

УДК: 338.48:642.5

ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКІВ В ГАСТРОНОМІЧНОМУ ТУРИЗМІ

*Інна Нестерчук**Житомирський національний агроекологічний університет*

Досліджено актуальні питання формування та використання інтеграційних взаємозв'язків в гастрономічному туризмі. Визначено, що ефективна реалізація потенційних можливостей туризму, особливо, гастрономічного може бути реалізована і завдяки створенню та розвитку інтеграційних взаємозв'язків. Сформовано основні типи інтеграції в гастрономічному туризмі. Розкрито загальний зміст типів інтеграції. Встановлено, що об'єднання трьох складових (правова, економічна, виробнича інтеграції) дає максимальний ефект від їх взаємодії, що виражається в зростанні прибутку. Формується синергетичний ефект який виражається позитивним результатом.

Ключові слова: інтеграція, інтеграційні взаємозв'язки, синергетичний ефект, туризм, гастрономічний туризм.

Вступ. За останній час туристична індустрія стала однією із найприбутковіших секторів економіки, це такий вид економічної діяльності, а також сфера економічних відносин, об'єкт наукового дослідження, така мега система в якій співпрацюють, переплітаються, доповнюють один одного відносини мікро-, макро-, та мега рівнів економічних, соціальних, національних та регіональних економік, правових відносин, підприємницького сектору та індивідуумів – споживачів.

Розвиток економічних відносин у всіх галузях економіки неможливий без інтеграційних взаємозв'язків, формуванням інтеграційних структур. Дуже багато вивчено в цьому напрямку, а також запропоновано теоретичні та методологічні процеси досліджень.

Попри широке висвітлення в літературі теоретичного матеріалу питання формування та використання інтеграційних взаємозв'язків в гастрономічному туризмі досліджено в неповному обсязі, що дає можливості подальших досліджень.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є визначення особливостей та формування щодо використання інтеграційних взаємозв'язків в гастрономічному туризмі

Аналіз публікацій. Питаннями щодо створення та функціонування інтеграційних структур присвячено праці таких науковців як: Л. Шмаров [3], Ф. Котлер, Дж. Боуен, Дж. Мейкенз [4], І. Дибач [5], В. Дементьев [6], В. Вішневський, О. Амоша [7], Б. Гаррет, П. Дюссож [8], В. Горбатов [9], П. Друкер [10], П. Буряк [11], Ю. Вінслав, В. Деметньєв, А. Мелентьев, Ю. Якутин [12], С. Пивоваров [13].

Дослідження сутності інтеграції в розрізі соціальних та економічних відносин займаються вчені: М. Мескон [14], Г. Марголіт [15],

М. Портер [16], А. Пилипенко [17], Р. Акофф [18], І. Анософф [19], О. Вільямс [20], Д. Грейд, Г. Крюгер, С. Зайзель [21], Є. Герштейн [22], Х. Грютер [23], Н. Скопенко [24], А. Стерлігова [25], Р. Фатхутдінов [26]. Особливу увагу слід приділити вченням науковців щодо дослідження цих питань в туризмі: М. Жукова [27], В. Катькало [28], В. Квартальнов [29], В.

Питання щодо управління інтеграційними структурами у туризмі висвітлені у працях: Ю. Волков [30], І. Помпл [31], С. Мельниченко [32], Т. Ткаченко [33], О. Леснікова [34], А. Чудновський [35], А. Чернишев [36].

