

- мала місткість готелів - кількість номерів від 7 до 44;
- збільшені площі номерів;
- рівень комфорту - переважно 4 зірки.
- вартість розміщення - від 1200 грн до 7500 грн.
- середня вартість розміщення - 3700 грн

Більшість butik-готелів схожі між собою, але основна особливість готельних комплексів цього напрямку полягає в індивідуальності, унікальності та особливому відчутті комфорту. У butik-готелі гість отримає не тільки комфортне проживання та високий рівень послуг, а й емоції та враження. [3].

Список використаних джерел

1. Сервіс бронювання Hotels24. URL:<https://hotels24.ua/>
2. URL:<https://boutique-hotel.com.ua/>
3. Інноваційний розвиток та безпека підприємств в умовах не індустріального суспільства. URL:
<https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/>

ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ, ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ ВИД ТУРИЗМУ: ПОЛТАВСЬКА ОБЛАСТЬ

Пащенко В.К.

*Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
e-mail: vp2649401@gmail.com*

Гастрономічний туризм є досить молодим туристичним феноменом в Україні, що активно розвивається з початку ХХІ століття.

На сьогодні, чіткого визначення поняття гастрономічний туризм ще не сформульовано. Ця проблема помітна навіть на лінгвістичному рівні. Так, наприклад, дослідження у США показують, що люди розуміють абсолютно різні речі під такими начебто схожими поняттями, як їжа туризму, кулінарний туризм або гастрономічний туризм.

Схожа ситуація склалась і в Україні. Так, А. Бусигін стверджує, що гастрономічний туризм, з огляду на цілий ряд причин, які він детально розглядає, може стати одним з найбільш перспективних напрямів туризму в Україні. Науковець, також, детально розглядає алгоритм просування цього туристичного продукту на західний ринок, акцентує увагу на необхідності ретельної розробки програми гастрономічних турів з врахуванням їх специфіки.

В. Федорченко також обґрунтовує необхідність розвитку гастрономічного туризму. Розглядає означену проблему на широкому культурно-історичному тлі, з огляду на роль і значення харчування в генезі світової цивілізації.

Кукліна Т. вказує на необхідність створення на туристичному ринку України такого явища, як гастрономічний туризм, який є одним з найбільш пізнавальних видів туризму і може стати чинником економічного розвитку України та важливим засобом поглиблення інтеграційних процесів між країнами світу.

Отже, в українській туризмології нема єдиного термінологічного визначення цього виду туризму. Зустрічаються терміни "кулінарний туризм", "винно-гастрономічний туризм", "гурман-туризм", "гастрономічний туризм". Аналогічна тенденція спостерігається у закордонній літературі, зокрема у авторів: Г. Аллента, К. Албала, Л. Лонг, Б. МакКерчер, Е. Вольф, М. Холл та Р. Мітчел оперують поняттями "culinary tourism", "gastronomic tourism", "gourmet tour", "food tourism".

На наш погляд, під гастрономічним туризмом у прямому сенсі слова слід розуміти:

- спеціальні винні та гастрономічні тури;
- відвідування об'єктів гастрономічного туризму (спеціалізовані музеї, сироварні, виноробні, пивоварні тощо);
- відвідування ресторанів із регіональною кухнею;
- відвідування кулінарних курсів при готелях, а також спеціалізованих кулінарних центрів і шкіл;
- відвідування фермерських господарств;
- відвідування сільськогосподарських (фермерських) ринків;
- продовольчі виставки та ярмарки;
- гастрономічні і винні (пивні тощо) фестивалі.

А ось що стосується ролі гастрономічного складника для туризму, то, як відомо, «їжа – це одне з небагатьох задовольень, доступних людині все життя». Цей вислів належить великому вченому, лауреату Нобелівської премії у галузі фізіології і медицини Іллі Мечникову, і воно щонайкраще відображає роль гастрономічної складової у нашому житті, зокрема й під час подорожей. [3]

Важливість розвитку гастрономічного туризму в Україні розкривається через низку його соціально-економічних функцій, гуманітарної та культурологічної значущості, які визначені так (табл. 1):

Таблиця 1.

