

«Great British Railway Journeys»	Головний герой передачі - Майкл Портільо, відомий тим, що обожає подорожувати по Британії і Ірландії на поїздах. За основу своєї подорожі він взяв схеми маршрутів Джорджа Бредшоу, який описував стан залізничних колій часів Вікторіанської Англії.
«Жахливо смачно»	Девід Чанг - відомий всьому світу ресторатор і шеф-кухар. Він упевнений в тому, що між особистістю і їжею, яку він споживає, є реальний зв'язок. Тому він подорожує по різних країнах, пробує місцеву кухню разом з іншими кухарями, письменниками і зірками, намагаючись знайти закономірності.
Простак за кордоном	Напевно, оригінальна назва навіть без перекладу краще відобразить суть програми - «An idiot abroad». Сенс такої: двоє друзів і заодно британських комедійних режисера відправили свого невдалого знайомого Карла Пінкінгтона в подорож. Карл - типовий домосід і скиглій, чому не могли скористатися автори передачі, підлаштовуючи для нього безглузді, конфузні ситуації.

Список використаних джерел

1. Печеранський І., Катренко В. Характеристика жанрів тревел-журналістики. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво. 2019. № 2(1). С. 33-41). URL: <http://audiovisual-art.knukim.edu.ua/article/view/170861>
2. Передачі про путешествия по миру. Список лучших 2020, русские и зарубежные. URL: <https://touristam.com/peredachi-pro-puteshestviya-po-miru.html>

Демченко К. С., здобувачка вищої освіти 2 курсу, група Т-191,
Науковий керівник - **Алсшугіна Н.О.**, к.е.н., доц.,
Національний університет «Чернігівська політехніка» (м.Чернігів, Україна)

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ШЛЯХОМ ЗАЛУЧЕННЯ МІСЦЕВОЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ КУХНІ

Гастрономічний туризм, хоч і не підсвідомо, але є невід'ємною частиною будь-якої поїздки незалежно від головної мети подорожі туриста. Куди б не поїхав турист, завжди виникає потреба в харчуванні, а ідея спробувати щось нове викликає більше бажання, ніж пошуки звичайної буденної їжі. Часом, під час гастрономічних подорожей, турист дізнається про повсякденне життя, історію та культуру країни навіть більше, ніж у класичній екскурсійній поїздки [1]. Тож, гастрономічний туризм актуальний у повсякчас і на нього існує реальний попит. Місцева регіональна кухня ще один фактор, що може бути атрактивним для туриста. Адже від куштування страви, яка має власну історію та приготована на місці її зародження, формується новий неповторюваний досвід. Є можливість справити на туриста неоціненне враження смачною стравою, навіть коли він не буде цілком задоволений окремими складовими своєї подорожі, а це в майбутньому стане одним із чинників, що вплине на формування позитивного відгуку туриста про подорож та на його бажання відвідати обрану дестинацію у подальшому.

Таким чином, оцінивши вагомість гастрономічного туризму, як самостійного явища в індустрії, так і у поєднанні з іншими (основними) видами туризму, стає зрозумілим, що просування його є сприятливим фактором для туристичної сфери в цілому. А регіональна кухня – один із перспективних напрямів у підвищенні ефективності даного виду туризму.

Місцеву кухню слід розглядати не лише в межах різних традицій народів, але й, безпосередньо, зосередившись на території однієї країни. Беручи до уваги Україну, зважаємо не лише на характерні для неї страви, такі наприклад, як: борщ, сало, вареники і т.д. Об'єктом вивчення мають стати саме регіональні страви різних областей країни. Тобто, відносно новим та непритаманним для вітчизняної туристичної індустрії може бути поява, так званих, гастро-тревел карт, відповідно до яких, турист матиме можливість досліджувати та відкривати для себе різні смакові відчуття по всій Україні. При цьому, це має бути не просто тур по областям, а набагато детальніша карта, що охоплює малі села, містечка та інші населені пункти. Її наповненість визначатиме асортимент, тобто створюватиме широкий вибір. До того ж, цей вид туризму сприятиме зростанню іноземних прибуттів, та збільшить потоки внутрішнього туризму.

В Україні існують карти одного із різновидів гастрономічного туризму, а саме - винного, але вони орієнтуються на окремі регіони (ті, де існують всі необхідні умови для виготовлення вина), що зменшує їх універсальність. Популярність винних туристичних карт не набирає великих обертів, оскільки в Європі вже існують аналогічні тури, що значно краще зарекомендували себе на туристичному ринку. Вигідніше розвивати гастрономічний туризм на основі сільської місцевої кухні, адже багато рецептів втрачаються з плином років або залишаються відомими лише в межах одного населеного пункту. Як приклад, невелике місто Корюківка Чернігівської області пропонує автентичний рецепт тушкованих огірків та проводить щорічно фестиваль «Гурок-фест» серед сусідніх сіл, які змагаються за першість між собою [2]. Такі події часто залишаються поза увагою, хоча цілком могли б привабити нового туриста.

