

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України від 11.07.2019 № 975) www.economy.nauka.com.ua | № 5, 2021 | 27.05.2021 р.

DOI: [10.32702/2307-2105-2021.5.200](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.5.200)

УДК: 338.48-6:641/642(477)

Г. О. Фесенко,

*асистент кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу й іноземних мов,
Херсонський державний аграрно-економічний університет, м. Херсон, Україна
ORCID ID: 0000-0002-9462-8573*

ГАСТРОТУРИЗМ ЯК АКТУАЛЬНИЙ ТРЕНД СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

H. Fesenko

*Assistant of the Department of hotel, restaurant and tourism businesses and foreign languages,
Kherson State agrarian and economic University*

GASTRONOMY TOURISM AS A CURRENT TREND IN MODERN DEVELOPMENT OF THE TOURISM IN UKRAINE

У статті висвітлено поняття гастрономічного туризму та проаналізовано проблеми розвитку в сучасних умовах в Україні. На основі методів економічного аналізу визначено шляхи його розвитку в Україні. Узагальнено теоретичні, методичні та практичні аспекти розвитку гастротуризму. На основі теоретичного узагальнення інформаційних джерел обґрунтовано види гастротуризму, проведено їх детальний опис та визначені наявні об'єкти для відвідування. Визначено, що в різних регіонах України наявний високий потенціал розвитку гастрономічного туризму, який використовується не на повну потужність і, як наслідок, розвиток туристичної галузі не є динамічним, не має стрімкого росту. На основі проведеного SWOT-аналізу виявлені недоліки і переваги гастрономічного туризму та визначити його перспективні напрями. Встановлено, що гастротуризм є невід'ємною гілкою сучасного туризму, допомагає підтримувати розвиток внутрішнього туризму, шанування місцевих традицій і збагачення культурних цінностей. Запропоновано класифікацію видів гастрономічного туризму в Україні. В якості ефективного напрямку розвитку туристичної галузі в Україні туристичним агентствам рекомендовано концентрувати увагу на Південному регіоні, в якого є високий потенціал стати осередком гастрономічного туризму. Практичне значення проведеного дослідження полягає у можливості використання запропонованих заходів суб'єктами підприємництва у розвитку гастрономічного туризму, при формуванні регіональних і національних програм розвитку туристичної сфери.

The article highlights the concept of gastronomic tourism and analyzes the problems of development in modern conditions in Ukraine. On the basis of methods of economic analysis the ways of its development in Ukraine are determined. Theoretical, methodical and practical aspects of gastronomic tourism development are generalized. Based on the theoretical generalization of information sources, the types of gastronomic tourism are substantiated, their detailed description is made and the available objects for visiting are determined. It is determined that in different regions of Ukraine there is a high potential for the development of gastronomic tourism, which is

not used at full capacity and, as a result, the development of the tourism industry is not dynamic, has no rapid growth. Based on the SWOT-analysis, the disadvantages and advantages of gastronomic tourism and its promising areas are identified. It is established that gastronomic tourism is an integral branch of modern tourism, helps to support the development of domestic tourism, respects for local traditions and enrichments of cultural values. The gastronomic feature is inherent in each region of the country of Ukraine, therefore domestic tourist companies should pay more attention to a new, but perspective direction of tourism. The niche of gastronomic tourism in Ukraine is poorly filled. It should be emphasized that a country with a rich culinary history, traditions and customs, multinational recipes loses potential opportunities for business development, revenue and competitive advantage. The classification of types of gastronomic tourism in Ukraine is offered. As an effective direction of development of the tourism industry in Ukraine, travel agencies are recommended to focus on the Southern region, which has a high potential to become a center of gastronomic tourism. Currently, the infrastructure of gastronomic tourism in Ukraine needs to be expanded, i.e. it is necessary to increase the number of national cafes and restaurants, it is appropriate to create gastronomic museums and tasting rooms. Such fundamental steps in the development of gastronomic tourism are possible due to the support of the state, the creation of a favorable investment climate and the attraction of foreign investors. The practical significance of the study lies in the possibility of using the proposed measures by business entities in the development of gastronomic tourism, in the formation of regional and national programs for the development of tourism.

