

теоретичній та практичній площинах, адаптованих до сучасних умов господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Індустрія туризму наразі має суттєве значення в напрямку сталого розвитку суспільства і, на думку Генеральної асамблеї ООН, є виключно важливим інструментом задля удосконалення соціально-економічного становища країн. Зазначимо, що одним із основних елементів туристичної системи, є дестинація. Загалом у науковій літературі під таким поняттям прийнято вважати визначене місце для відпочинку і подорожей, приваблива для туристів географічна зона, яка залишає у подорожуючих враження та емоції. Згідно з підходом Всесвітньої туристської організації (UNWTO), дестинацію (зазвичай саме туристську) слід розглядати як фізичний простір, в якому мандрівник проводить не менше доби, ночує та споживає туристські послуги. Туристська дестинація є ключовим елементом туризму, куди туристи здійснюють свої поїздки і проводять певний час. При цьому не будь-яка територія, куди приїжджають туристи, може бути віднесена до категорії «дестинація». Така територія повинна володіти набором ресурсів та атракцій (привабливих для туристів певних об'єктів, подій, явищ). Атракція повинна бути значущою для туриста, представляти для нього пізнавальний чи інший інтерес, задовольняти певну потребу в послугах або нових враженнях, заради чого турист відвідує дестинацію. Наявність атракції формує туристичні потоки, а з простору, який володіє об'єктом показу, створює дестинацію. Такий простір має територіальні та адміністративні кордони, характеристики, які відрізняються від інших територій; дестинація не просто володіє набором ресурсів, а є привабливою для туристів (атрактивною), що і визначає її ринкову конкурентоспроможність.

Розглядаючи туристську дестинацію, науковці фокусують свою увагу на низці аспектів. Найчастіше базовим критерієм виділення дестинації є її територіальна відокремленість. Так, М. Лейпер наводить таке лаконічне визначення: дестинація – це географічна територія, що є привабливою для туристів [7]. Згідно з моделлю Лейпера, структура туризму ґрунтується на взаємодії як мінімум п'яти аспектів: туристів, території, яка відправляє туристів, транзитної території, туристської дестинації, туристичної індустрії. С. Медлік зазначає, що дестинації – це країни, регіони, міста чи інші території, які відвідують туристи [8]. У вітчизняній літературі туристська дестинація розглядається як

визначена територія, що надає різні послуги, які відповідають потребам подорожуючих і задовольняють їх потреби на транспортування, проживання, харчування, розваги, оздоровлення тощо як місце, що має у своєму розпорядженні всі необхідні установи і обрана туристським сегментом як мета поїздки [1]. Це складна, багатокомпонентна система, де суб'єкти туризму є центральною підсистемою, а цільовою функцією є максимальне задоволення рекреаційних потреб. Виходячи з вищевикладеного, зробимо такі висновки: туристська дестинація включає установи для туризму і споживання туристичних послуг (готелі, будинки відпочинку, туристичні бази, тощо) та підприємства, які їх обслуговують (транспортна інфраструктура, комунальні служби, підприємства громадського харчування, сувенірної продукції тощо); у структурі туристської дестинації можна виділити певні сфери (туризм, короткочасний відпочинок, дитячий відпочинок, активний відпочинок); на території туристської дестинації розвиток індустрії відпочинку та туризму порівняно з іншими галузями економіки є пріоритетним; туристська дестинація приваблива для мандрівників, що виражається у природних, історичних, культурних, пізнавальних та інших об'єктах. Основою розвитку туристської дестинації є природні, культурно-історичні комплекси; комфорт і якість відпочинку забезпечуються технічною системою та обслуговуючим персоналом; збереження структури системи, зв'язок підсистем, реалізація основних цілей і завдань туристичної дестинації забезпечується органами управління.

Зазначимо, що гастрономія є способом знайомства із соціальними, культурними, релігійними, історичними, економічними особливостями певного географічного регіону. Продукт контекстуального виду туризму включає динамічну і статичну діяльність, зокрема, не лише дегустацію їжі, напоїв, а й активності, пов'язані з місцевими продуктами, культурою та спадщиною. Культурний контраст, або відмінності між культурою приймаючої країни і туристами створюють гастрономічні враження значущими і унікальними та збільшують наміри для повторного відвідування. Дослідження підтверджують зв'язок між іміджем місцевої гастрономії та задоволеністю туристськими враженнями. Крім того, імідж місцевої гастрономії надає значний позитивний вплив на намір відвідувача повернутися і рекомендувати даний туристичний напрямок. Підтверджується і певний

позитивний зв'язок між задоволенням від їжі й поведінковими намірами, а гастрономія є важливою частиною маркетингового міксу туристичних напрямів, оскільки допомагає туристам «доторкнутися» до місцевої культури. Фізіологічні потреби людей до споживання їжі та напоїв сприяють тому, що гастрономія є тією стороною культури, з якою найчастіше контактують туристи. Холл Д. [6] зазначає, що запровадження гастрономії у брендинг туристичних напрямів забезпечує: збільшення прибутку – споживачі з інтересами у сфері гастрономії сприймаються як сегменти із високими доходами; крос-маркетинг – гастрономічний туризм може бути пов'язаний з іншими туристичними продуктами та послугами (культурними пам'ятками, природною спадщиною, звичаями), при цьому споживачі отримують цілісний продукт; підвищення іміджу туристської зони – можливість популяризації місцевих продуктів харчування, підвищення привабливості сільських територій.

Гастрономічний туризм збагачує враження туристів місцевою культурою. Він включає різні заходи, такі як відвідування первинних і вторинних виробників місцевих продуктів, участь у фестивалях, відвідування ринків, кулінарні демонстрації, дегустація високоякісних продуктів, відвідування ресторанів або інші супутні діяльності, пов'язані з їжею. Він призначений, з одного боку, для туристів, які шукають знання та досвід знайомства з новими культурами, а з іншого – надає додаткову цінність брендам туристичних напрямків. Також суттєвий вплив на зростання зацікавленості до гастрономії є і зростання інтересу до здорового способу життя, що неможливо без здорового харчування, звідси популярність екоферм, органічної продукції, крафтового виробництва продуктів харчування і напоїв. Крім того, регіони, які активно розвивають туризм, можуть використовувати гастрономічний туризм в якості чинника підвищення туристської привабливості на внутрішньому ринку туризму.

