

РОЛЬ МІСЦЬ ПАМ'ЯТІ У ФОРМУВАННІ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ ВИДІВ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Хохлов Максим Володимирович

аспірант,

Приватний вищий навчальний заклад

«Київський університет культури»

Місце пам'яті в туристичному споживанні є ключовою змінною для туристів і постачальників туристичних послуг. Згадані спогади про туристичний досвід є важливим фактором, коли туристи приймають рішення повернутися до певного місця призначення, де вони реєстрували свої особисті чи колективні спогади [4, с. 360–367]. Крім того, нова концепція пам'ятних туристичних вражень, визначена Кімом та ін. як «туристичний досвід, який позитивно запам'ятовується та згадується після події» [7, с. 1–13], привернув увагу через ту роль, яку вони явно відіграють у визначенні майбутнього вибору та живленні з уст в уста [3, с. 46–58]. Досліджуючи вплив спогадів на вибір місця призначення з точки зору маркетингу та менеджменту, запам'ятався досвід задумується як ретроспективна глобальна оцінка, що робить спогади туристів центральними для формування основи для нових уподобань та очікувань, для впливу на прийняття рішень та розширення місця призначення лояльність [2, с. 108–118; 9, с. 7–18]. Браун Ла-Тур стверджував, що пам'ять про туристичний досвід є єдиним найважливішим джерелом інформації, яку туристи використовуватимуть, коли прийматимуть рішення щодо майбутнього місця призначення [4].

Тунг та Річі [12] концептуалізували пам'ятний досвід як значущий досвід, який запам'ятовується та реконструюється під час опису конкретного досвіду подорожі [11, с. 16–27]. Їхні висновки в ході 208 глибинних інтерв'ю визначили чотири основні аспекти, які роблять досвід більш запам'ятовуваним: афект (позитивні емоції), очікування (виконання несподіваного позитивного сюрпризу), наслідковість (важливість результатів подорожі: стосунки соціальної взаємодії, інтелектуальний розвиток, самопізнання, подолання фізичних проблем) і спогади (обмін пам'яттю). Під час створення шкали туристичних вражень Кім, Річі та МакКормік визначили сім параметрів туристичного досвіду, які сприяють формуванню пам'яті: гедонізм, відпочинок, місцева культура, значущість, знання, залученість і новизна [8, с. 123–126].

Місця пам'яті відіграють важливу роль у формуванні спеціалізованих видів туризму в Україні, впливаючи на туристичні уподобання та рішення. Пам'ятні туристичні враження визначаються як ключовий

фактор для вибору місця призначення, оскільки позитивні спогади про минулі візити стимулюють бажання повернутися. Значущість емоцій, несподіваних позитивних моментів та соціальних взаємодій робить туристичний досвід запам'ятовуваним і впливає на лояльність до місця призначення [6].

Туризм пам'яті, як термін, що характеризується відвідуванням історичних місць, які мають важливе значення у військовій історії країни, Є відкриває можливості для розвитку туризму під впливом воєнних факторів. Створення маршрутів для вивчення і розуміння історичних подій може привернути туристів, які цікавляться воєнною історією [1].

Спеціалізовані види туризму в Україні, зокрема військовий, історичний та культурний, активно розвиваються завдяки акценту на місцях пам'яті. Наприклад, тури до місць, пов'язаних із Другим світовим війною або подіями сучасного конфлікту, можуть пропонувати туристам можливість отримати глибше розуміння історії країни, спостерігати за наслідками цих подій і долучитися до колективної пам'яті.

Важливість новизни та залученості підкреслює необхідність створення інтерактивних маршрутів, які б включали не лише відвідування об'єктів, а й участь у різноманітних активностях, що формують спогади. Це можуть бути екскурсії з гідами, тематичні фестивалі, реконструкції історичних подій, які допоможуть туристам відчутти атмосферу певної епохи.

Отже, місця пам'яті в Україні відіграють ключову роль у формуванні спеціалізованих видів туризму, оскільки вони створюють унікальні туристичні враження, що впливають на лояльність та повторні візити. Розвиток туристичних маршрутів, що включають ці місця, може не лише підвищити привабливість України як туристичного напрямку, але й сприяти відновленню національної ідентичності та колективної пам'яті. У цьому контексті важливо впроваджувати нові маркетингові стратегії, що зосереджуються на пам'ятних туристичних враженнях, щоб залучити як внутрішніх, так і міжнародних туристів.

