

**Лозінська Т. І.**  
Одеський національний економічний університет  
*Науковий керівник – ст. викладач кафедри*  
*туристичного та готельно-ресторанного бізнесу*  
**Козловський Р. С.**

## **ФОРМУВАННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО БРЕНДУ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ НА ПРИКЛАДІ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

В сучасному світі туризм стає все більш популярним, а люди стають все вибагливішими щодо своїх подорожей. Відповідно, регіони, які хочуть привабити туристів, повинні розвивати не тільки туристичну інфраструктуру, а й створювати унікальний гастрономічний бренд. Одеська область - один з прикладів, коли успішне формування гастрономічного бренду туристичної дестинації може стати ключовим елементом розвитку туризму.

Дослідженнями теоретичних і практичних аспектів розвитку гастрономічного туризму, визначенням змісту, аналізом деяких об'єктів, включених до складу «гастрономічних турів», займалися такі зарубіжні вчені, як К. Холл, Д. Гілмор, Б. Пін, Р. Мітчелл, Д. Хендерсон, Ю. Лін, Т. Пірсон, Л. Кей.

У вітчизняній науці вивченням взаємодії дії туристського сектору і гастрономії займаються В. Гордін, Д. Гусенова, А. Карабаєва, А. Лук'янченко, Ю. Трабская, Е. Чернова. Вказані автори фокусуються на вивченні форм і проявів гастрономічного туризму як засобу підвищення привабливості дестинації, а також на вивченні способів формування і просування гастрономічних брендів дестинації.

Засновник Міжнародної асоціації гастрономічного туризму Е. Вульф дає таке визначення: «Гастрономічний туризм - це пошук і насолода унікальною, незабутньою їжею і напоями як на іншому кінці Землі, так і на сусідній вулиці, адже, крім подорожей по своїй країні або всьому світі, ми також можемо стати гастрономічними туристами у своєму регіоні, місті чи навіть районі» [1].

Класифікації видів гастрономічного туризму в даний час присвячено значну кількість досліджень (табл. 1).

Таблиця 1

Класифікація гастрономічного туризму

Ознака класифікації	Підвид турів	Характеристика туристичної діяльності
За розташуванням туристичного місця	Сільський	Збір лісних ягід, овочів і фруктів, полювання на трюфелів або прогулянку по дорогах виноробства
	Міський	Відвідування ресторану, щоб скуштувати делікатеси та традиційні страви
За видом конкретного продукту або напою	Винні	Подорож на виноробню з відвідуванням виноградників і дегустацією вин
	Пивні	Відвідування та дегустація великих та вітчизняних пивоварень
	Сирні	Відвідування фабрики та сироварні та дегустація
	Шоколадні	Екскурсія на шоколадну фабрику та дегустація
	Чайні	Відвідування чайних садів та фабрики, щоб упакувати зібрану продукцію
	Кавові	Відвідування кавових плантацій, фабрик із розфасовування продуктів, збирання
	Агро	Тури в агросадиби та сільськогосподарські угіддя
	Фруктово-ягідні	Дегустація фруктів та овочів, характерних для регіону, країни
За метою подорожі	Змішані	Поєднання кількох спеціальностей
	Культурно-пізнавальний	Участь у різноманітних екскурсіях
	Оздоровчий	Дегустація збору трав'яного чаю. Поєднання медотерапії та апітерапії, винотерапії та дієтотерапії
За напрямом подорожі	Гурман	Дегустація страв та напоїв гастрономом (сомельє, дегустатор)
	Святковий	Відвідування та участь у святах гурманів
Особливі	Фестивальний	Відвідування та участь у фестивалях гурманів
	Гастродипломатія	Організація дипломатичних прийомів на всіх рівнях з урахуванням деталей країни перебування та кухні країни перебування

Джерело: [2, с. 18]

Гастрономічний туризм є одним з найбільш зростаючих сегментів туристичного ринку. Це пов'язано зі зростанням інтересу до здорового способу життя та натуральних продуктів, а також з бажанням відкривати нові смаки і кулінарні традиції різних регіонів світу. Так, Одеська область має потенціал

стати лідером гастрономічного туризму в Україні, завдяки своїй розмаїтій кухні та багатому культурному спадщині.

