

УДК 338.48

JEL Classification: L83, M21, R58

ЗЕЛЕНКО О. О.¹, ГОТКЕВИЧ Р. А.²

ГАСТРОТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВА ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ НА СХОДІ УКРАЇНИ

DOI: 10.32620/cher.2021.1.13

Постановка проблеми: Відновлення туристичної галузі після пандемії вимагає застосування нових інструментів та напрямів розвитку. Гастротуризм, як складова туристичної індустрії, набираючи обертів в Україні, має всі шанси стати родзинкою східних регіонів, багатих на гастрономічні традиції на тлі розвитку сучасних підприємств харчової промисловості. *Мета дослідження:* ідентифікація українського гастропродукту та шляхів його розвитку у східних регіонах України, що сприятиме створенню туристичної привабливості даних територій для вітчизняних, а також іноземних туристів. *Предметом дослідження є* теоретичні та практичні аспекти розвитку гастротуризму, як складової туристичної індустрії. *Методи дослідження:* у процесі здійснення наукової роботи було використано загальнонаукові та спеціальні методи наукової абстракції, індукції та дедукції, статистичного аналізу, аналогії та кількісного і якісного порівняння. *Гіпотеза дослідження:* припущено, що в основу розвитку гастрономічної складової туристичної галузі на сході України має бути покладено сукупність теоретичних засад, історичних передумов та сучасних обставин розвитку підприємницької діяльності регіону. *Виклад основного матеріалу:* Огляд теоретичних аспектів та історичних фактів розвитку гастротуризму дозволив доповнити існуючу класифікацію його видів. Аналіз тенденцій розвитку гастротуризму в Україні засвідчує, що, незважаючи на багате гастрономічне різноманіття на сході, лідерами в цій діяльності є західні регіони. *Оригінальність та практична значимість дослідження:* представлені у дослідженні об'єкти Луганської області, за бажанням самих власників, можуть стати перспективними гастрономічними атракціями Луганської області. *Висновки та перспективи подальших досліджень:* Розвиток гастротуризму сприятиме відновленню занедбаних територій сходу України, дозволить визначити альтернативний шлях їх розвитку та створити нові туристичні дестинації міжрегіонального рівня.

Ключові слова:

гастротуризм, регіон, гастробренд, туристична галузь, розвиток.

GASTROTOURISM AS A COMPONENT OF THE TOURISM INDUSTRY IN EASTERN UKRAINE

Problem statement: The recovery of the tourism industry after the pandemic requires the use of new tools and directions of development. Gastrotourism, as a component of the tourism industry, is gaining momentum in Ukraine, has every chance to become the highlight of the eastern regions, rich in gastronomic traditions against the background of the development of modern food industry enterprises. *The purpose of the study:* identification of Ukrainian gastronomic product and ways of its development in the eastern regions of Ukraine, which will help create a tourist attraction of these areas for domestic and foreign tourists. *The subject of research* is the theoretical and practical aspects of gastrotourism development as a component of the tourism industry. *Research methods:* in the process of scientific work were used general and

¹ **Зеленко Олена Олександрівна**, д-р екон. наук, професор кафедри «Міжнародна економіка і туризм», Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, м. Северодонецьк, Україна.

Zelenko Olena, Doctor of Economic Science, Professor of International Economics and Tourism Department, Volodymyr Dahl East Ukrainian National University, Severodonetsk, Ukraine.

ORCID ID: 0000-0003-4880-246X

e-mail: zelenko.olena@gmail.com

² **Готкевич Регіна Анатоліївна**, магістр спеціальності 242 «Туризм», Східноукраїнський Національний Університет ім. В. Даля, м. Северодонецьк, Україна.

Hotkevych Rehina, master of 242 Tourism Speciality, Volodymyr Dahl East Ukrainian National University, Severodonetsk, Ukraine.

ORCID ID: 0000-0002-4663-4231

e-mail: uni@snu.edu.ua





special methods of scientific abstraction, induction and deduction, statistical analysis, analogy and quantitative and qualitative comparison. *Research hypothesis*: it is assumed that the development of the gastronomic component of the tourism industry in eastern Ukraine should be based on a set of theoretical foundations, historical background and current circumstances of business development in the region. *Presentation of the main material*: The review of theoretical aspects and historical facts of development of gastrotourism allowed to supplement the existing classification of its kinds. Analysis of trends in gastrotourism in Ukraine shows that, despite the rich gastronomic diversity in the east, the leaders in this activity are the western regions. *Originality and practical significance of the research*: the objects of Luhansk region presented in the research, at the request of the owners themselves, can become promising gastronomic attractions of Luhansk region. *Conclusions and prospects for further research*: gastrotourism development will contribute to the restoration of abandoned areas of eastern Ukraine, will identify an alternative way of their development and create new tourist destinations at the interregional level.

Key words:

gastrotourism, region, gastrobrand, tourism industry, development.

