

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЗМІСТУ ОСВІТИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРИ
WYŻSZA SZKOŁA TURYSTYKI I JĘZYKÓW OBcych W WARSZAWIE (WSTIJO)
(РЕСПУБЛІКА ПОЛЬЩА)
EMBASSY OF HUNGARY, DEPARTMENT OF ECONOMIC AFFAIRS (УГОРЩИНА)
WYŻSZA SZKOŁA TURYSTYKI I EKOLOGII
(РЕСПУБЛІКА ПОЛЬЩА)
МІЖНАРОДНА ТОРГІВЕЛЬНА ПАЛАТА ІСС UKRAINE
ФАКУЛЬТЕТ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО
І ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ**

ГОСТИННІСТЬ, СЕРВІС, ТУРИЗМ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

VIII МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

8-9 квітня 2021 рік

Реєстрація Міністерства освіти і науки України
Лист № 22-1/10-2175 від 20.10.2020

Тези доповідей

КИЇВ 2021

УДК 640.43+379.851+330.341.1

Г 725

*Друкується за рішенням Вченої ради
Київського національного університету культури і мистецтв
(протокол № 10 від 22 березня 2021 р.)*

Г 725 Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації : тези доповідей VIII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., Київ, 8-9 квіт., 2021 р. / М-во освіти і науки України; Інститут модернізації змісту освіти; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв ; Київ. ун-т культури ; Ф-т готельно-ресторанного і турист. бізнесу. – Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2021. – 350 с.

ISBN 978-966-602-325-7

Збірник містить наукові тези VIII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Гостинність, сервіс, туризм : досвід, проблеми, інновації», яка відбулася 8-9 квітня 2021 р. на базі Міжнародної Торговельної Палати ICC Ukraine, Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych w Warszawie (WSTiJO) (Республіка Польща), EMBASSY OF HUNGARY – HUNGARIAN TOURISM Information Office (Угорщина), Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii (Республіка Польща), Мережі еко-ресторанів «Батьківська хата», Асоціації кулінарів України, Асоціації сомельє України, Сім'ї ресторанів Дмитра Борисова. Матеріали містять певні підсумки наукових досліджень провідних учених України та країн-учасниць конференції, а також доробки докторантів, аспірантів, магістрантів та будуть цікавими й корисними для широкої наукової громадськості, фахівців готельно-ресторанного і туристичного бізнесу та соціокультурної сфери, викладачів, аспірантів, студентів.

Матеріали подано в авторській редакції

ISBN 978-966-602-325-7

© Київський національний університет
культури і мистецтв, 2021
© Автори тез, 2021

*Фастовець О.О., кандидат педагогічних наук,
доцент, доцент кафедри туризму,
Національний університет
фізичного виховання та спорту України,
Київ, Україна*

СУЧАСНІ НАПРЯМИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ ТУРПРОДУКТУ

Слід зазначити, що туризм є одним з секторів, що значно постраждав від кризи COVID-19. Внаслідок закриття кордонів між державами та обмеження пересування всередині країн у 2020 р. на 70 % скоротилася кількість міжнародних поїздок. Відновлення сфери туризму розпочалося завдяки активізації саме внутрішнього туризму.

Серед основних трендів у розвитку туризму: можливості комбінування місцевостей в межах однієї країни (відвідати гірську або сільську місцевість та морське узбережжя); короткотермінові подорожі, які в умовах недостатньої кількості вільного часу та обмеженого бюджету туристи намагаються здійснювати короткі 2-3 денні поїздки, проте подорожують частіше, кілька разів на рік замість одного тривалого відпочинку; зростання чисельності ваганів та вегетаріанців, обумовили підвищення попиту на послуги ресторанів з повноцінним харчуванням, без продуктів тваринного походження [1]

В цьому контексті значні перспективи на внутрішньому ринку має гастротуризм, розвиток якого можливий як в сільській місцевості, так і містах, під час нетривалих поїздок. Під гастротуризмом прийнято розуміти подорож до певного регіону, що передбачає відвідання первинних або вторинних виробників продуктів, гастрономічних фестивалів, ярмарок, фермерських ринків, кулінарних шоу та демонстрацій, дегустацію якісних страв та напоїв. Як правило під час гастрономічного маршруту відбувається відвідання ресторанів національної кухні, знайомства з рецептурою, участь в приготуванні національних страв.

Гастрономічний туризм відноситься до спеціалізованих видів туризму та має наступні ознаки: немасовий, достатньо рідкісний вид туризму; працездатний по створенню кінцевого продукту; капіталомісткий вид туризму; такі тури поєднують ознаки різних видів туризму; можливе використання нетрадиційних джерел фінансування.

Місцева кухня та локальні продукти, гастрономія та подорожі, пов'язані з дегустацією місцевих вин і напоїв виступають перспективним сегментом туристичної сфери який необхідно активно використовувати для стимулювання попиту. В Україні розвиток гастротурів найактивніше відбувається на території Одеської, Херсонської, Закарпатської областей. Відбувається активне формування національних гастрономічних маршрутів, таких як Закарпатський винний шлях, Дорога смаку та вина Бесарабії, Зелений шлях Херсонщини, які об'єднують представників крафтових виробництв, фермерських господарств, ресторанів та тур фірм. Першопрохідцями у

еногастрономічних маршрутах стала «Дорога вина та смаку української Бесарабії до якої увійшло більше 20 виробників продуктів Одеського регіону. Було створено більше 800 км туристичного маршруту.

