

2. Аналітичні звіти Rebuild. URL: <https://rebuildua.net/zvity>.
3. Встояти під час війни: як працюють готелі України. URL: <https://commercialproperty.ua/analitics/vstoyati-pid-chas-viyni-yak-pratsyuuyut-goteli-ukraini/>.

**О. А. Юркевич, Д. Р. Мозгова**  
*Сумський державний педагогічний університет  
імені А. С. Макаренка*  
**В. В. Жерновий**  
*Ресторан «KILOGRAM sushi project», м. Чернігів*

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННИХ ЗАКЛАДІВ УКРАЇНСЬКОЇ КУХНІ В СИСТЕМІ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО БРЕНДИНГУ**

*Україна, як країна з величезним культурним потенціалом, має всі передумови для створення сильного національного туристичного бренду. Одним із ключових елементів цього бренду можуть стати ресторани української кухні. У роботі досліджуються перспективи розвитку ресторанних закладів української кухні в системі національного туристичного брендингу. У статті розглядається потенціал української кухні як основного культурного облікового запису країни та його вплив на привабливість України для туристів. Автором проаналізовано сучасні тенденції у гастрономічній індустрії та їх вплив на розвиток ресторанного бізнесу, зокрема, зростання популярності локальних і автентичних продуктів. Особлива увага приділена стратегіям маркетингу та продажу, спрямованим на просування ресторанів української кухні як ключового компонента національного туристичного бренду.*

**Ключові слова:** *туризм, українська кухня, національний туристичний брендинг, ресторанне господарство.*

*Ukraine, as a country with a huge cultural potential, has all the prerequisites for creating a strong national tourism brand. One of the key elements of this brand can be restaurants of Ukrainian cuisine. The work examines the prospects for the development of restaurants of Ukrainian cuisine in the system of national tourism branding. The article considers the potential of Ukrainian cuisine as the main cultural account of the country and its impact on the attractiveness of Ukraine for tourists. The author analyzed modern trends in the gastronomic industry and their impact on the development of the restaurant business, in particular, the growing popularity of local and authentic products. Special attention is paid to marketing and sales strategies aimed at promoting Ukrainian cuisine restaurants as a key component of the national tourism brand.*

**Keywords:** *tourism, Ukrainian cuisine, national tourism branding, restaurant business.*

Розвиток ресторанних закладів української кухні в системі національного туристичного брендингу включають ряд важливих аспектів, що сприяють привабливості України для міжнародних туристів та зміцненню національного іміджу.

**Мета роботи** – дослідити перспективи та умови розвитку ресторанів української кухні в системі національного туристичного брендингу.

**Виклад основного матеріалу.** Одним із ключових аспектів зростання туристичної атрактивності регіону є підвищення його автентичності – ресторани української кухні можуть стати амбасадорами культури та традицій України для іноземних туристів. Збереження та підтримка автентичного смаку та атмосфери ресторанів сприятиме привабливості країни як туристичного напрямку. Інноваційність у меню та обслуговуванні, впровадження сучасних гастрономічних тенденцій у ресторанній сфері сприятиме привертанню уваги та задоволенню потреб сучасних туристів [1].

Маркетинг та просування в свою чергу відповідають за ефективні маркетингові стратегії, спрямовані на підвищення обізнаності про українську кухню як унікального аспекту місцевої культури, допоможуть привернути увагу та збільшити потік туристів до ресторанів. Інвестиції в розвиток ресторанної інфраструктури, вдосконалення сервісу та підвищення якості обслуговування сприятимуть задоволенню потреб навіть найвибагливіших туристів [2].

Співпраця з іншими галузями теж відіграє велику роль в розвитку української кухні в системі національного туристичного брендингу, а саме з готелями, туроператорами, місцевими турагентствами та іншими турпідприємствами. Така взаємодія стає ключовим чинником у просуванні ресторанів української кухні та забезпеченні повноцінного туристичного досвіду. Загалом розвиток ресторанного бізнесу, спрямованого на просування української кухні, у системі національного туристичного брендингу має значний потенціал для залучення більшої кількості туристів, підвищення престижу країни та розвитку гастрономічного сегменту туризму [3].

В контексті останніх світових тенденцій на міжнародному туристичному ринку виникає поняття гастрономічного брендингу як інноваційної технології просування туристичних дестинацій. Згідно статистичних даних близько 30 – 40% всіх туристичних витрат припадає на вживання їжі під час подорожі, а в деяких випадках кулінарна складова подорожі має вирішальну роль у побудові туристичного маршруту. Наявність гастрономічного бренду додає території додаткової популярності на зовнішніх ринках для туристів, що прагнуть отримати автентичну інформацію та повномірні враження про туристський центр. Брендіві продукти стають невід’ємною частиною іміджу конкретної місцевості (яскравий приклад, сумський борщ, полтавські галушки, львівський сирник тощо). Кожна туристична дестинація має свої відмінні риси, які можна піднести до рівня визначних пам’яток конкретного регіону [4].

**Висновки.** Перспективи розвитку ресторанних закладів української кухні в системі національного туристичного брендингу свідчать про значний потенціал цієї галузі для приваблення іноземних туристів в Україну. Українська кухня поки що не здобула поширення в системі національного туристичного брендингу, оскільки не існує концептуальних програм розвитку даного питання для підвищення туристичної привабливості регіонів, але існує низка історично сформованих та стабільних брендів, які потребують подальшого розвитку та зміцнення на туристичному ринку.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Перспективи розвитку гастротуризму України. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. №17. URL: <https://periodicals.karazin.ua/irtb/article/view/22047/20417> (дата звернення 19.03.2024)
2. Закон України «Про туризм» №324/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр#Text> (дата звернення 19.03.2024)
3. Методичні аспекти туристичного брендингу територій. *Перспективи розвитку економіки та управління в умовах кризи*: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції Східноєвропейського центру наукових досліджень. URL: [http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/9052/1/2020%20-%20%D1%82%D0%B5%D0%B7%D0%B8%20%D0%93%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%20\(%D0%9E%D0%B4%D0%B5%D1%81%D0%B0\)%20%D0%A1.%2073-76.pdf](http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/9052/1/2020%20-%20%D1%82%D0%B5%D0%B7%D0%B8%20%D0%93%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%20(%D0%9E%D0%B4%D0%B5%D1%81%D0%B0)%20%D0%A1.%2073-76.pdf) (дата звернення 19.03.2024)
4. Сучасний стан та перспективи розвитку готельного бізнесу в Україні. *Стратегії інноваційного розвитку туризму та готельно-ресторанної справи: проблеми та перспективи*. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/05/22.-strategiyi-innovatsijnogo-rozvytku-turyzmu-ta-gotelno-restorannoyi-spravy-problemy-ta-perspektyvy.pdf> (дата звернення 19.03.2024)»