Ключові слова: *гастротуризм; види гастротуризму; SWOT-аналіз; конкурентні переваги; кулінарний туризм; гастрономічні фестивалі.*

Key words: *gastronomic tourism; types of gastronomic tourism; SWOT-analysis; competitive advantages; culinary tourism; gastronomic festivals.*

Постановка проблеми. Актуальність. В останні роки сфера туризму швидко та динамічно розвивається, стає невід'ємною частиною життя сучасної людини. Розвиток світового туристичного ринку і його глобалізація формують туристичну галузь як невід'ємний атрибут цивілізованого суспільства. Туризм набуває все більшого впливу на економіку багатьох країн, адже індустрія туризму забезпечує приріст валового внутрішнього продукту, допомагає подолати безробіття на регіональному рівні та сприяє розвитку об'єктів інфраструктури. Проте, значна частина туристів швидко втрачає інтерес до традиційних локацій та видів відпочинку, тому географія туризму розширюється і з'являються нові його різновиди. З огляду на багату культурно-історичну спадщину України, її вигідне географічне положення, сприятливий клімат та національно - культурні традиції, одним із перспективних різновидів туризму є гастротуризм. Наразі гастротуризм в Україні перебуває на ранній стадії становлення, має ряд перепон динамічного розвитку, потребує актуалізації теоретичного підґрунтя та практичного втілення. Це обумовило актуальність обраної теми дослідження.

Метою даної публікації є аналіз сучасного стану гастротуризму в Україні, та визначення перспективних напрямків його розвитку.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети в роботі використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження: монографічний – при вивченні досвіду та історичного розвитку гастротуризму; аналізу та синтезу – при систематизації гастротуризму за видами та виявленні регіональних особливостей; економічного аналізу – при виявленні тенденцій, закономірностей та перспектив розвитку гастротуризму. Для виявлення проблемних аспектів та потенційних можливостей розвитку гастротуризму в Україні використано методи SWOT – аналізу.

Аналіз останніх публікацій і досліджень. Щороку по всьому світу з'являються нові гастрономічні тури, які залучають все більшу кількість відпочиваючих. Тому туристичні фірми пропонують клієнтам зануритися в ефективно організовані подорожі з цікавими варіантами та насиченою програмою:

- відвідування національних ресторанів, дегустація оригінальних страв та напоїв;
- участь в гастрономічних фестивалях, участь у приготуванні національних страв;
- місцевих виробництв традиційних продуктів, знайомство з історією та рецептурою національної кулінарії;
- відвідування продукт-спеціалізованих майстер класів, виставок, курсів, вивчення технології приготування певних харчових продуктів та страв з цих продуктів;
- участь у національних святах та обрядах, пов'язаних з гастрономією;

- відвідування дегустаційних залів, дегустація продуктів: вина, сирів, меду, наливок, приготовлених за традиційними рецептами;

- апробація оригінальних технологій харчування з метою лікування та оздоровлення, тощо [1].

Корнілова В.В., Корнілова Н.В. визначають «гастрономічний туризм», який є похідним від терміну «гастрономія» (з грецької γαστήρ – шлунок) – наука, що вивчає зв'язок між харчуванням та культурою й відноситься до галузі соціальних дисциплін. Тоді як кулінарія (з латинського *culīna* – кухня) – галузь прикладної діяльності, пов'язаної з приготуванням їжі, що включає комплекс технологій, обладнання та рецептів і є частиною гастрономії.[2]

Михайлюк О.Л., Хумаров О.А. акцентують увагу на тому, що гастрономічний туризм виступає допоміжним інструментом у пізнанні культурної спадщини країн або регіонів світу, оскільки страви національної кухні є одним із елементів, що відображають спосіб життя, світогляд та традиції різних народів.[3]

Результати дослідження.

Туризм належить до сфери послуг і є однією з найбільших галузей світової економіки. За час свого існування він перетворився на потужну індустрію і активно увійшов в життя різних за рівнем розвитку країн. Туристична галузь в розвинених країнах стала важливим соціально-економічним явищем, що здійснює істотний вплив на економіку та забезпечує високий рівень доходів суб'єктам туристичного бізнесу. У більшості країн світу сфера туризму є провідною галуззю економіки, яка характеризується швидкими темпами розвитку, забезпечує приріст валового внутрішнього продукту, вирішує проблеми зайнятості, сприяє розвитку інфраструктури, гарантує високий рівень доходності вкладеного капіталу.

Україна має високий туристично-рекреаційний потенціал: на її території зосереджені унікальні природні та рекреаційні ресурси, об'єкти національного і світового визнання культурно-історичної спадщини. У багатьох регіонах представлений широкий спектр потенційно привабливих туристичних об'єктів і комплексів, які користуються популярністю в українських і закордонних туристів. Наявність різноманітних туристично-рекреаційних ресурсів країни дозволяє розвивати практично всі види туризму, в тому числі рекреаційний, культурно-пізнавальний, діловий, активний, оздоровлюючий і екологічний туризм, а також сільський та гастротуризм.

