

В епоху цифровізації галузь гостинності переживає значні зміни. Основний акцент пересувається на безконтактні технології, які забезпечують максимальну зручність та безпеку для гостей. Зростання зацікавленості у безконтактній гостинності зумовлене кількома ключовими факторами:

Технологічний прогрес. Сучасні готелі вже активно впроваджують різноманітні технологічні рішення: від мобільного check-in/check-out до систем управління кімнатами через мобільні додатки.

Безпека гостей. У світлі пандемії COVID-19 безконтактні технології стали не тільки зручними, а й безпечними. Готелі, які впроваджують ці технології, демонструють свою піклування про здоров'я своїх гостей.

Зростаючі очікування споживачів. Сучасні туристи прагнуть не тільки комфорту, але й максимальної автоматизації процесів, швидкості та ефективності обслуговування.

Важливим аспектом безконтактної гостинності є не тільки впровадження новітніх технологій, але й людський фактор. Персонал готелю повинен бути готовим до змін, розуміти принципи роботи нових систем та мати навички їх використання.

Впровадження безконтактних технологій також вимагає великих інвестицій, але вони можуть виявитися виправданими завдяки підвищенню ефективності роботи, зростанням лояльності гостей та покращенням загального іміджу готелю.

У підсумку, безконтактна гостинність представляє собою нову еру в готельному бізнесі, що поєднує в собі технологічні інновації та високий рівень обслуговування, відповідаючи сучасним потребам та очікуванням гостей.

Література:

1. Мальська М. П. Готельний бізнес. Центр учбової літератури. 2012. 471 с.
2. Все про туризм. URL: <https://tourlib.net/> (дата звернення: 10.09. 2022)
3. Інноваційні можливості. . URL: <https://dspace.nau.edu.ua/> (дата звернення: 21.09. 2022)

РІБЕЙРО РАМОС О.О.,
к.е.н., доцент кафедри маркетингу та туризму
Маріупольського державного університету, м. Київ
НОВІЗІНСЬКА М.В., студентка ОС «Магістр»
спеціальності 242 «Туризм та рекреація»
Маріупольського державного університету, м. Київ

«ТЕМНИЙ» ТУРИЗМ ЯК ЧАСТИНА ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

З поширенням та розвитком масового туризму в світі, яке призвело до туристичному буму в 70-х роках ХХ століття та подальшому перетворенню його в глобальну галузь національної економіки в 90-х роках, виникла потреба в розширеній існуючій класифікації видів туризму. Жага людини до пізнання чогось нового, відчуття себе частиною туристичного всесвіту, отримання незвичайних вражень та змістів від подорожей, екстремальності та адреналіну, містики та окультизму змусила суб'єктів туристичної діяльності розширити пропозиції послуг шляхом додавання нетрадиційних видів туризму як відгуку на запит споживача.

«Темний туризм», відомий також як «туризм болю» або «чорний туризм», є одним із таких видів туризму, який включає відвідування місць, пов'язаних із смертю людей у наслідок подій, трагедій катастрофічного, історичного, техногенного, релігійного характеру та місць, що пов'язані із паранормальною активністю. До таких місць можуть відноситися колишні в'язниці, старовинні фортеці, де відбувалися масові вбивства, місця ексекцій, місця катастроф, камери смертників, концентраційні табори, місця поховань, привидів та інші подібні об'єкти.

Щороку мільйони подорожуючих з усього світу відправляються до місць та пам'яток, що історично пов'язані зі смертю та трагедією. Цей тип подорожей відомий як "темний туризм" і на сьогодні є одним із найсвіжіших та найпопулярніших напрямків у сфері туризму. Від давніх часів людей завжди цікавили криваві події, такі як гладіаторські бої в Стародавньому Римі, публічні страти в Лондоні в XVII столітті, концентраційний табір та табір смерті Аушвіц-Біркенау або кориди в Іспанії [1, с. 153].

