

***SCIENCE AND
INNOVATIONS:
GLOBAL
CHALLENGES***

**Abstracts of XLIII International Scientific
and Practical Conference
Poland, Warsaw**

**Poland, Warsaw
19 – 20, December 2022**

UDC 001.1

BBK 29

The 43th International scientific and practical conference «Science and Innovations: Global Challenges» (December 19-20, 2022) Myśl Naukowa, Poland, Warsaw. 2022. 108 p.

ISBN 978-8-3215-6582-8

The recommended citation for this publication is:

Petrov P. Learning Styles and Strategies // Technology and Science. Abstracts of the 43th International scientific and practical conference. Myśl Naukowa, Poland, Warsaw. 2022. Pp. 39 - 43. URL: <http://el-conf.com.ua/>.

Science editor:

Solodka N.V.

Ph.D. in Economics, Associate Professor

Reviewers:

Monique Carnaghan

*Associate Professor in Economics in the Department of Economics,
University of Lethbridge, Canada*

Agata Dobosz

*Professor in the Department of Management and Business, Kozminski
University*

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

e-mail: el-conf@ukr.net

homepage: <http://el-conf.com.ua>

©2022 Myśl Naukowa

©2022 Authors of the articles

CONTENT

<i>Babich. S.Yu., Zhiguts Yu.Yu., Lazar V.F.</i> THE INFLUENCE OF INITIAL TENSIONS ON THE RELIABILITY AND STRENGTH OF PRE-TENSIONED STRUCTURES IN THE CONTACT INTERACTION OF ELASTIC STAMPS	6
<i>Babii V.</i> USING UNMANNED AERIAL VEHICLES TO MONITOR THE DESTRUCTION CAUSED BY WAR.....	16
<i>Bondar S.</i> CONFESSIONAL ORIENTATION ON THE LANGUAGE OF WORSHIP IN THE CONDITIONS OF THE FIRST NATIONAL LIBERATION STRUGGLES 1917-1920.	18
<i>Venger K., research supervisor Maslovata D.</i> ECONOMIC WAYS OF SOLVING ENVIRONMENTAL PROBLEMS OF VINNYTSIA	26
<i>Hadiak S., Hadiak I.</i> QUESTIONS OF EXPEDIENCY OF SCHEDULED IMMUNOPROPHYLAXIS IN CHILDREN...	29
<i>Zagura F.I.</i> PROFESSIONAL DEVELOPMENT OF PHYSICAL TRAINING TEACHERS IN MULTIDISCIPLINARY INSTITUTIONS OF HIGHER EDUCATION: THE PRINCIPLE OF SYSTEMATICITY	32
<i>Ivanov I.I.</i> CLUSTER STRATEGY OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE BUILDING MATERIALS INDUSTRY.....	36
<i>Kolosova K., research supervisor Byba V.</i> TIME-MANAGEMENT AS AN EFFECTIVE TOOL OWNERSHIP OF TIME OF MANAGERS	39
<i>Kravchenko L., Sanaiko K.</i> VECTOR OF POST-WAR DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY OF UKRAINE	44
<i>Krynytskyi V., Krul H.</i> CURRENT TRENDS OF CREATION AND PROMOTION OF CONCEPTUAL RESTAURANT ESTABLISHMENTS (on the example of a bar in Chernivtsi) .	54

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ СТВОРЕННЯ
І ПРОСУВАННЯ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ
РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА
(на прикладі бару в м. Чернівці)

Криницький В.Я.,

студент географічного факультету

Круль Г.Я.,

*кандидат географічних наук, доцент кафедри
географії та менеджменту туризму*

Чернівецький національний університет

імені Юрія Федьковича

м. Чернівці, Україна

Анотація: В доповіді розглянута коротка історія виникнення барів та їхня роль у громадському житті європейського та американського суспільства. Приділена увага закладам даного типу в м. Чернівці та їхнім особливостям за часів правління Австро-Угорської імперії та панування Румунії. Наголошується на ролі концептуальних закладів у сучасному суспільстві для приваблення значної кількості туристів та задоволення потреб місцевого населення. В тезах також зазначаються найбільш ефективні засоби просування новостворених закладів ресторанного господарства та виокремлені перспективні напрямки розвитку ресторанного ринку на території згаданого регіону.

Ключові слова: ресторанне господарство, бари, концептуальні заклади ресторанного господарства, просування закладу харчування

Бари, як заклади ресторанного господарства, виникли у ХІХ ст. у США і слугували, насамперед, не тільки місцем для випивки, а й пунктом соціальної взаємодії. Ця культура була привезена до США європейськими мігрантами, що прибували до цих земель у пошуках багатства, ресурсів та кращого життя. Барна стійка в подібних місцях слугувала як захистом для працівників, так і для символічного урівнювання всіх відвідувачів за статусом [1].

