

УДК 338.486

Ю.Є. ДАЩУК

Луцький національний технічний університет

**ВПЛИВ ГЕОГРАФІЧНИХ ЗАЗНАЧЕНЬ НА РОЗВИТОК ГАСТРОНОМІЧНОГО
ТУРИЗМУ РЕГІОНУ**

Y. DASHCHUK

Lutsk National Technical University

**THE INFLUENCE OF GEOGRAPHICAL SPECIFICATIONS ON THE DEVELOPMENT
OF GASTRONOMIC TOURISM IN THE REGION**

<https://doi.org/10.36910/6775-2310-5283-2022-16-7>

Мета. Метою дослідження є розробка теоретико-методологічних засад, науково-методичних і практичних рекомендацій щодо впливу географічних зазначень на розвиток гастрономічного туризму регіону.

Методика. Використано комплексний методологічний підхід, що базується на застосуванні таких методів дослідження: узагальнення та систематизації (для визначення сутності географічних зазначень); розрахунково-аналітичні (для аналізу умов реєстрації географічних зазначень); процесний підхід (для розробки нових гастрономічних туристичних маршрутів); програмно-цільовий підхід (для алгоритму формування гастрономічних туристичних маршрутів); табличні методи (для унаочнення матеріалу).

Результати. В дослідженні проведено комплексний аналіз змісту дефініції «географічне зазначення», визначено основні проблеми реєстрації географічних зазначень в Україні та успішні кейси використання цього інструменту для розвитку гастрономічного туризму регіону. В дослідженні широко використано досвід Європи щодо ефективного впровадження географічних зазначень в регіонах України. Для досягнення поставленої мети в процесі дослідження були розкриті наступні завдання:

- розглянуто сутність, види та особливості географічних зазначень;
- проаналізовано стан та проблеми реєстрації географічних зазначень в Україні;
- розкрито зміст еногастрономічних туристичних маршрутів та їх важливість для розвитку економіки держави;
- проведено SWOT-аналіз розвитку еногастрономічних туристичних маршрутів в Україні;
- запропоновано модель формування еногастрономічних туристичних маршрутів на базі системи географічних зазначень.

Наукова новизна. Виокремлено основні етапи реєстрації географічних зазначень в Україні, систематизовано перспективні напрямки і регіони, які можуть використати географічні зазначення для розвитку гастрономічного туризму, представлено особливості географічних зазначень як засобу індивідуалізації суб'єктів гастрономічного туризму.

Практична значимість. Дослідження впливу географічних зазначень на розвиток гастрономічного туризму регіону сприяє посиленню стандартизації та сертифікації продуктів гастрономічного туризму дозволяють убезпечити споживачів туристичних послуг від підробки туристичних продуктів й посилення конкуренції регіонів в державі та на міжнародному туристичному ринку. дозволяє поєднати національну історію та культуру, традиції

виробництва місцевих страв та напоїв, представити їх як комплексний туристичний продукт регіону.

Ключові слова. географічні зазначення, гастрономічний туризм, регіон, туристичний маршрут

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. В сучасному світі зростає популярність туризму, що пов'язано, в першу чергу, з необхідністю відновлення фізичних та моральних сил людини, а також пошуком нових сенсів, відчуттів та задоволення індивідуальних споживчих потреб. Більшість регіонів України мають високий туристсько-рекреаційний потенціал для розвитку гастрономічного туризму на базі системи географічних зазначень. Проблема в даному контексті полягає в хаотичній його тенденції, в низькій співпраці суб'єктів туристичної діяльності, низького рівня якості сфери послуг. Так, існує нагальна потреба формування механізмів координації суб'єктів господарювання, шляхом формування спільних маршрутів, що забезпечить взаємну допомогу, підтримку та взаємодію учасників ринку гастрономічної сфери й туристичної галузі, що в результаті дозволить посилити якість туристичної пропозиції та сформувати привабливі туристичні дестинації в регіонах країни.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. В Україні питанню географічних зазначень та їх ролі у розвитку гастрономічного туризму присвячені праці: Андрощука Г. О. [1], Архипової М.І. [2], Афіяна А. [3], Басюк Д. І. [4], Бошицького Ю. Л. [5], Капіци Ю.М. [6], Крисанова Д. [7], Ковешнікова В. С. [8], Комарніцького І. О. [9], Маслова Е. С. [10], Ярошевської Т.В [11] та інших. Проте питання всебічного з'ясування особливостей використання системи географічних зазначень для формування гастрономічних туристичних маршрутів у науковій площині системно не досліджено та потребує детального вивчення.