Вивчення питань щодо формування нових організаційно-правових форм господарювання (об'єднання, злиття тощо), використання їх потенціалу присвячено праці: С. Авдашева, В. Дементьев [37], І. Алексеев, М. Колісник, А. Мороз [38], А. Козаченко, А. Ляшенко, І. Ладико [39], М. Крамчанинова [40], О. Ареф'єва [41], А. Балабанинець [42], П. Гохан [43], С. Цьохла [44], О. Бандурін [45], Т. Дж. Гаплін, М. Хендон [46], Н. Кизим [47], В. Жданов [48, 49], А. Гайдук [50], В. Данильчук [51], О. Драчева, Ю. Забаєв, Д. Ісмаєв [52], М. Кабушкін [53], В. Катькало, В. Шемракова [54], С. Куш [55, 56], Дж. Ленон, Х. Сміт [57], М. Мальська [58], С. Мельниченко [59], Г. П'ятницька [60], А. Саак [61], Т. Ткаченко [62].

Саме питання щодо формування та використання інтегрованих взаємозв'язків в гастрономічному туризмі вивчено не в повному обсязі, що і визначило тему подальших наших досліджень.

Виклад основного матеріалу. Сфера послуг в сьогодення розвивається більш високими темпами по відношенню до матеріального виробництва. Одним із найбільш динамічних секторів являється сфера туризму, а саме розвиток гастрономічного туризму. Його роль в

сфері економіки є однією із найважливіших, що впливає на розвиток таких сфер економічної діяльності як послуги туристських компаній, колективні засоби переміщення, транспорт, зв'язок, торгівля, виробництво сувенірної та іншої продукції, харчування, сільське господарство, будівництво тощо.

Формування та розвиток туристичного сектору відбувається різними способами. Ефективна реалізація потенційних можливостей туризму і рекреації може бути реалізована і завдяки створенню та розвитку інтеграційних взаємозв'язків в туризмі. Це надає можливість до зростання, підвищення продуктивності, результативності, інноваційної економічних секторів, територій, дестинацій, ОТГ (об'єднаних територіальних громад).

Досвід розвинених країн, а також сучасність показали, що в теперішній час формування інтегрованих взаємозв'язків починає активно використовуватися і в нашій країні. Їх значимість буде постійно збільшуватися в силу розвитку таких загальноосвітніх тенденцій як глобалізація господарських зав'язків, трансанціоналізація виробництва, дематеріалізація споживчих благ, інформатизація, сетевізація економічної діяльності тощо.

Інтеграційні процеси зайняли домінуюче та пріоритетне місце у переліку феноменів та явищ, що визначають розвиток мега-, макро-, мікроекономіки та людства на найближчі десятиліття, стали особливою формою становлення суспільства та формування підприємницького середовища [2].

Формування інтегрованих зав'язків призване сприяти більш повному використанню накопиченого потенціалу та його подальшого розвитку, підвищення конкурентоздатності

суб'єктів туристичної галузі, досягнення ними світових стандартів. Регіональні інтегровані структури закономірно стають джерелом позитивних екстерналій, котрі розповсюджуються по всій території їх базування.

Першими спробами щодо покращення та налагодження взаємовідносин в туризмі були непрямі форми інтеграції у вигляді договорів довгострокової співпраці, що досить позитивно вплинули на розвиток галузі туризму. Зміцнення ситуації відбулося завдяки використанню розроблених цілеспрямованих принципів, методик і технологій організації в управлінні.

Для розвитку гастрономічного туризму Правобережного Полісся використання інтеграційної взаємодії примножить синергетичний ефект та покращить стан галузі. Саме використання різних кваліфікаційних типів взаємодії надає можливість створювати нові організаційно-правові форми господарювання, що допомагають розвивати туризм, особливо в галузі гастрономії, яка має свою специфіку.

Такі новоутворені структури представляють форму господарювання, яка може об'єднати в одному тлумаченні, різні по своєму виробничо-господарському змісту, організаційно-правовій формі, масштабом діяльності, національній ознаки та іншим признакам підприємства, інших сфер економічної діяльності.

В нашому науковому дослідженні використовуються такі типи інтеграції, що притаманні туристичній галузі, а саме – гастрономічному туризму. На нашу думку, рушійною силою розвитку світового прогресу є ефект об'єднання (синергія) трьох основних типів а саме: правової, економічної та виробничої інтеграції (рис.1.).



