

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 338.467.6

DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/23.18>

Мігал О.Г.

кандидат економічних наук, доцент

Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4101-3081>

ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТЕАТР ЯК ІННОВАЦІЙНА ІВЕНТ-ПОСЛУГА ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

У даному дослідженні йдеться про гастрономічні події, що мають значення як для окремих закладів індустрії гостинності так і для туристичної галузі в цілому та впливають не тільки на відвідувачів і організаторів, а й інших стейкхолдерів, в числі яких місцева влада, бізнес-співтовариство, місцеві жителі. Однією з новітніх форм гастрономічних подій є гастрономічні театри, які є специфічним інструментом для залучення і розважання туристів, особливо для вибагливих туристів, які мають багатий багаж вражень, та бажають отримати унікальний та індивідуальний досвід від туристичної подорожі у містя, де гастрономія може бути єдиним джерелом туризму і служити сильним мотивом для їх відвідування туристами. Запропоновано авторське визначення поняття «гастрономічний театр». Розвиток сфери гастрономічного туризму як складової індустрії дозволяє загалом державним завданням, адже передбачає організацію не лише національних, а й міжнародних заходів. Разом з тим, ця сфера туризму є достатньо перспективним напрямком та передумовою забезпечення регіонального розвитку країни, адже передбачає певну прив'язку до території проведення івент-заходів.

Ключові слова: гастрономічний туризм, гастрономічний театр, івент-послуга, подія, територія, дестинація.

Постановка проблеми. Гастрономічний туризм займає особливе місце у структурі туристичних послуг. У будь-якій сфері діяльності людини найбільшим попитом користуються новинки, такі продукти та послуги, які будуть оригінальними, цікавими, видовищними, те, чого ніколи не було або що ніколи не повториться. З огляду на це, розвиток саме івентивного та гастрономічного туризму може стати «родзинкою» закладу або території, яка забезпечить постійний потік туристів, а отже і доходів, створюючи тим самим підґрунтя її соціально-економічного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі питання становлення та розвитку креативного сектору економіки, з яким тісно пов'язана та будується на його основі івент-індустрія в Україні, розкрито у працях С. А. Давимуки та Л. І. Федулової [1, с. 34-40], О. А. Карпюк [2, с. 39-42], В. О. Клочковської [3, с. 110], та інших науковців які значну увагу приділяють висвітленню особливостей встановлення та поширення івент-менеджменту у туристичній сфері. Такі дослідники як: Т. Сокол, З. Каноністова, Г. Вишневська [4, с. 116] досліджують тематичний напрямок гастрономічного туризму. Разом з тим, незважаючи на наявність значного наукового доробку з цих питань, дослідженнями не охоплено окремі напрями організації інноваційних напрямків розвитку гастрономічного туризму, одним з яких є івент-події, на прикладі гастрономічного театру.

Мета статті полягає в обґрунтуванні теоретичних засад формування івент-послуг у туристичній галузі на

прикладі гастрономічного театру та виявлення перспектив та шляхів розвитку гастрономічних івентів як маркетингового інструменту бренду території.

Виклад основного матеріалу. У сучасних умовах швидкого розвитку інноваційних технологій, активного генерування різноманітних ідей, доступу до високоякісних засобів комунікації поняття «івент» набуває все більшого значення у діловому значенні на ринку товарів, робіт і послуг. Проведення рекламних заходів підприємств різних форм власності швидкими темпами виходить за межі реклами у традиційних способах масової комунікації. Способи просування та розповсюдження товару будуються на основі реклами як двигуна продажу, а отримання вигоди планується не лише від збільшення продажу, адже частина доходу збільшується завдяки креативності підходів до просування продукції на ринок. Технологія проведення подій містить ключові елементи, які є типовими для будь-якого виду заходу, однак завжди є неповторними в окремих підходах і креативності команди. Основне завдання креативних індустрій – створити й реалізувати «творчий продукт». Такі індустрії виробляють товари і послуги, включно з ідеями, які потім стають ресурсами для інноваційного процесу та інших галузей економіки як у науковому, так і в технологічному сенсі [1, с. 69].

