

ПРИЧОРНОМОРСЬКИЙ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ІНСТИТУТ
ЕКОНОМІКИ ТА ІННОВАЦІЙ

ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ

Електронний науково-практичний журнал

Випуск 52



Видавничий дім
«Гельветика»
2021

Головний редактор:

Шапошников Костянтин Сергійович – доктор економічних наук, професор, ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій» (Одеса, Україна).

Члени редакційної колегії:

Борщ Вікторія Ігорівна – доктор економічних наук, доцент, Одеський національний медичний університет (Одеса, Україна).

Вербівська Людмила Василівна – кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Чернівці, Україна).

Гавкалова Наталія Леонідівна – доктор економічних наук, професор, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (Харків, Україна).

Дименко Руслан Анатолійович – доктор економічних наук, доцент, ДВНЗ Університет банківської справи (Львів, Україна).

Дука Анастасія Петрівна – доктор економічних наук, професор, Національний університет «Чернігівська політехніка» (Чернігів, Україна).

Жаворонок Артур Віталійович – кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Чернівці, Україна).

Коваль Віктор Васильович – доктор економічних наук, професор, Південний науковий центр НАН України та МОН України (Одеса, Україна).

Кудласва Наталія Вікторівна – кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Чернівці, Україна).

Лопашук Інна Афанасіївна – кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Чернівці, Україна).

Маргасова Вікторія Геннадіївна – доктор економічних наук, професор, Національний університет «Чернігівська політехніка» (Чернігів, Україна).

Марич Максим Григорович – кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Чернівці, Україна).

Морозова (Селіверстова) Людмила Сергіївна – доктор економічних наук, професор, Київський національний торговельно-економічний університет (Київ, Україна).

Пономаренко Тетяна Вадимівна – доктор економічних наук, професор, Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Бугая (Київ, Україна).

Проходчук Світлана Володимирівна – кандидат економічних наук, професор, Заклад вищої освіти «Міжнародний університет бізнесу і права» (Херсон, Україна).

Роговий Андрій Віталійович – доктор економічних наук, професор, Навчально-науковий інститут бізнесу, природокористування і туризму, Національний університет «Чернігівська політехніка» (Чернігів, Україна).

Стеблянко Ірина Олегівна – доктор економічних наук, професор, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Дніпро, Україна).

Федишин Майя Пилипівна – кандидат економічних наук, доцент, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (Чернівці, Україна).

Цвірко Олена Олександрівна – доктор економічних наук, професор, ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій» (Одеса, Україна).

Велькі Януш – доктор економічних наук, професор, Університет «Опольська політехніка» (Ополе, Польща).

Гросу Вероніка – доктор економічних наук, професор, Сучавський університет імені Штефана чел Маре (Сучава, Румунія).

Дзієканські Павел – доктор економічних наук, професор, Університет імені Яна Кохановського (Кельце, Польща).

Космулес Крістіна Габрієла – кандидат економічних наук, асистент професора, Сучавський університет імені Штефана чел Маре (Сучава, Румунія).

Міхальчук Камелія-Каталіна – кандидат економічних наук, доцент, Сучавський університет імені Штефана чел Маре (Сучава, Румунія).

Пілелієне Ліна – доктор економіки, професор маркетингу, Університет Вітаутаса Великого (Каунас, Литва).

Ситнік Інесса Василівна – доктор економічних наук, професор, Університет «Політехніка Опольська» (Ополе, Польща).

Соколюк Маріан – кандидат економічних наук, доцент, Сучавський університет імені Штефана чел Маре (Сучава, Румунія).

Хлачук Елена – доктор економічних наук, професор, Сучавський університет імені Штефана чел Маре (Сучава, Румунія).

Чоботару Маріус-Сорін – кандидат економічних наук, лектор, Сучавський університет імені Штефана чел Маре (Сучава, Румунія).

Електронна сторінка видання – www.market-infr.od.ua

Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку»

включено до переліку наукових фахових видань України в галузі економічних наук (Категорія «Б») на підставі Наказу МОН України від 28 грудня 2019 року № 1643 (Додаток 4)

Галузь науки: економічні.

Спеціальності: 051 – Економіка; 071 – Облік і оподаткування;

072 – Фінанси, банківська справа та страхування; 073 – Менеджмент; 075 – Маркетинг;

076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність; 241 – Готельно-ресторанна справа;

242 – Туризм; 292 – Міжнародні економічні відносини.