Цілі статті. Розробка теоретико-методологічних засад, науково-методичних і практичних рекомендацій щодо використання системи географічних зазначень для розвитку гастрономічного туризму й підвищення конкурентоспроможності індустрії гостинності регіону

Об'єктом дослідження виступає процес використання системи географічних зазначень для розвитку гастрономічного туризму

Методи дослідження. У ході проведення даного наукового дослідження було використано не лише загальнонаукові, але й спеціальні методи, серед

яких: аналіз, синтез, порівняння., а також узагальнення та систематизації (для визначення сутності географічних зазначень); розрахунково-аналітичні (для аналізу умов реєстрації географічних зазначень); процесний підхід (для розробки нових туристичних маршрутів); табличні методи (для унаочнення матеріалу).

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.

Після підписання та ратифікації Україною угоди про Асоціацію з ЄС для багатьох вітчизняних товаровиробників відкрилися нові ринки збуту продукції, можливість обміну досвідом та доступ до якісного нового рівня партнерства як у галузі виробництва, так і в сфері послуг, в тому числі туристичних. Зазначена угода дозволяє Україні запропонувати європейському споживачу унікальні товари, виготовлені за традиційними українськими технологіями, високої споживчої цінності та якості. Поряд з цим, досить складним питанням є завоювання довіри європейських споживачів та їх мотивація купувати саме українські продукти. Використання класичних маркетингових заходів, у цьому випадку, є не зовсім ефективним, необхідні нові, більш якісні стимули, які дозволять підкреслити унікальність товарів, їх конкурентоспроможність та якість. У цьому контексті найбільш вагомим інструментом, який сприяє формуванню ринкового авторитету і автентичності товару окремої країни й захищає його унікальність є географічні зазначення. Вони не лише ідентифікують зв'язок між продуктом та його конкретним місцем походження, але й виступають генератором численних туристичних потоків. Так, розкручені гастрономічні бренди та регіони, зокрема Прованс, Тоскана, Грузія, парміджано, коньяк, сир фета, хамон, китайський чай, узбецький плов, сформувалися як туристичні дестинації, в першу чергу, за рахунок власних зареєстрованих географічних зазначень. Варто зауважити, що сучасні туристичні маршрути дедалі частіше включають відвідування виробників локальної традиційної продукції (сироварні, виноробні, ферми тощо), які готові відкрити свої підприємства для відвідування туристами.

Географічні зазначення виступають своєрідним національним надбанням кожної країни, яке: інформує споживача про походження сировини, місце та технологічний спосіб та особливості виробництва продукції; виокремлює даний вид продукції, з певними параметрами якості, серед однорідних товарів-конкурентів. Варто зазначити, що відповідно до угоди про Асоціацію з ЄС наша держава зобов'язана внести певні зміни та корективи в українське законодавство для належного співставлення його із європейським з метою

забезпечення правової охорони для європейських географічних зазначень та проведення дзеркальних заходів для українських географічних зазначень на ринку ЄС. Попередній перехідний період, в рамках якого виробникам, дозволено використовувати назву європейських географічних зазначень, для окремих видів харчових продуктів, серед яких: сир фета, пармезан, рокфор, закінчується 31 грудня 2022 р, для продуктів, які формують винну асортиментну карту 01 січня 2026 р.

Загалом, географічні зазначення вперше були представлені широкому колу зацікавлених сторін в кінці XIX століття, а перша заявка зареєстрована у Франції на початку XX століття [12]. Автори у своїх працях найчастіше розглядають географічні зазначення (ГЗ) з точки зору права інтелектуальної власності, проте використання їх для розвитку еногастрономічних туристичних маршрутів є не менш важливим та необхідним в умовах сьогодення і потребує, аніж погляд, додаткового наукового обґрунтування.

Зазначимо, що географічні зазначення – це механізм захисту товарів від недобросовісної конкуренції та хороший захід просування товарів на ринках [7]. Географічне зазначення вказує на кліматичні особливості, традиційні методи виробництва товару, унікальну місцевість його походження та базові характеристики якості. У сучасному світі ГЗ розглядаються на державному та міжнародному рівні, а також:

- формують основні ціннісні характеристики товарів;
- сигналізують зв'язок між продуктом та його конкретним місцем походження;
- засвідчують унікальні методи виробництва продуктів та їх відмінну якість;
- формують своєрідний ринковий авторитет і автентичність товару й країни або регіону його походження;
- впливають на формування репутації країни на міжнародній економічній й туристичній арені.