Існує думка, що відвідування таких місць може бути й корисним, після відвідування цих пам'яток, ми зможемо винести уроки з минулого та пам'ятати, що ніхто не вічний, а часу на добрі справи обмаль. Іншим же туристам просто цікаво побачити місця, про які вони чули раніше. Іноді люди навіть не усвідомлюють, що ці екскурсії відносяться до категорії темного туризму.

Професор з Великобританії, Тоні Сітон, визначає танатотуризм як «подорож до якогось місця, повністю або частково мотивоване бажанням символічної зустрічі зі смертю, зокрема насильницької».

На думку Т. Сітона існує п'ять можливих видів темної подорожі:

1. Бути свідками публічних інсценувань смерті;
2. Бути свідком повторних інсценувань смерті;
3. Подорож до місць індивідуальних або масових смертей;
4. Побачити символічні уявлення про смерть;
5. Подорож до меморіалів або місць для інтернування.

В Україні «темні» тури існують доволі давно, але тепер нам відомо, що це саме вони: експедиції до Чорнобильської зони, екскурсії до Личаківського кладовища у Львові та некрополя М. Пирогова у Вінниці, Бабин Яр у Києві й інші [4].

Отже, «темний» туризм можна визначити як підвид пізнавального туризму, адже цей вид туризму, пов'язаний з культурою, і в кінцевому підсумку цей вид туризму включає в себе безліч областей, серед яких мистецтво, наука, історія і т. п. Так старовинні місця публічного або муніципального поховання це не просто кладовище у прямому сенсі, це є музей під відкритим небом, де зібрана історія похоронного мистецтва, сконцентрована культурна спадщина та художнє оздоблення нестандартних місць; є частиною Європейського кладовищенського туризму. Додатково такі туристичні об'єкти виконують функцію джерела соціально-економічної та культурної інформації з притаманною їм кладовищенською архітектурою, скульптурою, легендою, сакральною цінністю.

Дослідники по-різному пояснюють, чому людей приваблюють трагічні місця. За однією з версій деякі люди під час екскурсій відчують почуття емоційного збудження. Інші – навіть ейфорію. Деякі ж туристи просто люблять відчувати почуття страху, а для деякого такі місця приносять відчуття спокою. Важливим питанням, пов'язаним з розвитком похмурого туризму, є мотивація туриста. Можна виділити декілька основних причин інтересу туристів до темних об'єктів:

– Цікавість. Люди завжди хотіли дізнатися щось нове. Вибираючи місця трагедій люди несвідомо прагнуть споглядати смерть або зустрітися зі смертю за життя, щоб мати можливість розмірковувати про неї; побачити символічні елементи смерті, легенди поховання.

– Пошук новизни. Внутрішня потреба в змінах, зміні так званого «середовища існування» або отримання гострих вражень є частиною мотивації вибору подорожі. При цьому до туристичного продукту додаються елементи новизни як зворотна реакція на попит за - для підтримки успішного туристичного бізнесу.

– Пам'ять. Тисячі людей щороку відвідують могили померлих знаменитостей або склепи з останками знаменитих особистостей, численні меморіали і пам'ятники, що увічнюють пам'ять про померлих людей є ще одним доказом того, як важливо людині пам'ятати своїх попередників, а також висловлення поваги до загиблих.

– Культурна спадщина. Безліч гробниць, склепів, кладовищ або інших місць поховань занесені до всесвітнього списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Прикладом цього явища може послужити могила знаменитої принцеси Діани. Сьогодні люди з усього світу, які обожають принцесу навіть після її смерті, мають можливість включити в свій тур відвідування цього меморіального комплексу.

– Інформаційний простір. У сучасному світі не можна применшувати роль ЗМІ. Сьогодні люди з усього світу можуть отримувати своєчасну інформацію про важливі світові події, наприклад, про катастрофи або чийсь смерті. І це не дивно, що туристи прагнуть побувати в тих місцях, які висвітлюють ЗМІ, щоб побачити все на власні очі та відчути себе дотичним до висвітлених подій, місць які на вустах.

