

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЗМІСТУ ОСВІТИ
МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРИ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
EUROPEAN INSTITUTE OF FURTHER EDUCATION
(СЛОВАЦЬКА РЕСПУБЛІКА)
BATUMI ARTS TEACHING UNIVERSITY
(БАТУМІ, ГРУЗІЯ)
МІЖНАРОДНА ТОРГІВЕЛЬНА ПАЛАТА ICC UKRAINE
АСОЦІАЦІЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА ТУРИСТИЧНА ОРГАНІЗАЦІЯ УКРАЇНИ
АСОЦІАЦІЯ КУЛІНАРІВ УКРАЇНИ
АСОЦІАЦІЯ СОМЕЛЬЄ УКРАЇНИ
АСОЦІАЦІЯ ГОТЕЛЬНИХ ОБ'ЄДНАНЬ І ГОТЕЛІВ МІСТ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ МУЗЕЙ НАРОДНОЇ АРХІТЕКТУРИ ТА ПОБУТУ УКРАЇНИ
ФАКУЛЬТЕТ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО І ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

ГОСТИННІСТЬ, СЕРВІС, ТУРИЗМ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

X МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

6-7 квітня 2023 рік

Реєстрація Міністерства освіти і науки України
Лист ІМЗО від 19.01.2023 №21/08-53

Тези доповідей

КИЇВ 2023

УДК 640.43+379.851+330.341.1

Г 725

*Друкується за рішенням Вченої ради
Київського національного університету культури і мистецтв
(протокол № 14 від 29 травня 2023 р.)*

Г 725 Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації : тези доповідей Х Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., Київ, 6-7 квіт., 2023 р. / М-во освіти і науки України; М-во культури та інформаційної політ. України; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв ; Київ. ун-т культури ; Ф-т готельно-ресторанного і турист. бізнесу. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2023. 478 с.

Збірник містить наукові тези Х Міжнародної науково-практичної конференції «Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації», яка відбулася 6-7 квітня 2023 р. на базі Міністерства освіти і науки України, Інституту модернізації змісту освіти, Київського національного університету культури і мистецтв, Київського університету культури, Навчально-наукового інституту Київського національного університету культури і мистецтв у співпраці з European Institute of Further Education (Словацька республіка), Batumi arts teaching university (Батумі, Грузія), University of South Bohemia Czech Republic (Чеська Республіка), Тяньцзиньським університетом іноземних мов Тяньцзинь (Китайська Народна Республіка), Міжнародною Торговельною Палатою ICC Ukraine, Асоціацією індустрії гостинності України, Національною туристичною організацією України, Асоціацією кулінарів України, Асоціацією сомельє України, Асоціацією готельних об'єднань і готелів міст України, Національним музеєм народної архітектури та побуту України, кафедрою туризму Львівського національного університету імені Івана Франка, географічним факультетом Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка, кафедрою готельно-ресторанного бізнесу Одеського національного технологічного університету, Навчально-науковим інститутом управління, економіки та природокористування Таврійського національного університету ім. Вернадського, кафедрою туризму Сумського національного аграрного університету, кафедрою туризму і готельно-ресторанного бізнесу Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», кафедрою туризму Університету економіки та права «КРОК», ТОВ «Баккара Плюс», мережею еко-ресторанів «Батьківська хата», Сім'єю ресторанів Дмитра Борисова. Матеріали містять відповідні підсумки наукових досліджень провідних учених України і країн-учасниць конференції, а також доробки докторантів, аспірантів, магістрантів. Представлені наукові доробки 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 978-966-602-374-5

© Київський національний університет
культури і мистецтв, 2023
© Автори тез, 2023

Бандурко А. Ю., Козловський Є. В.	<i>Дослідження ролі туризму в економіці Іспанії та визначення стратегій його сталого розвитку</i>	96
Marin Bordeaux	<i>Development of tourism in Romania: innovative approaches</i>	98
Бугіль С. Я.	<i>Сучасний стан та новітні тенденції в туризмі після COVID-19</i>	100
Болюх О. О., Гончар О. Б.	<i>Кулінарна подорож із міфами та легендами української кухні</i>	102
Борисенко В. С., Гаврилюк А. М.	<i>Intangible cultural heritage as a gastronomic tourist brand</i>	105
Вакуленко О. А., Попович С. І.	<i>Військовий туризм: перспективи розвитку в Україні</i>	107
Виставна А. В., Гаврилюк А. М.	<i>Етноосвітній проєкт «всі вкупочці» як приклад збереження та популяризації культурної спадщини</i>	110
Вишневська Г. Г., Гаєвська Т. І., Булгакова Н. В.	<i>Популяризація народного календаря українців в туризмі</i>	113
Воробейчик К. О., Зараховський О. Є.	<i>Гастрономічний туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку на сучасному етапі</i>	116
Гаврилюк А. М., Логвись О. Я.	<i>Новітні освітні тренди комунікативних туристичних практик в умовах воєнного стану в Україні</i>	119
Гаврилюк О. В.	<i>Диджиталізація та імерсивні технології в туристичному бізнесі</i>	123
Holota N. I., Navyliuk A. M.	<i>Marketing toolkit of national tourist branding</i>	127
Григорчак І. М., Паральова М. О., Сенюта О. В.	<i>Гастрономічні фестивалі як туристичний ресурс</i>	129
Hrytsyshyn A. T., Bilous S. V., Bezruchko L. S.	<i>Swot analysis study on gastronomy tourism in Ukraine</i>	133
Jozef Zatzko	<i>Development of tourism in the Slovak republic: experience for Ukraine</i>	136