Географічним зазначенням найчастіше, у практичній діяльності, захищають напої, харчові продукти, тобто товари, призначені для споживання. Найбільш відомими серед них у світі є:

- сири («chedder» (Великобританія), «фета», «халлумі» (Греція), «пармезан» (Італія);
- спиртні напої («шампанське», «коньяк» (Франція), «портвейн» (Португалія);

- безалкогольні напої («капучино», «латте» (Італія);
- м'ясні продукти («мисливські ковбаски» (Польща), «салями» (Італія), «шпикачки» (Чехія) та ін.

Більше половини ГЗ ЄС складають вина та інші спиртні напої, дещо рідше зустрічаються сири. Серед інших продуктів мед з Португалії, Греції, Франції, Люксембургу, Іспанії, Італії, Польщі (близько 20 ГЗ). У ЄС також захищені декілька ГЗ вишні (Греція, Португалія, Італія, Іспанія).

Географічні зазначення допомогли здобути світову славу та популярність усім вищезазначеним продуктам. Україна також має перспективи для реєстрації вітчизняних географічних зазначень, адже потужна аграрна спрямованість країни формує передумови для представлення якісних та унікальних продуктів харчування. Проте досі процес реєстрації ГЗ в Україні не набув широкого застосування, незважаючи на необхідність виконання умов Угоди про асоціацію. Так, кількість українських ГЗ на момент приєднання до Угоди про асоціацію становила 42 одиниці, з них походженням з України – 14 одиниць, з яких лише 2, зокрема вина «Сонячна долина» та «Новий світ», захищені в ЄС. Натомість число ГЗ ЄС, які захищені в Україні становить 3068 одиниць [13].

Для активізації процесу реєстрації ГЗ в Україні діє проект «Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні», що фінансується ЄС. Головною метою проекту є формування дієвої системи географічних зазначень в Україні, яка відповідатиме параметрам Угоди про асоціацію. В рамках проекту передбачено запровадження різноманітних механізмів співпраці між виробниками, туроператорами, державними установами, об'єднаннями споживачів, бізнес асоціаціями та усіма зацікавленими сторонами, які мають на меті вдосконалити українську систему географічних зазначень.

Варто зазначити, що одним із перших кроків для активізації процесу реєстрації ГЗ є необхідність приведення українського законодавства у відповідність європейському. Мова йде про чотири основні закони в цій сфері: загальний документ про географічні зазначення, а також три секторальні: про вино, алкогольні напої і харчових продуктах. Профільне Міністерство представило відповідний проект законопроекту до Верховної Ради, проте процес розгляду затримується. Тим часом інші документи безпосередньо залежать саме від прийняття основного закону.

Дані зміни в законодавстві мають забезпечити введення в Україні категорійного апарату еквівалентного європейському в частині визначення спиртних напоїв, вимог щодо якості сільськогосподарської та харчової

продукції. Відтак, буде усунуто формальні перешкоди для доступу до європейського ринку української продукції із використанням наявних торговельних преференцій. Крім того, українські товари автоматично перейдуть на рівень більш якісних і дорогих товарів, адже для використання географічного зазначення, щодо товару необхідне суворе дотримання певної схеми виробництва, ретельний добір сировини, контроль якості на всіх етапах виробництва [13].

Незважаючи на недосконалість законодавчої бази, Україна все таки здійснює перші кроки на шляху до реєстрації ГЗ. Поряд із цим існує ряд специфічних особливостей, які регламентують власне порядок реєстрації ГЗ. Представимо їх короткий аналіз, шляхом висвітлення основних етапів процесу реєстрації ГЗ в Україні.

Основні етапи процесу реєстрації ГЗ в Україні:

1. Визначення заявника. В Україні заявником має виступати об'єднання осіб, які працюють з одним і тим же продуктом. Найбільш ефективним шляхом формування подібних об'єднань є створення асоціацій виробників.

2. Аналіз потенціалу для реєстрації. Даний етап передбачає аналіз можливостей розвитку потенційного ГЗ й має на мені прийняття остаточного рішення про початок процедури реєстрації ГЗ та збір пакету документів.

