

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ
ІМЕНІ ІВАНА БОБЕРСЬКОГО
ДЕПАРТАМЕНТ МАРКЕТИНГУ МІСТА ТА ТУРИЗМУ ВІННИЦЬКОЇ
МІСЬКОЇ РАДИ**



ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

**ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-
КОНФЕРЕНЦІЇ**

До 55-річчя Вінницького торговельно-економічного інституту ДТЕУ

**«ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ: СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ
ТА ТРЕНДИ РОЗВИТКУ»**

19 жовтня 2023 року

Вінниця – 2023

УДК 338.488.2:640.4

Індустрія гостинності: стан, тенденції та тренди розвитку: збірник наукових праць Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2023.

У збірнику наукових праць Всеукраїнської науково-практичної конференції досліджуються проблеми та перспективи розвитку індустрії гостинності в умовах глобальних викликів, аналізуються стратегічні орієнтири розвитку менеджменту та маркетингу в індустрії гостинності, висвітлюються тенденції та тренди розвитку національного та міжнародного туристичного ринку в контексті сталого розвитку України, а також проаналізовано сучасні інноваційні технології в сфері ресторанного господарства.

Розраховано на науковців, викладачів, аспірантів, провідних фахівців сфери гостинності та туризму.

Редакційна колегія:

Голова редакційної колегії – **Гирич Сергій**, канд. техн. наук, доцент.

Відповідальний секретар – **Чорна Наталія**, д-р істор. наук, професор.

Члени редакційної колегії:

Кізіун Алла, канд. географ. наук, доцент;

Мазуркевич Ірина, канд. екон. наук;

Постова Валентина, канд. екон. наук;

Онищук Наталя, канд. екон. наук, доцент;

Семко Тетяна, канд. техн. наук, доцент;

Бондар Сусанна, начальник відділу наукової роботи та міжнародної співпраці.

Відповідальність за достовірність даних, статистичної інформації, власних імен, цитат та інших відомостей, наданих у рукописах, несуть автори публікацій.

Паска Марія

доктор ветеринарних наук, професор, завідувач кафедри
готельно-ресторанного бізнесу

Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського

**СУЧАСНІ КУЛІНАРНІ ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇХ
ВИКОРИСТАННЯ У РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....86**

**ТЕНДЕНЦІ ТА ТРЕНДИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО
ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ**

Кізюн Алла

кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри туризму та
готельно-ресторанної справи

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

**ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ
ЯК ФАКТОР РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ.....94**

Коваленко Олександр

кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри туризму
Сумський національний аграрний університет

Єпик Лариса

кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри туризму

Сумський національний аграрний університет

**АНАЛІЗ КЛЮЧОВИХ ТРЕНДІВ У СФЕРІ МІЖНАРОДНИХ
ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ.....102**

Подпіснєв Денис

асистент кафедри туризму

Національний транспортний університет

**ТУРИСТИЧНА ПОЛІЦІЯ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ
ТА ІЯЛЬНОСТІ.....110**

Чорна Наталія

доктор історичних наук, професор, завідувач кафедри туризму та
готельно-ресторанної справи

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

**МІСТА ЯК ВАЖЛИВІ ЦЕНТРИ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО
ТУРИЗМУ.....116**

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Коротун Сергій

кандидат географічних наук, доцент, завідувач кафедри туризму та
готельно-ресторанної справи

Національний університет водного господарства та природокористування

Чорна Наталія, д-р.істор.наук, професор

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-6709-6364>

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

МІСТА ЯК ВАЖЛИВІ ЦЕНТРИ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

У статті розглянуто туристичні ресурси міст, наявність яких закладає передумови для перетворення останніх у центри культурно-пізнавального туризму. Окрім історико-культурної спадщини, такими ресурсами, на наш погляд, є місцева кухня та заклади ресторанного господарства, базари та ринки, кладовища та меморіали, ін.

Ключові слова: міста, туристичні центри, туристичні об'єкти, культурно-пізнавальний туризм.

Постановка проблеми. У книзі Крістофера Ло «Міський туризм» (2002 р.) зазначено, що основною причиною, у зв'язку з якою туристи відвідують міста, є прагнення познайомитися з наявними у них культурними, спортивними, розважальними, іншими об'єктами, а також, звісно, відпочити.

Міські атракції у кожному місті різні і суттєво відрізняються між собою у випадку історичних центрів та курортних поселень, імперських столиць та провінційних містечок [1].

