

здатна вхопити багаж і перемістити його в сховище або доставити клієнту. Маніпулятор відповідатиме за зберігання багажу постояльців готелю «Турист» перед check in і після check out [2].

- встановлення спеціалізованого self-service kiosk, за допомогою якого гість зможе зареєструватися в готелі, отримати ключі від номера, карту гостя і сплатити проживання без участі портье [3].

Отже, запропоновані шляхи поліпшення процесу обслуговування туристів в процесі споживання туристичного продукту готелю «Турист» спрямовані на забезпечення якісного сервісу.

#### Список використаних джерел:

1. Глушко В.О. Просування туристичних послуг. *Науковий журнал кийського національного торговельно-економічного університету*. 2018. № 1. С. 86–96. DOI: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/uazt\\_2018\\_1\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/uazt_2018_1_9).

2. Литвинова О. В. Технології обслуговування в готельному бізнесі. Київ: Книжковий дім. 2019. 192 с.

3. Попова О. О. Інноваційний менеджмент в готельному бізнесі: теорія і практика. Київ: Центр учбової літератури. 2020. 240 с.

УДК 338.484

**Щоголева І.В.** к.пед.н., доцент, доцент кафедри аварійно-рятувальної, професійно-прикладної фізичної культури та туризму

**Соколовський В.А.**, ст. викладач кафедри аварійно-рятувальної, професійно-прикладної фізичної культури та туризму

(Льотна академія Національного авіаційного університету, м. Кропивницький, Україна)

#### ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РИНКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

Гастрономічний туризм, як один із напрямів туристичної діяльності, має нетривалу, але змістовну історію, оскільки супроводжувався процесом усталення самого поняття «гастрономічний туризм», яке пройшло трансформаційні зміни з поняття «кулінарний туризм», що з'явилося в 1998 р., на поняття «гастрономічний туризм» у 2013 р. Цьому передувало перейменування у 2012 р. Міжнародної асоціації кулінарного туризму на Всесвітню організацію гастрономічного туризму [1].

Початок ХХІ ст. характеризується появою різноманітних телевізійних програм, в фокусі яких було приготування їжі, які з часом трансформувались в ще один формат – кулінарних шоу, що сприяло популярності гастрономічного туризму завдяки цікавості споживачів до національних кухонь, відомих кухарів та країн, де народжувались національні блюда. Отже, популярність цього виду туризму пов'язана з його особливостями та можливостями, які полягають у локалізації на тлі глобалізаційних процесів, оскільки саме зацікавлення автентичністю спонукає туристів відвідувати нові місця та країни з метою їх пізнання через гастрономічні традиції. Зважаючи на це, можемо констатувати, що гастрономічний туризм може претендувати на статус трендового поряд з іншими популярними на теперішній час видами туризму.

Наявність певної тенденції завжди підкріплюється відповідними статистичними даними. Спробуємо представити дайджест статистичної інформації стосовно гастрономічного туризму, щоб виокремити ті тенденції, які сформувались.

Доцільним буде почати з аналізу того, якими джерелами користуються гастрономічні туристи та на чому ґрунтується вибір ними подорожі (рис. 1).

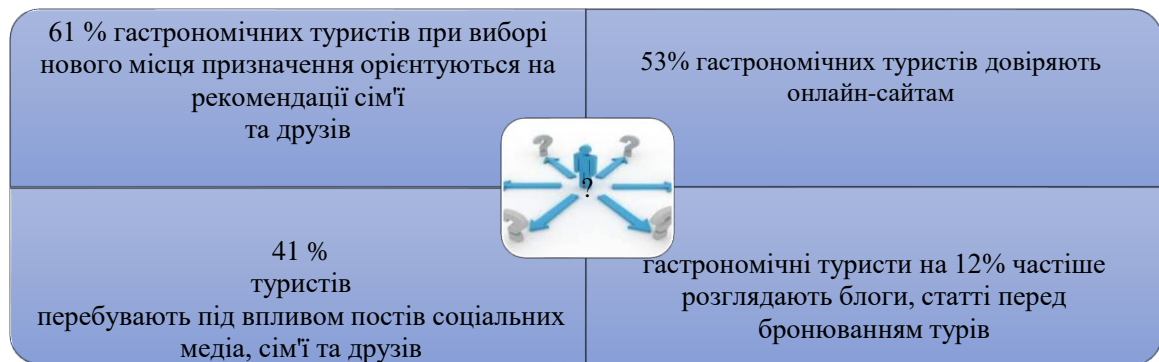


Рисунок 1 – Джерела інформації, які впливають на вибір гастрономічних туристів  
Джерело: складено авторами з використанням [2]

Як видно з наведених даних, найбільша кількість гастрономічних туристів дослухається до рекомендацій тих, кому вони довіряють і чий досвід є відправною точкою при прийнятті рішення щодо подорожі. Також треба відмітити, що більш ніж половина туристів схильні довіряти інформації, яку вони отримують на онлайн-сайтах і не виключають розбіжності між побаченим на сайті та отриманим в дійсності. В будь-якому разі, елемент ризику є характерним для будь-якої подорожі, бо вона, як правило, пов'язана з умовами невизначеності в більшому чи меншому ступеню.