Як і в країнах Європи та США, прототипи сучасних барних

закладів (корчма та шинок) відіграли значну роль для населення України. Ці заклади були центром тяжіння для людей, які подорожували, проводили вільний час та вели підприємницьку діяльність. Корчми та шинки існували і на території Буковини, а під управлінням різних країн достатньо сильно модернізувались. Змінювались страви та напої, проте не гостинність. Локальні заклади перейняли безліч гастрономічних традицій, які назавжди залишаться полем для досліджень.

Чернівці завдяки своїй історії, красі, чудовій архітектурі та щедрій душі місцевих жителів давно вибороли достойне місце в реєстрі міст України та Східної Європи XIX-XX ст. За часів правління Австро-Угорської імперії Буковина пережила чимало історичних подій та потрясінь, які зіграли роль у майбутньому цього краю. Цей період характеризується розквітом архітектури міста у стилі віденської сецесії та відкриттям закладів розміщення і харчування. Традиційними напоями у чернівецькій корчмі за панування австрійців вважалися горілка, вино і пиво, а згодом і «шпріц». Буковинські корчми славилися своїми напоями (часто власного приготування), особливо горілкою, вином і пивом. Де-не-де у наявності навіть можна було знайти ром. Період панування Румунії характеризувався вживанням у цих закладах мінеральної води, лимонаду [2].

У 1785 році в Чернівцях нараховувалося близько дванадцяти шинків, а через три роки їхня кількість зросла до двадцяти гостинних домів і п'ятнадцяти закладів, де можна було скуштувати пива. Найвідомішими серед них є «Під трьома коронами», «Під золотою рибою», «Під чорним орлом». Виглядали вони досить непримітно, з вигляду звичайна сільська хата, яка всередині обладнання під торгівельно-ресторанну діяльність і розділена на дві частини. В першій містився «шинквас» (прилавок) з кількома столами та лавами для гостей, а друга частина слугувала як сховище для персоналу від неадекватних відвідувачів [3]. Всі ці та інші заклади були невід'ємною частиною гастрономічної історії Чернівців і є великим простором для подальших досліджень як у історичній, так і у туристичній сферах.

В Україні з поступовим розвитком ресторанного господарства переймаються особливості закордонної практики ведення бізнесу, а саме розміщення фотографій, автографів, пам'ятних речей, ініціалів знаменитостей на майні ресторану, а також акцент на кожного гостя як важливу персону з своєю історією. Це може спонукати гостей повертатись до закладу з метою дізнатися про інших зірок, які відвідали ресторацію, а самих зірок спонукати почитати про себе відгуки та побажання фанатів. Грамотно організовані кулінарні шоу та шоу барменів, майстер-класи з приготуванням страв та напоїв в присутності відвідувачів закладу, або з виїздом за його межі також піднімають рівень закладу в очах гостей.

В Україні є чимало закладів у кожному місті, де можна смачно і недорого поїсти, задовольнивши свої потреби. Проте щоб отримати справжню гастрономічну насолоду – варто здійснити подорож до таких міст як Львів чи Київ, адже всі найбільші туристичні та міграційні потоки країни зосереджуються там. Щоб така велика аудиторія мала можливість розважатись та із задоволенням проводити час, місцеві ресторатори змушені вигадувати все більш оригінальні концепції, які дивують як конкурентів і експертів, так і обивателів.

Сьогодні, попри велике різноманіття ресторанів, кафе, барів, кав'ярень, їдалень, фаст-фудів у Чернівцях, на жаль, не вистачає оригінальних, креативних, чи, як прийнято тепер їх називати «концептуальних» закладів ресторанного господарства, здатних задовольнити як місцевих мешканців, так і вибагливих туристів. Продумане до дрібниць оформлення допомагає створити відповідний настрій для гостей. Найкраще можна за цим спостерігати у так званих, закладах “третьої хвилі” (також їх називають “креативними”).

Далекоглядний підприємець не буде економити на вкладеннях в інтер'єр. Справа може опинитися під загрозою, якщо відвідувачу одразу не сподобається внутрішнє оформлення закладу: клієнт може нічого не замовити і не довідатись, наскільки тут смачна і різноманітна кухня, велика карта вин і привітний персонал. Цінова політика підприємства харчування мусить

відповідати концепції загалом, співставлятись логічно з меню, а також дозволяти закладу в умовах жорсткої конкуренції не втрачати клієнтську базу і залучати нових гостей.

Проте відкриття нового ресторану чи бару неможливе без піару та рекламної діяльності, яка використовується для надання інформації потенційним та реальним клієнтам про інновації і зміни, що відбуваються в даному закладі. В тому числі, ця галузь слугує для представлення відвідувачам нових страв, що в остаточній версії повинні принести прибуток. Для реклами закладу використовують різні методи: візуальні зображення та відео на вивісках і вітринах, паперові плакати, транспаранти, газети, радіо, телебачення та інтернет. Зовнішнє оформлення часто є першим кроком, який повинен бути індивідуальним для кожного підприємства, гармонійно вписуватися в ансамбль міста, виконувати інформаційну, естетичну і рекламну функції. Щоб потенційний споживач помітив рекламну інформацію, потрібно, щоб він 7-8 разів побачив або почув її. Саме із цього моменту реклама починає діяти.