Частіше за все туристи потребують «високого» або «низького», інколи – усього й одразу. Під «високим» мається на увазі історико-культурна спадщина, мистецькі цінності, духовні центри, під «низьким» – вулиці з вуличною їжею, квартали з точками продажу легких наркотиків, розважальні заклади типу кабаре, місця з сумнівною історією («бандитські» райони) тощо. І те, й інше слід споживати дозовано.

У містах із потужною історико-культурною спадщиною немає дефіциту «високих» атракцій, водночас ті із них, які не мають таких ресурсів, але мають на меті розвивати туризм, працюють над осучасненням існуючих ресурсів та їх популяризацією (наприклад, шляхом впровадження у діяльність музеїв інновацій та інтерактивних технологій) [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Звернення до наукового доробку попередників (О. Бейдик, В. Гуляєв, А. Дурович, О. Любіцева, Г. Марсель, А. Оло, Ф. Депре, Ж. Фереоль) засвідчило, що стан та перспективи розвитку культурно-пізнавального туризму у містах більшість із них розглядає крізь призму історико-культурної спадщини. Відповідно, решта ресурсів, які відіграють важливу роль у становленні міст як центрів культурно-пізнавального туризму, до уваги беруться значно рідше.

У зв'язку з зазначеним, метою статті є осмислення міст як центрів культурно-пізнавального туризму з характерними їм ресурсами.

Виклад основного матеріалу. Окрім історико-культурної спадщини, якою багаті багато міст України та світу, їм характерні також інші ресурси, наявність яких забезпечує перетворення міст у центри культурно-пізнавального туризму [3].

Одним із таких ресурсів, поза сумнівом, є місцева кухня та місцеві заклади ресторанного господарства, як мішленівськими, так і вуличною їжею та фаст-фудом. Мішленівські зірки – певною мірою міфічна, сакральна цінність ресторану. Їх отримання чи втрата впливає на місце ресторану у численних гастрономічних рейтингах. Та, насправді, отримання мішленівської зірки зовсім не гарантує комерційний успіх ресторану, часто навпаки, може призвести до його закриття. Тому чи потрібно в міському турі зважати на мішленівські зірки ресторанів? Навряд чи. Але як окрема атракція в окремих турах це може мати сенс. Водночас, відвідування фастфудів не означає автоматичне зниження статусу туру, віднесення його до категорії «дешевих». Так, до прикладу, далеко не всі мережеві заклади (наприклад, Starbucks) представлені в Україні, тому включення до програми місцевої мережі швидкого харчування може стати «родзинкою» туру. Аналогічною є ситуація з різними містами України (приміром, відома мережа «Пуза хата» є в Києві та лише в деяких обласних центрах).

Натомість окремі ресторани, бари, кав'ярні є справжніми туристичними атракціями, і щоб потрапити до них, необхідно завчасно забронювати столик та/або добряче вистояти в черзі. Наприклад, гарячий шоколад та чурос у

мадридській Choclatería San Ginés – це цілий ритуал, окрема атракція та складова пізнання міста. Цей заклад, попри давню історію та потенціал, так і не став мережевим, масовим, і, власне, в цьому також полягає його унікальність. Аналогічна ситуація з кафе «Моцарт» та «Демель» у Відні, «Флора» в Парижі, «Флоріан» у Венеції, ін. Усі вони мають цікаву та давню історією та досі зберігають свою ідентичність, а також пам'ять про відомих гостей.

Кожне місто має свою ауру кав'ярень. Паризькі та римські кав'ярні, приміром, між собою суттєво різняться. Типові паризькі кав'ярні на розі вулиць із доволі інтенсивним транспортним рухом, де щільно один до одного рядами розставлені стільці, дарують враження, які необхідно відчутти, щоб зрозуміти Париж. І навпаки, капучино у Римі варто випити у затишній кав'ярні на одній із вузьких старовинних вулиць. Шумні бари вечірньо-нічного Мадрида і рано зачинені ресторани Осло, запах круасанів у невеличкому французькому містечку чи смаженої риби біля Галатського мосту в Стамбулі, смак претцеля з маслом в Мюнхені та хачапури в Тбілісі – це різні враження, які становлять важливу частину культурно-пізнавального туризму в містах.

Адаптованими для туристів часто стають відомі міські ринки, на яких пропонується скуштувати традиційну місцеву їжу. Відвідування міських ринків, разом з тим, слід розглядати не лише в контексті знайомства з місцевою культурою та архітектурними пам'ятками торговельної інфраструктури, а також відчуття пануючої там атмосфери. Безсумнівно, скуштувати тапас на ринку Сан-Мігель в Мадриді чи сендвіч з лососем на Старому ринку в Гельсінкі – це не лише про їжу, але й про атмосферу, і про останню, певно, більшою мірою.