Слід зазначити, що в Україні є вагомі умови для формування еногастрономічного туризму, а в окремих регіонах даний вид туризму є найбільш трендовим. Індустрія винного туризму поєднує інтереси виробників виноградарської продукції, виноробів (вина, коньяку, виноматеріалів), власників дегустаційних залів і ресторанів, представників туристичного бізнесу. Особливість такого спеціалізованого виду туризму полягає в дегустації, споживанні, купівлі вина та винопродукції безпосередньо у виробників.

Розвиток еногастрономічного туризму в Україні слід розглядати на сучасному етапі як сполучну ланку між виробництвом на місцевому рівні і сферою послуг, що призведе до створення якісно нового туристичного продукту і буде сприяти сталому розвитку місцевих громад (підтримка малого і середнього бізнесу, збереження та подальший розвиток культурних традицій регіону).

У цьому разі важливо зазначити та ввести в контекст категоріальне поняття еногастрономічної дестинації. Грунтуючись на наведеному змістовному визначенні сутності поняття «дестинація», запропонуємо наступне поняття «еногастрономічна дестинація». Еногастрономічна дестинація – це визначена територія з наявними привабливими еногастрономічними та природними, історико-культурними, туристично-рекреаційними ресурсами, необхідною інфраструктурою, доведених до споживачів у вигляді готового туристичного продукту. Еногастрономічні дестинації формують інноваційний туристичний продукт, сприяють комплексному розвитку територій, підтримці виробників продукції, збереженні історико-культурної спадщини, інтегрованого розвитку агровиробничої сфери і туризму та призводять до диверсифікації виробничої діяльності сільських територій. Досягнення позитивного результату в процесі розвитку еногастрономічних дестинацій можливе за умови забезпечення ефективності використання туристично-рекреаційного, виробничого, інноваційного, інвестиційного потенціалу, розвиненої інфраструктури, збалансованого використання наявних ресурсів, злагодженості у роботі суб'єктів підприємницької діяльності, органів влади, громадських інституцій та місцевого населення.

Ключовим фактором у розвитку еногастрономічних дестинацій є їх туристська привабливість та чинники, які її формують. Загалом, під привабливістю слід розуміти властивість створювати почуття захоплення, притягувати до себе особливими властивостями, характерними рисами. У науковій літературі привабливість виступає базовим і визначальним показником у процесі аналізу туристичних потоків. М. Омущ вважає, що туристично привабливою є територія, яка має потенціал для розвитку туризму, сукупність економічних і психологічних характеристик регіональних туристичних комплексів, що відповідають попиту, потребам туристів, вимогам інвесторів і забезпечують досягнення передбачуваного соціально-економічного

ефекту [5]. О.В. Мельник [3] вважає, що туристично-приваблива територія – це територія, яка має потенціал туристичних ресурсів, сучасну розвинену інфраструктуру туризму та доступну й достатню для туриста інформацію про неї, які б відповідали потребам туристів і забезпечували досягнення максимального соціально-економічного ефекту від розвитку в її межах туристичної діяльності. Кузик С.П. вважає, що туристична привабливість – це «наявність такого туристичного потенціалу території, при експлуатації якого забезпечуються оптимальне туристично-рекреаційне навантаження та повне збереження туристичних ресурсів і можливість отримання відповідного соціально-економічного ефекту без порушення екологічної рівноваги навколишнього середовища» [2].

На наш погляд, місцевість є привабливою, якщо вона володіє комплексом туристичних ресурсів, таких як: природні (екологічно чисті), історико-культурні та соціально-економічні, прийнятним рівнем матеріально-технічної бази, розвиненою інфраструктурою та зручною транспортною доступністю. Туристська привабливість часто не стабільна та здатна модифікуватися відповідно до різноманітних чинників, які впливають на ступінь привабливості туристичної місцевості. Туристська привабливість створюється на основі взаємодії певних компонентів: від туристського попиту залежить рівень пропозиції. Туристський потенціал дестинації ставить певні передумови діяльності суб'єктів туризму, а результатом такої діяльності і є туристична привабливість. Туристська привабливість створює образ території у свідомості споживачів, оцінку реального ресурсного потенціалу і можливостей у задоволенні потреб туристів. Для того, щоб сформувати або підвищити рівень туристської привабливості, необхідно враховувати залежність туристичної індустрії від низки важливих факторів: сприятливі природно-кліматичні умови; безпека регіону; ефективність використання ресурсів; наявність бренду. Туристична привабливість є основою для аналізу потенціалу розвитку туристичної індустрії в межах відповідної дестинації.

Слід враховувати, що туристична привабливість залежить і від уподобань туристів, а значить припускає проведення аналізу регіональних умов та можливостей з погляду виникнення туристського попиту. Проблемами, які виникають при формуванні привабливості території, є: недостатньо розвинена інфраструктура (застарілий готельний фонд, відірваність засобів розміщення

від «центру» атракції, відсутність супутніх послуг); транспортна віддаленість (тривалість переїзду до місця призначення, погана якість доріг, відсутність на тривалому маршруті слідування цікавих з погляду туристичного показу місць, які змогли б скрасити переїзд); висока ціна на туристичний продукт через значну частку транспортної складової; візові формальності; неспокійна політична та воєнна ситуація в регіонах країни; недостатнє регулювання, планування та усвідомлення необхідності розвитку туризму у деяких регіонах країни; імідж країни на світовому туристичному ринку; широко відомі турмаршрути і бренди перестають відповідати сучасним вимогам туристів (необхідний перехід від класичних екскурсійних програм до інтерактивних; зміна подачі бренду); екологічний стан території.

Найбільш загальними позиціями для регіонів країни щодо формування туристської привабливості та тими, що потребують комплексного вирішення, є: необхідність формування сприятливого туристського іміджу і репутації безпечної дестинації туризму; створення найбільш привабливих умов для формування вітчизняного та іноземного інвестиційного капіталу; необхідність удосконалення якісної транспортної інфраструктури, нестача засобів розміщення економкласу, але з необхідним рівнем побутового комфорту.