Рис. 1. Основні типи інтеграції в гастрономічному туризмі
джерело: власне дослідження автора

Саме об'єднання зазначених трьох складових дає максимальний ефект від їх взаємодії, що виражається в грошовому еквіваленті, прибутку або рентабельності. Формується синергетичний ефект який виражається позитивним результатом. Синергетичний ефект у сфері туризму, особливо в гастрономічному туризмі виникає тоді, коли при вирішенні багатьох питань різних за змістом і характером формується коло однодумців, що працюють в одному напрямку, котрі доповнюють один одного і разом досягають високих результатів. Синергетичний ефект – додатковий результат, отриманий від тісної злагодженої взаємодії окремих елементів системи.

В гастрономічному туризмі особливу увагу в синергетичному об'єднанні слід надати *правовій інтеграції* яка зв'язує сфери законотворчої та нормативно-технічної діяльності, формуються певні цивільно-правові відносини, створюється юридичне об'єднання декількох суб'єктів господарювання. Це надає можливості працювати всім інституціям в одному цілеспрямованому напрямку.

Економічна інтеграція розвиває процес формування глибоких, стійких взаємозв'язків та поділу праці між суб'єктами господарювання, створення господарських комплексів у межах кластера, дестинації, ОТГ (об'єднаної територіальної громади), регіону, держави.

Виробнича інтеграція є на наш погляд найбільш вагомим важелем в синергетичному групуванні, що становить основу розвитку гастрономічного туризму. Саме нові господарські об'єднання і обслуговують планомірні гастрономічні події за різними напрямками, а саме: транспортування, готельний бізнес, ресторанный бізнес, харчування (різні види), гральний бізнес, анімаційна справа, індустрія розваг (цирки, зоопарки, атракціони, ігротеки, парки відпочинку, пересувні містечка тощо), сувенірний бізнес, тощо. Створюється система посиленних виробничих зав'язків між різними, суб'єктами господарської діяльності пов'язаних виробничо-технологічним циклом у єдину господарську систему. В цьому напрямку державна підтримка невід'ємна. Відповідно до вимог ЗУ «Про туризм», учасники відносин, що виникають під час здійснення туристичної діяльності, - юридичні особи та громадяни, які надають туристичні послуги, залежно від мети можуть утворювати об'єднання підприємств, що є юридичними особами (чи без створення юридичної особи) або вступати в такі об'єднання в порядку, ви-

значеному Господарським кодексом України та іншими законами [63, с. 106]. З метою реалізації та захисту своїх прав і законних інтересів у галузі туризму суб'єкти туристичної діяльності можуть створювати неприбуткові організації у сфері туристичної діяльності в порядку, визначеному Цивільним кодексом України або Законом України «Про об'єднання громадян» чи іншими законами [64].

Немаловажним є *політична інтеграція* яка допомагає вирішувати багато питань в туристичному напрямку, формує процес створення загальних цілей, методів, принципів стосовно політичних структур, інститутів, у вирішенні питань гастрономічного туризму.

Соціальна інтеграція передбачає формування процесу створення нових взаємовідносин між соціальними об'єктами. Залучення зацікавлених осіб до розробки та впровадження креативних стратегій розвитку (відповідно сектору туризму) повинно бути широким, справедливим, рівноправним і добре організованим заздалегідь. Зацікавлені сторони в умовах інтелектуалізації суспільства представлені: місцевою владою (*державний сектор*), бізнесом (*приватний сектор*), неурядовими неприбутковими організаціями (*громадянське суспільство*), та наукою [1]. Саме соціальна інтеграція допомагає вирішити багато запитань і ув'язати їх з всіма зацікавленими сторонами.

Фінансова інтеграція це процес об'єднання та руху фінансових, банківських капіталів та послуг, гармонізація податкової, митної системи, уніфікація бюджетних процедур.

