

УДК 338.48-6:641/642](477)

РОЗВИТОК ГАСТРОТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Вікторія Редько, Аліса Долгієр

Дніпровський національний університет ім. Олеса Гончара

Розвиток туризму та його значне місце у світовій економіці сприяє розв'язанню багатьох проблем, пов'язаних із формуванням ВВП країни, зайнятістю населення, створенням додаткових робочих місць, відкриттям підприємств, соціально-економічним розвитком окремих регіонів. Сучасний нестабільний стан економіки України дає підстави розглядати туристичну галузь як потужний чинник її відновлення, реформування транспортної, комунальної, інформаційної, виробничої та сервісної інфраструктури, удосконалення інвестиційної та соціальної політики через державні органи.

Одним із перспективних напрямів розвитку ринку туристичних послуг є гастрономічний туризм – спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням із національними кулінарними традиціями країн світу, а також дегустацією страв і продуктів, що є синтезом екології, культури і виробництва [1]. Гастрономічний тур (гастротур) містить не тільки ознайомлення з унікальними, оригінальними, крафтовими, самобутніми технологіями виробництва харчових продуктів та їх дегустацію, а передбачає знайомство з традиціями споживання певних продуктів, опанування навичок кулінарного мистецтва, участь у фестивалях та тематичних культурно-масових гастрозаходах. Гастротуризм є молодим видом спеціалізованого туризму, що набуває чимраз більшої популярності серед різних за віком і рівнем доходів туристів. Тож 2015 р. ЮНВТО запропонувала називати «гастрономічним туризмом» будь-які пов'язані з гастрономією види туристичної активності: відвідування виробників продуктів, гастрономічних фестивалів, фермерських ринків і продовольчих ярмарків, зокрема в межах сусідніх регіонів [1].

Україна має всі можливості для розвитку гастрономічного туризму. У 2011 р. Інститут світової політики провів маркетингове дослідження з приводу асоціацій, які викликає Україна у жителів її країн-сусідів: Білорусії, Грузії, Молдови, Польщі, Росії та Румунії. Дослідження показало, що в поляків Україна асоціюється з «гостинним народом», у грузинів, молдован і румунів – із «національною кухнею та культурою», а в росіян – із «літом, відпочинком, канікулами, фруктами» [2]. Зважаючи на те, що значна частина в'їзних туристичних потоків до України припадає саме на сусідні країни, такі асоціації можуть стати поштовхом для розвитку й поширення українського гастрономічного туризму.

Окрім того, в етнографічних дослідженнях зафіксовано, що українська кулінарія налічує понад 4 тисячі рецептів різноманітних страв із м'яса, особливо свинини, риби, овочів, яєць, молочних продуктів [3]. Це свідчить про значний потенціал формування програм турів із гастрономічною тематикою.

Визнано, що інтенсивність руху туристичних потоків зростає у регіонах, де сформовані спеціалізовані інтерактивні туристичні продукти, що дають змогу туристам брати участь у різних заходах, отримувати новий досвід та знання. В Україні вже розроблено достатню кількість унікальних автентичних гастрономічних турів та започатковано проведення гастрономічних фестивалів, які створюють передумови для формування конкурентоспроможного туристичного продукту гастрономічного туризму на міжнародному та внутрішньому ринках. Згідно з мапою, розробленою виставковим центром «ЛІЕТ», найбільше гастрономічних туристичних ресурсів зосереджено в Закарпатській, Львівській, Полтавській областях і в містах Києві, м. Луцьку і м. Львові (рис. 1).



Рис. 1. Розподіл гастрономічних фестивалів за областями України

Проте багато інших регіонів України теж можуть похвалитися автентичними рецептами різних страв. Зокрема, на Гуцульщині роблять акцент на унікальній гастрономічній складовій частині, адже саме там збереглися технології домашнього виробництва твердих карпатських сирів: будзу, бринзи, вурди. У Карпатах поступово розвиваються тури на контактні ферми, виноробні, сироварні, де можна не тільки брати участь у виробничому процесі, а й дегустувати продукцію.

Для активізування гастротуризму в Україні та його просування на туристичний ринок доцільно організувати такі заходи:

- розширення інфраструктури гастрономічного туризму, зокрема збільшення кількості етноресторанів, дегустаційних залів, створення музеїв гастрономії;
- активне просування гастрономічного туризму на туристичний ринок через видання гастрономічних путівників та календарів, ініціювання гастрономічних фестивалів, проведення семінарів, конференцій, майстер-класів національних гастрономічних традицій, розповсюдження реклами про країну через інтернет-мережі;
- залучення органів місцевої та регіональної влади до сприяння та підтримання розвитку гастротуризму.

Список використаних джерел

1. Антоненко В. Г. Міжнародний туризм як чинник взаємодії та взаємозбагачення культур / Антоненко В. Г. // Філософські нариси туризму / за ред. проф. Пазенка В. С. – Київ, 2005. – С. 223–233.

2. Семченко О. А. Іміджева політика України / Семченко О. А. // Зовнішньополітичний імідж України: позитивні і негативні складники : монографія. – Київ, 2014. – 258 с.

3. Українські традиції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://traditions.in.ua/kukhnia>.

4. Гастрономічні фестивалі українців [Електронний ресурс] // Виставковий центр ЛІЕТ «Тури та туристичні продукти для львів'ян та гостей міста». – Режим доступу: <http://.liet.lviv.ua/filemanager/files/file.php?file=2374>.