Тож, оцінка туристської привабливості дестинації – це комплексний показник, який характеризується:

- природно-ресурсним потенціалом, який в багатьох випадках визначає не лише можливості розвитку конкретних напрямків туризму, але й інших видів господарської діяльності;
- матеріальним і духовним надбанням етносів, які проживають (проживали) на території;
- ступенем безпеки туристської дестинації з точки зору екології, геополітичних чинників, військових дій, криміногенної ситуації тощо;
- наявністю відповідної туристської інфраструктури, яка дозволяє задовольняти попит в послугах розміщення, харчування, анімації, тобто сукупності природних, культурних, господарських чинників, які є основою формування туристської пропозиції дестинації;
- значенням розвитку сфери туризму для населення туристської дестинації, залученням місцевих трудових ресурсів в роботу підприємств туризму, гостинністю, громадським харчуванням, торгівлею;

• туристським попитом, який оцінюється статистикою прибуття в дестинацію туризму.

Слід зазначити, що привабливість території можна розглядати з позицій туристів, місцевих жителів та інвесторів. Для місцевих жителів найважливішими чинниками оцінки привабливості виступають високий рівень життя, доступність робочих місць та повноцінна інфраструктура, а для інвестора – це довгострокові проекти з низьким рівнем ризику щодо інвестування коштів; то для туриста першочерговими факторами є прийнятний рівень туристської ресурсної бази та розвинена туристична інфраструктура.

У процесі розвитку різних туристських дестинацій залежно від ступеня розвиненості й привабливості для туристів можна виділити різні варіанти їх формування:

1) для туристських дестинацій, у яких сформована певна туристична привабливість і є визначений туристський потік, витрати на розвиток цієї дестинації до рівня реально досяжної конкурентоспроможності сприятимуть збільшенню життєвого циклу дестинації, термін окупності інвестицій буде значно меншим, ніж у разі створення нової туристської дестинації. Це зумовлено тим, що туристська привабливість створеної дестинації не вимагатиме надмірних маркетингових і рекламних затрат;

2) для новостворених туристських дестинацій, у яких туристична привабливість лише формується, витрати будуть значно

вищими. Крім того, значно вищими будуть маркетингові й рекламні витрати на формування туристських потоків, оскільки є необхідним формування мінімального рівня знань про дану дестинацію та стимулювання туристського інтересу та бажання туристів;

3) для існуючих і відомих туристських дестинацій, які планують диверсифікувати свою привабливість і переорієнтуватися на нову цільову аудиторію, інший цільовий ринок, витрати на досягнення конкурентоспроможності будуть найвищі, оскільки це вимагатиме перебудови всієї інфраструктури та кардинальної зміни цільового ринку. Крім того, існує ризик того, що дана територія може не сформуватися як нова туристична дестинація з новою привабливістю, оскільки працюватимуть старі стереотипи щодо цієї території. У такому випадку відбудеться відтік туристів, орієнтованих на раніше створену привабливість, а новий туристський потік ще не буде сформований.

Формування туристської привабливості дестинації може бути здійснено в декілька етапів (рис.1): побудова бажаного (ідеального) конкурентного профілю дестинації з урахуванням її життєвого циклу, у якому необхідно передбачити створення необхідного інфраструктурного забезпечення, проведення маркетингових та рекламних досліджень тощо; оцінка витрат на досягнення бажаного і реально досяжного конкурентного профілю; розробка проекту формування реально досяжного конкурентного профілю.

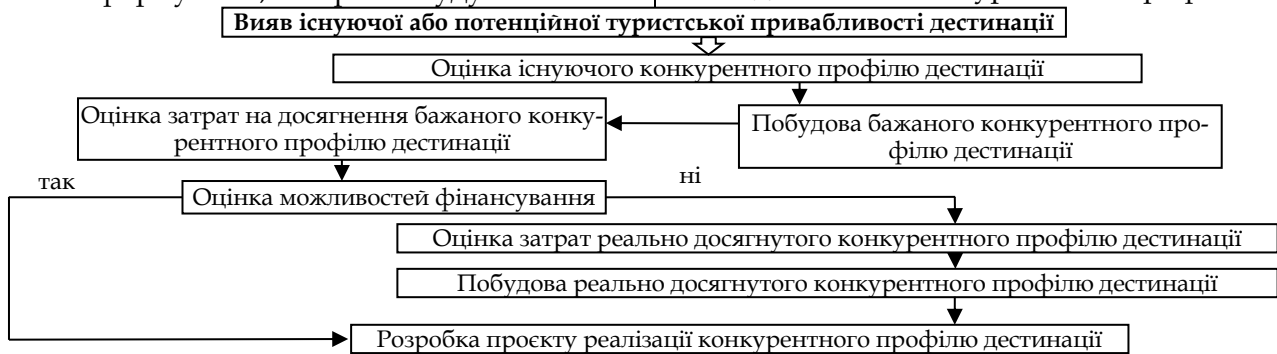


Рис. 1. Модель формування туристської привабливості дестинації

Пропонована модель передбачає кількісну та якісну оцінку. Кількісна оцінка здійснюється з допомогою розрахунку низки економічних показників, на основі яких формується інтегральний економічний показник, що оцінює ефективність формування туристської дестинації. Якісна оцінка включає аналіз та оцінку привабливості туристської дестинації, яка є однією із ознак туристської дестинації та відрізняє її від інших. Музиченко-Козловська О. В. [5] пропонує здійснювати оцінку існуючої туристичної

привабливості території на основі експертно-статистичного методу шляхом визначеного переліку показників: площа природних рекреаційних ресурсів; кількість антропогенних туристичних ресурсів; кількість засобів розміщення туристів; інвестиції в основний капітал готелів та ресторанів; середній рівень цін на послуги у туристичних підприємствах; доходи на душу населення; кількість економічно активного населення; кількість підприємств-суб'єктів підприємництва; щільність автомобільних доріг із твердим покриттям;

коефіцієнт злочинності; щільність шкідливих викидів в атмосферу; поточні витрати підприємств на охорону природних ресурсів; витрати підприємств на ремонт основних заходів природоохоронного призначення.

