

GEOGRAPHICAL SCIENCES

УДК 640.4:339.138:398.1(477)

ІСТОРИЧНІ ТА РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

Шевчик Сергій,

студент,

магістр, спеціальність 14.07 середня освіта (географія)

Житомирський державний університет імені Івана Франка

м. Житомир, Україна

Керівник:

Нестерчук Інна Костянтинівна,

кандидат географічних наук, доцент

Житомирський державний університет імені Івана Франка

м. Житомир, Україна

Анотація: Стаття є дослідженням історичних та регіональних особливостей розвитку гастрономічного туризму в Україні. У статті висвітлено поняття гастрономічного туризму, його особливі риси. Зазначені історичні аспекти формування гостротуризму в Україні. Також перелічено, які саме соціально-економічних проблеми вирішує гастрономічний туризм. Зазначено регіони, в яких гостротуризм найбільш розвинутий. Окреслено напрями активізації розвитку гастрономічного туризму.

Ключові слова: гастрономічний туризм, регіон, ресторанне господарство, фестиваль, маркетингове забезпечення, дестинація, традиції.

Актуальність проблеми дослідження. Упродовж останнього десятиріччя туризм зазнає інтенсивного розвитку, що призводить до перетворення туристичної сфери на один із найбільш швидко зростаючих секторів економіки у світі. Одним із перспективних напрямів розвитку ринку

туристичних послуг є гастрономічний туризм, що трактується як спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням туристів із гастрономічними особливостями і культурою певної країни чи регіону. Туризм стимулює розвиток багатьох галузей економіки, зокрема промисловості, торгівлі, будівництва, транспорту, сільського господарства, побутового обслуговування, виступаючи на основі ефекту мультиплікатора каталізатором соціально-економічного розвитку країни.

Гастрономічний туризм є відносно новим напрямом туризму, який активно розвивається, але перебуває під впливом низки як загальних, так і специфічних чинників, а також має ряд історичних та регіональних особливостей, що потребують вивчення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз наукової та фахової літератури свідчить про активне науково-практичне опрацювання даної проблеми в Україні. В дослідженнях О. І. Коркуни, Т. В. Мірзодаєвої, Г. О. Фесенко, У. А. Мартинюк, Т. П. Яхно та ін. розглядаються історико-культурний контекст розвитку цього виду туризму, особливості створення регіональних туристичних продуктів на основі національної кухні та кулінарних традицій.

Мета дослідження – проаналізувати історичні та регіональні особливості розвитку гастрономічного туризму в Україні.

Об'єкт дослідження – гастрономічний туризм.

Предмет дослідження – характерні особливості розвитку гастрономічного туризму.

Виклад основного матеріалу. 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» [5, с. 125].

Гастрономічний туризм – це сучасне явище, яке перетворюється на новий туристичний продукт, особливу форму розваги, пов'язану переважно не з відвідуванням місцевих пам'яток архітектури чи музеїв, не з оглядом цікавих картин ландшафтів, а з різноманітними дегустаціями та ознайомленням з національними кулінарними традиціями. Основна мета відпочиваючих, які обирають гастрономічний туризм, – скуштувати унікальні продукти та страви, властиві тому чи іншому регіону. Інші вчені вважають, що гастрономічний туризм - це вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з приготуванням, технікою приготування і дегустацією національних страв і напоїв, а також традиціями харчування народів світу з метою отримання унікальних і незабутніх вражень. .

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 [5, с. 126].

Вважається, що вперше термін «гастрономічний туризм» було вжито професором Лусі Лонг (США) у 1998 р. з посиланням на концепцію, що туристи цілеспрямовано прагнуть вивчити певну культуру через їжу певної місцевості.

Перша міжнародна асоціація кулінарного туризму з'явилась у США у 2003 р. під назвою «Міжнародна асоціація кулінарного туризму» (International Culinary Tourism Association). Згодом, у 2012 р., асоціація була перейменована у «Всесвітню асоціацію гастрономічного туризму» (World Food Travel Association) після того, як американські дослідження показали, що англомовні люди неоднозначно розуміють термін «кулінарний туризм».

