

Кінбурнський півострів може надати усі умови для повного відпочинку та оновлення власних сил.

Без запровадження контролю і без усвідомлення того, що треба охайно ставитися до природи Кінбурна, коса може через не такий вже великий час перетворитися на забруднене, та поглинуте урбанізацією місце.

**Висновки.** Кінбурн – це не тільки природна перлина України, а і Європи в цілому. Завдяки збереженій біорізноманітності, коса є джерелом генетичного матеріалу для відтворення вже знищених піщаних степів як в Україні, так і в Європі. Грунтові води Кінбурну поки що настільки чисті, що придатні для пиття та забезпечують існування місцевого населення.

Туристичний та рекреаційний потенціал Кінбурнської коси досі має великі можливості для розвитку. Кожному цей заповідний та незайманий куточок України буде до вподоби.

І сьогодні, якщо ми хочемо зберегти цю перлину дикої природи для себе та наших дітей, потрібно розповсюджувати та доносити до людей, знайомих ідеї екологічного туризму та бережливого ставлення до природи у цій незайманій та дивовижній місцевості.

#### Список використаних джерел:

1. Карпенко В. Кінбурнська коса. – Одеса, 1997. – 40 с.
2. Баськов О. Комплексна робота з вивчення Кінбурнського півострову – Студентські наукові студії. НУ «Києво-Могилянська академія», Миколаївська філія, с. 105-107.
3. Тонковид В. Кінбурн: отдайте косе – косово. Природа України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pryroda.in.ua/zapzf/kynburn-otdayte-kose-%E2%80%93-kosovo/>. – Назва з екрана.
4. Биржаков М.Б. Введение в туризм. - СПб., 2002. – С. 137.

**Мельник О.В.**, студентка  
Науковий керівник: Недзвецька  
О.В., ст. викл., Національний  
університет «Львівська політехніка»,  
м. Львів

#### ГОСТИННІСТЬ У РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ (НА ПРИКЛАДІ М. ЛЬВІВ)

Гостинність – це чинник, головною метою якого є створення позитивного образу підприємства сфери обслуговування і внаслідок чого створення повторного попиту. Він є важливим елементом розвитку туризму і, зокрема, гастрономічного. Сучасний туристичний ринок переповнений різноманітними турами, проте, якщо розглядати основу будь-якого туру, то ми обов'язково згадаємо про розміщення та харчування [7].

За Законом України "Про туризм": "Тур – туристична подорож (поїздка) за визначеним маршрутом у конкретні терміни, забезпечена комплексом туристичних послуг (бронювання, розміщення, харчування, транспорт, рекреація, екскурсії тощо)" [6]. З усього зрозуміло, що з якою б метою турист не обирає тур, харчування буде обов'язковою його частиною, адже воно належить до первинних потреб людини. За даними центру туристичної інформації міста Львова за червень 2016 року, 76,3% усього вільного часу туристи витрачають на відвідання кафе, кав'ярень та ресторанів. Отже, проводячи найбільше часу в закладах харчування туристи складають своє враження про місто та його гостинність.

За спостереженнями, туристи завжди куштують традиційну кухню народу на території якого подорожують, хоча в більшості випадків і не відносять це до головних мотивів своєї подорожі. Тобто вони несвідомо займаються гастрономічним туризмом, як способом культурного пізнання. Що ж до гастрономічного туризму, то це різновид туризму, пов'язаний з ознайомленням та дегустацією національних кулінарних традицій різних країн світу [13].

Основними науковцями які розглядали проблеми гостинності є: Г. Круль, Х. Роглев, В. Русавська, Дж. Уокер. Розвиток гастрономічного туризму досліджували вчені Д. Басюк, Т. Божук, А. Бусигіна, М. Кляп, І. Комарніцький., Е. Маслова, Я. Олійник, Л. Прокопчук. Гостинність як комплексну послугу, що задовольняє потреби туристів і створює позитивну думку про якість обслуговування на сьогодні досліджена лише частково.