Ринок івент-послуг в Україні почав активно розширюватися за останні два-три роки. Сьогодні на даному ринку з'являються нові компанії, ринок бурхливо розвивається і значно змінюється не тільки кількісно, але й якісно. Послуги, що надаються, стали

більш високого рівня, а жорстка конкуренція на ринку івент-послуг вимагає від компанії, що надає такий вид послуг, дедалі більше і більше креативних ідей. Замовники віддають перевагу тим компаніям, які пропонують найбільш цікавий сценарій проведення заходу, що містить не тільки розважальне, але й смислове навантаження [5, с. 120].

Подорожі до місць, де відзначаються свята та події зародились ще задовго до появи туризму. З часів стародавньої Римської імперії до нас дійшов вислів «хліба та видовищ». Давні правителі добре розуміли, що ситий та задоволений людина не думатиме, не чинитиме опору. Потреби людини у святі, у набутті добрих емоцій науково підтверджує психологія. Гастрономічний туризм – це нове явище, що розвивається як новий туристичний продукт, обумовлений, зокрема, тим фактом, що за даними спеціалізованої літератури більше третини туристичних витрат припадає на їжу. Тому кухня туристичної дестинації є одним із надзвичайно важливих аспектів, що визначає якість відпочинку [6, с. 130]. Поняття «гастрономічний туризм» відображає поєднання знань про культуру, традиції, історію країни через ознайомлення з національною кухнею, технологією приготування. Забезпечуючи, таким чином, отримання психологічного, естетично-смакового та дослідницького задоволення. Національна кухня знаходиться в тісному взаємозв'язку з іншими аспектами життя, які відображають взаємини людей у суспільстві, норми і форми поведінки, традиційні для даної нації [7, с. 17]. Популяризація такого виду туризму зростає також через той фактор, що люди у повсякденному, швидкому темпі життя не встигають насолоджуватись процесом приготування та вживання їжі, і все частіше використовують продукти швидкого приготування. Згідно з дослідженнями, туристичні потоки зростають у тих регіонах, де формуються такі спеціалізовані туристичні продукти, як фестивалі, конкурси та народні свята. Гастрономічні фестивалі, кулінарні конкурси і свята можуть стати чинником зростання інтересу до гастрономічного туризму та напрямом бізнесу для домашніх господарств, виробників продуктів харчування, закладів ресторанного господарства (HORECA). Це сприятиме розвитку національної та регіональної економіки. Проведення гастрономічних івентів дозволить залучати у регіони додатково значну кількість туристів та додаткових доходів. Крім того, створюється комунікаційний майданчик для місцевої влади, бізнесу, жителів міст та організаторів фестивалів, на якому можуть порушуватися проблеми розвитку гастрономічного туризму [8, с. 216].

Важливою особливістю спеціальних заходів івент-заходів є емоційна складова, особисті враження учасників, відчуття єдиного емоційного підйому, що залучає відвідувачів в систему цінностей території. Якщо в процесі цього контакту учасник отримує позитивні емоції, то він поширює свої враження на територію в цілому, що сприяє створенню позитивного образу місця, доброзичливого ставлення до населення і місцевих підприємств, а також до майбутніх подій.

Як зауважує відомий український ресторатор Євген Клопотенко: «Івенти, як вид комунікації у гостросфері, впливають на низку показників, як-от: активність у соцмережах, збільшення прибутку, популярність

шефа, ресторану і проєкту загалом. Вони залучають нових гостей, які згодом стають постійними. Натомість постійні гості повертаються частіше, коли їх залучаєш заходом».

На думку власника івент-агентства Keller PR&Events Вадима Келлера Усі хочуть бути там, де смачно, незвично тощо. Гастрономічні івенти – ще один спосіб донести до аудиторії важливі меседжі і правильно пояснити своє позиціонування. Найближчим часом популярними залишаться великі гастрономічні вечери. З моди ніколи не вийдуть гастролі шеф-кухарів, а ще на арену знову повернеться поп-бар. Сподіваюся, до України все ж “доїде” тренд на сюрреалістичні вечери та гастрономічні театри [9].

Дослідження використання їжі в медіа та художніх жанрах є активною сферою наукових досліджень, але щодо репрезентації та символізму літературі та кіно приділено більше уваги, ніж театру, тоді як науковці з перформансу взяли на себе провідну роль у дослідженні перформативних аспектів їжі, події. Ця колекція розглядає драматичні жанри, історичні періоди та культурні контексти, а також їжу у всій її соціально-політичній, матеріальній складності, щоб дослідити конкретні проблеми та можливості використання їжі в живому театрі. У томі їжа розглядається як трансісторичне глобальне явище в театральних жанрах, розглядаючи вибух досліджень їжі наприкінці двадцятого століття, який показав, що їжа є вирішальним аспектом культурної ідентичності [10].

