гривень за страву, від 40 до 120 гривень за безалкогольні напої.

Також варто відзначити заклади, що нещодавно з'явилися в Дніпрі, наприклад, «Little Mariupol» (адреси: пр. Науки, 127, вул. О. Гончара, 15, пр. Д. Яворницького, 90). Ідея створення незвичайного простору виникла у маріупольців, які опинилися в Дніпрі після початку повномасштабної війни. Тут можна не тільки випити кави та смачно поїсти, а й отримати гуманітарну допомогу, психологічну підтримку та просто поспілкуватися з людьми, які розуміють ситуацію. Тут проводяться різноманітні майстер-класи, лекції, концерти, виставки тощо.

На початку 2023 року на вул. Виконкомівській, 11 відкрився ресторан SVITLO. Тут представлені страви американської, європейської та української кухонь. Серед незвичайних страв української кухні можна спробувати

кабачкові млинці з лососем, бограч, банош з беконом, деруни з куркою тощо. Українські страви не менш популярні в закладі, як американські чи італійські.

Опитування, що оприлюднили на дніпровському сайті новин зазначають такі рекомендації відвідувачів обов'язково скоштувати [28]:

- деруни з голландським соусом (210 грн) у ресторані DE Poyst;
- салат «Шуба» з лососем (229 грн) у ресторані «Кумася»;
- млинці з вишнею (80 грн) у «Пузатий Хаті»;
- «чорний борщем» з копченими сливами (200 грн) у «Little Mariupol»;
- гороховим крем-супом (160 грн) у кафе-барі «SVITLO».

Ресторан «Хутір» активно популяризація українську кухню в умовах глобалізації завдяки численним кулінарним ініціативам, зусиллям колективу, шеф-кухарів, а також активності гастрономічних фестивалів, що демонструють унікальність та різноманітність українських традицій. Одним з головних аспектів цього процесу є зростання інтересу до української гастрономії на міжнародній арені, що, у свою чергу, сприяє формуванню позитивного іміджу країни. З початком війни зросла увага до української кулінарної спадщини, що сприяє популяризації традиційних страв, таких як борщ, який став символом української ідентичності. Ресторан адаптує своє меню, інтегруючи міжнародні елементи, але водночас зберігаючи традиційні рецепти. Це дозволяє не лише зберегти національну кухню, а й залучити міжнародну аудиторію, що стимулює економічний розвиток ресторанного бізнесу в Україні, що буде особливо актуальне з поверненням миру на українську землю. Але вже сьогодні заклад активно веде сторінки в соціальних мережах, що дозволяє заявити про себе далеко за межами країни.

В табл. 2.4 наведемо приклади фінансового впливу національної кухні на діяльність закладу.

Порівняння фінансового впливу національної кухні на діяльність
закладу зі стандартним рестораном

Показник	Ресторан з національною кухнею	Стандартний ресторан
Собівартість страви	низька-середня	середня-висока
Середній чек	середній-високий	середній
Вплив сезону на прибуток	відносно низька	відносно висока
Витрати на персонал	середні-високі	середні

Джерело: складено автором

Позитивний вплив на фінансовий стан закладу можливий за наступних умов:

- збільшення середнього чеку. Національні страви часто приваблюють туристів та місцевих жителів, які шукають «справжнього смаку», а автентичність та самобутність страв, як раз забезпечують конкурентну перевагу закладу;

- низька собівартість та висока націнка. Традиційні українські страви часто готуються з доступних інгредієнтів (буряк, капуста, картопля, крупи, борошно) – тож їх собівартість в певний сезон може бути значно нижчою ніж страв іншої кухні.

Але, є й такі пункти, що можуть вимагати додаткових витрат підприємства:

- витрати часу та праці. Деякі традиційні страви потребують багато часу для приготування, що збільшує витрати праці;

потреба в спеціалізованому персоналі. Кухар повинен знати особливості приготування страв, щоб вони мали автентичний смак;

- сезонність та доступність продуктів. Домашні рецепти часто вимагають натуральних продуктів, які не завжди легко або дешево знайти в міжсезоння.

Ресторан «Хутір» активно синтезує сучасні тренди з національною кухнею. Зокрема, заходи та значна частина страв, що представлені у меню закладу – це про здорове та корисне харчування. ГРК «Хутір» проводить різні заходи, спрямовані на формування здорового способу життя. Наприклад, зустрічі йога для волонтерів, здорові сніданки і т.п. Захід для волонтерів був безкоштовним – заняття проводилися з найкращими практиками йоги Дніпропетровської області, в якості пригощення – корисні напої та легкі перекуси. Ресторан включає до свого меню сезонні овочі та фрукти, наприклад, восени можна спробувати млинці з гарбуза, гарбузовий штрудель, крем-суп або інші дієтичні страви. Частину городини та зелень ресторан пропонує власного виробництва, що росте в сезон на грядках на території закладу. Середній чек закладу становить 840 грн, тоді як середній чек по Україні становить 610 грн (вибірка – 7000 закладів України). Також слід врахувати, що загальна відвідуваність закладів харчування в Дніпрі знизилася за 224 рік на 5%, а ресторану «Хутір» вдалося збільшити суму середнього чеку на 3%, хоча тут є і вплив зростання цін на продукти [29].

В табл. 2.5 наведено страви, що пропонує ресторан «Хутір» своїм відвідувачам. Перша сторінка меню – це сезонні пропозиції.

Таблиця 2.5

Меню ресторану «Хутір»

Весняні первоцвіти		
Раки відварені	450 г	1300 грн.
Салат з редисом, огірком та яйцем зі сметаною	200 г	125 грн.
Крученики з кабачка з пікантною начинкою шпинату та буряка	215 г	240 грн.
Оладки з ікри річної риби	150/50 г	199 грн

Салати та закуски		
Ікра з кабачків (тушена на пару)	200 г	115 грн.
Салат Чарівниця (філе курки, огірки, помідори чері, інжир, зелень)	150 г	199 грн.
Дунайський оселедець з картоплею	120/100 г	175 грн.
Салат з буратою, ягодами, персиком-гриль, хамоном та рукколою	250 г	320 грн
М'ясо з печі (язик, рулет з курятини, буженина, хрін)	300 г	562 грн.
Дунайський оселедець з печеною картоплею	100 г	175 грн.
Овочі з бабусиноного городу (помідори, огірки, перець болгарський, зелень)		
Із креветок, авокадо та овочів	220 г	495 грн
Закуска Солоха (аштет з курячої печінки та пікантна сиркова закуска. Подається з брусничним соусом та хлібними тостами)	100/100// 50/40 г	327 грн
Основні страви (гарячі, м'ясні страви, юшки та борщі,)		
Голубчики за староукраїнським рецептом з вершками	350 г	299 грн
Фірмова пшоняна каша з пупками	300 г	358 грн.
Борщ хутірський	400 г	299 грн
Уха Панська	400 г	275 грн
Бограч	400/20 г	374 грн
Форель з овочами запечена у фользі	300 г	562 грн

Овочі, запечені на вогні	300 г	290 грн.
Сніданок		
Яєшня, курячий рулет, огірок, житній хліб	-	288 грн.
Хлібний горщик з телятиною та часниково-вершковим соусом	350	496 грн.
Каша вівсяна (з ягодами, або пармезаном)	250 г	178 грн.
Картопля на мангалі з підчеревком	200/40 г	189 грн.
Ароматний бульйон з тостами	300 г	140 грн.
Окрошка	300 г	195 грн.
Традиційний український борщ	300 г	185 грн.
Фірмові парові вареники з вишнями	300/200 г	245 грн.
Десерти		
Бабусині сирники (з родзинками та ягодами)	275 г	235 грн.
Штрудель з вишнею, горіхами та маком	150 г	188 грн.
Фірмові парові вареники з вишнями	300 г	215 грн.
Налисники з печі з сиром	350 г	244 грн.
Гарячі напої		
Еспресо	50 мл	50 грн.
Американо (з молоком)	150 мл	50 грн.
Капучино / Лате	200 мл	80 грн.

Чай (заварник: лісові ягоди, імбир, медова обліпіха, ромашковий)	1000 мл	325 грн.
Шишковий чай з розмарином		
Напої		
Узвар	300 мл	45 грн.
Ягідний кисіль	300 мл	75 грн.
Квас домашній на солоді	300 мл	55 грн

Джерело: складено автором на основі меню ресторану «Хутір»

Таким чином, економічний вплив ресторанів української кухні на ресторанний бізнес є важливим аспектом, який стосується не лише гастрономічної культури, а й соціально-економічних змін у країні. Ресторани, що спеціалізуються на українській кухні, відіграють значну роль у формуванні ринку ресторанних послуг, сприяючи як розвитку місцевої економіки, так і популяризації національних традицій. По-перше, ресторани української кухні створюють нові робочі місця, залучаючи до роботи місцевих жителів. Це стосується не лише кухарів та офіціантів, а й постачальників продуктів, виробників та фермерів. Таким чином, вони сприяють зростанню малого та середнього бізнесу, який забезпечує їх необхідними ресурсами. Багато ресторанів надають перевагу місцевим постачальникам, що підтримує економічний розвиток регіонів. По-друге, такі заклади сприяють розвитку гастрономічного туризму. Ресторани української кухні часто стають важливими туристичними атракціями, оскільки відвідувачі прагнуть ознайомитися з традиційними стравами та кулінарними традиціями. Це, у свою чергу, підвищує попит на туристичні послуги, такі як екскурсії, готелі, транспорт та інші супутні послуги. По-третє, ресторани української кухні активно впроваджують інновації у свою діяльність, що дозволяє покращити якість обслуговування та розширити асортимент страв. Використання

сучасних технологій приготування їжі, нових концепцій обслуговування та маркетингових стратегій допомагає залучити більше клієнтів. Наприклад, деякі ресторани впроваджують концепцію «від ферми до столу», яка передбачає використання органічних продуктів, що позитивно впливають на здоров'я споживачів. По-четверте, ресторани української кухні здатні впливати на формування гастрономічної політики в країні. Вони можуть стати платформою для проведення кулінарних фестивалів, конкурсів та майстер-класів, що сприяє обміну досвідом між фахівцями галузі.