Затверджено до поширення через мережу Internet відповідно до рішення вченої ради Причорноморського науково-дослідного інституту економіки та інновацій (від 22 лютого 2021 року протокол № 2).

Статті у виданні перевірені на наявність плагіату за допомогою програмного забезпечення StrikePlagiarism.com від польської компанії Plagiat.pl.

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Щербак С.М.

СВІТОВИЙ ДОСВІД ПРОГНОЗУВАННЯ І ПЛАНУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ
В ПРОЦЕСІ РОЗБУДОВИ «ДЕРЖАВИ ДОБРОБУТУ» 3

РОЗДІЛ 2. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Осадча Н.В., Трушкіна Н.В.

ГЕНЕЗИС ПОНЯТЬ «ТРАНЗИТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РЕГІОНУ»
І «МИТНИЙ РЕЖИМ ТРАНЗИТУ» У МІЖНАРОДНІЙ ЛОГІСТИЦІ..... 9

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Зварич І.Т., Зварич О.І.

ПУБЛІЧНЕ АДМІНІСТРУВАННЯ ТА ДОСЯГНЕННЯ
ЙОГО РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ Й ЕФЕКТИВНОСТІ..... 20

Ільчук М.М., Яворська В.О., Радько В.І.

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ЗДІЙСНЕННЯ БІРЖОВИХ ОПЕРАЦІЙ НА БІРЖОВОМУ РИНКУ..... 26

Маліношевська К.І.

ТЕНДЕНЦІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ АПК РЕГІОНІВ..... 31

Панкратова О.М.

ПІДВИЩЕННЯ РОЛІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ
ЯК ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ..... 37

Пермінова С.О.

СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ РИНКУ СТАРТАПІВ..... 42

Поперечний С.І., Саламін О.С.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ АГРАРНОГО РИНКУ..... 48

Терещенко Е.Ю., Семенова Д.О.

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ ДИСБАЛАНСІВ РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ БІРЖОВИХ РИНКІВ 54

РОЗДІЛ 4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Алексєєв І.В., Мазур А.В.

НАУКОВО-ТЕХНІЧНА ПІДГОТОВКА ВИРОБНИЦТВА
У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ ЕКОНОМІКИ..... 61

Андрєєва Я.С.

КАДРОВА БЕЗПЕКА БАНКІВ ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ВІДДАЛЕНОЇ РОБОТИ ПЕРСОНАЛУ..... 67

Білик І.І., Подарин В.Р.

РІНТЕРЕСТ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ НЕПРИБУТКОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ
В УМОВАХ ТЕНДЕНЦІЇ МАРКЕТИНГУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА..... 71

Гудзь О.І., Дорожинська М.О.

СУБ'ЄКТИ БРЕНДИНГУ (НА ПРИКЛАДІ ПРАТ «ЛЬВІВСЬКИЙ ХОЛОДОКОМБІНАТ».)..... 77

Дейнега О.В., Дейнега І.О.

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ КОНЦЕПЦІЇ
В ДІЯЛЬНІСТЬ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ..... 83

Зоря О.П., Яснолоб І.О., Радіонова Я.В.

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ВИКОРИСТАННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ЦИФРОВІЗАЦІЇ
ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОЇ СФЕРИ..... 90

Матвєєва О.М., Бондаренко О.М., Дуксенко О.П.

ДОСЛІДЖЕННЯ РИЗИКУ У ПРОЦЕСІ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ..... 94

Мушеник І.М., Чернобай Л.М.

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА З ВИКОРИСТАННЯМ
ІНСТРУМЕНТАРІЮ СТРАТЕГІЧНОГО КОНТРОЛІНГУ..... 99

Овчарук О.М.

