



WYŻSZA SZKOŁA EKONOMII, PRAWA I NAUK
MEDYCZNYCH IM. PROF. E. LIPIŃSKIEGO W KIELCACH
ВІННИЦЬКИЙ КООПЕРАТИВНИЙ ІНСТИТУТ



«СУЧАСНА НАУКА: ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ, ІННОВАЦІЇ»

Статті та тези доповідей учасників Міжнародної науково-практичної конференції викладачів, практичних працівників, молодих учених та студентів

11-12 листопада 2020 р.
ВІННИЦЯ

УДК 001.859

С91

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації.

Серія ВЦ № Серія ВЦ № 794-152-р від 23.09.2010р.

Друкується за рішенням Вченої ради Вінницького кооперативного інституту.

Протокол №4 від 35 листопада 2020р.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Голова редакційної колегії: Драбовський А.Г., д.е.н, професор, почесний ректор Вінницького кооперативного інституту;

Заступник голови редакційної колегії: Драбовська В.А., к.ф.н, в.о. ректора Вінницького кооперативного інституту;

Члени редакційної колегії: Waldemar Cisowski, д.с.н, декан факультету права та безпеки Вищої школи економіки, права та медичних наук ім. проф. Едварда Ліпінського (м. Кельце, Польща);
Мазур Г.О., к.е.н., доцент, проректор з науково-педагогічної роботи Вінницького кооперативного інституту;
Морозова Л.П., д.ф.н., професор кафедри економічної теорії, фундаментальних та соціально-гуманітарних дисциплін Вінницького кооперативного інституту;
Петренко М.І., д.е.н., професор кафедри фінансів, обліку та аналізу Вінницького кооперативного інституту;
Іванюта П.В., д.е.н., професор кафедри менеджменту Вінницького кооперативного інституту;
Петренко В.І., к.і.н., доцент кафедри права Вінницького кооперативного інституту;
Мацера С.М., к.е.н., доцент кафедри менеджменту Вінницького кооперативного інституту;
Ткачук Н.П., спеціаліст вищої категорії Коледжі економіки і права;

Технічний секретар: Рябченко Г.В.

Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст статей і тез, матеріали друкуються в редакції і мовою авторів.

У збірнику вміщено публікації викладачів, практичних працівників, молодих учених та студентів, які взяли участь у роботі Міжнародної науково-практичної конференції, в якій висвітлено проблеми, перспективи, інновації сучасної науки.

Сучасна наука: проблеми, перспективи, інновації: Міжнародна науково-практична конференція викладачів, практичних працівників, молодих учених та студентів, м. Вінниця, 11-12 листопада 2020р.: [тези, статті] / ред.кол.: Драбовський А.Г. [та ін.]. – Вінниця: Вінницький кооперативний інститут, 2020. – 436с.

Видається в авторській редакції.

© Вінницький кооперативний інститут

Шеломовська О. М. Донських Н.О.	
СОЦІОКУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ З ІНОЗЕМНИМИ ДІЛОВИМИ ПАРТНЕРАМИ.....	188
Даніелян Л.В.	
ЧЕЛЕНДЖ ЯК НЕБЕЗПЕЧНИЙ ТРЕНД СУЧАСНОСТІ.....	193
Секція 17. Мистецтвознавство	
Фурсова В.А., Фурсов В. І.	
ТРАНСФОРМАЦІЯ РИНКУ МУЗИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	196
Секція 18 Історичні науки	
Осійський Ю.О.	
ЦЕРКОВНА АВТОКЕФАЛІЯ ЯК НЕВІД'ЄМНА ЧАСТИНА ДЕРЖАВОТВОРЕННЯ УКРАЇНИ.....	199
Мельничук К. С.	
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКІ ЗЕМЛІ ЗА КОНСТАНТИНОПОЛЬСКИМ МИРНИМ ДОГОВОРОМ 1700 РОКУ.....	201
Чурілова В. Є., Мурсамітова І.А.	
ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ.....	203
Кириченко С.В.	
ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ НА ЗАНЯТТЯХ З ІСТОРІЇ УКРАЇНИ.....	207
Рижук Є. В., Бабічева О. С.	
ПОЛІТИЧНІ ПРОБЛЕМИ ТА ЇХ ПРОЯВ В СВІТІ.....	210
Секція 19. Культурологія.	
Шевель А.О., Кубрак О.В.	
КОНЦЕПТ «ЦИВІЛІЗАЦІЯ» В ПРАЦЯХ О. ШПЕНГЛЕРА І А. ТОЙНБІ	212
Тимошенко М. А.	
ТЕАТРАЛІЗАЦІЯ В ЕПОХУ ПРОСВІТНИЦТВА.....	216
Мазуркевич О.П.	
КУЛЬТУРОЛОГІЯ НА СТИКУ СОЦІАЛЬНОГО І ГУМАНІТАРНОГО ЗНАННЯ ПРО ЛЮДИНУ Й СУСПІЛЬСТВО.....	219
Секція 20. Готельно-ресторанна справа	
Левицька І. В.	
СУЧАСНИЙ СТАН ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ.....	222
Постова В.В.	
ВПЛИВ СПОЖИВАЧІВ ТА НОВИХ ТРЕНДІВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ РЕСТОРАНІВ.....	226
Секція 21. Політичні науки	
Дурман М. О., Дурман О. Л.	
ІНСТРУМЕНТИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ СУЧАСНИХ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН.....	231