Гастрономічна особливість притаманна кожній області країни України, тому вітчизняним туристичним компаніям варто приділяти більше уваги новому, проте перспективному напрямку туризму. Ніша гастрономічного туризму в Україні слабо наповнена. Слід акцентувати увагу, що країна з багатою кулінарною історією, традиціями і звичаями, багатонаціональними рецептами втрачає потенційні можливості розвитку даного бізнесу, доходи і конкурентні переваги.

Кулінарний потенціал України не обмежується тільки традиційними стравами. Підприємцям туристичної індустрії варто враховувати гастрономічні особливості кожного регіону України і зміни у харчових уподобаннях населення. Однак, на сьогоднішній день гастрономічний туризм в Україні має ряд перешкод для стрімкого розвитку, зокрема:

- криза внаслідок пандемії негативно позначилась на ресторанній галузі в цілому, що в свою чергу пригальмувало розвиток гастротуризму, незважаючи на інтерес з боку громадян України та інших країн;

- розвиток гастрономічного туризму прямо залежить від платоспроможності населення, а в умовах економічної кризи цей вплив є негативним;

- відсутність досвіду ведення гастрономічного бізнесу, кваліфікованих кадрів у сфері гостинності, зацікавлених ентузіастів та ідеологів популяризації гастротурів також обмежують розвиток даної сфери.

Оскільки гастротуризм – специфічний вид туризму, гастрономічні тури масово не продаються, тому що не кожен турист зважиться виїхати до іншої країни або регіону, маючи на меті лише скуштувати страви національної кухні. Проте це не заважає багатьом країнам привертати до себе туристів досить оригінальними кулінарними способами. У будь-якому випадку, з огляду на те, що мова йде про індивідуальні тури, жорсткими рамками мандрівники не обмежені. Наприклад, окремі дегустаційні програми, які вже зарекомендували себе в інших країнах, можуть і звичайно подорож перетворити в гастрономічний тур.

Гастрономічний туризм – це подорож по країнах і континентах для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями, з метою відвідати унікальні для приїжджкої людини страви або продукти.

Словосполучення «кулінарний туризм» було введено в обіг ще у 1998 р. Мета туризму даного спрямування полягала в тому, що через місцеву їжу, туристу буде легше ознайомитись з культурою країни. У 2012 р. термін «кулінарний туризм» було витіснено іншим – «гастрономічний туризм» – через те, що подорожі та місцева кухня стали невід'ємними складовими туристичних маршрутів, доступними для значної кількості людей з різним бюджетом.

Відмінними рисами гастротуризму, які визначають його відокремленість від інших видів, є:

- умови та потенціал для розвитку гастротуризму мають всі країни, в яких розвинена сфера туризму;

- гастрономічний туризм може динамічно розвиватися у будь-яку пору року, що нівелює вплив сезонності і забезпечує стабільність бізнесу;

- гастротуризм в певній мірі є складовим елементом всіх видів туризму, об'єктивно розвивається як складова туристичних маршрутів, що створює синергетичний ефект і активізацію підприємницької діяльності;

- гастрономічні тури є вишуканою рекламою та засобом просування крафтових продуктів місцевих господарств, підприємств та фірм, які залучені до розвитку харчової індустрії регіону.

Україна має величезний потенціал розвитку сфери туризму - міста і села, природні ландшафти, їх унікальні історичні та національно-культурні особливості можуть привабити не тільки туристів з інших регіонів, а й з інших країн. А гастротуризм в даному аспекті слід розглядати як необхідну умову і об'єктивну реальність стратегічного розвитку всіх видів туризму. Конкурентною перевагою українського гастротуризму для іноземців є доступна ціна на продукти харчування, солодощі, алкогольні напої, крафтові продукти, що забезпечить приток туристів і зростання доходів туристичної сфери.

Незважаючи на те, що Україна пропонує туристам великий вибір туристичних напрямків, гастрономічні тури залишаються поодиноким явищем. Чіткого розуміння поняття «гастротуризм» немає навіть у постачальників послуг, а гастрономічні фестивалі, що проходять в регіонах, часто нівелюють саму ідею гастротуризму. Потенційних туристів відштовхує і висока вартість гастротурів. На основі проведеного дослідження особливостей розвитку гастротуризму в Україні визначені його перспективи з використанням методів SWOT-аналізу (табл. 1).