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ
ТА МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ..... 104

Рузанова О.О., Шарманська В.А.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ 110

Темченко Г.В., Бондарчук О.М., Астаф'єва К.О. МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	115
Tsviliy Sergiy, Gurova Darya, Zhuravlova Svitlana CORONAVIRUS PRIORITIES IN MARKETING MANAGEMENT OF MICROENTERPRISES IN THE HOSPITALITY FIELD.....	120
Ширяєва Н.Ю. ІННОВАЦІЙНО-ЛЮДСЬКИЙ ПОТЕНЦІАЛ У МЕНЕДЖМЕНТІ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ.....	126
Шупрудько Н.В. МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	131
РОЗДІЛ 5. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА	
Калмикова І.С. КЛАСИФІКАЦІЯ РЕКРЕАЦІЙНИХ ЛОКАЦІЙ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	136
РОЗДІЛ 6. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА	
Колонтай С.М., Плетос С.В. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЕНОГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ НА ПРИКЛАДІ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ.....	141
РОЗДІЛ 7. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА	
Водянка Л.Д., Кифяк В.І., Філіпчук Н.В. ПОЯВА НОВИХ ПРОФЕСІЙ НА РИНКУ ПРАЦІ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	146
Гальків Л.І., Жила Д.О., Фетько І.В. МЕНЕДЖМЕНТ ЕКОНОМІКИ ЩАСТЯ: СТАТИСТИЧНО-АНАЛІТИЧНІ ВИМІРИ НА ПРИКЛАДІ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ	152
РОЗДІЛ 8. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ	
Добровольська О.В., Дуброва Н.П. ПОКАЗНИКИ ЕВІТ ТА ЕВІТДА В АНАЛІЗІ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ: МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД	157
Янковська В.А., Телепнєва О.С., Співакова Н.О. ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РЕФІНАНСУВАННЯ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ.....	162
РОЗДІЛ 9. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ	
Безкоровайна Л.В. ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ МЕДИКАМЕНТІВ У ЗАКЛАДАХ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я – КОМУНАЛЬНИХ НЕКОМЕРЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	168
Брік С.В., Мардус Н.Ю. ДИСКОНТУВАННЯ ЗАБОРГОВАНOSTІ: НЮАНСИ ОБЛІКУ ТА АУДИТУ.....	175
Занько Б.М. ОБЛІКОВІ ТА ПОДАТКОВІ АСПЕКТИ СПРАВЛЯННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО ПОДАТКУ.....	180
Засадний Б.А., Кононогова І.Ю. СУЧАСНИЙ СТАН СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ.....	186
Панасюк В.М. ЦИФРОВІЗАЦІЯ ВІТЧИЗНЯНОГО АУДИТУ: ТРЕНДИ І ПЕРСПЕКТИВИ.....	190
Тимошик Л.В., Головка В.І. ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА ОБЛІКУ РЕЗЕРВНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	195
РОЗДІЛ 10. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ	
Аверкина М.Ф., Брень М.П. МОДЕЛЮВАННЯ ДИНАМІКИ ПОКАЗНИКІВ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ	200

РОЗДІЛ 6. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЕНОГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ НА ПРИКЛАДІ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ

FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF ENOGASTRONOMIC TOURISM IN UKRAINE ON THE EXAMPLE OF THE ODESSA REGION

УДК 379.85:911

DOI: <https://doi.org/10.32843/infastruct52-25>

Колонтай С.М.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри публічного управління
та менеджменту природоохоронної
діяльності
Одеський державний екологічний
університет

Плетос С.В.

старший викладач кафедри економіки
природокористування
Одеський державний екологічний
університет

Kolontai Svitlana

Odessa State Environmental University

Pletos Svitlana

Odessa State Environmental University

Подорожі з еногастрономічними цілями набирають все більшої популярності. Причина такої стрімкої популярності еногастрономічного туризму проста – туристи втомилися від одноманітних класичних турів і перебувають у пошуку нових яскравих вражень. Територіями туристської привабливості все частіше стають виноробні регіони з їх колоритом і місцевою кухнею. У статті розглянуто особливості розвитку еногастрономічного туризму в Україні на прикладі Одеського регіону. Охарактеризовано гастрономічний туризм як найперспективніший напрям туристичного бізнесу. Висвітлені питання традицій національної кухні та визначені основні центри гастрономічного туризму Одещини. Розкриті питання кулінарних традицій, гастрономічних фестивалів та свят в Одеській області. З'ясовано особливості спеціалізації окремих територій Одеського регіону. Здійснено оцінку розвитку заходів винного туризму в Одеській області як найперспективнішому з регіонів України. Проаналізовано стан розвитку туризму Одеського регіону як туристичної дестинації.

Ключові слова: туризм, гастрономічний туризм, еногастрономічний туризм, Одеський регіон, туристична дестинація.

