

Мазур С.Є.,
здобувач вищої освіти.
Науковий керівник: **ст.в. Босецька Н.Г.**
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького

ЕВОЛЮЦІЯ ПИВНОЇ КУЛЬТУРИ: ВІД ТРАДИЦІЙ ДО СУЧАСНИХ ТРЕНДІВ

Витоки пивної культури сягають найдавніших часів, коли людство тільки почало оволодівати сільським господарством і опановувати ремесло виготовлення напоїв із зерна. Археологічні дослідження свідчать, що перші спроби створення пива були зроблені понад 6 тисяч років тому у регіоні Месопотамії, де зародилася цивілізація шумерів. Пізніше традиції пивоваріння поширилися до сусідніх цивілізацій, таких як Стародавній Єгипет. У Єгипті пиво стало настільки популярним, що його вживали не лише звичайні люди, але й представники аристократії. Напій виготовляли здебільшого з ячменю та пшениці, додаючи до нього фініковий сік для покращення смаку[1, с.341].

З настанням Середньовіччя пивна культура зазнала значного прогресу завдяки монастирям, які стали осередками пивоваріння у Європі. Монахи не лише вдосконалили технології виробництва пива, але й створили умови для його стандартизації. У той час пиво виготовляли переважно для внутрішнього споживання, проте якість монастирського пива була настільки високою, що воно почало користуватися популярністю за межами монастирів [2, с.100]. У цей період пиво набуло статусу соціального напою і стало основою для створення нових соціальних зв'язків.

Пивні бари займають особливе місце серед закладів ресторанної індустрії завдяки своїй унікальній атмосфері, спрямованій на задоволення потреб любителів пива та тих, хто шукає неформальну обстановку для спілкування. Основним чинником, що впливає на вибір пивного бару, є якість пива, його асортимент та наявність унікальних сортів, які важко знайти в інших закладах. Споживачі віддають перевагу закладам, які пропонують широкий вибір напоїв, включаючи як популярні комерційні бренди, так і крафтові пива місцевого виробництва.[3, с.320]

Важливим фактором, що визначає споживчі вподобання, є цінова політика. Пивні бари повинні знайти баланс між якістю продуктів і доступними цінами, щоб задовольнити потреби різних категорій клієнтів. Деякі заклади орієнтуються на преміум-сегмент, пропонуючи високоякісне пиво та ексклюзивні закуски за вищими цінами, тоді як інші роблять ставку на демократичні ціни та акційні пропозиції, наприклад «щасливі години» чи знижки для постійних клієнтів [4, с.18].

У 2024 році на розливне пиво у США припадало 52.3% обсягів продажів поза домом, що перевищує показники фасованого пива Використання смарт-кегів з датчиками контролю якості пива та систем самообслуговування стає

трендом, покращуючи якість напоїв. Це свідчить про повернення споживачів після пандемії COVID-19 до закладів ресторанного господарства. Зростає попит на безалкогольне та слабоалкогольне пиво, оскільки споживачі турбуються про своє здоров'я, надають перевагу напоям без наслідків похмілля. Очікується, що до 2028 року ринок таких напоїв зросте більш ніж на 4.0 %

Підприємства, які виробляють пиво, більше уваги стали приділяти навколишньому середовищу, впроваджуючи екологічні рішення в пакуванні, такі як використання зворотної тари та вторинної сировини, що сприяє сталому розвитку ресторанної індустрії. Український ринок пивних барів, що активно розвивається останніми роками, також є результатом впливу різних місцевих традицій та культурних звичаїв, які впливають на вибір концепцій таких закладів, їх інтер'єр та спосіб обслуговування. З огляду на українську культуру споживання пива, необхідно зазначити, що історія пивоваріння в Україні має глибоке коріння, що зумовлює певні місцеві традиції, які впливають на культуру споживання цього напою. [5, с.49].

Останні роки показали значний приріст кількості пивних барів та закладів, що спеціалізуються на продажі крафтового пива, що пов'язано як зі зростанням попиту, так і зі змінами у споживчих уподобаннях населення. Використання нестандартних інгредієнтів (фрукти, спеції, прянощі) дає змогу розширити асортимент. Динаміка ринку пивних барів у Києві демонструє тенденцію до зростання, особливо у сегменті крафтового та авторського пива. Споживачі стали більше цінувати унікальні та автентичні смаки, що стимулює відкриття закладів з вузькою спеціалізацією. Наприклад, мережі пивних барів у Києві, такі як "Varvar Bar", "This is Пивбар" та "Kedy Pub", зробили акцент на широкому асортименті пивних напоїв, поєднаних із якісною гастрономічною пропозицією, що дозволило їм охопити різні сегменти споживачів — від поціновувачів класичного пива до шукачів нових смаків.

