

**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу**

**Управління туризму, рекреації та курортів**

**Одеської обласної державної адміністрації**

**МАТЕРІАЛИ**

**Всеукраїнської науково-практичної конференції  
студентів, аспірантів та вчених**

**«ТУРИСТИЧНИЙ ТА ГОТЕЛЬНО-  
РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС:  
СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ  
РОЗВИТКУ ДЛЯ УКРАЇНИ»**

**10 квітня 2019 року**

**м. Одеса**

**Одеса – 2019**

**УДК 338.488.2:640.4**

**L 83**

**P 58**

**Редакційна колегія:**

**Давиденко І. В.** – к.е.н, доцент, завідувач кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу ОНЕУ;

**Галасюк С. С.** – к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу;

**Нездоймінов С. Г.** – к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу;

**Семенов В. Ф.** – д.е.н., професор кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу;

**Лебедєв І. В.** – д.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу;

**Михайлюк О. Л.** – к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу;

**Герасименко В. Г.** – к.е.н., професор кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу;

**Іванов А. М.** – к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу.

**Відповідальна за випуск:** к.е.н., доцент **Галасюк С.С.**

Дане видання містить матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід на перспективи розвитку для України» (10 квітня 2019 року, м. Одеса).

У збірник увійшли матеріали кругового столу, проведеного серед науковців, та секцій конференції: «Сучасні тенденції розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу», «Організаційно-економічні аспекти функціонування підприємств сфери туризму та гостинності», «Регіональні проблеми розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу», «Управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом: історія та сучасність», «Використання сучасних інструментів маркетингу в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі», «Рекреаційний та екологічний аспекти розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу», «Впровадження інноваційних технологій у сучасному туристичному та готельно-ресторанному бізнесі».

Видання призначене для науковців, практиків, викладачів, аспірантів і студентів вищих навчальних закладів, які навчаються за спеціальностями «Туризм» та «Готельно-ресторанна справа».

Усі матеріали публікуються в авторській редакції.

**Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України:** Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених (м. Одеса, 10 квітня 2019 р.) / Одеський національний економічний університет. – Одеса: ОНЕУ, 2019. – 881 с.

© Одеський національний економічний університет, 2019

© Колектив авторів, 2019

<b>Давиденко І. В.</b> ТРАНСПОРТ ЯК НЕОБХІДНА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ .....	<b>203</b>
<b>Давидова Д. Б.</b> ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ У ФРАНЦІЇ.....	<b>207</b>
<b>Демченко Л. О.</b> КУЛЬТУРОЛОГІЯ ТУРИЗМУ ТА ЇЇ МІСЦЕ У ТУРИЗМОЛОГІЧНОМУ ЗНАННІ.....	<b>212</b>
<b>Демченко Л. О.</b> СУЧАСНИЙ СТАН ТА СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ.....	<b>215</b>
<b>Запорожченко О. О.</b> ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ .....	<b>219</b>
<b>Ісмаїлова Е. Ф.</b> ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСУ В УКРАЇНІ.....	<b>224</b>
<b>Казанжи О. Ф.</b> ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ АЗІАТСЬКОЇ КУХНІ В УКРАЇНІ.....	<b>227</b>
<b>Казанжи О. Ф.</b> РОЗВИТОК СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ: ІСТОРІЯ І СУЧАСНІСТЬ.....	<b>230</b>
<b>Каїль О. О., Свиридов Е. С.</b> ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧИЙ ТУРИЗМ В ЄВРОПІ.....	<b>235</b>
<b>Клюс І. Г.</b> РЕЛІГІЙНИЙ ТУРИЗМ: ІСТОРІЯ І СУЧАСНІСТЬ.....	<b>241</b>
<b>Ковальова К. В.</b> МОТЕЛІ В СТРУКТУРІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ.....	<b>245</b>
<b>Козер А. А.</b> ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ТА УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД КАТЕГОРИЗАЦІЇ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ.....	<b>249</b>
<b>Козловська О. В.</b> ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ .....	<b>255</b>
<b>Копайгора Ю. С.</b> САНАТОРІЙ ЯК ТИП ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ .....	<b>259</b>
<b>Копач О. С.</b> НАЙПОШИРЕНІШІ СИСТЕМИ КАТЕГОРИЗАЦІЇ ГОТЕЛІВ.....	<b>264</b>
<b>Ландиш К. А.</b> ДІЛОВИЙ ТУРИЗМ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ БІЗНЕС-ГОТЕЛІВ.....	<b>269</b>
<b>Ланоз Пьер Паскаль Ги</b> ОСОБЕННОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ТУРИЗМА ВО ФРАНЦИИ.....	<b>274</b>
<b>Маврова Н. Д.</b> ПОНЯТТЯ ТА ВИДИ ВИСТАВКОВОГО ТУРИЗМУ.....	<b>279</b>

