

Як висновок можна зазначити, що Agile-методи дозволяють створити позитивну атмосферу, високий моральний дух всередині колективу, вивести сервіс на найвищий рівень. Тому сферам туризму та HoReCa потрібно ретельно вивчати ці методи та впроваджувати в процеси управління підприємствами.

Література

1. Smart R. *The Agile Marketer. Turning customer experience into your competitive advantage*. New Jersey : Wiley, 2016. 220 p.
2. Коучинг Agile-команд. *Руководство для Scrum-мастеров, Agile-коучей и руководителей проектов в переходной период* / Л. Адкинс; пер. с англ. С. Пасерба. Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2017. 416 с.
3. *Что такое Agile-marketing, зачем и как его внедрить*. URL: https://www.comagic.ru/blog/posts/jul/chto_takoe_agile_marketing_i_kak_ego_vnedrit (дата обращения: 07.05.2021).
4. *Agile в HoReCa – зачем он нужен?* URL: <https://panor.ru/articles/agile-v-horeca-zachem-on-nuzhen/36807.html> (дата обращения: 07.05.2021).

УДК 338.48-6:641/642

Нездоймінов Сергій Георгійович

*к. е. н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу,
Одеський національний економічний університет (Україна)*

Cornea Sergiu

PhD, Associate Professor,

*Vice-rector for Scientific Research and International Relations,
Cahul State University «Bogdan Petriceicu Hasdeu» (Republic of Moldova)*

ТЕРИТОРІАЛЬНО-ВИРОБНИЧА КООПЕРАЦІЯ У СФЕРІ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

JEL classification: L830; R110

Розвиток послуг гастрономічного туризму як складової гастрономічної культури сучасного українського суспільства потребує розвитку регіонального потенціалу ресурсів місцевої кухні не тільки з огляду на виклики креативної індустрії, але й поширення практик етнічного харчування у форматі гастрономічних та культурно-пізнавальних турів, відмови від практик домінації швидкого харчування, включення до щоденного меню туристів страв вітчизняної кухні, а також створення сприятливих можливостей через ЗМІ, ініціативи уряду, громадянську самоорганізацію для поширення світового досвіду розвитку практик гастрономічної культури [1, с. 33]. Це дозволить підприємствам креативної індустрії спиратися на нові механізми господарювання, ефективні організаційно-управлінські структури, економічну свободу виробників туристичних послуг, що в умовах вільної конкуренції забезпечить насичення ринку високоякісними послугами гастрономічного туризму, підвищення конкурентоспроможності послуг суб'єктів туристичного бізнесу регіонів. Гастрономічний потенціал туристичних регіонів може стати брендом туристичного напрямку дестинацій. Тому важливим є правильний вибір напрямів розвитку гастрономічного туризму, які сформулюють туристичний потік та привабливість гастрономічних локацій регіону.

Особливістю розвитку туристичного бізнесу в Україні на сучасному етапі є набуття ним нових трендів гастрономічних подорожей та форм організації програм перебування туризму відповідно до зростаючих потреб туристів, ефективного використання природного, соціально-економічного та історико-культурного потенціалу території, а також досягнення необхідного рівня сталого розвитку туризму. Світовий досвід демонструє економічні, екологічні та соціальні переваги гастрономічного туризму [2; 3]. Невипадково сьогодні кулінарну мапу країни, із посиленнями на особливості національної кухні, презентують як повноцінний туристичний продукт. Але існують вагомі перешкоди для розвитку даного напрямку туризму, а саме: відсутність сприятливого нормативно-правового та інформаційного забезпечення розвитку гастрономічного туризму, державної підтримки підприємництва у сфері рекреації та туризму, цифрового маркетингу місцевих гастрономічних заходів, кооперація регіональних туроператорів та підприємств сфери гастрономії.

