

Ніколюк Олена Володимирівна¹,
доктор економічних наук, професор, завідувачка
кафедри публічного управління та адміністрування,
Байрачна Оксана Костянтинівна¹,
кандидат економічних наук, доцент кафедри
туристичного бізнесу та рекреації
Крук Сергій Віталійович²,
аспірант

¹ Одеський національний технологічний університет

² Хмельницький національний університет

Nikoliuk Olena¹, Doctor of economics, Professor
Head of department of public administration,
<https://orcid.org/0000-0002-1665-0361>

Bairachna Oksana¹,
Ph.D. in Economics,
<https://orcid.org/0000-0003-2401-3685>

Kruk Serhii², Postgraduate,
<https://orcid.org/0009-0001-3092-5667>

¹ Odesa national university of technology

² Khmelnytskyi National University

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЕНОГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ CURRENT TRENDS, AND FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF ENOGASTRONOMIC TOURISM

Ніколюк О. В., Байрачна О. К., Крук С. В. Сучасні
тенденції та особливості розвитку
еногастрономічного туризму. *Український журнал
прикладної економіки та техніки*.
2024. Том 9. № 1. С. 224 – 228.

Nikoliuk O., Bairachna O., Kruk S. Current trends,
and features of the development of
enogastronomic tourism. *Ukrainian Journal of
Applied Economics and Technology*.
2024. Volume 9. № 1, pp. 224 – 228.

Нині туризм став доступним та улюбленим способом відпочинку людей, а туристичний бізнес перетворився в ефективний соціально-економічний чинник. На піку зростання перебуває внутрішній туризм, який став практично єдиним способом відпочити, відновити своє ментальне здоров'я і сили. Одним з перспективних напрямів розвитку сучасного туристичного ринку є еногастрономічний туризм, що дозволяє збільшити кількість туристичних прибуттів, продовжити туристичний сезон, підвищити імідж регіону, збагатити та диференціювати місцевий туристичний продукт, включивши до нього винні екскурсії, дегустації, презентації, заходи та фестивалі, який сприяє розвитку регіонів та альтернативних видів туризму. Метою публікації є оцінювання тенденцій та особливостей формування, функціонування та розвитку еногастрономічного туризму за сучасних реалій. У статті досліджено питання особливостей, тенденцій розвитку та функціонування в сучасних умовах еногастрономічного туризму, визначено його сутність і проаналізовано історію виникнення. Здійснено аналіз сучасних тенденцій розвитку еногастрономічного туризму як в Україні, так і у світі. Проведено оцінювання обсягів вирощування винограду для виробництва вина. Визначено динаміку діяльності суб'єктів господарювання за видом економічної діяльності «Тимчасове розміщення й організація харчування». Досліджено концентрацію підприємств ресторанного господарства в країні. Обґрунтовано, що кожен регіон нашої країни відрізняється своєю самобутністю і неповторністю, різноманітністю культурних традицій і власними особливостями для розвитку еногастрономічного туризму. Досліджені особливості розвитку еногастрономічного туризму та організація територіально-рекреаційних систем. Зазначено, що вітчизняна туристична інфраструктура потребує вдосконалення і модернізації, які повинні вирішуватись як на регіональному, так і на національному рівнях. Створення системних і комплексних умов для подальшого розвитку та підвищення конкурентоспроможності сфери еногастрономічного туризму пов'язано з впровадженням інноваційних моделей управління регіональним розвитком туризму, співпрацею центральних і місцевих органів виконавчої влади, місцевого самоврядування, громадських і професійних організацій і підприємницьких структур, активною інформаційною підтримкою та просуванням національного та регіонального туристичного продукту як на внутрішньому, так і міжнародному ринках.

Ключові слова: внутрішній туризм, гастрономічний та еногастрономічний туризм, традиції, культура, національна кухня.