Переваги розвитку гастрономічного туризму України

В економічній сфері		
Виробництво нового туристичного продукту, створення доданої вартості, наслідком чого здійснюється процес нашарування цінності	Створення додаткових робочих місць та значне зростання зайнятості населення	Формування прямого непрямого економічного ефекту від одержання доходів туристичних підприємств, а також допоміжних підприємств – готельно-ресторанного господарства, розваг та ін.

Розвиток малого і серед- нього бізнесу, які опановують нові аспекти на ринку виробництва послуг	Нівелювання проблеми сезонності	Пожвавлення зовнішньої торгівлі, збільшення операцій з послугами і товарами, а в результаті – залучення іноземної валюти в країну
Є важливим елементом комплексу маркетингових комунікацій для популяризації продукції місцевих товаровиробників ті інших закладів сфери гостинності		
У соціальній сфері		
Відпочинок, отримання позитивних вражень під час гастрономічної подорожі сприяють відновленню фізичних сил і психологічного здоров'я людини	Збагачення соціальної інфраструктури, стимулювання розвитку науки, фестивального руху	Формування і підвищення освітнього рівня, поширення культурних цінностей і створення нового у населення України
У гуманітарній та культурологічній сферах		
Забезпечення саморозвитку особистості, підвищення рівня освіти та загальної культури шляхом ознайомлення з традиціями національної гастрономії, кулінарії, стилем життя інших народів, культурною спадщиною		

Отже, сприяння в організації гастрономічних подорожей може стати чинником підтримки туристичного інтересу, що забезпечує збільшення тривалості перебування туристів; додатковим напрямом бізнесу для домашніх господарств, невеликих виробництв продуктів харчування. Цього можливо досягти шляхом дотримання таких факторів:

1. Сприяння розвитку об'єктів, що складають інтерес для туристів і поціновувачів української гастрономічної культури, – відомих підприємств харчової промисловості, ресторанного господарства, домашніх господарств.
2. Підтримки діючих та ініціювання створення нових об'єктів гастрономічного туризму: дегустаційних залів, музеїв гастрономії, етнічних селищ та містечок, а також спеціалізованих атракційних заходів та туристично-екскурсійних маршрутів, що будуть сприяти створенню конкурентоспроможного місцевого туристичного продукту, підвищенню туристичної привабливості регіону.
3. Розвитку туристичної інфраструктури – закладів розміщення, харчування, розваг, а також підприємств роздрібно торгівлі та сфери послуг.
4. Розвитку інформаційних комунікаційних систем, які забезпечуватимуть інформування туристичного ринку про гастрономічний мікрокластер та виступатимуть важливим маркетинговим інструментом формування туристичного попиту.
5. Спрямування зусиль влади, бізнесу та місцевої громади на підтримку об'єктів гастротуризму, формування гастрономічних атракцій і подій, які б привертали увагу внутрішніх і міжнародних туристів, а також

приватно-публічне партнерство у просуванні місцевого туристичного продукту, активізації системи маркетингових комунікацій, використання інструментів бренд-менеджменту територій та міст.

6. Розроблення програм кулінарних турів тематичної спрямованості з використанням місцевої сировини, продуктів харчування та напоїв, знакових закладів ресторанного господарства, які підкреслюватимуть автентичність національних традицій у кулінарії.
7. Розширення географії та популяризація проведення тематичних кулінарних фестивалів, свят, відвідування міжнародних професійних виставок та конференцій, для того, щоб ознайомлення з національною кухнею стало головним елементом у програмі перебування туриста.
8. Вивчення кращого міжнародного досвіду розвитку гастрономічного туризму у сфері виноробної та харчової промисловості, ресторанного господарства, впровадження сучасних екологічно чистих технологій вирощування сільськогосподарської сировини та виготовлення продукції.
9. Популяризація України на світовому ринку, як перспективного туристичного напрямку [1].