Прихильники української кухні з Рівненщини - команда Агенції сталого розвитку міста займається колекціонуванням рецептів Полісся, за їх сприянням було створено «Каталог автентичних страв», метою якого є популяризація поліської кухні [3].

Також, для зацікавлення у даному виді туризму дітей можна організовувати гастрономічні квест тури.

Для розвитку гастрономічного туризму необхідним є, перш за все, наявність закладів розміщення, що не завжди можливо забезпечити в умовах сільської місцевості або ж гостра потреба у транспортному сполученні, яка стосується не лише селищ, а й елементарного сполучення між областями (погана якість доріг). Зрозуміло, що, як і будь-який інший вид туризму, гастрономічний потребує фінансування, яке, на жаль, відбувається не в першу чергу або взагалі не відбувається.

Регіональна місцева кухня мало вивчена і має потужне джерело ресурсів для потенційного розвитку гастрономічного туризму. Проблемою залишається малорозвиненість туристичної інфраструктури обласних територій, особливо у сільській місцевості та відсутність у більшості випадків братись за просування нових ідей.

Список використаних джерел

- 1.Гастрономічний туризм в Україні та світі: чим цікавий та як все влаштовано. URL: <https://lowcost.ua/what-is-food-tourism/>
- 2.Тушковані огірки й хімічне шоу: Корюківка готується до Дня міста. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2506755-tuskovani-ogirki-j-himicne-sou-korukivka-gotuetsa-do-dna-mista.html>

Касьянова Є. Р., здобувачка вищої освіти 1 курсу, група Т-201
Науковий керівник – **Алешугіна Н. О.**, к.е.н., доцент
Національний університет «Чернігівська політехніка» (м. Чернігів, Україна)

РОЗВИТОК ТУРИЗМУ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ТУРИСТИЧНУ ДІЯЛЬНІСТЬ

Пандемія коронавірусу продовжує крокувати планетою, погрожуючи не лише наступною хвилею драм і трагедій людського життя, а й серйозними наслідками для світової економіки. Особливо відчутними вони залишаються для відновлення народного господарства тих країн, у яких туризм складає суттєву частку ВВП та має вплив та ринок зайнятості.

На сьогодні сектор туризму є одним із найбільш постраждалих у світі від спалаху COVID-19, який впливає як на попит, так і на пропозицію. Карантин змусив більшість країн світу закрити кордони для туристів. Ті, хто зважився відкрити туристичний сезон, постійно змінює правила в їзду. У таких непередбачуваних умовах багато людей не ризикнули їхати за кордон, обравши відпочинок вдома[5]. Це провокуватиме подальший регрес в умовах світової економіки, геополітичної, соціальної та торговельної напруженості, а також нерівномірної ефективності серед основних виїзних ринків подорожей. Підприємцям у галузі туризму доводиться лише слідкувати за розвитком подій, адже вони не мають жодного впливу на ситуацію, і зараз розуміють і той факт, що не зможуть вплинути на туристів і змусити їх подорожувати після пандемії.

Туризм давав близько десятої частини у рості глобальної економіки[4]. Останніми роками сферу називали навіть її глобальним драйвером. Адже вона розвивалася значно швидше, ніж світова економіка загалом. Пандемія жорстко спростувала оптимістичні прогнози подальшого росту і сучасна картина розвитку значно погіршилась. Глобальними наслідками від впливу пандемії стали зменшення кількості прибуттів міжнародних туристів, втрата робочих місць у сфері туризму, втрата експортних надходжень від туризму. Міжнародний туризм за десять місяців 2020 року втратив 935 млрд доларів і повернувся до рівня 1990 року. Про це йдеться в доповіді Всесвітньої туристської організації ООН[6].

Туристичний сезон закінчився, тож відомо, що за перші вісім місяців 2020 року в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні кількість прибулих знизилася на 79%, в Африці і на Близькому Сході – на 69%, в Європі – на 68%, в Америці – на 65%[6]. Країни намагаються сповільнити поширення вірусної інфекції шляхом проведення тестувань і лікування пацієнтів, відстеження контактів, обмеження переміщень (закриття кордонів і аеропортів), введення карантину для громадян і заборони на проведення подій, що передбачають великі скупчення людей, зокрема спортивні заходи, концерти і перебування в навчальних закладах.

Зараз більшість туроператорів домовляється з авіакомпаніями і іноземними партнерами про всі можливі способи перенесення запланованих поїздок та проданих турів, однак через відсутність будь-яких чітких термінів закінчення пандемії ніхто не може спрогнозувати дату перенесення, і багато туристів вимагають повернути завдатки або вже повністю оплачені поїздки.

Ще одне питання стосується безпеки туристів, які не хочуть ризикувати своїм здоров'ям і скасовують подорожі у ті країни, де зафіксовано найбільші спалахи