Таблиця 1.
SWOT - аналіз гастротуризму в Україні

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>Різноманітні кліматичні зони та їх спеціалізація на виробництві специфічних продуктів.</p> <p>Багата історико-культурна спадщина для відродження стародавніх рецептів та способів приготування вишуканих страв.</p> <p>Унікальні кулінарні традиції та звичаї в регіональному аспекті.</p> <p>Наявність туристичних атракцій та рекреаційних ресурсів.</p> <p>Багатонаціональний склад населення країни з відповідними кулінарними традиціями.</p> <p>Розвиток сфери виробництва і переробки сільськогосподарської продукції.</p>	<p>Відсутність розвиненої туристичної інфраструктури у багатьох регіонах країни.</p> <p>Недосконалість рекламної та маркетингової стратегії на зовнішніх та внутрішньому ринках.</p> <p>Відсутність централізованого підходу до розвитку гастротуризму в Україні.</p> <p>Недостатній рівень стимулювання залучених регіональних виробників продуктів харчування до сфери гастротуризму.</p> <p>Недостатня фінансова підтримка для розвитку гастротуризму зі сторони держави.</p> <p>Дефіцит кваліфікованих кадрів у сфері гастротуризму.</p> <p>Невідповідність якості пропонованих послуг міжнародним стандартам та високому рівню цін.</p>
Можливості	Загрози
<p>Брендування регіональної кухні та позиціонування на міжнародному ринку гастротуризму як унікального виду рекреації.</p> <p>Становлення традицій різноманітних гастрономічних фестивалів, проведення тематичних регіональних святкових заходів.</p> <p>Створення привабливого туристичного іміджу України на зовнішніх ринках за рахунок популяризації гастротуризму.</p> <p>Формування єдиної інформаційної бази та реєстру гастрономічних маршрутів.</p> <p>Розвиток продуктової номенклатури для гастротуризму.</p> <p>Соціально-економічний розвиток сільської місцевості.</p> <p>Створення музеїв їжі, дегустаційних залів, відновлення фабрик та заводів, які виготовляють продукти харчування і як результат створення нових робочих місць.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Високе конкурентне середовище серед придатних дестинацій для формування гастрономічних турів. - Зниження платоспроможності та якості життя населення в кризові періоди. - Високий рівень зношення об'єктів туристичної інфраструктури. - Цінові ризики для суб'єктів туристичної діяльності на розвиток нового виду туризму. - Нерентабельність туристичного потоку через низький рівень доходів. - Низький рівень інвестиційної привабливості туристичної сфери. - Вплив пандемії та карантинних обмежень на активізацію розвитку внутрішнього гастротуризму.

Сьогодні гастрономічний туризм – це один із перспективних напрямків розвитку ринку туристичних послуг, різновид спеціалізованого туризму, пов'язаний із ознайомленням та пізнанням національних кулінарних традицій світу - синтез екології, культури та виробництва. З точки зору організаторів туризму, гастрономічний тур дозволяє ознайомитись із оригінальними технологіями приготування місцевих продуктів харчування, традиціями їх споживання, володінням навичками кулінарного мистецтва, участю у фестивалях та культурних тематичних акціях. Всі маршрути тут розроблені з урахуванням пізнання місцевої культури через національні страви [8].

Розвиток гастротуризму сприяє вирішенню цілого ряду соціально-економічних проблем, зокрема:

- поповнює місцеві бюджети на основі сплати податків підприємницькими структурами;

- розвиває не лише регіони, а й сільську місцевість, адже найкращим місцем для існування кулінарного туризму є колоритні села та їх самотність;
- створює нові робочі місця, які будуть актуальні для населення різних вікових груп;
- підвищує обізнаність суспільства про місцеву кулінарну культуру;
- залучає освічених та поважливих туристів, які дбайливо та екологічно свідомо ставляться до місцевих пам'яток культури, власного здоров'я і дозвілля;
- створює позитивний імідж України на світовому ринку туристичних послуг;
- розширює інфраструктуру ресторанного господарства.

Гастрономічний туризм цікавий і корисний туристам, які бажають долучитися до культури тієї чи іншої країни через її національну кухню, або людям, які використовують гастрономічний тур в пізнавальних цілях (школярі, студенти, кухарі, бариста, сомельє, ресторатори, дегустатори), а також представники туристичних фірм, які вивчають даний туристичний напрям.