Прикладом дослідження є Полтавська область. Гостинна Полтавщина вражає своєю мальовничою природою, душевністю і колоритністю. Тут туристи познайомляться зі столицею гончарства Опішню, відвідають легендарну Диканьку і багато інших цікавих культурно-історичних місць. Але найбільше вабить регіон традиційною українською кухнею.

Напевно, такого розмаїття національних страв не зустріти ні в жодному іншому місті України. Особливою популярністю серед туристів користуються майстер-класи з приготування відомих полтавських галушок. Саме цим блюдом славиться цей регіон. А щороку, 5 червня відкривається фестиваль «Полтавська галушка».

Також можна відвідати виставки і ярмарки, які відбуваються переважно в літній період. Це і фестиваль «Борщик в глиняному глечуку», який відбувається 14 серпня. Фестиваль-квест популяризує Полтавщину як осередок народної гастрономії та органічної їжі і має на меті зробити полтавський край осердям гастрономічного туризму та повернути традицію спільного гуляння. Під час заходу готуватимуться смачні і надзвичайно поживні борщі та інші страви.

В серпні відбувається виставка-ярмарок «Свято меду». В програмі заходу — демонстрація продукції полтавських пасічників, її продаж, частування, концертна програма, розваги та цікаві конкурси для дітей, а майстри декоративного вжиткового мистецтва презентуватимуть свою продукцію для продажу.

Висновок: Гастротуризм має всі шанси на існування, як один із видів туризму, зайняти свої споживачів і конкурувати на регіональному ринку. Для цього є і досвід і мотивація. Хоча і єдиного терміну для цього ринку і не існує, але

має спільну мету – задовольнити потреби туриста. Для привернення уваги використовують різні форми, як ярмарки, фестивалі та виставки.

Список використаних джерел

1. Глушко В.О. Гастрономічний туризм, як окремий вид туризму: поняття, сутність, класифікація. – Донецьк, 2016. – Вип. 39-40. – С.168.
2. Муллер М.В. Особливості формування інноваційного розвитку гастрономічного туризму Полтавської області. – Полтава, 2017. – Вип.1(62). - №16. – С. 102.
3. Нестерчук І.К. Гастрономічний туризм: історія, теорія і сучасні практики. – Харків, 2017. – Вип. 6. – С.194.

Науковий керівник: доктор економічних наук, професор Яценко В.М.

МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ

Решетняк З.М.

*Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
e-mail: reshetniak.zoia422@vu.cdu.edu.ua*

Сучасний світ розвивається за траєкторією незворотної глобалізації. Зростає роль різних форм і способів співробітництва держав. Виклики пандемії COVID-2019 не зменшили їхньої ефективності та переваг, а ще більше підвищили роль міжнародного співробітництва. Туристична сфера попри пандемію та загострення міжнародних конфліктів продовжує розвиватися у глобалізованому світі. Це зберігає актуальним цей напрям досліджень. Україна є активним учасником міжнародного співробітництва в туристичній сфері. Крім того, туризм відіграє важливе значення для поглиблення міжнародних зв'язків. Євроінтеграційний вектор міжнародного співробітництва зберігає для України важливе значення. Він підвищує щільність зв'язків між органами влади, суб'єктами туристичного бізнесу та іншими стейкхолдерами туристичної сфери. Важливо дослідити, який досвід здобула Україна у співробітництві з державами ЄС у розвитку туризму та які можливості його збереження на час війни.

Міжнародне співробітництво в туристичній сфері є комплексом взаємодій, які стосуються [1]:

- діяльності міжнародних організацій, які спеціалізуються на туристичній проблематиці (головна структура – Всесвітня Туристична Організація);
- формування міжнародного туристичного права (міжнародні конвенції, декларації і т. д.), міжнародних стандартів туристичної діяльності;
- співробітництва між державними органами влади з укладенням міжнародних договорів у туристичній сфері, спрощення режимів перетину