З 2007 року в рамках Всесвітнього економічного форуму проводиться рейтинг конкурентоспроможності сектору туризму і подорожей (Travel & Tourism Competitiveness Index, TTCI) і туристської привабливості країн світу та публікується «Звіт із конкурентоспроможності подорожей і туризму». Ключовим аспектом є розрахунок Індексу конкурентоспроможності подорожей і туризму (ІКПТ), який є комплексним стратегічним інструментом для вимірювання набору факторів та чинників, що сприяють сталому розвитку туристичної галузі та розвитку конкурентоспроможності країни [9]. У 2021 році платформа Всесвітнього економічного форуму прийняла рішення переробити Індекс конкурентоспроможності подорожей і туризму (TTCI), на якому він базувався протягом останніх 15 років. Упроваджено нову назву індексу – індекс розвитку туристичної галузі (Travel & Tourism Development Index, TTDI). Змінилася і методика розрахунку індексу TTDI. Раніше індекс конкурентоспроможності туристичної галузі країн (TTCI) розраховувався як середнє арифметичне значення чотирьох субіндексів, які в свою чергу розраховувалися як середні значення своїх основних компонент. Згідно нової системи розрахунку TTDI не використовує для розрахунку субіндекси, а бере в основу розрахунків значення 17 основних компонент, тоді як субіндекси використовуються лише для групування показників за категоріями. TTDI складається з п'яти складових (субіндексів), 17 основних компонент та 112 індивідуальних індикаторів, розподілених між різними показниками.

Отже, на основі вищезазначеного бачимо, що туристична привабливість дестинації (в тому числі еногастрономічна) є інтегрованим поняттям, яке включає комплекс взаємопов'язаних характеристик. Привабливість дестинації визначає мотивацію подорожі і формує туристичні потреби. Туристську привабливість дестинації можна розглядати із двох позицій:

1. Історично сформована, її необхідно підтримувати, розвивати у вузькоспеціалізованих сегментах, але окремі види туризму доцільно просуванати з метою формування туристських потоків.

2. На території або немає, або наявна слабо виражена туристська привабливість,

тому її необхідно цілеспрямовано формувати і просувати на туристський ринок із єдиною метою – генерації туристських потоків.

Туристську привабливість еногастрономічної дестинації необхідно визначати з таких причин. По-перше, розуміння чинників, за якими територія є привабливою для розвитку еногастрономічного туризму, дозволяє сформулювати основну ідею просування цієї території на туристському ринку. Потенційні туристи в інформаційно-рекламному матеріалі мають отримати саме ту інформацію, яка для них цікава та пов'язана з мотивацією їхньої поїздки. По-друге, розуміння привабливості дозволяє сформулювати конкретні вимоги до туристської інфраструктури, яка необхідна для забезпечення туристичних потреб, а у разі відсутності такої інфраструктури її необхідно буде створювати. Згодом можлива трансформація туристської привабливості дестинації та зміна цільової аудиторії подорожуючих у дану дестинацію. У зв'язку з цим необхідно постійно проводити моніторинг привабливості еногастрономічної дестинації. Якщо туристична привабливість визначена правильно і збігається з туристичними потребами подорожуючих, необхідно забезпечити її інформаційний супровід, що потребуватиме певних фінансових затрат за просування туристської привабливості еногастрономічної дестинації, оскільки таку привабливість треба донести до цільової аудиторії.

Туристська привабливість еногастрономічної дестинації залежить від низки чинників: наявності ресурсів, які володіють ключовою привабливістю і формують туристичний еногастрономічний інтерес, що є основною мотивацією подорожі, при цьому туристична привабливість тісно пов'язана з туристськими очікуваннями; природних факторів, включаючи географічне положення дестинації, сприятливі кліматичні умови й екологічний стан території та інші характеристики дестинації; ступеня розвитку туристичної інфраструктури дестинації, яка забезпечує організацію еногастрономічного туризму; транспортна доступність дестинації; інформаційно-комунікаційного супроводу дестинації; лояльності та зацікавленості місцевого населення (суб'єктів підприємницької діяльності) щодо туристів та просування еногастрономічного продукту.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Оцінка реально досяжної туристської привабливості може бути орієнтиром для розробки стратегічних планів розвитку

еногастрономічного туризму в дестинації та оцінки його привабливості. Наявність оцінки туристської привабливості дестинації є основою і для залучення інвестицій при реалізації туристичних проєктів. Отже, за наявних в

Україні умов для активного розвитку еногастрономічного туризму, необхідно активно залучати вітчизняні та іноземні інвестиції в дану сферу економіки.

Список літератури.

1. Давиденко І.В., Михайлюк О.Л. Концептуальні підходи до організації та діяльності туристичних кластерів. Київ: ФОП Гуляєва В.М., 2020. 497 с.
2. Кузик С.П. Географія туризму. Київ: Знання, 2011. 271 с.
3. Мельник О.В. Інтегральний показник туристичної привабливості території: поняття та теоретичні аспекти. *Регіональна економіка*. 2004. № 4. С. 197-204.
4. Музиченко-Козловська О.В. Економічне оцінювання та регулювання туристичної привабливості території: автореф. дис. ...канд. екон. наук. Львів, 2007. 23 с.
5. Омущ М.О. Стратегія диверсифікованого розвитку туристського комплексу в регіональній економіці (на прикладі Йорданії): автореф. дис.канд. екон. наук. Харків, 2003. 19 с.
6. Boyne S., Hall D. Place promotion through food and tourism: Rural branding and the role of websites. *Place Branding*. 2004. № 1. P. 80-92.
7. Leiper N. Tourism management. Sydney: Pearson Education, 2004. 455 p.
8. Medlik S. Dictionary of travel, tourism and hospitality. Oxford: Butterworth-Heinwmann, 1993. 288 p.

References:

1. Davydenko, I.V., Mykhajliuk, O.L. (2020). *Kontseptual'ni pidkhody do orhanizatsii ta diial'nosti turystychnykh klasteriv*. [Conceptual approaches to the organization and activity of tourist clusters]. FOP Huljaieva V.M. Kyiv. Ukraine.
2. Kuzyk, S.P. (2011). *Neohrafiia turizmu*. [Geography of tourism]. Znannia. Kyiv. Ukraine.
3. Mel'nyk, O.V. (2004). «Integral indicator of tourist attractiveness of the territory: concepts and theoretical aspects». *Rehional'na ekonomika*. № 4. pp. 197-204.
4. Muzychenko-Kozlovs'ka, O.V. (2007). *Ekonomichne otsiniuvannia ta rehuliuwannia turystychnoi pryoblyvosti terytorii*. [Economic evaluation and regulation of the tourist attractiveness of the territory]. Abstract of Ph.D. Thesis. L'viv. Ukraine.
5. Omush, M.O. (2003). *Stratehiia dyversyfikovanoho rozvytku turyst's'koho kompleksu v rehional'nij ekonomitsi (na prykladi Jordanii)*. [The strategy of diversified development of the tourist complex in the regional economy (on the example of Jordan)]. Abstract of Ph.D. Thesis. Kharkiv. Ukraine.
6. Boyne, S., Hall, D. (2004). «Place promotion through food and tourism: Rural branding and the role of websites». *Place Branding*. № 1. pp. 80-92.
7. Leiper, N. (2004). *Tourism management*. Pearson Education. Sydney. Australia.
8. Medlik, S. (1993). *Dictionary of travel, tourism and hospitality*. Butterworth-Heinwmann. Great Britain.

