МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ І ТУРИЗМУ

"ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ТА ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ"

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ
СТУДЕНТСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

6 березня 2019 року

ЛЬВІВ 2019 р.

УДК 640: 641/642:613.2

ББК 94.3

І 66

Рекомендовано до друку науково-методичною радою Львівського інституту економіки і туризму. Протокол №__ від _____. 2019 р.

Редакційна колегія:
Голова редколегії - М.Я. Бомба, д.с.-г.н., професор
Відповідальний секретар - А.Є. Шах, к.б.н., доцент
Члени редколегії: Н.Р. Джурик, к.т.н., доцент; О.М. Вівчарук, к.е.н., в.о. доцента

І 66 Інноваційні технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі : [Текст] : Зб. матеріалів студентської науково-практичної конференції (Львів, 6 березня 2019 р.) / Міністерство освіти та науки України, Львівський інститут економіки та туризму. – Львів: ЛІЕТ, 2019. – 162 с.

Збірник містить матеріали наукових доповідей студентів, що були представлені на факультетській студентської науково-практичної конференції "Інноваційні технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі". Висвітлено широке коло питань стосовно шляхів забезпечення здорового харчування туристів із використанням інноваційних ресторанних технологій та деякі актуальні проблеми розвитку готельного-ресторанного та туристичного бізнесу.

Тези опубліковані в авторській редакції з дотриманням індивідуального стилю. За достовірність матеріалів та їхню інтерпретацію відповідальність несуть автори та їх наукові керівники.

© Львівський інститут економіки і туризму, 2019

Зміст

Пукас Олена Богданівна, ***науковий керівник Лозинський Р.М.***
ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯБОТАНІЧНИХОБ'ЄКТІВ ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНОГО ФОНДУ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ **6**

Сідорова Анна Павлівна, ***науковий керівник Сусол Н.Я.***
ГАЛУЗЕВА СПЕЦИФІКА ТИПОЛОГІЇ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ **9**

Скорина Артем Олексійович, ***науковий керівник Цимбала О.С.***
КОНЦЕПТИ КОСМІЧНИХ ГОТЕЛІВ **13**

Аль-Хамес Єлизавета Тареківна, ***науковий керівник Кушнірук Г.В.***
АЕРОПОРТИ ЯК ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНІ ХАБИ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ **16**

Кондратюк Діана, ***науковий керівник Удуд І.Р.***
ІННОВАЦІЙНІ ТЕХГОЛОГІЇ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОМФОРТУ У ЗАСОБАХ РОЗМІЩЕННЯ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ **19**

Горон Ярина, ***науковий керівник Дорош Ю.С.***
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ІННОВАЦІЇ В РЕСТОРАННІЙ ІНДУСТРІЇ ЯПОНІЇ **23**

Ніколаєва Анастасія, ***науковий керівник Удуд І.Р.***
РОБОТИ ТА ІНШІ ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ: ДАЛЕКЕ МАЙБУТНЄ ЧИ РЕАЛЬНІСТЬ СЬОГОДЕННЯ **25**

Гірний В.Р., ***науковий керівник Кушнірук Г.В.***
ЧИННИКИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА РОЗВИТОК ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ **29**

Венчак Софія Володимирівна, ***науковий керівник Удуд І.Р.***
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ **32**

Красій М., ***науковий керівник Кушнірук Г.В.***
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ **34**

Заяць С.Н., ***науковий керівник Білецький М.І.***
ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНА СПАДЧИЩИНА ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ **38**

Бесчасний С.С., ***науковий керівник Удуд І.Р.***
ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ **40**

Петришин Д.Р., ***науковий керівник Кушнірук Г.В.***
ВИННИЙ ТУРИЗМ ЯК КРЕАТИВНИЙ РЕСУРС РЕГІОНАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ **42**

Куцір Марія Василівна, ***науковий керівник Рутинський М.Й.***
ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ НА ТЕРИТОРІЇ ЛЬВІВСЬКОЇ ТА ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТЕЙ **45**

Коцаба Ю.Р., Швець В.К., ***науковий керівник Рутинський М.Й.***
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УДОСКОНАЛЕННЯ КОМПЕТЕНЦІЙ

Адже шеф на відкритій кухні це кухар і аніматор в одній особі.

Ще одна новинка яка набула популярності останім часом - це антикафе. Це місце, де гості закладу мають змогу безкоштовно користуватися інтернетом та настільними іграми. Платять тільки за час перебування в закладі. Люди які працюють на фріленсі часто відвідують такі заклади.

Висновки: Необхідність використання інновацій обумовлюється мінливим потребам гостей та дає можливість вижити підприємству в умовах конкуренції на ринку. Готелі не завжди можуть бути пристосовані для інновацій, але всі, незалежно від того наскільки давно було побудовано готель, мають можливість використовувати їх. Тому важливо використовувати бенчмаркінг,який розвиває аналіз конкурентоздатності, що обмежується вивченням конкурентів їх продукції, витрат і технологій, характеристик, економічних і фінансових показників, відносин із клієнтами й постачальниками. Дослідити чи є потреба у певній інновації на сьогоднішній день та розрахувати за,який період часу окупиться певна інновація, що працює на позитивний імідж самого готелю.