Формат «гастрономічних спектаклів», танцювально-музичних уявлень, у програмі яких рівноправну частину займає знайомство з гастрономічною культурою регіону, країни – не новий. Цей напрям давно існує на ринку турпослуг у розвинених туристичних країнах. Це може стати актуальним продуктом, який дозволить нам збільшити масштаби популяризації українського туризму та української кухні як однієї з найвизначніших пам'яток України. Концепція таких фестивалів – надати можливість якомога більшій кількості людей, особливо місцевим жителям, познайомитись з авторською кухнею. Ми знаходимося на етапі впровадження української регіональної кухні у туристичну інфраструктуру країни, пошуку регіональної ідентичності. Шеф-кухарям провідних ресторанів у кожному регіоні необхідно виходити «на вулицю», працювати на фестивалях регіональної кухні, розширювати аудиторію.

Звичайний формат гастрономічних івент-подій «вечеря з шоу» означає участь у живих розвагах. Але деякі креативні кухарі переосмислили цю стару формулу, уявляючи, як відвідувачі можуть справді задіяти всі п'ять органів чуття. Відповідно трансформувалося поняття «вечеря з шоу»: Вечеря тепер – це театр. Брати Ферран і Альберт Адрія протягом останніх 20 років розсунули межі їжі як театру в таких ресторанах, як El Bulli і Tickets в регіоні Каталонія в Іспанії. У літку 2015 вони повністю перейшли у сферу виступів, відкривши Heart в Ibiza Gran Hotel, обідній комплекс у вигляді цирку з трьома кільцями, розробленого разом із Cirque du Soleil. «Ми не хотіли робити звичайне кулінарне шоу», – сказав Альберт Адрія. «Поки ви їсте, будуть вистави, але вони будуть більше схожі на живі арт-інсталяції». Вечір може розпочатися на ганку,

де візки, що пропонують звичайну вуличну їжу, їздять серед художників, танцюристів і відвідувачів. За словами Френка Хелпіна, креативного директора *Cirque du Soleil Hospitality*, міжнародна тема продовжується всередині «Майстерні», «ресторану, який не є рестораном». Гості діляться сімейними стравами, натхненними Мексикою, Китаєм та Перу, серед інших місць, а виконавці роблять свою справу в скляних коробках. О 1 годині ночі приміщення перетворюється на нічний клуб з креативними коктейлями та закусками, а на танцполі – приміщення на 700 осіб. «Якщо ми досягнемо успіху тут, – сказав пан Хелпін, – ми могли б розгорнути цю концепцію в інших місцях» [11].

Гастрономічний (кулінарний) театр – це створення або посилення видовища під час подачі їжі та напоїв. Ця форма театрального виступу має на меті схвилювати або навіть розважити відвідувачів або замовників, як правило, не впливаючи на смак їжі та/або напою, що споживаються [12, с. 77].

Завданням формату «гастрономічний театр» є здивувати або навіть шокувати гостей, які раніше не використовуються і не бачили. «Гастрономічний театр» є незвичайним місцем, такі ресторани люди відвідують не лише щоб поїсти, а й насолодитися довкіллям. Відмінними рисами ресторану формату «гастрономічний театр» є унікальні театральні постановки або постановки іншого жанрового спрямування на додаток із незвичайними подачами страв та напоїв, унікальною авторською кухнею, а також ексклюзивним інтер'єром та належного рівня обслуговуванням. Головними складовими сучасного формату такого закладу є тема, меню, антураж, оформлення та атмосфера. Ще одна своєрідна риса – це використання сучасних технологій у приготуванні страв та напоїв. Ресторани з такою спрямованістю рідко розташовуються у місцях великого скупчення людей. На них не можна натрапити випадково, адже люди йдуть у них цілеспрямовано [13, с. 45].

