

На відміну від України, кожен, навіть дуже маленький музей у Європі має свою сторінку в Інтернеті. Щоб побачити експонати світової слави, не виходячи з дому, можна відвідати в Інтернеті наступні сторінки, які представлені у табл. 1.

Таблиця 1

Віртуальні музеї та галереї світу

№	Назва	Країна, місто	Інтернет-сторінка
1.	Стара національна галерея	Берлін, Німеччина	www.smb.museum/museen-und-einrichtungen.html
2.	Художня галерея Фріра	Вашингтон, США	www.asia.si.edu/
3.	Колекція Фрік	Нью-Йорк, США	www.frick.org/
4.	Берлінська картинна галерея	Берлін, Німеччина	www.smb.museum/home.html
5.	Музей мистецтва Метрополітен	Нью-Йорк, США	www.metmuseum.org/
6.	Музей королеви Софії	Мадрид, Іспанія	www.museoreinasofia.es/
7.	Музей Кампа	Прага, Чехія	www.museumkampa.cz/
8.	Національна галерея	Лондон, Великобританія	www.nationalgallery.org.uk/
9.	Версальський палац	Франція, Версаль	www.chateauversailles.fr/decouvrir-domaine
10.	Галерея Тейт	Лондон, Великобританія	www.tate.org.uk/visit/tate-britain
11.	Галерея Уффіці	Флоренція, Італія	www.florence-museum.com/
12.	Музей Ван Гога	Амстердам, Нідерланди	www.vangoghmuseum.nl/

Зараз існує величезна кількість різноманітних віртуальних гідів, різноманітні галереї фотографій, а також спеціальні програми, які встановлюють на комп'ютер і завдяки, яким можна «подорожувати». Однією з таких програм є GoogleEarth (Google Планета Земля), яка дозволяє не тільки здійснювати тривимірні подорожі по різних містах, але й побувати всередині безлічі музеїв, галерей мистецтв, соборів і храмів. Google Планета Земля – це безкоштовна програма компанії Google, що поєднує в собі супутникові знімки, мапи, 3D-моделі об'єктів, фотографії та іншу корисну інформацію про нашу планету, її географію, клімат, населення, інфраструктуру населених пунктів тощо. Крім Землі, доступні атласи та інформація про Місяць, Марс та космічний простір навколо Землі [3].

Інтернет також надає можливість побувати в різних куточках земної кулі, де встановлені численні веб-камери, так звані «живі камери». Наприклад, туристичний Інтернет-ресурс «Все страны мира» (<http://www.geosam.ru/>) [4], який дозволяє віртуально відвідати найкращі курорти та міста світу. Встановлюючи веб-камери і транслюючи зображення в Інтернеті, туристичні фірми можуть таким чином приваблювати відвідувачів Інтернету, заохочувати їх відвідати визначені готелі, курорти тощо.

Віртуальні тури мають ряд переваг. Серед основних варто виділити: відсутність туристських формальностей; відсутність несприятливих кліматичних та інших факторів середовища; доступність усім категоріям населення; низька вартість та екологічність.

Віртуальний туризм не зможе повністю замінити справжні подорожі, однак його очевидні переваги перед традиційними туристськими продуктами повинні послужити поштовхом до формування та подальшого розвитку даного туризму.

Список використаних джерел

1. Virtual.ua. Простір можливостей [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://museums.virtual.ua/>.
2. Музейний портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://museum3dtours.com/>.
3. Можливості Google Earth [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://googleearth.org.ua/features>.
4. Туристичний Інтернет-ресурс «Все страны мира» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.geosam.ru/>.
5. Шевчук О.В. До питання про моделі спелеокарстових та спелестокарстових ландшафтів, виникнення віртуального туризму та перспектив використання віртуальних турів у контексті наукових досліджень : Наук. зб. / Ред. кол. : Я. Б. Олійник (відп. ред.) та ін. – К. : Екотур-інфо, 2013. – Вип. 5. – 152с.

Ждан В.О., асистент кафедри технології і організації ресторанного господарства, заступник декана з виховної роботи ФРГТБ КНТЕУ
Туник О.М., студент КНТЕУ

ТРЕНДИ У ХАРЧУВАННІ ДІТЕЙ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Пріоритетним напрямком розвитку сучасних закладів ресторанного господарства є інноваційний підхід до організації харчування та технології приготування страв для дітей. Профіль ресторанів все частіше визначається його концепцією, яка характеризує його імідж, пов'язаний з певним ринковим сегментом: повсякденний, дитячий, етнічний і т.д.

