

Т. П. Яхно, У. А. Мартинюк

Перспективні напрями розвитку вітчизняного гастротуризму в умовах євроінтеграції

Визначені основні аспекти гастрономічного туризму в Україні та світі, можливі перспективи та тенденції подальшого розвитку гастрономічного туризму в нашій країні. Проаналізовані наявні різновиди та кількість гастрономічних фестивалів і турів за провідними областями України. Виокремлені чинники розвитку гастрономічного туризму в кожному регіоні та причини їх нерівномірного застосування. Також представлені перспективні напрями розвитку гастротуризму в Україні задля створення перспективного та конкурентоспроможного продукту на міжнародному ринку туристичних послуг.

Ключові слова: туристична галузь, гастротуризм, дегустація продуктів і страв, кулінарні традиції, туристичні потоки.

Постановка проблеми. Сучасний стан економіки України дає всі підстави визначати туристичну галузь як потужний чинник відновлення національного господарства в умовах євроінтеграції. Головне значення туризму у світовій економіці – це вирішення багатьох проблем, пов'язаних із формуванням ВВП країни, соціально-економічним розвитком окремих регіонів. Одним із перспективних напрямів розвитку туристичного ринку є гастрономічний туризм. Цей тип туризму активно розвивається в Україні завдяки використанню низки не тільки традиційних способів, але й шляхом організації різних артзаходів, що дозволяють поєднувати національну кухню та кухню інших країн світу.

Аналіз останніх досліджень. Дослідженням гастрономічного туризму займалися такі вчені, як В. Антоненко, Д. Басюк, І. Комарницький, Е. Воробйова, Ф. Шандор, Г. Вишневська, В. Корнілова, Т. Кукліна та інші дослідники.

Метою статті є дослідження сучасного стану вітчизняного гастрономічного туризму та визначення перспективних напрямів його розвитку в умовах євроінтеграції.

Основні результати дослідження. У глобальному світі виникненню феномена гастротуризму сприяло безліч чинників. Багато гастрономічних закладів, що знаходяться у віддалених регіонах, яких-небудь гірських селах, привертають неабиякий інтерес з боку гастрономічних туристів, тим самим сприяючи підтримці економіки цього регіону та розширенню туристичних маршрутів країни. Поняття гастрономічного туризму об'єднує два поняття: «туризм» і «гастрономія».

Відповідно до визначення, розробленого Міжнародною асоціацією наукових експертів у галузі туризму, «туризм як соціально-економічна система є сукупністю відносин, зв'язків і явищ, що виникають під час переміщення та перебування людей в місцях, відмінних від їх постійного місця проживання і не пов'язаних з їх трудовою діяльністю».

Слово «гастрономія» походить від давньогрецьких слів *γαστήρ* – шлунок і *νόμος* – закон, звичай. Уперше дослідження про гастрономію – «Фізіологія смаку, або трансцендентна кулінарія; теоретична, історична і тематична робота, присвячена кулінарії Парижа» – опублікував Ж. А. Брийя-Саваре (1825 р.). Трактат складається з «роздумів» про їжу та напої, його автор визначає шляхи для подальших досліджень взаємозв'язку між почуттями та їжею, а також споживанням їжі та напоїв.

На думку В. В. Корнілова, гастрономічний туризм – це вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з виробництвом, технологією приготування та дегустацією національних страв і напоїв, а також кулінарними традиціями народів світу. З організаційної точки зору він передбачає ознайомлення з особливостями

технологій приготування місцевих харчових продуктів, історією і традиціями їх споживання, а також можливу участь туриста в приготуванні національних страв, відвідання кулінарних фестивалів і конкурсів [2].

Т. С. Кукліна зазначає, що гастрономічні тури – це спеціально розроблені тематичні програми, які включають дегустації вишуканої їжі та навчання в гастрономічних школах будь-якої спрямованості [3].