2. Як COVID-19 змінить готельний бізнес в Україні. URL: <https://thepage.ua/ua/exclusive/sho-stanetsya-z-gotelyami-cherez-koronavirus> (дата звернення: 04.11.2020).
3. Bloom J. How are food supply networks coping with coronavirus? BBC News. URL: <https://www.bbc.com/news/business-52020648> (дата звернення: 05.11.2020).
4. Meghashyam M. Restaurant industry reeling under coronavirus. The Hill. URL: <https://thehill.com/business-a-lobbying/business-a-lobbying/488110-restaurant-industry-reeling-under-coronavirus> (дата звернення: 05.11.2020).
5. Яцун Л.М. Сфера харчування населення як природно-соціально-економічна система: методологія формування та розвитку. Економічний аналіз. 2014. Т. 16. № 1. С. 155–166.
6. Коронавирус: как украинские рестораторы ведут бизнес в условиях пандемии. URL: <https://www.restorator.ua/post/coronavirus-how-ukrainian-restaurateurs-do-business-in-a-pandemic> (дата звернення: 06.11.2020).
7. METRO реалізовує безпрецедентну програму підтримки готельно-ресторанного бізнесу в умовах карантину. URL: <https://retailers.ua/news/management/10940-metro-realizovuye-bezpretsedentnu-programu-pidtrimki-gotelno-restorannogo-biznesu-v-umovah-karantinu> (дата звернення: 03.11.2020).
8. Лебедева Т.Е., Голубева О.В. Возможности SMM в ресторанном бизнесе. Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2018. № 6(32). С. 112–117.

Постова В. В.

к.е.н., старший викладач кафедри
туризму та готельно-ресторанної справи
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

ВПЛИВ СПОЖИВАЧІВ ТА НОВИХ ТРЕНДІВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ РЕСТОРАНІВ

Сучасним ресторанам доведеться змінюватися, враховуючи ситуацію, яка склалася у світі у 2020 році, для того, щоб втриматися на ринку.

Дослідження фокусується на трьох напрямках, в яких інновації та адаптація до мінливої ринкової ситуації будуть доречні. Перше - це адаптація каналів продажів, друге - оптимізація меню, третє - нові бізнес-моделі. Детальніше розглянемо перший напрямок.

Пандемія Covid-19 прискорила використання цифрових каналів, таких як онлайн-доставка, click and collect, безконтактне замовлення. Але, крім цього, вона змінила звички харчування і спосіб життя споживачів в цілому. Загальний карантин задав тренд: залишитися вдома тепер так само модно, як раніше було проводити час на різних вечірках. Так, дані сервісу доставки Deliveroo показують, що в п'ятницю і суботу ввечері замовлення виросли на 36% по всій Європі в порівнянні з цифрами до карантину. У Франції число

замовлень в ті ж дні тижня виросло більш, ніж на 16%, у Великобританії - більше, ніж на 40%.

Так як перехід на роботу з дому негативно впливає на ресторанный трафік, особливо в районах концентрації офісних центрів, він може створити і нові можливості. У квітні, травні та червні компанії по доставці їжі повідомили про збільшення замовлень на сніданок на 50% і на обід на 80%.

