

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»
Факультет міжнародного туризму та економіки
Кафедра туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної роботи
другого (магістерського) рівня вищої освіти

на тему

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В
СВІТІ

Виконала: студентка II курсу, групи МТЕ-112м
Спеціальності 242 Туризм

(код і найменування спеціальності)

Освітня програма Туризмознавство

КОРХОВА А.І.

(прізвище та ініціали)

Керівник МАМОТЕНКО Д.Ю.

(прізвище та ініціали)

Рецензент _____

(прізвище та ініціали)

Запоріжжя – 2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний університет «Запорізька політехніка»

Інститут, факультет Міжнародного туризму та економіки

Кафедра Туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Ступінь вищої освіти Другий (магістерський) рівень

Освітньо-кваліфікаційний рівень магістр

Спеціальність 242 Туризм
(шифр і назва)

Освітня програма (спеціалізація) Туризмознавство
(назва освітньої програми (спеціалізації))

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувачка кафедри ТГРБ

Валентина ЗАЙЦЕВА

«___» _____ 2023 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ

КОРХОВОЇ Аліни Іванівни
(прізвище, ім'я по батькові)

- Тема роботи (проекту) Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму в світі
керівник роботи (проекту) МАМОТЕНКО Д.Ю., к.е.н., доцент ,
затвердженні наказом вищого навчального закладу від 18 жовтня 2023 року № 397
- Строк подання студентом роботи (проекту) 01.12.2023 р.
- Вихідні дані до роботи (проекту) в роботі використано нормативно-правову базу України, статистичні дані Державної служби статистики, аналітичні звіти, підручники, навчальні посібники, монографії, наукові публікації, матеріали науково-практичних конференцій, Інтернет-джерела
- Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
Розділ 1. Теоретичні аспекти гастрономічного туризму. Розділ 2. Стан та основні тенденції гастрономічного туризму світу та України. Розділ 3. Перспективи розвитку гастрономічного туризму в світі та в Україні
- Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
6 таблиць, 14 рисунків

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	МАМОТЕНКО Д.Ю., доцент каф. ТГРБ	01.09.2023	02.09.2023
2	МАМОТЕНКО Д.Ю., доцент каф. ТГРБ	23.09.2023	25.09.2023
3	МАМОТЕНКО Д.Ю., доцент каф. ТГРБ	16.10.2023	18.10.2023
Нормо контроль	ГРЕСЬ-ЄВРЕЙНОВА С.В., доцент каф. ТГРБ	28.11-10.12.2023	

7. Дата видачі завдання 1 вересня 2023 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	20.08-01.09.2023	виконано
2	Вивчення літературних джерел	01.09-10.09.2023	виконано
3	Збір матеріалу на кваліфікаційну роботу	01.09-01.10.2023	виконано
4	Групування та аналіз зібраного матеріалу	01.09-11.10.2023	виконано
5	Виконання першого розділу	01.10.2023	виконано
6	Виконання другого розділу	20.10.2023	виконано
7	Виконання третього розділу	05.11.2023	виконано
8	Формування висновків та рекомендацій	06-09.11.2023	виконано
9	Оформлення кваліфікаційної роботи	10-11.11.2023	виконано
10	Перевірка роботи на плагіат	12-15.11.2023	виконано
11	Перевірка роботи керівником	16-20.11.2023	виконано
12	Одержання відгуку та рецензії	22-23.11.2023	виконано
13	Попередній захист кваліфікаційної роботи	16-20.11.2023	виконано
14	Подання роботи на кафедру	01.12.2023	виконано
15	Захист кваліфікаційної роботи	15.12.2023	виконано

Студент

_____ (підпис)

Аліна КОРХОВА

(ім'я та прізвище)

Керівник роботи (проекту)

_____ (підпис)

Дар'я МАМОТЕНКО

(ім'я та прізвище)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: 113 с., 14 рис., 6 табл., 4 додатки, 70 джерел.

Об'єкт дослідження – Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму в світі.

Мета роботи – дослідження сучасних тенденцій розвитку гастрономічного туризму в світі та визначення напрямів розвитку гастрономічного туризму в світі.

Методи дослідження: діалектичний метод, метод теоретичного узагальнення, системного аналізу та синтезу, порівняльного аналізу, структурний метод, статистичні методи, метод спостережень.

В першому розділі кваліфікаційної роботи висвітлено теоретичні основи та уточнено сутність сучасних тенденцій розвитку гастрономічного туризму в світі та Україні; визначено складові розвитку гастрономічного туризму; описано засоби дослідження гастрономічного туризму. В другому розділі кваліфікаційної роботи проведено аналіз світових тенденцій у гастрономічному туризмі, ключові напрями які впливають на формування та трансформацію культурного обличчя країн, визначено особливості його розвитку в світі та Україні. Третій розділ кваліфікаційної роботи містить концептуальні засади сучасної моделі тенденцій розвитку гастрономічного туризму в світі та Україні. У третьому розділі також запропоновано напрями вдосконалення розвитку гастрономічного туризму.

Одержані результати кваліфікаційної роботи можуть бути використані як у туристичній діяльності, так і при розробці концепцій туристичної впізнаваності певних регіонів. Вони дають також змогу бізнесу правильно визначити пріоритети в сучасних тенденціях гастрономічного туризму, які можуть прямо впливати на прибутки.

ТУРИЗМ, ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ, ГАСТРОНОМІЯ, ТУРИСТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ, РОЗВИТОК, ТЕНДЕНЦІЇ, СВІТ, УКРАЇНА, СУЧАСНИЙ СТАН, МОДЕЛЬ.

АНОТАЦІЯ

Корхова А.І. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму в світі. – Кваліфікаційна робота.

