

Секція: Економічні науки

Колісниченко Тетяна Олександрівна

кандидат технічних наук,

доцент кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу

Київський національний університет технологій та дизайну

м. Київ, Україна

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДРОДЖЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Війна внесла істотні зміни в економіку нашої держави, не став винятком і гастрономічний туризм, стратегічна мета якого, полягала у створенні конкурентоспроможного продукту на світовому ринку, здатного максимально задовольнити туристські потреби населення як нашої країни так і інших держав. З початком повномасштабної військової агресії російських військових та активної фази бойових дій проти України, більша частина туристичного бізнесу була фактично паралізована через різноманітні обставини.

У зв'язку зі змінами тенденцій на ринку гастрономічного туризму постає необхідність, активно створювати і розвивати нові туристські продукти, що відповідають сучасним популярним течіям та тенденціям. Подібні виклики будуть стояти перед Україною у післявоєнний період. Тому окреслення перспектив відродження та розробка стратегічного плану розвитку гастрономічного туризму у післявоєнний час на засадах використання та узагальнення закордонного досвіду є досить актуальними.

Поточна ситуація з повномасштабним вторгненням російських військ в Україну змінила світогляд людства на багато явищ, у тому числі суттєво вплинула на подальшу стратегію розвитку туризму. До початку воєнних дій а

нашій країні представники туристичних підприємств України відзначали, що гастрономічний туризм з кожним роком збільшував свою частку на туристичному ринку, оскільки туристам, в т.ч. закордонним стає все цікавіше пізнавати країну не тільки за допомогою традиційних турів, але й з позиції смаку, знайомства з національною кухнею [1].

Гастрономічні подорожі приваблюють людей, бізнес яких безпосередньо пов'язаний з виробництвом кулінарної продукції та її вживанням, а саме ресторанних критиків, дегустаторів, рестораторів та сомельє, з метою підвищення рівня професійних знань, отримання відповідного досвіду, пізнання чогось нового. Більш того, програми багатьох гастрономічних турів передбачають майстер-класи від кращих шеф-кухарів, які діляться секретами приготування тої чи іншої страви. Також це представники турфірм, які подорожують з метою вивчення того чи іншого туристського напрямку для розширення свого бізнесу завдяки впровадженню подібних турів.

В контексті вище наведеного необхідно підкреслити що, гастрономічний компонент відіграє значиму роль не тільки у гастрономічному туризмі, але є вагомим для різних типів мандрівників. В туристичній діяльності дестинації, гастрономічні туристи є лише невеликим сегментом цільової аудиторії, на яку орієнтоване використання гастрономічного компонента. Для багатьох туристів гастрономія може не бути первинним до подорожі, проте яскрава гастрономічна пропозиція зробить свій вплив на їх вибір на користь тієї чи іншої зони відпочинку, які відображують відношення подорожуючих до гастрономічного компонента і їх мотивацію під час подорожей.

Уподобання туристів в післявоєнний період можуть дещо змінитись і розширяться, можуть дещо змінитись географічні уподобання, у зв'язку із зміною політичної ситуації у світі і нових викликів часу. До речі, може виникнути новий тип туриста гастрономічний *екстрим-турист* (*gastronomy*

extrim-tourist), який під час подорожі надає перевагу їжі в екстремальних місцях із урахуванням специфіки подорожі.

Якби зараз ситуація із української галузю туризму не виглядала песимістично, слід нагадати, що у світі є багато прикладів, коли після масштабних конфліктів країни відновлювалися та знову приймали туристів і гастрономічний туризм не буде винятком.

Достатньо велика кількість держав і міжнародних організацій виявила готовність надати допомогу у відродженні та промоції українського гастрономічного туризму. Оскільки Україна має чимало невикористаних туристичних можливостей та пошуку нових шляхів розвитку як підприємств туристичного бізнесу, так і готельно-ресторанної сфери. Абсолютно всі міністри туризму тих країн, які підтримують Україну, зазначили, що після завершення війни, нашої перемоги і які тільки стане безпечно, перш за все, вони відвідають Україну і запросять своїх громадян не тільки подивитися власними очима на ті місця болю, покласти квіти загиблим, підтримати Україну економічно та допомагати в експертній роботі по відновленню туризму, а і спробувати класичні місцеві страви регіону або країни в цілому.

Глибоке вивчення основних світових тенденцій розвитку гастрономічного туризму дасть змогу використати їх для відродження та розбудови вітчизняного туристичного ринку. В перспективі це сприятиме покращенню туристичного іміджу України та зростанню туристичних потоків. Конкурентною перевагою українського гастрономічного туризму для іноземців є доступна ціна на продукти харчування, солодощі, алкогольні напої, крафтові продукти, що забезпечить притоки туристів і зростання доходів туристичної сфери нашої країни.

Одним з таких рішень – є об'єднання декілька зусиль учасників з метою розвитку, вдосконалення роботи вище зазначених підприємств для досягнення

бажаних результатів у майбутньому. Найчастіше туристи будуть хотіти познайомитися не тільки з пам'ятками, а й з особливостями місцевої кухні. Гастрономія є важливим ресурсом території, джерелом формування її ідентичності. З точки зору організаторів гастрономічний туризм передбачає знайомство з особливостями технологій приготування місцевих харчових продуктів, історією і традиціями їх споживання, а також можливу участь туриста в приготуванні національних страв, відвідування кулінарних фестивалів та конкурсів та культурно масових заходах та почути, як під час війни ресторатори працювали на волонтерських кухнях, влаштовували українські ланчі у всьому світі, пекли чорнобаївський хліб, варили сухий коломийський борщ для захисників.

Гастрономічні тури після війни за наявності якісного сервісу та цікаво розробленої програми виділятимуться серед запропонованих сьогодні турів своєю екзотичністю, а також сприятимуть збільшенню потоку туристів з гастрономічними цілями та позиціонуватимуть Україну як гастрономічну локацію. Таким чином, місцевим туроператорам можна рекомендувати формування гастрономічного туристичного продукту з різною тривалістю та ціновою політикою.

Аналізуючи тему гастрономічного туризму взагалі, необхідно зазначити, що багато іноземних науковців постійно розширюють гастрономічні уподобання туристів, аналізують, впроваджують нові технології, описують рецептуру. Це, перш за все, підвищує атракцію країни, зосереджує увагу на уподобаннях самого туриста, який потім рекламує ту чи іншу страву по всьому світу у своїх відгуках.

Отже, відродження гастрономічного туризму у післявоєнний час є важливою складовою сталого розвитку туристичної сфери України, який здатен генерувати істотні економічні і соціальні блага для учасників

туристичного ринку. Підсумовуючи вищенаведене з метою розвитку туристичної галузі, задоволення запитів особистості, взаємозбагачення соціальних зв'язків для України, як і для будь-якої держави світу, потрібний належний рівень розвитку гастрономічного туризму як пріоритетного вектору розвитку післявоєнної України і звісно стабільність в державі.

Література

1. Mihailuk E., Khumarov A. Development of gastronomic tourism perspectives in Ukraine. *Economic Innovations*. 2020. V. 22. № 2(75). P. 71-81.
2. Фесенко Г. О. Гастротуризм як актуальний тренд сучасного розвитку сфери туризму в Україні. *Ефективна економіка*. 2021. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8884>.
3. Всесвітня туристична організація. URL: <https://www.unwto.org>.
4. 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>