В.В. Шикеринець та С.А. Макарчук поділяють гастрономічний туризм на два види: сільський («зелений») і міський. Їх принципова відмінність полягає в тому, що, вирушаючи в сільську місцевість, турист прагне спробувати екологічно чистий продукт [5;6]. Але, якщо вже й поділяти гастротуризм за місцевістю, то варто враховувати й ті об'єкти кулінарного туризму, які знаходяться поза межею міста або села. До них можна віднести заклади харчування, які розташовані в горах або на автобанах, у природних умовах і на виробничих об'єктах. Необхідно згадати і про туристичні маршрути, програма яких включає відвідування міст та селищ різних областей, що не дає змогу назвати даний гастрономічний тур сільським, або міським.

Детальне вивчення наукових літературних джерел за темою та інформаційних сайтів різних регіонів країни дозволяє запропонувати іншу класифікацію гастрономічного туризму в Україні та зробити акцент на необхідності розвитку гастрономічного туризму на Півдні України.

Таблиця 2.
Види гастрономічного туризму

Види гастрономічного туризму	Опис	Наявні об'єкти відвідування
Екскурсійні гастротури	Пізнавальні тури розраховані на знайомство з гастро товарами і стравами під час відвідування закладів національної кухні, музеїв та пам'яток їжі. Вони цікаві різним групам туристів, та певною мірою є частиною звичайних екскурсійних турів.	<ol style="list-style-type: none"> Музей Пива(м. Львів). Музей Сала (м. Львів) Музей Горілки(с. Малинівка, Харківська область) Музей Хліба(м. Київ) Музей Шоколаду(м. Львів) Пам'ятник Галушці(м. Полтава) Пам'ятник деруну(м. Корестень) Пам'ятник ніжинському огірку Пам'ятник кавуну(м. Гола Пристань) Пам'ятник морозиву(м. Житомир)
Майстер-клас з приготування національних страв або короткий кулінарний курс	Великою популярністю користуються майстер-класи з приготування страв регіональної кухні, або короткі кулінарні курси, під час яких людина не лише отримує корисні знання, а й ознайомлюється з національними стравами та традиціями. Такі тури набувають більш ділового характеру, та є актуальними для людей, чії професії пов'язані з кулінарією, студентів та для туристів.	Проводяться у більшості міст України, постійно оновлюються та анонсуються в мережі інтернет та на офіційних сторінках у соціальних мережах представників даних заходів. Доречне створення єдиного сайту для відслідковування кулінарних курсів та майстер-класів.
Пивні тури	Розраховані на справжніх поціновувачів даного алкогольного напою, та з кожним роком популярність на дані тури зростає за рахунок створення крафтових броварень.	Існує сайт CRAFT BEER CLUB(https://craftbeerclub.com.ua/)-спільнота любителів крафтового пива. Родзинкою сайту є висвітлення найкращих броварень України з описом, контактами та номенклатурою товарів. «Пиво. Технології та інновації» – портал про пиво і онлайн версія однойменного журналу: вибрані матеріали, інтерв'ю, актуальні новини, репортажі про пивні фестивалі та інші заходи. Пивна мапа України на картах GOOGLE Для турагентів є зручним девайсом під час