Tourism has become an affordable and favorite way for people to relax, and the tourism business has become an influential socio-economic factor. Domestic tourism is at the peak of growth, almost the only way to relax and restore mental health and strength. One of the promising areas for the development of the modern tourism market is enogastronomic tourism, which allows an increase in the number of tourist arrivals, extends the tourist season, improves the image of the region, enriches and differentiates the local tourist product, including wine excursions, tastings, presentations, events, and festivals, which contributes to the development of regions and alternative types of tourism. The publication aims to assess the trends and features of the formation, functioning, and development of enogastronomic tourism in modern realities. The article examines the issues of features and trends in the development and functioning of enogastronomic tourism in modern conditions, defines its essence, and analyzes the history of its origin. An analysis of current trends in developing enogastronomic tourism in Ukraine and the world is carried out. An assessment of the volume of grape cultivation for wine production was carried out. Economic entities' economic activity dynamics by type of economic activity, «Temporary accommodation and catering», have been determined. The concentration of enterprises in the country's restaurant industry has been studied. It is substantiated that each region of our country is distinguished by its originality and uniqueness, various cultural traditions, and characteristics for developing enogastronomic tourism. The features of the development of enogastronomic tourism and the organization of territorial-recreational systems are studied. It is noted that the domestic tourism infrastructure needs to be improved and modernized, which should be addressed both at the regional and national levels. The creation of systematic and comprehensive conditions for the further development and increase of competitiveness of the sphere of enogastronomic tourism is associated with the

Вступ

За сучасних умов туризм став доступним та улюбленим видом відпочинку людей, а туристичний бізнес перетворився в ефективний соціально-економічний чинник. Для багатьох країн, які володіють багатим і різноманітним культурним надбанням, особливими природними і унікальними пам'ятками, цілющими джерелами і теплим кліматом, морським узбережжям і гірськими ландшафтами саме туризм є основним ресурсом економічного і культурного прогресу.

Нині на піку зростання перебуває внутрішній туризм, причиною поширення якого у нашій країні було спершу розповсюдження коронавірусної інфекції Covid-19, а потім і повномасштабна війна росії проти України. Так, подорожі країною не втратили популярності [3]. Окрім того, для багатьох громадян країни, які не мають можливостей і коштів подорожувати за кордон, внутрішній туризм став практично єдиним способом відпочити, відновити своє ментальне здоров'я і сили.

Одним з перспективних напрямів розвитку сучасного туристичного ринку є еногастрономічний туризм – тематичний вид туризму, який передбачає знайомство з виробництвом, традиціями, місцевою культурою приготування страв і напоїв, дегустацію місцевих вин і їх придбання безпосередньо у виробників продукції в конкретному регіоні. Таким чином, розвиток еногастрономічного туризму сприяє розвитку туризму у регіонах, дозволяє збільшити кількість туристичних прибуттів, продовжити туристичний сезон, підвищити імідж регіону, збагатити та диференціювати місцевий туристичний продукт, включивши до нього винні екскурсії, дегустації, презентації, заходи та фестивалі, а враховуючи, що поїздки за кордон є досить дорогими, а для окремих туристів залишаються закритими кордони, також сприяє розвитку регіонів та альтернативних видів туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню різних аспектів формування і функціонування туристичної діяльності присвячені наукові праці таких вітчизняних учених, як: О. Бейдик, В. Герасименка, В. Киф'як, О. Любіцевої, Н. Фоменко, Л. Черчик та багатьох ін. Наукові та практичні засади оцінювання сучасного стану і тенденцій розвитку еногастрономічного туризму знайшли відображення у працях Д. Басюк, О. Меліх, О. Мотузенко, С. Нейздоймінов та ін. авторів. Проте залишається невизначеним і дискусійним широке коло теоретичних, методологічних і практичних питань, що стосуються комплексного дослідження, проблемних питань і тенденцій розвитку еногастрономічного туризму в сучасних реаліях.

Формулювання цілей статті

Метою публікації є оцінювання тенденцій та особливостей формування, функціонування та розвитку еногастрономічного туризму в складних і невизначених сучасних реаліях.

Виклад основного матеріалу дослідження

В останнє десятиліття еногастрономічний туризм впевнено зміцнює свої позиції та розвивається, а у вітчизняних виноробень з'являється дедалі більше винних карт закладів різного рівня, які відзначаються престижними нагородами. Тому зростає і кількість виноробень, що приймають у себе туристів, активно розвивається туристична інфраструктура на їх території, з'являються нові маршрути еногастрономічного туризму, що набирають популярності.

Територіальні особливості місцевої кухні визначаються специфічним набором продуктів, які вирощені у певній місцевості під впливом таких природних чинників, як: повітря, сезонність, ґрунт, клімат, вода. Одночасно унікальність регіональної кухні створюється під впливом ментальних, фізіологічних і поведінкових особливостей населення, які сформувались історично, релігійних поглядів місцевих жителів, рівня технологій приготування страв і напоїв. Настрій туристів, які вирушають до гастрономічних та еногастрономічних подорожей, значною мірою має гедонічний характер і полягає в тому, щоб насолодитися кулінарними особливостями тієї чи іншої країни. Проте справжня мета не обмежується лише дегустацією незвичних або екзотичних страв, місцевих вин та інших напоїв, туристи, які обирають подорож з гастрономічною тематикою, можуть через побутовий контекст ознайомитися з матеріальною культурою місцевості, пізнати світогляд людей, їх національний дух, вікові культурно-історичні традиції. Для багатьох туристів цей вид туризму перетворився не лише на спосіб приємно провести час і отримати приємні відчуття, а й у бізнес, хобі, мистецтво, а також джерело приємних спогадів і нових знань про ту чи іншу країну або регіон.