3. Підготовка опису (специфікації) продукту із ГЗ. Специфікація повинна містити назву продукту, опис етапів виробництва, визначення зони виробництва, опис особливих властивостей продукту та їх зумовленість природно-кліматичними умовами, зв'язок продукту з традиціями виробництва даної місцевості, згадки в публікаціях, архівних документах, фото, що підтверджують позитивну репутацію продукту.

4. Отримання висновків від Міністерства аграрної політики та продовольства України та Держгеокадастру. Згідно розпорядження Кабінету Міністрів України від 23.04.2001 р. № 149 зазначене Міністерство є профільним у питаннях, що стосуються якості, особливих характеристик та властивостей товарів сільськогосподарського виробництва відносно яких має здійснюватися реєстрація ГЗ. У висновку Міністерство перевіряє зв'язок між місцем походження товару та його особливостями, а Держгеокадастр – межі географічного місця.

5. Подання заявки на реєстрацію ГЗ до Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. Заявка повинна містити ГЗ та вказівку товару,

назву та адресу заявника, опис (специфікацію) продукту із висновками установ вказаних у п. 4.

6. Процедура заперечення. Протягом шести місяців з дати публікації заявки зацікавлені фізичні та юридичні особи можуть подати заперечення проти реєстрації ГЗ. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України перевіряє прийнятність заперечення.

7. Реєстрація ГЗ. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України приймає рішення щодо реєстрації назви, публікує інформацію в офіційному бюлетені «Промислова власність» та вносить назву ГЗ до Державного реєстру.

Зазначена процедура реєстрації є обов'язковою для усіх ГЗ України. Поряд з цим, для того, щоб представляти свою продукцію на світовому ринку й захистити право її походження необхідним є проведення реєстрації ГЗ України й у відповідних інституціях Європейського Союзу. Нині в ЄС використовуються такі типи зазначень: [7] PDO (Protected Designation of Origin) – визначає регіон виробництва і характеристику продукції, фактори, що впливають на її виробництво; PGI (Protected Geographical Indication) – визначає регіон виробництва продукції та допускає її виробництво в окремих регіонах за умови використання технології та сировини з традиційного місця походження; TSG (Traditional Specialities Guaranteed) – характеризує традиції та технології виробництва, а також регіон виробництва продукції, її рецептуру. Їх візуалізація представлена на рис. 1



Рис. 1. Типи зазначень у ЄС

У Європейській базі даних зареєстрованих PDO, PGI та TSG продуктів (DOOR) нині знаходиться 1665 найменувань різних продуктів, з них 327 найменувань належать Італії, 291 – Франції, 228 – Іспанії. Наші сусіди по західних кордонах теж розпочали таку діяльність. Так, Польща має 47 захищених найменувань, Угорщина – 31, Словаччина – 20, Румунія – 10 [14].

Якщо говорити про попередній досвід створенні ГЗ в Україні, то більшість з них реєструвалися, як бренди окремих компаній, часто без ідентифікації місця

походження. Реалії сьогодення відкривають нові перспективи для реєстрації вітчизняних ГЗ, що зумовлено, в першу чергу, функціонуванням численних асоціацій виробників окремих груп товарів у регіонах України. При цьому кожна із асоціацій працює над розробкою власного ГЗ, що дозволить презентувати Україну світові. Систематизована інформація щодо українських асоціацій та їх перспективних назв ГЗ представлена в таблиці 1.

Представлені ГЗ мають усі передумови для виходу на міжнародний ринок, адже їх реєстрацію передбачено здійснювати згідно типів зазначень ЄС, зокрема: два PDO для сирів (гуцульської овечої бринзи та гуцульської коров'ячої бринзи), два PDO для фруктів і овочів (херсонський кавун і мелітопольська черешня), два PGI і два PDO для вин, одне – для алкогольного напою, а також PGI для меду [15].

