

Під час розгляду феномену краудсорсинга основну увагу необхідно приділити перевагам та ризикам від його застосування. Переваги використання краудсорсинга багато в чому залежать від суті поставленої задачі.

Застосування краудсорсингових технологій у бізнес сфері надає можливість:

- економії фінансових, людських, інформаційних, енергетичних та часових ресурсів;
- раціонального використання знань, умінь, досвіду та інтересів як «натовпу», так і окремої конкретної людини;
- створення нових сприятливих умов для налагодження ефективної комунікації з цільовою аудиторією споживачів послуг;
- заохочення усіх активних суб'єктів до прийняття участі в процесі формування колегіальних і прозорих управлінських рішень;
- участі та доступу до результатів праці необмеженої аудиторії завдяки масштабності проектів;
- завершення проектів за короткий термін.

Краудсорсинг за короткий проміжок часу став потужним і дієвим управлінським інструментом, застосування якого в управлінні, бізнесі дозволяє розв'язувати актуальні, важливі та нагальні задачі, використовуючи при цьому спільний інтелект, знання, компетентність як кваліфікованих фахівців так й активних, креативних і небайдужих пересічних громадян. Отже, краудсорсинг – це сучасний універсальний управлінський інструмент пошуку нових ідей та коштів із застосуванням ІКТ-технологій.

УДК 621.326

Дець О. П.-ст. гр. ОВ-308

Технічний коледж ТНТУ імені Івана Пулюя

РОЗВИТОК ГАСТРОНОМІЧНОГО МАРКЕТИНГУ НА ТЕРИТОРІЇ

Викладач: Павлик А.Й.

Dets O.

Ternopil Ivan Pul`uj National Technical University

THE DEVELOPMENT OF GASTRONOMIC MARKETING ON THE TERRITORY

Supervision: Pavlyk A.

Ключові слова: їжа, тури, гастрономічний маркетинг

Keywords: food, tour, gastronomic marketing

Гастрономічний маркетинг – це діяльність, яка спрямована на досягнення смакових потреб споживачів, того чи іншого регіону, шляхом дегустації.

Розвиток даного типу маркетингу тісно пов'язаний з ситуацією, яка відбувається в країні. Інтерес до кулінарних подорожей зростає з кожним роком, не кожен відпочиваючий мріє відправитися на золотисті пляжі на березі моря, чи підкорити нову вершину, бажання наповнити свій шлунок смаколикама в гастрономічному турі набуває все більшої популярності серед туристів.

Сьогодні Україна має багато можливостей, що створює передумови для розвитку гастрономічного маркетингу, який має регіональні особливості: центральні регіони – галушки, пампушки, капуста, північ – деруни, печеня, південь – страви з риби, овочей, західні регіони - бануш, бограч, чанахи.

Популярністю у гастрономічних турах в Україні користується: «Галицька дефіляда», «Національне свято шоколаду», «Галушка фест», «Закарпатське Божолє», «Золотий гуляш», «Сонячний напій», «Львів на тарілці». Даного роду заходи дозволяють ознайомитися з звичаями трапези, та «скуштувати» регіон.

Важливим аспектом у даному виді маркетингу відіграє наша українська кухня, яку варто вдало прорекламувати саме у таких видах заходів. За традиційними та сучасними стравами можна вирушати в український тур. Фестивалі відбуваються не лише у великих містах, але також у селах кожного регіону України.

Популярним відпочинком для українців стають трапези в зелених місцях відпочинку. Нещодавно в одному із львівських парків відкрили літній Сніданковий Ярмарок вихідного дня. Позитивним фактором гастро-туру є не лише час перебування на свіжому повітрі, але й повна екологічність їжі та посуду. Страви подають переважно в паперових упаковках, а напої розливають у великі келихи з міцного пластику. Наприклад, на фестивалі ріплюнки, що проходив на території музейного комплексу "Старе село" в Колочаві пропонували етно-аналоги відомих нам бургерів і смузі, але в багато разів корисніші за складом і способом приготування. При цьому одночасно вирішуються дві проблеми: здорового способу життя та екології.

Щорічно у Тернополі проходить понад три десятки фестивалів, найбільше – гастрономічних. Перший фестиваль у місті було проведено у 2013 році. Популярними фестивалями є: «Короп-фест», «Вуличний ринок», «Сала і самогону», «Співоче поле», «Галицька дефіляда», «Борщ'їв» «Файне місто», «Яйце-райце» та інші.

