

Маргарита ДЗЮБА
ЗВО спеціальності 242 «Туризм та рекреація»
Миколаївський національний аграрний університет
м. Миколаїв

Науковий керівник — д-р філос. наук, професор кафедри
готельно-ресторанної справи та туризму

Галина ГАРБАР

ФЕСТИВАЛІ ЇЖІ ЯК ФОРМА РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

У сучасних умовах розвитку туристичної галузі гастрономічний туризм набуває все більшої популярності. Туристи дедалі частіше обирають подорожі не лише з метою відпочинку чи ознайомлення з історико-культурними пам'ятками, а й для знайомства з національною кухнею та традиціями харчування. Саме гастрономічні враження стають важливою складовою туристичного досвіду. У зв'язку з цим особливого значення набувають фестивалі їжі, які виступають ефективним засобом розвитку гастрономічного туризму.

Гастрономічні фестивалі є організованими заходами, під час яких відбувається презентація традиційних страв, напоїв та місцевих продуктів харчування. Вони створюють можливість для безпосереднього знайомства туристів із кулінарними особливостями певного регіону. Такі заходи можуть бути присвячені окремим стравам, продуктам або національним кухням і часто супроводжуються культурними програмами, виступами творчих колективів та майстер-класами з приготування їжі. Фестивалі їжі є важливим інструментом підвищення туристичної привабливості територій. Проведення подібних заходів сприяє формуванню позитивного іміджу регіону та привертає увагу туристів. Нерідко гастрономічні фестивалі стають основною причиною подорожі, оскільки вони пропонують унікальні можливості для дегустації місцевих страв і продуктів. Завдяки цьому зростає кількість відвідувачів, що позитивно впливає на розвиток туристичної галузі.

Однією з важливих функцій гастрономічних фестивалів є популяризація традиційної кухні. У процесі історичного розвитку кожен регіон сформував власні кулінарні традиції, які відображають природні умови, господарську діяльність населення та культурні особливості. Проведення гастрономічних фестивалів сприяє збереженню цих традицій і передачі їх наступним поколінням. Відвідувачі мають можливість ознайомитися з автентичними рецептами та способами приготування страв.

Важливе значення гастрономічні фестивалі мають і для розвитку місцевої економіки. Під час проведення фестивалів зростає попит на послуги закладів харчування, готелів та транспортних підприємств. Це сприяє створенню нових робочих місць і підвищенню рівня зайнятості населення. Крім того, гастрономічні фестивалі створюють сприятливі умови для розвитку малого та середнього бізнесу. Місцеві виробники продуктів харчування та фермерські господарства отримують можливість представити свою продукцію широкому колу споживачів.

Серед гастрономічних фестивалів і свят виокремлюють фестивалі національної кухні, вуличної та міської їжі; фестивалі, присвячені певній страві. Гастрономічні фестивалі, конкурси і свята можуть зробити значний внесок у формування туристичного бренду міст (регіонів та країни). Під час гастрономічних фестивалів туристи дегустують страви з локальних продуктів, знайомляться з особливостями регіональної кухні, традиціями, особливостями споживання [1].

Суттєву роль гастрономічні фестивалі відіграють у розвитку внутрішнього туризму. Вони стимулюють подорожі в межах країни та сприяють більш повному використанню туристичного потенціалу регіонів. Особливо важливим це є для невеликих міст і сільських територій, які не мають значної кількості історико-культурних пам'яток, але можуть зацікавити туристів своїми кулінарними традиціями. Важливим напрямом розвитку гастрономічного туризму є поєднання гастрономічних фестивалів з іншими видами туризму, зокрема культурно-пізнавальним та сільським туризмом. Це

дозволяє створювати комплексні туристичні продукти, які забезпечують більш повне знайомство туристів із регіоном.

Основні проблеми з просуванням гастрономічного туризму пов'язані з великою територією України і, особливо, з відсутністю координації в діяльності учасників ринку. Рідкісним є просування національного продукту з акцентом на унікальність своєї пропозиції. Багато регіонів України просувають схожі продукти – сири, вина, мед, соління, трав'яні чаї та ін. Хоча кожна область України унікальна, та має безліч різноманітних продуктів, які б могли стати її гастрономічною візитівкою. 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 33 регіонів, так і на загальнодержавному рівні. Помилковою є стратегія розвитку гасротуризму, орієнтована на конкретний туристичний продукт, оскільки конкурентні переваги формує саме різноманітність страв [2].

Наразі гасротуризм в Україні у більшості випадків є тільки складовою частиною інших видів туризму. «Наприклад, в екскурсійних турах першочерговою метою є огляд пам'яток, а кулінарний елемент використовують для задоволення потреби туристів у харчуванні. Але слід розуміти, що харчування у розробці будь-якого туристичного маршруту є об'єктивною умовою, тому гасротуризм має перспективи розвитку і можливості виокремлення як окремого ефективного виду бізнесу в умовах активізації туристичної діяльності після кризового періоду [3].

Отже, фестивалі їжі є ефективним засобом розвитку гастрономічного туризму, оскільки вони сприяють популяризації традиційної кухні, підвищенню туристичної привабливості регіонів та розвитку місцевої економіки. Використання гастрономічних фестивалів як туристичного ресурсу має значні перспективи і може стати важливим напрямом розвитку туризму в Україні.

Список використаних джерел:

1. Огієнко М., Огієнко А. Гастрономічні фестивалі як форма подієвого туризму та розвитку ресторанного бізнесу «Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації» 2019 Том 2 № 2.
2. Василюк С. В., Франів І. А. Гастрономічний туризм як перспективна концепція реінжинірингу сфери туризму. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. 2022. Вип. 6. С. 58-63.
3. Фесенко Г. О. Гастротуризм як актуальний тренд сучасного розвитку сфери туризму в Україні. Ефективна економіка. 2021. № 5. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8884>.

Олена КОШОВА, Олександра ГЛАДУН
ЗВО спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа
Миколаївський національний аграрний університет
м. Миколаїв
Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент
кафедри менеджменту, бізнесу та адміністрування
Вікторія СТАМАТ

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ У ФРАНЦІЇ

Ресторанна індустрія Французької Республіки станом на 2026 рік залишається глобальним лідером і законодавцем кулінарної моди. Даний сектор є не лише важливою складовою економіки країни, але й формує її культурний імідж у світі. У ході дослідження було встановлено, що загальний обсяг ринку перевищує сто двадцять мільярдів євро, що свідчить про високий рівень розвитку галузі та її інвестиційну привабливість.

Після пандемії ресторанний бізнес Франції продемонстрував високу адаптивність: понад 90,0% закладів повернулися до повноцінного функціонування. Водночас було проаналізовано значні зміни у підходах до ведення бізнесу, зокрема активне впровадження цифрових технологій, оптимізація витрат та переорієнтація на нові потреби споживачів [1].

Актуальність даного дослідження полягає у визначенні ключових чинників, які забезпечують конкурентні переваги французького ресторанного