Путешествия с эногастрономическими целями набирают все большую популяр-

ность. Причина такой стремительной популярности эногастрономического туризма проста – туристы устали от однообразных классических туров и находятся в поиске новых ярких впечатлений. Территориями туристской привлекательности все чаще становятся винодельческие регионы с их колоритом и местной кухней. В статье рассмотрены особенности развития эногастрономического туризма в Украине на примере Одесского региона. Охарактеризован гастрономический туризм как перспективное направление туристического бизнеса. Освещены вопросы традиций национальной кухни и определены основные центры гастрономического туризма Одесской области. Раскрыты вопросы кулинарных традиций, гастрономических фестивалей и праздников в Одесской области. Выявлены особенности специализации отдельных территорий Одесского региона. Осуществлена оценка развития мероприятий винного туризма в Одесской области как наиболее перспективном из регионов Украины. Проанализировано состояние развития туризма Одесского региона как туристической дестинации.

Ключевые слова: туризм, гастрономический туризм, эногастрономический туризм, Одесский регион, туристическая дестинация.

Travel with enogastronomic purposes is gaining more and more popularity. The reason for such rapid popularity of enogastronomic tourism is simple – tourists are tired of monotonous classic tours and are looking for new vivid impressions. Areas of tourist attraction are increasingly becoming wine regions with their flavor and local cuisine. Odessa region has the potential for the development of wine tours and private wineries. This is evidenced by the situation with import substitution, state support for agro-industry and small farms, as well as the demand of modern tourists for domestic tourism. Odessa region is one of the most promising wine-growing regions of Ukraine with favorable conditions for the development of enogastronomic tourism, which can increase tourist flows to the Odessa region. Enogastronomic tourism is a relatively new and promising for the Odessa region type of tourist activity due to the fact that it allows you to smooth out the seasonality factor and develop a tourist destination at any time of year. One of the factors that attracts thousands of tourists to places of cultivation of grapes and wine production is the numerous rites associated with this type of human activity. Odessa region is no exception with its multinational population and sayings for table toasts. The promotion of enogastronomic tourism is closely related to the marketing strategy of the tourism industry of Odessa region. It is based on tourists receiving new unique emotions and impressions from visiting the region. The article considers the peculiarities of the development of enogastronomic tourism in Ukraine on the example of the Odessa region. Gastronomic tourism is characterized as the most promising area of tourism business. The issues of national cuisine traditions are highlighted and the main centers of gastronomic tourism of Odessa region are identified. Issues of culinary traditions, gastronomic festivals and holidays in Odessa region are revealed. The peculiarities of specialization of separate territories of Odessa region are found out. The development of wine tourism measures in Odessa region, as the most promising of the regions of Ukraine, was assessed. The state of development of tourism in the Odessa region as a tourist destination is analyzed.

Key words: tourism, gastronomic tourism, enogastronomic tourism, Odessa region, tourist destination.

Постановка проблеми. Подорожі з еногастрономічними цілями набирають усе більшої популярності. Причина такої стрімкої популярності еногастрономічного туризму проста – туристи втомилися від одноманітних класичних турів і перебувають у пошуку нових яскравих вражень. Територіями туристської привабливості все частіше стають виноробні регіони з їхнім колоритом і

місцевою кухнею. Одеська область має потенціал для розвитку винних турів і приватних виноробних господарств. Про це свідчить ситуація з імпортозаміщенням, підтримка з боку держави агропромисловості і малих господарств, а також попит у сучасного туриста на внутрішній туризм.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В Україні питаннями розвитку еногастрономічного

туризму (як зарубіжного, так і вітчизняного) займаються Н.О. Благополучна, Д.І. Базюк, Т.І. Божук, А. Бусигіна та інші. В. Ковешніков вбачає у винному та гастрономічному туризмі важливий потенціал розвитку економіки, Д. Базюк [1] характеризує тенденції та перспективи розвитку еногастрономічного туризму в Україні.

Нині відсутні наукові праці з аналітики стану та перспектив розвитку еногастрономічного туризму на регіональному рівні України. Саме тому вважаємо за доцільне з'ясувати особливості розвитку цього виду туризму в Україні (на прикладі Одеського регіону).

Постановка завдання. Одеський регіон є одним із найперспективніших виноробних регіонів України зі сприятливими умовами для розвитку еногастрономічного туризму, який може збільшити туристичні потоки до Одеської області. Еногастрономічний туризм є відносно новим і багатообіцяючим для Одеського регіону видом туристичної діяльності, тому що він дає змогу згладити фактор сезонності і розвивати туристичну дестинацію в будь-яку пору року. Метою дослідження є оцінка сучасного стану та перспектив розвитку еногастрономічного туризму в Україні на прикладі Одеського регіону.