**Метою** даної роботи є розвиток гастрономічного туризму й визначення перспективзростання якості послуг у закладах харчування за допомогою гостинності, як головного засобу впливу.

**Для досягнення мети, ми можемо виокремити такі завдання як:**

- визначити суть понять «гостинність» і «гастрономічний туризм» та взаємозв'язки між ними.
- проаналізувати сучасний стан гастрономічного туризму та гостинності в місті Львів.

- визначити силу впливу гостинності на гастрономічний туризм та перспективи його розвитку в місті Львові.

Гостинність, як комплексна послуга, яка задовольняє потреби туристів і формує їх позитивну думку про якість обслуговування на сьогоднішній день досліджена лише частково. Здебільшого вчені розглядали гостинність, як елемент готельного господарства. Проте гостинність зустрічається не лише у процесі функціонування закладів розміщення, а й у функціонуванні й інших підприємств та організацій в інфраструктурі туризму, де відбувається взаємодія «персонал-клієнт».

Вчений Х.Й. Роглев розглядав гостинність як «турботу, виявлену по відношенню до гостя», а от дослідник Уокер Дж.Р. визначив поняття «туристична гостинність» як «систему заходів по забезпеченню високого рівня комфорту» [5;11].

Поєднати поняття гастрономічного туризму та гостинності змогла дослідниця Р.Е. Алексеева. За її баченням «гастрономічна гостинність – це гостинність яка орієнтована на поціновувачів прекрасного і гурманів».

Львів – це центр культурного життя України. Не дарма у 2009 році Державною службою туризму і курортів України та Громадською радою з питань туризму і курортів Міністерства культури і туризму України місту було надано почесне звання «Культурної столиці України», що належить місту і дотепер.

Першочергово задумувалося щорічне нагородження міст України, без права отримати це звання ще раз протягом перших трьох років з часу нагородження [9]. Проте термін «Культурна столиця України» є надто неоднозначним, тому на це звання претендують і інші міста, (до прикладу), такі як Київ, Одеса, Харків. Проте аналізуючи данні Держкомстату України щодо туристичних потоків, можна майже однозначно впевнитися у першості міста Лева[4].

Аналізуючи результати маркетингових досліджень центру туристичної інформації міста Львова легко помітити, що туристи проводять більшість свого вільного часу у різноманітних львівських кав'ярнях та ресторанах. Така тенденція тримається на перших щаблях уже багато років. Наприклад, за травень 2013 року туристи, які віддали перевагу закладам харчування становлять 70 %, у грудні 2014 року – 77,5 %, з березня по квітень 2015 року – 70,9 %, у вересні-жовтні 2015 року – 82 %, а в червні 2016 року – 76,3 %. Аналізуючи статистичні дані бачимо, що зі 100% усього вільного часу туристи виділяють у середньому 75,3% на відвідування різноманітних кав'ярень та

ресторанів [12]. Тобто основна оцінка про місто та його гостинність, якість обслуговування формується в туристів у закладах харчування.

Розглянемо також результати опитувань щодо оцінки подорожі за 2013-2016 роки [12]. Виявляємо, що зростання гостинності жителів міста не завжди співпадає із зростанням якості обслуговування в закладах харчування, тобто гостинність мешканців міста лише частково впливає на гостинність у закладах харчування. Ми можемо зробити висновок, що гостинність львів'ян та гостинність закладів харчування певним чином пов'язані між собою, проте не є тотожною.

Гостинність жителів міста відмінна від гостинності у сфері туристичного обслуговування тим, що персонал, який спілкується безпосередньо з туристами, не може дозволити собі нехтувати гостинністю в силу дії певних зовнішніх чинників, адже це буде розцінюватися як невиконання професійного обов'язку. Львів'яни можуть бути гостинними або не гостинними за власним бажанням. Працівники ж закладів харчування такого права не мають. Зертаючись до статистики, щоб проаналізувати дані щодо якості обслуговування у закладах харчування та якості харчування загалом можемо спостерігати досить низькі оцінки відносно інших ознак [12].