ГАСТРОТУРИЗМ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ НА ВОСТОКЕ УКРАИНЫ

Постановка проблемы: Восстановление туристической отрасли после пандемии требует применения новых инструментов и направлений развития. Гастротуризм, как составляющая туристической индустрии, набирая обороты в Украине, имеет все шансы стать изюминкой восточных регионов, богатых гастрономическими традициями на фоне развития современных предприятий пищевой промышленности. *Цель исследования*: идентификация украинского гастропродукта и путей его развития в восточных регионах Украины, что будет способствовать созданию туристической привлекательности данных территорий для отечественных и для иностранных туристов. *Предметом исследования* являются теоретические и практические аспекты развития гастротуризма, как составляющей туристической индустрии. *Методы исследования*: в процессе осуществления научной работы были использованы общенаучные и специальные методы научной абстракции, индукции и дедукции, статистического анализа, аналогии, количественного и качественного сравнения. *Гипотеза исследования*: предполагается, что в основу развития гастрономической составляющей туристической отрасли на востоке Украины должна быть положена совокупность теоретических основ, исторических предпосылок и современных обстоятельств развития предпринимательской деятельности региона. *Изложение основного материала*: Обзор теоретических аспектов и исторических фактов развития гастротуризма позволил дополнить существующую классификацию его видов. Анализ тенденций развития гастротуризма в Украине свидетельствует, что, несмотря на богатое гастрономическое разнообразие на востоке, лидерами в этой деятельности являются западные регионы. *Оригинальность и практическая значимость исследования*: представленные в исследовании объекты Луганской области, по желанию самих владельцев, могут стать перспективными гастрономическими достопримечательностями Луганской области. *Выводы и перспективы дальнейших исследований*: развитие гастротуризма будет способствовать восстановлению заброшенных территорий востока Украины, позволит определить альтернативный путь их развития и создать новые туристические дестинации межрегионального уровня.

Ключевые слова:

гастротуризм, регион, гастробренд, туристическая отрасль, развитие.

Постановка проблеми. Туристична галузь сьогодні – це одна з найбільш багатобіляючих галузей економіки, яка може стати стабільним джерелом доходів як для конкретного регіону, так і для національної економіки. Все більше і більше подорожуючих в світі бажають дізнатися щось нове про територію, яку відвідують, у незвичний спосіб і гастрономічна складова у даному процесі відіграє все більш помітну роль.

Сьогодні гастрономічний туризм – це один із перспективних напрямків розвитку ринку туристичних послуг, різновид спеціалізо-

ваного туризму, пов'язаний із ознайомленням та пізнанням національних кулінарних традицій світу – синтез екології, культури та виробництва. З точки зору організаторів туризму, гастрономічний тур дозволяє ознайомитись із оригінальними технологіями приготування місцевих продуктів харчування, традиціями їх споживання, володінням навичками кулінарного мистецтва, участю у фестивалях та культурних тематичних акціях.

Потенціал розвитку гастротуризму закладено майже у кожному регіоні. Особливу увагу варто приділити східним територіям України,

які перебувають у процесі постконфліктної трансформації та шукають новий, альтернативний індустріальному шлях розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості розвитку гастрономічного туризму вже достатньо висвітлені у вітчизняній науковій літературі. Дослідженням цієї проблематики займаються такі вітчизняні вчені як Антоненко В. Г., Басюк Д. І., Саркісян Г. О., Корнілова В. В., Сливенко В. А., Долгієр А. І., Хрулькова К. А. та інші.

Зокрема, привертають увагу публікації Басюк Д. І., де автор досліджуючи розвиток гастрономічного туризму в Україні, визначає сучасні тренди та аналізує ринок туристичних послуг [1]. Спираючись на досвід різних країн світу, автор обґрунтовує власні пропозиції щодо розвитку гастрономічного туризму в Україні, основними з яких є об'єднання зусиль провайдерів послуг із місцевими органами регіональної влади, а також започаткування підготовки фахівців, здатних обслуговувати такі незвичні тури.

Також викликає зацікавленість публікація Божук Т. І. та Прокопчук Л. А., де автори поєднують винний та пізнавальний або сільський туризм. Сільський туризм дає змогу туристам долучитись до повного процесу виробництва вина та культури його вживання [2]. До такого висновку приєднуються Стельмах О. А., Агеєнко О. Г., Коваленко К. Ю., які відзначають попит на гастрономічні тури в секторі етнотуризму та зеленого туризму [3].

На особливу увагу заслуговують публікації Сливенко В. А., Долгієр А. І., Хрулькова К. А., які розглянули тенденції розвитку гастрономічного туризму в Україні та запропонували свої варіанти для ефективного розвитку даного напрямку [4], а саме: розширення інфраструктури гастрономічного туризму; вдосконалення системи освіти, активне просування гастрономічного туризму на світовому туристичному ринку; організація і проведення тематичних культурно-розважальних, культурно-пізнавальних заходів, фестивалів, виставок, урочистостей в сфері гастрономічного туризму і тому інше.

Не можна не зазначити, що гастрономічний туризм, не є найпопулярнішою темою серед науковців та практиків туристичної галузі в Україні. Цей напрям активно просувається тільки останні декілька років і потребує подальших досліджень як за історико-культурним змістом, так і у просторово-географічній площині, зокрема у східній частині України.

Метою статті є ідентифікація українського гастропродукту та шляхів його розвитку у

східних регіонах України, що сприятиме створенню туристичної привабливості даних територій для вітчизняних, а також іноземних туристів.

Виклад основних результатів дослідження. Незважаючи на давню історію розвитку туризму, гостротуризм – відносно молодий напрям туристичної діяльності. У різних джерелах можна зустріти і різні терміни, якими характеризували дане явище: кулінарний туризм, гостротуризм, продовольчий туризм [5]. Саме із поняттям «кулінарний туризм», яке було запропоновано професором Люсі Лонгом у 1998 р. і започатковано даний різновид туристичної діяльності, що вже тоді передбачав поєднання вражень від подорожі із поєднанням вражень від їжі.

