

Практичне застосування описаних інноваційних методів просування туристичних продуктів не потребує значних затрат, а тому є важливим кроком на шляху подолання кризи туристичної галузі в Україні. Однак, їх швидка реалізація потребує налагодження ефективного державно-приватного партнерства, кооперації та інтеграції суб'єктів туристичної діяльності.

Література

1. Бабич Ю. П., Примак Т. Ю. Сучасні методи просування та стимулювання збуту туристичних продуктів за допомогою соціальних мереж. *Економіка і суспільство*. 2020. Вип. 22. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/131> (дата звернення: 07.03.2023).
2. Калініченко С. М., Омельченко Г. Ю., Крупіца І. В., Грібіник А. В., Грищенко Н. В. Туристичні інновації та їх роль у підвищенні конкурентних переваг туристичного продукту. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2021. Том 6. № 3. С. 266–272.
3. Ковальчук О. Інструменти просування регіонального туристичного бренду. І Міжнародна науково-практична конференція «Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи» 2020. С. 118–119. URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/201214> (дата звернення: 09.03.2023).
4. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. К.: Знання. 2008. 664 с.
5. Про туризм. Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР URL: <https://ips.ligazakon.net/document/TM036418> (дата звернення: 03.03.2023).
6. Розумні рішення для бізнесу. URL: <https://go-tou.com/ua/business> (дата звернення: 11.03.2023).
7. Чому в кожному готелі повинна бути зарядна станція для електромобілів. URL: <https://go-tou.com/ua/news/hotel-charging-stations-benefits-for-ev-drivers-and-business-owners> (дата звернення: 12.03.2023).

hanna.kucheriava@knlu.edu.ua

Кучерява Г. О.

кандидат географічних наук, доцент

Київський національний лінгвістичний університет, Україна

МІСЦЕ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ У ВІДНОВЛЕННІ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ

Анотація. Розглянуто гастрономічний туризм як інструмент пізнання традицій, звичаїв, культурної спадщини країн і регіонів. Визначено місце гастрономічного туризму у відновленні туристичної сфери України.

Ключові слова: туризм, гастрономічний туризм, гастрономічна культура, кулінарні традиції та фестивалі.

Туризм в Україні за останні роки зазнав значних втрат, що викликано наслідками світової пандемії коронавірусу та війною, що триває. Сьогодні деякі туристичні компанії призупинили свою діяльність, інші — переорієнтувалися на волонтерство, використовуючи власні ресурси для організації постачання гуманітарної допомоги з-за кордону, евакуації біженців тощо. За даними Державного агентства розвитку туризму, надходження від туристичної галузі України до державного бюджету скоротилися у 2022 році на 31 %, а загальна кількість платників податків, які займаються туристичною діяльністю, зменшилася за рік на 17 % [1].

Водночас, інтерес іноземців до України сьогодні зріс у рази. Мільйони людей по всьому світу підтримують українців. Вони цікавляться українською історико-культурною спадщиною, традиціями, національними цінностями. Вже зараз в українських містах з'являються іноземні туристи.

Досвід країн, які пережили війну, свідчить, що туристичні потоки у післявоєнний період значно збільшуються. Це стосується як внутрішнього, так і з'їзного туризму. Відтак, регіонам вже сьогодні слід розглядати пріоритетні види туризму, які відіграватимуть у цьому процесі

провідну роль, працювати над визначенням конкурентних переваг туристичної привабливості. Індустрія туризму матиме значний потенціал у відновленні економіки регіонів та країни в цілому після Перемоги України у цій війні.

Стратегічна мета розвитку туризму в Україні полягає у створенні туристичного продукту, спрямованого на всебічне задоволення потреб і запитів туристів, конкурентоспроможного на внутрішньому та міжнародному туристичному ринках. Одним з видів туризму, що активно розвивався останнім часом і набув популярності серед туристів є гастрономічний туризм. Цей вид туризму має значні перспективи розвитку в контексті відновлення туристичної галузі України у повоєнні часи, а організація гастрономічних турів сприятиме відродженню та популяризації українських культурних традицій.

Відомо, що близько 80 % мандрівників планують свою подорож з урахуванням гастрономічних подій та особливостей місцевої кухні, та спрямовують понад 30 % загальних витрат у поїздці на харчування як базову потребу людини. Отже, гастрономічний туризм слід розглядати як рушійну силу, що здатна пожвавити туристичну діяльність як у популярних туристичних дестинаціях, так і у периферійних регіонах, незалежно від наявності на їх території тих чи тих атрактивних туристичних об'єктів.

Гастрономічний туризм за своєю суттю передбачає ознайомлення з технологіями приготування місцевої продукції, історією та традиціями її споживання та, власне, отримання задоволення від куштування національних страв тієї чи іншої країни. Крім цього, туристи беруть участь у кулінарних фестивалях та майстер-класах, ознайомлюються із секретами національної рецептури, долучаються до приготування національних страв тощо.