Аналіз географії гастрономічних подорожей дозволив констатувати лідерство Європи, оскільки саме на неї припадає 35% гастрономічного туризму. Наступні позиції розподілились між Північною Америкою, АТР, Південною Америкою, Близьким Сходом і Африкою [2].

Щодо Європи, то там є дуже популярними туристичні маршрути невеликими господарствами, які, навіть, діляться тематично: дороги вина, дороги смаку, дороги вина та смаку – рибні, сирні, медові, оливкові, фруктово-ягідні та багато інших маршрутів. У ЄС порахували: середній чек звичайного туриста дорівнює 50 євро, а середній чек туриста саме гастрономічного маршруту – 200 євро [3].

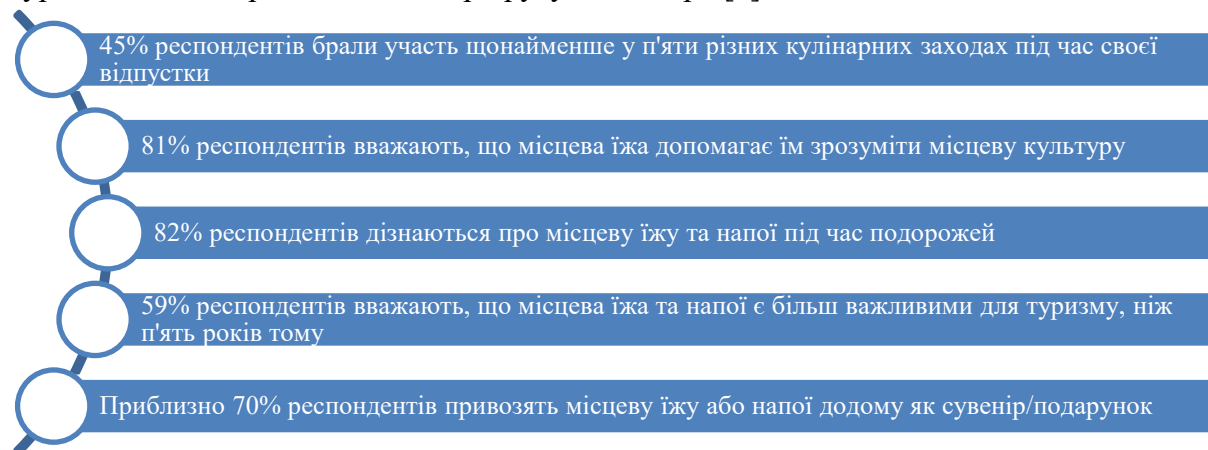


Рисунок 2 – Статистична інформація щодо особливостей сприйняття туристами гастрономічних турів

Джерело: складено авторами з використанням [4]

Всесвітня туристська організація звертає увагу на доцільність пропозиції не окремих гастрономічних заходів, а формуванні гастрономічних маршрутів як комплексної пропозиції. Це дає змогу об'єднати різноманітні гастрономічні атракції і запропонувати їх туристам в найбільш зручній формі, а крім того, створювати тематичні маршрути, які дають змогу диференціювати наявну пропозицію відповідно до мети, вподобань та побажань туристів.

Про перспективи розвитку гастрономічного туризму можуть свідчити наступні цифри: в 2022 році ринок гастрономічного туризму оцінювався в \$1 116,7 млрд, і очікується, що до 2027 року він зросте до \$1 796,5 млрд, тобто на 16,8% [2].

Наведена інформація доводить важливість унікальних кулінарних вражень для гастрономічних туристів під час подорожей та економічні вигоди від гастрономічного туризму, а також дає відповідь на те, чому країни і регіони ініціюють пропозиції різноманітних форм гастрономічного туризму і працюють над його брендуванням.

**Список використаних джерел:**

1. Дишкантюк, О. В., Власюк, К. В. (2021) Гастрономічний туризм : підручник. Одеса : ОЛДІ-ПЛЮС. 136 с.

2. TOP Food Tourism Statistics. URL : <https://www.jerseyislandholidays.com/food-tourism-statistics/>

3. Гастрономічний туризм в Україні та світі: чим цікавий та як все влаштовано. URL : <https://lowcost.ua/what-is-food-tourism/>

4. Food tourism; definition, statistics, and everything you need to know <https://passportsymphony.com/food-tourism-definition-statistics-and-everything-you-need-to-know/>