А вже 2003 році з'явилася організація, яка, можна сказати, є засновницею та основним промоутером гастрономічного туризму у світі – це Міжнародна асоціація кулінарного туризму (The International Culinary Tourism Association), яка задля уникнення непорозумінь у 2012 була перейменована у Всесвітню асоціацію гастрономічного туризму. У 2013 змінив свою назву і сам різновид туризму з кулінарного на гастрономічний, тому що більшість потенційних туристів вважали, що кулінарний туризм – це прерогатива обраних багатіїв [5].

Наукова теорія, як основа для розвитку даного напрямку діяльності, також почала формуватися відносно недавно. Зокрема, у 2015 році ЮНВТО запропонувала розуміти "гастрономічним туризмом" як будь-яку туристичну діяльність, пов'язану з гастрономією: відвідування виробників продуктів харчування, харчові фестивалі, фермерські ринки та продовольчі ярмарки, в тому числі в сусідніх регіонах [3].

У своєму звіті Всесвітня туристична організація підкреслює особливу важливість гастрономічних заходів для туристів, таких як фестивалі чи кулінарні свята. На другому місці для гурманів – наявність спеціалізованих маршрутів по країні і можливість відвідувати різні кулінарні майстер-класи [6, с. 13].

Узагальнюючи всі напрями, за якими розвивається гастрономічний туризм, можна представити класифікацію його різновидів за певними ознаками (таблиця 1).

За даними The World Food Travel Association, на їжу і напої під час подорожей туристи витрачають близько 25% бюджету (35% - в дорогих поїздках, трохи більше 15% - в економ-турах).



Таблиця 1 - Класифікація видів гастрономічного туризму

Класифікаційна ознака	Різновиди турів
Мета поїздки	1) розважальна 2) культурно-пізнавальна 3) формування професійних навичок
Діяльність туристів	1) кулінарні школи 2) майстер класи 3) дегустація 4) відвідування діючих виробництв 5) спостереження за змаганнями кухарів-професіоналів
Об'єкти відвідування	1) підприємства харчової промисловості 2) виноробні / броварні 3) музеї із експозиціями гастрономічного спрямування 4) заклади ресторанного господарства 5) ферми 6) сади 7) виноградники 8) гастрономічні клуби.
За певними подіями	1) продуктові фестивалі (сиру, шоколаду, тощо) 2) фестивалі різноманітних напоїв (винні, пивні, тощо) 3) українські обрядові свята
Відповідно до групи продуктів харчування	1) сирний 2) медовий 3) винний 4) море-продукти 5) кавовий 6) шоколадний 7) змішаний (сиру та вина) 8) тощо.
В залежності від географічної території	1) міський 2) сільський
За часткою у загальному туристичному продукті	1) як частина туристичної пропозиції; 2) як окремий туристичний продукт.

Джерело: складено авторами на підставі [3; 4; 5]

Смакові переваги мандрівників в гастрономічних турах можна класифікувати за чотирма основними напрямками, а саме [5]: автентична кухня - 46%; еклектична кухня - 44%; локальні продукти - 35%; бюджетна їжа - 22%.

Експерти з The World Food Travel Association вважають, що 77% туристів, які їздять відпочити, можна так чи інакше назвати гастротуристами [7]. Такий висновок було зроблено на основі низки опосередкованих фактів-доказів [5; 8]:

93% туристів за останні 2 роки під час перебування у подорожі обов'язково приймали участь в різноманітних активностях, пов'язаних з приготуванням або дегустацією їжі;

83% туристів відзначають, що завдяки новій їжі і напоям їх поїздки запам'ятовуються більше; з одного боку – це посилення туристичного бренду країни, з іншого у насту-

пній подорожі людина підсвідомо буде прагнути отримати враження саме у такий спосіб, адже минулого разу отриманий досвід був вдалим;

81% туристів вірить, що знайомство з кухнею країни знімає культурний бар'єр, адже процес споживання їжі налаштовує на розмову і, відповідно, сприяє налагодженню міжкультурних комунікацій між відвідувачами та приймаючою стороною;

75% туристів привозять з собою з подорожей продукти харчування або напої; крім користі для економіки приймаючої країни така тенденція свідчить про те, що подорож була вдалою і людина, яка везе з собою екзотичні їстівні смаколики, прагне пролонгувати приємні емоції саме за допомогою вживання уподобаних продуктів або напоїв;

62% туристів, які побували у гастротурі (або у турі із гастрономічною складовою),



після повернення до дому купують на батьківщині продукти, які вперше спробували в подорож; у такий спосіб людина прагне повернути приємні спогади від подорожі.

Відповідно до соціологічного дослідження, що проводилося у 2016 р., найпозитивніші асоціації щодо якості їжі у туристів пов'язані з Європою, на другому місці США, далі йдуть країни Азії, Китай та Центральна і Південна Америка. Африканський континент займає останню сходинку

Окремої уваги заслуговують гастрономічні події, на основі яких формується туристичний продукт гастрономічного спрямування. Щорічно у всьому світі проводиться безліч кулінарних фестивалів. Під час їх проведення завжди відчувається наплив туристів, шеф-кухарів з усього світу. Тематика фестивалів найрізноманітніша. Наприклад, є цілий ряд фестивалів присвячених фруктам і овочам. Існують, також, незвичайні фестивалі лука: «Цибулевий ринок» в Берні (Швейцарія), цибулевий ярмарок в Веймарі (Німеччина) і цибульний фестиваль в Вальсі (Іспанія). Щороку в провінції Канвондо (Південна Корея) проходить фестиваль, присвячений унікальному грибу Сунг. Кожного року в кінці літа на острові Уайт (Великобританія) проходить часниковий фестиваль - «Isle of Wight Garlic Festival».