Метою національного брендингу є забезпечення присутності національних брендів у світовому інформаційному просторі та сприяння національному визнанню та фінансовому притоку на міжнародному рівні.

Також, розглянемо складові гастрономічного бренду, які представлено на рис. 1:

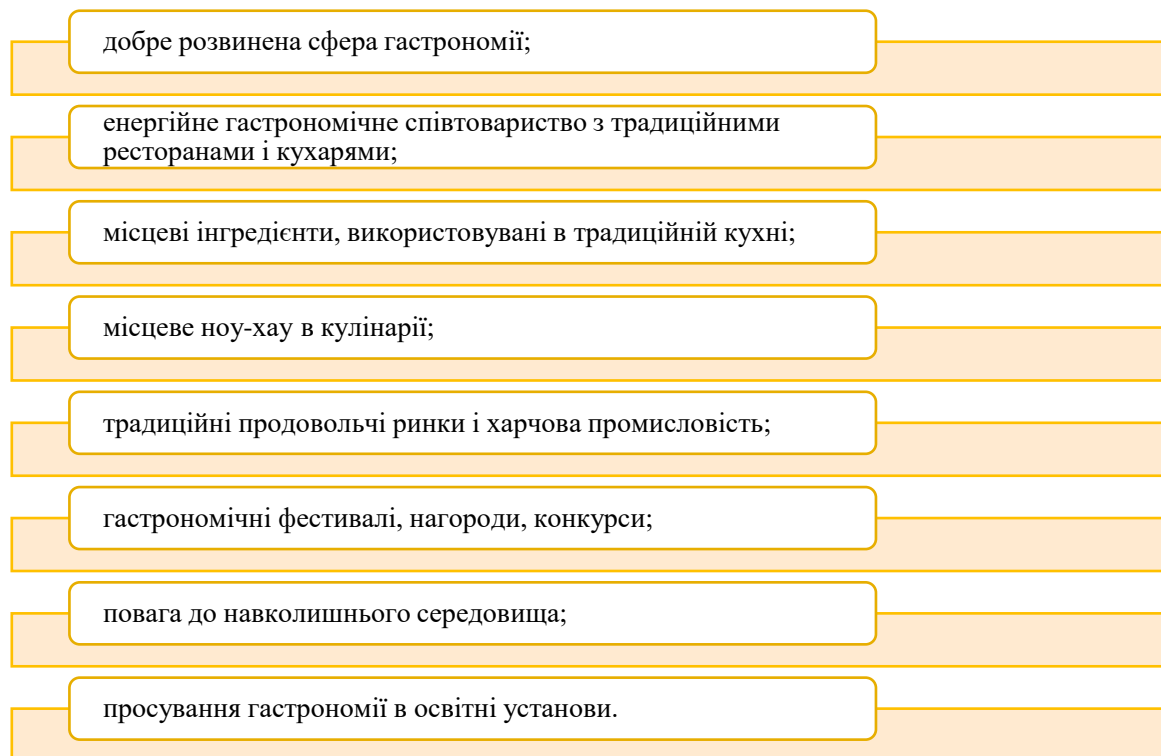


Рис. 1. Складові гастрономічного бренду

(Джерело: складено автором на основі: [3, с. 46])

У світі вже є приклади успішних гастрономічних брендів, які стали ключовими елементами туристичного розвитку регіонів. Наприклад, італійське місто Болонья відоме своєю кухнею та навіть має прозвисько «Гастрономічна столиця Італії». Шведське місто Малмьо також стало популярним серед туристів завдяки своїй кухні та ресторанам, які пропонують страви з місцевих продуктів [4; 5].