До гастрономічної культури як об'єкта гастрономічного туризму можемо віднести кулінарні традиції, культуру прийняття їжі, а також звичаї та обряди, пов'язані з гастрономією. Слід відзначити, що невід'ємним елементом є древні рецептури, які передаються з покоління в покоління й часто є особливою атракцією закладів або дестинацій.

Відповідно, гастрономічний туризм можна вважати допоміжним інструментом пізнання культурної спадщини країн та регіонів світу, оскільки страви національної кухні є одним з елементів, що відображають спосіб життя, світогляд, традиції етносів [1, с. 41].

Як окремий вид туризму гастрономічний туризм має такі особливі риси:

- умови для його розвитку мають абсолютно всі країни, регіони й території;
- гастрономічний туризм не має характеру сезонного відпочинку;
- гастрономічний туризм тією чи іншою мірою є складовим елементом усіх турів, але, на відміну від інших видів туризму, знайомство з національною кухнею стає головним мотивом, метою та елементом гастрономічної подорожі;
- просування місцевих господарств і виробників продовольчих товарів є невід'ємною частиною будь-якого гастрономічного туру.

Власне, універсальність та соціальне значення гастрономічного туризму зумовлюють його основні переваги на місцевому рівні.

Основними формами організації гастрономічного туризму є гастротури, екскурсії, гастрономічні фестивалі, гастрономічні заходи та інші форми туризму, в яких гастрономічний туризм є супутнім (або складовою частиною) [1, с. 42].

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 [4, с. 3].

В Україні туристична галузь ще знаходиться на стадії становлення, але її функціонування має значний вплив на економіку та має світле майбутнє. Україна має цілком реальні умови та можливості для активізації туристичного

потенціалу, особливо завдяки унікальним природно-рекреаційним ресурсам країни, пам'яткам історії та культури, багатому рослинному та тваринному світу, різноманітним рекреаційним зонам, цікавій та смачній кухні. Особливо важливим є вдосконалення методів організаційного та фінансового ресурсного забезпечення розвитку туризму на макро-, мезо- та мікрорівнях. Активація діяльності туристичного бізнесу має базуватися на можливості розширення регіонального управління інвестиційним процесом у конкретному напрямку, а також поєднанні ефективного державного економічного регулювання та ринкового саморегулювання.

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 [5, с. 126–127].

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 самобутність;
- 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 [4, с. 4–5].

Дослідження останніх років свідчить, що туристичні потоки зростають у тих регіонах, де, на основі неповторних традицій, формуються спеціалізовані інтерактивні туристичні продукти – тури, фестивалі, народні свята. В Україні заснована достатня кількість унікальних автентичних гастрономічних турів та фестивалів, які створюють передумови для формування конкурентоспроможного туристичного продукту гастрономічного туризму на міжнародному та внутрішньому ринках.

Згідно з останніми дослідженнями, туристичні потоки інтенсивно зростають у тих регіонах, де на основі самобутніх традицій формуються такі спеціалізовані туристичні продукти, як фестивалі та народні свята. Саме гастрономічні фестивалі й свята можуть стати чинником підтримки інтересу до гастрономічного туризму, а також додатковим напрямом бізнесу для домашніх господарств, невеликих виробників продуктів харчування, закладів ресторанного господарства. Це, у свою чергу, сприятиме розвитку національної економіки. Аналізуючи місця проведення фестивалів, можна зробити висновок, що найбільші ресурси для проведення подієвого туризму мають західні та центральні регіони України, а саме: Закарпаття та Львів, Полтавщина, а також Київ, Луцьк, Львів та інші міста. Саме в цих регіонах і містах зберігається велика кількість національних фестивалів та автентичних святкових традицій, тому вони є найбільш привабливими як для вітчизняних, так і для іноземних туристів України. Серед найвідоміших фестивалів Закарпаття можна назвати: «Конкурс різників свиней – гентешів» (с. Геча), «Біле вино» (м. Берегово), «Червене вино» (м. Мукачево), «Верховинська яфина» (с. Гукливий), «Угочанська лоза» (м. Виноградів), «Ужгородська паланчіта» (м. Ужгород), «Золотий гуляш» (с. Мужієво), «Гуцульська бринза» (м. Рахів) та інші [6].