Гастрономічний туризм – це сучасне явище, що розвивається як новий туристичний продукт, особливий різновид відпочинку, який передусім пов'язаний не з оглядом місцевих архітектурних пам'яток або музеїв, не з пошуком краєвидів для цікавих фотографій, а з різноманітними дегустаціями та ознайомленням з національними кулінарними традиціями. Головна мета відпочивальників, які вибирають гастрономічний туризм, полягає в дегустації унікальних продуктів і страв, властивих виключно певному регіону. Інші вчені вважають, що гастрономічний туризм – це вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з виробництвом, технологією приготування та дегустацією національних страв і напоїв, а також кулінарними традиціями народів світу і має на меті отримання унікального незабутнього досвіду [1].

Зазначимо, що в українській туризмології немає єдиного визначення цього виду туризму. Зустрічаються такі поняття: кулінарний туризм, винний і (винно-) гастрономічний туризм, гурман-тури, гастрономічний туризм.

На сьогодні обсяг світового ринку гастрономічного туризму оцінюється в 42 млрд дол. США. Високі туристичні надходження до бюджету формують країни-лідери. Популярністю, з погляду розвитку гастрономічного туризму, користуються переважно європейські країни – Франція, Італія, Іспанія, Австрія та ін., а також екзотичні гастрономічні традиції Японії, Китаю, Індії, Мексики та країн арабського світу. У 2019 р. Франція посідала перше місце у світі за кількістю іноземних туристів, на другому місці – Іспанія, на третьому – США (рис. 1).

В Україні туристична галузь перебуває на стадії становлення, проте її функціонування суттєво впливає на економіку та є досить перспективним. Україна має цілком реальні умови та можливості для активізації туристичного потенціалу, зокрема завдяки наявності в країні унікальних природно-рекреаційних ресурсів,

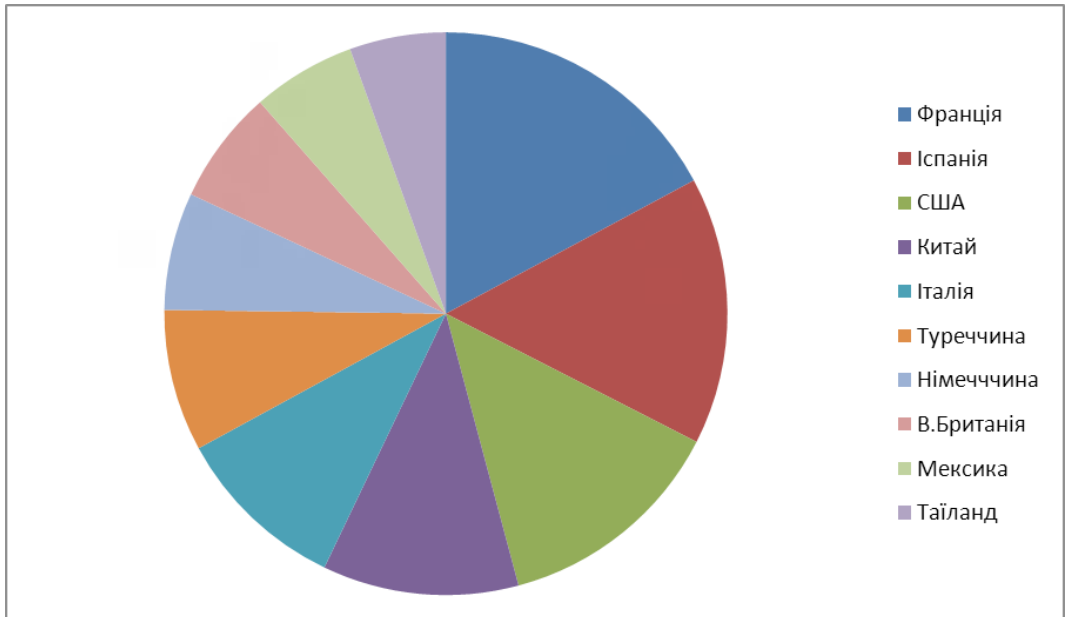


Рис. 1. Рейтинг найбільш відвідуваних країн світу

Джерело: побудовано авторами.