Незважаючи на достатню поширеність доставки, деякі споживачі в країнах Європи вперше скористалися цією послугою тільки на тлі пандемії. У Франції це 1% споживачів, в Іспанії і Великобританії - 3%, в Німеччині - 4%. У цих же країнах спостерігалось збільшення онлайн-замовлень на доставку продуктів з магазинів від тих, хто вже використовував послугу раніше. Відповідно до недавнього дослідження споживчих настроїв McKinsey, від 35 до 55% користувачів доставки по всій Європі мають намір продовжувати використовувати її ще більше в майбутньому.

Аналітики не сумніваються, що зростання обсягів замовлень на доставку продовжиться, тому радять рестораторам переглянути свою модель доставки. Власна логістика плюс маркет-плейс, виробництво чорних кухонь, робота через агрегатори - варіантів багато, головне вибрати те, що підходить конкретному бізнесу.

Замовлення в форматі click & collect стали рости ще до пандемії. Але, якщо раніше люди замовляли таким чином переважно каву, то з набуттям чинності обмежень, злетіли і замовлення на страви з ресторанів [1]. У відповідь на цю тенденцію американський стартап з бронювання ресторанів Tock, який зараз присутній у великих європейських містах, таких як Берлін, Лондон і Париж, створив додаток Tock To Go, яке дозволяє споживачам попередньо замовляти страви на майбутні час і дату. Це допомагає ресторанам розподіляти замовлення в години пік і оптимізувати продуктивність.

У McKinsey вважають, що ряд факторів важливий для того, щоб продовжувати залучати гостей безпосередньо в ресторан. Головний з них полягає в досвіді, який гість отримує, виходячи в світ. До нових особливостей цього досвіду дослідники відносять заходи безпеки, яким тепер приділяють особливу увагу як ресторатори, так і гості. Серед таких заходів може бути безконтактне замовлення через додаток прямо в залі ресторану, поділ столиків перегородками з плексигласу та інше. Недавнє опитування OpenTable показав, що 77% британських споживачів вірять, що подібні заходи допоможуть їм почувати себе в безпеці під час відвідування ресторану.

Щодо України, то час, коли похід в ресторан не був ніяк пов'язаний з технологіями, минув. Те, що раніше здавалося новаторством, наприклад онлайн-замовлення піци з доставкою або безкоштовний Wi-Fi в закладі, тепер стало сервісом за замовчуванням.

Дані про результати досліджень ресторанного ринку, озвучених на одній з експертних сесій NRA Show:

- 71% відвідувачів закладів важлива можливість замовити їжу на виніс;
- 52% гостей чекають в ресторані безкоштовний Wi-Fi;
- 47% людей розраховують, що в закладі можна зробити попереднє замовлення по телефону;
- 78% мілленіалів шукають меню закладу в інтернеті;
- 32% мілленіалів вже платять через Apple Pay і Google Pay [2].

Все це говорить про те, що зараз вже недостатньо просто відповідати стандартним критеріям ресторану: гарантувати тільки чистоту, якість продукту і обслуговування.

Люди вибирають технологічність і шукають місце, яке може задовольнити цей запит. Це стає все більш характерно і для нашого ринку.

Розглянемо технології та інновації, які змінюють ресторанный ринок:

1. Автоматизація та діджиталізація. Щороку кількість працездатного населення в Україні зменшується, через трудову міграцію в найближчі європейські країни. Ринок потенційних співробітників HoReCa стає все менше, а збільшувати витрати на зарплатний фонд ніхто не хоче. Пошуки і утримання персоналу стали однією з основних проблем на ринку громадського харчування.

Через це в світі почав розвиватися тренд автоматизації – все більше рестораторів замислюються про інтеграцію технологій для оптимізації швидкості обслуговування та економії на оплаті праці. За даними Національної ресторанної асоціації США близько 41% закладів фаст фуду в США планують в 2020 році використовувати планшети, десктопні системи замовлень, кіоски самообслуговування і автоматизовані програми для ресторанів [3].

Але якщо на Заході автоматизація – це перш за все підвищення швидкості і якості обслуговування гостей, то у наших рестораторів ці цілі поки не основні. Власники закладів впроваджують технології насамперед, щоб працювати за законом, наприклад, відправляти фіскальні чеки в податкову, і боротися з крадіжками. Детальний облік складу, інвентаризація, докладні технологічні карти дають можливість краще контролювати робочі процеси в закладі.