Основними об'єктами гастрономічного туризму є країни з їх культурною привабливістю; регіони, які відомі продуктами, виготовленими на їхній території; промислові підприємства та їхня кулінарна продукція; установи, що пропонують програми удосконалення кулінарних умінь і навичок; ресторани з ексклюзивним меню, що розкриває специфічні риси території, а також гастрономічні фестивалі, ярмарки, кваліфіковані кухарські конкурси тощо.

Серед ключових особливостей гастрономічного туризму, що надають йому певної специфіки в структурі туристичних послуг, слід виділити:

- наявність ресурсів для розвитку гастрономічного туризму в будь-якій країні чи регіоні;
- відсутність чиннику сезонності у розвитку гастрономічного туризму;
- гастрономічний туризм виступає стимулюючим чинником у виробництві продовольчих товарів місцевих господарств [2].

Гастрономічний туризм у той чи той спосіб є складовою інших видів туризму, зокрема культурно-пізнавального, сільського, ділового, подієвого, освітнього тощо.

Так, ознайомлення з культурою та звичаями населення відбувається через національну кухню, традиції подачі страв і їх споживання, національні костюми та іншу атрибутику, що є одним із завдань культурно-пізнавального туризму. Досвід розвитку туризму в світі вказує на те, що для туристів усе більшого значення набувають отримані під час подорожі нові знання та враження, аніж матеріальні блага.

Сільський туризм передбачає тимчасове проживання у сільській місцевості, збір сільсько-господарських культур, приготування традиційних страв за місцевими рецептами. Нерідко туристи беруть участь в етнофестивалях, програмою яких передбачено приготування та куштування місцевих страв, що є значущим елементом культурної спадщини.

Складові гастрономічного туризму все частіше можна простежити в бізнес-турах, під час яких туристи відвідують не лише підприємства чи організації, а й різноманітні заклади харчування з метою ознайомлення з традиціями нових місць шляхом занурення в особливості місцевої кухні.

Відвідування гастрономічних фестивалів є метою подієвого туризму. Нерідко саме участь у фестивалі виступає мотивом для подорожі в певну країну чи регіон. Освітній гастротуризм пов'язаний із навчанням у кулінарних закладах, проходженням професійних курсів, набуттям нових навичок і вмінь, тому має переважно професійну спрямованість [3].

Гастрономічний туризм може бути як самостійним видом туризму, так і доповнювати інші туристичні продукти, надаючи їм унікальності та підвищуючи їх конкурентоспроможність. Будь-який турист потребує задоволення основних фізіологічних потреб, пов'язаних з харчуванням. А перебуваючи у нових місцях значно цікавіше спробувати ті страви, які розкриваються традиції та колорит місцевості, підкреслюють її гастрономічну культуру.

Варто зазначити, що українська гастрономічна культура як соціальний феномен має яскраво виражені властивості та особливості. Вітчизняній культурі харчування притаманні неповторні звичаї, окремі харчові заборони та обмеження, а приготування та споживання деяких традиційних українських страв пов'язано з певними соціальними подіями та урочистостями. У цьому аспекті не можливо не згадати наявні сталі національні кулінарні прихильності. До суто вітчизняних страв відносять вироби зі звичайного бездріжджового тіста — вареники, галушки, гречаники, коржі вергуни. Ці страви не є занадто важкими у приготуванні, проте доволі довго зберігаються та надають відчуття тривалої ситості. Відтак набули популярності серед українців та є улюбленими стравами іноземних туристів [4].

Відомими за межами України стали гастрономічні фестивалі, що базуються на популяризації вказаних страв. Так, у Полтаві традиційним було «Свято Полтавської галушки». І хоча галушки вживали по усій території України, саме в Полтаві вони вважаються найголовнішою місцевою стравою. У місті встановлений також пам'ятний знак полтавській галушці, що символізує достаток і добробут родини, а сам символ галушки має сакральне значення.

Слід згадати також «Фестиваль дерунів» у м. Коростень Житомирської області. Цей міжнародний фестиваль, який був щорічною масовою подією у місті, радо відвідували туристи з інших регіонів України та іноземні гості. Програма фестивалю включала не лише приготування та частування дерунами відвідувачів, а й ряд культурних заходів.

Крім цього, особливе місце в українській кухні належить першим стравам. Найбільшої популярності набув український борщ, який є одним з небагатьох кулінарних артефактів, який витримав випробування упродовж століть. Фахівці виокремлюють різні його рецепти, можна знайти відомості про понад десять варіантів, а також існують його різноманітні пісні аналоги [4]. У м. Борщів Тернопільської області традиційним був гастрономічний фестиваль «БОРЩ'їв», який проходив одночасно з Всеукраїнським фольклорно-мистецьким фестивалем «Борщівська вишиванка». І це лише кілька прикладів успішних гастрономічних фестивалів, що відбувалися на території України у довоєнні часи.