На нашу думку поняття «Гастрономічний театр» має значно ширший зміст, ніж театралізована дія у певному закладі харчування, а й охоплює весь комплекс індустрії розваг пов'язаний з певною подією, івентом який відбувається на даній території. Мета гастрономічних театрів – насолодитися особливостями подачі та креативного оформлення тієї і іншої події, яка відбувається у даному місті. При цьому дана мета не зводиться до того, щоб спробувати якусь рідкісну, екзотичну страву або перепробувати незліченну кількість страв. Важливо насолодитися самим креативним дійством, атмосферою чарівного видовища, гастрономічного свята.

Кухня ресторану *WA Theatre Restaurant* у Гонконгу відома по всьому світу. Наприкінці 2017 року головний виконавчий директор *WA Сігемаса Шибата* об'єднався з шеф-кухарем *Хідеаки Нагасю*, щоб використовувати сезонні інгредієнти, отримані безпосе-

редньо з Японії, як засіб сторітеллігу (*storitelling*). За словами представника ресторану *Міранди Чан*, у своєму гастрономічному театрі вони вважають фермерів виробниками, кухарів за акторів, і гостей за аудиторію. За допомогою відео сервера кухарі діляться історіями, які стоять за стравами. Один із популярних перформансів «Казка» – це кулінарна інтерпретація байки про японського рибалку. Коли іде відео трансляції казки, коробка зі стравою відкривається, щоб випустити туман, а потім відкривається асортимент сезонних продуктів, які шеф-кухар пов'язує з казкою, наприклад, морського їжака, який подають на крекери з ламінарії [14].

Раніше, до епідемії *Covid-19* ресторани хотіли слугувати мультицілям: сервірували сніданки для модних ранніх пташок, накривали обіди для менеджерів різної ланки. А надвечір намагалися зобразити місце для вечері, часом навіть більш урочистої та буржуазної, ніж у Лондоні та Монте-Карло. І при цьому ще організовували доставку та *dark kitchen* на додачу.

Але дуже скоро все буде по-іншому, і загальні контури зрозумілі: роботи, що розвозять їжу за розумні гроші, – для багатьох і гастрономічні театри – для інших небагатьох. Звичайно, залишиться деяка середина, і не виключено, що там теж буде щось цікаве, але погоди вона не зробить.

Висновки. У сучасній Україні існує достатній туристичний потенціал для розвитку гастрономічного туризму і практично кожне місто цікаве своїми кулінарними подіями. Зростання інтересу до цього виду подорожей також ідентично вписується в загальну тенденцію зміни структури туристського попиту, проте не дивлячись на загальносвітові тенденції, роль України в розвитку гастрономічного туризму залишається незначною. Гастрономічний туризм ще досить молодий вид інноваційного туризму, в 2015 році Всесвітня організація туризму виділила гастрономічний туризм в окрему нішу. Таким чином, гастрономія офіційно стала визнаним елементом культури та нематеріальної спадщини. Постійно зростаючий конкурентний тиск в середовищі виробників туристичних послуг з одного боку і клієнтські потреби, які ускладнюються, з іншого, ставлять перед туристичними комплексами та закладами харчування завдання виробництва ексклюзивного продукту, унікального за задумом та виконанням. Гастрономічний театр – це унікальне та неповторне поєднання акторської та кулінарної майстерності, шоу, виконане професіоналом вищого класу з можливістю спробувати майстерність на смак. Створення гастрономічних театрів направлено на розвиток гастрономічного туризму в Україні і вихід українських представників на міжнародний рівень, зміцнення міжнародних зв'язків рестораторів і спільноти шеф-кухарів, підвищення культури обслуговування, формування регіональних зв'язків, введення міжнародних стандартів гастрономічної поведінки для українських виробників.

Список використаних джерел:

1. Давимука С. А., Федулова Л. І., Регіональні інноваційні екосистеми: напрями розбудови в умовах європейської інтеграції : монографія. ДУ «Ін-т регіон. досліджень ім. М. І. Долишнього НАН України». Львів : Априорі, 2016. 463 с.
2. Карпюк О. А., Сингаєвська А. О. Event-менеджмент в туристичній галузі: світовий досвід та перспективи для України. *Актуальні проблеми, сучасний стан та перспективи розвитку індустрії туризму в Україні та Польщі* : матеріали дев'ятої міжнародної науково-практичної конференції / ред. І. В. Саух. Житомир : ЖФ КІБІТ, 2016. С. 39–42.