У роботі розглянуто теоретичні основи сучасних тенденцій розвитку гастрономічного туризму в світі; проаналізовано міжнародний досвід міжнародного досвіду у сфері гастрономічного туризму; висвітлено структуру та особливості гастрономічного туризму в Україні; визначено перспективи розвитку гастрономічного туризму в світі та в Україні.

Ключові слова: туризм, гастрономічний туризм, гастрономія, туристична діяльність, розвиток, тенденції, світ, Україна, сучасний стан, модель.

ANNOTATION

Korkhova A.I. Modern Trends in the Development of Gastronomic Tourism Worldwide. – Qualifying work.

The paper explores the theoretical foundations of contemporary trends in the development of gastronomic tourism worldwide; analyzes international experience in the field of gastronomic tourism; highlights the structure and features of gastronomic tourism in Ukraine; identifies perspectives for the development of gastronomic tourism globally and in Ukraine.

Keywords: tourism, gastronomic tourism, gastronomy, tourist activity, development, trends, world, Ukraine, current state, model.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

ДАРТ – Державне агентство розвитку туризму

див. – дивитися

ЗМІ – засоби масової інформації

ін. – інше

кіл-ть – кількість

млн. – мільйон

млрд. – мільярд

р., рр. – рік, роки

рис. – рисунок

т.д. – так далі

т.п. – тому подібне

т.ч. – тому числі

табл. – таблиця

тис. – тисяча

у т. ч. – у тому числі

чол. – чоловік

% – відсоток

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ	11
1.1. Гастрономічний туризм: його сутність, історія розвитку та роль у туристичній індустрії	11
1.2. Основні види гастрономічного туризму	17
1.3. Фактори розвитку гастрономічного туризму	21
Висновки до розділу 1	32
РОЗДІЛ 2. СТАН ТА ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ СВІТУ ТА УКРАЇНИ	34
2.1. Аналіз міжнародного досвіду у сфері гастрономічного туризму	34
2.2. Дослідження світових тенденцій гастрономічного туризму	45
2.3. Структура та особливості гастрономічного туризму в Україні	53
Висновки до розділу 2	66
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В СВІТІ ТА В УКРАЇНІ	68
3.1. Сучасні напрями та особливості гастрономічних турів в світі	68
3.2. Удосконалення організації гастрономічного туризму в Україні	73
3.3 Розробка програми гастрономічного туру по Україні	89
Висновки до розділу 3	97
ВИСНОВКИ	99
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	102
ДОДАТКИ	109
Додаток А	110
Додаток Б	111
Додаток В	112
Додаток Г	113

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасний світ переживає період трансформації у багатьох аспектах, включаючи глобальну гастрономічну культуру та туризм. Гастрономічний туризм став однією з найбільш актуальних та перспективних галузей туризму, яка поєднує в собі кулінарні враження та подорожі, розширюючи можливості та інтереси туристів. Ця тенденція не тільки створює нові можливості для розвитку туристичної індустрії, але й сприяє збереженню культурної спадщини та розвитку гастрономічної культури країн.

Гастрономічний туризм є дійсно актуальною темою, яка набуває все більшої популярності в сучасному світі. Ця галузь туризму поєднує в собі любов до їжі та подорожей, дозволяючи туристам насолоджуватися кулінарними враженнями та відкривати нові смаки і аромати різних країн.

Одним з головних чинників, які сприяють розвитку гастрономічного туризму, є зростання інтересу до місцевої кухні та страв, виготовлених з місцевих продуктів. Туристи все більше прагнуть відкривати для себе аутентичні страви і традиції готування, щоб зануритися в унікальну культуру та історію країни, яку вони відвідують. Вони бажають спробувати місцеві делікатеси, відвідати ринки та ферми, де вирощуються продукти, і навіть брати участь у кулінарних майстер-класах.

Гастрономічний туризм також має позитивний вплив на розвиток туристичної індустрії та економіки країни. Він стимулює створення нових ресторанів, кафе та готелів, які спеціалізуються на місцевій кухні. Крім того, цей вид туризму створює нові робочі місця для місцевих жителів, таких як шеф-кухарі, офіціанти, гіді та фермери.

Незважаючи на те, що гастрономічний туризм має багато переваг, його розвиток також потребує уваги до збереження культурної спадщини та сталого використання місцевих ресурсів. Важливо забезпечувати екологічно чисте виробництво продуктів харчування, підтримувати традиції місцевої кухні та сприяти збереженню біорізноманіття.

Загалом, гастрономічний туризм є актуальною темою, яка має значний потенціал для розвитку туристичної індустрії та сприяє збереженню культурної спадщини країн. Він надає туристам можливість відкривати нові смаки і аромати, досліджувати культурні традиції та отримувати незабутні враження від подорожей.

У дослідження гастрономічного туризму особливий внесок зробили такі закордонні та вітчизняні вчені: Матильда Брокай, Ерік Вольф, Колін Майкл Холл, Дарія Басюк, Тарас Божидарник, Галина Гуменюк, Вікторія Омельницька.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних аспектів та аналіз сучасних тенденцій розвитку гастрономічного туризму.

Відповідно до мети поставлені і вирішені такі завдання:

- дослідити теоретичні аспекти гастрономічного туризму (сутність, історія, роль у туристичній індустрії);
- визначити основні види гастрономічного туризму та фактори їх розвитку;
- проаналізувати міжнародний досвід та тенденції у сфері гастрономічного туризму;
- дослідити структуру та особливості гастрономічного туризму в Україні;
- проаналізувати сучасні напрями та особливості гастрономічних турів в світі або глобальні тенденції розвитку гастрономічного туризму.

Об'єктом дослідження є гастрономічний туризм як сучасний явище туристичної індустрії.

Предметом дослідження є сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму в світі.