Одним з ключових елементів формування гастрономічного бренду є створення унікальної кулінарної концепції, яка пов'язується з місцевою

культурою та традиціями. У випадку Одеської області, це можуть бути страви з морепродуктів, які досить різноманітні та відомі своїм смаком у всьому світі. Також можна залучити увагу до страв з м'яса, овочів та фруктів, які вирощуються в регіоні [6; 7].

Іншим важливим елементом є просування гастрономічної культури через різні канали комунікації. Одеська область може використати соціальні мережі, блоги та сайти з гастрономічною тематикою для просування своєї кухні та створення іміджу унікальної гастрономічної дестинації. Також важливо залучати видатних гастрономічних експертів та блогерів до регіону для написання відгуків та рекомендацій про місцеві страви та ресторани.

Одеська область вже має кілька успішних прикладів гастрономічного брендування, які можуть бути використані як приклади для інших регіонів. Наприклад, Ізмаїльський винний завод «Shabo» - це не тільки провідний виробник вина, а й місце, де можна спробувати різні вина та познайомитися з традиціями виноробства в Одеській області. Також варто згадати фестивалі кулінарії, які проводяться в Одесі та інших містах області, такі як «Фестиваль морепродуктів» та «Фестиваль м'яса», які приваблюють тисячі гостей зі всієї України та з-за кордону [9; 10].

Таким чином, національний брендинг спрямований на забезпечення національної ідентифікації як усередині країни, так і за її межами. Щоб відобразити кращий дух і традиції населення, виконують ідеологічні функції та об'єднують населення для виконання спільних завдань. Одеська область має потенціал для створення власного гастрономічного бренду, який може стати привабливим для туристів з усього світу. Але, при цьому необхідно мати:

- добре розвинену сферу гастрономії;
- місцеве ноу-хау в кулінарії;
- гастрономічні фестивалі, нагороди, конкурси;
- просування гастрономії в освітні установи.

### Список використаних джерел:

1. Вульф Е. Що таке гастрономічний туризм / Е. Вульф. URL: <https://worldfoodtravel.org/ru/what-is-food-tourism-definition-food-tourism/>.
2. Омельницька В.О. Сутність та класифікація видів гастрономічного туризму. *Приазовський економічний вісник*. 2018. №1(6). С. 15-20.
3. Нестерчук І. К. Гастрономічний бренд території (на прикладі культурно-історичної спадщини правобережного Полісся). Житомир: Поліський національний університет, 2020. С. 43-53.
4. Bologna: The gastronomic capital of Italy. URL: <https://www.lonelyplanet.com/italy/emilia-romagna/bologna/travel-tips-and-articles/bologna-the-gastronomic-capital-of-italy/40625c8c-8a11-5710-a052-1479d276b188>
5. Malmö: The foodie city you need to visit. URL: <https://www.thelocal.se/20190729/malmo-the-foodie-city-you-need-to-visit>
6. Туризм та гастрономія: як створити власний бренд. URL: [https://www.tourprom.ua/ua/articles/turizm\\_ta\\_gastronomiya\\_yak\\_stvoriti\\_vlasniyu\\_brend](https://www.tourprom.ua/ua/articles/turizm_ta_gastronomiya_yak_stvoriti_vlasniyu_brend)
7. Унікальна кухня Одеської області: як просунути гастрономічний бренд. URL: <https://landlord.ua/article/unikalna-kuhnya-odeskoyi-oblasti-yak-prosunuty-gastronomichniy-brend>
8. Гастрономічний туризм: як залучити гостей до своєї країни. URL: <https://ukraine.kurorti.org.ua/gastronomichniy-turizm-yak-zaluchiti-gostey-do-svoyeyi-krayini/>
9. Історія та традиції виноробства винного заводу «Шабо». URL: <https://odessa.travel/ua/things-to-do/food-and-drink/wine/izmail-vine/>
10. Туристичні фестивалі Одеської області. URL: <https://www.visitukraine.today/ua/region/odeska-oblast/turistichni-festivali-odeskoyi-oblasti>