У 2021 р. Чернігівщина приєдналася до реалізації цього проекту. Оцінивши стан туристичної інфраструктури в області було запропоновано близько 50 позицій. Це і «Ніжинський огірок», велика кількість сироварень та виробників молочної продукції. Розвиток цього виду туризму сприятиме розвитку сільських територій Чернігівщини.

Зазначимо, що гастрономічні тури були запропоновано і Reikartz Travel Ukraine – спеціалізований «Винний тур Закарпаттям». Це не традиційне відвідання історичних атракцій та включення дегустацій під час відвідання підприємств, розташованих в географічній близькості від місця поселення групи. Подібні програми є традиційними на туристичному ринку Закарпаття. Це спеціально розроблений маршрут, що включає: тематичну вечерю у супроводі сомельє та розповідь про культуру вина, нюанси його вибору та поєднання зі стравами; відвідання виноробні «Тнрруар» з дегустацією вина; анімаційну програму на тему вина та виноробства; майстер-клас з приготування напоїв на основі вина; відвідання виноробні «Чизай» з дегустацією вина та музею винороба Чиза; вечерю зі сліпою дегустацією українських вин.

Традиційні страви української кухні (борщ, вареники) які можливо спробувати під час обіду є досить незвичним для іноземних туристів, проте користується популярністю різні варіації котлети по-київські. В селищі Опішня Полтавської області етнологія Олена Щербань відкрила перший в Україні музей звареного борщу, де готують традиційну українську страву за 365 рецептами.

Зараз в Україні активно відновлюються старі рецепти старі рецепти із застосуванням нових інгредієнтів, сучасного хмелю, який дає побічний ефект у вигляді смаку квітів хвої або цитруса. У Києві винайшли інноваційний кавовий напій, який називається Flat red. Це еспресо з гранатовим фрешем і соком сицилійського апельсина. В м. Києві, в туристичному районі Поділ сконцентрована велика кількість невеликих кафе та ресторанчиків, де частково збереглися традиції тієї кухні, до якої свою лепту внесли євреї, греки, молдовани, німці, які в різний час там жили. Це дуже позначилося на подільській кухні. Припустимо, перепелині яйця, копчені на сіні або шніцель із дивовижними додатками, соусами. На лівому березі можна робити окремий пивний тур броварнями. Тут є кілька виробництв, які можна відвідати, спробувати [2].

Компанія «Тури по ресторанах Києва з Олексієм Волковим» отримала звання Culinary Tour Company of the Year in Ukraine за підсумками глобальної премії Travel & Hospitality Awards. Також в 2020 р була створена Асоціація гастрономічного туризму буде корисна всім учасникам туристичного ринку: тим, хто надає послуги, і тим, хто їх споживає.

Отже гастротуризм є перспективним напрямом диверсифікації пропозицій спеціалізованих регіональних тематичних турів та екскурсій, пов'язаних з ознайомленням туристів з оригінальними технологіями організації

місцевого харчування, виробництва продуктів харчування та напоїв, а також і традицій їх споживання, засвоєння навичок кулінарного мистецтва, участі у фестивалях і тематичних культурних заходах.

Спільна робота фахівців з еногастрономії та туризмології з розробки, експлуатації та маркетингу призведе до збільшення туристичного потоку та розвитку регіонального співробітництва, більш тісних зв'язків між народами Європи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Тренди в туризмі – 2020. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://vitiana.com/trendy-v-turizma-2020>.
2. Крафтове пиво та і Flat red. Чим можуть здивувати гастротури Києвом. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://nv.ua/ukr/kyiv/kotleta-po-kijivski-kava-i-borsukoviy-sup-chim-zdivuyut-gastroturi-po-kiyevu-nov>

*Шевелюк М.М., аспірант,
Київський національний університет
культури і мистецтв,
Київ, Україна*

НОВІТНІ ІТ-ТЕХНОЛОГІЇ І ЦИФРОВІЗАЦІЯ В СФЕРІ ТУРИЗМУ: ОГЛЯД ОСНОВНИХ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ

Сьогодні туризм – не просто потужна галузь з торгівлі послугами, це глобальний комп'ютеризований бізнес, в якому беруть участь великі авіакомпанії, комплекси готелів і туристичні фірми усього світу. Саме завдяки інформаційним технологіям (ІТ) туристичний продукт стає більш індивідуальним, більш доступним і гнучким для кожного споживача.

ІТ-рішення знайшли своє застосування для туроператорів і готельєрів, а також для мандрівників. Наприклад, VR-технології дають змогу подорожувати, не виходячи з дому – багато туроператорів пропонують відвідати «цифрові» знакові місця, причому у віртуальних турах користувача супроводжує персональний гід, який розповідає про визначні пам'ятки. Світова популярність такого виду проведення часу підтверджує тезу, що мандрівка тривимірним світом може бути не менш цікавою, ніж реальним.

При виборі туристичної компанії її офіс можна відвідати за допомогою AR-додатку, – так можна переглянути інтер'єр у номерах готелю і потім обрати підходящий. Ще у 2016 році такі великі готельні мережі, як Marriott, Best Western, Holiday Inn, Express & Carlson Rezidor Hotel Group, почали впроваджувати віртуальну реальність у свої бізнес-процеси, зокрема на своїх сайтах демонстрували клієнтам готельні номери та інфраструктуру. У Стокгольмі з'явилися хостели з автоматизованим чек-іном / чек-аутом. При перегляді VR-презентації клієнти отримують більш яскраві враження, ніж від