Гастро-тур по Тернополю варто розпочати з арт-бару «Коза». Тут збираються творчі люди міста на концерти, презентації, виставки та тематичні вечірki. Гостям пропонують пасту, ризотто, буритос, а також різноманітні страви. У закладі також подають фірмову випічку. Особам, котрі любляють українську кухню варто відвідати наступні заклади: «Старий млин», «Ковчег». Заклади пропонують смачну їжу з авторськими особливостями, різноманітну випічку та широкий вибір напоїв з етно-елементами, здивують своїм унікальним інтер'єром та виставкою музейних експонатів. Страви готують у старовинних печах та грилях на дровах.

ТОВ «Микулинецький Бровар» та броварня «Опілля» пропонують екскурсії, де можна ознайомитись з технологічним процесом виробництва пива та покуштувати його. Також в Тернополі проводиться фестиваль для любителів пива «Хмільний кухоль». Це свято є у стилі європейських традицій, концепція якого запозичена з таких фестивалів як Октоберфест, які є вагомою частиною європейської ідентичності.

За час проведення фестивалів було встановлено безліч гастрономічний рекордів:

у 2014 році у Тернополі на «Галицькій дефіляді» встановили п'ять кулінарних рекордів (у тому числі два світових): найдовший мангал довжиною 211,1 метра та складався із 69 конструкцій, найдовший шашлик 210,6 метрів, найбільша кількість зеленого борщу 434 літри, найбільша карта-фототорт Тернопільщини та найбільша кількість рекордів, які встановлені на одному фестивалі. Торт важив більше тонни, площею 15,3 кв. метри;

у 2015 році на території фестивалю облаштували найдовший гостинний стіл, довжиною майже 100 метрів;

у 2017 році встановили гастрономічний рекорд – наварили 3009 літрів рибної юшки та встановили рекордний казан вагою 3 тони;

у 2017 році на першому фестивалі локальної їжі та культури «Тернопільська брама» встановили кулінарний рекорд – найдовша в Україні 400-метрова ковбаса;

у 2017 році на фестивалі сала та самогону виклали найдовшу в країні контактну барну стійку довжиною 40 метрів 93 сантиметри.

Особливість Тернопільської області полягає в тому, що тут нерозривно пов'язані декілька українських культур. В результаті ми отримуємо шедеври кулінарної майстерності і мистецтва.

Слід звернути увагу на даного роду заходи адже, інтерес до гастрономії в світі в останні роки перебуває на своєму піку, й гастрономічні фестивалі стають все більш популярними. Яскравим прикладом можна назвати фестиваль «Masters of Food & Wine», що проходив у Франції і коштував для відвідувачів 180 євро на людину. Організатори вклали велику суму грошей, але заробили в шестеро більше, що значно покращило становище міста. Слід брати приклад у країн Європи та Америки, де подібні явища надзвичайно поширені та викликають великий ажіотаж не лише у жителів міста, але й у туристів, яких приваблюють такі заходи. Фестивалі мають вікову історію, що допомагає створити і зберегти імідж країни. У гастро-турах можна повністю реалізуватися як шеф-поваром так і витонченим сомельє чи дегустатором. Ці заходи дозволяють втілити у життя різного роду задуми. Наприклад, на одному з гастро фестивалів у Франції, для того аби уникнути черг, ввели власну валюту. Назвали тематично - "les niams", що можна перекласти як "нями". Отримати їх можна було відразу на вході - поміняти євро на нями, і вже ними розраховуватися за їжу, обмінний курс: 1 ням - 2 євро.

Взимку відомий гастрономічний фестиваль проводять в Сент-Моріц (*St. Moritz Gourmet Festival*) - на знаменитому швейцарському курорті. Цей захід вважається одним із найбільш визначних подій у царині кулінарного мистецтва. Триває він зазвичай трохи менше тижня. На гастрономічне свято запрошують найкращих кухарів світу для презентації їхніх нових страв високої кухні. Програма фестивалю зазвичай насичена: тут і вечірки, і гала-вечори, й майстер-класи, й урочисті обіди.

Підводячи підсумки можна стверджувати, що гастрономічний маркетинг на Тернопільщині набирає обертів і його потрібно всебічно розвивати. Це дозволить пропагувати культурні традиції Галичини, екологічної їжі та популяризувати Тернопіль як гастрономічний центр Західної України. А це в свою чергу збільшить потік туристів і сприятиме поповненню міського бюджету.

УДК 338.46

Долинська А.– ст. гр. БМс-42

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ЯРМАРКИ ЯК ЕЛЕМЕНТ РИНКОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

Науковий керівник: к.е.н., доцент Машлій Г.Б.

Dolynska A.

Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University

FAIRS AS AN ELEMENT OF MARKET INFRASTRUCTURE

Supervisor: Ph.D, Assoc. Prof. Mashliy H.B.

Ключові слова: ярмарок, ярмаркова торгівля.