Abstract

Shepeleva O. *Conceptual principles of formation of tourist attractiveness of enogastronomic destinations.*

The article investigates the importance of tourism for society's sustainable development and defines the destination's essence. It is noted that the tourist destination is a critical element of tourism, where tourists make their trips and spend a certain amount of time - defined criteria for forming a tourist destination. The essence of gastronomic tourism is justified. It is noted that there are significant conditions for the formation of food and wine tourism in Ukraine, and in certain regions, this type of tourism is the most popular. The essence of the enogastronomic destination as a defined territory with available attractive enogastronomic and natural, historical-cultural, touristic-recreational resources and the necessary infrastructure delivered to consumers as a ready-made tourist product is substantiated. It is noted that food and wine destinations form an innovative tourist product, contribute to the comprehensive development of territories, support product manufacturers, preserve historical and cultural heritage, integrate the development of the agro-production sphere and tourism, and lead to the diversification of production activities in rural areas. The modern principles of forming the attractiveness of a tourist destination and the indicators for their assessment are determined. The essence of the tourist attractiveness of the food and wine destination is substantiated, and it is stated that the attractiveness of the destination determines the motivation of the trip and forms tourist needs, determined factors that affect the tourist attractiveness of an enogastronomic destination. The assessment of tourist attractiveness can be a reference point for the development of strategic plans for the development of enogastronomic tourism in a destination and the assessment of its attractiveness. The presence of an assessment of the tourist attractiveness of the destination is the basis for attracting investments in the implementation of tourist projects.

Keywords: attractiveness, destination, enogastronomic destination, gastronomic tourism.

Стаття надійшла до редакції 03.12.2023 р.

Бібліографічний опис статті:

Шепелева О.В. Концептуальні засади формування туристської привабливості еногастрономічних дестинацій. *Актуальні проблеми інноваційної економіки та права*. 2023. № 4. С. 80-86.

Shepeleva O. *Conceptual principles of formation of tourist attractiveness of enogastronomic destinations. Actual problems of innovative economy and law*. 2023. No. 4, pp. 80-86.

ОРЕЛ Володимир Миколайович, доктор економічних наук, професор, провідний науковий співробітник лабораторії економіки та маркетингу інновацій, Інститут тваринництва Національної академії аграрних наук України, <https://orcid.org/0000-0002-1609-1731>
ОРЕЛ Анна Миколаївна, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри менеджменту ЗЕДП, Національний авіаційний університет, <https://orcid.org/0000-0003-0823-3346>

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ПЕРЕХОДУ ДО ОРГАНІЧНИХ ДОБРИВ ЗА ДОПОМОГОЮ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Орел В.М., Орел А.М. Економічна ефективність переходу до органічних добрив за допомогою сучасних технологій.

Стаття присвячена вивченню економічних переваг, які виникають під час переходу до використання органічних добрив, зокрема за допомогою сучасних технологій у їх виробництві та застосуванні в сільському господарстві. Акцент зроблено на аналізі впливу новітніх технологій на економіку в контексті аграрного сектору та ринку. У статті розглянуто не лише сам процес виробництва органічних добрив, але й його вплив на фінансові показники підприємств, селекційні результати та якість сільськогосподарської продукції. Також наголошено на тому, як сучасні технології допомагають зменшити витрати на виробництво, збільшуючи водночас ефективність використання ресурсів. Вивчення цієї теми може сприяти розумінню та визначенню стратегічного значення впровадження технологій у галузі органічних добрив для досягнення економічної стійкості, зміцнення продовольчої безпеки та зниження негативного впливу на довкілля. Органічне агровиробництво в Україні лише на початковій стадії розвитку та стикається з проблемами, попри великий потенціал. Проблема становлення виникає в тому, що органічний сектор може бути дуже перспективним завдяки родючим чорноземам і стійким традиціям сільськогосподарського виробництва. Органічні виробники повинні конкурувати зі звичайними виробниками, щоб зміцнити свої позиції в органічному секторі, відстоювати свої погляди на майбутнє сільського господарства та забезпечити реалізацію цього на законному рівні. З часом органічні компанії можуть стати переважними постачальниками та встановити довгострокові ділові стосунки, які зміцнюють безпеку. Тому світовий ринок органічної продукції стрімко розвивається. Україна лише зробила перші кроки у формуванні та становленні ринку органічної продукції, який вже досить розвинений в інших країнах (особливо в ЄС). Ринок органічної продукції має багато переваг: екологічних, економічних і соціальних, тому його розвиток сьогодні має велике значення.

Ключові слова: органічне добриво, аграрний ринок, технології, продукція, агротехнології, виробництво, сільськогосподарські культури, економічна ефективність.