Друге місце за чисельністю щорічно проведених гастрономічних фестивалів та свят в Україні займає м. Київ, де щороку проходить 11 відповідних заходів. Так, в м. Києві проходить «Kyiv Food and Wine Festival», Фестиваль Здорової Їжі «Best Food Fest», Фестиваль «Цукерки та Пундика»,

Фестиваль солодоців «SWEETs Fest», «Kyiv Coffe Festival», Фестиваль морозива та інші.

Ще одним центром гастрономічних фестивалів та гастрономічного туризму можна по праву назвати Львів. Щороку у місті Лева проводять 8 гастрономічних фестивалів. Як відомо, основними об'єктами гастрономічних турів Львова є відомі кулінарні бренди – пиво, шоколад та кава, які формують туристичний імідж міста. Тут проходить Національне свято шоколаду, Фестиваль крафтового пива та вінілової музики «Craft Beer & Vinyl Music Festival», «На каву до Львову» тощо. Також популярною серед туристів є галицька кухня, яка набула поширення у трьох державах (Україні, Польщі, Словаччині), що автоматично перетворює її на міжнародне явище [3, с. 105-106]. 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 [4, с. 7].

Для активізації розвитку гастрономічного туризму доречним є розроблення відповідного маркетингового забезпечення, яке би включало:

- брендинг регіонів і дестинацій з урахуванням перспектив організації гастрономічних турів;
- створення інформаційних веб-ресурсів, присвячених гастро-туристичним ресурсам регіону;
- включення гастрономічного туризму як пріоритетної складової частини туристичної сфери у структуру стратегій та програм регіонального розвитку туризму;
- активізація міжнародного співробітництва у сфері розвитку гастрономічного туризму [1, с. 43].

Оскільки кулінарний туризм є не просто комбінацією їжі і туризму, для досягнення стабільного розвитку необхідно приділяти увагу місцевості певних харчових продуктів та кулінарних традицій, адже це вплине на регіональний розвиток і може стати конкурентною перевагою туристичної дестинації на національному та світовому ринках. Території, які готові використовувати їжу для залучення туристів, повинні інтенсифікувати свою кулінарну унікальність [2, с. 126].

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. Як свідчить рейтинговий список версії «The World's 50 Best Restaurants 2021 awards», гастротуризм залучає різні за вподобаннями групи туристів та допомагає дізнатися про традиції країни,

познайомитися з місцевим населенням і культурно-історичною спадщиною. В цьому контексті Україна має високий потенціал розвитку гастрономічного туризму, на її території представлено велике розмаїття національних страв і продуктів, цікавих усім туристам, охочим отримати нові враження та ближче познайомитися з культурою країни. Тому Україна має всі шанси стати провідною Європейською країною з розвинутою структурою гостротуризму, здатною генерувати істотні економічні і соціальні блага для учасників туристичного ринку.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Коркуна О. І., Никига О. В., Підвальна О. Г. Гастрономічний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територіальних громад. Економічний простір. 2020. № 155. С. 40–43.
2. Крикунова В. М., Морозова О. С., Морозов О. В. Сутність та напрямки розвитку кулінарного туризму в Україні та країнах світу. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Сер.: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Вип. 34. 2020. С. 122–127.
3. Мірзодаєва Т. В., Батиченко С. П., Батун В. Є. Вітчизняна практика розвитку гастрономічного туризму. Часопис картографії. Національний університет харчових технологій. 2019. Вип. 20. С. 100–110.
4. Фесенко Г. О. Гостротуризм як актуальний тренд сучасного розвитку сфери туризму в Україні. Ефективна економіка. 2021. № 5. 8 с.
5. Яхно Т. П., Мартинюк У. А. Перспективні напрями розвитку вітчизняного гостротуризму в умовах євроінтеграції. Регіональна економіка. 2020. №4 (98). С. 125–130.
6. Корнілова В. В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. Ефективна економіка. 2018. № 2: веб-сайт. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/2_2018/37.pdf.