Не можна не відзначити також ресторанну галузь. Зокрема, згідно з недавнім звітом Research and Markets, світові продажі ресторанів тільки за 2019 р. зросли на 6,9% [9]. Окреме місце в гастрономічному туризмі займають гурмани і люди, що працюють в сфері кулінарії і їздять по різних країнах - набиратися досвіду. І велику увагу вони приділяють ресторанам із зіркою Мішлен. Заради ресторанів із зіркою Мішлен багато гурмани з'їжджаються з різних частин світу, а забронювати столик потрібно як мінімум за пару місяців. В даний час існує 137 ресторанів, нагороджених 3 зірками Мішлен.

В Україні і зараз немає ресторанів із зіркою Мішлен. Але в 2013 році, в Червоному Гіді Мішлен був згаданий одеський ресторан "La Veranda". Це перший і поки що єдиний ресторан в Україні, який був відображений в гіді [10]. Жоден ресторан в Україні так і не отримав бажаної зірки бо в Україні немає якісних доріг. Оскільки немає якісних доріг, то тут не продається 1 млн покришок Michelin на рік. А це важлива умова, за якої французький виробник шин починає видава-

ти свій червоний гід по автодорогах у тій чи іншій країні, присуджуючи «зірки» закладам гостинності.

Незважаючи на стрімке зростання кількості ресторанів, закладів швидкого харчування, кафе, пабів, барів, особливо в столиці (наприклад, у 2018 році в Києві було відкрито 195 нових ресторанів) в Україні, цей ринок залишається досить ненасичений. У Києві у закладах ресторанного господарства на одне посадкове місце претендують 30 осіб, для порівняння, в Європі на місце претендують 8 осіб [11].

Звичайно, цифри статистики відображають ситуацію до пандемії, тому у майбутньому всім закладам ресторанного господарства потрібно буде враховувати нові умови та формати роботи із дотриманням карантинних норм. Тим не менше, практика послаблення карантинних обмежень у туристичних центрах показала, що туристи втомилися сидіти вдома і як тільки з'являлася можливість, ресторани заклади вмиль наповнювалися купою відвідувачів.

Але основа гастротуризму полягає не тільки у площині розвитку мережі ресторанних закладів. Сама українська кухня вважається однією з найбагатших і найрізноманітніших. Процес її останнього етапу розвитку тривав кілька століть. За цей час їй вдалося запозичити кілька іноземних страв і, вдосконаливши технологію приготування, поділитися ними зі світом. У різні часи письменники та поети говорили про страви української кухні у своїх творах. Сьогодні українські страви із задоволенням готують відомі кухарі та подають у найкращих ресторанах світу.

Мабуть, найбільш популярною стравою національної кухні українського народу є борщ, який славиться не менше французьких соусів, італійських спагеті чи японських суші. Ця страва має безліч різновидів, буває пісною або на м'ясному бульйоні. Закарпатський борщ не схожий на одеський, полтавський - на чернігівський, волинський - на київський, а львівський - на харківський і т.п. Найближчим часом ЮНВТО може зареєструвати борщ як національне надбання України. На даний час найвідоміший популяризатор української їжі і громадський діяч Євген Клопотенко проходить процедуру, щоб запатентувати на світовому рівні, що борщ - це українська страва. Це буде перший офіційний гастрономічний бренд України, визнаний на міжнародному рівні [12].





Не менш важливою гастрораскладовою для туризму є українські напої. Українці традиційно п'ють напої, отримані шляхом природного бродіння певних інгредієнтів (квас, мед, пиво), а також шляхом перегонки продуктів бродіння (горілки та виготовлені з неї настоянки). У багатьох ресторанах з українською кухнею подають самогон і настоянки власного приготування (хреновуха, настоянка на журавлині, облепіховка), а також пиво, зварене у власній броварні.

Окрему шану варто віддати виробникам вина. Цей напій в Україні офіційно виробляють близько 75 компаній. Загальна площа виноградників сьогодні становить 40 700 гектарів, з яких 25 600 гектарів відведено під виробництво вина. [13]. За даними «Винного Гіду України 2019», який був представлений на щорічному винному форумі, в країні діє 48 виноробних господарств та 183 найкращих українських вин [12].

Україна багата різноманітними натуральними якісними продуктами, чого тільки варті різновиди меду. В інших країнах світу він користується великою популярністю. Експорт меду з України за 11 місяців 2020 року досяг рекордних рівнів - 69,8 тис. тон загальною вартістю 117,5 млн. доларів США (Попередній рекорд був встановлений в 2017 році і складав - 67,8 тис. тон (133,9 млн. доларів США) [13].