У процесі дослідження використано: діалектичний метод і загальнонаукові методи пізнання: метод теоретичного узагальнення при розгляді особливостей сучасних тенденцій розвитку гастрономічного туризму в світі; метод системного аналізу та синтезу при дослідженні

міжнародного досвіду у сфері гастрономічного туризму; порівняльного аналізу при висвітленні перспектив розвитку гастрономічного туризму в світі та в Україні а також структурний метод, статистичні методи, метод спостережень.

Інформаційну базу дослідження становлять: нормативно-правова та законодавча база України, підручники, навчальні посібники, наукові статті, монографії, матеріали конференцій, форумів, семінарів, дані статистичної та фінансової звітності, Інтернет-ресурси, сайти компаній, власні дослідження.

Науковою новизною дослідження є розширення змісту сучасних тенденцій розвитку гастрономічного туризму в контексті світової туристичної індустрії, а також виявлення факторів, що впливають на стратегічний розвиток цього виду туризму.

Практичне значення результатів полягає в тому, що вони можуть бути використані для розробки нових туристичних продуктів з гастрономічного туризму для залучення відвідувачів. Матеріали можуть бути використані приватними підприємцями, турфірмами, туроператорами, які мають бажання розробити новий туристський продукт для збільшення різноманітності турпродуктів, клієнтури, а відповідно й прибутків. Також матеріали кваліфікаційної роботи можна використовувати при викладанні дисциплін «Спеціалізовані види туризму», «Туристичне країнознавство» та «Туристичні ресурси України».

Апробація результатів кваліфікаційної роботи. Основні результати дослідження доповідалися й обговорювалися на II Міжнародній науково-практичній конференції «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства» (м. Запоріжжя, 2023 р.) за результатами яких опубліковано тези доповідей [70].

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (70 найменувань) та додатків (3 позиції). Загальний обсяг роботи становить 102 сторінок комп'ютерного тексту, основний зміст роботи викладено на 90 сторінках. Робота містить 6 таблиць та 14 рисунків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Гастрономічний туризм: його сутність, історія розвитку та роль у туристичній індустрії

Сьогодні туризм вважається однією з найважливіших і значущих галузей світової економіки. Сектор туризму та його розвиток мають мультиплікативний ефект в економічному плані, а також є ідеальним засобом економічного розвитку, оскільки вони можуть прямо чи опосередковано впливати на розвиток інших секторів економіки. Це одна з небагатьох сфер, яка продовжує розвиватися, незважаючи на пандемію та всі обмеження, а туристичний продукт залишається популярним.

Існує багато видів туризму, але одним з найцікавіших є гастрономічний туризм. З його допомогою можна найглибше пізнати культуру регіону: окрім відвідування місця, людина може зробити найголовніше – спробувати страви, страви чи продукти, якими найбільше славиться край. Відкрийте для себе нові смаки та поєднання, пориньте ще глибше в історію (якщо це стосується страв минулого) або простежте за еволюцією народної кухні.

За визначенням, туризм – це подорож, яка триває більше 24 годин і включає транспорт, проживання, страхування та харчування [2]. З цього можна зробити висновок, що гастрономія є невід’ємною частиною кожної подорожі. А якщо мета поїздки – скуштувати та поїсти їжі, то це викликає ще більший інтерес у людей. Їжа регіону, країни чи міста виділяє одне місце серед інших, його індивідуальність і неповторність.

Людство розвивається, як і кухня: з’являються нові поєднання, нові смаки та індивідуальні страви. Проводяться конкурси на вибір нової страви, яка стане візитною карткою міста, а згодом і регіону, тому мандрівникам цікаво скуштувати та дізнатися, спостерігати за приготуванням їжі тощо, і як наслідок, гастрономічний туризм стає все більш популярним. серед широкого кола людей [11].

Немає єдиного визначення для визначення гастрономічного туризму. Закон України «Про туризм» не виділяє його в окремий вид, а відносить до пізнавального. Але у світовій літературі можна зустріти визначення таких термінів, як «кулінарно-туристичний туризм», «гастрономічний туризм», «ресторанний туризм», «винно-гастрономічний туризм».