Дослідивши заклади харчування розуміємо, що більшість з них пропонують майже однаковий склад меню та страв які різняться подачею або деякими елементами декору, складу тощо. Тому власники кав'ярень та ресторанів щоразу шукають щось особливе, щоб запам'ятатися туристу, адже туристи завжди шукають чогось нового та інтригуючого.

Головними ознаками за якими гість може розрізнити заклади харчування є їх тематика, проте з кожним роком стає все складніше вигадати нову та оригінальну специфіку для закладу харчування. Найбільш відомим тематичними закладами Львова є: «Криївка», «Копальня кави», «Дім Легенд», Ресторан «М'яса і справедливості», «Мазох-кафе», «Львівська майстерня шоколаду», «Гасова лампа», «Масонська ложа», «Галицька жидівська кнайпа. Під Золотою Розою», «Лівий берег», «Крива Липа», «Зеник Митник», «Кумпель», Музей-ресторан «Сало», «Хмільний Дім Роберта Домса» тощо. А от найкращими за кухню визнають: «Lemberg Graf», «Старий рояль», «Бачевських», ресторан готелю Citadel Inn «Гармата», «Buon Gusto» та інші [2;14].

У Львові сьогодні створення тематичного закладу харчування з гарною кухнею є недостатнім. Конкурентоспроможність такого закладу значно залежить від гостинності та якості обслуговування. Якість обслуговування безпосередньо впливає на емоційний стан людини під час процесу споживання

їжі, за рахунок чого, якість обслуговування може, як покращити, так і погіршити сприйняття смакових якостей однієї і тієї ж страви.

У місті Львові також проводиться безліч тематичних свят і фестивалів на які приїздить величезна кількість туристів, зокрема, місто організовує значну кількість святкових подій, що стимулюють розвиток гастрономічного туризму. Найкращими прикладами є: фестиваль готельно-ресторанного бізнесу «Ukrainian HoReCa Show», фестиваль барбекю «BBQFest. WinterON», фестиваль вуличної їжі «Street Food So Good», день Глінтвейну, гастрономічний фестиваль «Львів на тарліці», свято Сиру і Вина, міське свято «На каву до Львова» тощо. Такі заходи дозволяють привернути увагу туристів і гостей міста до кулінарних традицій Львівщини. Саме тому, приймаючи величезну кількість гостей місто повинно бути добре підготовлене до їх обслуговування, на якість якого безпосередньо має вплив саме гостинність [14].

Гостинність, як явище, має певний характер «невловимості», адже ми не можемо точно передбачити в який момент воно буде проявлене щодо гостя і чи буде цей момент помічений самим гостем.

Це явище може проявлятися в будь-яких діях працівників. Головними елементами на які орієнтується персонал закладів обслуговування це швидкість та люб'язність. Зазвичай гостинність розуміють під широкою посмішкою та люб'язністю, проте насправді, фальшиві посмішки мало кому сподобаються, тобто усе має бути «щирим» та «насправді». Турист прагне, щоб його прийняли до «родини», що і повинен зробити персонал закладу, тобто створити своєрідну атмосферу між гостем та представниками закладу.

Рівень гостинності також проявляється, коли турист потребує допомоги, а персонал сприймає це лише як зайву роботу або виконує усе «через силу». Саме такі ситуації є показовими у прояві гостинності. Персонал в будь-яких закладах харчування (та й обслуговування в туризмі) на нашу думку, повинен обов'язково розглянути та вирішити додаткові запити своїх гостей, навіть якщо вони лежать поза межами діяльності закладу. У таких випадках персонал не повинен сприймати такі запити як додаткову роботу, а як роботу на позитивний імідж не лише свого закладу, а й цілого міста.

Проте найголовнішим та найскладнішим для персоналу є прояв гостинності у конфліктних ситуаціях. Такі випадки потребують відмінної психологічної стійкості та урівноваженості, адже це стресова ситуація. Навіть маючи значний досвід роботи, підготуватися до нестандартних конфліктів досить важко, тому потрібно мати базове уявлення про способи залагодження таких ситуацій. Курси та тренінги на дану тематику могли б допомогти персоналу у підготовці до стресових ситуацій.