		складання програми туру. Пивоварні наразі є майже у кожному місті, але найбільша кількість сконцентрована у Західній Україні.
Візит на крафтове виробництво	Назустріч туристичним агенціям з метою отримання реклами залюбки йдуть виробники крафтової, фермерської, домашньої, органічної та натуральної продукції. Наразі великою популярністю користуються молочна продукція та крафтові сири, ковбасні вироби, алкогольні національні напої, спеції, чаї та консервація.	<ol style="list-style-type: none"> 1. ТМ «SALSUS»- виробництво крафтових м'ясних виробів(м. Харків). 2. Дім м'ясних делікатесів та кулінарії «Надія»(м. Івано-Франківськ). 3. Сироварня «СирКум» (м. Житомир). 4. Селиська сироварня (Нижнє селище в Закарпатській області). 5. HerbalCraft – виробництво крафтових чаїв. 6. Єдина національна асоціація крафтових дистиляторів в Україні
Гастрономічні фестивалі	Щорічно, в Україні проходить чимала кількість гастрономічних фестивалів. Вони організуються у різних точках країни, надаючи туристові змогу з головою зануритися у атмосферу місця, скуштувати традиційні страви та відчувши національний колорит.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Всеукраїнський фестиваль домашньої консервації(Запоріжжя). 2. Фестиваль "Борщівська вишиванка"(Борщів, Тернопільська область). 3. Фестиваль "Гуцульська бриндзя"(Рахів, Закарпатська область). 4. Фестиваль Lviv Coffee Festival (Львів). 5. Kyiv Food and Wine Festival (Київ), та інші.
Винні тури з дегустацією	В сучасних умовах розвитку гастротуризму в Україні, винні тури вважаються одним з найперспективніших підвидів. Він охоплює багато аспектів: знайомство зі звичаями, традиціями і побутом регіону, зустрічі з виноробами, дегустації кращих винних зразків, відвідування сімейних виноробень та виноградників.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Центр культури вина(с. Шабо, Одеська область). 2. Винний шлях Закарпаття: від сироварів Рахівщини до Chateau Chizay. 3. Дороги вина та смаку української Бессарабії. 4. Сімейна виноробня «Курінь» (м. Херсон). 5. Виноробне господарство Князя П.М. Трубецького (с. Веселе, Херсонська область). 6. Виноробний комплекс «Чизай»(м. Берегове». 7. Винарня Grande Vallee
Гастрономічні тури Півдня України «Дари Південного краю»	Розробка та впровадження такого підвиду гастротуризму вважаємо перспективним напрямком динамічного розвитку туристичної сфери на Півдні. Одещина, Миколаївщина та Херсонщина мають всі шанси стати амбасадором гастрономічного туризму України. Дари Чорного та Азовського морів у вигляді морепродуктів, устричні та равликові ферми, унікальні плодово-ягідні продукти, баштанні, томати – це все, що так необхідно туристам для повного занурення у атмосферу Півдня.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Устрична ферма «Устриці Скіфії» (сел. Новомиколаївка, м. Коблево). 2. Рибна гастролавка «Чорноморка» (сел. Миколаївка, Одеська область). 3. Екоферма "Пан Равлик" (сел. Галицинове, Миколаївська область). 4. Безліч спеціалізованих, атмосферних рибних ресторанів, які найкращим способом продемонструють регіональну кухню.

**Складено автором*

Наразі гастротуризм у більшості випадків є тільки складовою частиною інших видів туризму. Наприклад, в екскурсійних турах першочерговою метою є огляд пам'яток, а кулінарний елемент використовують для задоволення потреби туристів у харчуванні. Але слід розуміти, що харчування у розробці будь-якого туристичного маршруту є об'єктивною умовою, тому гастротуризм має перспективи розвитку і можливості виокремлення як окремого ефективного виду бізнесу в умовах активізації туристичної діяльності після кризового періоду.

Додаткові переваги кожному виду гастротуризму надає створення харчових «сувенірних» продуктів довгострокового зберігання, які зацікавлені туристи можуть придбати для подарунків. Зокрема, консервна, сирна, м'ясна, алкогольна крафтова продукція та набори напівфабрикатів для приготування страв у домашніх умовах після туристичного туру і відновлення атмосфери відпочинку.

Щодо перспективи просування гастрономічного туризму в Україні в цілому, то реклама, спрямована на мешканців сусідніх країн, регіонів, та областей, шляхом видання путівників, буклетів та спеціалізованої літератури стане основним шляхом активізації гастротуризму. У час інформаційних технологій, ефективним

інструментом розвитку гастротуризму є просування турів та туристичних компаній у соціальних мережах. Не менш важливим інструментом популяризації гастротуризму є проведення гастрономічних фестивалів, майстер-класів, свят, щодо підтримання гастротуризму.

Зазвичай, гастротури, до яких входить збір диких ягід, відвідування фабрик, або цехів, які виробляють продукти харчування, пропонують екологічно чисту продукцію. Представниками гастротуризму можуть бути як маленькі фермерські господарства, так і великі підприємства, а також кафе та ресторани, які пропонують органічну, екологічну продукцію і популяризують основи здорового харчування.

Одним із найкращих з точки зору організаційних заходів знайомства з гастротуризмом є фестивалі. Щорічно в Україні проходить велика кількість заходів, спрямованих на вшанування традицій – гастрономічних фестивалів. Вони проходять у різних точках країни, надаючи туристові змогу з головою зануритися у атмосферу місця, скуштувавши традиційні страви. Український гастротуризм відносно молодий вид дозвілля, але має все необхідне для свого поступового розвитку. Кожен туристичний регіон України сьогодні прагне знайти свою гастрономічну особливість і виявити свою неповторність, тому важливо включити гастротуризм до регіональних програм розвитку туристичної сфери. Головною рушійною силою у розвитку гастротуризму стають тематичні фестивалі локальної їжі і місцевих страв.