Виклад основного матеріалу дослідження. Еногастрономічний туризм – це повне занурення у світ нових унікальних смаків і нових відчуттів від місцевих вин і кухні.

Еногастрономічний туризм – це індивідуальний туризм і подорожі заради нових вражень, короткі поїздки на вікенд і агротуризм, винний туризм тощо. Це прекрасна можливість поповнити свою скарбничку вражень, збагатити знання, відчути нові смаки і завести нові знайомства. А для організаторів заходів – можливість додатково заробити, відкрити і розвивати свій бізнес [2].

Гастрономічний туризм – це перспективний в усьому світі вид подорожей, який привертає серйозний турпотік у країни та регіони з цікавою місцевою кухнею. За дослідженнями Всесвітньої туристської організації, кожен третій турист в світі розглядає знайомство з місцевою кухнею і продуктами як важливу й обов'язкову частину своєї подорожі. Галузь туризму без гастрономічного складника дуже складно уявити, вона значно збільшує приплив туристів, дохід галузі та створює додаткові робочі місця [3].

Гастрономічний туризм нині – один із модних і популярних напрямів у туризмі. Через гастрономію турист пізнає місцеву культуру і спосіб життя на нових для себе територіях [4].

У шанувальників такого виду подорожей є можливість вибрати, чи поїхати в регіон, що славиться віковими кулінарними традиціями, й ознайомитися з його визначними пам'ятками – як їстівними, так і всіма іншими, чи відвідати всілякі барвисті і

смачні гастрономічні фестивалі, які у великій кількості проводяться в різних куточках планети.

Серед усіх видів туризму гастрономічний туризм сьогодні – найбільш трендовий. Щорічні надходження у світі до коронакризи сягали \$150 млрд. У Євросоюзі порахували: якщо середній чек туриста дорівнює 50 доларів, то середній чек туриста саме гастрономічного маршруту дорівнює 200 доларів. Отже, гастрономічний туризм є найперспективнішим напрямом туристичного бізнесу [3].

Еногастрономічний тур має на увазі поїздку з особливою увагою до місцевої кухні, регіональних продуктів і вина. Це новий спосіб подорожей у пошуку нових смаків і кулінарних традицій, що допомагає відчути найбільш повно культуру і цінності, пов'язані з цією землею і збережені багатьма поколіннями.

Кухня кожної країни і регіону унікальна. Еногастрономічний туризм за допомогою знайомства з місцевою кухнею, її особливостями і традиціями, з незвичайними продуктами і напоями, характерними для конкретного регіону, дає можливість пізнавати дух і культуру народу цієї місцевості.

Гастрономічні маршрути діляться на кілька типів: дороги вина, дороги смаку, дороги вина і смаку. Вони є інструментами для створення і комерціалізації гастрономічних маршрутів як туристичної пропозиції.

В Україні є два основних напрями розвитку гастрономічного туризму – в'їзний та внутрішній. У кожному з них є деякі питання, які необхідно вирішити.

Якщо розглядати внутрішній туризм, то це:

- багаті традиції і звичаї, унікальна культура і місцева кухня;
- поки ще невелика популярність серед жителів країни такого виду подорожей.

Гастрономічний туризм повинен удосконалюватися паралельно з іншими видами подорожей. У в'їзного туризму теж проблем вистачає – це і високі ціни, і відсутність реклами за кордоном; нові туристичні напрями виникають не часто, незважаючи на те, що на території України живе безліч народів із дуже багатою і неповторною культурою і кухнею, на яку і варто звернути увагу під час формування гастротурів.

Для розвитку в'їзного еногастрономічного туризму необхідно створювати додаткову інфраструктуру в сільській місцевості навколо міст, що користуються популярністю серед іноземців. Пропонувати гостям поєднувати пізнавальний або діловий відпочинок із гастрономічним, завдяки чому вони зможуть краще пізнати звичаї і традиції української гостинності, спробувавши національну екологічно чисту їжу. Для цього потрібно побудувати і реконструювати сільські будинки в мальовничих місцях поряд з озерами, річками, розробити

концепцію прийому і розваги гостей, це може бути збір ягід, грибів, ловля риби, використання зібраного в приготуванні страв із місцевими рецептами. Пропонувати участь у майстер-класах із випікання хліба та приготування страв місцевої кухні, а на виноградниках – у зборі винограду і подальшій переробці його для приготування вина [3].