Варто зазначити, що подорожі з гастрономічною метою відбувалися з часів античності. Проте феномен гастрономічних турів, як особливого виду туризму, сформувався лише наприкінці ХХ ст. Зокрема, 1998 р. вперше використано термін «кулінарний туризм». Автором його була Люсі Лонг (Боулінг-Грін, США), яка досліджувала взаємозв'язок кухні та виноробства в контексті культури національностей і народностей та бачила в них потенційний ресурс розвитку туристичної індустрії. Перша наукова праця з цієї тематики належить американському економісту Е. Вольфу, який 2001 р. опублікував статтю, де розкрив суть і значення гастрономічного туризму та способи його організації. Е. Вольф розглядав кулінарну подорож не лише як відвідування місцевих ресторанів, а і як комплекс заходів, спрямованих на ознайомлення з місцевою гастрономічною історією [2]. Серед них екскурсії на виноробні і пивоварні

підприємства, кулінарні фестивалі і майстер-класи з мистецтва приготування місцевих страв, навчальні курси та вікторини з історії кухні регіонів. Згодом, 2003 р. було засновано Міжнародну асоціацію гастрономічного туризму. На хвилі інтересу до гастрономічного туризму 2006 р. було засновано Міжнародний інститут кулінарного туризму, що відповідав за освітній компонент програми Міжнародної асоціації гастрономічного туризму. Крім того, повсюдно стали створюватися туристичні агенції, спеціалізація яких була пов'язана з гастрономічними і еногастрономічними подорожами. Попри те, що першими таким концепт розробили американські вчені, найбільшу популярність як найбільш привабливий для споживача напрями кулінарного туризму здобули Італія та Франція. Ці країни мають багату та різноманітну гастрономічну історію, а також виноробну культуру зі світовим визнанням. Завдяки цим перевагам Італія стала найвпливовішим виробником і постачальником кулінарних делікатесів, виготовлених за традиційною національною рецептурою. У XXI ст. гастрономія набула статусу наукової дисципліни. У Франції 2004 р. було засновано Інститут з вивчення смакових відчуттів, гастрономії та мистецтва сервування столу. Його освітні програми містять курси не лише з історії та технології приготування їжі, але й з країнознавства, культурології, нейропсихології смакових відчуттів, молекулярної гастрономії, а також з дизайну сервірування столу та подачі страв. Досвід кулінарної освіти у Франції мав такий значний успіх і затребуваність, що подібні вищі навчальні заклади почали створюватися повсюдно.

Отже, гастрономічний туризм нині стає все більше популярним і поширеним місцевим явищем, коли у туристів виникає бажання не лише спробувати місцеву їжу, а й дізнатися більше про її походження та виробництво, що тим самим приносить дохід в економіку регіону, сприяє трудовій зайнятості, просуванню культурної спадщини, що ставить тему розвитку інфраструктури гастрономічного туризму до низки одних з найважливіших економічних і соціокультурних проблем, які повинні вирішуватись на регіональному рівні. Винні тури культурно-пізнавального змісту передбачають ознайомлення з традиціями виноградарства, оригінальною технологією виноробства, асортиментом вин місцевого виробництва та їх дегустацію, вивчення історії винного промислу, пам'яток життя та діяльності видатних виноробів, відвідування музеїв, виставок, енотек тощо. Найчастіше до програми туру входить пізнавальна екскурсія до виноградників, на підприємства, що мають технологічні лінії виготовлення різних видів винно-коньячної продукції (ігристих вин, хересу, мадери, коньяків), а також участь у тематичних культурних подіях, наприклад у святі виноробства.