Постановка проблеми у загальному вигляді. У сучасному світі постає актуальна проблема ефективного використання ресурсів і збереження довкілля. Однією з основних галузей, де ця проблема є особливо актуальною, є сільське господарство. Розглядаючи перехід від традиційних хімічних добрив до органічних за допомогою сучасних технологій, можна виокремити кілька найважливіших аспектів проблеми. Використання інтенсивних хімічних добрив може спричиняти забруднення ґрунтів і водних джерел, що має негативний вплив на якість ґрунту і води, а також на здоров'я людей, які використовують ці ресурси. Перехід до органічних добрив може допомогти зменшити забруднення та зберегти природні ресурси. Органічне сільське господарство, підсилене сучасними технологіями, може бути менш вразливим до змін клімату та природних катастроф, що дозволяє забезпечити стабільніше виробництво та зменшити ризики для фермерів. З підвищенням свідомості споживачів про переваги органічної продукції може зрости попит на ці товари. Це, своєю чергою, створить нові ринки та можливості для фермерів. Наукові дослідження можуть допомогти встановити

конкретні ефекти від застосування органічних добрив на врожай та якість сільськогосподарської продукції. Виявлення оптимальних методів і доз органічних добрив за допомогою новітніх технологій сприятиме максимізації ефективності сільськогосподарського виробництва. Практичне впровадження результатів наукових досліджень є важливим етапом. Розроблення рекомендацій і створення програм підтримки може сприяти переходу фермерів до використання органічних добрив і сучасних технологій. Вивчення економічних вигод переходу до органічних добрив за допомогою сучасних технологій є багатоплановим завданням, що об'єднує науковий підхід з практичними застосуваннями для досягнення сталого та ефективного сільськогосподарського виробництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вітчизняне аграрне виробництво відіграє все більшу роль як на національному, так і на міжнародному рівні. Зростання попиту на сільськогосподарську продукцію, скорочення ресурсів для її виробництва та підвищення світових цін призвело до того, що аграрна галузь є однією з найважливіших сфер національної економіки. Сьогоднішні

перспективи розвитку галузі виходять за межі уряду. З метою зміцнення продовольчої безпеки міжнародна співпраця стає все більш важливою для розроблення планів і тактик для збільшення обсягів конкурентоздатної продукції. Такі вчені, як Ю. Данько, Н. Котвицька, О. Красноручський, М. Руденко, П. Саблука, В. Харченко, В. Щербань та ін., звернули увагу на значення та важливість органічного агровиробництва. Проте необхідно провести додаткові дослідження, щоб вивчити вплив використання органічної технології на еколого-економічні елементи сільського господарства.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета цієї статті – дослідити та обґрунтувати економічні вигоди, що впливають з переходу до використання органічних добрив, зокрема завдяки застосуванню сучасних технологій у їх виробництві та використанні в аграрному секторі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Останні десятиліття свідчать про щораз більший інтерес до органічного землеробства та використання сучасних технологій у виробництві органічних добрив. Це обумовлено прагненням до сталого розвитку сільськогосподарського сектору та покращенням якості сільськогосподарської продукції. Це дослідження спрямоване на визначення економічних вигод, що впливають з переходу до використання органічних добрив, акцентуючи увагу на застосуванні сучасних технологій у цьому процесі.

Законопроект «Про органічне виробництво», прийнятий Верховною Радою України в першому читанні, визначає органічне сільськогосподарське виробництво як виробництво за правилами, які дозволяють виробляти органічні продукти з оздоровчими властивостями, а також зберігати та відновлювати природні ресурси під час процесу виробництва. Продукти, отримані від бджільництва та рибальства, а також продукти, отримані в лісах, також входять до сфери органічного виробництва.

Методом органічного виробництва є не лише збереження довкілля, але й виробництво органічних продуктів харчування. Ці продукти можуть бути отримані шляхом перероблення на полі, під час первинного оброблення сировини або під час перероблення на підприємствах харчової промисловості відповідно до стандартів перероблення органічної продукції [1].

На думку багатьох вітчизняних і міжнародних експертів, Україна має великий потенціал для розвитку сертифікованого

органічного сільськогосподарського виробництва. Однак навіть у середині 2023 р. розвиток сектору все ще перебував на початковій стадії, а виробництво органічної сільськогосподарської продукції та органічних харчових продуктів все ще було викривленим та однобоким. Таким чином, органічне землеробство створює сприятливі можливості для підвищення продуктивності та прибутковості. Воно доступне як для великих підприємств, так і для малих фермерів. Перехід індивідуальних фермерських господарств на так звані «групові» схеми сертифікації також може зменшити витрати на одиницю площі. Для цього необхідно запровадити ухвалення програм субсидування конверсії та сертифікації сільськогосподарських виробників. Це також передбачає запровадження національних агроєкологічних програм.

Природно-кліматичні умови мають значний вплив на аграрне виробництво, оскільки вони можуть призвести до економічного ризику, втрати аграріями економічної ефективності або банкрутства. Таким чином, аграрії стикаються з проблемою мінімізації впливу економічних ризиків на фінансову діяльність підприємства та запобігання банкрутству. Зростання прибутку суб'єктів аграрного виробництва залежить від теоретичного та практичного обґрунтування методичних підходів щодо сутності економічних ризиків і їх мінімізації. Зменшення затрат може бути досягнуте через використання перероблених органічних відходів як джерело добрив. Використання власних органічних матеріалів може зменшити залежність від зовнішніх постачальників і скоротити витрати на закупівлю добрив. Використання органічних добрив може підвищити біорозмаїття ґрунту. Покращена структура та склад ґрунту сприяють збереженню води, зменшенню ерозії та підвищенню стійкості до погодних умов.

Загалом зменшення затрат і підвищення ефективності використання органічних добрив базується на інтеграції сучасних технологій, збалансованому використанні ресурсів та врахуванні природних процесів у сільському господарстві. Ці підходи сприяють сталому розвитку та виробництву здорової та екологічно чистої сільськогосподарської продукції.

Впровадження сучасних технологій у виробництво органічних добрив призводить до покращення якості та безпеки сільськогосподарської продукції. Дослідження вказують на те, що органічні добрива, отримані за допомогою сучасних технологій, можуть підвищувати вміст поживних речовин і корисних

компонентів у культурах, що призводить до збільшення цінності продукції на ринку.