Крім того, економічний вплив ресторанів української кухні проявляється через їхній внесок у формування культурної ідентичності. Вони сприяють збереженню та популяризації традиційних рецептів, що є важливою частиною національної спадщини. Клієнти отримують можливість скуштувати автентичні страви, що допомагає формувати позитивний імідж України на міжнародній арені. Сьогодні українські ресторани продовжують активно відкриватися, навіть під час складної економічної ситуації в країні. Наприклад, в 2023 році в Україні було відкрито понад 200 нових ресторанів [30], більшість з яких представляють українську кухню. Це свідчить про зростання інтересу до національних гастрономічних традицій та їх популяризацію серед широкої аудиторії. Важливо зазначити, що українські ресторани не лише роблять економічний внесок, а й виконують функцію збереження та популяризації культурної спадщини. Клієнти все частіше віддають перевагу автентичним українським стравам, що сприяє розвитку гастрономічного туризму та підвищенню загального рівня попиту на українську кухню. Однак, незважаючи на значний потенціал, українські ресторани стикаються з низкою викликів. Серед основних проблем – брак професійно підготовлених спеціалістів, посилення конкуренції на ринку та труднощі у підтримці високої якості продукції [31].

РОЗДІЛ 3

ОБҐРУНТУВАННЯ ЗАХОДІВ З ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗА УМОВИ ПОДАВАННЯ СТРАВ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУХНІ

3.1. Розвиток традицій приготування національних страв українців

Еволюція української кухні відбувалася протягом століть, відображаючи культурні зміни та доступність інгредієнтів. Вона є частиною європейської харчової системи, але також має вплив азійських культур. Українська кухня зазнала впливу різних народів, зокрема греків, турків, німців та угорців, що призвело до постійного культурного обміну та збагачення традицій. Згадки про українське кулінарне мистецтво пов'язані з давніми традиціями, зокрема використанням вогню для приготування їжі. В XV-XVII століттях гречка стала важливим компонентом, з якого виготовляли крупи та борошно, що вплинуло на різноманітність страв. Українська кухня – це не лише спосіб приготування їжі, а й досвід та звичаї, пов'язані з українською культурою.

Визначають ключові етапи розвитку української кухні та їхні характерні риси (рис. 3.1).

РОЗВИТОК ТРАДИЦІЙ ПРИГОТУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ СТРАВ УКРАЇНЦІВ

Давні часи
(до княжої доби)



- основа харчування: зернові (пшениця, жито, просо), крупи, мед, дикі овочі та фрукти, риби, мисливська дичина.
- страви готували на вогнищі, в глиняному посуді. Формувались перші каші, юшки, хлібні вироби

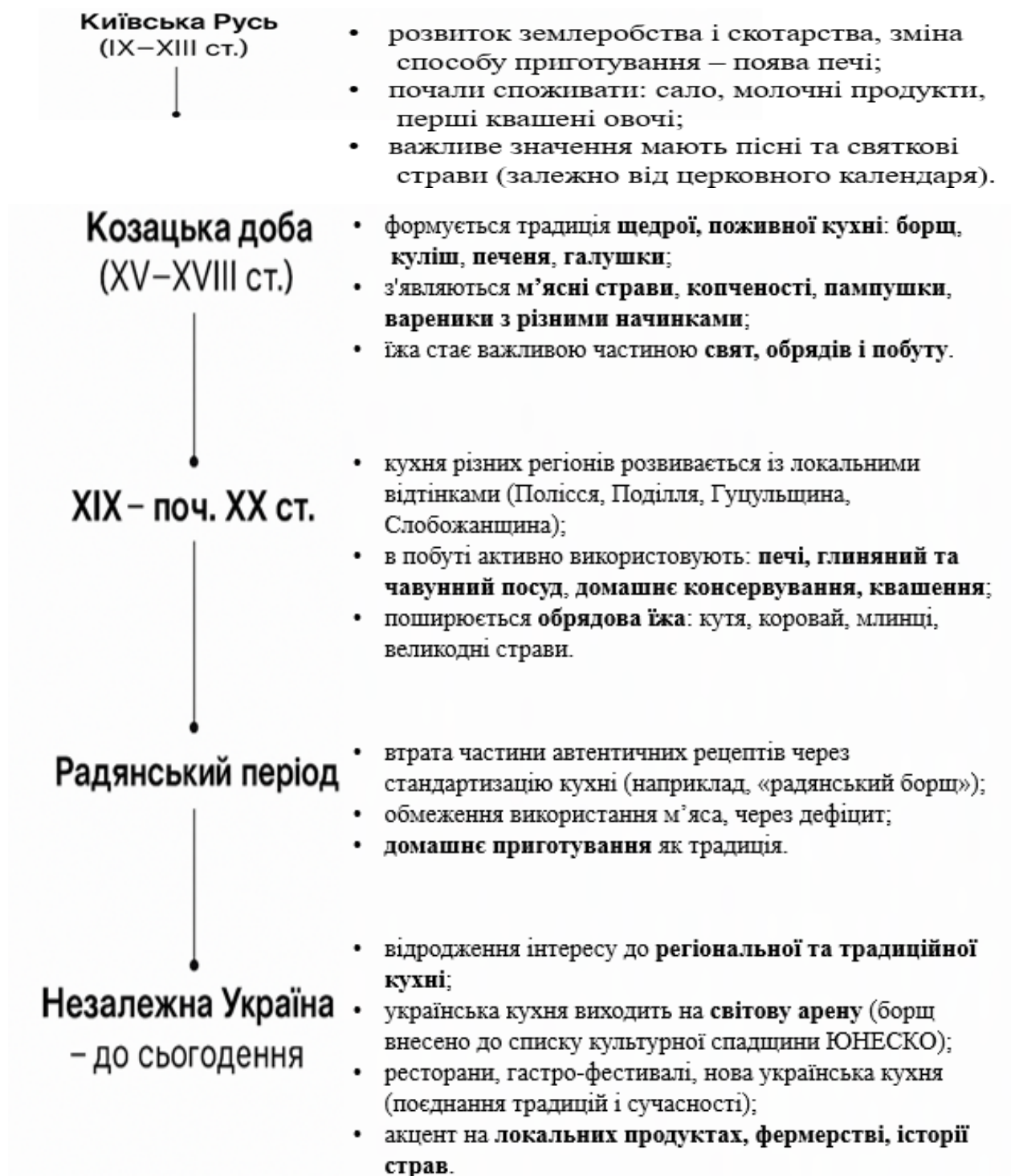


Рисунок 3.1 – Геопросторові данні розташування закладів харчування української кухні в центральних районах міста Дніпро

Джерело: сформоване автором на основі [25, 26]

Досліджувати розвиток традицій приготування національних страв українців варто за регіональною ознакою. В українських стравах, продуктах та способах приготування міститься культурний код нації. Йдеться не лише про

смачну їжу, а й про відображення українського менталітету, історії та символіки. Але в залежності від регіону – можна знайти свої особливості розвитку кухні, традицій і т.д. Протягом 14 тижнів VARUS разом із кулінарними експертами реалізовували проект «Наша область – наша страва». Метою проекту було знайти та зібрати рецепти фірмових страв кожного регіону України, дослідити історичні джерела. Звернувши увагу на 25 рецептів фірмових страв, що були відібрані експертами, можна зрозуміти провідну роль продуктів і страв регіону.

Наприклад, для Дніпропетровської області, яка розкинулася по обидва боки повноводного Дніпра, фірмовою стравою була обрана ароматна рибна юшка. Її готували як давні мешканці Наддніпрянщини, так і козаки, а сучасні рибалки мають свої власні рецепти її приготування. Гастрономічні традиції Запоріжжя міцно пов'язані з українським козацтвом, а фірмовою стравою регіону можна без особливих вагань назвати козацький куліш. Класичний козацький куліш – це попередньо обсмажене пшоно, зварене в казані. До нього додавали все, що було під рукою: перепілку, сало, гриби, овочі або свіжовиловлену рибу. Гастрономічним символом української столиці називають «котлету по-київськи», але на авторство цієї страви претендують кілька країн. Її прототипом вважається французька страва *Côtelette de volaille* – куряче філе, начинене курячим фаршем, перетертим з маслом та шматочком льоду, доданим всередину. За однією з версій, котлета по-київськи з'явилася в ресторані київського готелю «Континенталь» у 1918 році, а з 50-х років минулого століття є гастрономічним символом Києва.