Культурна інтеграція включає процес налагодження внутрішньої цілісності культури, зближення національних культур і цінностей та узгодженості між її елементами у межах соціокультурних систем. Формування нових форми соціальної та політичної діяльності жваво поширюються і засвоюються у сучасному світі, забезпечуючи його цілісність. Кожний етнос бере з глобальної мережевої системи саме те, що відгукується в його традиціях, менталітеті, психологічній складовій.

Висновки. Використання новітніх технологій, інноваційних методів розвитку та функціонування в економіці призвели до формування нових інтеграційних взаємозв'язків у туристичній галузі та економіки вцілому. Це стало поштовхом до створення різних типів інтеграції, особливо в гастрономічному туризмі. Доведено, що врахування специфічних особливостей інтеграційних

процесів є передумовою їх успішної реалізації у туризмі. Визначено, що об'єднання трьох складових, а саме: правової, економічної та виробничої інтеграції дає максимальний ефект від їх взаємодії, що виражається в грошовому еквіваленті, прибутку або рентабельності. Формується синергетичний ефект який виражається позитивним результатом. Орієнтація на особливості інтеграційних процесів у туризмі в подальшому дозволить розробляти дієві організаційно-економічні механізми управління інтегрованими утвореннями.

References

1. Tyshchenko, S.V., Yakobchuk, V.P. & Zakharina, O.V. (2018), "Upravlinnya terytorial'nymy hromadamy v umovakh intelektualizatsiyi ekonomiky", *Derzhavne Upravlinnya: Udoskonalennya ta Rozvytok*, No 3, pp. 51–56, available at: http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/3_2018/35.pdf.
2. Bosovs'ka, M.V. (2015), *Intehratsiyni protsesy v turyzmi : monohrafiya*, Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, Kyiv, 832 p.
3. Filippovskij, E.E. & Shmarova, L.V. (2008.), *Jekonomika i organizacija gostinichnogo hozhajstva*, Finansy i statistika, Moskva, 176 p.
4. Kotler, F., Boujen, Dzh. & Mejkenz, Dzh. (2012), *Marketing. Gostepriimstvo. Turizm : ucheb. dlja vuzov*, izd 4-e., pererab. i dop., JuNITI-DANA, Moskva, 1071 p.
5. Dybach, I.L. (2008), "Osoblyvosti ekonomichnoyi intehratsiyi nevelykykh pidpryyemstv", *Naukovi pratsi [Chornomors'koho Derzhavnoho Universytetu Imeni Petra Mohyly Kompleksu "Kyievo-Mohylyans'ka Akademiya"]*, *Seriya : Ekonomika*, Vol. 89, Iss. 7, pp. 95–103.
6. Dement'ev, V.V. (2003), *Jekonomika kak sistema vlasti*, Kashtan, Doneck, 403 p.
7. Vyshnevs'kyi, V.P. & Amosha, O.O. (2002), "Fiskal'ni naslidky vertykal'noyi intehratsiyi pidpryyemstv", *Finansy Ukrayiny*, No 6, pp. 3–10.
8. Garrett, B. & Djussozh, P. (2002), *Strategicheskie al'jansy*, per. s angl., INFRA-M, Moskva, 332 p.
9. Kizim, N.A. & Gorbatov, V.M. (2005), *Koncentracija jekonomiki i konkurentosposobnost' stran mira : monografija*, INZhEK, Har'kov, 216 p.
10. Druker, P.F. (2003), *Zadachi menedzhmenta v XXI veke*, Vil'jams, Moskva, 240 p.
11. Buryak, P.Yu. (2003), *Intehrovani pidpryyemnyts'ki struktury: perspektivy rozvytku Ukrayini*, Lohos, L'viv, 564 p.