– Емоції. Це найважливіша причина, що змушує людей проявляти інтерес до темних дестинацій. «Темний» туризм у першу чергу спрямований на те, щоб викликати у туристів певні емоції. Це може бути як і почуття страху, вдячності чи захопленості [3], а також інтерес і потяг до містицизму, який останнім часом набув розповсюдження.

Американський дослідник П. Стоун виділив сім основних типів темних туристичних об'єктів і склав спектр темного туризму по типам:

1. «Dark Fun Factories» – індустрія темних розваг. Це ті місця, пам'ятки і тури для відвідувачів, які переважно орієнтовані на розваги і комерційну етику, і які представляють собою справжню або вигадану смерть і моторошні події, прикладом є «Парк Дракули» в Румунії, розташований в середньовічній фортеці. Офіційна туристична організація Румунії організувала спеціальну семиденну програму під назвою «Класичний тур Дракули», яка включає відвідування місць, пов'язаних з Дракулою.

2. «Dark Exhibitions» – темні виставки. Темні виставки відносяться до виставок, які пов'язані зі смертю, часто з пам'ятними, освітніми та рефлексивними посланнями. Існує безліч музеїв, які демонструють смерть і пов'язані з нею страждання. Наприклад, Смітсонівський музей американської історії показав виставку, де були представлені зображення і артефакти теракту 11 вересня, які передбачають відобразити історію і вшанувати пам'ять загиблим.

3. «Dark Dungeons» – підземелля, в'язниці. Відносяться до місць і пам'яток, де відбували своє покарання люди після судового процесу. В останні десятиліття кілька старих в'язниць були відновлені і перетворені в туристичні об'єкти. Кожен день тисячі туристів відправляються з причалу Сан-Франциско на поромі до Алькатраса, де колись були ув'язнені такі знамениті кримінальні особистості, як Аль Капоне і Джеймс Уайти Балдж. В Україні існує музей-меморіал «Тюрма на Лонцького», яка використовувалася в ХХ столітті як політична в'язниця трьома режимами: Польською, Радянською та Нацистською владою. Із 2009-го року – це перша в Україні в'язниця музей жертв окупаційних режимів.

4. «Dark Resting Places» – усипальниця, кладовища. Це подорожі з метою відвідати кладовища, щоб бачити могили, саркофаги, статуї і похоронні прикраси в могилах людей, як відомих, так і невідомих. Одним з найвідоміших кладовищ у світі є паризьке кладовище Пер-Лашез, де були поховані такі відомі особистості, як: Джим Морісон, Едіт Піаф, Оскар Уайльд, Марсель Пруст, Ежен Делакруа, Мольєр та інші; а також іспанські, португальські муніципальні місця поховання. В Україні також існують відомі кладовища. Таким є Личаківський цвинтар у Львові, який заснований у 1786 році. Тут ховали відомих діячів культури, мистецтва, науки. Ще одним

прикладом є Байкий цвинтар який є важливою історичною та культурною пам'яткою Києва та всієї України. Тут знайшли вічний спокій найвідоміші люди в історії: державні діячі, письменники, поети, художники, скульптори, актори, спортсмени: Леся Українка і Василій Стус, Валерій Лобановський, В'ячеслав Чорновол та ін.

5. «Dark Shrines» – темні місця поклоніння. Темні святині часто розташовані поблизу місця загибелі та протягом короткого проміжку часу смерті загиблих. ЗМІ відіграють велику роль у представництві цих місць. Прикладом є місце вбивства Джона Ф. Кеннеді. Багато людей хотіли і хочуть віддати свою шану місцині, де він був убитий. Інший приклад – смерть принцеси Діани в 1997 році, мільйони людей прийшли до Кенсінгтонського палацу та будинку Альторпа (сімейний маєток Спенсерів).

6. «Dark Conflict Sites» – місця збройних зіткнень. Місця «темного конфлікту» орієнтовані на історію, пов'язані з темою війни, і їх не рекомендується поміщати в контекст «темного» туризму. У наші дні багато туристів відвідують постраждалі від війни регіони, а деякі відвідують і зони військових дій, такі як Ізраїль, Ліван, М'янма, Алжир, Колумбія та інші регіони.