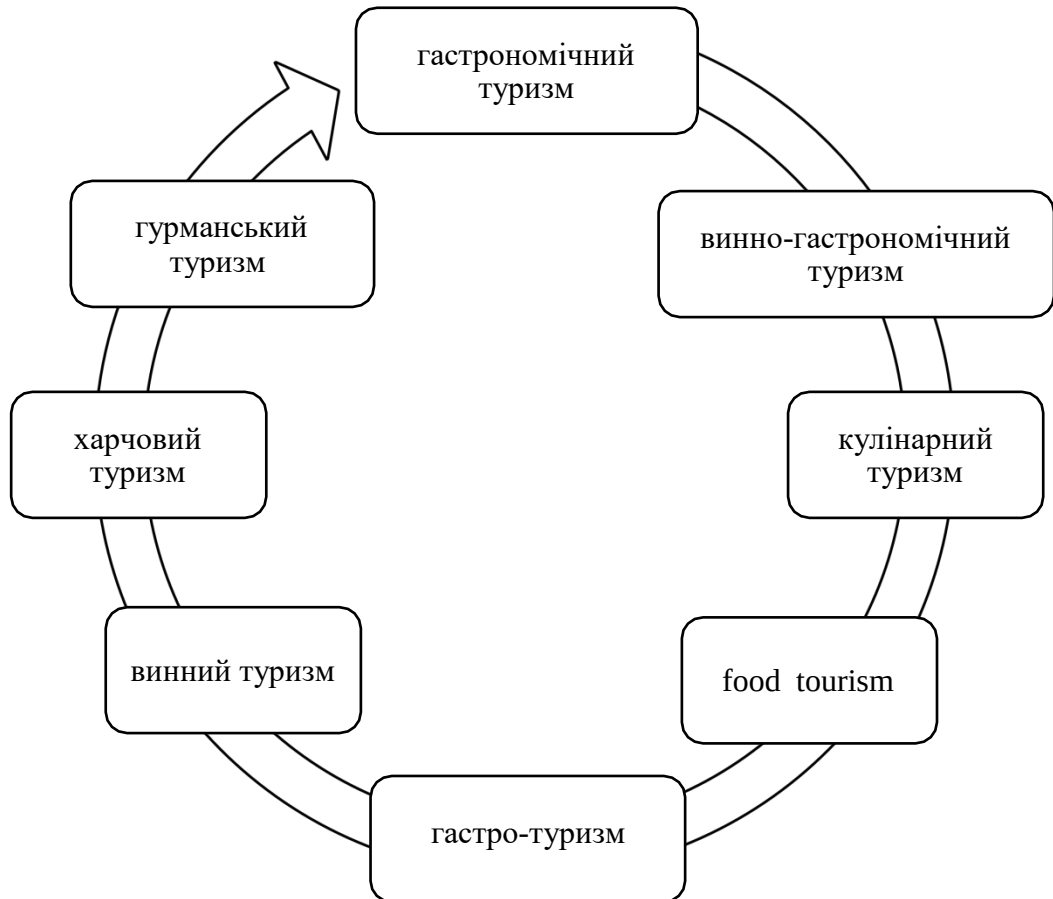


Рис. 1.1 – Терміни, які використовують для позначення гастрономічного туризму (узагальнено автором на основі [37, 10-15])

Поняття «кулінарний туризм» вперше ввела Люсі Лонг у 1998 році. У 2001 році Ерік Вольф опублікував першу статтю про кулінарний туризм у всьому світі, а в 2003 році була заснована Міжнародна асоціація кулінарного туризму [21].

Про кулінарний туризм як галузь не говорили до 2001 року, коли Ерік Вольф, президент Міжнародної асоціації кулінарного туризму (ІСТА), опублікував Білу книгу про кулінарний туризм. Хоча вчені писали про

кулінарний туризм і винний туризм і раніше, до 2001 року їх роботи рідко публікувалися і не публікувалися в бізнес-журналах. Потім у 2003 році Ерік Вольф на чолі з групою консультантів заснував Міжнародну асоціацію кулінарного туризму, а в 2006 році ІСТА заснувала Міжнародний інститут кулінарного туризму. Міжнародна асоціація кулінарного туризму визнана глобальним авторитетом у сфері ресурсів та інформації про людські ресурси в індустрії харчування, напоїв і туризму в усьому світі.

Всесвітня харчова туристична асоціація визначає гастрономічний туризм як подорож з метою отримання незамінного досвіду, заснованого на культурі споживання їжі та напоїв; Відкриття унікальних місць та їх культури через національну кухню [21].

Гастрономічний туризм стає важливим явищем не лише з соціальної та культурної точки зору, а й з економічної. Дегустаційні подорожі, кулінарні маршрути, вивчення нових методів приготування їжі, відвідування відомих місць з кулінарними традиціями та культурою або відкриття місць, пов'язаних з харчовою промисловістю, є одними з головних мотивів для людей подорожувати.

Холл М. і Мітчелл Р. дають таке визначення: «Гастрономічний туризм – це вид туризму, який включає відвідування виробників продуктів харчування, фестивалів їжі, ресторанів і спеціальних місць, пов'язаних з певними продуктами» [38].

Щодо вітчизняних учених, Д. І. Басюк визначила гастрономічний туризм як спеціалізовану форму туризму пов'язану зі знайомством та дегустацією національних кулінарних традицій країн світу, що є синтезом екології, культури та виробництва [4].

З організаційної точки зору цей вид туризму передбачає ознайомлення з особливостями технологій приготування місцевих продуктів і страв, історією, традиціями їх споживання, а також можливість мандрівника взяти участь у приготуванні національних страв. страви, відвідувати кулінарні фестивалі та конкурси. Гастрономічний туризм також можна назвати

допоміжним засобом, що сприяє ознайомленню з культурною спадщиною країн і регіонів світу, оскільки страви національної кухні є одним із елементів, що відображають спосіб життя, світогляд і традиції етнічних груп [37].

Також Кукліна Т. С. визначає «гастрономічний туризм» як вид туризму, пов'язаний з подорожами різними країнами з метою ознайомлення з національними стравами, продуктами та напоями [16].

Проаналізувавши визначення зарубіжних та вітчизняних науковців, можна дійти висновку, що гастрономічний туризм – це подорожі в особливі місця чи країни з метою ознайомлення з особливостями місцевої кухні, кулінарної культури та кулінарних традицій, а головне з Мета дегустації страв і продуктів, характерних для даної місцевості.

Варто зазначити, що абсолютно кожна країна має можливості для розвитку гастротуризму, адже в кожній країні та регіоні є національні страви, напої чи продукти, якими славиться регіон.

І цей потенціал можна використати для створення туристичного бренду міста/країни/регіону.

Відмінність гастрономічного туризму як самостійного виду полягає в наступних особливостях:

- цей вид туризму є частиною кожної подорожі, тільки основний мотив інший – знайомство з гастрономічними традиціями, дегустація страв;
- кожна територія (країна, область, місто) має всі умови для розвитку;
- гастрономічний характер туризму дозволяє популяризувати та рекламувати місцеві заклади харчування та виробників продуктів харчування [5].

Відповідно, основними споживачами гастрономічного турпродукту можуть бути звичайні туристи, які люблять спробувати щось нове (нові страви, нові країни тощо), справжні гурмани або люди, чия робота пов'язана з кулінарією, представники туристичної галузі, які самостійно пробують

створювати власні гастрономічні. Організовувати тури та просувати їх на ринку [9].

Гастрономічний туризм тісно пов'язаний із сільським та зеленим, екологічним туризмом, розвитком мережі зелених об'єктів, які також можуть слугувати основою для гастрономічного туризму, оскільки передбачають надання гастрономічних послуг, а саме приготування традиційних страв.