Література

1. Н. І. Данько Основи готельно-ресторанної справи : навчальний посібник / Н. І. Данько, А. Ю. Парфіненко, П. О. Подлепіна, О. О. Вишневська [за заг. ред. А. Ю. Парфіненка]. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. – 288 с.

2. В.С. КовешніковОрганізація готельно-ресторанного господарства : Навч. посіб. / В.С. Ковешніков, А.Т. Матвієнко, О.Г. Разметова. – Київ : Видавництво ЛіраК, 2017. – 564 с.

3. Статистичний щорічник України за 2016 рік / Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua.

4. https://jsolutions.ua/ua.

ВИННИЙ ТУРИЗМ ЯК КРЕАТИВНИЙ РЕСУРС РЕГІОНАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Петришин Д. Р., *студентка ІІІ курсу, група Т-16*
Науковий керівник: **Кушнірук Г.В.,** *к.е.н., в.о. доцента*

Анотація. У статті проаналізовано особливості винного туризму та принципи організації винних турів. Досліджено сучасні тенденції винного туризму як креативного ресурсу регіонального економічного розвитку.

Ключові слова: вино, винний туризм, винний тур, винороби, дегустація, терруар, спеціалізований туризм, туристична дестинація.

Annotation. The features of wine tourism and the principles of organization of wine tours are analyzed in the article. Modern tendencies of wine tourism as a creative resource of regional economic development are investigated.

Key words: wine, wine tourism, wine tour, wine makers, tasting, terroir, specialized tourism, tourist destination.

Актуальність дослідження. Розвиток винного туризму дає змогу суттєво підтримати місцевих виробників винограду, продовжити туристичний сезон у певному регіоні, створити або підвищити існуючий рівень туристичного іміджу місцевості, збільшити кількість туристичних потоків, зробити туристичний продукт більш атрактивним за рахунок впровадження винних екскурсій та дегустацій. Саме тому постало питання щодо дослідження винного туризму як креативного ресурсу регіонального економічного розвитку.

Метою дослідження було проаналізувати особливості винного туризму, принципи організації винних турів та визначити роль винного туризму в регіональному економічному розвитку.

Серед спеціалізованих видів туризму особливе місце займає винний туризм – вид гастрономічного туризму, який має на меті відвідини історичних центрів, пов'язаних із виготовленням винного продукту, виноградних плантацій, дегустацію та споживання напою у винних погребах та купівлю вина безпосередньо у виробника [3].

У винному туризмі слід виділити такі основні особливості: автентичність, атрактивність, культура споживання, комплексність [2]. Одна із найважливіших особливостей – *автентичність*, полягає у підвищенні ролі місцевості, де зосереджено виготовлення вина, у виноробній галузі. Як і кожна національність, будь-який національний напій має ряд особливостей, що виокремлюють його з-поміж інших.

Атрактивність – особливість, спрямована на безпосереднє формування винного туру, тобто – туристичного продукту. Найбільше простежується при проведенні екскурсій винними погребами, дегустаційними залами, відвідуванні тематичних фестивалів. Тобто, споживач туристичних послуг має відчути їх за допомогою сенсорних систем: побачити технологію виробництва вина та приміщення для дегустації; відчути смакові якості напою; відчути букет чи аромат, залежно від віку вина; спробувати на дотик посуд, у якому подають напій; почути звук відкорковування пляшок.

Культура споживання вина полягає в максимальних користі та задоволенні від вживання напою, яких можна досягнути шляхом дотримання міри. Стосовно культури споживання, існує наука винного етикету, що має на меті виявлення смакових властивостей та букету запаху, згідно правил споживання алкогольних напоїв та естетичних вимог.

Остання із вищезгаданих особливостей – *комплексність*, існує для налагодження взаємодії між підприємствами різних видів діяльності, з метою створення єдиного туристичного продукту.

Винний туризм полягає в ознайомленні з процесом виготовлення вина, починаючи від екскурсій на виноградних плантаціях. Крім того, турист має змогу побувати на дегустаціях у дегустаційних залах та підвалах. Часто до турів,

розроблених згідно тематики винного туризму, включають ресторани, що надають послуги дегустації вин. Особливого значення набувають винні фестивалі, як елементи ресурсної бази і гастрономічного, і винного туризму.

За метою подорожі можна виділити такі види винних турів [2]:

- культурно-пізнавальні;
- рекреаційно-оздоровчі, лікувальні;
- освітні та науково-ділові;
- винний сільський зелений туризм, агротуризм;
- винно-розважальні.

Станом на сьогодні все більш поширеним стає термін «винотерапія», що включає в себе сукупність процедур, в основу яких покладено експлуатацію цілющих властивостей вина та виноградних листків, кісточок і соку [2].