Маркетингові стратегії, що зосереджуються на пам'ятних туристичних враженнях, можуть включати інтерактивні екскурсії, які залучають туристів через театралізовані вистави або відновлення історичних подій, створюючи емоційний зв'язок з місцем. Тематичні фестивалі, присвячені історичним подіям або культурним традиціям, дозволяють зануритися в атмосферу певної епохи через музику, танці та гастрономію. Використання соціальних медіа для запуску відео- та фотопроєктів, де туристи діляться своїми враженнями, підвищує видимість об'єктів. Запрошення популярних блогерів або інфлюенсерів для створення контенту, пов'язаного з пам'ятними місцями, допомагає залучити їхню аудиторію. Гастрономічні тури, що поєднують історію з місцевою кухнею, створюють незабутні враження через смакові емоції.

Створення мобільних додатків, які пропонують інформацію про пам'ятні місця, маршрути та інтерактивні карти, може зробити досвід ще більш зручним. Розробка унікальних сувенірів, що відображають історію місць пам'яті, дозволяє туристам забрати частинку досвіду з собою. Ці стратегії можуть ефективно підвищити інтерес до туристичних напрямків в Україні, забезпечуючи незабутні враження та емоційний зв'язок з культурною спадщиною.

Таким чином, місця пам'яті в Україні виступають важливими елементами формування спеціалізованих видів туризму, які не лише сприяють розвитку туристичної галузі, але й допомагають у відновленні національної ідентичності. Завдяки пам'ятним туристичним враженням, які спонукають до повторних візитів, країна може залучити різноманітну аудиторію, зокрема як внутрішніх, так і міжнародних туристів. Упровадження інноваційних маркетингових стратегій, орієнтованих на створення емоційних зв'язків і незабутніх вражень, є ключовим фактором для підвищення конкурентоспроможності України на міжнародному туристичному ринку. Окрім економічних вигод, це також сприяє збереженню історичної пам'яті та культурної спадщини, формуючи глибокий зв'язок між туристами та місцевими громадами. Розвиток та популяризація таких маршрутів, що акцентують на пам'ятних місцях, є важливим кроком у формуванні нового обличчя українського туризму, що підкреслює його унікальність та багатогранність.

Список використаних джерел:

1. Любченко В.В. Роль туризму у сталому розвитку в Україні: виклики та можливості для економіки. *Економіка та суспільство*. 2023. № 57. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-59>
2. Agapito D., Pinto P., Mendes J. Tourists' Memories, Sensory Impressions and Loyalty: In Loco and Post-Visit Study in Southwest Portugal. *Tourism Management*. 2017. Vol. 58. P. 108–118.
3. Andersson T.D. The Tourist in the Experience Economy. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 2007. Vol. 7. No. 1. P. 46–58.
4. Braun-Latour K.A., Grinley M.J., Loftus E.F. Tourist Memory Distortion. *Journal of Travel Research*. 2006. Vol. 44. No. 4. P. 360–367.
5. Chandralal L., Valenzuela F.-R. Memorable Tourism Experiences: Scale Development. *Contemporary Management Research*. 2015. Vol. 11. No. 3. P. 291–310.
6. Cho K.W. A Review of Memorable Experiences and Their Implications for Tourism Experiences in Management and Marketing Science. *Mondes du Tourisme*. Articles, 2022. Online since 01 October 2022. URL: <http://journals.openedition.org/tourisme/5053>
7. Kim H., Kim B. The Evaluation of Visitor Experiences Using the Peak-End Rule. *Journal of Heritage Tourism*. 2019. Vol. 14. No. 5-6. P. 1–13.
8. Kim J.H., Ritchie J.R.B., McCormick B. Development of a Scale to Measure Memorable Tourism Experiences. *Journal of Travel Research*. 2012. Vol. 3. No. 2. P. 123–126.
9. Larsen S. Aspects of a Psychology of the Tourist Experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 2007. Vol. 7. No. 1. P. 7–18.

10. Marschall S. Tourism and Memory. *Annals of Tourism Research*. 2012. Vol. 39. No. 4. P. 2216–2219.
11. Park S., Santos C.A. Exploring the Tourist Experience: A Sequential Approach. *Journal of Travel Research*. 2017. Vol. 56. No. 1. P. 16–27.
12. Tung V.W.S., Ritchie J.R.B. Exploring the Essence of Memorable Tourism Experiences. *Annals of Tourism Research*. 2011. Vol. 38. No. 4. P. 1367–1386.
13. Wirtz D., Kruger J., Scollon C. N., Diener E. What to do on Spring Break? The Role of Predicted, On-Line, and Remembered Experience in Future Choice. *Psychological Science*. 2003. Vol. 14. No. 5. P. 520–524.