Важливим фактором зростання цього ринку є розвиток українського крафтового пивоваріння, зокрема локальних виробників, таких як "Varvar", "Ципа", "Rebrew", "ПРАВДА" та інших. Економічні умови також впливають на стан ринку пивних барів. Зростання купівельної спроможності середнього класу у Київському регіоні стимулює попит на заклади з вищою ціновою категорією, які можуть запропонувати преміальні сорти пива та авторську кухню. У той же час пивні заклади економ-класу продовжують успішно працювати завдяки стабільному попиту з боку студентської та молодіжної аудиторії. Важливу роль у розвитку пивного сегменту відіграє сезонність. Літній період традиційно приносить найбільші прибутки пивним барам завдяки відкриттю літніх терас, проведенню фестивалів та заходів, які приваблюють великі потоки відвідувачів. Наступним важливим фактором є локація пивного закладу. У Києві найбільша концентрація пивних барів спостерігається у центральних районах міста, зокрема на Подолі, Печерську, Шевченківському районі та в районі Золотих Воріт. Вдале географічне

розташування забезпечує закладу високу прохідність і регулярний потік клієнтів, включаючи як туристів, так і місцевих жителів. Рівень обслуговування також є важливим фактором, що впливає на конкурентоспроможність. У Києві пивні бари конкурують не лише якістю продукції, а й досвідом, який отримує клієнт під час відвідування.

Професійність персоналу, швидкість обслуговування та увага до деталей створюють позитивне враження та стимулюють клієнта повернутися. Як приклад успішної організації пивного бару можна продемонструвати заклад "To Dublin". На чолі організаційної структури пивного бару "To Dublin" знаходиться генеральний директор, який відповідає за стратегічний розвиток закладу, координацію роботи всіх відділів та підтримання стандартів обслуговування. Наступним рівнем організаційної структури є операційний менеджер, який безпосередньо відповідає за повсякденну роботу закладу, координує роботу персоналу, контролює постачання продукції, забезпечує дотримання стандартів санітарії та безпеки. Особливу увагу він приділяє взаємодії з постачальниками пива, оскільки асортимент напоїв є ключовим елементом, що визначає успішність закладу. Барна зона, як центральна частина роботи "To Dublin", є сферою відповідальності бар-менеджера. Бар-менеджер контролює роботу барменів, відповідає за організацію процесу обслуговування гостей, а також за дотримання технологій приготування пивних напоїв і коктейлів. Шеф-кухар тісно співпрацює з постачальниками, забезпечуючи свіжість продуктів і стабільність смакових якостей страв. Меню періодично оновлюється, що дозволяє залучати нових відвідувачів і задовольняти інтереси постійних клієнтів. У барі "To Dublin" регулярно проводяться тематичні вечори, на яких пропонуються сезонні сорти крафтового пива, що приваблює відвідувачів різних вікових категорій. Для підтримки високого рівня якості продукції бар-менеджер співпрацює з локальними пивоварнями, що дозволяє впроваджувати унікальні позиції в меню.

Таким чином, організаційна структура роботи пивного бару "To Dublin" є результатом ретельно спланованого підходу до управління усіма ланками діяльності закладу. Завдяки чіткій координації забезпечується висока якість обслуговування, сучасні інструменти управління та технологічні рішення дозволяють "To Dublin" утримувати лідерські позиції на ринку цього сегменту.

Список використаних джерел:

1. Архіпов, В. В. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства : навч. посіб. для студентів. 3-тє вид. Київ : Центр учб. літ., 2021. 341 с.
2. Балацька НЮ, Каленік КВ. Управління розвитком підприємств ресторанного бізнесу на засадах концепції ціннісного підходу. Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі:

проблеми, перспективи, ефективність: тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 18 трав. 2021 р.; Харків: ХДУХТ, 2021. Ч. 1. С. 100-101

3. Бондар, К. Л. Бари та ресторани: організація обслуговування. Київ. 2019. 320 с.

4. Вартова М. В., Подольна В. В. Особливості просування закладу у сфері ресторанного бізнесу. Ефективна економіка. 2017. № 3. С.18-23.

5. Вовчанська О., Іванова Л. Ефективні стратегії цифрового маркетингу для готельно-ресторанного бізнесу України у післявоєнний період. Трансформація готельно-ресторанного бізнесу регіон в умовах євроінтеграції. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Чернівці, 11 травня 2023 р. Чернівці, 2023. С. 49 – 54.

Нестерова П. О.,

здобувач вищої освіти,

Науковий керівник: д.е.н. професор Пасєка С. Р.

Черкаський національний університет

імені Богдана Хмельницького

НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ КОМПЛЕКСАХ

Навчання персоналу є важливим інструментом для сталого розвитку готельно-ресторанних комплексів, адже лише кваліфікований персонал здатний забезпечити високий рівень обслуговування та задоволення потреб клієнтів. Це є одним із головних чинників, що впливає на успішність підприємства, зокрема підвищення якості обслуговування та підвищення конкурентоспроможності готельно-ресторанних комплексів. [5, с. 21]. В умовах швидких змін на ринку та зростання вимог клієнтів, інвестиції в навчання стають необхідністю для сталого розвитку підприємств.

Як зазначає Мальська М.П, регулярне та ефективне навчання персоналу сприяє підвищенню якості обслуговування і, відповідно, покращенню фінансових показників готельно-ресторанних комплексів. Системне навчання також дозволяє підприємствам адаптуватися до змінюваних умов та вимог ринку. [4, с. 36].

Аналіз процесів навчання персоналу в готельному та ресторанному бізнесі показує, що важливо враховувати як традиційні методи навчання, так і сучасні технології, які дозволяють оптимізувати цей процес і підвищити його ефективність.

Такі інноваційні підходи включають використання методологій Agile, Sprint і Kanban, що дозволяють підвищити гнучкість навчальних програм і зменшити витрати часу на їх впровадження. Зокрема, Kanban — це метод управління робочими процесами, що фокусується на візуалізації завдань,