історико-культурних пам'яток, багатой флори та фауни, зон різноманітних форм відпочинку, цікавих і смачних страв. Особливо актуальним є удосконалення методів організаційного та фінансово-ресурсного забезпечення розвитку туризму на макро-, мезо- та на мікрорівні. Активізація діяльності підприємств туристичної галузі має ґрунтуватися на розширенні можливостей регіонального управління інвестиційними процесами в зазначеному напрямі та поєднанні ефективного державного регулювання економіки з ринковою саморегуляцією [5].

Останнім часом в Україні спостерігається сталий розвиток гастрономічного туризму. Про це свідчить велика різноманітність вітчизняних кулінарних фестивалів з дегустацією страв народів світу. Саме такі заходи привертають велику кількість туристів і стають найважливішою частиною програм відпочинку. Причому значна кількість гастрономічних турів припадає саме на літній сезон, що підтверджується збільшенням туристичних потоків.

Україна як новий туристичний напрям все частіше з'являється на туристичних картах мандрівників. Популярності додають і різні рейтинги від міжнародних туристичних путівників, які рекомендують мандрівникам звернути свої погляди на Україну. У 2016 р. Інститутом світової політики було проведено маркетингове дослідження з приводу асоціацій, які викликає Україна у жителів її країн-сусідів: Молдови, Польщі, Білорусі, Грузії, Румунії. У дослідженні брали участь близько 40 експертів із цих країн. Його результатом стало з'ясування того, що Україна асоціюється з «гостинним народом» (Польща), з «національною культурою та кухнею» (Румунія, Грузія, Молдова). Оскільки значна частина в'їзних туристичних потоків до України припадає саме на сусідні країни, такі асоціації можуть стати поштовхом для розвитку й поширення вітчизняного гастрономічного туризму [3].

Українська кухня – одна з найбагатших і цікавих кухонь світу, що набула поширення далеко за межами України. В українському меню постійно присутні страви з борошна: галушки, млинці, вареники, налисники, бабки, зрази, деруни. Великою різноманітністю відзначається випічка: пироги, маківники, паски, тістечка, вергуни тощо. Українська кухня, як і будь-яка кухня з багатим історичним минулим, значною мірою є регіональною. Іноді вона поєднує кулінарні традиції інших народів.

Завдяки такій великій кількості страв і можливим варіаціям їх приготування у кожному регіоні українська кухня все більше приваблює потенційних гастрономічних туристів і створює передумови для конкуренції з іншими країнами світу. Дослідження останніх років свідчать про те, що туристичні потоки зростають у регіонах, де формуються такі інтерактивні спеціалізовані туристичні продукти – тури, як фестивалі та народні свята (табл. 1).

Найбільша концентрація гастрономічних туристичних ресурсів спостерігається в Закарпатській, Львівській, Полтавській та Київській областях.

За статистикою, близько 80% внутрішніх туристичних потоків припадає саме на ці області, тому, як наслідок, у 2019 р. туристичний збір становив 4,8 млн грн [4].

Така туристична активність пов'язана насамперед із значною кількістю національних свят та автентичних традицій їх святкування, тому ці області є найбільш популярними та відвідуваними як іноземними, так і внутрішніми туристами.

Однією з перспективних форм економічної інтеграції та розвитку туристичної галузі України є формування інноваційних кластерів, які є групами підприємств, фірм, організацій та установ, діяльність яких знаходиться в одній (чи споріднених) сферах бізнесу за економічними інтересами та регіональною ознакою. Перевага та новизна кластерного підходу полягають у тому, що він надає великої значущості мікроекономічній складовій, а також територіальному й соціальному аспектам економічного розвитку.