У контексті оцінювання основних сучасних тенденцій розвитку еногастрономічного туризму, визначені основні виробники вина у світі: Італія – 49,843 млн гектолітрів (19,3%); Франція – 45,59 млн (17,65%); Іспанія – 35,7 млн (13,83%). Україна посідає 28 місце у світі за обсягами виробництва вина [6]. Так, станом на 2022 р. об'єм виробництва вина становив 660 тис. гектолітрів, або 0,26% від світового ринку вина. Найбільші площі під виноградними насадженнями станом на 2022 р. в Україні зосереджено: Одеська область – 22,9 тис. га, Миколаївська – 5,5 тис. га, Закарпатська – 3,2 тис. га, Херсонська – 2,9 тис. га. Обсяг виробництва винограду для виробництва вина становив в Одеській області – 724 тис. ц, Миколаївській – 130 тис. ц, Херсонській – 37,9 тис. ц, Закарпатській – 19,2 тис. ц [4]. Тому останнім часом популярності набувають винні тури в такі області України: Закарпатська, Одеська, Миколаївська, Херсонська.

Важливою умовою для функціонування туризму, зокрема й еногастрономічного, є діяльність суб'єктів господарювання за видом економічної діяльності «Тимчасове розміщення й організація харчування». Варто відзначити, що до 2020 р. спостерігалась позитивна тенденція та нарощення кількості суб'єктів підприємницької діяльності за видом «Тимчасове розміщення й організація харчування», попри доволі значну кількість чинників, які негативно впливали на неї (рис. 1). Зокрема, протягом 2015-2021 рр. кількість таких суб'єктів, за даними Державної служби статистики України, збільшилась на 11339 одиниць.

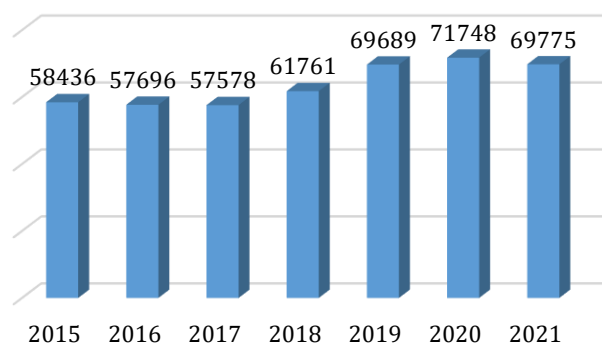


Рис. 1. Динаміка кількості суб'єктів господарювання за видом економічної діяльності «Тимчасове розміщення й організація харчування»
Джерело: побудовано за даними [8]

також в Одеській області – 3622 заклади; Львівській – 3506 закладів; Харківській – 2999 закладів; Дніпропетровській – 2977 закладів; Київській – 2705 закладів; Закарпатській – 2655 закладів [30].

Важливим чинником для розвитку еногастрономічного туризму в нашій країні є концентрація підприємств ресторанного господарства у регіонах. Згідно зі статистичними даними сайту PRO Платформа ефективного регулювання, наведено регіони з найбільшою концентрацією підприємств ресторанного господарства станом на 2023 р. (рис. 2).

Цей показник було розраховано на основі даних про кількість юридичних осіб і фізичних осіб-підприємців, що не перебувають у процесі припинення, за видами економічної діяльності: 56.10 – Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування; 55.30.1 – Діяльність ресторанів (КВЕД-2005); 55.30.2 – Діяльність кафе (КВЕД-2005). Найбільше підприємств ресторанного господарства розташовано в місті Київ – 8122 заклади, а

Відповідно до рейтингу TasteAtlas «Кращі кухні світу», станом за 2022 р., українська кухня посіла 41 місце. Кожен регіон нашої країни вирізняється своєю самобутністю і неповторністю, різноманітністю культурних традицій і власними особливостями для розвитку еногастрономічного туризму. В Україні користуються попитом гурман-тури, які суміщені з сільським туризмом та етнотуризмом [7]. Актуальним трендом сучасності стала організація комплексних гастрономічних просторів, які поєднують безліч ресторанів і торгових підприємств у межах одного концепту. Сьогодні в країні завдяки підтримці проекту ЄС «Географічні зазначення в Україні» розроблені еногастрономічні маршрути «Дорога вина та смаку Української Бессарабії», що прокладений районами Одеської області [5]; «Дорога вина та смаку Закарпаття», який передбачає відвідування виноробень і включає знайомство з локальною кухнею. Зокрема, уже отримали свій розвиток винні туристські маршрути в межах винного туризму. Є невеликі маршрути для самостійних туристів або тих, з якими працюють туроператори. Тому однією з важливих особливостей розвитку еногастрономічного туризму є його грамотна, продумана організація, оскільки під час знайомства з національною кухнею туристи також ознайомлюються з місцевими звичаями, культурою, традиціями, релігією, місцевими цінностями, отримують нові знання, враження, розширюють свій кругозір, формують повагу до місцевих звичаїв і способу життя [1].