Таким чином, не викликає заперечень той факт, що велика частка культурно-пізнавальних турів містами певною мірою є гастрономічними, адже туристи кушують місцеві страви, спостерігають місцеві гастрономічні традиції, поринають у «продовольчу атмосферу» міста. Так, наприклад, у містах Франції, Італії чи Грузії скуштувати всесвітньо відому кухню в оригіналі – чи не обов'язкова складова відпочинку.

Певне місце в культурно-пізнавальному туризмі містами займають місцеві

ринки та магазини. У багатьох містах ринки є обов'язковими для відвідування туристами. Так, ринок Сан-Мігель у Мадриді, який приймає до 10 мільйонів відвідувачів на рік, входить до десятки місць, які, зазвичай, рекомендуються путівниками та туристичними сайтами для відвідування туристами. Аналогічно Зелений базар в Алмати, Центральний ринок в Будапешті, Єгипетський ринок у Стамбулі. Усі вони є, передусім, ринками для туристів. Ключовими факторами їх привабливості для останніх є звуки та запахи, можливість поспілкуватися з місцевими жителями, поторгуватися та придбати місцеві товари, а також пізнати регіональні традиції та звичаї, взяти участь у різноманітних культурних заходах, покликаних подарувати туристам нові враження.

Разом з тим, як свідчать численні джерела, такі ринки все менше сприймаються, як повсякдення міста, а скоріше, як туристичний об'єкт. Так, у багатьох туристичних містах ринки все більше переорієнтовуються на продаж сувенірів та інших товарів для туристів, чим відлякують місцевих жителів. У той же час, ринок Чаршамба в районі Фатіх – це все ще той «ринок без прикрас», на якому можна побачити справжній Стамбул і його жителів. Тут не звучить англійська мова, немає великої кількості випадкових туристів і можна відчути справжній місцевий колорит. Аналогічна ситуація з Привозом в Одесі та Бокерією в Барселоні.

Окремий туристичний інтерес становлять тематичні, сезонні та інші специфічні ярмарки. Так, великої популярності набули Різдвяні ярмарки в європейських містах, на яких у передріздвяний період можна придбати традиційну їжу і напої. Але і вони зазнали значного впливу туристичної зацікавленості, адже покликані виконувати місію стимулювання міського туризму у нетуристичний сезон, а також заохочення витрат у холодні зимові дні та вечори. Упродовж крайніх років Різдвяні ярмарки стали «мігруючими», і одну й ту саму ярмарку можна побачити в різних містах.

Ще один приклад специфічних ринків – нічні азійські ринки, поширені у багатьох містах Східної та Південно-Східної Азії, а також в етнічних кварталах американських чи європейських міст, як складова повсякденного життя місцевих жителів.

Важливим елементом сприйняття міста туристами є вулична торгівля. У багатьох містах можна зустріти вуличних торговців фруктами, овочами, одягом чи дрібницям. У туристичних містах вони здебільшого переорієнтовуються на потреби туристів і починають продавати сувенірну продукцію, товари, які нешвидко псуються і є невеликими та зручними, щоб турист міг їх безпроблемно носити містом під час екскурсій чи прогулянок. У багатьох містах діють фермерські ринки, які мають давню історію

На задоволення потреб туристів часто переорієнтовуються також «блошині» ринки. До прикладу, упродовж крайніх років суттєво змінився відомий паризький блошиний ринок Сент-Уан, на якому продається багато дизайнерських артефактів, що замінюють традиційний антикваріат та секонд-хенд, з'явилися перший «магазин-блошиний ринок», модний ресторан.

Окремий інтерес з точки зору культурно-пізнавального туризму становлять торгові галереї (галерея Вітторіо-Емануєлє II у Мілані та галерея Лафайєт у Парижі), а також великі моли та аутлети, пішохідні торгові вулиці тощо. Усі вони є окремими частинами міського простору, що стає простором туристів, де можна спостерігати нетипове життя міста, як наприклад, черги в магазини Луї-Вітон у центрі Відня. Разом з тим, на базарах, ринкових площах та магазинках можна побачити і відчутти справжню атмосферу неприкрашеного міського життя, і саме цього і прагнуть багато туристів.