Полтавські галушки мають міцний асоціативний зв'язок. Галушки оголошені офіційним символом обласного центру, встановлено пам'ятник на їх честь. Галушки здавна готують і люблять у багатьох регіонах України, але історично вони прижилися на Полтавщині, перш за все завдяки літературі. Рецепт класичних полтавських галушок дещо змінився з роками – раніше їх готували із суміші гречаного та пшеничного борошна на основі закваски та соди.

Багата та різноманітна місцева кухня Херсонської області, що сформувалася під впливом різних культур – турецької, грецької та інших. Символом регіону є кавун, з якого готують різноманітні страви – його смажать, ферментують, а з м'якоті готують ароматний «кавуновий мед» бекмез – це уварений до густої консистенції сік, який виготовляють із залишків кавунів. Здобувши популярність в Україні у 18 столітті картопля замінила багато борошняних страв і стала основою для десятків блюд. Миколаївщина славиться своїми рибними стравами, одним із них — товченики по-вітовськи, які офіційно входять до переліку об'єктів нематеріальної культурної спадщини регіону. Рецепт цієї страви йде з місцевості під назвою Вітовка, розташованої на березі Бузького лиману. Страви з риби тут готували та удосконалювали протягом столу, і деякі з них, зокрема й вітовські товченики, тут готують донині. Легендарний одеський форшмак сягає корінням у Східну Пруссію. В світі його вважають традиційною єврейською стравою, але він став класичним елементом одеської кухні. Як це часто буває, кожна господиня має свій рецепт ідеального форшмаку. Ця страва також має регіональні особливості: наприклад, в одних регіонах до неї додають варену картоплю, в інших закуску запікають і подають гарячою.

Лежні – одна з варіацій повсякденних страв наших предків, які готували з картоплі з додаванням простих інгредієнтів: капусти, олії, яєць та борошна. Лежні, як і їхні «побратими» – деруни, зрази та вареники, – найкраще смакують зі сметаною або шкварками. Також тертюхи, картопляники, кремзлики, пляцки, мандрик, бараболянки – це все картопляні деруни. В Житомирській області з 2008 року проводиться щорічний фестиваль дерунів, учасники діляться різними рецептами та встановлюють рекорди, а в Коростені Житомирської області навіть встановили пам'ятник – макітру з дерунами та табличкою зі словами посвяти. На Рівненщині відомі мацики. Здавна їх готували на Поліссі, коли місцевим селянам потрібно було довго зберігати м'ясо. Страва, приготована за цим рецептом, могла зберігатися місяцями. Мацика готували на горищі або в печі, яку не топили. Колись мацик

користувався гарною репутацією серед козаків, чумаків, купців, мандрівників та женців.

Понад 220 років тому відомий український письменник Іван Котляревський написав «Енеїду». Цей твір, окрім інших привілей, можна вважати кулінарною енциклопедією давньої України, яка містить назви десятків автентичних страв. Серед них шпундра – традиційна страва зі свинини та буряка. Зараз про неї нечасто почуєш, але в деяких селах Сумської області шпундру готують і донині. Достеменно невідомо, коли саме почали готувати крученики на Кіровоградщині, цілком ймовірно, що перші варіанти цієї страви подавали на стіл ще за часів Київської Русі. М'ясо начиняли грибами, квашеною капустою, сиром та іншими делікатесами. Кілька рецептів м'ясних кручеників з різними начинками включено до однієї з найстаріших українських кулінарних книг Заньковії Клиновецької.

Хмельниччина відома легендарною Зіньківською ковбасою, яку кілька років тому навіть включили до списку елементів нематеріальної культурної спадщини. Оригінальний рецепт цієї страви походить з мальовничого села Зіньків, де секрети виготовлення копченої ковбаси передаються з покоління в покоління вже понад 300 років. Характерною особливістю Зіньківської ковбаси є її чорний колір, який досягається завдяки методу гарячого копчення. В Тернопільській області проживає лемківська етнічна група, культура якої суттєво вплинула на формування місцевих гастрономічних традицій. Перлиною лемківської кухні можна вважати мачанку. Ця страва має не лише оригінальну назву, а й склад; її можна подавати як суп, або як соус до вареників та інших страв. Існує багато рецептів мачанки – зі смальцем, м'ясом чи грибами. Запашний м'ясний бограч на Закарпатті має угорське коріння, його назва походить від угорського слова «казан». Обов'язковим інгредієнтом страви, крім м'яса, є паприка, яка і робить бограч пікантним. Однією з гастрономічних візитівок Буковини є мамалига – кукурудзяна каша, яка популярна не лише серед українців, а й серед угорців, молдаван та інших народів. У Чернівецькій області навіть є село під назвою Мамалига. Класична

мамалига вариться на овечому молоці та щедро приправляється маслом. З давніх-давен вона вважалася простою повсякденною стравою українців, а в замороженому вигляді її навіть використовували замість хліба.

В українській кухні незалежно від регіону багато продуктів проходять складну термічну обробку – смаження, варіння, тушкування, запікання. Це найвиразніша риса технології української кухні. Складна термічна обробка дозволяє зберегти аромат страв і надає їм соковитості. Значна кількість страв (крученики, завиванці, фарширована птиця та овочі, м'ясо, тушковане зі смальцем та часником) готується в тушкованому та фаршированому вигляді. Особливо смачними та корисними є комбіновані страви з м'яса та овочів – голубці з м'ясом, волинські крученики, яловичина, тушкова з буряком тощо. Багато технологій приготування в українській кухні дозволяють створювати страви з мінімальними втратами поживних речовин, тому страви можуть бути не тільки смачними, але й корисними для здоров'я.

Українська кухня здавна приваблювала представників різних країн. Спогади про українську кухню XVII століття можна знайти в записках італійського священика і дипломата Віміна да Ченеда, він захоплювався українською спаржею, яка, на його думку, не поступалася найкращим італійським сортам, а також відзначав у своїх мемуарах спогад про сади з артишоками та селерою. Українська кухня активно використовувала спеції. Вірменські купці привозили зі Сходу оливкову олію, мигдаль, рис, інжир, родзинки, тютюн, шафран, чорнило каракатиці, хоча це було надзвичайно дороге навіть для багатих українців. Популярними були лимони та імбир у патоці. Французький дослідник та інженер Гійом де Боплан писав, що українці їдять чорний перець так, як французи горох. Представники української еліти були такі ж прогресивні, як і західні: терпка, ароматна кава поширилася на українські землі одночасно з Нідерландами, Австрією та Францією. Існує багато історичних свідчень про те, як гетьмани любили каву. Її зерна цінувалися настільки високо, що служили політичними подарунками [31, 32].

Кухня ресторану «Хутір» успішно розвивається разом зі світовими гастрономічними тенденціями вже понад 25 років, але не змінює своєї спрямованості на роботу в українському стилі. Заклад не лише пропонує страви української кухні, а й популяризує українську кухню. Наприклад, проведення гастрономічного шоу в українському стилі з бренд-шефом (рис. 3.2. а), чи подача, варіації національних страв у сучасному стилі: салат з буратою, ягодами, персиком-гриль, хамоном та рукколою, вареники з лососем (рис. 3.2. б, в); заслуговує на увагу представлення сезонних страв у ресторані: струдля з гарбузом (рис. 3.2. г), сніданку та смаженої молодої картоплі.



а)



б)



в)



г)



д)



е)

Рисунок 3.2 – Приклади подачі страв ресторану «Хутір»

Джерело: складено автором на основі [24]

3.2 Підвищення ролі національних екокультурних традицій в сучасних ресторанных закладах світу

В 2023 році ЮНЕСКО у своїй доповіді про культуру та сталий розвиток стверджує, що національна кухня слугує динамічною силою, що рухає сталий розвиток [33]. Національна кухня визнана четвертим стовпом сталого розвитку, культурної політики, що значною мірою сприяє сталому зростанню на різних рівнях. Культурна стійкість національної кухні є невід'ємним компонентом розвитку людського суспільства. Сучасне суспільство може використовувати та адаптуватися до культурної спадщини лише певною мірою, тоді як культурна стійкість спрямована на те, щоб майбутні покоління розуміли та практикували її численні цінності та значення. Таким чином, пріоритетність захисту та передачі культурної спадщини молодшим поколінням є надзвичайно важливою.

Сьогодні їжа виходить за межі своєї біологічної необхідності, щоб стати частиною культурного дискурсу щодо різних суспільних питань, втілюючи суть кулінарної спадщини. Включення харчових та дієтичних культур, таких як середземноморська дієта, культура сінгапурських торговців та китайська чайна культура, до списку нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО, зв'язок між кулінарною спадщиною та соціально-культурною стійкістю привертає дедалі більшу увагу. Кулінарна спадщина охоплює не лише інгредієнти, смаки та кухонні аксесуари, але й символічні аспекти їжі (манери за столом, ритуали), а також поведінку та вірування, пов'язані з їжею [34].

