

7. Дріневський, Н.П. До концепції розвитку санаторно-курортної справи в Україні [Текст] / Н.П. Дріневський // Медична реабілітація, курортологія і фізіотерапія. - 2002. - №3(31). - С.39-42.

8. О.І. Трохимець «Розвиток туризму в Україні та його стратегічне значення для національної економіки» / науково-виробничий журнал «Держава та регіони» № 3 2012 – 259 с – с 62 – 67 ISSN 1814-1161

9. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.ukr-socium.org.ua/Arhiv/Stati/US-2-2014/71-79.pdf>

Безверхня А.В., студентка факультету менеджменту та бізнесу ВП «МФ КНУКіМ»;

Хованська В.В., студентка факультету менеджменту та бізнесу ВП «МФ КНУКіМ»;

Науковий керівник: **Доній В.С.**, викладач кафедри інформаційної, бібліотечної і архівної справи ВП «МФ КНУКіМ»

КАВОВА КУЛЬТУРА МИКОЛАЄВА: ТРАДИЦІЇ ТА НОВАТОРСТВО

Мало хто знає, що кавова культура – це поняття не абстрактне, а цілком конкретне. Це мистецтво правильного заварювання кави, правильного його споживання. Кавова культура прийшла до нас з арабських країн, під впливом інших культур вона перетворювалася, удосконалюючись і приймаючи нові обриси.

Метою нашого дослідження є порівняння традиційної реалізації кавових напоїв з сучасними, іноваційними підходами та ідеями. А також моніторинг (або розгляд) і оцінка кавової культури Миколаєва на даному етапі.

Історія кави в Україні почалася багато століть тому. І, попри поширений сюжет, не завдяки Юрію Кульчицькому. За легендою, саме козак Юрій-Франц Кульчицький навчив Європу, зокрема Австрію, пити каву, до якої призвичаївся під час перебування в турецькому полоні. Але першу кав'ярню Європи відкрили в Оксфорді в 1650 році. Натомість «Блакитна пляшка» Кульчицького з'явилась у Відні аж 1683-го.

Ще одна поширена версія мовить, що перша в Україні кав'ярня з'явилась у Кам'янці-Подільському у 1676 році – і її відкрили турки «для своїх». Однак кавовий експерт Сергій Ремінний наполягає, що перше

горнякото кави на території України було випито у 1472 році – за 200 років до приходу кави на Захід, із запасів, залишених у турецькому обозі після невдалої облоги Хотинської фортеці.

Отож, незалежно від того, яка з версій вам подобається більше – про Кам'янець-Подільський чи Хотин, Юрія Кульчицького чи безіменних першовідкривачів, кава почала завойовувати Європу з України.

У світі постійно збільшуються обсяги споживання кави. За даними International Coffee Organization, показник споживання цього ароматного напою за 4 роки, в період з 2012 по 2016 роки, збільшився на 5,8%. Попит на каву зростає за рахунок широких маркетингових кампаній. Ключовими споживачами кави є країни ЄС (27,4% в 2015-2016 роках), США (16,3%), Бразилія (13,2%). Частка України в світовому споживанні кави за вказаний період склала 0,72%.

У нашій країні культура споживання кави сьогодні знаходиться на стадії розвитку. Ринок характеризується сезонністю - в літній період обсяги споживання скорочуються на 2-4%.

Український ринок кави імпортозалежний, оскільки кавові зерна в нашій країні не вирощуються - відбувається тільки обробка і упаковка зерен. Іншими словами, загальносвітові тенденції кавового сегмента (проблеми з врожайністю і волатильністю цін) характерні і для вітчизняного кавового ринку. Крім того, на нього впливають і локальні фактори - зокрема, коливання курсу валют.

Але ніякі коливання курсу чи які б то не були інші чинники ніколи не зупинять справжнього кавомана насолодитися філіжанкою кави.

Традиції завжди шанувалися і продовжують існувати на сучасному етапі. Проте, людство зараз живе в той історичний період, коли світ стрімко розвивається і не стоїть на одному місці. Традиції починають поступатися місцем новим, свіжим та креативним ідеям. Так само це відбувається з кавовою культурою у нашому місті. У наш час вже нікого не здивуєш банальним продажем і вживанням кави у кафе або ресторані. Людство завжди прагне до чогось нового, креативного і більш розвиненого.

На вулицях Миколаєва все частіше зустрічаються люди з паперовими склянками кави в руках. Так звана «кава з собою» – зручний, швидкий, сучасний спосіб реалізації кавових напоїв. Такий спосіб вживання кави прийшов у наше місто не так давно. Ще приблизно 5 років тому люди не мали ніякого уявлення про машини на колесах, з яких вони за невелику суму і короткий проміжок часу, можуть отримати улюблений напій. На той час більшість людей вживали виключно розчинну каву, процес приготування якої набагато простіший і зрозуміліший.