Сьогодні кластеризація є тією формою внутрішньої інтеграції та кооперування, що здатна забезпечити як стійкість, так і синергетичний ефект

Таблиця 1

Регіональні гастрономічні фестивалі в Україні

Регіон	Назва фестивалю	Час проведення
Львівська область	1. «На каву до Львова» 2. «Національне свято шоколаду» 3. «Свято сиру та вина» 4. «Фестиваль пива»	Вересень Жовтень Жовтень Травень
Закарпатська область	1. «Всеукраїнський фестиваль вареників» 2. Фестиваль вина та меду «Сонячний напій» 3. «Фестиваль голубців»	Березень Травень Серпень
Тернопільська область	1. Фестиваль «Вареник і капуста» 2. «Галицька дефіляда» 3. Фестиваль «КоропФест» 4. «Борщ'ів»	Травень Червень Липень Вересень
Київська область	1. «Вулична їжа» 2. «Борщ-Fest» 3. Фестиваль українського крафтового пива 4. Фестиваль односолодових віскі	Червень-серпень Жовтень Жовтень Листопад
Волинська область	1. «Фестиваль національної кухні» 2. «З любов'ю до ... сала» 3. «Lutsk Food Fest»	Вересень Жовтень Травень
Хмельницька область	«Проскурівські смаколики»	Жовтень
Івано-Франківська область	«Станіславські мармуляди»	Жовтень
Полтавська область	1. «Свято миргородської свині» 2. «Галушка Fest» 3. «Свято Полтавської галушки» 4. Фестиваль полуниці	Вересень Квітень Червень Червень

Джерело: складено на основі [2].

протидії тиску глобальної конкуренції з боку монопольних транснаціональних корпорацій. Найважливішим показником діяльності кластерів є забезпечення високої конкурентоспроможності їхньої продукції на ринку, тому кластерний розвиток туристичних дестинацій як окремих регіонів країни є однією з характерних ознак сучасної інноваційної економіки. Крім того, кластери є такою комбінацією конкуренції та кооперації, коли об'єднання в одних сферах допомагає успішно вести конкурентну боротьбу в інших [9].

Об'єднання в кластери дає змогу залучати фінансові ресурси в нові виробництва завдяки об'єднанню спільних фінансових можливостей підприємств того чи іншого кластера; залученню інвестицій через спільну участь в інвестиційних програмах; участі в конкурсах проєктів, що фінансуватимуться як гранти; об'єднанню спільних фінансових можливостей підприємств для забезпечення гарантій на отримання кредитних ресурсів. Водночас забезпечується обмін інформацією, а також можливість виходу на зовнішні ринки [2].

На сьогодні успішних прикладів туристичних кластерів в Україні небагато. Процес кластеризації в нашій країні знаходиться на стадії зародження. Один із перших кластерів створили на Хмельничині – туристичний гастрономічний кластер у Кам'янець-Подільському. Ще один приклад туристичного кластера – Львів. Ця дестинація сформувалася на основі архітектурної та культурної спадщини регіону. Також успішними можна назвати такі кластери: кластер зеленого туризму «Оберіг» (Хмельницька область), «Екотур» (Закарпатська область), туристично-рекреаційний кластер «Гоголівські місця Полтавщини» (Полтавська область), Славутицька міська громадська організація «Туристичний кластер – Славутич» (Київська область), туристичний кластер «Південне туристичне кільце» (складається з декількох міст Одеської, Миколаївської, Херсонської областей) тощо.

Отже, розвиток вітчизняного гастротуризму може бути орієнтований на здійснення таких кроків кластеризації [1]:

- ефективне використання туристично-рекреаційних ресурсів, удосконалення і підвищення конкурентоспроможності регіонального туристичного продукту;
- підвищення інвестиційної привабливості регіону, сприяння інноваційно-інвестиційним проектам у галузі туризму;
- координація зусиль влади, бізнесу та громадських організацій для розвитку туристичної інфраструктури;
- спільне використання кадрового потенціалу, реалізація програм підготовки та підвищення кваліфікації персоналу;
- зниження собівартості туристичних послуг шляхом надання преференцій для учасників кластера;
- спільне використання ресурсів, узгодження стратегії і тактики бізнес-діяльності;
- реалізація спільних маркетингових і рекламних заходів, участь у туристичних виставках та ярмарках, розроблення та просування туристичного бренду регіонів;
- розширення можливостей для розвитку інноваційних форм і напрямів туристичної діяльності.