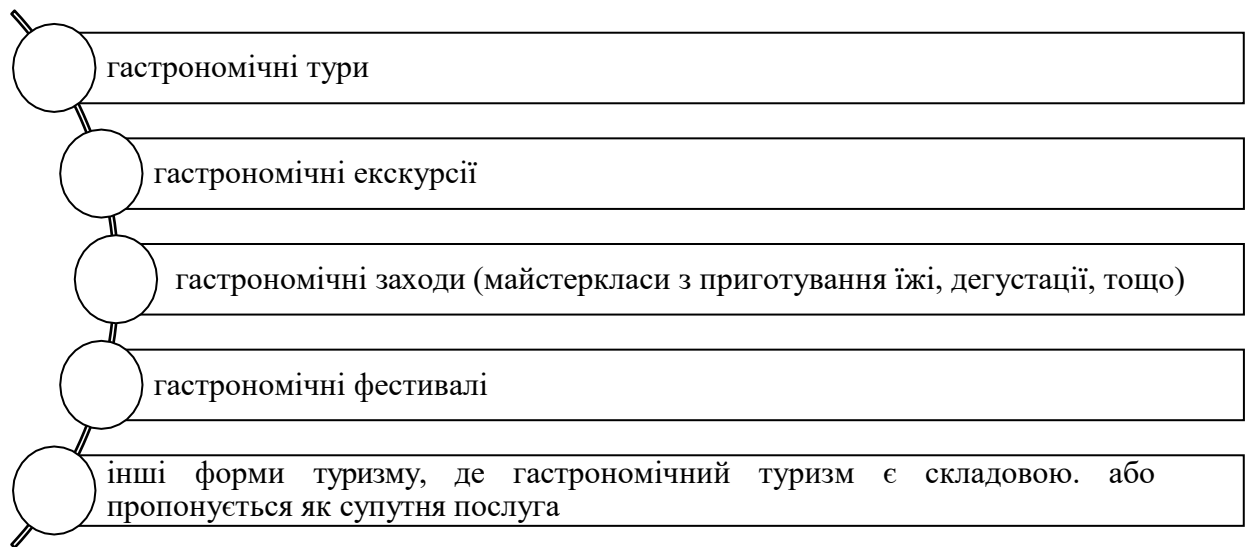


Рис. 1.2 – Основні форми організації гастрономічного туризму [4]

Основні напрями гастрономічного туризму:

Подійний тур – орієнтовані на відвідування території в певний час для участі в громадських і культурних заходах гастрономічної тематики. Наприклад, Свято шоколаду у Львові, метою якого є зміцнення іміджу міста як східноєвропейської шоколадної столиці.

Екскурсія по сільській місцевості – це перебування туристів у сільській місцевості з метою скуштувати місцеву кухню та продукти, вироблені в цьому регіоні.

Освітній тур – це тур, метою якого є навчання в спеціальних навчальних закладах кулінарної спеціалізації, а також курси та майстер-класи. Наприклад, «Відкрийте для себе французьку кухню» – 5 ночей у

паризькому готелі з п'ятиденними кулінарними курсами.

Тур по Ремторану – поїздка, що включає відвідування найвідоміших і популярних ресторанів, які відрізняються високою якістю, ексклюзивною кухнею та національною спрямованістю. Серед «ресторанних» міст Париж займає перше місце.

Розвиток гастрономічного туризму також пов'язаний з розвитком культурно-пізнавального туризму. Якщо територія має розвинений культурно-пізнавальний потенціал і приймає велику кількість туристів саме з цією метою, є ймовірність, що ці люди згодом зацікавляться гастрономічним туризмом. Характеристики, від яких залежать кулінарні традиції, включають не тільки культурні, а й кліматичні та історичні фактори. До світових лідерів гастрономічного туризму належать Іспанія, Китай, Японія, Італія та Франція.

Що стосується розвитку гастрономічного туризму, то перші мандрівники були вже гастротуристами. Такі мандрівники, як Льюїс і Кларк, Марко Поло, та інші, були вражені та детально описували місцеву кухню та те, як вона їм сподобалася. Але значно пізніше ця справа виділилася в окрему науку. Лише в другій половині XIX століття масові подорожі переросли в туризм загалом завдяки поліпшенню економічних, соціальних і технологічних умов, хоча гастрономічний туризм не став самостійною галуззю навіть наприкінці 1990-х років [14].

Основними рушійними силами цього розвитку було вдосконалення комунікаційної та транспортної системи, зокрема розширення мережі залізничного та авіаційного транспорту та зниження витрат на транспортування цих видів транспорту. Завдяки розвитку форм масової інформації, спочатку друкованих засобів масової інформації (газет, журналів тощо), а потім впровадження засобів масової інформації (телебачення, радіо та кіно), почали поширюватися нові кулінарні ідеї та рецепти.

Формально поняття кулінарного туризму почало активно використовуватися лише в 2000-х рр. Як було зазначено вище, поняття вперше було введено в 1998 році доцентом кафедри народної культури

університету Боулінг Грін Люсі Лонг (Огайо, США), щоб висловити ідею, що люди вивчають і дізнаються про інші культури через місцеву їжу. І це вже заклало основу для розвитку гастрономічного туризму як особливого виду туризму.

Туризм продовжує розвиватися як частина сучасної економіки, а їжа стає все більш важливою частиною. Важливість гастрономічного туризму була продемонстрована на 1-му Всесвітньому форумі UNWTO з харчового туризму, організованому UNWTO у 2015 році та проведеному в центрі гастрономічного туризму – Сан-Себастьяні, Іспанія. Кількість відвідувачів була настільки високою, що у 2016 році його знову організували як 2-й Всесвітній форум UNWTO з гастрономічного туризму [37].

