

закінчується вище перерахованими екскурсійними об'єктами, які рекомендовано відвідати, варто один раз приїхати, вдихнути свіжого повітря, ознайомитись із історією цього краю, і ви будете повертатись сюди при кожній можливості.

### **Список використаних джерел:**

1. Альтгайм Л.Б. Організація екскурсійних послуг. Навчально-методичний посібник для студентів географічного факультету, які навчаються на спеціальності «Туризм», Тернопіль 2017, 204 с.
2. Альтгайм Л.Б. Основи музейної та екскурсійної діяльності. Курс лекцій для студентів географічного факультету, які навчаються на спеціальності «Географія».- Тернопіль 2009. - 118 с.
3. Альтгайм Л.Б. Основне значення та принципи організації екскурсійних послуг. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2014. №6(1). С. 215-219.
4. Бабарицька В. К. Екскурсознавство і музеєзнавство: навч. Посібник / В. К. Бабарицька, А. Я. Короткова, О. Ю. Малиновська. – Київ: Альтерпрес, 2007.
5. Ішекова Т.В. Екскурсійна справа: Навчальний посібник. К.: Вид-во «Наукова книга», 2006.

**Тимусь М.**

*магістрантка II курсу спеціальності 242 Туризм  
Науковий керівник – викл. Рудакевич І. Р.*

## **ДО ПОНЯТТЯ ТЕМАТИЧНОГО РЕСТОРАНУ ТА ЙОГО КОНЦЕПЦІЇ**

**Постановка проблеми.** Ресторанна справа – одна з найзначніших складових сфери послуг, яка є орієнтованою на споживача, і його задоволення є кінцевим результатом ділової активності підприємства. Разом із ресторанами, заклади громадського харчування включають: кафе, бари (пивні бари, гриль-бари, фіто-бари, коктейль-бари тощо), їдальні, кухонні фабрики, фабрики панчів, фуршети, барбекю, продуктові магазини та торгові майданчики тощо [4, с. 370]. При розробці концепції одним з головних напрямків це вибір теми ресторану. Ресторатор виконує сегментацію ринку, тобто ділить споживачів на групи, для кожної з яких розроблена конкретна пропозиція та послуга товару. Тоді він визначає основних та потенційних споживачів майбутнього ресторану. Оцінюється віковий склад майбутніх відвідувачів ресторанів, їх платоспроможний попит, найхарактерніші смаки, звички та уподобання, розрахунок середнього рахунку за одного гостя майбутнього ресторану.

**Виклад основного матеріалу.** Тематика ресторану – це здатність ресторану задовольняти постійно мінливі смаки споживачів до продуктів та послуг в умовах релаксу та розваг. Концепція ресторану, яка правильно підібрана може включати декілька тем або передбачати перехід від однієї теми до іншої у рамках вдосконалення технології виробництва кулінарних виробів та розширення попиту на продукцію компанії.

Як уже зазначалося успіх розробки концепції ресторану залежить насамперед від правильної назви ресторану, яка далі втілюється в інтер'єрі, меню, винному списку, формах обслуговування.

Може бути в якості теми обраний будь-який сюжет, який відрізняється оригінальністю та новизною. Це може бути історичний, кінематографічний, містичний, казковий, літературний чи інший сюжет або ж легенда.

При розробці концепції ресторану враховуються такі критерії:

- місцеположення та цінова політика;
- зручність доступу та паркування;
- вхід до ресторану;
- тип реклами;
- види основного капіталовкладення;
- в інтер'єрі ресторану відображення концептуальної теми;
- обслуговуваний контингент;
- гастрономічна тема;
- рівень музично-розважальних програм;
- форми обслуговування;
- ресторанне обслуговування;
- середній чек на одного гостя;
- інші послуги.

Місцезнаходження та цінова політика є ключовими для майбутнього ресторанного бізнесу. Місцезнаходження визначає, який ресторан повинен бути демократичним або дорогим, міським чи заміським. Розташування ресторану базується на принципі віддаленості підприємства від центру міста.

Щоб вибрати цінову політику, потрібно провести демографічний аналіз місцевості, в якій буде розміщений ресторан, з'ясувати вік, професію; середній дохід людей, які будуть його потенційними споживачами.

Перше візуальне враження від відвідування ресторану створює вхід у ресторан. Важливо також звернути увагу щоб був привітний персонал біля входу в ресторан, включаючи охорону.

Реклама концептуального ресторану включає:

- виразна назва підприємства, даючи уявлення про меню та обслуговуваний контингент;
- барвисто оформлені меню та винна карта;
- розважальні музичні програми (включаючи театральні вистави та дискотеки);
- формування постійного складу відвідувачів (клубна політика);
- організація урочистостей та презентацій у ресторані;
- широке використання послуг агентів з продажу;
- барвисті вивіски, білборди на вулицях міста та рекламні друковані матеріали (брошури, реклама, запрошення, візитні картки, сірникові скриньки, посуд, сувеніри з логотипом ресторану [1]).

Розглянемо типи інвестицій, спрямованих на створення концептуального ресторану:

- витрати на будівництво будівлі або перепланування приміщень;
- дизайн інтер'єру;
- оснащення виробничих та торгових приміщень сучасним обладнанням, меблями, посудом, інвентарем, настільною білизною;
- витрати на рекламу;
- закупівля високоякісної продукції;
- інвестиції в систему управління та контролю;
- інвестиції в систему пошуку та навчання професійних кадрів;
- у створенні розважальних програм;
- в організації збуту продукції.

