

**Альона Опанасець**

студентка 2 курсу СВО «магістр»

спеціальності «Туризм»

Науковий керівник: **Олексій Макієнко**

канд. істор. наук, доцент,

доцент кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу.

Херсонський державний університет, м.Херсон

## **ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ СЕРВІСУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ**

Туризм сьогодні вважається однією з найпотужніших індустрій світу. Ця індустрія є джерелом робочих місць та відповідно джерелом доходів у багатьох країнах світу. В останні роки з'являється все більше нових сучасних видів туризму. Основна характеристика яких формується, виходячи з потреб туристів. Сама туристична діяльність є досить мінливою, з'являються нові напрямки, і процес не завершується до цих пір. Зазвичай туристи виділяють декілька популярних напрямів, які особливо користуються попитом. [5] Це: рекреаційний, культурно-пізнавальний, лікувально-оздоровчий, гастрономічний, подієвий, спортивний, релігійний та інші. За оцінкою експертів ВТО гастрономічний туризм сьогодні стає все більш популярним.

Під час написання даної роботи автором було проведено дослідження серед громадян України. Респондентам пропонувалося попарно порівняти названі вище види туризму за принципом «вибираю те, що подобається більше». За підсумками опитування отримані результати: рекреаційний туризм (25%), лікувально-оздоровчий (20%), гастрономічний туризм (20%), подієвий туризм (10%), інші види туризму (спортивний, релігійний, діловий (30%)) (рис.1).



Рис. 1. Оцінка популярності видів туризму серед опитуваних

Одним із найперспективніших напрямів розвитку ринку туристичних послуг сьогодні є гастрономічний туризм – це спеціалізований вид туризму, що передбачає ознайомлення з національними кулінарними традиціями країн світу, а також дегустацію локальних страв і продуктів. Гастрономічний туризм – це не тільки про знайомство з унікальними та самобутніми технологіями виробництва харчових продуктів, а це також традиції споживання певних продуктів, участь у фестивалях та тематичних заходах тощо. [1] Гастротуризм є відносно молодим видом спеціалізованого (або нішевого) туризму, що набуває популярності серед туристів, що різняться рівнем доходів, віком, статусом у суспільстві, вподобанням проведення вільного часу і тд. Частування національними стравами та напоями є основою гостинності, а тому сприяє налагоджуванню взаємовідносин між культурами країн та взаємопізнанню та взаєморозумінню. У 2015 році ЮНВТО запропонувала називати «гастрономічним туризмом» будь-які види туристичної активності, що пов'язані з гастрономією. Відвідування гастрономічних фестивалів, різноманітних тематичних заходів, виробників продуктів, фермерських ринків, ярмарків. [4]

Успіх діяльності на ринку туризму завжди підпорядковується привабливості продукту. Це основа маркетингового комплексу, на ґрунті якої формуються й інші елементи: ціна, просування, місце продажу. Зважаючи на особливості сприйняття туристичного продукту, здійснюється реклама не стільки продуктів, скільки їхніх споживчих якостей і властивостей, тоді як послуги складають 80% турпродукту. [2] Відрізняються товарні послуги насамперед характеристиками, що притаманні туристичному продукту. Це – нерозривність виробництва і споживання, нестійкість і нездатність до збереження. З'ясування характерних особливостей та здійснення їх узагальнення дає підставу для висновку про недостатність класифікації туристських послуг та необхідність пошуку нових класифікаційних ознак, наприклад таких, як можливість та місце споживання туристської послуги. Гастрономічний туризм як комплексний туристичний продукт включає в себе набір основних, додаткових і супутніх послуг, а також специфічні послуги, які не прийнято виділяти (рис.2).