Отже, гастрономічний туризм – явище досить давнє, але все ще розвивається. Сьогодні існує безліч його визначень і багато вчених присвячують йому свої праці та дослідження. Гастрономічний туризм є одним з найбільш універсальних, оскільки абсолютно кожна країна і населений пункт в цілому має всі ресурси і можливості для його розвитку. Далі охарактеризуємо основні види гастрономічного туризму.

1.2. Основні види гастрономічного туризму

Вище ми розглянули визначення гастрономічного туризму, а також історію його розвитку та створення. Навіть якщо окрема форма гастрономічного туризму ще не виділена, існують різні підходи до його класифікації. Крім того, в цьому пункті ми розглянемо деякі з них, але спочатку визначимо основні напрямки гастрономічного туризму та їх визначення.

Гастрономічний туризм поділяється на 4 групи.

1 група. Поїздка в сільську місцевість за гастрономічними враженнями. Цей вид передбачає дегустацію домашніх страв, приготованих жителями населеного пункту, куди прямує поїздка, а також рідних національних страв

даної країни (або регіону, населеного пункту). Цей вид також можна розглядати як частину зеленого сільського туризму [19].

2 група. Гастрономічна пригодницька подорож з відвідуванням ресторанів. По суті, цей вид гастрономічного туризму – це дегустація страв високої кухні в ресторанах (ресторанах, кафе тощо) з метою пошуку нових смакових поєднань та отримання незабутніх кулінарних вражень.

3 група. Тип гастрономічного туризму. Цей вид обов'язково передбачає участь у заходах, пов'язаних з гастрономією (фестивалі, ярмарки, гастрономічні виставки тощо);

4 група. Комбінований тип. Означає поєднання кількох зазначених типів вище.

Далі розглянемо 4 види класифікації гастрономічного туризму: Гастрономічний туризм класифікується за такими ознаками:

- зовнішній вигляд;
- за регіонами;
- за наміром;
- за організаційною формою[16].

На рис. 1.3. представлена характеристика гастрономічного туризму за видом.

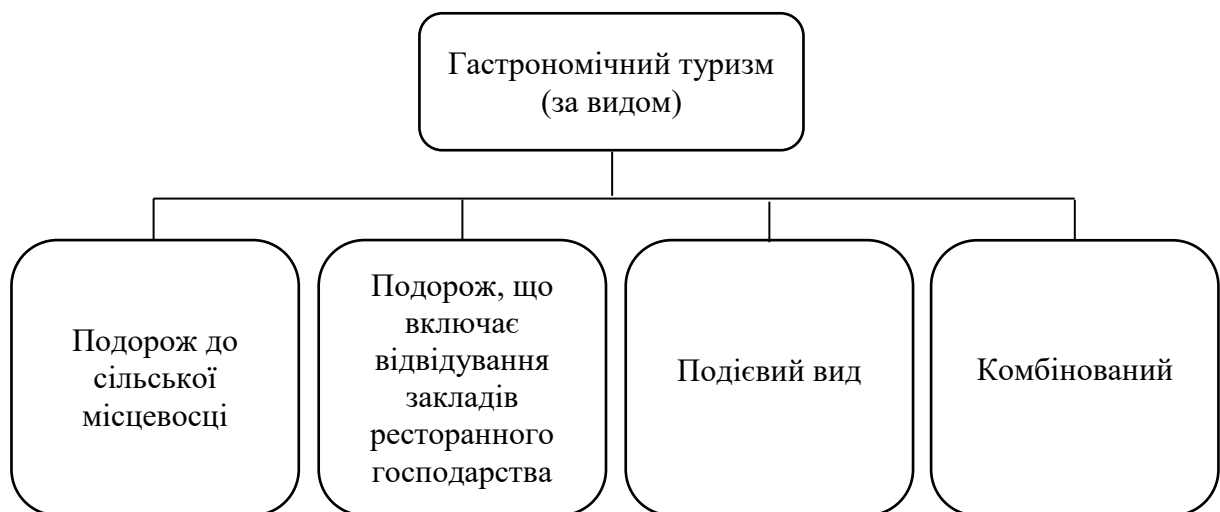


Рисунок 1.3 – Гастрономічний туризм за видом

Гастрономічний туризм також можна охарактеризувати за регіонами.

Характеристика гастрономічного туризму за регіонами [16]:

- Азіатсько-Тихоокеанський регіон;
- Європейський;
- Африканський;
- Американський [16].

Класифікація гастрономічного туризму за призначенням виділяє 7 основних видів гастрономічного туризму (див. рис. 1.4).

Характеристика гастрономічного туризму за метою	етнічний
	винний
	сирний
	з метою куштування морепродуктів
	кавовий
	фруктовий
	змішаний

Рисунок 1.4 – Характеристика гастрономічного туризму за метою

Розглянемо кожен з видів гастрономічного туризму докладніше.

1. Етнічні. Гастрономічна подорож, метою якої є знайомство з типовими стравами цієї місцевості. Тобто національні, етнічні страви та напої. Цей вид туризму існує в країнах, які мають багату багатовікову історію.

2. Винний. Ця подорож призначена для дегустації вин. Вчені навіть виділили винний туризм в окремий вид туризму та дали власне визначення: Винний туризм – це особлива форма туризму, яка передбачає дегустацію, споживання та придбання вина безпосередньо у виробника. Винний туризм включає відвідування плантацій виноградарів, дегустаційних залів або підвалів; ресторани, що пропонують дегустацію вин; Відвідування винних фестивалів або інших спеціалізованих заходів [12]. Винний туризм сприяє

подовженню тривалості туристичного сезону, покращенню туристичного іміджу регіону та збільшенню прибутку. Винний туризм – відносно новий вид туризму. Його історія значно відрізняється залежно від регіону, але такі місця, як Долина Напа та Винна країна, зазнали значного зростання, коли в 1975 році було реалізовано узгоджену маркетингову діяльність, яка продовжилася в 1976 році.