Таблиця 1. Перспективні назви ГЗ України та асоціації, що їх популяризують

№ п/п	Назва асоціації	Регіон	Назва географічного зазначення, яке планується зареєструвати
1	Асоціація виробників традиційних карпатських високогірних сирів.	Закарпатська область	Гуцульська овеча бринза
2	Асоціація карпатських ватагів	Закарпатська область	Гуцульська коров'яча бринза
3	Асоціації виробників херсонського кавуна	Херсонська область	Херсонський кавун
4	Асоціація виноградарів та виноробів «Придунайська Бессарабія»	Одеська область	Вино Шабський, Ялпуг
5	Союз виноградарів і виноробів Закарпаття	Закарпатська область	Закарпатські вина
6	Асоціація виробників мелітопольської черешні	Запорізька область	Мелітопольська черешня
7	Асоціація виноградарів та виробників вина «Тарутине-Теруар»	Одеська область	Вино Тарутине-Теруар

*сформовано автором

Досвід Європи показує, що більшість ГЗ застосовуються щодо винних напоїв. Україна, в даному контексті, не є виключенням й має ряд перспективних територій для реєстрації нових ГЗ саме вина. Загалом впровадження географічних зазначень в сегменті виноробства та виробництва локальних продуктів на території України дозволить ввести систему контролю якості продукції та слугуватиме інструментом для популяризації регіону та

формування його позитивного іміджу. Для забезпечення високого рівня якості продукції з географічним зазначенням застосовується декілька рівні контролю, зокрема: контроль безпосередньо виробника продукції; перевірка якості на рівні об'єднання виробників (асоціації) та незалежне оцінювання іншого, зовнішнього суб'єкта господарювання, яким найчастіше може виступати державний або приватний контролюючий органу. Запропонований механізм контролю якості є обов'язком для усіх виробників, які хочуть використовувати географічне зазначення, що дозволяє гарантувати споживачам найвищу якість традиційних українських продуктів.

Однак, сама реєстрація ГЗ є лише першим кроком на шляху до визнання тієї чи іншої страви, вина потенційними споживачами. Для системної популяризації продуктів, які мають ГЗ у Європі використовують так звані еногастрономічні маршрути. Мова йде про цікаві та атрактивні маршрути, які включають кулінарну спадщину конкретного регіону чи території й об'єднуються у «Дороги Вина та Смаку», «Дороги Смаку», «Дороги Вина». Таким чином, турист має можливість познайомитися з унікальними, автентичними дестинаціями, відвідати виноробні, продегустувати місцеві продукти з традиційної кухні, побувати на виробництвах.

Загалом, гастрономічні туристичні маршрути сприяють комплексному розвитку територій через:

- підтримку виробників ГЗ та їх унікальних продуктів;
- збереження та популяризація гастрономічної та культурної спадщини місцевих спільнот;
- Комплексний та системний розвиток агровиробництв й туризму;
- розширення можливостей економічної діяльності у сільській місцевості й залучення додаткових інвестиційних фінансових ресурсів від туристів та інвесторів.

Варто зазначити, що еногастрономічні маршрути сприяють популяризації унікальної української кухні та підкреслюють гастрономічну спадщину регіонів України. Це, в свою чергу, посилює позитивний іміджу туристичних дестинацій та їх гастрономічних брендів. З іншого боку дозволяє потенційним учасникам (представники туристичного бізнесу, громадські організації, асоціації, виробники локальної продукції, місцева влада) разом сформувати унікальний гастрономічний туристичний продукт. Останній передбачатиме створення гастрономічних дестинацій, окремих локацій та конкретних маршрутів, їх стандартизацію, формування ефективного механізму взаємодії громадськості,

бізнесу та влади. Поряд з цим на кожного із учасників покладається відповідальність, щодо дотримання стандартів якості надання туристичних послуг та забезпечення харчової безпеки туристів. З іншого боку більшість суб'єктів гастрономії сьогодні розвиваються стихійно і не завжди легально, тому формування таких туристичних маршрутів покликане вивести їх в легальне поле. У підсумку це дозволить комерціалізувати діяльність малих виробників традиційної продукції, популяризувати їх автентичну приналежність до певного регіону України на міжнародній арені.

Розвиток гастрономічних маршрутів на основі системи географічних зазначень також передбачає врахування комунікаційних зв'язків, які в умовах ХХІ століття виходять на перший план. Так, важливим в даному контексті є представлення усіх суб'єктів туристичних маршрутів на єдиному Інтернет ресурсі (порталі). Це дозволить потенційному туристу обрати об'єкти культурної спадщини регіону, які він хоче відвідати, а також сформувати бажану винно-гастрономічну або гастрономічну карту, отримавши при цьому гарантію харчової безпеки на маршруті. Такий підхід дозволяє підвищити попит на місцеву гастрономічну продукцію, якісно презентувати культурну спадщину України й сприяє збільшенню туристичних потоків в сільській місцевості.

