

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародної економіки
Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

МАТЕРІАЛИ
круглого столу та студентської науково-практичної
конференції

**«ТУРИСТИЧНИЙ ТА ГОТЕЛЬНО-
РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС:
СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ
РОЗВИТКУ ДЛЯ УКРАЇНИ»**

12 квітня 2018 року

м. Одеса

Одеса – 2018

УДК 338.488.2:640.4

L 83

P 58

*Рекомендовано до видання Вченою радою факультету міжнародної економіки
Одеського національного економічного університету
(протокол № 9 від 24 квітня 2018 року)*

Редакційна колегія:

Герасименко В. Г. – к.е.н, проф., завідувач кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу ОНЕУ;

Галасюк С. С. – к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу;

Нездоймінов С. Г. – к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу;

Семенов В. Ф. – д.е.н., професор кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу;

Лебедєв І. В. – д.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу;

Михайлюк О. Л. – к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу;

Давиденко І. В. – к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу;

Іванов А. М. – к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу.

Дане видання містить матеріали круглого столу та тези доповідей учасників студентської науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід на перспективи розвитку для України» (12 квітня 2018 року, м. Одеса).

Крім доповідей учасників круглого столу у збірник увійшли матеріали секцій конференції: «Сучасні тенденції розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу», «Організаційно-економічні аспекти функціонування підприємств сфери туризму та гостинності», «Регіональні проблеми розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу», «Управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом: історія та сучасність», «Використання сучасних інструментів маркетингу в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі», «Рекреаційний та екологічний аспекти розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу», «Впровадження інноваційних технологій у сучасному туристичному та готельно-ресторанному бізнесі».

Видання призначене для науковців, практиків, викладачів, аспірантів і студентів вищих навчальних закладів за спеціальностями «Туризм» та «Готельно-ресторанна справа».

Усі матеріали публікуються в авторській редакції.

Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції (м. Одеса, 12 квітня 2018 р.) / Одеський національний економічний університет. – Одеса: ОНЕУ, 2018. – 678 с.

© Одеський національний економічний університет, 2018

© Колектив авторів, 2018

Кудрявцева А. М. ЕКСКУРСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ: СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	153
Курява Ю. В. ПАНСІОНАТ ЯК ТИП ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ	158
Лефлер М. І. СПЕЦИФІЧНІ ОЗНАКИ РИНКУ ЗАКЛАДІВ ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ	162
Лисецька К. В. СПЕЦИФІКА НАДАННЯ ОСНОВНИХ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВАМИ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	166
Лобач Ю. О. ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВАМИ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	170
Нікора А. О. ФУНКЦІЇ ТА ЗАВДАННЯ СЛУЖБИ ПРИЙОМУ І РОЗМІЩЕННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	174
Олійник Ю. О. ОСНОВНІ КОНЦЕПЦІЇ АРХІТЕКТУРИ БУДІВЕЛЬ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	179
Ониськів А. Ю. ФЕСТИВАЛЬНИЙ ТУРИЗМ: ПОНЯТТЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ	182
Остапюк Д. М. ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ ДЛЯ БІЗНЕС-ТУРИСТІВ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ	186
Панькова А. С. ГОТЕЛЬНА ІНДУСТРІЯ СІНГАПУРУ	190
Парушева А. О. ПОНЯТТЯ ТА ВИДИ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ	195
Полунін Д. Д. РОЗВИТОК КОНЦЕПТУАЛЬНИХ ГОТЕЛІВ	199
Сапожнікова А. В. ЗНАЧЕННЯ ГОСТИННОСТІ В ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ У ЗАСОБАХ РОЗМІЩЕННЯ	204
Сахошко Ю.П. ГОТЕЛЬНА ІНДУСТРІЯ ШВЕЦІЇ	207
Синегубова Є. Є. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ	211
Січкарук І.О. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛІВ ДІЛОВОГО ПРИЗНАЧЕННЯ	215
Франко А. В. ІСТОРИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ПОЯВИ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧИХ ПОСЛУГ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	219
Фроленкова М. О. ГОТЕЛЬНА ІНДУСТРІЯ АВСТРАЛІЇ	224
Чабан В. М. ОСОБЛИВОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ У ТУРИСТИЧНИХ БАЗАХ	228
Шайфлер В. С. ФОРМУВАННЯ ІНТЕР'ЄРУ ПРИМІЩЕНЬ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	232

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ

Ефект глобалізації міжнародного туризму призвів до постійного росту конкуренції між популярними напрямками та пошуку оптимальних позицій на туристичному ринку. В такій ситуації подієвий туризм виступив як істотний елемент в розвитку туристичних дестинацій, залученні споживачів, пошуку інвестицій та покращенні локального і регіонального рівня економіки.

Вивчення подієвого туризму буде доцільно почати з підходів до його визначення. В світовій практиці використовують термін «event tourism» (від англ. event - подія або спеціалізований захід). В українській мові використовують такі варіанти як подієвий туризм та івент-туризм.

Термін «подієвий туризм» вперше був використаний департаментом туризму Нової Зеландії в 1987 році і створив зв'язок між подіями та туристичним ринком. В іноземній літературі дане визначення розглядають як важливу альтернативу для дестинацій [1].

Тривалий час від початку свого існування подієвий туризм не привертав уваги дослідників і науковців. Одним з перших, хто зацікавився цією тематикою став американський соціолог та історик Даніель Бурстін у 1960-х роках. Значного поширення подієві заходи набули у європейських містах в 1970-х роках, а вже в 80-х у західному академічному середовищі почали вивчати подієвий туризм як окремий сегмент туристичного ринку, обговорювали його вплив на економіку, обґрунтовували технологію створення та просування подієвого продукту на ринок послуг.