2. Доставка та їжа на виніс. Культура доставки їжі і онлайн-замовлення розвивається неймовірно швидкими темпами. Додатки Delivery.com, Raketa, Glovo – одні з найпопулярніших додатків доставки їжі в світі. Крім доставки з звичайних закладів, зростає число замовлень з «віртуальних» ресторанів, які не приймають офлайн-гостей і готують виключно для доставки. Одна з нових ідей на ринку – «хаби» для віртуальних закладів: кухні різних ресторанів під одним дахом, між якими курсують автономні автомобілі, які забирають замовлення і розвозять їх клієнтам. Це здешевлює витрати закладів та робить доставку більш доступною для відвідувачів.

3. Зростання числа споживачів і онлайн-замовлень. Згідно з останнім дослідженням Research And Markets обсяг світового ринку доставки громадського харчування он-лайн в 2019 році склав \$ 84,6 млрд. За

прогнозами аналітиків, активне зростання продовжиться і в майбутньому – в середньому на 9,8% – до 2026 року. В Україні сегмент доставки також показує активне зростання: за останні 5 років ринок виріс на 35%.

4. Різноманітність каналів і способів доставки. Мілленіали і покоління Z – це пріоритетні аудиторії для служб доставки. Саме вони, в порівнянні з іншими поколіннями, витрачають велику частку свого бюджету на замовлення готової їжі. Вони ж і висувають найвищі вимоги: миттєва доставка, індивідуальний підхід і трекінг процесу доставки.

Щоб відповідати запитам своїх клієнтів, сервіси доставки впроваджують нові технології і максимально спрощують механізм замовлення. Замовити можна в соціальних мережах, за допомогою віртуальних помічників і з навігаційної системи автомобіля.

Наприклад в США піцу з Pizza Hut можна замовити і оплатити прямо з цифрового меню машини, а з Domino's Pizza – просто «ретвітнути емодзі» піци. У тій же Pizza Hut випустили цифрове меню, яке визначає фокусування очей клієнта і пропонує найкращі інгредієнти для піци з 4896 можливих комбінацій всього за 2,5 секунди.

5. Інтеграція з ресторанним ПО. Сервіси доставки встановлюють в закладах свої власні планшети – саме на них ресторани отримують повідомлення про замовлення. Однак, офіціанти змушені вручну «перебивати» ці замовлення в систему обліку ресторану. У деяких закладів в США може стояти до 5-6 планшетів різних служб доставки. Така подвійна робота сильно затягує процес обслуговування.

У 2019 році провідні платформи доставки, нарешті, почали вирішувати цю «біль» рестораторів – GrubHub оголосила про інтеграцію з п'ятьма популярними системами обліку закладів, а UberEats вирішила придбати систему онлайн-бронювання orderTalk, щоб використовувати їх досвід інтеграції з касами. Інтеграція ПО дозволить автоматично відправляти замовлення на доставку в систему обліку закладу і отримувати всі операційні дані з усіх каналів продажів в одному місці.

6. Роботизація в ресторанах. Чомусь багато хто вважає, що роботи – це поки ще далеке майбутнє. Насправді це не зовсім так. Зараз роботів ділять на:

- front of the house – працюють з гостями;
- back of the house – закривають завдання на кухні.

Прикладів другого типу поки більше: роботизовані руки, які смажать бургери (Miso Robotics), або автомати, які готують салати to go (Spurse). Такі технології дозволяють досягти однакової якості продукту в закладах. Роботи для обслуговування в залі поки що використовуються рідше і виглядають дуже дивно. Одна з останніх новинок, яку презентували в останньому NRA Show в Чикаго, – робот Penny 2 (Bear Robotics). Він вміє рухатися по вузьких коридорах, орієнтуватися в натовпі, доставляти їжу і забирати брудний посуд. У новій моделі з'явився планшет, за допомогою якого можна приймати замовлення і спілкуватися з гостем.

Роботизацію розглядають як один з найефективніших методів вирішення проблеми персоналу в майбутньому. Мова йде не про заміну людей ШІ, а скоріше про оптимізацію процесів у роботі співробітників.

Ono Food Company планує запустити в Лос-Анджелесі перший в світі повністю автоматизований ресторан з роботами і технологіями для приготування їжі і прийому замовлень. В Україні ситуація з технологіями розвивається не так швидко, як в США: кіоски самообслуговування і роботи ще далеко не масове явище.

Проте вже зараз багато закладів працюють з хмарними системами обліку, офіціанти використовують смартфон або планшет замість блокнота з олівцем, а на кухнях стоять екрани із замовленнями.