## **ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ**

Гастрономічний туризм – подорож з дегустацією оригінальних, вишуканих блюд і напоїв як вид тематичного відпочинку для справжніх естетів. Можливість розпізнати особливості їжі, споглядати унікальний інтер'єр і атмосферу кожного закладу, сервірування столу, оформлення страв і обслуговування. З кожним роком кулінарні подорожі стають усе більш популярними.

Кожна національна кухня славиться своїми ексклюзивними рецептами, тому під час гастрономічного туризму не завжди навіть треба покидати межі країни. Справжній гурман завжди зможе знайти місця, де особливим чином готують ті або інші страви. Але в деяких країнах приготування їжі зведене в культ, а страви або продукти є своєрідними символами держави. Саме такі країни і слід відвідати, вирушаючи в гастрономічний тур.

Під час гастрономічного туру є можливість познайомитись з кулінарними традиціями різних країн. Гастрономічний туризм – це не просто можливість спробувати рідкісне екзотичне блюдо або багато видів одного продукту, а прагнення відчувати країну через призму її національної кухні, зрозуміти традиції і культуру приготування їжі [1, с. 236].

На сьогоднішній день важливою складовою індустрії туризму є харчування гостей. Знайомлячись з визначними пам'ятками міста, екскурсанти одночасно хочуть знати про особливості національної кухні. Гастрономія є значущим ресурсом території, джерелом формування її ідентичності.

Пошук нових шляхів організації харчування базується на дослідженні гастрономічною складовою туристичного продукту, на основних принципах брендингу території, які формують туристичний імідж місцевості, на процесі

створення враження про товар у свідомості споживачів. Місцеву кухню можна розглядати як туристський ресурс територій, що дозволяє створити нові туристичні продукти, відкрити нові грані туристської дестинації. Вона може бути використана для розуміння соціального і економічного стилю життя дестинації. Зв'язок гастрономії та туризму сприяє збільшенню кількості туристів, сприяє подовженню перебування туристів, збільшує прибуток від туризму [2, с. 167].

Харчування в туризмі є найважливішою галуззю, яка має суттєвий вплив на соціальний та економічний розвиток країни. Важлива підтримка і просування різних варіантів харчування, що дозволяє зберегти регіональну ідентичність території і підвищити її туристичну привабливість. Туризм взаємопов'язаний з ресторанним бізнесом, підтримує місцевих виробників, просуває ідею важливості високої якості і екологічної безпеки харчування. Місцева кухня сприяє виникненню у туристів відчуття місця, відчуття дому, комфорту і безпеки.

Гастрономічний туризм в світі набуває все більшої популярності. Люди купують спеціальні гастрономічні тури з метою глибоко познайомитися з кухнею країни, що вони відвідують [3, с. 294].

Мета гастрономічних турів – насолодитися особливостями кухні тієї чи іншої країни. При цьому дана мета не зводиться до того, щоб спробувати якусь рідкісну, екзотичну страву або перепробувати незліченну кількість страв. Важливо насолодитися місцевою рецептурою, яка століттями вбирала в себе традиції і звичаї місцевих жителів, їх культуру приготування їжі [4, с. 296].

Гастрономічний туризм – це подорож по країнах і континентах для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями, з метою покуштувати унікальні для приїжджої людини блюда або продукти.

Однак гастрономічний тур як послуга – це щось більше, ніж просто подорож, оскільки він є добре продуманим комплексом заходів для дегустації традиційних в певній місцевості страв, а також окремих інгредієнтів, які не зустрічаються більше ніде в світі, мають особливий смак [5, с. 184].

Мода на гастрономічні тури активно розвивається в останні роки. Найбільшими любителями цієї розваги зарекомендували себе німці, англійці, американці і японці. Гастрономічний туризм є синтезом екології, культури та виробництва.