3. Клочковська В. О., Клочковський О. В. Стан та перспективи розвитку родієвого туризму у Вінницькій області. *Економіка і організація управління*. 2019. № 1(33). С. 110–115.
4. Вишневецька Г. Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму. *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури*. 2013. Вип. 31. С. 112–118.
5. Олексюк Г. В., Ангелко І. В., Самотій Н. С. Івент-індустрія: розвиток та проблеми в Україні. *Регіональна економіка*. 2020. № 3. С. 120–130.
6. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. *Наукові праці НУХТ*. 2012. № 45. С. 128–132.
7. Омельницька В. О. Сутність та класифікація видів гастрономічного туризму. *Приазовський економічний вісник*. 2018. № 1(6). С. 15–20.
8. Огиенко М., Огиенко А. Гастрономічні фестивалі як форма подієвого туризму та розвитку ресторанного бізнесу. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. 2019. № 2(2). С. 213–222. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7468.2.2.2019.188204>
9. Маркетологиня, власник івент-агентства та кулінарний експерт – про івенти в гастросфері. URL: <https://bazilik.media/marketolohynia-vlasnyk-ivent-ahentstva-ta-kulinaryj-ekspert-pro-iventy-v-hastrosferi/>
10. Chansky, D., & White, A.F. (Eds.). (2015). *Food and Theatre on the World Stage* (1st ed.). Routledge. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315752396>
11. *Jay Cheshes*. Dining, Drinks, Drama: The New Dinner Theater. URL: <https://www.wsj.com/articles/dining-drinks-drama-the-new-dinner-theater-1429295335>
12. Barbara Kirshenblatt-Gimblett (2012). "Making Sens of Food in performance: The Table and the Stage". In Banes, Sally; Lepecki, Andre (eds.). *The Senses in Performance*. New York and Oxford: Routledge. pp. 77–78.
13. Актуальные вопросы гостинично-ресторанного бизнеса [Текст] : материалы III междунар. науч.-практ. конф. преподавателей и мол. ученых, 28-29 ноября 2019 г., г. Донецк / ГО ВПО Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского; [редкол: Азарян Е.М. (предс. оргком.) и др.]. Донецк : [ГО ВПО ДонНУЭТ], 2019. 562 с.
14. Natasha Bourlin. Immersive Dining Reinvents the Concept of Dinner Theater. URL: <https://www.afar.com/magazine/immersive-dining-reinvents-the-concept-of-dinner-theater>

References:

1. Davymuka S. A., Fedulova L. I. (2016) Rehionalni innovatsiini ekosystemy: napriamy rozbudovy v umovakh yevropeiskoi intehratsii: monohrafiia [Regional innovation ecosystems: directions of development in the conditions of European integration]. DU "In-t rehion. doslidzhen im. M. I. Dolishnoho NAN Ukrainy". Lviv : Apriori, 463 s.
2. Karpiuk O. A., Synhaievska A. O. (2016) Event-menedzhment v turystychnii haluzi: svitovyi dosvid ta perspektyvy dlia Ukrainy. [Event management in the tourism industry: world experience and prospects for Ukraine]. *Aktualni problemy, suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku industrii turyzmu v Ukraini ta Polshchi*: materialy deviatoi mizhnarodnoi naukovy-praktychnoi konferentsii. Zhytomir: ZhF KIBIT. S. 39–42.
3. Klochkovska V. O., Klochkovskyi O. V. (2019) Stan ta perspektyvy rozvytku rodiiievoho turyzmu u Vinnytskii oblasti [Status and prospects of development of rhodium tourism in Vinnytsia region]. *Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia*. № 1(33). С. 110–115.
4. Vyshnevska H. H. (2013) Potensial kulinarnykh turiv u konteksti spetsializovanoho turyzmu [Potential of culinary tours in the context of specialized tourism]. *Aktualni problemy istorii, teorii ta praktyky khudozhnoi kultury*. № 31. С. 112–118.
5. Oleksiuk H. V., Anhelko I. V., Samotii N. S. (2020) Ivent-industriia: rozvytok ta problemy v Ukraini [Event industry: development and problems in Ukraine]. *Rehionalna ekonomika*. № 3. С. 120–130.
6. Basiuk D. I. (2012) Innovatsiinyi rozvytok hastronomichnoho turyzmu v Ukraini [Innovative development of gastronomic tourism in Ukraine]. *Naukovi pratsi NUKhT*. № 45. С. 128–132.
7. Omelnytska V. O. (2018) Sutnist ta klasyfikatsiia vydiv hastronomichnoho turyzmu [The essence and classification of types of gastronomic tourism]. *Pryazovskiy ekonomichnyi visnyk*. № 1(6). С. 15–20.
8. Ohyienko M., Ohyenko A. (2019) Hastronomichni festyvali yak forma podiievoho turyzmu ta rozvytku restorannoho biznesu [Gastronomic festivals as a form of event tourism and restaurant business development]. *Restoranni i hotelnyi konsaltnh. Innovatsii*. № 2(2). С. 213–222. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7468.2.2.2019.188204>
9. Marketolohynia, vlasnyk ivent-ahentstva ta kulinarnyi ekspert – pro iventy v hastrosferi [Marketer, event agency owner and culinary expert – about gastronomic events]. Available at: <https://bazilik.media/marketolohynia-vlasnyk-ivent-ahentstva-ta-kulinaryj-ekspert-pro-iventy-v-hastrosferi/>
10. Chansky, D., & White, A.F. (Eds.). (2015). *Food and Theatre on the World Stage* (1st ed.). Routledge. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315752396>
11. *Jay Cheshes*. Dining, Drinks, Drama: The New Dinner Theater. Available at: <https://www.wsj.com/articles/dining-drinks-drama-the-new-dinner-theater-1429295335>
12. Barbara Kirshenblatt-Gimblett (2012). "Making Sens of Food in performance: The Table and the Stage". In Banes, Sally; Lepecki, Andre (eds.). *The Senses in Performance*. New York and Oxford: Routledge, pp. 77–78.
13. Aktualnye voprossi hostynychno-restorannoho byznesa [Current issues of hotel and restaurant business]: materyal III mezhdunar. nauch.-prakt. konf. prepodavatelei y mol. uchenikh, 28-29 noiabria 2019 h., h. Donetsk / HO VPO Donets. nats. un-t ekonomyky y torhovy ym. M. Tuhun-Baranovskoho; [redkol: Azarian E.M. (preds. orhkom.) y dr.]. Donetsk : [HO VPO DonNUET], 2019. 562 s.
14. Natasha Bourlin. Immersive Dining Reinvents the Concept of Dinner Theater. Available at: <https://www.afar.com/magazine/immersive-dining-reinvents-the-concept-of-dinner-theater>

Mital Olena*V.I. Vernadsky Taurida National University*

GASTRONOMY THEATER AS AN INNOVATIVE EVENT-SERVICE OF GASTRONOMIC TOURISM

This study deals with gastronomic events that are important for individual hospitality industry and the tourism industry as a whole and affect not only visitors and organizers, but also other stakeholders, including local authorities, the business community, local residents. One of the newest forms of gastronomic events is gastronomic theaters, which are a specific tool for attracting and entertaining tourists, especially for discerning tourists who have a rich baggage of experiences and want to gain a unique and individual experience of traveling to places where gastronomy can be the only source. tourism and serve as a strong motive for their visit by tourists. The author's definition of the concepts "gastronomic theater" is offered. The development of gastronomic tourism as a component of the leisure industry is a national task, as it involves the organization of not only national but also international events. However, this area of tourism is a very promising area and a prerequisite for regional development of the country, as it involves a certain connection to the territory of event events. multiplier effect – it "forces" various sectors of the tourism industry to develop in order to use their potential more efficiently; features of event tourism are: lack of seasonality; possibility of forecasting; mass; interactivity; innovation; regularity of events; encouraging re-visits to destinations; entertainment. Large-scale international events shape the image of the territory, contribute to a significant increase in visibility, form its brand, increase its tourist attractiveness. The gastronomic theater is a unique and inimitable combination of acting and culinary skills, a show performed by a high-class professional with the opportunity to try the skills to taste. The creation of gastronomic theaters is aimed at developing gastronomic tourism in Ukraine and bringing Ukrainian representatives to the international level, strengthening international ties between restaurateurs and the chef community, improving the culture of service, forming regional ties, introducing international standards of gastronomic behavior for Ukrainian producers.

Key words: *gastronomic tourism, gastronomic theater, event service, event, territory, destination.*

JEL classification: A13, O40, L83