Винний туризм – це подорож, заснована на бажанні відвідати виноробні регіони та скуштувати вироблену там продукцію.

3. Сирний – це подорож, що включає дегустації різних сортів і сортів сиру на молокозаводах, а також ресторанах, що спеціалізуються на продажу сиру. А також відвідування сирних виставок, фестивалів тощо. Сирний туризм – це нішева сфера туризму, яка останніми роками викликає все більший науковий інтерес з боку вчених у всьому світі. Сирні пейзажі є символом сільської ідентичності та туристичною привабливістю. Гастрономічний туризм – це відвідування місця призначення, щоб відкрити особливості його культури та природи через його кулінарну спадщину. Зокрема, такі периферії, як сільські, природні та гірські середовища, стають сховищами давніх традицій, які все ще зберігаються та передаються [16].

Цей тип спеціалізованого туризму зосереджується на сирному туризмі та, зокрема, відображає взаємозв'язок між сиром і туризмом, беручи до уваги процес присвоєння туристичної цінності місцевому молочному продукту.

4. Поїздка на смак морепродуктів. Це поїздка з метою скуштувати свіжі морепродукти до прибережних місць. Цей вид туризму популярний практично у всіх прибережних країнах, а також на островах [17].

5. Кава. До цього типу відноситься відвідування кафе, дегустація різноманітних кавових напоїв, відвідування кавових плантацій, участь у приготуванні напою та кавові майстер-класи. Не виключено відвідування виставок, де представлений цей напій. Зараз у світі існує близько 70 країн, де клімат є оптимальним для кавових плантацій. Кавовий туризм, як впливає з назви, передбачає відвідування країни, де вирощують каву. Це також означає,

що ви візьмете участь у дегустації різних сортів цього напою. Колумбія, Бразилія, Гватемала, Перу, Індонезія, Коста-Ріка та Перу належать до країн, де достатньо розвинена культура споживання та вирощування кави [13].

6. Фруктовий. Це включає в себе відвідування садів і садів і дегустацію фруктів.

7. Змішаний. Цей вид являє собою поєднання декількох видів гастрономічного туризму, описаних вище.

І четверта класифікація гастротуризму – за формою організації: організований. Це спеціалізований гастрономічний тур, який організовується туристична компанія, яка працює з ресторанами, виробниками певних продуктів харчування, організаторами гастрономічних заходів та фестивалів, власниками ферм тощо; організовується безпосередньо туристами, без допомоги тур фірм [23].

Отже, гастрономічний туризм можна класифікувати за багатьма напрямками, і деякі із зазначених класифікацій схожі з класифікацією туризму як загального явища. Тобто це свідчить про те, що гастрономічний туризм, як супутня послуга, тісно пов'язаний із подорожами загалом, але водночас існує як самостійний вид. У наступному підрозділі ми розглянемо світовий досвід у сфері гастрономічного туризму.

1.3. Фактори розвитку гастрономічного туризму

Подорож і їжа тісно пов'язані: незалежно від місця призначення, турист завжди отримує новий гастрономічний досвід під час подорожі, що дозволяє йому краще відчувати і зрозуміти місцеву культуру.

Сприятливими чинниками розвитку гастрономічного туризму є кулінарна спадщина, розвинута інфраструктура, фермерські господарства з продуктами місцевих виробників, гастрономічні заходи та фестивалі. Згідно з дослідженням Kivela та Crofts (2005), туристи можуть бути розділені на три групи залежно від трьох основних елементів: кулінарних знань, інтересу до

гастрономії як ключового фактора у виборі місця, та гастрономічного досвіду під час подорожі [68]. Згідно з іншим дослідженням, задоволення від гастрономічного туризму в туристичному середовищі є багатовимірним конструктом, що складається з трьох факторів: «гастрономія», «ціна та якість» та «атмосфера». З цих трьох факторів «гастрономія» є найважливішим детермінантом задоволення туристів, за яким слідують «ціна та якість» та «атмосфера».

Гастрономічний туризм є важливою складовою туристичної індустрії та суттєво впливає на економічний, культурний та соціальний розвиток регіонів. Розгляд цього явища вимагає врахування різноманітних факторів, які впливають на його розвиток. Декілька ключових аспектів можна визначити у зв'язку з факторами розвитку гастрономічного туризму:

- культурна та історична спадщина;
- локальна кухня та продукти;
- кулінарні інновації;
- гастрономічні заходи та фестивалі;
- взаємодія з медіа;
- підтримка влади та індустрії;
- зростання інтересу до місцевих традицій [57].

Культурна та історична спадщина визначаються як важливий фактор у розвитку гастрономічного туризму, оскільки вони є основою для формування унікального кулінарного образу регіону та стають ключовим елементом привабливості для туристів. Цей багатошаровий аспект включає в себе не лише відомі традиції та рецепти, але й унікальні кулінарні елементи, які є важливими символами культури та історії регіону.

Наявність довговічних традицій стає ключовою складовою культурної спадщини, що визначає характер та аутентичність кулінарного досвіду. Традиційні методи приготування страв, передавані з покоління в покоління, не лише зберігають історичний контекст, але й стають специфічними особливостями, які відзначають гастрономічні враження від подорожі.

Унікальні рецепти, що мають глибокі корені в історії регіону, відображають не лише смакові переваги, а й культурні особливості, традиції та звичаї місцевого населення. Це робить їх не просто стравами, але частинами спадщини, яка розповідає унікальну історію і сутність культури.