Гастрономічний туризм добре організований у Франції, Італії, Іспанії, Японії, де існує розвинена мережа винно-гастрономічних турів.

Покупцям гастрономічних турів потрібно заздалегідь визначитися з концепцією поїздки. Можна просто поїхати в країну, що славиться віковими кулінарними традиціями, і ознайомитися з її визначними пам'ятками – як їстівними, так і всіма іншими. А можна відвідати яскраві і апетитні гастрономічні фестивалі, які періодично проводяться в самих різних куточках планети. Наприклад, у вересні проходять устричний фестиваль в Ірландії і Октоберфест в Мюнхені; в липні традиційно проходить свято іспанської національної їжі Сан-Фермін і Бонтон – фестиваль тунця в Італії; а в листопаді завзяті гастрономічні туристи відправляються до Франції на Божоле Нуво – свято молодого вина або на фестиваль білих трюфелів в Сан-Миниато.

Серед переваг гастрономічного туризму називають такі:

1) тією чи іншою мірою він є складовим елементом усіх турів. Але, на відміну від інших видів туризму, ознайомлення з національною кухнею стає головним мотивом, метою та елементом гастрономічної подорожі;

2) сприяє просуванню місцевих господарств і виробників продовольчих товарів, підприємства туристичної інфраструктури (готелів, закладів харчування тощо);

3) не носить характер сезонного відпочинку, для будь-якої пори року можна підібрати відповідний тур;

4) популяризує національні (місцеві) кулінарні традиції;

5) умови для його розвитку мають абсолютно всі країни та регіони, що є унікальною та відмінною рисою даного виду туризму.

Основним завданням у розробці гастрономічного туру є поєднання кулінарії та культурно-пізнавальної програми в одному турі. Перевагою

гастрономічного туризму в порівнянні з іншими підвидами пізнавального туризму є те, що тільки гастрономічний туризм задіює крім зору і слуху також інші органи відчуття людини, зокрема смаку та запаху [10, с. 462].

Гастрономія стала невід'ємним елементом ознайомлення з культурою та стилем життя відвідуваної території. Вона являє собою можливість активізувати та диверсифікувати туризм, сприяє місцевому економічному розвитку, включаючи в себе різні сектори економіки.

### Список використаних джерел:

1. Бондаренко Г. А. Гостинічне і ресторанне господарство. - Мн.: БГЕУ, 2009.
2. Борисова Ю. Н., Гаранін Н. И. Менеджмент готельного і ресторанного обслуговування. - Москва.: Альбатрос, 2007.
3. Браймер Р. А. Основи управління в індустрії гостинності. - М.: Аспект Пресс, 2005.
4. Васюкова А. Т., Пивоварів В. І., Пивоварів К. В. Організація виробництва і управління якістю продукції в громадському харчування. Учбова допомога. - М.: Видавниче-торгова корпорація «Дашков і До», 2006.
5. Волкова І., Міропольський Я., Мумрікова Г. Ресторанний бізнес в Росії: З чого почати і як досягнути успіху. - 5-е изд., испр. - М.: Флінта, 2006.
6. Давиденко І. В. Культурно-історична спадщина як основна складова розвитку культурного туризму в Україні / І. В. Давиденко // The global competitive environment: development of modern social and economic systems. - Chisinau, Republic of Moldova: Baltija Publishing, 2017. – Р. 20-22.
7. Давиденко І. В. Культурний туризм як сучасний напрямок використання та збереження історико-культурної спадщини Одеського регіону / І. В. Давиденко // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика», 2017. – Випуск 2 (08). - Ч. 2. – С. 49 – 53.
8. Давыденко И. В. Доминанты рынка событийного туризма / И. В. Давыденко // Перспективы развития науки в современном мире: материалы междунаучно-практич. конф. – Краков, 2012. – С. 97-103.
9. Давиденко І.В. Шляхи оптимізації використання потенціалу регіональної рекреаційної системи / І.В. Давиденко // Вісник соціально-наукових досліджень. – Вип. 12. – Одеса, 2002. – С. 19-23.
10. Олійник В. В. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму на території України / В. В. Олійник, О. В. Шикіна // Глобальні та національні проблеми економіки. – Миколаїв, 2016. – Випуск №14. – С. 460-463.