Варто підкреслити, що українська кухня, за твердженнями вітчизняних експертів у галузі гастрономії, чітко ідентифікується серед інших аналогів. Українські страви є своєрідними символами, які несуть позитивний заряд. Їх реклама та популяризація у світі сприятиме гастрономічній впізнаваності країни та розвитку гастрономічного туризму.

Отже, зростання ринку гастрономічного туризму є сучасною світовою тенденцією. Основою його розвитку є конкретний продукт і місцева гастрономічна культура країн і регіонів. Національна кухня є складовою відображення способу життя, традицій, культури, світогляду народу. Відтак гастрономічний туризм виступає одним із допоміжних інструментів у пізнанні культурної спадщини країни та її регіонів. Ретельне вивчення основних світових тенденцій розвитку гастрономічного туризму дозволить використовувати найкращі практики у розбудові вітчизняного ринку гастрономічних послуг. Це сприятиме формуванню унікального національного туристичного продукту та збільшенню туристичних потоків.

Для подальшого розвитку гастрономічного туризму в Україні необхідним є всебічне дослідження гастрономічних ресурсів регіонів і їх висвітлення на інформаційних платформах, у соціальних мережах; інформування потенційних туристів про календар гастрономічних подій; включення гастрономічного туризму в стратегії туристичного брендингу регіонів. Окрему увагу варто приділити українській гастрономічній ідентифікації в світі, яка має бути предметом національної гордості та мотивом для організації подорожі іноземних туристів до України.

Література

1. Державне агентство розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua>
2. Корнілова В. В., & Корнілова Н. В. (2018). Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. Ефективна економіка, http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2018/37.pdf
3. Красовський С. О. (2021). Гастрономічний туризм як актуальний тренд сучасної культури. Питання культурології, (37), с. 169–180.
4. Ніколенко В. В. (2016). Українська гастрономічна культура як соціальний феномен. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи», (36), с. 75–81.

v.lysyana@knute.edu.ua

Лисяна В. О.

*здобувачка доктора філософії І курсу кафедри
туризму та рекреації, ДТЕУ, Україна*

ЦИФРОВІЗАЦІЯ СУЧАСНОЇ ПРОПОЗИЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

Анотація. У даному дослідженні систематизовано ключові фактори, що впливають на лояльність туриста з точки зору цифровізаційного елемента та узагальнили діджитал кроки адаптивності організаторів туристичних послуг до змін тенденцій ринку. Також досліджено та наведено приклади інструментів інноваційного змісту, що можуть бути застосовані в туризмі.

Ключові слова: цифровізація, штучний інтелект, віртуальна реальність, персоніфікація, мобільні бронювання

Сучасний рівень технологізації процесів виробництва та обслуговування в туризмі дає всі можливості для вирішення проблемних точок ведення бізнес-діяльності, при цьому відповідаючи стрімко зростаючим потребам сучасного споживача. Оскільки інформаційно-комунікаційні технології набули глобального значення, туризм перебуває у прямій залежності від запровадження нових технологій у своїй діяльності. Згадаймо основа сучасного резурвування послуг — комп'ютерні систем бронювання, або КСБ (Computer Reservation System), які перш за все дозволили авіакомпаніям ще в 60-ті роки XX ст. перейти від ручної обробки заявок з різноманітних каналів до автоматизованої системи, на прикладі American Airlines та United Airlines. Згодом дана тенденція поширилась на всю сферу туризму, пропонуючи на ринку системні продукти Galileo, Amadeus, Sabre і Apollo.

Бажання мандрівників отримати унікальні враження, швидкий глобальний технологічний бум, нестабільність кліматичних умов та інші позитивні та негативні фактори розвитку змушують індустрію подорожей і туризму постійно змінюватись та адаптуватись до нових викликів. Компанії повинні зосередити увагу на нових можливостях, починаючи від подорожей, що персоніфікують досвід, і закінчуючи автоматизацією пропозиції.

Наше дослідження узагальнюють сучасні кроки цифрової зміни туристичної пропозиції. Рольта значущість цифрових технологій в туризмі важко переоцінити. Так, у вересні 2022 року в рамках Tourism Expo Japan 2022 було визначено перспективним напрямом цифровізації та інновативність у туризмі як інструмент для прискорення відновлення туризму після руйнівних ковідних наслідків [8]. Ще один меседж сьогодення: цифровий фон повинен постійно оновлюватись за рахунок впровадження інновацій та створювати нові можливості для бізнесу, щоб забезпечити постійну конкурентоспроможність, зростання та сталий розвиток сектора.

З урахуванням динамічності процесів цифровізації, ми пропонуємо на основі запропонованої нами схеми створення лояльності сучасного туриста розглянути можливі напрями поліпшення процесів ідентифікації та збуту турпродукту (рис. 1).