Гастротуризм популяризується як тенденція в сьогоденному світі на основі знайомства з країною або регіоном через призму національних страв, дарує нові емоції та враження, які так необхідні сучасному туристу. Більше того, щороку відкриваються нові гастро-маршрути, вигідні як маленьким, так і великим виробникам послуг.

Основні проблеми з просуванням гастрономічного туризму пов'язані з великою територією України і, особливо, з відсутністю координації в діяльності учасників ринку. Рідкісним є просування національного продукту з акцентом на унікальність своєї пропозиції. Багато регіонів України просувають схожі продукти – сири, вина, мед, соління, трав'яні чаї та ін. Хоча кожна область України унікальна, та має безліч різноманітних продуктів, які б могли стати її гастрономічною візитівкою. Відсутність централізованого підходу в напрацюваннях різних регіонів, при відсутності загальної інформаційної бази, змушує учасників ринку конкурувати з аналогічними продуктами сусідніх областей, що створює проблеми розвитку гастрономічного туризму як на рівні регіонів, так і на загальнодержавному рівні. Помилковою є стратегія розвитку гастротуризму, орієнтована на конкретний туристичний продукт, оскільки конкурентні переваги формує саме різноманітність страв.

Для вирішення основних проблем розвитку гастрономічного туризму є необхідність створення єдиної інформаційної бази, а також правильна реалізація рекламних кампаній, орієнтованих на пошук продукту і виявленні гастрономічної унікальності кожного регіону та області. В даний час, крім держави, активний інтерес до гастрономічного туризму виявляють і представники бізнесу. Проте дефіцит знань у даній сфері стримує багатьох до опанування нового бізнесу. Набути необхідні теоретичні та практичні знання допоможуть тематичні семінари, майстер-класи та програмне навчання. Для динамічного розвитку гастротуризму необхідна якісна підготовка висококваліфікованих кадрів у сфері обслуговування, які не лише матимуть освіту в кулінарії, а й знатимуться у культурно-історичній спадщині регіону та будуть зацікавлені у відродженні національних традицій. Цьому сприятиме введення спеціальних курсів при підготовці фахівців за спеціальностями «Готельно-ресторанна справа», «Туризм» у закладах вищої освіти. А з метою популяризації регіональної кухні та місцевих традицій серед корінного населення і туристів необхідно закладам культури проводити просвітницьку діяльність.

Необхідним напрямком розвитку гастротуризму на регіональному рівні та в країні в цілому є визначення гастрономічного бренду. Гастрономічний бренд полягає у просуванні території як виробника або експортера унікальної високоякісної харчової продукції. Брендінг є важливим елементом розвитку країни, який визначають як конкурентну ідентичність певної місцевості (регіону чи країни в цілому). Основні компоненти гастрономічного бренду: добре розвинена сфера гастрономії; наявність фахівців у сфері організації закладів харчування з використанням традиційних продуктів; наявність автентичних страв (автентичних продуктів); гастрономічні події (фестивалі, конкурси). Якісно вибудований гастрономічний бренд - це не тільки їжа під час подорожі, а й смачні сувеніри, які турист привозить додому, спогади про поїздку і бажання готувати вдома за тими рецептами, які він почерпнув у подорожі, а також сформована схильність вибирати ресторани цієї кухні у себе в місті.

Висновки. Останні декілька років гастрономічний туризм активно розвивається, як повноцінний туристичний напрямок. Він є невід'ємною частиною системи гостинності у всьому світі, подорожуючи за кордон туристи автоматично стають споживачами. Залучення до чужої культури вимагає чималих зусиль - вивчення мови і політичного устрою, а відмінною рисою гастрономічного туризму є його відкритість та доступність для особистого сприйняття навіть при короткому візиті в країну.

Гастротуризм залучає різні за вподобаннями групи туристів та допомагає дізнатися про традиції країни, познайомитися з місцевим населенням і культурно-історичною спадщиною. Україна має високий потенціал розвитку гастрономічного туризму, адже загальновідома не тільки культурно-історична спадщина, а й українська кухня. На її території представлено велике розмаїття національних страв і продуктів, цікавих усім туристам, охочим отримати нові враження та ближче познайомитися з країною. Тому Україна має всі шанси стати провідною країною гастротуризму. При виборі відпочинку туристи звертають увагу на такий важливий фактор як харчування, і в цьому плані гастрономічне розмаїття є конкурентною перевагою України.

Наразі інфраструктура гастротуризму в Україні потребує розширення, тобто необхідно збільшувати кількість національних кафе та ресторанів, доречно створення гастрономічних музеїв та дегустаційних залів. Такі фундаментальні кроки у розвитку гастрономічного туризму можливі завдяки підтримці зі сторони держави, створенні сприятливого інвестиційного клімату та залученні іноземних інвесторів.