На рис. 3.3 наведемо основні риси національних екокультурних традицій. В багатьох культурах існували (і існують до сьогодні) заборони на вирубку певних дерев, полювання протягом певного періоду чи на певну тварину, забруднення джерел води і т.п., тим самим людина виявляла повага до природи, що знаходило подальше відображення в раціональному використанні природних ресурсів. Традиції народів, працювали на землі, передбачали сівозміну, органічне землеробство, збереження насіння,

сезонність у зборі врожаю. Людина намагалася жити в гармонії з природою, бо розуміла, що отримує від неї [природи] все, що необхідно для життя – і це не лише харчування, навіть будівництво житла реалізовувалося з природних матеріалів (глина, солома, дерево) з урахуванням кліматичних умов та ландшафту, тож екокультурні традиції представлені екологічною архітектурою та багатьма моментами в побуті.



Рисунок 3.3 – Основні риси національних екокультурних традицій

Джерело: складено автором на основі [34, 35]

Зв'язок з природою, повага до неї яскраво виражена й в традиціях на свята, ритуалах. Як приклад можна навести традиції пращурів українців: свята Колодія, Купайла, Жніви – вони були не лише культурними подіями, а й формою гармонізації з циклами природи. Через фольклор проходила передача знань та поваги до навколишнього середовища: прислів'я, легенди, пісні, казки навчали поваги до тварин, лісів, води та землі.

На сучасному етапі, екологічна стійкість стала невід'ємною частиною ділової практики в усіх сферах людської діяльності. Забруднення навколишнього середовища та повітря, спричинене зростанням виробничих систем, призводить до виникнення структурних проблем та знижує здатність суспільства ефективно реагувати на потреби населення. За даними дослідників, хвороби, фізичні розлади, надмірна вага та психологічні проблеми, спричинені незбалансованим харчуванням мешканців великих міст,

значно знижують якість життя людини у 21 ст. [35]. Глобальні тенденції останніх років показали масштабну популяризацію зелених практик у ресторанній індустрії, збільшення кількості закладів, що працюють відповідно до норм екологічної культури, визнаних світовою спільнотою. Слід зазначити, що будь-який ресторан може отримати відповідну сертифікацію, якщо він дотримується екологічних категорій у власній практиці: ефективне використання води, енергії, екологічно чисті продукти харчування, екологічно чисті меблі та будівельні матеріали, безпечні засоби для миття посуду та прибирання приміщень, зменшення та переробка відходів тощо. Існують різні програми сертифікації для ресторанів, спрямовані на покращення їхнього впливу на навколишнє середовище. Асоціація зелених ресторанів (The Green Restaurant Association – GRA) та EcoCook є прикладами організацій, що пропонують такі сертифікації. Стандарти сертифікації охоплюють різноманітні аспекти, такі як споживання енергії, використання води, управління відходами, використання хімікатів, вибір харчових продуктів та одноразового посуду, а також будівництво. Ці сертифікації допомагають ресторанам скоротити витрати, підвищити загальну ефективність та продемонструвати свою відданість принципам сталого розвитку.

Згідно з Директивою ЄС щодо корпоративної звітності у сфері сталого розвитку (ESRD), компанії, класифіковані як «великі», зобов'язані звітувати про свою практику ESG (Environmental, Social and Governance – інвестиції в екологічні, соціальні та управлінські аспекти) з 2025 року. Це включає дочірні компанії деяких суб'єктів господарювання, що не входять до ЄС, і законодавство зрештою має поширитися на менші компанії, що працюють в ЄС, незалежно від їхнього місцезнаходження [36]. ESRS містить три категорії стандартів: наскрізні; тематичні (екологічні, соціальні та управлінські стандарти) та галузеві [37].

Hotel Sustainability Basics – всесвітньо визнаний та скоординований набір показників сталого розвитку, який повинні впроваджувати всі заклади гостинності. Стандарт представляє 12 позицій, що є фундаментальними для

сталого розвитку готелю, та охоплює три сфери: ефективність, планета та люди. WTTC закликає зацікавлені сторони у місцях призначення та закладах розміщення по всьому світу впроваджувати критерії та підвищувати планку сталого розвитку в секторі

Таблиця 3.1

Організація/ Стандарти	Напрямок роботи	Принцип діяльності
Green Restaurant Certification (Green Restaurant Association) США	зменшення впливу ресторану на довкілля. Вимагає виконання критеріїв у сферах енергозбереження, водоспоживання, управління відходами, використання органічних та місцевих продуктів.	Запорука — сталі практики у всіх сферах діяльності закладу.
LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) for Restaurants США	Створення більш сталого, здорового та ефективного навколишнього середовища. Охоплює проектування, будівництво та експлуатацію ресторанів.	Заснований на енергоефективності, водозбереженні, виборі екологічних матеріалів.
EarthCheck Certification Міжнародна програма	Відповідність екологічним стандартам. Орієнтований на туризм і харчовий сектор.	Управління відходами, енергоспоживання, соціальні та бізнес-екологічні аспекти.
EU Ecolabel (Європейський екомаркувальний знак)	Офіційний еко-сертифікат Європейського Союзу, який можна отримати за відповідність екологічним критеріям.	Стале використання ресурсів і впливу на навколишнє середовище.

Джерело: створено автором

Галузеві критерії GSTC (Глобальної ради сталого туризму) були створені для досягнення спільного розуміння сталого туризму та є мінімумом, до якого повинні прагнути заклади гостинності. Сертифікація акредитованим органом за цими показниками означає, що продукт або послуга відповідає

найвищим соціальним та екологічним стандартам на ринку [38]. Зосередимо основні данні про деякі організації в табл. 3.1. Глобальні тенденції останніх років показали масштабну популяризацію зелених практик у ресторанній індустрії, збільшення кількості закладів, що працюють відповідно до норм екологічної культури, визнаних світовою спільнотою. Слід зазначити, що будь-який ресторан може отримати відповідну сертифікацію, якщо він дотримується таких екологічних категорій у власній практиці, як: ефективне використання води, енергії, екологічно чисті продукти харчування, екологічно чисті меблі та будівельні матеріали, безпечні засоби для миття посуду та прибирання приміщень, зменшення та переробка відходів тощо.

В Україні ресторанна індустрія інтегрує практики екологічної культури набагато повільніше, ніж в інших сегментах індустрії гостинності, що пояснюється багатьма об'єктивними та суб'єктивними факторами, насамперед тривалою відсутністю чітко сформульованих вимог до сертифікації еко-ресторанних закладів. «Green Key» – це програма екологічного маркування для готелів, рекреаційних та спортивних закладів, бізнес- та конференц-центрів, а також ресторанів. Програму вперше запропонували у 1994 році в Нідерландах. Сьогодні в програмі беруть участь понад 2500 закладів у 53 країнах. В Україні програма діє вже майже 10 років, серед українських закладів, які отримали цю відзнаку: Еко-садиба «Maison Blanche», Radisson Blu Resort (Буковель), Radisson Blu Hotel (Київ), Radisson Blu Hotel (Київ-Поділ), PK Galera Park Inn by Radisson Kyiv (Київ) [39].

В сучасних ресторанних закладах по всьому світу спостерігається зростання інтересу до національних екокультурних традицій, зокрема, української кухні. Це пов'язано з прагненням споживачів до автентичності, сталості та підтримки місцевих виробників. Дослідження показують, що акцент на традиційних методах приготування їжі, використання сезонних продуктів та врахування екологічних аспектів сприяє розвитку гастрономічного туризму та популяризації національної культури. Важливо наголосити, що це впливає як на сільський, так і на зелений туризм.

Для більшості ресторанів української кухні дотримання екологічних критеріїв у процесі приготування страв є нормою, оскільки формування меню на основі безпечних органічних продуктів є складовою національного надбання культури харчування. Конкретні кулінарні прийоми, що використовуються для розширення асортименту можливих видів їжі, визначаються факторами навколишнього середовища – вони формують норми соціальної поведінки та забезпечують сталу взаємодію людства з навколишнім середовищем. Екологічні та культурні традиції України відіграють важливу роль у сучасних ресторанах усього світу, особливо тих, що спеціалізуються на українській кухні. Вони впливають на меню, використання натуральних продуктів, традиційні рецепти та методи приготування.

Гастрономічна культура України, яка поєднує традиції, регіональні особливості та любов до натуральних продуктів, створює унікальний досвід для відвідувачів. Сучасні ресторани адаптують ці традиції, щоб задовольнити різноманітні смаки, зберігаючи при цьому культурну спадщину. Однією з тенденцій розвитку вітчизняних ресторанних закладів на сучасному етапі є підвищення престижу традиційних продуктів та страв української кухні. Це пояснюється глобальною тенденцією – активізацією екологічної свідомості людини, розумінням власної відповідальності за збереження змін у складі населення Землі, що відбуваються завдяки світоглядним уявленням, перегляду культурних цінностей, з компенсацією формування та розвитку екологічної культури XXI століття як необхідних передумов еволюції цивілізації. Розвиток національної української кухні відіграє важливу роль не лише в процесі популяризації певних продуктів харчування, але й у процесі їх адаптації до вимог та потреб, що відповідають культурним нормам українців на сучасному етапі. Українська кухня постійно фігурує у світових гастрономічних рейтингах, наприклад, британське видання *Independent* опублікувало рейтинг, де головне місце посіли українські страви – вареники, борщ та котлета по-київськи. Після вторгнення противника в Україну у 2022 році є багато прикладів започаткування ресторанного бізнесу українців за

кордоном та мали успіх серед місцевого населення: у Німеччині, Франції, Англії та навіть Японії.