Висновки. Підсумовуючи, зазначимо, що для активізації гастротуризму в Україні доцільною є організація комплексу заходів, що зможуть ефективно підтримувати та удосконалювати цю сферу:

- орієнтація діяльності кожного учасника на потреби ринку через використання узгодженої загальної стратегії;
- удосконалення системи освіти, підготовки та перепідготовки фахівців, розроблення спеціалізованих курсів, обов'язкової практики під час навчання фахівців для гастротуризму;
- активне просування гастрономічного туризму на світовому туристичному ринку шляхом ініціювання гастрономічних фестивалів, проведення семінарів, конференцій, майстер-класів національних гастрономічних традицій;
- налагодження міжнародної співпраці з провідними країнами світу для популяризації національних кулінарних традицій;
- створення унікальних передумов для розвитку інноваційної діяльності;
- створення стабільної господарської діяльності учасників, що дозволить збільшити кількість робочих місць і рівень заробітної плати.

Список використаних джерел

1. Вишнеvsька Г. Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму. *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури*: зб. наук. пр. 2013. Вип. 31. С. 112-118.
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>
3. Кукліна Т. С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України. *Научные труды SWorld*. 2013. № 44(1). С. 65-69. URL: <https://www.sworld.com.ua/konfer30/682.pdf>
4. Календарний план гастрономічних фестивалів України. *Асоціація сприяння розвитку гастрономічного та винного туризму*: сайт. 2017. URL: <http://agvt.nuft.edu.ua/kalendarnyj-plan-gastronomichnyh-festyvaliv-ukrayiny>
5. Скобкин С. С. *Менеджмент в туризме*: учеб. пособ. М.: Магістр, 2015. 448 с.
6. Охріменко А. Г., Антоненко І. Я. Проблеми та перспективи залучення інвестицій в туристичну сферу в рамках Європейської інтеграції України. *Фондовий ринок*. 2010. № 16. С. 28-32.
7. *Менеджмент туристичної індустрії*: навч. посіб. / ред. І. М. Школа. Чернівці: Буковина, 2003. 662 с.
8. Сливенко В. А., Єрмакова А. О. Класичні та сучасні бізнес стратегії туристичних підприємств. *Ефективна економіка*. 2018. № 11. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2018.11.100>
9. Українська кухня. *Українські традиції*: сайт. 2017. URL: <http://traditions.in.ua/kukhnia>

References

1. Vyshnevskaya, H. H. (2013). Potentsial kulinarykh turiv u konteksti spetsializovanoho turyzmu [Potential of culinary tours in the context of specialized tourism]. In *Aktual'ni problemy istoriyi, teoryi ta praktyky khudozhn'oyi kul'tury* [Current issues of history, theory and practice of art culture]: Vol. 31 (pp. 112-118). [in Ukrainian].