Кожного року в Україні проводиться велика кількість гастрономічних фестивалів. За даними Асоціації сприяння розвитку гастрономічного та винного туризму України у 2019 році налічувалося 72 гастрономічних фестивалі. Найбільші туристичні ресурси для надання послуг гастрономічного туризму мають Закарпатська, Київська, Львівська, Одеська, Полтавська області й такі міста як Київ, Луцьк, Одеса та Львів. Отже, в регіонах склалися передумови для розробки регіонального турпродукту, що потребує територіально-виробничої кооперації підприємців сфери послуг гастрономічного туризму. Вважаємо, що для диверсифікації діяльності суб'єктів туристичного бізнесу можливо запропонувати територіально-виробничу кооперацію та співробітництво регіональних підприємств ринку послуг гастрономічного туризму, в рамках програми Євросоюзу «Підтримка системи географічних зазначень в Україні» та першого пілотного проекту еногастрономічного туризму «Дороги вина та смаку». Для реалізації проекту міжнародні експерти обрали Одеську область саме тому, що в регіоні побудовано сучасний автобан – Одеса-Рені, на півдні області згуртовані національні виновиробники та інфраструктура сфери гостинності [4]. Туристичний маршрут «Дорога вина та смаку» спрямовано на впровадження кращого досвіду Євросоюзу в сфері диверсифікації послуг аграрного туризму і розвитку сільських територій. Це дозволить власникам бізнесу привабити туристів не тільки з України, але також з Європи, і завдяки проекту туристичні підприємства матимуть змогу перейняти досвід Євросоюзу щодо просування послуг еногастрономічних маршрутів.

Сучасні гастрономічні маршрути є інструментами для створення та комерціалізації гастрономічних послуг як туристичної пропозиції. Механізм формування моделі територіально-виробничої кооперації підприємств регіонального ринку гастрономічного туризму в проекті «Дороги вина та смаку Придунайської Бессарабії», дозволяє регіональним органам влади ініціювати процес формування регіонального туристичного продукту, а також сформувати ефективний механізм у забезпеченні балансу між господарською діяльністю та існуючим природним середовищем [5, с. 135]. У стратегії підвищення конкурентоспроможності економіки України, сталого розвитку її регіонів передбачено формування ефективних мережевих виробничих систем, широке поширення коопераційних принципів організації виробничої взаємодії на регіональному рівні, що відкриває значні можливості для підвищення конкурентоспроможності місцевого туристичного бізнесу [6, с. 215]. Також, може бути задіяний механізм транскордонного співробітництва з підприємцями Кагульського району Молдови, досвід реалізації моделей розвитку еногастрономічного та інших сегментів туризму в країнах з перехідною економікою.

Вважаємо, що ядром моделі територіально-виробничої кооперації може бути місцевий туроператор, який уже має потужний бренд регіонального виробника туристичних послуг. Навколо цього ядра почне формуватися виробничий блок – сукупність суб'єктів туристичного бізнесу та сфери гостинності, заклади транспортного, побутового і культурного обслуговування; наукові установи, що забезпечують науковий супровід, інноваційну складову та які спільними зусиллями замикають технологічний ланцюг виробництва послуг гастрономічного туризму. До потенційних учасників територіально-виробничої кооперації та реалізації заходів проекту розвитку еногастрономічного туризму «Дороги вина та смаку Придунайської Бессарабії» можна віднести підприємства інфраструктури сфери рекреації та туризму, ресторанного бізнесу Одеського регіону, що позиціонують послуги гастрономічного туризму.

Література

1. Ніколенко В. В. *Гастрономічні детермінанти суспільного життя : соціологічний вимір* : дис. ... доктора соціол. наук : 22.00.01. Дніпропетровськ, 2015. 442 с. URL: <http://dissertations.karazin.ua/sociology/resources/4a723660bd400b3859c1ff73ca83361.pdf> (дата звернення: 25.03.2021).
2. *Винний та гастрономічний туризм : глобальні тренди та локальні практики* : монографія / Д. І. Басюк, І. Я. Антоненко, О. В. Арпуль та ін.; за наук. ред. Д. І. Басюк. Вінниця : ПП «ТД «Едельвейс і К», 2017. 318 с.
3. Hall C. M. (2020). *Improving the recipe for culinary and food tourism? The need for a new menu*. Tourism Recreation Research. Vol. 45 (2). Pp. 284–287.
4. *Стартувало ознакування гастрономічного маршруту Української Бессарабії*. URL: <http://mw.com.ua/?oid=21020&sid=17325> (дата звернення: 25.03.2021).
5. Cornea, Sergiu (2020). *Potențialul și perspectivele dezvoltării turismului ecologic în raionul Cahul, Republica Moldova*. In: Dezvoltarea economico-socială durabilă a euroregiunilor și a zonelor transfrontaliere. Iași. România : Performantica. Vol. 37. Pp. 129–135.
6. Герасименко В. Г., Бедрадіна Г. К., Галасюк С. С. та ін. *Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону* : монографія / за заг. ред. В. Г. Герасименко. Одеса : ОНЕУ, 2016. 262 с.