Найпершими внести у кавову культуру Миколаєва кардинальні зміни, наважилися випускники нашого університету, які створили мережу мобільних кав'ярень «Coffee Go». Сніжана та Артем Руденко

спостерігали за таким новим способом продажу кави у Києві, після чого й з'явилося бажання зробити щось подібне у рідному місті [1]. Спочатку, миколаївці нічого не розуміли, а іноді навіть боялися підійти та дізнатися, що це за машина на колесах, яка готує напої. З часом, люди до цього звикли, і навіть визнали досить вдалим такий спосіб реалізації кави.

Після вдалого стартапу «Coffee Go» у місті почали з'являтися нові кіоски та машини зі схожим принципом обслуговування. На сьогоднішній день така діяльність є дуже популярною і розповсюдженою. Це й справді чудова ідея! Кавові напої коштують дешевше, ніж у кафе, а смак не гірший, ніж у спеціалізованих закладах. Це також зручно, адже кіоски і машини розташовані на території всього Миколаєва, споживачі можуть легко й швидко отримати своє замовлення.

Окрім новації «кава з собою», вдосконалюється продаж напоїв у традиційних закладах. Наприклад, у минулому році розпочала свою діяльність «Кав'ярня-книгарня» – єдиний заклад міста, де можна посмакувати кавою і почитати або придбати будь-яку книгу. Це новий, незвичний для нашого міста спосіб реалізації кавових напоїв. Вже за рік своєї роботи, в заклад закохалися багато місцян і туристів.

Варто зазначити, що розвиваються також і способи приготування кави. Зокрема, у кафе «Грифель» з незвичною концепцією, гості можуть придбати каву, яка виготовлена різними методами, а не тільки традиційними. Така особливість не може залишити байдужими прихильників кави. Попит на неї зростає, а продаж збільшується і популяризується. Окрім наведених прикладів, вдосконалюють і впроваджують новинки й інші заклади Миколаєва, що дуже тішить.

Якщо порівнювати традиції і новації кавової культури Миколаєва, можна знайти як позитивне так і негативне. Наприклад, у нашому місті популяризуються сучасні види реалізації кави, що вказує на гастрономічний і культурний розвиток міста. З метою залучення споживачів до придбання кавової продукції, традиційні заклади впроваджують новинки та сучасні технології. До таких іновацій не байдужа сучасна молодь, що є позитивним чинником, адже в нашому світі в основному орієнтуються саме на молоде покоління.

Проте, серед великої кількості плюсів, можна знайти також і мінуси. Зокрема, в Миколаєві не розвивається більшість традиційних закладів, вони не впроваджують нові технології та способи реалізації кави. На жаль, лише невелика частина закладів мають бажання вдосконалюватися, що значно гальмує загальний гастрономічний розвиток міста. До мінусів також можна віднести й те, що далеко не всі люди старшого покоління сприймають спосіб продажу напоїв типу «кава з собою». А це означає, що такі заклади втрачають певну частину потенційних споживачів.

Отже, можна зробити висновок, що, поступово миколаївська кавова культура розвивається. Упроваджуються нові, сучасні та креативні способи реалізації напоїв, а також їх приготування. Деякі традиції модернізуються, а деякі взагалі зникають, що свідчить про те, що гастрономічна частина Миколаєва не стоїть на місці. Тільки за умови запозичення та поєднання традиційного і нового, можна досягти сучасної кавової культури.

Список використаних джерел:

1. История одного стартапа: как николаевцы открыли сеть кофеен «Coffee Go» – Режим доступу: <https://www.0512.com.ua/news/1829620> – Назва з екрана.

Виштак А.В., студентка факультету менеджменту та бізнесу ВП «МФ КНУКіМ»;

Науковий керівник:

Гаврилова О.В., к.п.н., доцент кафедри культурології ВП «МФ КНУКіМ»

КВЕСТ-КІМНАТИ М. МИКОЛАЄВА ЯК ЗАСІБ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ МІСТА

На сьогоднішній день відносно новою розвагою для сучасного споживача стали «квест-кімнати», з кожний роком попит на які стає все більшим. Така гра дає змогу відчувати себе героєм кінофільму чи відео-гри, стати справжнім рятівником чи шукачем пригод. Для деяких користувачів відвідування квест-кімнат стало хобі, відволікаючим від одноманітності буденного життя, бо кожна квест-кімната несе в собі новий сюжет та надає нову роль. Але звідки це все прийшло до нас?

Появі самої ідеї створення квест румів ми маємо бути вдячні комп'ютерним іграм. Перша гра в жанрі «quest» вийшла ще в далекому 1994 році. Ігровим прототипом сучасних реальних квест-кімнат є гра «Montas», що вийшла в 2001 році. Сенс цієї гри полягав у необхідності звільнити свого героя із замкненої кімнати, та, щоб знайти вихід, необхідно знайти, розшифрувати і використати різні підказки і предмети, що знаходяться всередині.

Також, разом з «Montas», у Китаї вийшов ряд подібних ігор:

Однією з перших була «Crimson Room» – кімната червоного кольору, всередині якої знаходиться всього лише кілька предметів, що