Традиційний раціон українців залежав від продуктів, отриманих у процесі сільськогосподарської діяльності, з урахуванням регіональних особливостей (землеробство, вівчарство та скотарство, полювання та рибальство, садівництво, збиральництво). Зазвичай раціон складався з юорщу, супів, каш (пшоняний куліш, заправлений овочами, смаженими на смальці), паляниці, пончиків, калачів, пирогів, свіжих, солоних, квашених та запечених овочів (буряк, цибуля, часник, картопля, помідори, солодкий перець, кукурудза тощо), м'яса (переважно свинина, рідше яловичина, курка, гуска) та сала в різній термічній обробці (варене, смажене, запечене, копчене, (сушене), риби (карась, щоки, лопух та лящ), молочних продуктів (ряжанка, кисломолочні сири, кисле молоко, сир, масло), фруктів, лісових ягід, зелені (шпинат, щавель, кропива, черемша тощо), рагу, компотів, квасу, трав'яних напоїв тощо.

Харчова цінність української кухні відповідала сезонним кліматичним умовам – пізньої осені, взимку та ранньої весни традиційні страви здавна характеризуються підвищеною енергетичною цінністю (зернові, бобові, м'ясні страви), а для забезпечення організму необхідним комплексом вітаміні та мінерали, а також клітковину, особлива увага приділялася розширенню супутнього меню різноманітними соліннями, маринованими овочами, горіхами, сушеними грибами, фруктами та ягодами. Натомість, наприкінці весни, влітку та на початку осені українці віддавали перевагу легкозасвоюваній їжі. Раціон забезпечував повноцінний доступ до необхідних вітамінів та мінералів. Екологічно чисті продукти рослинного та тваринного походження – м'ясо, овочі, фрукти, ягоди, трави, молоко, сир, хліб тощо – були основою національної кухні. Вони самі по собі підтримували здоров'я та запобігали захворюванням протягом багатьох поколінь. Наприклад, часник, цибуля та хрін, які є обов'язковими інгредієнтами українських традиційних страв, наділені властивостями природних антибіотиків, позитивно впливають

на імунну систему, а також допомагають уповільнити агрегацію тромбоцитів. Гриби, гірська зелень та лісові ягоди, що переважають в українській кухні влітку та восени, мають протизапальну та антибактеріальну дію, покращують травлення та запобігають відкладенню солей у цукри. Солоні та мариновані продукти зимово-весняного меню (капуста, огірки, яблука, сливи, перець тощо) сприяють необхідному коригуванню складу мікрофлори кишенькової щітки, відповідно, нормалізують функціонування травної системи та організму в цілому. В багатьох стравах молочні продукти поєднуються з рослинною їжею (наприклад, зелений борщ, млинці з гірчицею та ягодами, гриби в сметанному соусі тощо), так надходять необхідні для людини поживні речовини, поряд з клітковиною, вітамінами та мінералами. борщ – Нематеріальна культурна спадщина українців, визнана ЮНЕСКО – борщ. Це чудовий цілющий, відомий з джерел з шістнадцятого століття, оздоровчий, охолоджувальний засіб традиційної української кухні. Його можна використовувати не лише в їжу, але й для активного очищення організму. За складом існують десятки видів борщу. Незмінним залишається лише наявність його основних компонентів. Борщ – це, по суті, відвар з різних овочів з багатим вмістом вітамінів та мікроелементів. Крім того, вони готові до засвоєння та природним чином прискорюють обмінні процеси, а рідина забезпечує одночасне очищення організму, активізуючи роботу нирок. Клітковина варених овочів – це природний іонообмінний сорбент широкого спектру дії та тривалого використання. Клітковина затримує багато токсинів у кишечнику, регулює рівень холестерину, допомагає корисним бактеріям кишечника в їхній нелегкій боротьбі з хвороботворними мікроорганізмами. У відповідь сапрофітні бактерії виробляють майже добову норму вітамінів групи В. Білкові продукти в борщі забезпечують обмінні процеси амінокислотами. А чи будуть білкові продукти тваринного (м'ясо, птиця) чи рослинного походження (бобові) – це вже питання смаку.

Екокультурні традиції національної української кухні, визнані світовою спільнотою важливою складовою екологічного харчування в закладах ресторанного господарства, і проявляються у [35]:

- використанні продуктів, вирощених на власному господарстві, або зібраних чи впольованих на екологічно чистих територіях;
- збалансованій харчовій цінності харчових продуктів;
- різноманітних святкових меню (різноманітність харчових продуктів та покращення смакових якостей страв, які сприймаються організмом);
- сезонності меню.

Постачання високоякісної продукції в закладах ресторанного господарства позиціонується як необхідна умова для забезпечення стабільно високого рівня обслуговування клієнтів. Популярною тенденцією серед сучасних вітчизняних еко-ресторанів є вирощування екологічно чистих та здорових харчових продуктів на місці – безпосередньо на території закладів ресторанного господарства або на спеціальних власних фермах, а також співпраця з фермами, які дотримуються світових стандартів екологічної культури. Місцеві продукти, включення яких до меню значно збільшує кількість відвідувачів та розширює контингент, наразі дослідниками визначаються як ті, що вирощуються на відстані менше 200 км від закладу, в якому вони споживаються [35].

Потрібно звернути увагу, що сезонності меню української кухні слугує одним із способів інформування відвідувачів не лише про високу якість харчових продуктів, а й про дотримання та популяризацію принципів екологічної безпеки керівництвом закладу. Це означає, що окрім позитивного впливу на здоров'я відвідувачів (організм людини гармонізується з ритмами оточуючого середовища, і відповідно найкраще засвоює місцеві продукти), така екологічна практика зменшує негативний вплив людини на навколишнє середовище – викиди парникових газів у процесах транспортування продуктів. Крім того, зазначимо, що міжетнічні традиції українських національних ресторанів також спрямовані на відповідність стандартам екологічної

культури ХХІ століття. Характерною рисою сучасних рестораних закладів, що спеціалізуються на українській кухні, є дерев'яні меблі, хмиз, використання керамічного посуду, декорування предметами сільського побуту, сушеними травами тощо.

В своїй діяльності ГРК «Хутір» успішно реалізує екотрадиції. На території закладу є екоферма, де доглядають за сільськогосподарськими тваринами та птахами, якими люблять милуватися і діти, і дорослі. Козенята, порося, кури, качки, цесарки, фазани є частиною життя «Хутора» і не використовуються для харчових цілей. Лише, для омлету на сніданок використовують свіжознесені яйця та самостійно вирощена зелень. Особливу увагу в закладі привертає формат подачі страв в глиняних горщиках, тарілках з орнаментом вишивки (рис. 3.4).



Рисунок 3.4 – Приклад подачі борщу, сирників та млинців у «Хутір» [24]

Перші страви, такі як борщ, супи, а також капуста, куліш подаються в суповому наборі, до якого входять: глиняна супова миска з кришкою, глечик у формі глечика (для сметани), кілька сільничок (для солі та приправ), миска для пончиків та глиняний ополоник. Такі ж глиняні миски різної форми використовуються для подачі порцій перших страв до столу. Другі страви (каша, бануш), а також гарячі закуски (голубці, крученики) подаються в столових наборах з українським орнаментом, до яких входять каstrуля, одна велика миска, відповідна кількість мисок на кожну особу, глечик, кілька солянок. Або кожну порцію страви окремо. Для подачі традиційних

українських страв (вареники, галушки, шулики), крім наборів, використовуються глиняні макітри та невеликі страви, схожі на макітри.

Глиняні тарілки, форма яких схожа на порцелянові та фаянсові (плоске дно з заглибленням та майже горизонтальними краями), використовуються для подачі хліба, пончиків, сиру, м'ясної нарізки тощо. Досить часто такі тарілки замінюють дерев'яними дошками різної форми. Для подачі ковбас, паштетів, маринованих овочів та інших холодних закусок використовується порційний глиняний посуд різної конфігурації з широкими пропорціями, подібний за формою до мисок. Для подачі напоїв (узвар, квас, вино) до столу використовуються глечики, вони можуть бути з ручкою або без неї. Глечик може бути частиною набору, до якого також входять глиняні кухлі. Міцні напої (настоянка, вино, горілка) подаються в куманцях, а також у пляшкоподібних посудинах. Такий підхід у формуванні меню закладу та подачі страв забезпечує ресторану «Хутір» міцну конкурентну позицію на ринку, як закладу, що представляє національну кухню, але у відповідності до сучасних тенденцій та стандартів. Тож ГРК «Хутір» відіграє значну роль у підтримці національних екокультурних традицій та становленні сучасних тенденцій, досягнення Цілей сталого розвитку.