*Hrytsyshyn A. T., PhD in Economics,
Associate Professor of the Department of Tourism,
Ivan Franko National University of Lviv
ORCID ID: 0000-0002-8833-566X*

*Bilous S. V., Associate Professor, PhD in Economics,
Associate Professor of the Department of Tourism,
Ivan Franko National University of Lviv
ORCID ID: 0000-0003-3651-6490*

*Bezruchko L. S., Associate Professor, PhD in Geography,
Associate Professor of the Department of Tourism,
Ivan Franko National University of Lviv
ORCID ID: 0000-0003-0075-8631
Lviv, Ukraine*

SWOT ANALYSIS STUDY ON GASTRONOMY TOURISM IN UKRAINE

In recent years, gastronomy has become an important element for knowing the culture and lifestyle of a certain tourist destination. Gastronomy embodies all traditional values associated with new trends in tourism: respect for culture and traditions, healthy lifestyle, authenticity, sustainability. Gastronomy is an opportunity to activate and diversify tourism, support local economic development, attracting various professional sectors (food manufacturers, catering establishments, master classes from chefs). Local cuisine, based on local products, allows to promote a certain region as truly unique and attractive to travellers who want to explore the area through its taste [1].

The World Food Travel Association defines gastronomy tourism as the act of traveling for a taste of place in order to get a sense of place [3]. As a global trend, gastronomy tourism is becoming an increasingly important phenomenon not only from a social and cultural, but also a socio-economic level. Travels for taste, culinary paths and routes, acquaintance with new cooking methods, visiting famous places with culinary traditions or discovering places related to growing, breeding, fishing and other food industries, are increasingly becoming important motives for tourists to travel.

Ukraine has a high tourist and recreational potential: unique natural and recreational resources, objects of national and world recognition of cultural and historical heritage are concentrated on its territory. Many regions have a wide range of potentially attractive tourist facilities and complexes. The availability of various tourist and recreational resources of the country allows to develop almost all types of tourism, including gastronomy tourism.

After the end of hostilities, Ukraine has many chances to become a popular travel destination. There are enough prospects for this: there are many tourist attractions, and the world is now interested in Ukraine. But at the same time, it is important to understand that everything will depend on the speed of infrastructure restoration and the general standard of living in the country. This will affect both inbound and outbound tourism.

ГОСТИННІСТЬ, СЕРВІС, ТУРИЗМ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

In addition, an important factor will be the ability of post-war Ukraine to implement a large-scale marketing campaign in foreign markets, which will allow switching the perception of our country from a place of hostilities to a safe location for travel. Therefore, it is important to start negotiations with partners today and offer them to go to Ukraine, to build development strategies after the war.

Therefore, we decided to find out the prospects of gastronomy tourism in Ukraine, using the SWOT (strengths, weaknesses, opportunities and threats) analysis method. This type of analysis helps to find not only the opportunities of the region [2], but also to identify advantages over competitors that most contribute to tourism.

Strengths are: 1) Various climatic zones and their specialization on production of specific products; 2) Rich historical and cultural heritage for revival of ancient recipes and methods cooking delicious dishes; 3) Unique culinary traditions and customs in regional aspect; 4) Availability of tourist and recreational attractions resources; 5) Multinational composition of the country's population with corresponding culinary traditions; 6) Development of the sphere of production and processing agricultural products.

Weaknesses are: 1) Lack of developed tourist infrastructure in many regions of the country; 2) Imperfect advertising and marketing strategy on foreign and domestic markets; 3) Lack of a centralized approach to the development of gastronomy tourism in Ukraine; 4) Insufficient level of stimulation of those involved regional producers of food products to spheres of gastronomy tourism; 5) Insufficient state financial support for development gastronomy tourism; 6) Shortage of qualified personnel in the field of gastronomy tourism; 7) Inconsistency in the quality of the services offered by international standards and high price level.

Opportunities are: 1) Branding of regional cuisine and positioning on the international market of gastronomy tourism as a unique type of recreation; 2) Formation of various tradition gastronomy festivals, holding thematic regional holiday events; 3) Creating an attractive tourist image of Ukraine on foreign markets with the popularization of gastronomy tourism; 4) Formation of a single information base and registration of gastronomy routes; 5) Development of product nomenclature for gastronomy tourism; 6) Socio-economic development of rural area; 7) Creation of food museums, tasting rooms, restoration of manufacturing factories and plants food products and as a result of creation new jobs.

