

завдань, зокрема [7]: одержанню достовірної управлінської інформації про роботу готельного комплексу та його підрозділів; оптимізації бізнесів-процесів; підвищенню ефективності контролю за діяльністю готельних служб та персоналу; оптимізації операційних витрат. Використання цієї моделі сприятиме підвищенню рівня управління готельним бізнесом на інноваційних засадах.

### Література

1. Галасюк К. А. Готельні ланцюги в сучасній індустрії гостинності. *Науковий вісник ОНЕУ*. 2012. № 21 (173). С. 127-135.
2. Берещак В. Як COVID-19 змінить готельний бізнес в Україні. URL: <https://thepage.ua/ua/exclusive/sho-stanetsya-z-gotelyami-cherez-korona-virus> (дата звернення: 15.04.2021).
3. Литвинчук Я., Кляцька А., Терзов В. Дослідження: Готельний ринок Києва на карті Європи. Cushman & Wakefield. URL: <https://cushmanwakefield.com.ua/en/research-kyiv-hospitality-market-european-map> (дата звернення: 15.04.2024).
4. Мунін Г. Б., Карягін Ю. О., Артеменко А. С., Кошиль Ю. В. Франчайзинг у готельно-ресторанному бізнесі : навчальний посібник. К.: Кондор, 2008. 370 с.
5. Denysenko M., Breus S. Hotel business management in modern business conditions. Economic strategies for the development of society : collective monograph / Iliashenko K., Bezverkhnia Y., etc. International Science Group. Boston : Primedia eLaunch, 2020. 409 p. pp. 52-57.
6. Denysenko M., Breus S. Models of hotel corporations management under present business conditions. *International Conference on Corporation Management (ICCV). Book of abstracts. International Conference on corporation management, December 3-5, 2020, Tallinn, Estonia*. 2020. pp. 122-124.
7. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 344 с.

УДК 338.484

Будякова О.Ю., к.е.н., ст. викл.  
Хмелевська Л.П., к.е.н., проф.,  
Бабіна В.Є.

Київський національний університет  
технологій та дизайну

### **ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

Останні кілька років гастрономічний туризм активно розвивається, як повноцінний туристичний напрямок.

Їжа – один з туристичних драйверів, який може залучати різні групи туристів.

Гастрономічний туризм – це подорож країнами та континентами задля знайомства з особливостями місцевої кухні та її кулінарними традиціями [1, с. 151]. Гастрономічний туризм являє собою синтез екології, гастрономії та виробництва, який активно залучає як зарубіжних, так і українських туристів, допомагає дізнатися традицій регіонів України, познайомитися з місцевим населенням та зруйнувати стереотипи про країну.

Україна має величезний потенціал розвитку гастрономічного туризму. Українські регіони володіють унікальними національно-культурними та природними особливостями, які цікаві туристам. На сьогоднішній день гастрономічний туризм розглядається в двох напрямках: по-перше, йому стали приділяти увагу як окремому виду світового туризму; по-друге, розвиток гастрономічного туризму в деяких регіонах України до цих пір здійснюється комплексним туристичним продуктом, поєднаним з етнічним й культурним туризмом.

Найбільшою популярністю користуються тури, які передбачають відвідування таких об'єктів гастрономічного туризму як ресторани, музеї, присвячені певному продукту харчової промисловості або сільського господарства, а також підприємства, ферми та інші місця національно-культурної значущості. Важливо відзначити, що на об'єктах, орієнтованих на гастрономічних туристів, сервіс повинен бути організований у дусі національного колориту.

Але незважаючи на те, що регіони України пропонують туристам великий вибір туристичних напрямків, гастрономічні тури залишаються рідкісним явищем. Чіткого розуміння, що з себе повинен представляти гастрономічний тур, немає навіть у постачальників послуг, а гастрономічні фестивалі, що проходять в регіонах, часто нівелюють саму ідею гастрономічного туризму.

Туристи, які подорожують до України, безумовно, також бажають скуштувати традиційні місцеві страви. Тому одним із найважливіших аспектів розвитку туристичного сервісу є ознайомлення туристів з особливостями традиційного харчування та розвиток сфери обслуговування в цьому напрямку [2, с. 4].

Потенційних відпочивальників відштовхує й вартість гастрономічних турів. Позначається також й відсутність гідного просування туристичного продукту на ринку. Як і в інших аспектах, проблеми з просуванням гастрономічного туризму пов'язані з великою територією країни та особливо з відсутністю координації в діяльності учасників ринку.