Використання органічних добрив може істотно впливати на якість і безпеку сільськогосподарської продукції. Одним з вагомих аспектів, які вказують на покращення цих параметрів, є наявні ознаки добрив:

- органічні добрива виготовляють з рослинних і тваринних відходів, а також інших природних матеріалів, вони не містять синтетичних речовин, які можуть потрапляти в ґрунт і продукцію, сприяючи створенню екологічно чистого середовища;

- органічні добрива можуть містити велику кількість органічного розчинника, це поліпшує доступність поживних речовин для рослин, забезпечуючи їх ефективне засвоєння та розвиток;

- порівняно з хімічними добривами, органічні мають меншу ймовірність викликати забруднення водою, ґрунту та витоків підземних вод, вони є біорозчинними, що сприяє їхньому природному розкладанню без утворення токсичних залишків;

- органічні добрива можуть містити корисні мікроорганізми, які сприяють створенню біологічно активного ґрунту, це, своєю чергою, підвищує родючість, зменшує ризик захворювань рослин і підвищує стійкість до стресових умов;

- органічні добрива, такі як компост і перегній, можуть містити широкий спектр макро- та мікроелементів, це забезпечує рослини різноманітними поживними речовинами, сприяючи їхньому здоров'ю та оптимальному росту;

- у деяких випадках органічні добрива можуть містити біостимулятори, які покращують фізіологічні процеси у рослинах, це може позитивно впливати на формування якісної та безпечної продукції;

- використання органічних добрив також може включати системи трекінгу та відстеження, що дозволяє виробникам і споживачам впевнитися в якості та походженні використовуваних матеріалів.

Використання органічних добрив у сільському господарстві може ефективно покращити якість і безпеку продукції. Це дозволяє виробникам відповідати сучасним стандартам здорової їжі, сприяти сталому розвитку та створювати безпечні умови для довкілля.

Ефективне використання сучасних технологій у виробництві органічних добрив сприяє стимулюванню інновацій в аграрному секторі. Розвиток новітніх агротехнологій, автоматизація процесів і впровадження

цифрових рішень піднімають рівень конкурентоспроможності галузі та сприяють сталому розвитку сільського господарства [3].

Впровадження інновацій у галузь виробництва органічних добрив сприяє розвитку сталого та високоефективного сільськогосподарського сектору. Фінансування досліджень і розробок у сфері органічних добрив сприяє впровадженню новітніх технологій. Дослідження забезпечують наукову базу для розроблення нових формул, методів виробництва та покращення якості добрив. Впровадження сучасних технологій, таких як системи точного землеробства, автоматизовані процеси виробництва та використання даних для прийняття рішень, дозволяє підвищити ефективність виробництва та знизити вплив на довкілля. Розвиток галузі органічних добрив пов'язаний із зростанням свідомості щодо екологічної відповідальності. Виробники та споживачі все більше цінують продукцію, яка не має негативного впливу.

Дослідження фінансових аспектів переходу до використання органічних добрив і сучасних технологій свідчать про позитивний вплив на фінансові показники сільськогосподарських підприємств. Зменшення витрат і підвищення ефективності призводять до покращення прибутковості господарства та його стійкості до зовнішніх впливів.

Фінансові показники сільськогосподарських підприємств, які займаються виробництвом органічних добрив, можуть варіюватися залежно від багатьох факторів, таких як ринкові умови, витрати на виробництво, ефективність управління та інші. Ось деякі з основних фінансових показників, які можуть бути важливими під час аналізу діяльності таких підприємств:

1. Валовий дохід (виручка) – це загальна сума грошей, яку підприємство отримало від продажу своїх товарів чи послуг. Для сільськогосподарського підприємства органічних добрив це буде сума від продажу цих добрив.

2. Валовий прибуток – це різниця між виручкою та витратами на виробництво. Він вказує на ефективність виробництва та може служити показником прибутковості підприємства.

3. Чистий прибуток – це прибуток, отриманий після врахування всіх витрат, включаючи податки та інші обов'язкові витрати. Чистий прибуток є важливим показником фінансової стійкості підприємства.

4. Обіговість активів – цей показник вказує на те, наскільки ефективно використовують активи підприємства для генерації

виручки. Висока обіговість активів може свідчити про ефективне управління ресурсами.

5. Рентабельність активів – цей показник вказує на те, яка частина виручки перетворюється в прибуток. Висока рентабельність активів є позитивним сигналом для інвесторів.

6. Заборгованість і кредиторська заборгованість – рівень заборгованості та строк оплати кредиторам може впливати на фінансову стабільність підприємства.

7. Обсяг виробництва – кількість органічних добрив, яку підприємство виробляє, також є важливим показником його ефективності та ринкової активності.

Ці показники можуть бути використані для оцінювання фінансового стану сільськогосподарського підприємства, а також для прийняття рішень щодо подальшого розвитку та управління. Багато досліджень зосереджуються на визначенні економічних вигод від використання сучасних технологій у виробництві органічних добрив. Це включає в себе автоматизацію процесів, оптимізацію витрат на енергію та зрошення, а також впровадження точного землеробства. Органічні добрива, застосовані за допомогою сучасних технологій, можуть позитивно впливати на якість та безпеку продукції. Дослідження оцінюють вміст поживних речовин, вітамінів та інших корисних компонентів у сільськогосподарській продукції.

У деяких наукових працях досліджують, як впровадження органічних добрив і сучасних технологій сприяє розвитку новітніх агротехнологій та інновацій в аграрному секторі. Аспекти сталості господарства також є предметом досліджень, особливо в контексті збереження ґрунтів, зменшення викидів і підвищення стійкості до змін клімату [5].

Для отримання найновіших і конкретних даних щодо економічних вигод переходу до органічних добрив за допомогою сучасних технологій рекомендується перевіряти актуальні наукові журнали, бази даних і дослідницькі організації, такі як Інститут органічного землеробства чи аграрні університети.

Наведені вище результати показують, що система застосовуваних агротехнологій не може суттєво підвищити врожайність без додаткового навантаження на ґрунт, і що екологічні агротехнології повинні бути пріоритетними на державному рівні. Усвідомлення важливості використання природних

компонентів під час вирощування та виробництва сільськогосподарських культур і продуктів харчування призвело до зростання інтересу до органічного агровиробництва, яке базується на біодинамічному землеробстві [7]. Органічне агровиробництво, як і біодинамічне землеробство, базується на боротьбі зі шкідниками з використанням природних речовин.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Перехід до використання органічних добрив за допомогою сучасних технологій може призвести до значної економічної ефективності для аграрного ринку і суспільства загалом. Використання органічних добрив сприяє поліпшенню структури ґрунту, збільшує його вологозберігальні властивості та стимулює біологічну активність. Це призводить до підвищення врожайності та якості сільськогосподарської продукції, що може мати прямий позитивний вплив на економіку через збільшення обсягів продажу та ціни за продукцію. Використання органічних добрив сприяє зменшенню використання хімічних речовин, що часто є вартісними та мають негативний вплив на довкілля. Зменшення витрат на хімічні добрива може сприяти економії грошей для фермерів і зменшенню негативного впливу на ґрунт, воду та повітря. Зросла свідомість споживачів щодо користі органічної продукції, що може створити нові ринки для сільськогосподарської продукції. Фермери, які виробляють органічні продукти, можуть отримати премії за якість своєї продукції, що стимулює їхню прибутковість. Органічне сільське господарство часто демонструє більшу стійкість до екстремальних погодних умов, які можуть бути результатом змін клімату. Це може допомогти фермерам зменшити ризики та зберегти врожаї, що має безпосередній вплив на їхні доходи. Використання органічних добрив сприяє збереженню біорізноманіття та зменшенню негативного впливу на екосистеми. Це може мати додатковий економічний ефект у довгостроковій перспективі, оскільки збереження екосистем підтримує стабільність і продуктивність.