12. Vinslav, Ju., Dement'ev, V., Melent'ev, A. & Jakutin, Ju. (1998), "Razvitie integrirovannyh korporativnyh struktur v Rossii", *Ros. Jekon.Zhurn.*, No 11–12, 27–41 pp.
13. Pivovarov, S.Je. (2004), *Postprivatizacionoe razvitie predpriyatij, kompleksov, otraslej*, Piter, Sankt-Peterburg, 384 p.
14. Meskon, M.H., Al'bert, M. & Hedouri, F. (2013), *Osnovy menedzhmenta*, 3-e izd., per. s angl., Delo, Moskva, 673 p.
15. Margolit, G.R. (1990), *Mehanizm jekonomicheskoy integracii osnovnogo zvena narodnogo hozhajstva: dis. ... d.je.n. : spec. 08.00.05 "Jekonomika i upravlenie narodnym hozhajstvom"*, Moskovskij institut upravlenija, Moskva, 364 p.
16. Porter, M. (2010), *Konkurencija*, Vil'jams, Moskva, 592 p.
17. Pylypenko, A.A. (2007), *Stratehichna intehratsiya pidpryyemstv: mekhanizm upravlinnya ta modelyuvannya rozvytku : monohrafiya*, INZhEK, Kharkiv, 380 p.
18. Akoff, R.L. (2002), *Planirovanie budushhego korporacii*, Sirin, Moskva, 256 p.
19. Ansoff, I. (1999), *Korporativnaja strategija*, per. s angl., PiterKom, Sankt-Peterburg, 416 p.
20. Williamson, O. (1985), *The economic institutions of capitalism*, Free Press, New York.
21. Grejm, D., Krjucer, F. & Zajzel', S. (2004), *K pobede cherez slijanija. Kak obratit' otraslevuju konsolidaciju sebe na pol'zu*, per. s angl., Al'pina Biznes Buks, Moskva, 252 p.
22. Gershtejn, E.D. (1993), *Differenciacija i integracija v promyshlennosti: teorija i praktika razvittija : dis. ... d.je.n.: spec. 08.00.05 "Jekonomika i upravlenie narodnym hozhajstvom"*, Minsk, 340 p.
23. Grjuter, H. (1993), "Integracija priobretennogo predpriyatija v kompaniju", *Problemy Teorii i Praktiki Upravlenija*, No 6, pp. 25–61.
24. Skopenko, N. (2011), "Osnovni aspekty ekonomichnoho analizu intehratsiynykh protsesiv orhanyzatsiy", *Ekonomichnyy Analiz*, Iss. 9. Ch. 2, pp. 347–352.
25. Sterligova, A.N. (2005), "Analiz znachenija termina «integracija» v kontekste upravlenija organizaciej", *Logistika i Upravlenie Cepjami Postavok*, No 6, pp. 27–31.
26. Fathutdinov, R.A. (2005), *Konkurentosposobnost': Rossija i mir. 1992–2015*, Jekonomika, Moskva, 606 p.
27. Zhukova, M.A. (2010), *Menedzhment v turistskom biznese : ucheb. posobie*, KnoRus,

Moskva, 192 p.

28. Kat'kalo, V. & Shemrakova, V.N. (2008), *Setevye strategii gostinichnogo biznesa*, Vyssh. shk. menedzhmenta SPbGU, Sankt-Peterburg, 384 p.

29. Kvartal'nov, V.A. (2007), *Turizm : uchebnik*, Finansy i statistika, Moskva, 320 p.

30. Volkov, Ju.F. (2004), *Vvedenie v gostinichnyj i turisticheskij biznes*, Feniks, Rostov-na-Donu, 348 p.

31. Pompl, W. (2002), "Internationalisierung im Tourismus", *Internationales Tourismus Management: Herausforderungen, Strategien, Instrumente*, hrsg. von Wilhelm Pompl und Manfred G Lieb., Vahlen, Munchen.

32. Mel'nychenko, S.V. (2007), *Informatsiyni tekhnolohiyi v turyzmi: teoriya, metodolohiya praktyka : monohrafiya*, Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, Kyiv, 493 p.