Більшість пасік розташовані на півдні України та на сході. Загалом представлено 13 областей України. Найбільша кількість пасік із сертифікатом органічного виробництва виявлена в Миколаївській області - 23 пасіки, а це близько 7,5 тис. сімей бджіл [4; 14]. На другому місці - Одеська область. Там кількість пасік вдвічі менша (11) відповідно і бджолосімей менше (2,5 тис.). Луганська область посідає третє місце [4]. Український мед дуже популярний у Європі та у східних країнах, наприклад, Японія готується закупити партію меду з Луганської області [4].

Так само, вже не обов'язково їхати до Франції, аби просто поїсти равликів. Україна має власні равликові ферми, які можуть надавати подібні послуги. За останні п'ять років в Україні було створено 200 ферм равликів. Загалом вони виробляють близько 800 тон живих равликів, з яких 30 тон було експортовано у 2019 році. [11] Такі виробництва вже існують у Львівській, Луганська, Київській, Миколаївській, Донецькій та ін. областях нашої країни.

В Україні гастрономічний туризм перебуває на стадії становлення і в чистому вигляді гастрономічні тури зустрічаються достатньо рідко, хоча «смачних» назв серед усього асортименту пропозицій вже дуже багато. Але гастрономічний туризм стає все більш популярним. Україна - це країна з багатими смаковими якостями, в кожній області є своя цікава страва. Незважаючи на майже рівні можливості у сфері кулінарних доробків, кожен регіон ними скористався по-різному.

Лідером гастрономічних турів та й туризму в цілому можна вважати - м. Львів. Місто має багато ресторанів, кафе, барів і т. д. Пропозиції туристичних агенцій Львова мають в асортименті пивні тури (наприклад «Львів нетверезими очима»), в ньому можна відвідати відому Львівську броварню, музей пивоваріння, а також продегустувати різні сорти пива. Не варто забувати, що Львів так само асоціюється із кавою та шоколадом, відповідно, місто пропонує шанувальникам цього напою та смаколика цікаві туристичні пропозиції гастрономічного спрямування. Львів привабить туриста й іншими гастрономічними пропозиціями: в цьому місті можна знайти сирні тури, майстер класи по їх виготовленню. Саме тут існує три музеї із гастрономічною тематикою.

Справжнім гурманам і людям, які хочуть отримати досвід в цій сфері, слід відправитися до столиці України - до м. Києва. Тут існує дорогий, але дуже пізнавальний тур, який проводить гастроексперт - Вікторія Пархоменко (власниця мережі ресторанів Klukva&Brukva), вона навчає професійних кухарів по всій Україні. Взагалі столиця пропонує широкий асортимент гастропослуг на базі закладів ресторанного господарства, тому логічно, що тут так само проводиться велика кількість гастрофестивалів та різноманітних кулінарних заходів.

Одеса - ще одне місто з безліччю гастротурів. Одеська кухня дуже різноманітна, вона славиться своїм вином і стравами з риби єврейської кухні. Один з найбільш популярних гастротурів "Смачна Одеса" пропонує туристам відвідати три заклади в центрі, що полюбляють місцеві мешканці, але пересічному туристу знайти їх майже не можливо. Так само не слід забувати про винні тури, в яких можна відвідати заводи «Французький бульвар» і «Шабо» з дегустацією одеських вин і коньяків.

Не можна оминати увагою батьківщину галушок і вареників - Полтавщину. Саме тут причаїлося багатство української культури, тут проходить безліч національно-етнічних фестивалів. Полтавщина перш за все славиться своїми варениками самої різної форми. Але не менш відомими є різноманітні алкогольні напої: настої на травах, самогон і фруктові наливки. У Полтавській області перелік різних турів задовольнить вимоги будь-якого вибагливого туриста ("Від пуза". Етногастротур «На Полтавщину», "Гоголь-тур", "Екскурсія на Полтавщину", "Хмільна Полтава").

Серед найбільших досягнень України, які заслуговують на увагу потенційний туристів можна відзначити перший в Україні офіційно зареєстрований еногастрономічний маршрут «Дорога вина і смаку Української Бессарабії», який об'єднує одразу декілька населених пунктів Одеської області. Його учасниками стали бессарабські винороби, сировари, фермери, туropolератори, ресторатори і власники готелів, які зацікавлені у просуванні власного регіону та послуг. Над подібним проектом зараз працювали підприємці сфери гостинності Закарпаття, представивши

свою «Дорогу вина та смаку Закарпаття». Обидва проекти реалізуються за підтримки Євросоюзу «Підтримка розвитку системи Географічних зазначень в Україні» [15]. Закарпатська та Одеська область обрані не випадково, адже тут присутні всі необхідні складові: локальні туристичні об'єкти з історичним минулим; розвинена туристична інфраструктура (готелі, ресторани); непогана транспортна інфраструктура, яка надасть можливість вільного пересуватися від однієї локації до іншої. Для успішної реалізації обох проектів створено одноіменні з маршрутами громадські організації, покликані здійснювати контроль якості всіх складових процесу обслуговування туристів.

Щорічно в Україні проводиться маса цікавих фестивалів, присвячених самим різним сферам культури, історії ремісництва. Останнім часом було започатковано чимало гастрономічних фестивалів, та успішно проводяться старі – відомі на увесь світ. 2020 р. зробив свої корективи і більшість з них або не проводилася взагалі, або проводилася у незвичних форматах. Серед найбільш популярних фестивалів країни можна визначити такі (таблиця 2).

