

Список використаних джерел

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, районування / О.О. Бейдик. – К.: Видавничо-поліграфічний центр „Київський університет”, 2001. – 395 с.
2. А.В.Ефремов. Соображения по экономической оценке пляжей. "Экономика Крыма", №6, 2003, с. 57-60
3. Давидов О.В., Котовський І.М., Зінченко М.О., Сімченко С.В. Аналіз тектонічної зумовленості геоморфологічних умов берегової зони Херсонської області. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія географічні науки, 2017. - Вип. 6. - С. 134-140
4. Сімченко С.В., Давидов О.В. Сучасний стан та перспективи розвитку рекреації в межах морського узбережжя Херсонської області. Регіон - 2017: стратегія оптимального розвитку: матеріали міжнародної науково-практичної (м. Харків, 19-20 вересня 2017 р.). - Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2017.. – 2017. – С. 121–123.
5. Сімченко С. В. Оцінка рекреаційної атрактивності території узбережжя Чорного та Азовського морів у межах Херсонської області / Сергій Валентинович Сімченко. // Рекреаційно-оздоровчий потенціал Півдня України: [зб. наук. праць /ред. Бейдик О.О.]. – Херсон: ПП Вишемирський В.С. – 2013. – С. 92–96.
6. Сімченко С. В. Природно-рекреаційні ресурси території узбережжя Чорного та Азовського морів у межах Херсонської області як один з пріоритетних напрямків розвитку господарства регіону / Сергій Валентинович Сімченко. // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Географічні науки. – 2015. – С. 108–112.

СКОРОБОГАТИЙ І.В.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ, НА ПРИКЛАДІ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ТИПУ “МАКДОНАЛЬДЗ”

MacDonald’s Corporation - американська корпорація, до 2010 р. найбільша в світі мережа ресторанів швидкого харчування. Займає 2-е місце за кількістю ресторанів у всьому світі після ресторанної мережі Subway.

Форма власності: приватна, власність акціонерів. Організаційно - правова форма: транснаціональна корпорація (акціонерне товариство відкритого типу).

Компанія заснована в 1940 році братами Діком і Маком Макдоналд (перший ресторан відкрився в Сан-Бернардіно, Каліфорнія). У 1954 році Рей Крок придбав у братів Макдоналдів право виступати в якості ексклюзивного агента по франчайзингу. 1955 Рей відкрив свій перший ресторан McDonald s в містечку Дес-Плейнз, штат Іллінойс (нині - музей

корпорації) і організував франчайзингову компанію «Макдоналдс Систем, Інк». У 1961 році всі права на компанію були повністю викуплені Кроком. У 1965 році в США працювало понад 700 ресторанів, був проданий мільярдний гамбургер. Перший ресторан за межами США відкрили 1 червня 1967, в Канаді[1].

Україна стала 102-ю країною, де почала розвиватися мережа «МакДональдз». 24 травня 1997 біля ст.м. «Лук'янівська» у Києві відкрився перший ресторан «МакДональдз» у країні. Вся діяльність ресторанів «МакДональдз» здійснюється від імені компанії «МакДональдз Юкрейн Лтд», яка є 100 % власністю «McDonald's Corporation». «МакДональдз Юкрейн Лтд» з часткою 15 % ринку є лідером в своєму сегменті. За 14 років роботи, в інвестування мережі було витрачено \$ 100 млн, в т.ч \$ 5 млн — на соціальні потреби. До кінця 2010 року дизайн і внутрішній вигляд всіх закладів мережі приведено до єдиного зразка. На 2018 рік в 25 містах України діє 88 ресторанів, показано на рисунку 1:

- Київ — 40
- Харків — 9
- Дніпро — 8
- Одеса — 7
- Львів — 5
- Вінниця — 2
- Кривий Ріг — 2
- Запоріжжя — 2
- Бориспіль — 1
- Житомир — 1
- Кременчук — 1
- Миколаїв — 1
- Полтава — 1
- Рівне — 1
- Суми — 1
- Тернопіль — 1
- Херсон — 1
- Чернігів — 1
- Черкаси — 2

Крім того, компанія в 2011 році запустила проект розвитку мережі кав'ярень McSafe. Станом на початок 2013 відкрито 10 кав'ярень (6 у Києві та 4 в регіональних центрах).