33. Tkachenko, T.I. (2009), *Stalyy rozvytok turyzmu: teoriya, metodolohiya, realiyi biznesu : monohrafiya*, Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, Kyiv, 463 p.

34. Lesnikova, O.V. (2009), *Upravlenie innovacijami na predpriyatjah industrii gostepriimstva : avtoref. dis. ... kand. ekon. nauk : spec. 08.00.05*, Moskva, 26 p.

35. Chudnovskij, A.D. & Zhukova, M.A. (2007), *Upravlenie industrij turizma Rossii v sovremennyh uslovijah : ucheb. posobie dlja stud. vuzov*, Knorus, Moskva, 416 p.

36. Chernyshev, A.V. (2000), *Gostinichnaja industrija: problemy teorii i praktiki tehnologii upravlenija*, Agentstvo reklamy «Tovarishch», Moskva, 256 p.

37. Avdasheva, S. & Dement'ev, V. (2000), "Akcionernye i neimushhestvennye mehanizmy integracii v rossijskikh biznes-gruppah", *Ros. Jekon. Zhurn.*, No 1, P. 14.

38. Aleksyeyev, I.V., Kolisnyk, M.K. & Moroz, A.S. (2007), *Upravlinnya resursnym zabezpechennyam promyslovo-finansovykh hrup : monohrafiya*, Vyd-to Nats. un-tu "L'vivs'ka politehnika", L'viv, 132 p.

39. Kozachenko, A.V., Ljashenko, A.N. & Ladyko, I.Ju. (2006), *Upravlenie krupnym predpriatjem : monografija*, Libra, Kyiv, 384 p.

40. Kramchaninova, M.D. (2005), "Teoretyko-metodolohichni zasady partnerstva ta stratehichnykh al'yansiv u menedzhmenti promyslovykh pidpryemstv", *Visn. L'viv. Komerts. Akad.*, Iss. 18 Ch. 2, pp. 150–154.

41. Aref'yeva, O.V. (1998), *Metodolohichni problemy upravlinnya ta orhanizatsiyi funkcionuvannya intehrovanykh vyrobnychkykh system : avtoref. dys. na zdobuttya nauk. stupenya*

d-ra ekon. nauk : spets. 08.06.02, Kharkiv, 40 p.

42. Balabanys', A.V. (2010), *Intehrovane upravlinnya marketynhovoyu vzayemodiyeyu: imperatyvy, metodolohiya, mekhanizmy : monohrafiya*, DonNUET, Donets'k, 509 p.

43. Gohan, P. (2006), *Slijanija, pogloshhenija i restrukturizacija kompanij*, Al'pina Biznes Buks, Moskva, 741 p.

44. Ts'okhla, S.Yu. (2008), *Transformatsiya rekreatsinyoi diyal'nosti ta rozvytok rehional'nykh rynkiv kurortno-rekreatsinykh posluh (metodolohiya, analiz i shlyakhy vdoskonalennya) : [monohrafiya]*, Tavriya, Simferopol', 352 p.

45. Bandurin, A.V. & Zinantulin, L.F. (1999), *Jekonomiko-pravovoe regulirovanie dejatel'nosti korporacij v Rossii*, BUKVICA, Moskva, 212 p.

46. Galpin, T. Dzh. & Hjendon, M. (2005), *Polnoe rukovodstvo po slijanijam i pogloshhenijam kompanij : Metody i procedury integracii na vseh urovnjah org. ierarhii*, per. s angl. i red. Kondukovoj, Je.V., Vil'jams, Kyiv, Moskva–Sankt-Peterburg, 237 p.

47. Kizim, N.A. & Gorbatov, V.M. (2005), *Koncentracija jekonomiki i konkurentosposobnost' stran mira : monografija*, INZhEK, Har'kov, 216 p.