Висновки. Таким чином, використання системи географічних зазначень для формування гастрономічних маршрутів дозволяє презентувати національні історію та культуру, гастрономічні особливості місцевих страв та напоїв потенційним туристам як комплексний та системний туристичний продукт. Такий підхід позитивно впливає на збільшення кількості туристів, прибутковість туристичного бізнесу, рівень зайнятості населення, розвиток туристичних DESTINATION, розширює шляхи залучення інвестицій у вітчизняний туристичний ринок.

Список використаних джерел

1. Андрощук Г. Географічне зазначення: характер прав, існуючі системи охорони та захист. *Інтелектуальна власність*. 2005. № 11–12.
2. Архипова М.І. Цивільно-правова охорона географічних зазначень в Україні. : автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / Інститут держави і права ім. В.М. Корецького НАН України. Київ, 2006. 19 с.
3. Афян А. Проблемні аспекти правового регулювання географічних зазначень. *Юридичний вісник України. Інтелектуальна власність*. 2007. № 32. С.8.
4. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2012. № 45. С. 138–143.

5. Бошицький Ю.Л. Основні проблеми правової охорони географічних зазначень в Україні. *Актуальні проблеми держави і права: Зб. Наук. Праць*. 2008. Вип. 39. С. 216–222.
6. Капіца Ю. М. Розвиток регіональної охорони прав на найменування походження та географічні зазначення в Європейському Союзі. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. Вип. 127. Ч II. 2016. С. 82–89.
7. Крисанов Д. Географічні зазначення походження агропродовольчої продукції: європейський досвід і вітчизняні перспективи. *Економіст*. 2014. № 10. С. 18–24.
8. Ковешніков В. С., Гармаш В. В. Винний та гастрономічний туризм: важливий потенціал розвитку економіки. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 4. С. 32–37.
9. Комарніцький І. О. Кулінарний туризм в Україні: стан і перспективи регіонального розвитку в контексті підготовки до ЄВРО 2012. *Географія та туризм*. 2011. Вип. 14. С. 101–106.
10. Маслов Е. С. Можливість розвитку винного туризму та готельного комплексу. *Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського*. 2007. Т. 20 (59), № 1. С. 102–107.
11. Ярошевська Т. В. Шляхи вдосконалення законодавства України у сфері охорони прав на географічні зазначення до європейських стандартів та Угоди про асоціацію між Україною та ЄС. *Актуальні проблеми вітчизняної юриспруденції*. 2017. № 1. С. 42–46.
12. Suratno, B. (2004). Protection of Geographical Indications. *IP Management Review*, 2, 87-93.
13. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України. URL: <https://minagro.gov.ua/ua/napryamki/rozvitok-silskih-teritorij/geografichni-zaznachennya> (дата звернення: 10.08.2019)
14. Agriculture and Rural Development. URL: http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?recordStar_t=0&filter.dossierNumber=&filter.comboName=&filterMin.milestone__mask=&filterMin.milestone=&filterMax.milestone__mask=&filterMax.milestone=&filter.country=UA&filter.category=&filter.type=&filter.status= (дата звернення: 10.07.2019)
15. Перші 10 географічних зазначень в Україні включатимуть сири, фрукти, вина і мед. *Інформаційне агентство «Interfax-Україна»*: URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/economic/570534.html> (дата звернення: 10.05.2022)
16. Дашук Ю.Є. Еногастрономічний маршрут як інструмент розвитку готельно-ресторанного бізнесу сільських територій. *Економічні науки: збірник наукових праць Луцького національного технічного університету. Серія “Регіональна економіка”*. 2020. Випуск 17 (67). С.311–317.

Reference

1. Androshchuk, G. (2005). Geographical indication: nature of rights, existing safe systems and protection. *Intellectual property*, 11-12 [in Ukrainian].
2. Arkhypova, M.I. (2006). *Civil protection of geographical indications in Ukraine*. Manuscript. PhD (Law) Kyiv [in Ukrainian].
3. Afian, A. (2007). Problematic aspects of legal regulation of geographical indications. *Legal Bulletin of Ukraine Intellectual property*, 32, 8 [in Ukrainian].
4. Basiuk, D.I. (2012). Innovative development of gastronomic tourism in Ukraine. *Scientific works of the National University of Food Technologies*, 45, 138–143[in Ukrainian].
5. Boshytsky, Yu.L. (2008). Basic problems of legal protection of geographical indications in Ukraine. *Actual problems of the state and law: Coll. Science*, 39, 216–222.
6. Kapitsa, Yu.M. (2016). Development of regional protection of rights of appellations of origin and geographical indications in the European Union. *Current problems of international relations*, 127,

Н II, 82–89 [in Ukrainian].