Споживачі дитячого сегменту висувають все більш жорсткі вимоги до якості продуктів дитячого харчування та технології їх приготування. Вирішальними чинниками, які впливають на вибір споживачів є: інгредієнти, які використовують для приготування страв; безпечність продуктів; гіпоалергенність; збагачення вітамінами і корисними речовинами [1].

Можна виокремити такі основні тренди, які сформувалися у світі щодо страв дитячого харчування в закладах ресторанного господарства:

- органічність;
- екологічність;
- натуральність;
- раціональність та корисність;
- дієтичність;
- функціональність;
- нестандартність та оригінальність подачі.

Інноваційні технології дозволяють створювати «розумні» ресторани та підбирати компоненти страв або скласти індивідуальне меню, для конкретного споживача послуг – дитини, в залежності від його фізіологічних потреб [2].

Основа здорового харчування – збалансований раціон зі всіма харчовими речовинами. Проте в результаті технологічної обробки, використання неякісної сировини, впливу інших факторів організм людини не отримує необхідної кількості незамінних компонентів. Один із способів усунути цей дефіцит, підвищити стійкість організму до несприятливих факторів навколишнього середовища – систематичне вживання продуктів харчування, збагачених комплексом біологічно активних добавок з широким спектром терапевтичної дії. Такі збагачені продукти харчування називають функціональними, а харчування – функціональним.

Харчування дітей у школі або в ЗРГ має велике значення для правильного розвитку дитини. Для цього в кожній школі повинні бути організовані буфети. Сніданки для школярів організують шляхом доставки гарячої їжі в термосах з поблизу розташованих їдальнь, ресторанів і чайних та продажу холодних страв, закусок та кондитерських виробів в буфетах. Все більшої популярності серед дітей набувають – «ланч бокси» та комплексні обіди, на які перелаштовуються багато світових закладів ресторанного господарства при обслуговуванні дітей.

Сьогодні серед дітей досить поширеними закладами ресторанного господарства є «фастфуди», продукція виготовлена в яких лише наносить шкоду молодому організму дитини. На противагу звичним «фастфудам» можна поставити «корисні фастфуди» – заклади швидкого харчування, які використовують натуральні продукти, свіжі овочі, житній хліб та здорову альтернативу картопляним чіпсам – натуральні фруктові й овочеві чіпси.

Отже, на ринку ресторанного господарства сформувався ряд трендів, які впливають на пропозицію споживчого ринку дитячого харчування. Тому заклади ресторанного господарства, які обслуговують дітей, у зв'язку з пришвидшенням темпів науково-технічного прогресу і появою ряду інноваційних технологій мають постійно удосконалювати свої страви, а також технічно оновлювати матеріальну базу. Діти від цих новацій отримуватимуть більш якісну та корисну продукцію.

Список використаних джерел

1. Перша міжнародна спеціалізована науково-практична конференція «Дитяче харчування: перспективи розвитку та інноваційні технології» в рамках XVII Міжнародного Форуму товарів і послуг для дітей «BABY EXPO»: Збірник праць Першої міжнародної спеціалізованої науково-практичної конференції. – Київ: 2013, 203 с.

2. Taking Your Baby to a Restaurant. – Режим доступу: <http://www.homemade-baby-food-recipes.com>

Жученко В.Г., к.е.н.,
доцент кафедри туризму та рекреації КНТЕУ

ОСОБЛИВОСТІ СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

В умовах конкурентних відносин важливе місце у процесах виробництва та розподілу будь-якого продукту, і, зокрема, туристичного, займають маркетингові заходи.

Маркетинг у сфері послуг - це процес планування і втілення задуму, ціноутворення, просування і реалізації послуг, орієнтований на виявлення специфічних потреб клієнтів. Він покликаний допомогти клієнтам оцінити послуги фірми і зробити правильний вибір.

П. Друкер писав: «Мета маркетингу - зробити зусилля по збуту непотрібними. Його мета - так добре вивчити і зрозуміти клієнта, що товар або послуга будуть точно підходити до клієнта й продавати себе самі» [4, с. 42].