

гірськолижний курорт «Буковель».

Також в області працюють магазини спортивних товарів, які пропонують товари для спорту і туризму в широкому асортименті. Продаж спортивних товарів в магазинах включають в себе спортивний інвентар та спортивне обладнання, серед яких можна знайти товари для екстремальних видів спорту, активного відпочинку та туризму.

Мережа спортивних магазинів «Інтер атлетика», яка пропонує широкий вибір товарів для спорту серед яких, є спорядження для туризму. В м. Луцьку налічується три магазини у м. Нововолинську два, по одному у містах Рожище, Володимир-Волинський, Ковель та два магазини у смт. Любешів.

Система магазинів спортивних товарів «Олімп» налічує два магазини у м. Луцьку та один у м. Рожище, магазини спеціалізується на продажі товарів для спорту та туризму. Як правило асортимент товарів для активного туризму в спортивних магазинах є доволі обмежений.

Спорядження для туризму також можна знайти і в риболовних магазинах, яких в області налічується близько сорока та в будівельних гіпермаркетах «Нова Лінія» та «Епіцентр», які знаходяться у м. Луцьку. Слід відмітити, що риболовні магазини та гіпермаркети не задовольняють в повному обсязі потреби туристів в якісному спорядженні.

Отже, мережа магазинів в яких можна придбати спорядження для активного туризму у Волинській області розміщена нерівномірно і є посередньою. Зокрема найбільша кількість магазинів налічується в обласному центрі, спортивні та риболовні магазини є у районних центрах.

1. Єрко І. В. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної інфраструктури Волинської області / І. В. Єрко, А. В. Єрко // Географія та туризм:Наук. зб. / Ред. кол.: Я. Б. Олійник (відп. ред.) та ін. – К.: Альтерпрес, 2012. – Вип. 21. – С. 80-89.

ВИГРАШНІ КОНЦЕПЦІЇ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА МІСТА ЛУЦЬКА

Єрко Ірина Володимирівна

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

При розробці концепції ресторану важливо виявити, для якого

контингенту споживачів він створюється: елітний ресторан для споживачів з високим рівнем доходів; ресторан, доступний для споживачів із середнім рівнем доходів; для людей різного віку; для сімейного відпочинку тощо.

Залежно від контингенту споживачів, мети, з якою вони відвідують ресторан, використовують дорогі або дешевші засоби оформлення інтер'єру підприємства, відповідний посуд та столову білизну [3]. На території міста Луцьк представлені різні концепції закладів ресторанного господарства.

При цьому для завоювання ринку заклад ресторанного господарства міста Луцьк з повинен надавати такі послуги відвідувачам, щоб вони неодмінно повертались у заклад. Для цього повинна бути забезпечена бездоганна якість страв та напоїв, що пропонуються гостям, привітне та вражаюче обслуговування, яскравий дизайн приміщень, вишуканий посуд, бездоганне обслуговування персоналу, можливість придбання функціональних продуктів та отримання консультацій щодо раціонів харчування. Все вище зазначене буде мати одну ціль – це вплив на відвідувачів, наявність якого забезпечить постійний попит продукцію та складе передумови для завоювання ринку і подальшого стратегічного розвитку закладу.

Успішними для м. Луцьк будуть такі концепції закладів ресторанного господарства як:

- ресторани для сімейного відпочинку, які створюють умови для організації харчування та дозвілля сім'єю і пропонують асортимент страв «домашньої кухні». Для цього відповідно обладнуються ігрові майданчики для дітей, розробляються програми відпочинку та меню зі стравами для дорослого і дитячого контингенту, в деяких випадках пропонується послуга з догляду за дітьми (baby-sitter). Наприклад, у кафе «Базилік» є умови для відпочинку з сім'єю, тут смачне дитяче меню, а також облаштована дитяча кімната.

- пивний ресторан завжди буде мати багато відвідувачів і користуватися попитом. У місті Луцьк є досить велика кількість пивних ресторанів, барів, пабів, наприклад «Карабас Барабас», «Пивна хата», «БарБос», «Горище», «Корчма», «Пивбаза» тощо.

- Піцерії стали закладами, що найбільше відвідують, наприклад, «Фелічита», «Тарантела», «Соло», «Теревені».

- кав'ярні мають великий успіх у лучан, є низка таких закладів, наприклад, «Кофеїн», «Кофеманія», «Карамель», «Львівський Штрудель», «Франс.уа», «Театральне» інші.

Для просування закладу необхідно:

- залучати відомих особистостей або авторитетних людей;
- популяризувати через соціальні мережі [2];
- проводити різноманітні заходи (гастрономічні фестивалі, конкурси, гастролі іменитих кухарів, фотовиставки) ;
- провести сертифікацію послуг харчування [1].

Отже, маркетингова політика закладів ресторанного господарства міста Луцька досить активна та різноманітна, серед великої кількості ресторанів успішною буде концепція ресторану незвичайного формату, що буде привертати увагу своєю оригінальністю, а саме в якому часто будуть проводитись різноманітні літературні зустрічі, майстер-класи, творчі вечори тощо.

1. Єрко І. В. Ресторанне господарство в інфраструктурі туризму Волинської області / І. В. Єрко // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету. Серія: географія. – Т. : Вид-во ТНПУ. – №1 (Вип. 25). – 2009. – С. 119-122.

2. Магалецька І. А. Сервіс у ресторанному господарстві [Електронний ресурс]: конспект лекцій для студ. спеціальності 7.14010101 «Готельна і ресторанна справа» ден. та заочн. форм навч. / І. А. Магалецька. – К.: НУХТ, 2015. – 83 с.

3. Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства : підруч. для вузів / за ред. проф. Н. О. П'ятницької. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 632 с.

РОЗРОБКА ІННОВАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ

Жуков Святослав Августович, Галамба Андрій Андрійович
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

В основі інноваційної стратегії лежить інноваційна модель, яка формує напрямки діяльності регіону. Інноваційна модель розвитку туристичного комплексу Карпатського регіону передбачає формування регіональної мережі валеологічних інноваційних структур на зразок рекропарків, рекрополісів і курортполісів шляхом створення їх у Карпатській рекреаційній зоні України. Попередньо розроблені теоретико-методологічні і методичні основи організаційного моделювання валеологічних інноваційних структур покладені в основу побудови туристичного комплексу Карпатського