Подієвий туризм орієнтований на проведення широкомасштабних заходів, які в свою чергу створюють позитивний імідж місця проведення та забезпечують промоцію на локальному, регіональному та міжнародному рівнях. При відсутності

у місті історико-культурного, природного чи інфраструктурного потенціалу, подієвий туризм сприяє альтернативному розвитку туристичного регіону.

У роботах вітчизняних авторів наведені такі підходи до визначення поняття «подієвий туризм» (див. Табл. 1).

Таблиця 1

Підходи до визначення поняття «подієвий туризм» вітчизняних авторів

Автор	Визначення
Г.П. Долженко, А.В. Шмиткова	«Вид туризму, орієнтований на відвідування місцевості в певний час, пов'язане з якою-небудь подією» [7].
Т.В. Фролова	«Поїздки з метою задоволення потреби у відвідуванні будь-якого заходу» [7].
Е.А. Лакомов	«Туристська діяльність, пов'язана з різноманітними значущими суспільними подіями, а також рідкісними природними явищами, що привертають увагу своєю унікальністю, екзотичністю, неповторністю велику кількість туристів з різних країн» [7].

Як вже було наведено, подієвий туризм – це порівняно молодий напрямок туризму, як в Україні, так і у світі, в якому головною мотивацією споживачів виступає інтерес до відвідування певної спортивної, розважальної, музичної або іншої події та прийняття у ній участі. Унікальні подієві тури поєднують у собі рекреацію, відпочинок та розваги одночасно. За оцінкою Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) подієвий туризм на даний час є одним з найперспективніших видів туризму у світі. Ще однією особливістю подієвого туризму є невичерпність його ресурсів.

З точки зору організації подієвого туризму, останній розуміється як систематичне планування, розробка та маркетинг спеціальних заходів, які виступають каталізатором розвитку інфраструктури, економічного зростання і туристичних потоків, формування позитивного іміджу (Рис. 1). Іншими словами, як відзначає Дональд Гетц, подієвий туризм спрямований на повну експлуатацію можливостей події в цілях досягнення розвитку туризму в приймаючих спільнотах [4].



Рис. 1. Головні переваги подієвого туризму для міста

Згідно з останніми дослідженнями до 2020-го року кількість учасників подієвих турів може перевищити число учасників екскурсійних турів та скласти більше ніж 35% від загального попиту на різноманітні тури.

Події є важливою ланкою мотивації туризму і займають головне місце в проектуванні туристичних пакетів та стимулюванні продажів багатьох туристичних напрямків. Планування та створення подієвих турів розпочалося лише кілька десятиліть тому назад і було зумовлене зростанням попиту споживачів на нові враження від таких подій як фестивалі, карнавали, спортивні змагання тощо. Індустрія подієвого туризму є галуззю яка динамічно розвивається в наш час і створює значну кількість робочих місць. Крім того, події мають іншу важливу роль – культурний розвиток, зміцнення національних та релігійних ідей, наукова пропаганда та духовний відпочинок [5].

Заплановані події є просторово-тимчасовим, унікальним явищем яке при взаємодії зі споживачами туристичних послуг створює популярний туристичний продукт. Найбільш привабливою частиною подій є те, що вони ніколи не бувають однаковими, тому кожен турист прагне відвідати захід самостійно, щоб повністю зануритися в цей унікальний досвід.

Якщо виділити узагальнююче визначення подієвого туризму, то можна сказати, що це вид туризму, пов'язаний з відвідуванням туристами та екскурсантами місць проведення подій, відмінних від місця їх постійного проживання, в певний час, згідно з часом проведення подій. У даному визначенні враховані наступні особливості:

- подієвий туризм розглядається як окремий вид туризму;
- у визначення включають як туристів, так і екскурсантів, які можуть знаходитися у місці проведення події не більш ніж 24 години;
- у визначенні використовують термін «відвідування», а не «поїздки», так як припускається, що відвідати захід місцеві мешканці;
- термін перебування туристів у місці проведення заходу збігається з термінами проведення події;
- у визначенні не вказують події певної тематичної направленості [2, 3, 6].

Список використаних джерел:

1. Boorstin D. The Image: A Guide to Pseudo-Events in America / D. Boorstin // Harper, New York, 1994 – 452 p.
2. Давыденко И. В. Доминанты рынка событийного туризма / И. В. Давыденко // Перспективы развития науки в современном мире: материалы междунаучно-практич. конф. – Краков, 2012. – С. 97-103.
3. Нездойминов С. Г. Малый бизнес гостеприимства в контексте развития социального предпринимательства / С. Г. Нездойминов, О. В. Шикина // Journal Association 1901 SEPIKE. – 2016. – № 15. – С. 118-121.
4. Олійник В. В. Зарубіжний досвід організації подієвого туризму / В.В. Олійник // Розвиток сталого туризму: виклики і можливості для туристичного та готельно-ресторанного бізнесу: матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції (м. Одеса, 12 квітня 2017 року). – Одеса: ОНЕУ, 2017. – 500 с. – С. 136-140.
5. Олійник В. В. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму на території України / В. В. Олійник, О. В. Шикина // Глобальні та національні проблеми економіки. – Миколаїв, 2016. – Випуск №14. – С. 460-463.
6. Основи рекреології (економіко-екологічний та маркетинговий аспект): навч. посіб. / І. О. Гродзинська, С. Г. Нездойминов, О. В. Гусева, А. В. Замкова. – Київ: Центр учбової літератури, 2014. – 264 с.
7. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк, С. Г. Нездойминов та ін. / за заг. ред. В. Г. Герасименка. – Одеса : Астропринт, 2013. – 304 с.