3.3. Формування механізмів впровадження принципів екологічної культури в ресторанному господарстві України

Новітні розробки та інновації в харчовій промисловості докорінно змінюють не лише раціон людини, а й формати культури в ресторанному господарстві. Сучасні харчові технології спрямовані на покращення якості продукції, підвищення її безпеки та створення нових харчових рішень, зменшення шкідливого впливу на оточуюче середовище. Розвиток харчових технологій дозволяє не лише покращити смакові властивості їжі, але й зробити її більш корисною та екологічно чистою, надає можливість насолоджуватися продуктами, які раніше були недоступні або невідомі.

На рис. 3.5 представлена карта інноваційних технологій харчування, що відповідає Цілям сталого розвитку: кліматичні умови, біорізноманіття, громадське здоров'я та продовольча безпека. До 2050 року очікується, що світовий попит на м'ясо значно зросте, тож м'ясо, вироблене з використанням альтернативних білків, буде настільки ж важливим, як відновлювані джерела енергії для енергетичного сектора [40].



Рисунок 3.5 – Карта інновацій промисловості харчових технологій [41]

1. Альтернативні білки потребують менше ресурсів для виробництва, таких як земля та вода, і створюють набагато менше негативних зовнішніх ефектів: викиди парникових газів, забруднення та інші ризики для здоров'я. На карті наведені доступні рослинні та ферментовані варіанти альтернативного білка – рослинний білок, комахи, мікопротеїни та культивоване м'ясо є провідними альтернативними джерелами білка. Інші продукти, такі як культивоване м'ясо, перебувають на стадії розробки. Прогнозується, що рослини стануть домінуючим альтернативним джерелом білка завдяки їхньому низькому впливу на навколишнє середовище та сприйняттю споживачами позитивних переваг для здоров'я. В 2021 р. світовий ринок альтернативного білка оцінювався в 14,76 млрд дол. США, а за

прогнозами, до 2030 р. досягне 37,64 млрд дол. США зі середньорічним темпом зростання 11,1%. Sainsbury оцінює, що 75% світового продовольства наразі забезпечується 12 культурами та 5 видами тварин. Дві третини рослинної їжі забезпечуються чотирма культурами – кукурудзою, соєю, рисом та пшеницею. Зміни в поведінці споживачів та підвищений інтерес до альтернативних джерел білка гарантують розширення індустрії альтернативного білка [42].

На рис. 3.6 наведено структуру впливу головних трендів та інновацій на харчові технології у 2025 році.

2. Ензими (нутрицевтики) – ще одна популярна інновація, що використовується як альтернатива, або на додаток до фармацевтичних препаратів для профілактики та лікування різних захворювань. В 2021 р. світовий ринок нутрицевтиків оцінювали в 454,55 млрд дол. США, а до 2030 р. прогнозується, що він досягне 991,09 млрд дол. США, зі сукупним річним темпом зростання 9%.

3. Електронна комерція вже давно є центральним напрямком у харчовій промисловості та індустрії напоїв, але пандемія COVID-19 прискорила інновації в ланцюгах постачання продуктів харчування. Бренди продуктів харчування використовують цифрові платформи для надання послуг онлайн-доставки на вимогу та зв'язку з клієнтами через моделі розповсюдження безпосередньо до клієнта (D2C). Крім того, підвищені побоювання щодо безпеки під час пандемії стимулюють зростання «кухонь-привидів» або хмарних кухонь, які пропонують виключно послуги з вносу та доставки їжі. Оцінений у 2024 р. світовий ринок електронної комерції продуктів харчування зросте до 1029,14 млрд дол. США до 2031 року зі середньорічним темпом зростання 20% протягом прогнозованого періоду.



Рисунок 3.6 – Структура впливу головних трендів та інновацій на харчові технології у 2025 р.

Джерело: адаптоване автором [43]

4. Безпека та прозорість харчових продуктів. Споживачі надають пріоритет якості та безпеці харчових продуктів, що призводить до підвищеної занепокоєності щодо безпеки харчових продуктів. Щоб вирішити ці проблеми, споживачі тепер мають доступ до інтелектуальних етикеток та автономних пристроїв для класифікації харчових продуктів, що дозволяє їм приймати обґрунтовані рішення під час вибору продуктів харчування. Крім того, досягнення в технології блокчейн та моніторингу харчових продуктів у режимі реального часу за допомогою пристроїв Інтернету речей (IoT) дозволяють брендам харчових продуктів пропонувати комплексну відстежуваність від початку до кінця. Розмір ринку тестування безпеки харчових продуктів оцінюється в 25,33 млрд дол. США у 2025 році та, як очікується, досягне 36,25 млрд дол. США до 2030 року зі середньорічним темпом зростання 7,43% протягом прогнозованого періоду [43].

5. Персоналізоване харчування. Зростання обізнаності споживачів щодо харчування підживлює попит на персоналізовані рішення щодо харчування. Ці рішення охоплюють дієти на основі нутригеноміки, а також враховують індивідуальні вподобання, такі як безцукрові, безглютенові, веганські дієти та

харчові продукти з чистим етикетуванням. Технологічні досягнення, такі як 3D-друк та інтеграція робототехніки у виробничі лінії харчових продуктів, дозволяють виробникам продуктів харчування пропонувати персоналізоване харчування у великих масштабах. Прогнозується, що світовий ринок персоналізованого харчування досягне 35,1 млрд дол. США до 2030 року з оціночних 14,7 млрд дол. США у 2024 році зі середньорічним темпом зростання 15,6% у період з 2024 по 2030 рік. NGX – це британський стартап, який розробляє генетично персоналізовані харчові коктейлі. Стартап пропонує домашні ДНК-тести на харчову цінність та використовує результати тестів для персоналізації харчування для кожної людини. Продукція NGX – це рослинні коктейлі для сніданку та перекусу, які містять 30 необхідних поживних речовин, включаючи валін, ізолейцин, лейцин, лізин та інші.

6. Оцифрування ресторанів. Цифровізація в ресторанах покращує обслуговування клієнтів, а також оптимізує операційне управління, що призводить до підвищення ефективності. Вона дає ресторанним брендам можливість збирати цінні дані на кожному етапі, сприяючи прийняттю рішень на основі даних у всіх операціях.

7. Цифрове управління харчовими продуктами. Прогнозується, що світовий ринок цифрового управління харчовими продуктами зросте з 4,04 млрд дол. США у 2024 році до 14,63 млрд дол. США до 2032 року, зі середньорічним темпом зростання (CAGR) 17,45% протягом прогнозованого періоду. Інтеграція аналітики великих даних та штучного інтелекту в поєднанні з моніторингом у режимі реального часу сприяє комплексному цифровому управлінню харчовими продуктами від ферми до виделки. Інноваційні стартапи розробляють рішення для управління харчовими продуктами, які оптимізують виробничі процеси та впорядковують операції ланцюжка поставок.

8. Зменшення харчових відходів. Вирішення проблеми харчових відходів має першочергове значення у глобальних зусиллях щодо боротьби з продовольчою небезпекою та зменшення впливу на навколишнє середовище,

пов'язаного з харчовою промисловістю. Підприємці у харчовій промисловості та великі корпорації надають пріоритет скороченню харчових відходів як засобу досягнення сталого розвитку та скорочення операційних витрат. Впровадження передових рішень для моніторингу харчових продуктів дає змогу виробникам продуктів харчування, ресторанам та «розумним містам» проактивно зменшувати харчові відходи. Крім того, спостерігається помітний зсув у бік впровадження підходів до безвідходного виробництва харчових продуктів. Це підкреслює важливість переробки та повторного використання харчових відходів для створення цінності та пошуку відгуку у екологічно свідомих споживачів. Світовий ринок управління харчовими відходами оцінювався в 70,28 млрд дол. США у 2024 році і, за прогнозами, зростатиме зі середньорічним темпом зростання 5,8% , досягнувши 111,72 млрд дол. США до 2032 року [43].

9. Робототехніка. В харчовій промисловості та виробництві напоїв робототехніка відіграє ключову роль у всьому ланцюжку створення вартості. Вона підвищує ефективність, узгодженість та масштабованість у всіх процесах виробництва харчових продуктів. Роботи для гостинності знаходять своє місце в готелях та ресторанах, підвищуючи зручність та безпеку клієнтів. Роботи-кухарі та роботи для переробки харчових продуктів ще більше зміцнюють харчову робототехніку як визначний тренд у харчових технологіях.

10. 3D-принтери для харчових продуктів відкривають можливості для персоналізованих дієт та створення альтернативних страв на основі білка, забезпечуючи точність та стабільність у харчуванні. Хоча екструзія матеріалу залишається найпоширенішим методом харчового друку, стартапи досліджують інноваційні підходи, такі як лазерний та струменевий харчовий друк, а також біодрук. Ці нові методи підвищують якість та точність харчових продуктів, надрукованих за допомогою 3D-друку. Розмір ринку 3D-друку харчових продуктів у 2024 році перевищив 367,77 млн дол. США і, як очікується, до кінця 2037 року досягне 1,82 млрд дол. США, зростаючи приблизно на 13,1% у середньому протягом прогнозованого періоду.