Багато регіонів України просувають схожі продукти – мед, соління, трав'яні чаї та ін. Відсутність централізованого підходу в напрацюваннях

різних регіонів при відсутності загальної інформаційної бази, змушує учасників ринку конкурувати з аналогічними продуктами сусідніх областей, що створює проблеми розвитку гастрономічного туризму як на рівні регіонів, так і на загальнодержавному рівні. Помилковою є стратегія розвитку гастрономічного туризму, яка орієнтована на конкретний туристичний продукт, так як особливістю нашої країни є саме різноманітність кухні та кулінарна самобутність. У зв'язку з цим фактом вважається за необхідне зосередити весь потенціал просування на цьому аспекті.

Рішення озвучених проблем криється в створенні єдиної інформаційної бази, а також в правильній реалізації рекламних кампаній, орієнтованих на пошук продукту та виявленні гастрономічної унікальності кожного регіону. В даний час крім держави активний інтерес до гастрономічного туризму виявляють й представники бізнесу, яких необхідно активно залучати до розвитку галузі, проводячи семінари, майстер-класи та програмне навчання для представників даної галузі, а також організовувати системну взаємодію з інвесторами.

Отже, існує низка проблем, що стоять на заваді розвитку гастрономічного туризму в Україні. Однією з проблем є недосконале законодавство у сфері туризму та відсутність норм для забезпечення функціонування гостротуристичної галузі. У зв'язку з воєнними діями на Сході та погіршенням економічної ситуації імідж України на ринку туристичних послуг значно знизився. Через всесвітню пандемію Covid-19 світова туристична галузь, зокрема і українська, зазнають значних втрат та збитків. Туристична інфраструктура не відповідає світовим стандартам, часто відсутня або ж занедбана. Ринок не має достатнього кадрового забезпечення, а освітні програми підготовки спеціалістів потребують вдосконалення. В гастрономічному туризмі спостерігається недостатнє інформаційно-маркетингове забезпечення. Тури та маршрути гастрономічного спрямування від національних туроператорів є однотипними та сконцентровані переважно у західних та південних регіонах України.

Напротивагу проблемам в країні є значні перспективи для розвитку цього виду туризму. Необхідним кроком є створення українського інформаційного проєкту, що забезпечить достовірною інформацією стосовно гастрономічного туризму в Україні. Перспективним є вдосконалення та створення гастрономічних дестинацій за рахунок підтримки місцевими органами самоврядування, представниками бізнесу тощо. Важливо створювати бренди територій, потенційних для ведення гастрономічного туризму. Ресторанний бізнес потребує застосування новітніх технологій в приготуванні страв.

## Література

1. Єрко І., Адамович А. Перспективи розвитку гастрономічного туризму на Поліссі. Рекреаційна географія і туризм. Наукові записки. №1. 2016. С. 150-155.
2. Корнілова В.В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. Міжнародний університет фінансів. Київ. 2018. 8 с.
3. Ольшанська О. В. Формування освітніх програм нового покоління в контексті підвищення автономії університетів / О. В. Ольшанська // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну: Зб. наук. праць. – К.: КНУТД, 2016. – Спецвипуск. – С. 428–433.
4. Ольшанська О.В., Мельник А.О. Регіональні туристичні кластери, як важливий чинник економічного зростання // О.В. Ольшанська, А.О. Мельник. – Формування ринкових відносин в Україні. – 2017. – №12. – с.212-216

УДК 338.48-6:2

Будякова О.Ю., к.е.н., ст. викл.,  
Жилінська Л.А.  
Київський національний університет  
технологій та дизайну

## ПЕРСПЕКТИВИ ОРГАНІЗАЦІЇ РЕЛІГІЙНОГО ТА ПАЛОМНИЦЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Релігійний туризм – це самостійний вид туризму. У нього, як й у інших його видів, є свої різновиди: паломницький туризм, релігійно-екскурсійний туризм та духовно-паломницький туризм.

Паломництво або паломницький туризм – це різновид релігійного туризму, який представляє собою сукупність поїздок представників різних релігій з паломницькими цілями. Відмінність паломницького туризму від будь-якого іншого полягає в безпосередній участі туристів в будь-якому культовому процесі. Паломництво розуміється як мандрівка людей для поклоніння святим місцям. Участь у богослужінні, омовіння в Святому джерелі, добровільну працю в монастирі, все це буде відноситися до паломницького туризму. Здійснювати паломництво людей спонукає багато різних мотивів. Це може бути бажання зцілитися від фізичних або душевних недуг, помолитися за рідних та близьких, знайти благодать, набратися сил, зробити якусь роботу та ін. Паломництво може бути обумовлено також прагненням висловити подяку вищим силам за блага, послані ними, проявити відданість вірі, випробувати власні наміри та здатності щодо подвижництва, знайти сенс життя.

Паломник, як правило, це глибоко релігійна людина з уже сформованою системою цінностей. Він готовий на час поступитися