Таблиця 2 – Найбільш популярні гастрономічні фестивалі України

№	Назва та місце заходу	Час проведення
1	Фестиваль кави (Львів)	вересень
2	Фестиваль сиру і вина (Львівська область)	жовтень
3	Національний Сорочинський Ярмарок (Полтавська область)	серпень
4	Фестиваль національної кухні (Луцьк)	серпень
5	Свято полуниці (Одеська область)	травень
6	Закарпатське божоле (Закарпатська область)	листопад
7	Гуцульська бринза (Буркут, Закарпатська область)	вересень
8	Фестиваль вуличної їжі (Київ)	серпень
9	Kyiv Food and Wine (Київ)	жовтень
10	Фестиваль дерунів (м. Коростень, Житомирська область)	вересень

Джерело: складено авторами на основі [3; 4]

Гастрономічний туризм в Україні знаходиться на стадії формування. Проте, вже на даний момент накопичено достатній для подальшого розвитку досвід в організації гастрономічних турів на українському ринку. Лідирують у цій сфері діяльності західні області та окремі регіони на півдні країни та Київська область. Невисокою, поки що, є активність щодо розвитку гастротуризму серед східних областей України, хоча кулінарні традиції та наявна інфраструктура сфери гостинності (зокрема, у Харківській, Дніпропетровській та Запорізькій областях) дозволяють

розвивати цей напрям туризму не менш ефективно, ніж на заході країни.

Розвиток туризму на сході України завжди стримувався упередженням ставленням до регіону, що має промислову спеціалізацію. Особливої уваги потребують Луганська і Донецька області, які втратили більшу частку власних промислових підприємств та, долаючи соціально-економічну кризу, що виникла внаслідок відкритого збройного конфлікту, вимушені шукати новий шлях розвитку, переорієнтовуючись на інші сфери економічної діяльності.





Якщо говорити про гастрономічний туризм в Луганській області, то слід зауважити, що цей регіон має достатній потенціал, адже майже у кожному місті цієї області є свої гастро-об'єкти.

1. У м. Лисичанськ у 2019 була відкрита равликів ферма і вже організовані екскурсійні гастротури, де можна подивитися на равликів, сфотографуватися та спробувати їх за келихом вина [16]. Підприємство було засноване, для потреб харчової промисловості з метою реалізація м'яса равликів у промислових масштабах, але власники не відкидають можливості розвитку власного бізнесу саме як туристичної гастроатракції.

2. У м. Сватове вже не перший рік працює пасіка «Медове джерело», яка виробляє мед трьох сортів. Крім чистого меду на виробництві виготовляються медові мікси, натуральна косметика на основі меду і трав'яний чай. Пасіка вже зараз надає туристичні гастропослуги, проводить майстер-класи з викачування меду, пропонує дегустацію всієї продукції, та послуги з апітерапії [4].

3. В с. Боброво переселенка з окупованих територій вирощує нубійських кіз і виробляє різноманітні сорти крафтових сирів [18]. Перші гроші для старту бізнесу господиня отримала від норвезького фонду і заснувала своє маленьке виробництво під назвою «Еко-коза». У планах власниці не тільки гастротури із дегустацією, але і проведення майстер-класів із валяння вовни.

4. Окремої уваги заслуговують виробництва алкогольних напоїв, адже Луганщина багата пивоварнями. Тут є 4 виробника пивної індустрії: Сватівський пивоварний завод, Лисичанський пивоварений завод, «Пінта» - Кременський пивоварний завод, броварня "Шале" в м. Сєвєродонецьку. Останній об'єкт – це не тільки броварня, але й ресторан, який є популярним закладом як серед відвідувачів, так і серед мешканців міста.

5. Не можна не пригадати смт. Марківка, де є власний сирний завод, на якому виробляється більше 20 сортів сиру. Паралельно виготовляється кисломолочна продукція, масло вершкове, 2 види м'якого кисломолочного сиру. 21 вересня 2020р. мешканці громади отримала власний бренд. В самому логотипі відображено найвизначніші ідентичності Марківщини. В них і минуле, і сучасне, і природнє, а також сталє майбутнє. Форма цибулини, що має свіжі нові зелені паростки, які свідчать про сучасність, про зростання, та символізує визначну історію громади (пов'язану саме з цим продуктом), заповнена елементами, що імітують сир –

те, що популяризує громаду в теперішній час. На фоні цього силует бабака, який є давнім, особливим мешканцем Марківських просторів [19].

Окрім перспективних провайдерів гастропослуг, на Луганщині є успішний досвід проведення гастрофестивалів: фестиваль вареників та фестиваль борщу в Попасній, фестиваль-ярмарок «Медові ріки Луганщини» у м. Сєвєродонецьк та м. Рубіжне; два останні фестивалі проводяться в області вже не один рік.

Ситуація, що склалася у 2020 р., примусила багатьох туристів залишитися вдома та подорожувати в межах власної країни і області, в якій вони постійно мешкають. Не стали виключенням і мешканці Луганщини. Власне цей попит і спонукає до розробки нових екскурсійних і туристичних маршрутів в тому числі гастрономічної тематики.