Харчова промисловість відіграє важливу роль у світовій економіці, але водночас вона є одним із найбільших споживачів ресурсів та джерел викидів. Враховуючи актуальність екологічних проблем, багато компаній харчової промисловості починають впроваджувати рішення в галузі зеленої енергетики, що дозволяє зменшити негативний вплив на навколишнє середовище та підвищити ефективність виробництва. Інновації в зеленій енергетиці вже впроваджуються в харчовій промисловості, а також основні тенденції на майбутнє. Зелена енергетика в харчовій промисловості – це впровадження енергоефективних технологій та використання відновлюваних джерел енергії, таких як сонячна, вітрова, біогазова та геотермальна енергія. Ці заходи спрямовані на скорочення споживання традиційних енергоресурсів, таких як нафта та вугілля, і водночас на зменшення кількості шкідливих викидів, що забруднюють навколишнє середовище.

Сонячні панелі на дахах виробничих підприємств. Низка харчових компаній, таких як Nestlé та Danone, активно використовують сонячні панелі для забезпечення електроенергією своїх виробничих потужностей. Наприклад, Nestlé встановила понад 2500 сонячних установок на заводах по всьому світу, що допомагає зменшити споживання електроенергії з традиційних джерел та зменшити свій вуглецевий слід.

Unilever використовує біогаз для виробництва енергії з харчових відходів, таких як овочеві або фруктові шкурки. Ця технологія забезпечує значну економію енергії та зменшує залежність від традиційних джерел енергії, водночас допомагаючи боротися з проблемою харчових відходів. Біогазові установки дозволяють перетворювати харчові відходи на відновлювану енергію. Деякі компанії, такі як Anheuser-Busch, встановили вітрові турбіни для виробництва власної зеленої енергії. Вітрова енергетика стає популярною тенденцією на промислових об'єктах, оскільки це одне з найдоступніших та найчистіших джерел енергії. Anheuser-Busch вже досяг своєї мети – використовувати 100% відновлюваної електроенергії в США. Це

дозволяє компанії скоротити щорічні викиди CO₂ на 400 000 тонн, що еквівалентно зняттю з доріг понад 85 000 автомобілів.

Сучасні заклади активно переходять на енергоефективне освітлення, таке як світлодіодні лампи, та інше низькоенергетичне обладнання. Це може значно знизити витрати на електроенергію та зменшити вплив на навколишнє середовище. Крім того, автоматизовані системи моніторингу енергії дозволяють регулювати процеси та оптимізувати споживання енергії. Ключові тенденції використання зеленої енергії.

Використання моделей циркулярного виробництва: впровадження циркулярних моделей у виробництві стає популярною тенденцією, що дозволяє використовувати харчові відходи для виробництва енергії або нових продуктів. Такий підхід допомагає зменшити відходи та покращити стійкість бізнесу. Danone впроваджує модель циркулярної економіки, зокрема у використанні відновлюваних ресурсів, таких як біогаз, отриманий із залишків сировини. Компанія також працює над підвищенням енергоефективності та розширенням інвестицій у відновлювану енергетику в рамках своєї програми Re-Fuel. Ці ініціативи демонструють, як великі корпорації харчової промисловості активно впроваджують зелену енергетику та інноваційні рішення для досягнення цілей сталого розвитку та зменшення свого негативного впливу на навколишнє середовище.

Якщо підсумувати вищевикладене, то можемо представити механізм впровадження принципів екологічної культури в ресторанному господарстві у вигляді реалізації наступних внутрішніх і зовнішніх принципів.

1. Внутрішні принципи екологізації ресторанних закладів.

1.1. Використання екологічно чистих харчових продуктів - органічних. Органічні харчові продукти вирощені в чистому середовищі, а під час їх обробки не використовують хімікати, синтезовані допоміжні речовини (добрива, пестициди, технологічні добавки), іонізуючу радіацію, регулятори та стимулятори росту, генетично модифіковані організми, антибіотики, гормони, консерванти, штучні ароматизатори, хімічні барвники і т.п.

1.2. Екологічний дизайн (екодизайну або біофільного дизайну) – це відображає бажання людини максимально наблизити місце відпочинку до природних умов. Наприклад, використання натуральних матеріалів, натуральних кольорів та живих рослин.

1.3. Екологічна відповідальність у використанні та утилізації ресурсів. В Україні щороку понад 10 мільйонів тонн відходів потрапляє на сміттєзвалища, і лише близько 6,0% переробляється.

2. Зовнішні принципи екологізації ресторанних закладів.

2.1. Інтеграція з природним середовищем. Організація добре продуманого інтегрованого ансамблю, функціональний та синергічний зв'язок між будівлею та навколишнім ландшафтом.

2.2. Використання відновлюваних джерел енергії.

3.3. Мінімізація негативного впливу на навколишнє середовище: ефективність використання води, зменшення відходів, використання екологічного транспорту.

3.4. Формування стратегії розвитку відповідно до принципів сталого розвитку.

3.5. Інструменти державного регулювання. Держава відіграє ключову роль у формуванні екологічної культури в ресторанній галузі, шляхом розробки нормативно-правової бази та стандартів, формулювання стратегій розвитку та реалізацією державних та міжнародних програм.

3.6. Розробка та впровадження освітніх програм. Держава повинна сприяти розробці та впровадженню освітніх програм для працівників сфери гостинності за напрямками: управління навколишнім середовищем та відходами, енергозбереження, сталий розвиток і т.п.

3.7. Розробка та впровадження економічних стимулів. Економічні вигоди від зменшення та відсутності впливу на навколишнє середовище визначаються перевагами та додатковими правами, пов'язаними з такою діяльністю, зокрема: економія транспортних витрат завдяки оптимізації логістики закупівель; економія шляхом запобігання харчовим відходам;

зменшення витрат на придбання одноразової тари та посуду. Держава може примусово застосовувати: податкові пільги для екологічно чистих ресторанів; гранти на впровадження енергозберігаючих технологій; субсидії на придбання обладнання для захисту навколишнього середовища; пільгове кредитування екологічних проектів і т.п.

В Україні працюють чимало еко-кафе та еко-ресторанів [44]: мережа еко-ресторанів «Батьківська хата» з власним замкнутим циклом виробництва екопродукції, мережа веганських кафе «Еко-буфет», вегетаріанське літературне кафе «Імбир», «Кора», еко-гриль-ресторан «Акваріус» у Львові та інші. В рамках проекту «Впровадження принципів нульових відходів в готельно-ресторанному бізнесі України» переможцями стали готель Premier Hotel Dnister, коктейль-бар Sino Experimental та мексиканський ресторан Taso Taso Taqueria. Ці установи впровадили різні екологічні ініціативи. Ресторан «Хутір» має значний потенціал для реалізації механізму впровадження принципів екологічної культури, що буде потребувати від керівництва закладу кропіткої та прискіпливої роботи в цьому напрямку.

ВИСНОВКИ

Для традиційних ресторанів основними проблемами впровадження екологічних практик є вартість, недостатня обізнаність з цього питання та простір, тоді як для еко-ресторанів ця проблема спричинена недостатньою обізнаністю та правовими аспектами. Частина еко-ресторанів в Україні зосереджується лише на натуральності продуктів, з яких готують страви, не встановлюючи для себе елементарних практик щодо економії води, електроенергії, кількості використовуваних мийних засобів тощо.

Водночас, організація та функціонування еко-ресторанів з національною кухнею несе певні недоліки для їхніх засновників. Створення готелю такого типу тягне за собою додаткові витрати на етапі проектування та будівництва, оскільки впровадження певних екологічних змін передбачає значні фінансові вкладення та збільшення терміну окупності проекту. Переорієнтація існуючих ресторанних підприємств на «екологічні» може вирішити одночасно кілька різних та багаторівневих завдань: забезпечення економії ресурсів на рівні підприємства; покращити економічні показники, дотримуючись поточної тенденції; сприяти розвитку туристичного кластера та формуванню екологічної інфраструктури в регіоні; пропагувати ідеї «зеленого» способу життя в суспільстві; створити ринок екологічних продуктів та послуг; покращити імідж регіону та країни.

Розробка механізмів впровадження принципів екологічної культури в ресторанному бізнесі України – це складний багатогранний процес, який вимагає співпраці зусиль держави, бізнесу та суспільства. Екологічне підприємництво в ресторанному секторі базується на інноваційному підході, що базується на новому типі еколого-економічного мислення з основним принципом запобігання деградації навколишнього середовища.

Впровадження принципів екологічної культури в ресторанному бізнесі повинно базуватися на комплексному підході, який включає: законодавче регулювання та державну підтримку; систему екологічної сертифікації;

освітні програми для персоналу; економічні стимули для бізнесу; підвищення екологічної обізнаності споживачів.

Таким чином, ресторани національної кухні в форматі еко-закладів – це перспективний формат бізнесу, що покликаний підтримувати стан природного середовища, формувати обізнаність та екологічну відповідальність у суспільстві, та одночасно задовольняти потреби гостей, надаючи можливість здорового відпочинку у гармонії з природою.