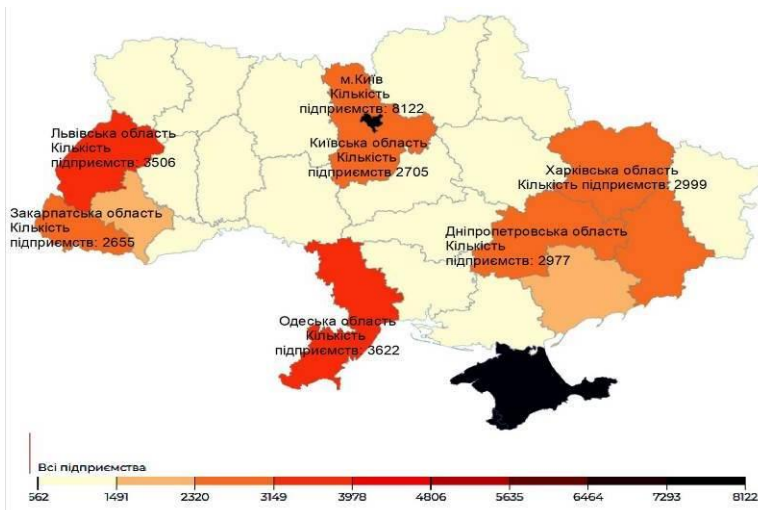


Рис. 2. Концентрація підприємств ресторанного господарства

Джерело: побудовано за даними статистичними даними сайту PRO Платформа ефективного регулювання

організації такого бізнесу.

Ще однією особливістю гастрономічного та еногастрономічного туризму є його культурно-історичний контекст. Глобалізація світової культури стала фактором розмивання національних традицій у гастрономічній сфері. Інтерес до локальної кулінарної культури, яка не втратила своєї ідентичності під впливом мультикулінарії, стає дедалі активнішим, що акцентує увагу туристичного бізнесу на вдосконаленні підсистеми культурно-історичного комплексу в регіонах з відомими кулінарними традиціями. Ця підсистема включає ресторани, кулінарні школи, малі виробництва автентичних продуктів, розважально-пізнавальні центри та ін. Часто для їх розміщення використовують реальні культурно-історичні об'єкти. У результаті розвиток елементів цієї підсистеми стає чинником збереження культурно-історичної спадщини місцевості.

Туристи, які відвідують країну чи регіон з гастрономічною метою, досить часто поєднують його з іншими видами відпочинку, такими як пляжний відпочинок, спортивний відпочинок, оздоровлення, екскурсії, сільський і зелений туризм, що входять до підсистем природного комплексу. Це зумовлює необхідність розвитку технологічної підсистеми, інженерної інфраструктури, благоустрою території не лише для гостей, а й для місцевого населення.

Ще одна особливість гастрономічного туризму, яка позитивно впливає на прогресивний розвиток регіону, – зайнятість населення. Об'єкти гастрономічного та еногастрономічного туризму обслуговує чимало фахівців різних сфер діяльності, оскільки, окрім кухарів, сомельє, офіціантів, ресторанных менеджерів, у цій індустрії зайняті гіді й екскурсоводи, фахівці готельного бізнесу, медичні працівники, місцеві жителі, які надають низку супутніх послуг у сфері обслуговування та становлять значну частку на ринку праці.

Очевидно, що найбільш успішно та ефективно еногастрономічний туризм функціонує у регіонах з унікальними місцевими особливостями приготування їжі та напоїв, гастрономічні традиції сприяють формуванню місцевої та територіальної ідентичності, необхідної для розвитку туристичних напрямів. Туристи найчастіше перебувають у пошуку справжності та автентичності і готові витратити на це чималі фінансові ресурси. Нині, коли з об'єктивних причин закордонні подорожі стають недоступними для багатьох груп споживачів туристичних послуг, складаються унікальні умови для прогресу внутрішнього та в'їзного туризму. Україна з різноманітною етнічною культурою та національними традиціями має для

Організація територіально-рекреаційних систем у контексті розвитку еногастрономічного туризму має низку особливостей, що насамперед пов'язано з типами споживачів туристичних послуг, до основних з яких належать такі категорії туристів:

- туристи-гурмани, які шукають нові смакові відчуття від пропозицій екзотичної місцевої чи високої кухні;
- мандрівники, які бажають долучитися до місцевої історії та культури через знайомство з традиціями кулінарії, а також виноробства та пивоваріння;
- професіонали ресторанного бізнесу – ресторатори, сомельє, шеф-кухарі, які прагнуть розширити свій рецептурний ресурс;
- працівники туристичних агенцій, які вивчають технології

такого розвитку туристичного напрямку необмежені можливості. Водночас вітчизняна туристична інфраструктура потребує вдосконалення і модернізації, оскільки існує безліч проблем управлінського, організаційного та економічного характеру, що ставить тему розвитку інфраструктури еногастрономічного туризму до одних з найважливіших економічних та соціокультурних проблем, які повинні вирішуватись як на регіональному, так і на національному рівнях.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Створення системних і комплексних умов для подальшого розвитку та підвищення конкурентоспроможності сфери еногастрономічного туризму пов'язано з впровадженням інноваційних моделей управління регіональним розвитком туризму, співпрацею центральних і місцевих органів виконавчої влади, місцевого самоврядування, громадських і професійних організацій і підприємницьких структур, активною інформаційною підтримкою та просуванням національного та регіонального туристичного продукту як на внутрішньому, так і міжнародному ринках. Зазначена політика може бути продуктивною за умови системного програмного поєднання політико-правових, виробничих, маркетингових, інноваційно-інвестиційних заходів для розвитку індустрії туризму, підтримки еногастрономічного туризму як пріоритетного напрямку туристичної діяльності.

Література

1. Бабенко Н.О. Еногастрономічний туризм як вектор розвитку туристичної галузі. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2019. Том 2. № 1. С. 161-172.
2. Басюк Д.І. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики: монографія. Вінниця, 2017. 316 с.
3. Внутрішній туризм зростає в Україні попри бойові дії. Укрінформ. 2022. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3619754-vnutrisnij-turizm-v-ukraini-zrostaє-popri-bojovi-dii.html>.
4. Державна служба статистики України. URL: <https://ukrstat.gov.ua/>.
5. Дорога вина та смаку Української Бессарабії. URL: <https://bessarabia.ua/ua/kultura/doroga-vina-ta-smaku-ukrayinskoyi-bessarabiyi-predstavlena-v-nominaczi-region-roku-na-prestizhnoj-premii-vazhen-kazhdyj-golos/>.
6. Ковешніков В.С. Винний та гастрономічний туризм: важливий потенціал розвитку економіки. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. Випуск 4. С. 32-37.
7. Любіцева О.О. Перспективи розвитку винного туризму в Україні: світовий контекст. *Географія та туризм*. 2013. Випуск 24. С. 93-99.
8. Туристичний барометр України 2021-2022. URL: https://nto.ua/nsts_analytics_ua.html.

References

1. Babenko, N.O. (2019). «Gastronomic tourism as a vector for the development of the tourism industry». *Marketing and management innovations*. Vol. 2. № 1. pp. 161-172.
2. Basiuk, D.I. (2017). *Vynnyj ta hastronomichnyj turizm: hlobal'ni trendy ta lokal'ni praktyky*. [Wine and gastronomic tourism: global trends and local practices]. Vinnytsia. Ukraine.
3. Vnutrishnij turizm zrostaє v Ukraini popry bojovi dii. Ukrinform. (2022). [Domestic tourism is growing in Ukraine despite hostilities. Ukrinform]. Available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3619754-vnutrisnij-turizm-v-ukraini-zrostaє-popri-bojovi-dii.html>.
4. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. [State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <https://ukrstat.gov.ua/>.
5. Doroha vyna ta smaku Ukrain's'koi Bessarabii. [The road of wine and taste of Ukrainian Bessarabia]. Available at: <https://bessarabia.ua/ua/kultura/doroga-vina-ta-smaku-ukrayinskoyi-bessarabiyi-predstavlena-v-nominaczi-region-roku-na-prestizhnoj-premii-vazhen-kazhdyj-golos/>.
6. Kovesnikov, V.S. (2018). «Wine and gastronomic tourism: an important potential for economic development». *Investitsii: praktyka ta dosvid*. Issue 4. pp. 32-37.
7. Liubitseva, O.O. (2013). «Prospects for the development of wine tourism in Ukraine: global context». *Heohrafiia ta turizm*. Issue 24. pp. 93-99.
8. Turystychnyj barometr Ukrainy 2021-2022. [Tourist barometer of Ukraine 2021-2022]. Available at: https://nto.ua/nsts_analytics_ua.html.

Стаття надійшла до редакції 10.01.2024 р.