

використовуємо різноманітні методи. Для досягнення поставлених цілей ми плануємо провести ряд заходів в рамках проєкту академічної доброчесності SAIUP в Харківському національному університеті міського господарства ім. О.М. Бекетова.

1. Проведення психологічних тренінгів для самовдосконалення. Головне в цьому тренінгу не розвиток окремих психічних якостей (пам'яті, уваги, уяви), а виховання того внутрішнього світу людини, яка ними користується. Адже більшість людей на протязі життя займаються самопізнанням, напевно, це і є головне в нашому житті. Людина на підсвідомому рівні змінює себе в кращу сторону, знаходячи в собі ту саму унікальність і відчуваючи себе особливим. Тренінги проходять в різних формах - дискусії, ділові ігри, дебати, міні-лекції, так само психологічні ігри, які допомагають розкрити індивідуальність людини.

2. Розміщення плакатів у межах університету дає можливість зайвий раз нагадати про те, як важливо ставиться до навчання з гідністю і повною відповідальністю.

3. Ми прагнемо виростити більш чесне і добре покоління, тому слід закладати ці моральні якості ще у школі. Наприклад, проведення комунікативних тренінгів - це процес навчання, спрямований на те, щоб придбати корисні навички і знання в спілкуванні з іншими людьми.

У ході дослідження академічної доброчесності ми вирішили проблему з плагіатом та списуванням, переконали студентів у тому, що не треба боятися проявити свою індивідуальність та неповторність. Тим самим підвищили рівень культури нашого покоління. Регулярне проведення заходів щодо даної теми, мотивує студентів бути краще, ніж ми є насправді.

ІННОВАЦІЇ – ШЛЯХ ДО УСПІХУ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Міхайська А.Ю.

Науковий керівник – Балацька Н.Ю., канд. техн. наук, доцент

Сучасна економіка передбачає активне використання інновацій, природа яких відображає необхідність оновлення продукції і послуг, використання новітніх технологій і обладнання, впровадження організаційних та бізнес-процесів, ефективних маркетингових інструментів, а також фінансового забезпечення та обґрунтування інноваційної діяльності.

В умовах твердої конкуренції й швидкозмінюючих ситуації на ринку дуже важливо не тільки зосереджувати увагу на внутрішньому стані справ підприємства, але й виробляти довгострокову стратегію.

Тому, в умовах жорсткої конкуренції ресторатори змушені шукати нові шляхи підвищення привабливості та доступності своїх послуг.

На кожному підприємстві існує набір стандартних технологій по здійсненню поточних операцій і обслуговуванню гостей. Але їх наявність не забезпечує підприємству конкурентних переваг. Тому керівництво кожного підприємства ресторанного господарства намагається знайти нові технологічні розробки для своїх проектів.

У кожного закладу своє завдання і атмосфера. Причини, за яких ми відвідуємо підприємства ресторанного господарства – розважитися, провести ділову зустріч, розслабитися та зустрітися з друзями, скуштувати нові страви або улюблені смачні. Хороший ресторатор вміє створити правильну атмосферу в закладі, організувати неперевершену кухню і здивувати всіх чудовим сервісом. Проте, зупинятися на досягнутому неможна, оскільки, щоб бути конкурентоспроможним, необхідно шляхом запровадження інновацій постійно дивувати та зацікавлювати свого споживача.

На сьогодні, інновації в ресторанному бізнесі ми можемо спостерігати і в технології приготування, і в подачі страв, і в обслуговуванні, а також у технічному оснащенні закладу з використанням креативних ІТ-технологій.

Інноваційні процеси – невід’ємна риса сучасного бізнесу. Деякі нові ідеї рестораторів здатні з часом перетворитися на досить поширену сервісну послугу, покласти початок цілому тренду в ресторанному бізнесі. Наприклад, інновація *«Розумне меню» сніданків* «Intelligent Breakfast» – страви, що увійшли в це меню за словами розробників покращують і активізують роботу мозку. Особливість даної послуги полягає у тому, що гостям пропонуватися п’ять різних варіантів сніданків, в тому числі десерт зі слив з додаванням крохмалю кузу для поліпшення засвоєння продуктів, омлет з шавлією і куркумою для стимулювання активності, широкий вибір смузі та інші страви.

Меню «5-10-20». В даному меню можна вибрати страви, для приготування яких потрібно всього 5, 10 або 20 хвилин. При цьому мова йде не про напівфабрикати, а про страви зі свіжих продуктів. Для тих, хто поспішає або просто не любить довго чекати, пропонуються найпростіші страви. Дане меню користується особливим попитом серед бізнесменів, а також тих, хто запізнюється на роботу, зустріч або просто забіг пообідати в ресторані.

«Культ здорової їжі» все більше завойовує серця відвідувачів кафе і ресторанів на тлі актуальної проблеми поганої екології, тиску міського середовища і надлишку фастфудів у великих містах. Люди хочуть поїсти не тільки смачно, але і корисно. Цей напрямок в закладах ресторанного

господарства базуються на повільному вживанні здорової і смачної їжі, а також вихованні почуття естетики смаку у відвідувачів. При приготуванні страв використовується мінімальна обробка продуктів та інгредієнтів. Зараз найбільш затребуваний продукт в Європі – овочі. Як підсумок, останнім часом збільшилася кількість суп-барів, салат-барів і, звичайно, зросла кількість закладів для вегетаріанців.

В тренді зараз звичайна їжа, за якою і їздити далеко не треба – в Україні є все необхідне, а родзинку простий їжі надає використання нових технологій (елементи молекулярної кухні тощо) або спеціальні добавки, зараз в моді *страви темного кольору*. Наприклад, котлета по-київськи в чорній паніровці. Котлета – це класика, а ось паніровка оригінальна – запечений хліб на сухарі з чорнилом каракатиці.

Важливим інноваційним рішенням в ресторанному бізнесі також є застосування безвідходного виробництва. На сьогодні все більше ресторанів стикаються з проблемою харчових відходів, багато хто починає використовувати в роботі не тільки одну частину продукту, але і ті, які раніше відправлялися в кошик для сміття (коріння, бадилля тощо), що дає можливість для появи нових креативних страв. Уже зараз шеф-кухарі використовують, наприклад, морквяний бадилля для приготування соусу песто, і це тільки початок глобального тренда по створенню *безвідходного ресторанного виробництва*.

Отже, успіх знаходиться в руках того, хто може забезпечити попит, хто може виконати всі побажання гостя і тому, пріоритетною задачею для кожного закладу є надання високоякісного сервісу та впровадження інноваційних технологій, оскільки, інновації формують новий ринок, відкривають широкі можливості і впливають на майбутнє ресторанного бізнесу в масштабі міста, регіону, країни.

АНАЛІЗ МЕРЕЖ БАЛЬНЕОГРЯЗЬОВИХ ТА БАЛЬНЕОЛОГІЧНИХ КУРОРТІВ ПРИЧОРНОМОР'Я

Норенко Ю.Д.

Науковий керівник – Калєнік К.В., ст. викладач

(Харківський державний університет харчування і торгівлі)

Шість країн Європи та Азії, які мають вихід до Чорного моря розглядаються операторами міжнародного туризму як держави, територіально та логістично близькі регіону Східного Середземномор'я. Чорне море омиває береги України, Грузії, Туреччини, Болгарії та Румунії. Деякі з цих країн вже мають розвинуту туристично-курортну інфраструктуру, наприклад Туреччина і Болгарія, а інші країни тільки намагаються розвивати цей сектор господарства.