Threats are: 1) Martial law in the country and potential danger; 2) Consequences of the pandemic and quarantine restrictions; 3) Financial and economic crisis; 4) Increase in prices for tourist services, decrease in demand for tourist products; 5) Financial risks of subjects in the development of gastronomy tourism; 6) Loss of labour force due to migration; 7) Wear and tear of tourist infrastructure facilities; 8) Decrease in interest from foreign tourists and investors; 9) Developed gastronomy tourism in neighbouring countries.

The results of the SWOT analysis on the gastronomy tourism in Ukraine reflect that the Ukrainian gastronomy infrastructure has many strengths and opportunities to prevent potential threats and strengthen the weaknesses that currently exist in this industry.

However, the level of development of the national tourist infrastructure and the quality of tourist services mostly do not meet the requirements of the international market. This requires a clear formation and intensive promotion of a competitive gastronomy tourism product.

Therefore, for the successful functioning of gastronomy tourism it is important to constantly improve and look for promising ways of development. For this, it is worth noting several recommendations for the spread of gastronomy tourism in Ukraine:

- creation of transparent and accessible information about tours (creation of an information platform, compilation of road maps, indication of the price of the service for free viewing);
- references to cultural aspects (encourage projects to restore, support and improve gastronomy heritage, promotion of local products);
- organization of measures to improve the infrastructure (arrangement of the territory, amenities, development of a plan of signs and elements for the interpretation of gastronomy heritage);
- organization of individual events to attract tourists (festivals, fairs, gastronomy tours with guides);
- increasing the competitiveness of all subjects of the tourist direction (supporting catering establishments, small and medium-sized enterprises);
- analysis of the dynamics of tourist arrivals (segmentation and analysis of different types of tourists, determination of the segments that are most suitable for the destination, development of plans oriented towards specific demand profiles);
- definition of a plan to promote and support the marketing of gastronomy tourism and ensure quality information and advertising activities (development of tools for better marketing on the Internet: websites, blogs, profiles in social networks, campaigns to improve search engines and positioning in advertising);
- support for technological development (use of mobile applications, virtual reality devices for the interpretation of resources, interactive tools);
- guaranteeing the priority of domestic and inbound-foreign tourism using the gastronomy tourism resources of Ukraine;
- development of a recovery strategy in the post-war period;
- attraction of state and regional support;
- attraction of foreign investments.

So, gastronomy tourism is an important component of the sustainable development of the tourism sphere of Ukraine, which is able to generate significant economic and social benefits for the participants of the tourism market. The dynamic development of this type of tourism is restrained by a number of factors that require immediate resolution. Identifying and defining a clear algorithm for solving the problems of the development of gastronomy tourism in Ukraine is the basis for further research.

REFERENCES

1. Hall C. M., Mitchell R. Tourism Business Frontiers: Consumers, Products and Industry. URL : <https://www.globalspec.com/reference/47077/203279/chapter-16-gastronomy-food-and-wine-tourism>.

ГОСТИННІСТЬ, СЕРВІС, ТУРИЗМ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ

2. McKercher B., Okumus F., Okumus B. Food Tourism as a Viable Market Segment: It's All How You Cook the Numbers! *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 2018. Vol. 25(2). Pp. 137-148.
3. What is Food Tourism. World Food Travel Association. URL : <https://www.worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism>.

Jozef Zlatko,
*Dr.h.c. mult. JUDr Honor. Prof. mult. prorektor pre
medzinarodne vzťahy Slovensko,
Wyższa szkoła komunikacji i zarządzania
Словацька Республіка*

DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE SLOVAK REPUBLIC: EXPERIENCE FOR UKRAINE

In our modern era, tourism is becoming an increasingly important industry for countries, which not only provides economic development, but also promotes intercultural exchange, supports the preservation of cultural heritage and builds friendly relations between peoples. Ukraine, as a country with a rich cultural heritage and natural resources, has great potential in the development of tourism. Therefore, studying the experience of other countries, such as the Slovak Republic, can help us implement effective practices and strategies for our own development.

The Slovak Republic is an example of the successful development of tourism in Central Europe. In recent decades, it has been able to attract a significant number of tourists due to its natural beauty, historical monuments and cultural events. Several key factors contributed to this success.

First, the Slovak Republic has understood the importance of creating an infrastructure that meets the needs of tourists. They invested in the development of the hotel sector, improved the quality of services and ensured the accessibility of tourist facilities. In addition, the development of the transport system and the convenience of movement contributed to the increase in the number of tourists.

Secondly, the Slovak Republic actively promotes its tourist attractions at the international level. They have developed an effective marketing strategy, using the Internet, social media and other communication channels to attract the attention of potential tourists. Thoughtful advertising campaigns, participation in exhibitions and tourist fairs, as well as cooperation with travel agencies from other countries helped to attract tourists from all over the world.

Thirdly, the Slovak Republic has placed great emphasis on the development of ecotourism and sustainable tourism. They preserved nature reserves, created routes for ecotourism and active recreation, informing tourists about the need to preserve the environment. This has become one of the key attractive factors for tourists who value nature and environmentally friendly vacation spots.