Розглядається також можливість відкриття в таких містах, як: Луцьк, Івано-Франківськ, Чернівці, Біла Церква, Бровари[4].



Рис.1 Розташування закладів МакДональдз на території України.

Усе більшої популярності у великих містах набуває мода снідати у ресторанах, а тому деякі заклади починають свою роботу з 6-7 години ранку. Пропонуються як окремі страви, так і комплексні сніданки в українському, французькому, англійському, італійському та американському варіантах. Цю ж тенденцію підтримує і «МакДональдз», де впроваджено меню сніданків з 6 години ранку, а в деяких закладах навіть з 4-ї. Середня ціна сніданку складає 25 – 65 грн. в залежності від закладу[3].

Серед найбільш поширених інновацій у ресторанному бізнесі слід відзначити такі:

Безкоштовний Wi-Fi у закладі;

Використання так званої відкритої кухні (відвідувачі закладу можуть спостерігати за роботою працівників);

Використання QR-кодів. Їх можна розміщувати на будь-яких носіях, починаючи від касових чеків і меню та закінчуючи вивісками й столиками. За допомогою кодів ресторан може сповіщати своїх клієнтів про акції, реалізовувати програми лояльності, влаштовувати інтерактивні опитування та голосування, отримувати відгуки про ресторан від відвідувачів[2].

Також популярною тенденцією в таких закладах є підтримка суспільства. Так, з перших кроків розвитку МакДональдз у 50-х її засновником Реєм Кроком було закладено один із основних принципів компанії — допомога суспільству, де вона працює. Протягом останніх п'яти років компанія спрямувала в Україну понад 3 млн. дол. На підтримку

благодійних акцій та важливих соціальних проєктів. МакДональдз допомагає не тільки столичним дитячим лікарням, школам-інтернатам, товариствам захисту дітей-інвалідів. Так, компанія фінансово підтримала будівництво медамбалаторії в селищі Биківня, дошкільний дитячий будинок у Черкасах, дитячий будинок «Сонечко» в Одесі, здійснив фінансову допомогу дітям Новозаводського району міста Чернігова, які позбавлені батьківського піклування. До дня п'ятої річниці своєї діяльності в Україні МакДональдз придбав ультразвукову діагностичну систему для Київської міської ендокринологічної лікарні. Це найсучасніше обладнання допоможе покращити здоров'я тисячам людей[1].

Література:

1. Крок Р. McDonald's: Как создавалась империя: пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс. 2008.
2. Інновації в ресторанному світі // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://reston.com.ua/topics/8>.
3. Інновації в ресторанному бізнесі // [Електронний ресурс], - Режим доступу: <http://niprondom.com/innovatsii-v-restorannom-biznese>.
4. Замрий Т. Що українці їдять на ходу – тенденції стрит-фуда // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://horeca.ua/articles/la-pizza-espresso3/>.

ТИМОШЕНКО Ю.А.

ВИЗНАЧЕННЯ КУРОРТІВ СКАДОВСЬК ТА ЗАЛІЗНИЙ ПОРТ ЯК ТУРИСТСЬКИХ ДЕСТИНАЦІЙ

В даний час питання підвищення конкурентоспроможності туристської дестинації стають найбільш актуальними. Туристична дестинація є основним елементом туристської системи, без якої не може бути здійснений цикл надання комплексної туристської послуги. Адаже саме туристична дестинація, її імідж приваблює туристів, мотивує візит, таким чином активізуючи всю туристичну систему.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показує, що різні дослідники феномена «дестинація» тлумачать це поняття по-різному, розглядаючи його як явище з різних точок зору. Данський науковець Н. Лейпер характеризує поняття дестинації з геопросторової точки зору, однак підкреслює, що процесом розвитку дестинації необхідно управляти, тобто розглядає її як об'єкт управління [8]. Американській маркетинголог Ф. Пірс трактує дестинацію як місце, де мандрівники можуть отримати різноманітні враження, досвід і емоції [6]. Англійський вчений Дж.