Вирішальну роль в рекламній кампанії може зіграти оформлення «головного документу закладу» – меню, для цього потрібно якісно й оригінально його надрукувати, з назвами страв і цінами, логотипом закладу та зображеннями, що вказані у переліку страв. Для більшості відвідувачів естетична складова грає визначальну роль, тому при створенні меню варто проаналізувати останні тенденції у дизайні подібних проєктів. Для елементів ресторанного господарства, що розташовуються в туристичних регіонах, варто задуматись над поєднанням друкованих матеріалів з дорожніми картами та загальною інформацією про регіон на рекламних матеріалах ресторану або іншого закладу харчування.

Важливим методом в боротьбі за клієнтів у наш час є Інтернет, він відіграє величезну роль при піарі. Є безліч методів «розкрутки» підприємств ресторанного господарства, але найпоширенішими є створення власного сайту та сторінок в різних соціальних мережах з відповідною розміщеною інформацією. Дані обов'язково повинні оновлюватися на постійній основі і містити останню інформацію

про зміни в асортименті страв та напоїв, найближчі шоу-програми, дегустації. Варто додати функцію зворотного зв'язку, тобто, прямого спілкування адміністрації та клієнта (можлива організація у вигляді розділу FAQ — підбірки популярних запитань на певну тему та відповідей на них, яка створюється переважно для уникнення потреби постійно відповідати на одні й ті ж запитання), можливість бронювання столиків та організації доставки страв. Для певних груп споживачів може бути ефективною поштова розсилка брендovаних листівок із логотипом закладу, які міститимуть привітання, пропозиції та актуальні зміни [4].

Підсумувавши вищесказане, а саме деякі теоретичні аспекти ресторанної справи та прикладні умови функціонування останньої в сучасних реаліях на даному ринку, варто вказати, що найбільш здатними до «утримання на плаву» є заклади, які не бояться експериментів, і в той же час холодно прораховують можливі ризики. Підприємство ресторанної сфери повинно гармонійно поєднувати усі вагомні чинники успішності підприємства, вдалий зовнішній та внутрішній вигляд, смачну кухню, різноманітну розважальну програму. Враховуючи особливості ведення бізнесу на території Чернівецької області та виходячи із загальнодержавних напрямків розвитку ресторанного господарства, можна виокремити такі перспективні напрямки розвитку ресторанного ринку на території зазначеного регіону:

- ✓ будучи прикордонним регіоном підприємствам ресторанного господарства доцільно розвиватися з орієнтацією на туризм, створювати автентичні заклади, забезпечувати відвідувачів сервісом європейського рівня;

- ✓ поглиблювати спеціалізацію діяльності, що дасть змогу закладам виокремитися із загальної кількості;

- ✓ розширювати коло послуг для відвідувачів – різні гастрономічні шоу та презентації, культурно-просвітницькі вечори, музичні шоу тощо;

- ✓ розвивати послуги кейтерингу;

- ✓ впроваджувати інновації у сфері управління, автоматизувати бізнес-процеси;

✓ створення віртуальних ресторанів, які надають можливість здійснення замовлення через Інтернет, а також доповнення спектру послуг діючих закладів харчування послугою он-лайн замовлень [5].

Література:

1. Історія походження барних стійок [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://infotour.in.ua/bar.htm>
2. Масан О., Чеховський І. Чернівці: 1408-1998: нариси з історії міста. Чернівці : Місто, 1998. 213 с.
3. Кайндль Р.Ф. Історія Чернівців від найдавніших часів до сьогодення [Текст] / Р. Ф. Кайндль ; пер. з нім. В. Ю. Іванюк ; наук. ред. О. М. Масан ; Науково-дослідний центр буковинознавства при Чернівецькому національному ун-ті ім. Юрія Федьковича. Чернівці : Зелена Буковина, 2005. 330 с.
4. Why Every Business Needs A Website [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://www.forbes.com/sites/theyec/2020/02/03/why-every-business-needs-a-website/?sh=736374206e75>
5. Воронюк, Т. А. Тенденції розвитку підприємств ресторанного господарства у Чернівецькій області // Український журнал прикладної економіки. 2019. – Том 4. – № 2. – С. 52–59.

УДК 61

Медичні науки

ЗАСТОСУВАННЯ ДЕКСМЕДЕТОМІДИНУ ЯК ФАКТОРУ
ПОПЕРЕДЖЕННЯ РИКОШЕТНИХ БОЛЕЙ ПІСЛЯ
ПРОВЕДЕНОЇ РЕГІОНАРНОЇ АНЕСТЕЗІЇ У ПАЦІЄНТІВ ІЗ
ПОРАНЕННЯМ ПЕРЕДПЛІЧЧЯ ТА КИСТІ

Ларіонов В.В.,

слухач УВМА

Українська військово-медична академія

м. Вінниця, Україна

Анотація: рикошетний біль це реакція організму, що проявляється гострим посиленням болю після припинення дії регіонарного блоку, яка проявляється протягом 24 годин після виконання блокади. У цьому ретроспективному когортному дослідженні