В інтер'єрі концептуального ресторану за характером відображення теми розрізняють:

- традиційний класичний стиль;
- театральна тема з використанням різноманітних декорацій;
- стиль-модерн;
- культова тема, яка побудована на «легенді» навколо імені власника ресторану – відомого художника, колекціонера тощо;
- стиль, що передбачає використання різних механічних винаходів, що контрастують з традиційною атмосферою ресторану (фігурки манекенів героїв кіно, тварин, фрагменти духовок, мангалів, фонтанів, незвичайні музичні інструменти);
- плаваючі ресторани;
- літературний стиль із використанням імен героїв романів та з відповідним інтер'єром;
- художній стиль «під старину» із включенням антикваріату, картин.

При виборі концепції ресторану гастрономічна тема є одною з головних. Спрямована вона може бути на:

- широкий вибір напоїв та класичних страв;

- приготування популярних страв;
- створення етнічної кухні (з переважанням страв із національної кухні, старих та маловідомих страв та напоїв);
- функціональний асортимент (який розроблений на результатах тестування постійної групи споживачів);
- асортимент страв, не призначених для постійних клієнтів [5].

Основною стратегією асортиментної політики ресторану є розробка, напоїв власного виробництва, нових та фірмових страв, створення декількох типів тематичних меню для різних категорій гостей, бенкетні меню з урахуванням попиту на обслуговування в ресторані та проведення виїзних заходів.

Сервісне обслуговування ресторану базується на використанні сучасного рівня організації виробництва, швидкого та якісного обслуговування, використання широкого асортименту страв та напоїв, пропонуваного гостям. Оцінка базується на особистих спостереженнях гостей, відповідно до записів у книзі відгуків та пропозицій, анкетах. У той же час потрібно виходити з того, що оригінальна ідея, втілена в інтер'єрі ресторану, приваблює гостей, але без гарної кухні споживач не може бути стриманим. Для того, щоб правильно спланувати кухню та передпокій, необхідно чітко уявити понад 80% страв у меню. Керівник виробництва повинен не тільки добре готувати, але й розуміти, хто його споживачі, які їхні смаки та розробити меню, виходячи з їхніх потреб.

**Висновок.** Отже, ресторанний бізнес, є одним із засобів високоліквідного використання капіталу, а з іншого боку – середовище з високим рівнем конкурентоспроможності. Майже у всьому цивілізованому світі це один з найпоширеніших видів малого бізнесу, тому підприємства постійно ведуть боротьбу між собою за підтримку постійних та пошук нових споживачів своїх послуг. Останнім часом спостерігається тенденція створювати концептуальні ресторани, в яких кухня, дизайн, музика, меню, винна карта, сервірування, шоу-програма, форма офіціантів, створюючи неповторну атмосферу розслаблення підпорядковані одній ідеї. Головним завданням є вибір правильної концепції – це запорука не тільки створення нового ресторанного бізнесу, але й успіху його діяльності, підвищення відвідуваності та рентабельності.

### Список використаних джерел

1. Затуливетров А. Ресторан за 180 дней: практическое пособие по открытию / А. Затуливетров. – М.: ООО «Издательский дом «Ресторанные ведомости», 2012 – 208 с.
2. Катсигрис Костас Учебник ресторатора. Проектирование, оборудование, дизайн / Костас Катсигрис, Крис Томас. – М.: ООО «Издательский дом «Ресторанные ведомости», 2009. – 576 с.

3. Конран Теренс. Первоклассный ресторан: идея, создание, развитие: пер. с англ / Теренс Конран. – К. : Альпина Бизнес Букс, 2008. – 210 с.

4. Литвиненко Т. К. Новітні технології обслуговування у сфері ресторанного бізнесу / Т. К. Литвиненко. – К., 2011. – 215 с.

5. Лоусан Ф. Рестораны. Клубы. Бары: планирование, дизайн, управление / Ф. Лоусан. – 2-е изд. – М.: ТК Велби ; Изд-во Проспект, 2008. – 392 с.

**Ткачук В.**

*магістрант II курсу спеціальності 242 Туризм*

*Науковий керівник – доц. Флінта Н. І.*

## УКРАЇНА НА ВІЗОВІЙ КАРТІ СВІТУ

**Постановка проблеми.** Для в'їзду в іншу державу і тимчасового проживання на її території туристу, як правило, потрібна віза. Туристична віза надає право власнику паспорта на тимчасовий в'їзд у країну відвідування з метою туризму і відпочинку. Вона є основним документом для відвідування іншої держави і підтверджує, що паспорт туриста зареєстрований у консульській установі держави, яку він планує відвідати. Видають візи консульські відділи посольств іноземних держав чи генеральні консульства в регіонах [2].

**Виклад основного матеріалу.** За останні декілька років для українських туристів відбулися позитивні зміни щодо візових формальностей з багатьма країнами світу. З червня 2017 року для українців утвердили безвізовий режим з країнами ЄС, в серпні минулого року скасували візи в Катар, а в грудні – в ОАЕ.

Серед 193 країн, українці по внутрішньому паспорту можуть відвідати Росію, Білорусь, Грузію та Туреччину. Що стосується Туреччини та Грузії, безвізовий в'їзд по внутрішньому паспорту можливий тільки якщо це паспорт нового зразка, тобто ID картка.

Загальна кількість країн світу, які українці можуть відвідати без оформлення візи, становить 130 – завдяки чому український паспорт увійшов до 30-ти найсильніших громадянств світу [1].

*Таблиця 1*

Країни світу, для візиту в які в українців не вимагають візи

Країна	Термін перебування	Особливості
Азербайджан	До 90 днів	-
Албанія	До 90 днів	-
Антигуа і Барбуда	До 30 днів	необхідна наявність зворотних квитків і докази платоспроможності
Аргентина	До 90 днів	-
Білорусь	До 90 днів	-