7. «Dark Camps of Genocide» – темні місця геноциду (туризм Голокосту). Передбачає відвідування місць геноциду і злочинів проти людяності, де відбулися історичні події, пов'язані з жорстоким винищенням нацистами представників різних етнічних і соціальних груп [2, с. 105].

Отже, можна зробити висновок, що «темний» туризм – це вид пізнавального туризму, що передбачає відвідування місць, які пов'язані зі смертю та стражданнями людей. Як не дивно, «темні» тури сприяють відновленню фізичних сил, допомагають відійти від повсякденності, побачити щось нове, допомагають змінити обстановку і відпочити, вони дають туристу нові знайомства з мандрівниками, місцевими жителями, сприяють бажанню більше дізнатися про інші країни. Але головне, що сприяє розвитку таких турів, – це можливість дізнатися правду про якісь події, відчуття захоплення від можливості зануритись у минуле, пропускаючи крізь себе його енергетику; водночас необхідно проявляти повагу до потерпілих, жертв таких подій, пам'ятати про них та не допускати повторення у майбутньому і туристи не сприймали тури виключно у площині розважальних.

Також з впевненістю можна сказати, що після закінчення війни в Україні, більшість наших територій перетворяться на «ганатафтні» туристичні пам'ятки, зокрема: Маріуполь, Харків, Буча, Ірпінь, Бахмут та багато інших місць нашої держави, долучившись до окремого напрямку – постконфліктні території або землі, де йде війна.

Література:

1. Александрова А.Ю. Міжнародний туризм: [підручник] / А.Ю. Александрова. – М.: Аспект Прес, 2020. – 470 с.
2. Заставецький Т.Б., Заставецька Л.Б. «Похмурий туризм» як відображення трагічних подій у історії та культурі народів. Рекреаційна географія і туризм. Наукові записки. Тернопіль: ТНПУ імені В. Гнатюка, 2021. Вип. 2 № 1. С. 101– 107
3. Забудьте традиційні туристичні пам'ятк. [Електронний ресурс]. - Режим доступа: <https://turizmmt.ru/news/7951/>
4. Личаківський некрополь. Режим доступу: <http://www.lviv.lychakiv.com.ua/uk/pro-muzej/>

РОМАНУХА О.М.,
к.і.н., доцент кафедри економіки та бізнесу
Донецького національного університету економіки і
торгівлі імені м.Туган-Барановського
ШУЛЯК Н.В., студент ОС «Магістр»
спеціальності 241 «Готельно-ресторанно справа»
Донецького національного університету економіки і
торгівлі імені м.Туган-Барановського

МІСЦЕ УКРАЇНИ НА ЄВРОПЕЙСЬКОМУ РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Ринок готельних послуг один з найбільш динамічних секторів сучасної економіки. Тенденції його розвитку у ХХІ століття поставили готельну галузь на один рівень з такими традиційними напрямками економіки, як металургія чи машинобудування. Проте, порівняльні аналізи регіональних кластерів, на прикладі країн Європейського Союзу представлені у наукових роботах слабо.

Каталізатором розвитку готельного ринку виступав туризм, як в Європі так і Україні. Рівень розвитку готельного господарства був вищим у тих країнах де була більша кількість туристів. Основні причини такого розподілу відвідувачів є рекреаційний, промисловий, діловий потенціал країн Європи, особливості географічного розташування, кількості населення та розмірів країн. Німеччина, Франція та Іспанія стали локомотивами промислового розвитку ЄС, мали значні розміри та велику кількість туристичних принад. Це сприяло активному відвідуванню їх, та розвитку інфраструктури гостинності в цілому. Виступаючи центрами, вони формували довкола себе зони активності, цікавість до яких туристів була прямо пропорційна віддаленості від центру. То б то, чим далі країна знаходилася від осі Берлін-Париж-Мадрид, тим менша кількість відвідувань реєструвалась там. Україна у даному плані мала віддалене розташування та перебувала під силою тяжіння осі Берлін-Париж-