Хоча б взяти ту саму Марківщину та її цибулевий бренд. У цьому містечку можна запровадити прекрасний сільський гастротур «Українська цибулька із французьким присмаком». Мешканці громади серед складових власного бренду обрали два продукти, що покладено в основу розвитку даної території. У той же час і цибуля і сир і мед (якого також тут вдосталь) – це продукти, які дуже активно використовуються у французькій кухні. Але в основі туру має бути покладена історія Марківщини та її славетні часи на початку минулого століття, коли у 1907 році саме Марківська цибуля отримала золоту медаль на виставці в Парижі і з тих часів марківчани прославилися як «цибуляшники», а Марківська цибуля і нині вважається однією з найкращих у світі. Основні місця відвідування: сільськогосподарські угіддя де вирощується цибуля; марківський сирний завод; пасіки де збирається Марківський мед. До складу дегустаційних страв можна включити страви як української так і французької кухні, зокрема: цибульники; цибулевий суп по-французьки; цибульний суп пюре; вішісуаз (холодний цибульний суп); лук по-французьки; цибулева запіканка; цибулевий салат; цибулеві оладки; цибулеві котлети; цибулеві кільця в клярі; тарталетки з цибулі; цибулевий пиріг по-французьки; цибулевий пиріг з плавленим сиром; цибулева піца; мафіни з цибулею; цибулевий соус; цибулевий конфетюр, тощо.

Значно спростило би формування туристичного потоку до цього населеного пункту, та до Луганської області загалом, започаткування щорічного фестивалю цибулі. Наразі у світі існує один відомий фестиваль цибулі, який проходить щорічно у травні, у м. Канісу на Мадейрі. В Україні подібного заходу, пов'язаного з

саме з цим продуктом не існує, тож Марківська громада має унікальний шанс ініціювати створення свого власного гастробренду розпочавши цей процес саме з щорічного фестивалю цибулі.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Гастрономічний туризм є одним з ключових факторів туристичної привабливості території. В Україні, та й у світі в цілому, цей напрям отримав свій розвиток не так давно. Наша держава, як багатонаціональна, полікультурна, з багатою історією країна, має великий потенціал розвитку гастрономічного туризму, який може об'єднувати в собі кілька видів туризму - це пізнавальний, подієвий, діловий, тощо, і саме цю його особливість мають враховувати провайдери туристичних послуг в Україні

Для регіонів України характерні свої унікальні національно-культурні та природні особливості, які носять неповторний характер і можуть зацікавити, як вітчизняних так і іноземних гостротуристів. Україна багата своїми національними стравами, а також натуральними продуктами харчування. Але більшість туристів, які відвідують нашу країну не мають уяви, який потенціал зберігає в собі наша культура та історія, у тому числі у сфері гастрономії.

Український гостротуризм тільки набирає обертів, але тенденції його розвитку такі самі, як і в інших регіонах світу. Основою розвитку є гастрономічні події. Лідерами з цієї діяльності є Львівська, Закарпатська, Одеська, Київська області та саме м. Київ.

У проведеному дослідженні на основі огляду наявних виробництв продуктів харчування та діяльності їх власників доведено, що Луганська область так само, має всі шанси успішно розвивати послуги з гостротуризму. Представлені пропозиції щодо формування нового туристичного гостротуру у смт. Марківка дозволить прорекламувати саме містечко, як привабливу територію для туризму; сприятиме формування позитивного іміджу Луганщини, як області, безпечної для подорожей, цікавої для відвідувачів на їх погляд і смак.

Східні регіони України вже не перший рік перебувають у стані соціально-економічної кризи. Розвиток туристичної галузі та, безпосередньо, гостротуризму, сприятиме відновленню занедбаних територій, дозволить визначити альтернативний шлях їх розвитку та створити нові туристичні дестинації.

Література

1. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. *Наукові праці НУХТ*. 2012. № 45. С.128-132.

2. Божук Т. І., Прокопчук Л. А. Сучасний стан і перспективи розвитку винного туризму (на прикладі закарпатської області). *Туристична індустрія: Сучасний стан та перспективи розвитку*. Матеріали 6 міжнар. наук.-практ. конф. (28-29 квітня 2011 р.). Вип. 6, Том 2, С. 171-177.

3. Стельмах О. А., Агеєнко О. Г., Коваленко К. Ю. Перспективи розвитку ресторанної галузі в етнотуризмі. *Розвиток туристичного бізнесу*. Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Донецьк, 17-19 березня 2011 р.). Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. С.160-161.

4. Сливенко В. А. Шляхи активізації вітчизняного гостротуризму на міжнародному туристичному ринку. *Ефективна економіка*. 2019. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/1&z=7054>

5. Всё, что вы хотели знать о гастро-туризме, но боялась спросить. Travel Hunter, 2018. URL: <http://thunter.ru/>

6. Global Culinary Tourism Market 2019-2023. Technavio. URL: <https://www.businesswire.com/news/home/20190129005605/en/Global-Culinary-Tourism-Market-2019-2023-Growing-Popularity-of-Sustainable-and-Organic-Culinary-Tourism-to-Boost-Growth-Technavio>

7. Food Tourism Research. *The World Food Travel Association*. 2020. URL: <https://worldfoodtravel.org/food-tourism-research/>

8. Tourism Statistics. *United Nations World Tourism Organizations*. 2020. URL: <https://www.e-unwto.org/toc/unwtotfb/current>

9. Food and Beverage Services. (2020). Research and Markets. 2020. URL: <https://www.researchandmarkets.com/categories/food-beverage>

10. 31% of MICHELIN Starred Restaurants open in Week. Explore the world of the Michelin Guide. 2021. URL: <https://guide.michelin.com/en>

11. Restaurant Operations Report. National Restaurant Association. 2021. URL: <https://restaurant.org/research/reports/restaurant-operations-report>

12. UA.IGotoWorld.com – найбільший туристичний портал про Україну. URL: <https://ua.igotoworld.com/>

13. Комарницький І. О. Кулінарний туризм в Україні: стан і перспективи регіонального розвитку в контексті підготовки до ЄВРО 2012. *Географія та туризм*. 2011. Вип.14. С.101-106.