48. Zhdanov, V.V. (2006), *Upravlinnya diyal'nisty promyslovykh pidpryemstv v protsesi intehratsiyi : dys. ... kand. ekon. nauk : 08.06.01*. Zaporiz. in-t derzh. ta munitsypal. upr., Zaporizhzhya, 177 p.

49. Denisov, A.Ju. & Zhdanov, S.A. (2002), *Jekonomicheskoe upravlenie predpriatjem i korporaciej*, Delo i Servis, Moskva, 416 p.

50. Hayduk, A. (2008), "Intehrovane turystychno pidpryemstvo, kompleks – suchasna forma turystychno pidpryemstva v umovakh hlobalizatsiyi", *Rehional'na Ekonomika*, No 2, pp. 204–211.

51. Danil'chuk, V.F. (2006), *Osobennosti formirovanija i razvitija turisticheskikh predpriatij : monografija*, NAN Ukrainy, In-t jekonomiki prom-sti, Doneck, 240 p.

52. Dracheva, E.L., Zabaev, Ju.V. & Ismaev, D.K. (2010), *Jekonomika i organizacija turizma. Mezhdunarodnyj turizm : ucheb. Posobie*, izd. 4-e, KNORUS, Moskva, 576 p.

53. Kabushkin, N.I. (2004), *Menedzhment turizma : ucheb. posobie [dlja stud. vyssh. ucheb. zavedenij]*, izd 4-e, Novoe znanie, Minsk, 432 p.

54. Kat'kalo, V. & Shemrakova, V.N. (2008), *Setevye strategii gostinichnogo biznesa*, Vyssh. shk. menedzhmenta SPbGU, Sankt-Peterburg, 384 p.

55. Kushch, S.P. & Afanas'ev, A.A. (2004),

"Marketingovye aspekty razvitija mezhfirmennyh setej: rossijskij opyt", *Ros. Zhurn. Menedzhmenta*, Vol. 2 No 1, pp. 33–52.

56. Kushch, S.P. & Afanas'ev, A.A. (2004), "Marketingovye aspekty razvitija mezhfirmennyh setej: rossijskij opyt", *Ros. Zhurn. Menedzhmenta*, Vol. 2 No 1, pp. 33–52.

57. Lenon, Dzh. Dzhon, Smit, H., Kokerell, N. & Trju, Dzh. (2008), *Upravlenie industrijej turizma. Luchshij opyt dejatel'nosti nacional'nih organizacij i agentstv po turizmu*, per. s angl., Moskva, 272 p.

58. Mal's'ka, M.P. & Khudo, V.V. (2012), *Turystychnyy biznes: teoriya ta praktyka : navch. posib. dlya stud. vyshch. navch. zakl.*, vyd 2-he, Tsentr navch. l-ry, Kyiv, 368 p.

59. Mel'nychenko, S.V. (2007), *Informatsiyni tekhnolohiyi v turyzmi: teoriya, metodolohiya praktyka : monohrafiya*, Kyiv. nats. torh.-ekon.

un-t, Kyiv, 493 p.

60. P'yatnyts'ka, H.T. (2006), *Upravlinnya pidpnyemstvom v epokhu hlobalizmu : monohrafiya*, Lohos, Kyiv, 568 p.

61. Caak, A.Je. & Pshenichnih, Ju.A. (2007), *Menedzhment v social'no-kul'tupnom cepvice i tupizme : ucheb. pocobie*, Pitep, Sankt-Peterburg, 512 p.

62. Tkachenko, T.I. (2009), *Stalyy rozvytok turyzmu: teoriya, metodolohiya, realiyi biznesu : monohrafiya*, Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, Kyiv, 463 p.

63. Korzh, N.V. & Basyuk, D.I. (2017), *Upravlinnya turystychnymy destynatsiyamy : pidruchnyk*, PP "TD Edel'veys i K", Vinnytsya, 322 p.