Будь-яка енотуристична подорож має допомогти гостю сформувати своє уявлення про Україну, а саме Одеську область.

Гастрономічний і винний туризм, або енотуризм, набуває все більшої популярності. Це багатообіцяючий у всьому світі вид подорожей, заснований на ідеї дегустації вина або іншого унікального продукту регіону в тому місці, де вони вирощені і вироблені, поєднуючи їх одне з одним, щоб яскравіше відчувати місцевий колорит. Для туристів влаштовуються екскурсії на виробництво і виноградники, а також дегустації власних вин і місцевих продуктів. Гостям і туристам надається можливість із комфортом відпочити і продегустувати регіональні вина і страви з місцевих продуктів. Виноробні, пекарні, сироварні та інші виробництва можуть стати магнітами, що привертають туристів цілий рік. З цією метою формується регіональна інфраструктура, відкриваються фермерські магазини і проводяться презентаційні заходи.

Одним із факторів, який притягує тисячі туристів до місць вирощування винограду та виробництва вина, є численні обряди, пов'язані з цим видом діяльності людини. Не винятком є і Одеська область з її багатонаціональним населенням та приказками для застільних промов-тостів.

Винний туризм передбачає широкий спектр таких видів туристичної діяльності, як:

- відвідування плантацій виноградників, дегустаційних залів і підвалів, дегустація місцевих сортів винограду;
- знайомство з технологією виготовлення різних видів алкогольних напоїв безпосередньо на виробництві;
- знайомство з історією виноробства, відвідування спеціалізованих музеїв і виставок;
- відвідування ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина і майстер-класи від сомельє;
- участь у винних фестивалях і тематичних святах;
- відвідування і участь у спеціалізованих виставках, форумах, конференціях, конкурсах, аукціонах.

Україна володіє великим потенціалом для розвитку винногастрономічного туризму, проте використовує його не в повному обсязі. Найбільш наближеною за кліматичними характеристиками є південна виноробна частина України, такі виробники, як ТМ «Колоніст» (Придунайська Бессарабія, Одеська область), виноградники якого

знаходяться на одній широті з Бордо (Франція) та П'ємонт (Італія).

В Одеській області виноградарство розвинене у 12 адміністративних районах. В останні роки площа насаджень винограду в області збільшується. Для туристичної індустрії вино є суттєвим чинником привабливості туру, мотивом спеціальної подорожі, елементом харчування, лікування та розваг. Для виноробних підприємств винний туризм – гарний спосіб привернути увагу до своєї торгової марки, завоювати тривалу прихильність споживача, збільшити обсяги своїх продажів, а також дієвий засіб боротьби з фальсифікацією продукції. Таким чином, розвиток винного туризму може забезпечити надходження додаткових інвестицій до області та підтримку місцевих виробників [3].

З метою розвитку ринку винного туризму в Одеському регіоні ще у 2009 р. компанія «Шабо» відкрила перший в Україні «Центр культури вина Шабо», головною метою якого стало підвищення культури споживання благородних напоїв. «Центр культури вина Шабо» розташований безпосередньо на місці виробничого комплексу компанії «Шабо», в одному з найдавніших виноробних регіонів Європи, традиції якого були закладені ще в античні часи. Це єдиний в Україні культурний центр, який об'єднує діюче високотехнологічне підприємство, стародавні винні підвали, дегустаційний зал, експозиції сучасного скульптурного та архітектурного мистецтва, а також унікальний Музей вина та виноробства. «Центр культури вина Шабо», вже включено комісією Ради Європи до туристичних карт європейських винних маршрутів.

З недавніх пір це селище приваблює туристів не тільки винами, а й сучасною «Європейською сироварнею», яка працює за голландською технологією.

Туристичні маршрути невеликими господарствами дуже популярні в Європі, вони навіть діляться тематично: дороги вина, дороги смаку, дороги вина та смаку – рибні, сирні, медові, оливкові, фруктово-ягідні та багато інших маршрутів.