7. QR-код на чеку клієнта. Все більше ресторанів використовують цю технологію, щоб гість міг оплатити замовлення за допомогою смартфона. Досить попросити в офіціанта рахунок і відсканувати QR-код через мобільний додаток, після чого сума автоматично спишеться з карти. Весь процес займає всього кілька кліків – не потрібно просити принести термінал і чекати. А сканер QR-коду є в кожному смартфоні з камерою.

Сам QR-код може містити різну інформацію: меню, умови доставки, історію ресторану або дані персональних карт лояльності. За допомогою коду також можна створити замітку в календарі з акцією або заходом, який буде в закладі, або можна просто перенаправити відвідувача на сторінку відгуків.

Є ще одне практичне застосування кодів. Наприклад, остання інтеграція Poster з додатком, яке допомагає гостям викликати офіціанта або запросити рахунок після сканування QR-коду. Ставити табличку на кожен стіл або клеїте стікери на меню. Відвідувачі можуть сканувати код за допомогою камери і покликати офіціанта або попросити рахунок у відкритому вікні браузера.

8. Розпізнавання обличчя. Кіоски самообслуговування можуть бути і розумними (завдяки ШІ): визначати гостя по обличчю, пропонувати йому повторити попереднє замовлення, а потім автоматично списувати гроші з картки. Наприклад, в мережі Cali Burger – Face ID вже працює в експериментальному режимі.

9. «Від фермера – до столу». Гості, які все частіше замислюються про здоровий спосіб життя, хочуть отримувати якісні місцеві продукти і знати, де і як вони були вирощені, яким чином транспортувалися і як все це впливає на навколишнє середовище. На тлі таких змін в споживчій поведінці з'являються маркетплейси, що з'єднують фермерів і ресторани з географічною прив'язкою. Це, наприклад, такі сервіси, як Podfoods.

10. Чат-боти для попереднього замовлення або бронювання столиків. Технологія, яку звеличували до небес, але яка поки не дуже зарекомендувала себе на практиці, особливо в країнах СНД. Так, це виглядає цікаво і технологічно, але при цьому нею користуються дуже рідко, не дивлячись на те що самі месенджери вже щільно зайняли свої позиції в побуті. У нас дуже мало закладів, в яких було б постійно зайняті столики, куди дійсно важко

потрапити. Тому такі затребувані в США сервіси, як бронь столиків і управління чергою в закладі, коли гості отримують повідомлення на телефон, як тільки підійшла їхня черга, у нас практично не працюють.

ЛІТЕРАТУРА

1. П'ятницька Г. Т., Найдюк В. С. Сучасні тренди розвитку ресторанного господарства в Україні. *Економіка та держава*. 2017. № 9. С. 66-73.
2. Інформаційні технології в управлінні підприємством готельно-ресторанного бізнесу. Режим доступу: <http://referat-ok.com.ua/>
3. Використання інформаційних технологій в ресторанному господарстві. Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=64065>

Секція 21. Політичні науки

Дурман М. О.

кандидат технічних наук, доцент,
професор кафедри державного управління
і місцевого самоврядування,
Херсонський національний технічний університет

Дурман О.Л.

кандидат наук з державного управління,
доцент кафедри державного управління
і місцевого самоврядування,
Херсонський національний технічний університет

ІНСТРУМЕНТИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ СУЧАСНИХ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

На нинішньому етапі розвитку суспільства ми вже маємо можливість оцінити переваги й можливості, що подарували людству сучасні інформаційні технології. Можна констатувати, що й надалі, без активного застосування новітніх досягнень інформатизації, обчислювальної та телекомунікаційної техніки, ефективно керувати державою та її економікою буде неможливо.

Швидкий розвиток технологій, а також нові глобальні виклики (світова криза та пандемія COVID-19) лише посилили ті тенденції, які вже існували в міжнародному середовищі. Тому розвиток інформаційного суспільства в Україні та впровадження інформаційно-комунікаційних технологій (далі ІКТ) в усі сфери суспільного життя є одним з пріоритетних напрямів державної політики та формування її інноваційного змісту [1].

«Цифровізація» України, як інструмент формування політики, має потребувати нових форм солідарності, партнерства і співробітництва, а доступ до цифрових технологій ООН визначила базовим правом та потребою людини [2]. На підставі документів щодо створення «цифрових» просторів в