7. Krysanov, D. (2014). Geographical Indications of the Origin of Agro-Food Products: European Experience and Domestic Perspectives. *Economist*, 10, 18–24 [in Ukrainian].

8. Kovesnikov, V.V. & Garmash, V.V. (2017). Wine and gastronomic tourism: an important potential for economic development. *Investments: practice and experience*, 4, 32–37 [in Ukrainian].

9. Komarnitsky, I.O. (2011) Culinary tourism in Ukraine: the state and prospects of regional development in the context of preparation for EURO 2012. *Geography and tourism*, 14, 101–106 [in Ukrainian].

10. Maslov, E.S. (2007). Possibility of development of wine tourism and hotel complex. *Scientific notes of TNU after V.I. Vernadsky*, 20 (59), 1, 102–107 [in Ukrainian].

11. Yaroshevska, T.V. (2017) .Ways to improve the legislation of Ukraine in the field of protection of rights to geographical indications to European standards and the Association Agreement between Ukraine and the EU. *Problems of domestic jurisprudence*, 1, 42–46 [in Ukrainian].

12. Suratno, B. (2004). Protection of Geographical Indications. *IP Management Review*, 2, 87-93.

13. Official Website of the Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine. URL: <https://minagro.gov.ua/en/napryamki/rozvitok-silskih-teritorij/geografichni-zaznachennya> (Last accessed: 10.08.2019).

14. Agriculture and Rural Development. URL: http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?recordStart=t=0&filter.dossierNumber=&filter.comboName=&filterMin.milestone__mask=&filterMin.milestone=&filterMax.milestone__mask=&filterMax.milestone=&filter.country=UA&filter.category=&filter.type=&filter.status= (Last accessed: 10.07.2019).

15. The top 10 geographical indications in Ukraine will include cheeses, fruits, wines and honey. *Interfax-Ukraine news agency*. URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/economic/570534.html> (Last accessed: 10.05.2019) [in Ukrainian].

16. Dashchuk, U (2020) Enogastronomic route as a tool for the development of the hotel and restaurant business in rural areas. *Economic sciences: collection of scientific works of the Lutsk National Technical University. "Regional Economy"*, 17 (67). 311–317. [in Ukrainian].

Introduction. Changes in the tourism sector are the reasons for the development and implementation of adequate formation models of unique enogastronomic tourist routes, related to the use of geographical indication system as a means of tourism subjects' individualization.

Problem Statement. Currently, the counterfeit tourism products, labeled with well-known names of geographical regional objects, exist on the tourism market. The significance of the geographical indications in enogastronomic tourism becomes increasingly apparent in terms of notable competition between the regions in the country and the international tourism market.

Purpose. The objective of the research is to develop theoretical and methodological foundations, scientific and practical recommendations for creating a formation model of enogastronomic tourist routes based on the geographical indication system.

Materials and methods. In the research we used the comprehensive methodological approach, based on the application of the following research methods: generalization and systematization (to determine the nature of geographical indications); calculation and analytical (to analyze the conditions of geographical indications registration); process approach (for development of new enogastronomic tourist routes); program-targeted approach (for the algorithm of enogastronomic tourist routes formation); tabular methods (to illustrate material).

Results. The study analyzes the content of the definition of “enogastronomic tourism”, identifies

the key problems of geographical indications registration in Ukraine, offers a formation model of enogastronomic tourist routes based on the geographical indications system. The study uses European experience in the effective implementation of geographical indications in the Ukrainian regions.

Conclusions. *The formation model of enogastronomic tourist routes based on the geographical indications system is offered, which allows combining national history and culture, traditions of local dishes and drinks production, to present them as a complex tourist product of the certain region.*

Keywords: *geographical indications, enogastronomic tourism, tourist regions.*

*Стаття рекомендована до друку доктором економічних наук,
професором Матвійчук Л.Ю.*

Дата надходження в редакцію 17.09.2022 р.