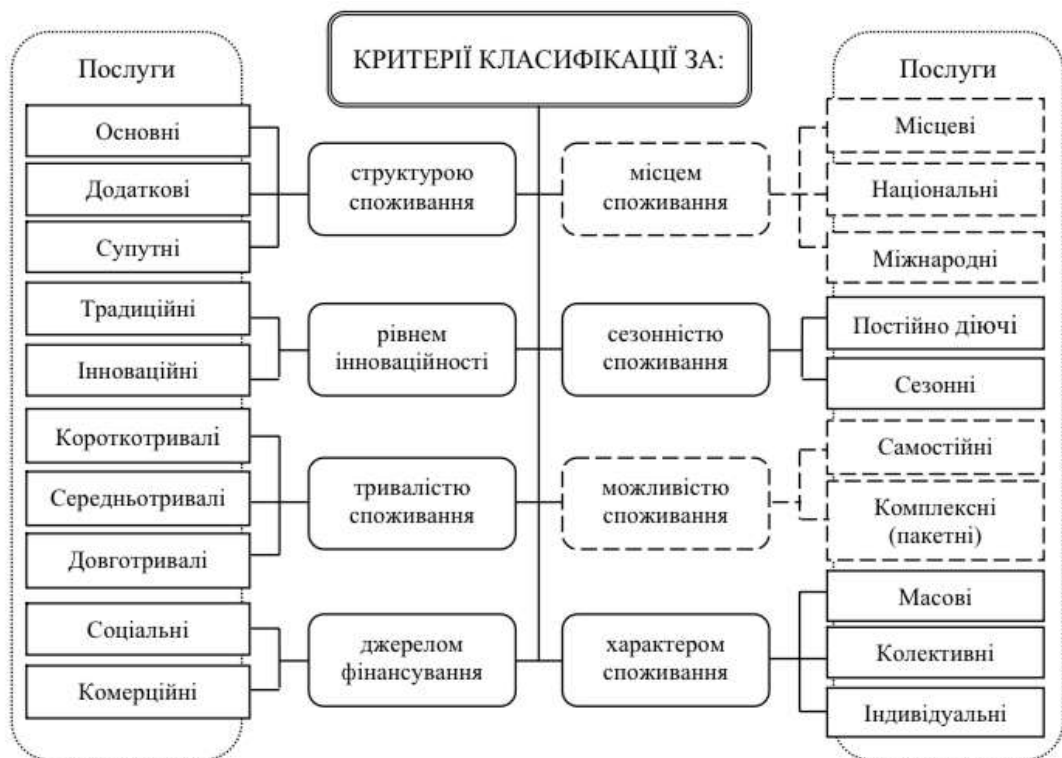


Рис. 2. Класифікація туристичних послуг гастрономічного туризму

Усі послуги можна об'єднати в одне поняття – сервіс. Сервісне обслуговування – сукупність послуг, що надаються підприємствами-виробниками споживачам в процесах продажу і післяпродажного обслуговування з метою максимального задоволення їх потреб.

Мета сервісного обслуговування запропонувати споживачам наявну продукцію та допомогти отримати прибуток від придбаної продукції. Діяльність виробника будь-якої продукції, особливо технічно складної техніки, приречена на невдачу, якщо не організований високоякісний сервіс. Це неодмінна умова ринкового успіху продукції. За відсутності сервісу продукція втрачає свою споживчу цінність, стає неконкурентоспроможною і не приваблює інтерес покупця. [3]

Сьогодні основними завданнями туристичної індустрії є швидке реагування на зміни й впровадження відповідних заходів з організації та ведення прибуткового бізнесу. Адже успіх вітчизняного туризму та поліпшення на економічній арені будь-якої держави ґрунтується на побудові чіткої системи туристичного сервісу, що характеризується, перш за все, розширенням асортименту продукції та шляхів її просування.

Останнім часом спектр зарубіжних гастрономічних маршрутів і туристичних пропозицій дозволяє туристу обрати саме те, що б його влаштувало, включаючи ціну та набір послуг. Основні принципи роботи – це високий рівень сервісу в поєднанні з якістю і використанням новітніх технологій. Гастрономічний туризм – це поняття, що характеризується перш за все якістю продукту. Якісний сервіс – ключ до комерційного успіху.

### **Список використаних джерел**

1. Бейдик О. О, Новосад Н. О. Фактори формування туристичних регіонів і центрів в'їзного туризму України. Проблеми міжнародного туризму : зб. наук. праць. Київ : ППНВ, 2010. С. 285–299.
2. Мілінчук О.В., Ткачук А.Ю. Гастрономічний туризм в Україні: сучасний стан розвитку. Вісник ОНУ. Серія: Економіка. 2020. Том 25. Випуск 5 (84). С. 44–48.

3. Расулова А.М. Потенціал ресторанного бізнесу у розвитку гастрономічного туризму України. // Економіка та держава, 2021. – № 5. – С. 78–83.
4. Горова, Д. Гастрономічний туризм в Україні та світі: чим цікавий та як все влаштовано. URL: <https://lowcost.ua/what-is-food-tourism/> (дата звернення 24.10. 2022 р.).
5. Закон України «Про туризм» від 15 вересня 1995 р. № 324/95-ВР. URL: <http://www.tropa.dp.ua/extreme/> (дата звернення 24.10.2022 р.).