14. Бджолярі сходу України розвиватимуть племянні пасіки. *Сильна пасіка*. 2021. URL: <https://pasika.pp.ua/>

15. Дорога вина та смаку Української Бессарабії. Zruchno.Travel. 2020. URL:



- <https://zruchno.travel/Tours/Entry?lang=ua&extId=c487196a-d2a3-56ae-a558-5cfe35ce1310>
16. Равлик "Muller". URL: <https://www.facebook.com/Улитка-Muller-ЭКО-ФермаСеверодонецкЛисичанск-100774531750070/>
17. Медове Джерело. URL: <https://www.facebook.com/medovedzerelo/>
18. Бізнес у «червоній» зоні: на Донбасі підприємства розвиває сироваріння і розводить породистих кіз. *Бізнес-Схід*. 2019. 20 березня. URL: <https://bizshid.com/article/1062-biznes-u-chervonij-zoni-na-donbasi-pidpriemnitsya-rozvivae-siroparinnya-i-rozvodit-porodistikh-kiz>
19. Марківщина. Луганщина МОЯ. 2020. URL: <http://brand.lg.ua/news/mark-vschina>

References

1. Basyuk, D. I. (2012). *Innovative development of gastronomic tourism in Ukraine*. Scientific works of NUHT, № 45, 128-132.
2. Bozhuk, T. I., Prokopchuk, L. A. (2011). Current state and prospects of wine tourism (on the example of the Transcarpathian region). *Tourism industry: Current state and prospects of development*. Materials 6 international. scientific-practical conf. April 28-29, Issu 6, Volume 2, 171-177.
3. Stelmakh, O. A., Ageenko, O. G., Kovalenko, K. Yu. (2011). Prospects for the development of the restaurant industry in ethnotourism. *Development of tourism business*. International. science-practice. conf., March 17-19. Donetsk: DonNUET, 160-161.
4. Slivenko, V. A. (2019). Ways to intensify domestic gastrotourism in the international tourism market. *Efficient economy*. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7054>
5. Everything you wanted to know about gastrotourism, but was afraid to ask (2018). *Travel Hunter*. URL: <http://thunter.ru/>
6. Global Culinary Tourism Market 2019-2023. Technavio. URL: <https://www.businesswire.com/news/home/20190129005605/en/Global-Culinary-Tourism-Market-2019-2023-Growing-Popularity-of-Sustainable-and-Organic-Culinary-Tourism-to-Boost-Growth-Technavio>

Стаття надійшла
до редакції : 15.12.2020 р.

7. Food Tourism Research. (2020). The World Food Travel Association. URL: <https://worldfoodtravel.org/food-tourism-research/>
8. Tourism Statistics. (2020). United Nations World Tourism Organizations. URL: <https://www.e-unwto.org/toc/unwtotfb/current>
9. Food and Beverage Services. (2020). Research and Markets. URL: <https://www.researchandmarkets.com/categories/food-beverage>
10. 31% of MICHELIN Starred Restaurants open in Week (2021). Explore the world of the Michelin Guide. URL: <https://guide.michelin.com/en>
11. Restaurant Operations Report. (2021). National Restaurant Association. URL: <https://restaurant.org/research/reports/restaurant-operations-report>
12. UA.IGotoWorld.com – the largest tourist portal about Ukraine. URL: <https://ua.igotoworld.com/>
13. Komarnitsky, I. O. (2011). Culinary tourism in Ukraine: the state and prospects of regional development in the context of preparation for EURO 2012. *Geography and tourism*. Issue 14, 101-106.
14. Beekeepers of eastern Ukraine will develop breeding apiaries (2021). Strong apiary. URL: <https://pasika.pp.ua/>
15. The road of wine and taste of Ukrainian Bessarabia. (2020). Zruchno.Travel. URL: <https://zruchno.travel/Tours/Entry?lang=en&extId=c487196a-d2a3-56ae-a558-5cfe35ce1310>
16. Snail "Muller". URL: <https://www.facebook.com/Улитка-Muller-ЭКО-ФермаСеверодонецкЛисичанск-100774531750070/>
17. Honey Source. URL: <https://www.facebook.com/medovedzerelo/>
18. Business in the "red" zone: in the Donbass businesswoman develops cheese-making and breeds purebred goats. (2019). Business East. March 20th. URL: <https://bizshid.com/article/1062-biznes-u-chervonij-zoni-na-donbasi-pidpriemnitsya-rozvivae-siroparinnya-i-rozvodit-porodistikh-kiz>
19. Markivshchyna. (2020). My Luhansk region. URL: <http://brand.lg.ua/news/mark-vschina>

Стаття прийнята
до друку: 29.03.2021 р.

Бібліографічний опис для цитування :

Зеленко О. О. Гастротуризм як складова туристичної галузі на сході України / О. О. Зеленко, Р. А. Готкевич // *Журнал економічних реформ*. – 2021. – № 1 (41). – С. 107–116.