2. Kornilova, V. V., & Kornilova, N. V. (2018). Suchasni tendentsiyi rozvytku hastronomichnoho turyzmu [Modern Trends in the Development of Gastronomic Tourism]. *Efektivna ekonomika – Efficient economy*, 2. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6112> [in Ukrainian].
3. Kuklina, T. S. (2013). Hastronomichnyy turizm na turystychnomu rynku Ukrayiny [Gastronomic tourism in the tourist market of Ukraine]. *Nauchnyye trudy SWorld – Scientific works of SWorld*, 44(1), 65-69. Retrieved from <http://www.sworld.com.ua/konfer30/682.pdf> [in Ukrainian].
4. Kalendarnyy plan hastronomichnykh festyvaliv Ukrayiny [Calendar plan of gastronomic festivals of Ukraine] (2017). *Association for the Promotion of Gastronomic and Wine Tourism*: Website. Retrieved from <http://agvt.nuft.edu.ua/kalendarnyj-plan-gastronomichnyh-festyvalivukrayiny> [in Ukrainian].
5. Skobkin, S. S. (2015). *Menedzhment v turizme [Management in tourism]*: Manual. Moscow: Master. [in Russian].
6. Okhrimenko, A. H., & Antonenko, I. Ya. (2010). Problemy ta perspektyvy zaluchennya investytsiy v turystychnu sferu v ramkakh Yevropeys'koyi intehtratsiyi Ukrayiny [Problems and prospects of attracting investment in the tourism sector in the framework of European integration of Ukraine]. *Fondovyy rynek – Stock Market*, 16, 28-32. [in Ukrainian].
7. Shkola, I. M. (Ed.). (2003). *Menedzhment turystychnoyi industriyi [Management of the tourism industry]*: Manual. Chernivtsi: Bukovyna Publishing House. [in Ukrainian].
8. Slyvenko, V. A., & Yermakova, A. O. (2018). Klyasychni ta suchasni biznes stratehiyi turystychnykh pidpryyemstv [Classic and modern business strategies for tourism companies]. *Efektivna ekonomika – Efficient economy*, 11. DOI: 10.32702/2307-2105-2018.11.100 [in Ukrainian].
9. Ukrayins'ka kukhnya [Ukrainian cuisine] (2017). *Ukrainian traditions*: Website. <http://traditions.in.ua/kukhnia> [in Ukrainian].

Yakhno T. P., Martynyuk U. A. Perspective directions of development of local gastronomy tourism in the conditions of European integration.

The article identifies the main aspects of gastronomy tourism in Ukraine and in the world and possible prospects and trends for further development of gastronomy tourism in our country. The variety of gastronomic festivals and tours in the leading regions of the country available in Ukraine are analyzed. Factors and entities of development of gastronomic tourism in each region and the reasons of their uneven application are allocated. The perspective areas of gastronomy tourism development in Ukraine to create a promising and competitive product on the international market of tourist services are outlined. Ukraine as a new tourism destination is increasingly establishing itself on the tourists' travel map. The information is supplemented by various ratings from international tourist guides, which recommend travelers to turn their eyes to Ukraine. In Ukraine, the tourism industry is in its infancy, but its operation has a significant impact on the economy and is quite promising. Ukraine has very promising conditions and opportunities for activating the tourist capacity, in particular, due to the availability of unique natural and recreational resources, historical and cultural monuments, rich flora and fauna, areas of various forms of recreation, interesting and delicious dishes. Forming the innovation clusters, which are groups of enterprises, firms, organizations, and institutions operating in one (or several related) business area by economic interests and regional characteristics is one of the perspective forms of economic integration and development in the tourism industry of Ukraine. The advantage and novelty of the cluster approach are that it provides significant importance to the microeconomic component, as well as the territorial and social aspects of economic development. In modern conditions, the improvement of methods of organizational, financial, and resource-based support for tourism development at the macro, meso-, and micro levels is highly relevant. The intensification of the tourism companies' activity should be based on the expansion of the possibilities of regional investment processes management in the specified direction and the combination of efficient state regulation of the economy with market self-regulation.

Keywords: tourist industry, gastro tourism, tasting of products and dishes, culinary traditions, tourist flows.

Яхно Тетяна Петрівна – доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин Львівського торговельно-економічного університету (e-mail: tetis74@ukr.net, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6458-0153>).

Yakhno Tetyana Petrivna – Dr.Sci. (Econ.), Assoc. Prof., Associate Professor of the Department of international economic relations of the Lviv University of Trade and Economics.

Мартинюк Уляна Андріївна – кандидат сільськогосподарських наук, старший викладач кафедри історії України, економічної теорії та туризму Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького, (e-mail: yljana1981@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8739-6356>).

Martynyuk Ulyana Andriyivna – Ph.D. (Agricuilt.), Senior Lecturer of the Department of history of Ukraine, economic theory and tourism of the Stepan Gzhitskyi National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies of Lviv.

Надійшло 07.09.2020 р.