64. Zakon Ukrayiny «Pro turyzm» (2018), available at: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>.

Инна Нестерчук. Формирования и использования интеграционных взаимосвязей в гастрономическом туризме. Исследованы актуальные вопросы формирования и использования интеграционных взаимосвязей в гастрономическом туризме. Определено, что эффективная реализация потенциальных возможностей туризма, особенно, гастрономического может быть реализована и благодаря созданию и развитию интеграционных взаимосвязей. Сформированы основные типы интеграции в гастрономическом туризме. Раскрыто общий смысл типов интеграции. Установлено, что объединение трех составляющих (правовая, экономическая, производственная интеграции) дает максимальный эффект от их взаимодействия, выражающийся в росте прибыли. Формируется синергетический эффект который выражается положительным результатом.

Ключевые слова: интеграция, интеграционные взаимосвязи, синергетический эффект, туризм, гастрономический туризм.

Inna Nesterchuk. FORMATION AND USE OF INTEGRATIVE RELATIONSHIPS IN GASTRONOMIC TOURISM

The article examines topical issues regarding the formation and use of integrative relationships in gastronomic tourism in order to improve the functioning and development of the tourism industry, identify its features and specifics of implementation.

Goal. Recently, the tourism industry has become one of the most profitable sectors of the economy, it is this type of economic activity, as well as the sphere of economic relations, the object of scientific research, such a mega system in which intertwine, complement each other the relationships of the micro, macro and mega levels of economic, social, national and regional, legal relations, the business sector and individual consumers. Just in these circumstances it is actualized the need for research on integration interconnections, the formation of integration structures of the tourism industry, namely gastronomic tourism. Therefore, the purpose of the study is to identify the features and the formation of using integrative interconnections in gastronomic tourism.

Method. The theoretical and methodological basis of the study are documentary and applied researches of domestic and foreign authors in the context of integration studies, functioning of integration structures, investigation of the essence of integration in the context of social and economic relations, the formation of new organizational and legal forms of business (association, merger). The methodological basis of the research is the systematic and process approaches to the study and investigation of issues related to the formation and use of integration relations in gastronomic tourism. The following methods were used during the research: general scientific, generalization, structural, comparative analysis, documentary analysis.

Results. Nowadays, the service sector is developing at a higher rate than material production. One of the most dynamic sectors is the tourism sector, namely the development of gastronomic tourism. Its role in the sphere of economy is one of the most important, which influences the development of such spheres of economic activity as services of tourist companies, collective means of transportation, transport, communication, trade, production of souvenir and other products, food, agriculture, construction and more. There are

different ways of shaping and developing the tourism sector. Effective realization of potential tourism and recreation opportunities can also be realized through the creation and development of integration links in tourism. It provides opportunities for growth, increase productivity, creating a result, innovative economic sectors, territories, destinations, UTC (united territorial communities).

Scientific novelty. For the development of gastronomic tourism of the Right-bank Polissya, the use of integration interaction will increase the synergistic effect and improve the state of the industry. It is the use of different qualifying types of interaction that creates the possibility of creating new organizational and legal forms of business that help to develop tourism, especially in the field of gastronomy, which has its own specificity. The main types of integration in gastronomic tourism have been formed. The general content of integration types is disclosed. It has been found, that combining the three components (legal, economic, productive integration) gives maximum effect of its engagement, which translates into increased profits. It is formed a synergistic effect which is expressed as a positive result.

The practical significance of the work lies in its applied importance. The theoretical significance of the study is that the obtained theoretical conclusions and results are brought to specific methods, which translates into different documentary bases, communications, forms of interaction, and also are used in practice of new organizational and legal forms of economic activity formed as a result of integration interaction. The practical importance is also indicated by the fact that the proposed types of integration in gastronomic tourism can be used in the process of training and retraining of managerial staff, in the elaboration of strategic plans for the development of gastronomic tourism and the entire tourism industry as a regional aspect, or by territorial difference, destination, territorial community, or the country as a whole.

Keywords: integration, integration interconnections, synergistic effect, tourism, gastronomic tourism.