В Одеському регіоні гастрономічний туризм тільки зароджується – відсутні тури в чистому вигляді, але елементи його доволі яскраві. В регіоні пропонують тури «Гастрономічна Бессарабія», «Фрумушика-Нова», що дозволяють ознайомитися з гастрономічними особливостями болгарського, гагаузького та молдавського народів, наблизитися до їх культури.

В Україні спроби розробити і презентувати винні тури здійснюються виноробними підприємствами південних регіонів України. Так, у 2007 р. Всеукраїнська Асоціація виноробів і сомельє, а також Школа сомельє ТОВ «Майстер-клас» спільно з Інститутом туризму Федерації профспілок України вперше в Україні почала розроблення винних турів по країні. У цей проект були

залучені виноробні підприємства південних регіонів України – винзавод «Шабо», Одеський завод шампанських вин, Одеський коньячний завод ТМ «Шустов», ТМ «Вина Гулієвих», ТМ «Колоніст» [3].

В Одеській області щороку відбувається 5 виноробних фестивалів. Найбільш відомими для національного туриста є Фестиваль аматорського вина «Живе вино України», Свято бесарабського вина і Фестиваль молодого вина. Є також фестивалі суто гастрономічного спрямування («Свято дунайського оселедця»).

Не менш відомий у регіоні музей коньячної справи «Шустов»: відвідування купажного цеху, екскурсія з дегустацією різних видів коньяків та розповідями про Одесу, вір-дегустації коньяків 50-річної витримки, Метр де Ше – створення особистого коньячного купажу, а також дегустація вин на заводі «Французький бульвар». Це завод із багатою історією, яка починається з 1857 року, коли французький купець Ф. Нуво заклав тут винні підвали.

Експерти проекту Євросоюзу «Підтримка системи географічних позначень в Україні» презентували перший в Україні проект еногастрономічного туризму «Дороги вина і смаку», робота над яким проходить зараз в Одеській області.

Презентація напрацювань проекту відбулася в Укрінформі під час круглого столу «Туризм і дороги».

«Дороги вина та смаку Української Бессарабії» – пілотний проект ЄС зі створення на Одещині системи еногастрономічних туристично-рекреаційних маршрутів відповідно до європейських стандартів. Учасники проекту – це асоціації, виробники локальної продукції, представники туристичного бізнесу, місцева влада та громадські організації.

Для розроблення концепції розвитку сільського й еногастрономічного туризму в Україні вибрали Одеську область саме тому, що там збудовано дорогу високої якості – Одеса – Рені. Перший проект тому і буде запущений у цьому регіоні, де згуртовані національні виробники, які готові сертифікувати свою продукцію, а також частково вирішені логістичні проблеми. Туристичний еногастрономічний маршрут «Дорога вина і смаку» повинен впровадити в Україні інноваційний досвід Євросоюзу і сприяти розвитку сільських територій. Адже у світі щорічні надходження від гастрономічного туризму сягають 150 млрд доларів.

Успіх проекту залежить від виконання декількох обов'язкових умов: повинні бути локальні туристичні об'єкти з сільськими та історичними особливостями; розвинена туристична інфраструктура поблизу об'єкта, наприклад готелі, ресторани; а також транспортна інфраструктура, яка надасть можливість вільного і швидкого доступу до туристичної локації (аеропорти, якісні дороги й інші туристичні шляхи).

Еногастротуристичний маршрут «Дорога вина та смаку Української Бессарабії» прокладений південно-західними районами Одеської області та дає змогу туристу ознайомитися з кулінарними особливостями Бесарабського регіону. Маршрут охоплює чотири дестинації: Одеса – Шабо – Білгород-Дністровський, Одеса – Фрумушикка-Нова – Лісне, Ізмаїл – Криничне – Болград, Татарбунари – Струмок – Приморське – Вилкове. Центральною магістраллю є автодорога М-15 Одеса – Ізмаїл.

Подібні маршрути вже давно є в Європі і користуються неабиякою популярністю у туристів. Існування такої дороги спрощує туристу відпочинок, адже в маршрутах враховано все: як доїхати, на чому дістатися, де оселитися, куди піти, де смачно поїсти і випити. Крім того, створення туристичної карти допоможе розвинути сільські території та пробудити інтерес до продуктів регіону [4].

Поблизу еногастрономічного маршруту «Дорога вина і смаку» буде розвиватися інфраструктура, відкриються сільські садиби, активізується бізнес. Обсяг виробництва у малих господарствах Одеської області, які стали учасниками «Дороги вина та смаку», після того збільшився на 30% (і це враховуючи, що був карантин).