Відомими об'єктами культурно-пізнавального туризму є цвинтарі, мавзолеї та пантеони. Так, відвідування так званих «відомих» кладовищ, де поховані видатні державні діячі, митці чи спортсмени, часто включається до окремих туристичних маршрутів. Таким, наприклад, є кладовище Пер-Лашез у Парижі, де можна побачити поховання композитора Россіні чи драматурга Мольєра, співачки Едіт Піаф чи художника Амадео Модільяні, а у колумбарії побачити місця з прахом Аїсідори Дункан чи Нестора Махно. З метою відвідування цього кладовища, як відомо, нерідко плануються окремі поїздки туристів, охочих на власні очі побачити заціловану (а в наш час також огорожену склом) могилу письменника Оскара Вайльда. Вже давно стало туристичною атракцією

Центральне кладовище у Відні з похованнями відомих композиторів – Брамса, Штрауса, Шуберта, Бетховена. Личаківське кладовище у Львові нині також є майже обов'язковою складовою туристичного маршруту містом. Міланське кладовище Монументале, яке не має поховань всесвітньо відомих особистостей, приваблює туристів унікальними надгробками і є подібним до музею скульптур під відкритим небом. Окремі споруди на кладовищах теж є об'єктами туристичного інтересу (до прикладу, будівля крематорії на Байковому кладовищі Києва, яка є архітектурною пам'яткою радянського модернізму).

У багатьох пострадянських містах можна побачити меморіали пам'яті загиблих під час воєн, пагорби слави та інші місця пам'яті.

Єгипетські піраміди та Долина фараонів, що приваблюють величезні потоки туристів, також є місцями поховання. Численні пантеони та мавзолеї у містах по всьому світу вже давно перетворилися для туристів на місця паломництва. Наприклад, пантеони в Римі та Парижі, Мтацмінда у Тбілісі. Гур-Емір – мавзолей Тамерлана у Самарканді або Аниткабір – мавзолей засновника та першого президента Турецької Республіки Кемаля Ататюрка в Анкарі. Туристична привабливість поховань султана Сулеймана та Роксолани Гюрем Султан на території кладовища поряд із мечеттю Сулейманіє в центрі Стамбула зросла із виходом на екрани багатьох країн серіалу «Величне століття». Проте навіть ідучи центральними вулицями Стамбула можна побачити як кладовища гармонійно вплетені у міську тканину і не сприймаються як простори відчуження чи скорботи.

А якщо пройтися звичайними вулицями міст Північної Європи, можна побачити, що кладовища одночасно є парками, в яких немає величезних пафосних надгробків, натомість вони функціонують як публічні простори, у яких відпочивають люди старшого віку, прогуляються батьки з маленькими дітьми у візках, «ловлять дзен» звичайні жителі.

Упродовж кількох крайніх довоєнних років в Україні різко зріс інтерес до відвідування Чорнобильської зони відчуження та «мертвого» міста Прип'ять, де можна відчути мить життя, завмерлого у квітні 1986 року, а також побачити парк

атракціонів, що не встиг прийняти своїх перших відвідувачів, порослий деревами стадіон чи порожні будинки, які люди покидали з надією повернутись.

Міста-привиди чи окремі райони в містах, що постраждали від надзвичайних природних лих чи техногенних аварій, дозволяють по іншому поглянути на міське життя. Так, відвідування міста Помпеї, що загинуло від виверження вулкана Везувій, дозволяє по-іншому подивитися на життя та відшукати справжній його сенс.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Беручи до уваги загальновідомий факт дедалі більшої популярності культурно-пізнавального туризму, а також неабиякий туристичний потенціал більшості міст України, вважаємо за доцільне продовжити започатковане дослідження, зокрема, в площині просування міст як центрів культурно-пізнавального туризму.

Список використаних джерел:

1. Паньків Н., Сагайдак В. Організація культурно-пізнавального туризму. Сучасний стан та тенденції розвитку в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. № 5. Том 1. С. 58-71. URL : <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/11/2022-310-10.pdf>

(дата звернення: 01.10.2023)

2. Фатовець О.О. міста як центри розвитку міського (урбан) туризму. *Молодий вчений*. 2018. № 4.2 (56.2). Квітень. С. 167-171. URL : <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/4.2/42.pdf> (дата звернення:

01.10.2023)

3. Радіонова О.М., Добрянська А.Ю. Аналіз розвитку культурно-пізнавального туризму в Україні. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 47-1. С. 73-78. URL : http://bses.in.ua/journals/2019/47_1_2019/15.pdf (дата

звернення: 01.10.2023)