Подальший розвиток екологізації ресторанного господарства в Україні залежить від ефективності впровадження запропонованих механізмів, подолання існуючих проблем та використання існуючих можливостей для створення сталого та екологічно відповідального бізнесу в галузі гостинності.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАНЬ

1. Балдинюк В. М. Система управління конкурентоспроможністю підприємства. Економіка та суспільство. Випуск 42. 2022. URL: [^file:///C:/Users/Win7Pro/Downloads/1647-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-1581-1-10-20221006%20\(1\).pdf/](file:///C:/Users/Win7Pro/Downloads/1647-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-1581-1-10-20221006%20(1).pdf) (Дата звернення 01.04.2025).
2. Сусліков С. В., Клименко М. А. Система управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах невизначеності. Оглядова стаття. URL : <https://economics.net.ua/files/archive/2023/No3/56.pdf> (Дата звернення 01.04.2025)
3. Безус П. І., Терепенко В. І. Управління конкурентоспроможністю організації в умовах євроінтеграції. Ефективна економіка № 5, 2017. URL : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5583> (Дата звернення 01.04.2025)
4. Дикань В. Л. Стратегічне управління конкурентоспроможністю як чинник інноваційного розвитку підприємства. Маркетинг: теорія і практика. Луганськ, 2010. №16. С. 55-58.
5. Герчанівська С., Рапицький Т. До питання управління конкурентоспроможністю підприємства. Галицький економічний вісник. 2011. №3(32). С. 103-107. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5583> (Дата звернення 01.04.2025)
6. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспроможність організації в умовах кризи: економіка, маркетинг, менеджмент. Видавничо-книготорговий центр "Маркетинг", 2002. 544 с.
7. Гайда Ю. І., Новак Ю. Р. Особливості прогнозування попиту на готельно-туристичні послуги. Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного

економічного університету «Економічна думка», 2016. Том 24. № 1. С. 22-29. ISSN 1993-0259.

8. Савченко С. М. Методологічні основи дослідження конкурентоспроможності підприємств. Ефективна економіка. 2019. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7124> (дата звернення: 02.04.2025). DOI: 10.32702/2307-2105-2019.6.52

9. Zelga K. The importance of competition and enterprise competitiveness/ K. Zelga //World Scientific News. 2017. № 72. P. 301-306.

10. Жовновач Р. І. Теоретико-методологічні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємств. Наукові праці КНТУ. Економічні науки. 2011. № 19. С. 106-114.

11. Кобелєв В. М. Оцінка конкурентоспроможності підприємства та фактори її підвищення / В. М. Кобелєв, В. І. Болтенко. Вісник НТУ «ХПІ». Технічний прогрес та ефективність виробництва. 2015. № 60 (1169). С. 60-64.

12. Нагернюк Д. В., Нецадим Л. М., Тимчук С. В. Формування конкурентоспроможності підприємств готельної індустрії. URL : https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/104.pdf. (дата звернення: 05.04.2025)

13. Подлепіна П. О. Конкурентоспроможність як чинник підвищення ефективності функціонування готельних підприємств. URL : https://tourlib.net/statti_ukr/podlepina.htm (дата звернення: 05.04.2025)

14. Леонт'єва Ю. Ю., Рудакова К. А. Дослідження можливостей використання існуючих методів оцінки конкурентоспроможності для готельних підприємств. Науково-технічний збірник. 2012. №102. С. 499-503.

15. Постова В. В. Особливості управління конкурентоспроможністю підприємства на ринку ресторанних послуг. Економіка та управління підприємствами. Випуск 82. 2023. С. 71-75. URL : http://bses.in.ua/journals/2023/82_2023/13.pdf. (дата звернення: 05.04.2025)

16. Євтушенко Н. О., Дрокіна Н. І., Савенко Н. В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства: теоретичний аспект. Економічний простір, 2020. № 156. С. 129–135.
17. Yakubiv V. M., Boryshkevych I. I. (2020) Formuvannia stratehii pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstv restorannoho biznesu [Formation of a strategy for increasing the competitiveness of enterprises in the restaurant business]. Rehionalna ekonomika, no. 1. P. 144-153.
18. Безучко Л. С., Білоус С. В., Філь М.І . Готельне господарство України в умовах війни: сучасний стан та перспективи розвитку. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. DOI : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-43>
19. Б'ють навмисне і хваляться: навіщо Росія нищить готелі у прифронтових містах? URL : <https://www.radiosvoboda.org/a/yak-rosiya-obstrilyuye-hoteli-u-pryfronti/33121750.html> Дата звернення 02.01.2025
20. Ринок готельної нерухомості України у 2024 році: перерозподіл попиту, зростання ADR . URL : https://propertytimes.com.ua/gostinichnaya_nedvizhimost/rinok_gotelnoyi_neruhomosti_ukrayini_u_2024_rotsi
21. Курс лекцій з дисципліни «Кухні народів світу» для студентів галузі знань 24 «Сфера обслуговування» спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» освітнього рівня «бакалавр». 2018. URL: <https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/25819/1/%D0%9E%D0%A1%D0%A2%D0%A0%D0%9E%D0%92%D0%A1%D0%AC%D0%9A%D0%90%20%D0%9A%D1%83%D1%85%D0%BD%D1%96%20%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D1%96%D0%B2%20%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D1%83.pdf>
22. Банько М., Лавренчук М., Що таке «українська кухня»? Історія, страви, смаки. Часопис. URL: <https://obarykada.com/articles/>
<https://obarykada.com/chasopys/shho-take-ukrayinska-kuhnya-istoriya-stravy-smaku/>

23. Шейко В. М. (Ред.). (2017). Культура України. Серія: Культурологія, Збірник наукових праць. Харківська державна академія культури. Харків: ХДАК, 294. С. 159-180.
24. Сайт закладу ГПК «Хутір». URL: <https://hutir.dp.ua/>
25. Youcontrol. URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/35270101/,
26. Opendatabot.ua. URL: <https://opendatabot.ua/c/35270101>
27. Кузнєцова А. О., Купач Т. Г. Регіональні аспекти гастрономічної спадщини України (розробка факультативу з географії). Конструктивна географія та раціональне використання природних ресурсів. 2022. Том 2.2. С. 65-68. URL: <https://doi.org/10.17721/2786-4561.2022.2.2-13/13>
28. Танченко С. ТОП ресторанів української кухні у Дніпрі: куди піти, щоб скуштувати найсмачніші страви. 22.12.24. Новини Дніпра. URL: <https://dnepr.express.ua/post/top-restorani-v-ukrayinskoyi-kuhni-u-dnipri-kudi-piti-shob-skushtuvati-najsmachnishi-stravi>.
29. Ракша Л. Ресторанный рынок Украины 2024 р. Poster. URL: <https://joinposter.com/ua/blog/management/pidsumky-2024-roku-vid-poster>
30. HoReCa. Restoranniy rynek u 2023 rotsi – zminy ta pidsumky [Restaurant market in 2023 - changes and results]. URL: <https://horeca-ukraine.com/restorannij-rynok-u-2023-roci-zmini-ta-pidsumki/> .
31. Сіра Е. Ресторани української кухні як частина культурної ідентичності: вплив на ресторанний бізнес. Scientific journal «DEVELOPMENT SERVICE INDUSTRY MANAGEMENT». *Development Service Industry Management*, (4), 8–13. URL: [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-8\(1\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-8(1)).
32. Гастрономічна мапа України: підбірка 25 страв від VARUS. URL: <https://posteat.ua/obzory/gastronomichna-mapa-ukra>
33. Resolutions and Reference Documents|UNESCO. URL: <https://www.unesco.org/en/sustainable-development/culture/resolutions> .
34. Cheng W, Niu C, Huang L, Zhang Y. Design Strategies for Culinary Heritage Restaurants from a Cultural Sustainability Perspective: Focusing on Generation Z

Consumers. *Sustainability*. 2025; 17(8):3401. URL: <https://doi.org/10.3390/su17083401>.

35. Братіцел М. Л. Національні екокультурні традиції в сучасних рестораних закладах. *Культура і мистецтво у сучасному світі*. 2019. Вип. 20. С. 44-52.

Режим доступу: URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Kmss_2019_20_6.

36. Slors A. (2024). Hotel industry trends and developments for 2024. Glion Institute of Higher Education. URL: <https://www.glion.edu/magazine/hotel-industry-trends-and-developments-for-2024/>.

37. Яковлєва-Мельник Н. Г., Джинджоян В. В. Інтеграційний підхід до енергоефективності у проектуванні та будівництві об'єктів готельно-ресторанного бізнесу. *Системи та технології*. № 2 (68). 2024. С. 182-189.

38. Hotel Sustainability Basics. URL: <https://wtcc.org/initiatives/hotel-sustainability-basics>.

39. Greenkey. URL: <https://www.greenkey.global/>.

40. Alternative proteins. URL: <https://gfi.org/defining-alternative-protein/>.

41. Павлюк Р. Основи харчових технологій: навчальний посібник. Харків: Факти, 2016 Ч. 1. 152 с.

42. 10 Innovation Trends Shaping the Food Tech Industry in 2025. URL: <https://www.greyb.com/blog/food-tech-trends/>.

43. Adarsh R. Discover 10 Emerging Food Industry Trends in 2025. *StartUs Insights*. URL: <https://www.startus-insights.com/innovators-guide/top-10-food-technology-trends-innovations-in-2021/>.

44. Модернізація ресторанної сфери в контексті сучасних європейських трендів: навч. посіб. / укладачі І. Савченко, В. Кавара, О. Ройко, Л. Стешенко, О. Ройко. 2025. 106 с.