Реалізація проекту сприятиме збільшенню туристичних потоків у сільські території, підвищенню попиту на місцеву продукцію і збереженню гастрономічної спадщини України.

Вже розпочато роботу над створенням єдиного всеукраїнського інтернет-порталу, який буде містити інформацію про проект «Дороги вина і смаку», а також про національних виробників локальної продукції, які готові відкрити свої підприємства для відвідування туристами. Ця карта повинна бути у вільному доступі як для українських, так і для зарубіжних туристів.

Щорічне проведення фестивалів виноградарства і виноробства повинно стати основними туристичними і культурними заходами Одеської області. Інформаційні тури та прес-тури для регіональних туроператорів, блогерів та представників засобів масової інформації з рибальських місць, винних турів і маршрутів сприяють просуванню еногастрономічного туризму на регіональному рівні.

З метою формування комфортного інформаційного середовища для гостей і жителів міст туристської інформаційні центри повинні надавати інформацію про цікаві місця і пам'ятки міста й області, поширювати інформаційні матеріали про місто і регіон (картисхеми, інформаційні каталоги і путівники), надавати допомогу в організації пізнавальних екскурсій, формувати єдину базу екскурсійних маршрутів від турагентів і туроператорів регіону, консультувати з питань проживання, харчування та транспорту, надавати послуги гідів-екскурсоводів і перекладачів.

Просування еногастрономічного туризму тісно пов'язане з маркетинговою стратегією розвитку

туристичної галузі Одеської області. В її основі – отримання туристами нових унікальних емоцій і вражень від відвідування регіону, який знаменитий своєю гостинністю і хлібосоольством.

Висновки з проведеного дослідження. На українському туристичному ринку еногастрономічний туризм як самостійне явище поки ще перебуває у стадії становлення. Сьогодні українські регіони, що формують свої гастрономічні бренди, маршрути і програми, потребують обміну досвідом як одне з одним, так і з колегами з тих країн світу, де гастрономічний туризм давно приносить додатковий дохід у національну економіку.

Нині створенню українських гастрономічних брендів, ролі ЗМІ в процесі їх просування, підготовки кадрів, винним турам і проблематиці формування турпродукту в цьому секторі туризму повинно приділятися багато уваги.

Вважаємо, що в еногастрономічного напрямку розвитку туризму в Україні, зокрема в Одеській області, велике майбутнє.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Базюк Д. Еногастрономічний туризм в Україні: тенденції та перспективи розвитку. *Сталий розвиток України: проблеми і перспективи*: матеріали IV науково-практичної конференції студентів та молодих вчених, Кам'янець-Подільський: Медобори, 2006. 2016. С. 121–123.

2. Гастрономічний туризм в Україні та світі: чим цікавий та як все влаштовано: веб-сайт. URL: <https://lowcost.ua/what-is-food-tourism/> (дата звернення: 17.01.2021).

3. Мотузенко О.О., Липова М.О. Еногастрономічний туризм як засіб підтримки національного виробника на прикладі Одеської області. *Географія та туризм*. 2013. Вип. 24. С. 108–119.

4. Дорога вина та смаку Української Бессарабії: веб-сайт. URL: <https://zruchno.travel/Tours/Entry?lang=ua&extId=c487196a-d2a3-56ae-a558-5cfe35ce1310> (дата звернення: 31.01.2021).

REFERENCES:

1. Bazyuk D. Enogastronomic tourism in Ukraine: trends and prospects for development. *Sustainable development of Ukraine: problems and prospects: Materials on the results of the IV scientific-practical conference of students and young scientists*. Kamyanets-Podilsky: Medobory, 2006. 2016. P. 121–123.

2. Gastronomic tourism in Ukraine and the world: what is interesting and how everything is arranged: website. URL: <https://lowcost.ua/what-is-food-tourism/> (accessed 17 January 2021)

3. Motuzenko O., Lipova M. Enogastronomic tourism as a means of supporting the national producer on the example of Odessa region. *Geography and Tourism*. 2013. Issue 24. P. 108–119.

4. The road of wine and taste of Ukrainian Bessarabia: website. URL: <https://zruchno.travel/Tours/Entry?lang=ua&extId=c487196a-d2a3-56ae-a558-5cfe35ce1310> (accessed 31 January 2021).