Щодо основних заходів винного туризму, то варто виділити наступні [2]:

- ✓ відвідини виноградних плантацій, дегустація місцевого винограду;
- ✓ екскурсії музеями та огляд історичних пам'яток, участь у виставках;
- ✓ виробничі екскурсії, з метою вивчення техніки виготовлення напою;
- ✓ відвідування фестивалів, тематичних свят, аукціонів;
- ✓ участь у дегустаціях вин та майстер-класах від сомельє на базі закладів ресторанного господарства, що пропонують такі види послуг.

За даними дослідження, проведеного стосовно вітчизняного ринку винного туризму, серед опитаних 24% виявили бажання стати учасниками комплексного винного туру, 20% - еногастрономічної вечері. Екскурсія виноградниками та на виноробню зацікавила 17% туристів, лекція – 16%, винні свята та фестивалі – 12%, майстер-клас з еногастрономії – 11% [1].

Винні тури включають стандартний набір туристичних послуг, доповнених гастрономічними складовими: перевезення, трансфер, розміщення в готелі або гостьовому будинку винороба, харчування, відвідування виноробства і винних погребів, дегустація вин, додаткові послуги (відвідування музеїв, галерей, прогулянки на яхтах, рибалка, політ на повітряних кулях тощо).

Слід зазначити, що 56% потенційних споживачів турпродукту винного туризму готові витратити до 500 євро, 32% орієнтуються на вартість в межах від 500 до 1000 євро, 6% респондентів надають перевагу елітному рівню обслуговування, 5% вважають ціну другорядним фактором [1]. Отже, нині ціна буде основним орієнтиром для туриста при виборі винного туру. А запорука успішного туру – якомога більше наповнити його атрактивними об'єктами та подіями, що несуть в собі особливий зміст та можуть зацікавити туриста.

Україні виділено місце серед п'яти країн Європи, де винний туризм набув статусу всесезонного та має реальні перспективи для свого подальшого розвитку. Порівняно з європейськими країнами, де вартість винного туру стартує від 650 євро, вітчизняний винний тур більш вигідний для туристів – від 90 євро [4]. Основні відправні точки вітчизняних винних турів - маршрути «Київ-Одеса» і «Київ-Закарпаття». Насамперед, це пов'язано з величезними площами насаджень

виноградної лози на прилеглих територіях. Винні тури можуть бути як окремими подорожами, турами вихідного дня, так і готовим турпродуктом, що надає пакет послуг, відповідно до заданої тематики.

Однією з основних ланок ресурсної бази для розвитку винного туризму є малі та середні підприємства вітчизняних виноробів, яким вдалося зробити свою справу прибутковою, незважаючи на обставини та стримуючі фактори. В Україні виділяють чотири основні терруари, максимально придатні для розвитку виноградарства. Це території в межах Миколаївської, Одеської, Херсонської та Закарпатської областей. Найуспішнішими вітчизняними виноробами заслужено визнано тих, хто має власні виноградники, на основі яких і виготовляють вино, виключно зі свого урожаю. Вони мають власну впізнавану торгову марку та є відкритими для відвідування туристів і готові показати своє виробництво.

Таким чином, ефективність використання природного потенціалу, вміння пристосовуватись до потреб споживача, створення власного іміджу та впізнаваного бренду сприяють ефективності розвитку винного туризму.

Висновки. Отже, на відміну від видів туризму, які вже давно розвиваються, винний туризм знаходиться на стадії розвитку. При цьому, всюди, де вирощують виноград і виробляють вино, вже є передумова для розвитку винного туризму. Винний туризм охоплює певний сегмент споживачів, які зацікавлені в винній тематиці, тому потрібно зосереджувати увагу на створенні хорошого туристичного продукту та якісних туристичних послуг, що можуть стати конкурентними через інновації та маркетинг.

Література

1. Басюк Д. І. Дослідження ринку винного туризму в Україні / Д. І Басюк, К.С. Бадещенкова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.sworld.com.ua/index.php/ru/tourism-and-recreation.
2. Винний туризм: підручник для студентів ВНЗ / [Іванов С. В., Домарецький В. О., Басюк Д. І. та ін.] – Кам'янець-Подільський, 2012, - 472с.
3. Лупенко Ю.О. Сучасні тенденції розвитку ринку продукції виноградарства в Україні [Електронний ресурс] / Ю.О. Лупенко. – Режим доступу : http://wineofukraine.com/index.php/455-market-trends-2015.html.
4. Михайлюк О. Л. Перспективи розвитку винних туристичних кластерів на Півдні України / О. Л. Михайлюк // Науковий вісник ОНЕУ – 2013. - № 1. - С. 29-41.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ НА ТЕРИТОРІЇ ЛЬВІВСЬКОЇ ТА ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТЕЙ

Куцір М. В., *студ. V курсу, гр. ЗТ-18м*
Науковий керівник: **Рутинський М. Й.,** *к.г.н., доц.*

Анотація. Подієвий туризм – це вид туризму, при якому люди стають живими свідками найбільших подій в світі спорту, культури і мистецтва. Такі