Отже, перехід до використання органічних добрив за допомогою сучасних технологій може призвести до покращення виробництва, зменшення витрат і створення нових ринків, що сприятиме розвитку сталої та прибуткової сільськогосподарської системи.

Список літератури.

1. *Господаренко Г.М.* Агрохімія. Київ: ТОВ «СІК ГРУП УКРАЇНА», 2015. 476 с.

2. Марчук І.У., Макаренко В.М., Розстальний В.Є. Добрива та їх використання: довідник. Київ: Арістей, 2010. С. 187-257.
3. Коць С.Я., Петерсон Н.В. Мінеральні елементи і добрива в живленні рослин. Київ: Логос, 2005. 150 с.
4. Милованов Є.В. Правові засади регулювання органічного виробництва в країнах ЄС. *Економіка АПК*. 2018. №5. С. 117-125.
5. Антоненко С.С., Антоненко А.С., Писаренко В.М. Органічне землеробство: з досвіду ПП «Агроекологія» Шишацького району Полтавської області. Полтава, 2010. 198 с.
6. Сімахіна Г.О., Українець А.І. Інноваційні технології та продукти. Оздоровче харчування: навч. посіб. Київ: НУХТ, 2010. 294 с.
7. Каленська С.М., Шевчук О.Я., Дмитришак М.Я. Рослинництво. Київ, 2005. 502 с.
8. Шевчук М.Й., Веремеєнко С.І., Лопушняк В.І. Агрохімія. Луцьк: Надстир'я, 2013. 632 с.

References:

1. *Hospodarenko, H.M.* (2015). *Ahrokhimiia*. [Agrochemistry]. TOV «SIK HRUP UKRAYNA». Kyiv. Ukraine.
2. *Marchuk, I.U., Makarenko, V.M., Rozstal'nyj V.Ye.* (2010). *Dobryva ta ikh vykorystannia*. [Fertilizers and their use]. Aristej. Kyiv. Ukraine.
3. *Kots', S.Ya., Peterson, N.V.* (2005). *Mineral'ni elementy i dobryva v zhyolenni roslyn*. [Mineral elements and fertilizers in plant nutrition]. Lohos. Kyiv. Ukraine.
4. *Mylovanov, Ye.V.* (2018). «Legal principles of regulation of organic production in EU countries». *Ekonomika APK*. №5. pp. 117-125.
5. *Antonets', S.S., Antonets', A.S., Pysarenko, V.M.* (2010). *Orhanichne zemlerobstvo: z dosvidu PP «Ahroekolohiia» Shyshats'koho rajonu Poltavs'koi oblasti*. [Organic farming: from the experience of PE "Agroe-kologiya" of Shishatsky district of Poltava region]. Poltava. Ukraine.
6. *Simakhina, H.O., Ukrainets', A.I.* (2010). *Innovatsijni tekhnolohii ta produkty. Ozdorovche kharchuvannia*. [Innovative technologies and products]. NUKhT. Kyiv. Ukraine.
7. *Kalens'ka, S.M., Shevchuk, O.Ya., Dmytryshak, M.Ya.* (2005). *Roslynnystvo*. [Plant growing]. Kyiv. Ukraine.
8. *Shevchuk, M.J., Veremeienko, S.I., Lopushniak, V.I.* (2013). *Ahrokhimiia. Nadstyr'ia*. [Agrochemistry]. Luts'k. Ukraine.

Abstract

Orel V., Orel A. *Economic efficiency of the transition to organic fertilizers with the help of modern technologies.*

This topic is devoted to the study of the economic advantages that arise when switching to the use of organic fertilizers, with the help of modern technologies in their production and application in agriculture. Emphasis is placed on the analysis of the impact of the latest technologies on the economy in the context of the agricultural sector. The article examines not only the process of production of organic fertilizers, but also its impact on the financial performance of enterprises, selection results and the quality of agricultural products. Attention is also drawn to how modern technologies help reduce production costs, while increasing the efficiency of resource use. The study of this topic can contribute to the understanding and determination of the strategic importance of the implementation of technologies in the field of organic fertilizers to achieve economic sustainability, ensure food security and reduce the negative impact on the environment. Organic agricultural production in Ukraine is only at the initial stage of development and faces problems, despite the great potential of opportunities. The problem of formation arises from the fact that the organic sector can be very promising thanks to the fertile black earth grounds and sustainable traditions of agricultural production. Organic producers must compete with conventional producers to strengthen their position in the organic sector, defend their views on the future of agriculture and ensure that it is implemented at a legal level. Over time, organic companies can become preferred suppliers and establish long-term business relationships that provide security. Therefore, the world market of organic products is developing rapidly. Ukraine has only taken the first steps in the formation and formation of the market for organic products, which is already quite developed in other countries (especially in the EU). For this reason, the market for organic products has many advantages, such as environmental, economic, and social advantages inherent in this field of activity, and therefore the development of this market is of great importance today.

Keywords: organic fertilizer, agricultural market, technologies, products, agricultural technologies, production, agricultural crops, economic efficiency.

Стаття надійшла до редакції 12.12.2023 р.

Бібліографічний опис статті:

Orel V.M., Orel A.M. Економічна ефективність переходу до органічних добрив за допомогою сучасних технологій. Актуальні проблеми інноваційної економіки та права. 2023. № 4. С. 87-91.

Orel V., Orel A. *Economic efficiency of the transition to organic fertilizers with the help of modern technologies. Actual problems of innovative economy and law.* 2023. No. 4, pp. 87-91.