**Висновок.** Львів – це центр культурного життя, не лише для гостей із західних регіонів, а й з усієї України. Значну частку туристичного ринку міста становлять заклади харчування. Велика кількість культурних подій, що відбуваються у Львові і притягують тисячі туристів, пов'язані з розвитком гастрономічного туризму. Це один з видів туризму в якому поняття «гостинності» притаманне найбільше. Сучасний персонал закладів харчування повинен не лише виконувати свою роботу швидко та люб'язно, а й проявляти гостинність і в конфліктних випадках теж, прагнути допомогти у будь-яких ситуаціях.

### Список використаних джерел:

1. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Д. І. Басюк // Наук. пр. НУХТ. – 2012. – № 45. – С. 128-132.
2. Гіржева К. Топ-10 найкращих ресторанів і кафе Львова [Електронний ресурс] / Кіра Гіржева. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://travel.tochka.net/ua/>. – Назва з екрана.
3. Гостинність у контексті соціально-культурних трансформацій ХІХ ст. / В. А. Русавська // Культура України. – 2014. – Вип. 45. – С. 98-107. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ku\\_2014\\_45\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ku_2014_45_14). – Назва з екрана.
4. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. – Назва з екрана.
5. Джон Уокер. Введение в гостеприимство. - Москва: Юнити, 1999.
6. Закон України "Про туризм" (15 вересня 1995р.). – К., 1995.
7. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Навчальний посібник. – Чернівці: Книги-XXI, 2003. – 300 с.
8. Круль Г.Я. Основи готельної справи. Навчальний посібник. - К.: Центр учбової літератури, 2011. – 368 с.
9. Львів культурна столиця України [Електронний ресурс]. – 2008. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.lviv.ua/>. – Назва з екрана.
10. Роглев Х.Й., Мунін Г.Б. Підвищення ефективності управління операційною системою готелю шляхом створення учбово-тренінгового центру // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. – 2003. – №9. – С 121-124.
11. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту Навчальний посібник. – К.: Кондор, 2005. – 408 с.
12. Центр туристичної інформації [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.touristinfo.lviv.ua/>. – Назва з екрана.

13. Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму : підручник / Ф. Ф. Шандор, М. П. Кляп. – К. : Знання, 2013. – 334 с.

14. 16 незвичайних кафе і ресторанів Львова [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://ua.igotoworld.com/ua/>. – Назва з екрана.

**Мисяк О.М.**, студентка

Львівський державний університет  
фізичної культури

## **ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕТНОТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТЕРИТОРІЇ**

Етнотуризм – це вид туризму, який останнім часом набирає популярності на світовому ринку туристичних послуг. Незважаючи на те, що етнічний туризм належить до спеціалізованих видів туристичної діяльності, він водночас є й достатньо популярним для того, щоб у рамках окремих регіонів вважати його масовим.

Як відомо, туризм є ресурсно-орієнтованою сферою діяльності, у якій питання раціонального природокористування відіграють надзвичайно важливу роль, а стан природного та культурного середовища є водночас як ресурсом, так і умовою діяльності, що передбачає досягнення збалансованості їх розвитку.

Для успішного розвитку етнічного туризму, перш за все, потрібна придатна і туристично приваблива територія. Таку привабливість (атрактивність) формують якості і властивості «дестинації», що задовольняють насамперед рекреаційно-пізнавальні потреби споживачів туристичного продукту. Привабливість туристичної території формується при наявності історико-культурного і природного потенціалу і є одним із головних та визначальних у процесі дослідження придатності території для розвитку різних видів туризму.

Туристична придатність території – це сукупність туристичних ресурсів, які розташовані в межах такої території та її можливість надавати туристичні послуги з метою задоволення різноманітних потреб туристів.

Багато науковців сьогодні визначають туристичну придатність за такими показниками як загальний імідж регіону; природно-кліматичні умови для відпочинку та оздоровлення; соціальна стабільність та безпека; транспортна