Отже, гастрономічний туризм є важливою складовою сталого розвитку туристичної сфери України, що здатен генерувати істотні економічні і соціальні блага для учасників туристичного ринку. Динамічний розвиток даного виду туризму стримується низкою факторів, які потребують негайного вирішення. Виявлення та визначення чіткого алгоритму рішення проблем розвитку гастрономічного туризму в Україні і є основою для подальшого дослідження.

Література.

1. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. Наукові праці НУХТ. 2012. №45. С.128-132.
2. Корнілова В. В., Корнілова Н. В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. Ефективна економіка. 2018. № 2. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6112> (дата звернення: 9.05.2021).
3. Михайлюк О.Л., Хумаров О.А. Перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні. Економічні інновації. 2020. Т. 22, Вип. 2 (75). С. 71-81.
4. Рубіш М. А., Чорій М.В., Зеленська Л. В. Гастрономічний туризм як засіб активізації туристичних дестинацій. Науковий вісник Мукачівського державного університету, 2020. Серія Економіка. Вип. 1(13). С. 61-66.
5. Шикеринець В.В. Передумови розвитку етнотуризму в Карпатському регіоні. *Удосконалення механізмів державного управління соціально-економічним розвитком підприємств і галузей.* 2012. Вип.221. С.250-261.
6. Макачук С.А. Етнографія України: навч. посіб. Львів: Світ, 2004. 312 с.
7. Антоненко В. Г. Міжнародний туризм як чинник взаємодії та взаємозбагачення культур. *Філософські нариси туризму.* / За ред. проф. Пазенка В.С. К., 2005. С. 223-233.
8. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. *Наукові праці НУХТ.* 2012. №45. С.128-132.
9. Басюк Д.І., Бадещенкова К.С. Дослідження винного туризму в Україні. *Збірник наукових праць «SWORLD».* 2014. №1. Т.37. С.48-56. . Бізнес. Схід. URL: <https://bizshid.com/> (дата звернення 20.04.2021 р.).
10. Всесвітня асоціація гастротуризму URL: <https://worldfoodtravel.org/> (дата звернення 29.04.2021 р.).

References.

1. Basiuk, D.I. (2012), "Innovative development of gastronomic tourism in Ukraine", *Naukovi pratsi NUKhT*, vol. 45, pp. 128-132.
2. Kornilova, V. V. and Kornilova, N. V. (2018), "Current trends in the development of gastronomic tourism", *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 2, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6112> (Accessed 9 May 2021).
3. Mykhajliuk, O.L. and Khumarov, O.A. (2020), "Prospects for the development of gastronomic tourism in Ukraine", *Ekonomichni innovatsii*, vol. 22, no. 2 (75), pp. 71-81.
4. Rubish, M. A. Chorij, M.V. and Zelens'ka, L. V. (2020), " Gastronomic tourism as a means of activating tourist destinations", *Naukovyj visnyk Mukachivs'koho derzhavnoho universytetu*, Seria Ekonomika, vol. 1(13), pp. 61-66.
5. Shykerynets', V.V. (2012), "Prerequisites for the development of ethnotourism in the Carpathian region", *Udoskonalennia mekhanizmiv derzhavnoho upravlinnia sotsial'no-ekonomichnym rozvytkom pidpryemstv i haluzej*, vol. 221, pp.250-261.
6. Makarchuk, S.A. (2004), *Etnohrafiia Ukrainy [Ethnography of Ukraine]*, Svit, L'viv, Ukraine.
7. Antonenko, V. H. (2005), "International tourism as a factor of interaction and mutual enrichment of cultures", *Filosofs'ki narysy turyzmu*, pp. 223-233.
8. Basiuk,D.I. (2012), "Innovative development of gastronomic tourism in Ukraine", *Naukovi pratsi NUKhT*, vol.45, pp. 128-132.
9. Basiuk, D.I. and Badeschenkova, K.S. (2014), "Research of wine tourism in Ukraine", *Zbirnyk naukovykh prats' «SWORLD»*, vol.1, no.37, pp.48-56.
10. The official site of Business. East. (2021), available at: <https://bizshid.com/> (Accessed 20 April 2021).
11. The official site of World Gastro Tourism Association (2021), available at: <https://worldfoodtravel.org/> (Accessed 29 April 2021).

Стаття надійшла до редакції 12.05.2021 р.