Особливий вагомий внесок до гастрономічного туризму роблять інгредієнти, використовувані в кулінарних традиціях, що є вираженням природної та історичної зв'язаності з місцевим середовищем. Вони стають частиною культурного досвіду, де місцева природа та традиції переплітаються в кулінарному мистецтві. Використання місцевих продуктів в кулінарних традиціях регіону є ключовим елементом гастрономічного туризму. Вони не лише відображають унікальність клімату та ґрунтів регіону, але й надають стравам аутентичний та свіжий смак.

Пропаганда місцевих кулінарних традицій через гастрономічний туризм сприяє збереженню і передачі цінних кулінарних знань та навичок.

Кулінарні інновації стають невід'ємною частиною розвитку гастрономічного туризму, оскільки вони не лише підсилюють привабливість регіону для гурманів, але і забезпечують унікальний та сучасний кулінарний досвід для туристів [59].

Залучення висококласних шеф-кухарів та талановитих кулінарів в гастрономічний туризм відкриває можливість для туристів отримати унікальний досвід від визнаних майстрів своєї справи. Використання сучасних кулінарних технік та технологій дозволяє створювати страви, які не лише вражають смаковими якостями, але й мають естетичну та креативну цінність. Гурмани цінують можливість випробовувати нові, неочікувані поєднання смаків та інгредієнтів, що робить кулінарний тур неповторним та захоплюючим.

Присутність ресторанів, відзначених зірками і нагородами, є магнітом для гастрономічних туристів, які шукають виняткові страви та вишукану обслуговування [53].

Розвиток місцевих гастрономічних ініціатив, таких як фермерські

ринки, спільнотні гастробари чи фуд-трекінгові експедиції, надає туристам можливість долучитися до місцевої кулінарної сцени.

Кулінарні інновації в гастрономічному туризмі додають елемент ексклюзивності, стимулюючи інтерес до кулінарного досвіду та надаючи можливість відкрити для себе нові смаки та концепції. Такий підхід робить гастрономічний туризм відмінним та привабливим для вибагливого гурмана, який бажає не лише насолоджуватися стравами, а й відчувати та зрозуміти творчий підхід та кулінарний талант шеф-кухарів.

Гастрономічні інновації стають не тільки методом створення нових смакових вражень, але і засобом збагачення культурного досвіду. Шеф-кухарі, що впроваджують нові техніки та концепції, стають справжніми творцями, які вносять унікальний внесок у гастрономічний пейзаж регіону. Їхні експерименти зі смаками та інгредієнтами розширюють горизонти гостей, даруючи їм неабияке задоволення від несподіваних та непередбачуваних кулінарних поєднань [36].

Гастрономічні заходи, фестивалі та конкурси в сфері кулінарії визначаються як важливий фактор у розвитку гастрономічного туризму. Ці події не лише привертають увагу шанувальників гастрономії, але й сприяють популяризації регіону як визначеного кулінарного пункту на світовій карті гастрономії.

Гастрономічні заходи стають справжнім майданчиком для гурманів, які мають можливість випробувати різноманітні страви, вина та десерти, що створює для них неповторний смаковий досвід.

Гастрономічні фестивалі часто включають в себе елементи місцевої культури, традицій та народної мистецькості, що створює комплексний образ регіону для туристів. Організація подій сприяє промоції місцевих продуктів та створює платформу для виробників та фермерів для представлення своїх унікальних товарів. Проведення кулінарних фестивалів, дегустацій та конкурсів залучає увагу гурманів та сприяє популяризації регіону як гастрономічного пункту [61].

Гастрономічні події стають ідеальною ареною для об'єднання кулінарних традицій, талантів та креативності. Вони не лише сприяють розвитку гастрономічного туризму, але й вносять важливий вклад у культурний розвиток регіону, створюючи унікальні та запам'ятовуючі враження для всіх, хто взяв участь у цих заходах.

Взаємодія з медіа, особливо в еру соціальних мереж, визначається як надзвичайно важливий фактор у розвитку гастрономічного туризму. Сучасні засоби масової інформації стають не лише каналом для просування гастрономічного обличчя регіону, але й ефективним інструментом для залучення туристів та підвищення їхньої зацікавленості у місцеві кулінарні враження [62].

Медіа, зокрема соціальні мережі, дозволяють регіонам створювати привабливий та візуально захопливий образ своєї гастрономії. Це включає в себе стильні фотографії страв, захоплюючі відеоролики та інші креативні засоби візуальної презентації. Інтерактивні платформи медіа надають можливість розповісти унікальні історії про місцеві кулінарні традиції, шеф-кухарів та ресторани. Це створює емоційний зв'язок із туристами та заохочує їх відвідувати регіон.

Підтримка влади та активна участь гастрономічної індустрії грають важливу роль у створенні та розвитку гастрономічного туризму. Забезпечення сприятливого середовища для ресторанів та кулінарних ініціатив відображається в різноманітних аспектах, що включають законодавчість, інфраструктуру, розвиток кулінарних традицій та забезпечення високого стандарту обслуговування [47].

Розробка сприятливого законодавства є важливим елементом підтримки гастрономічного туризму. Закони, що спрямовані на спрощення ведення бізнесу в сфері гастрономії, надання податкових пільг та стимулів, сприяють розвитку ресторанного сектору.

Розвиток інфраструктури, пов'язаної з гастрономічним туризмом, включає в себе створення кулінарних центрів, кулінарних шкіл та

спеціалізованих об'єктів для проведення гастрономічних заходів [49].

Активна підтримка влади у відновленні та розвитку традиційних кулінарних методів та страв сприяє створенню аутентичного гастрономічного образу регіону. Залучення влади до промоції гастрономічних ініціатив та фестивалів на рівні країни чи міста допомагає залучити увагу туристів та підтримує ресторанний бізнес. Влада може сприяти співпраці з представниками гастрономічної індустрії, надаючи їм можливість брати участь у розвитку стратегій та ініціатив, спрямованих на просування гастрономічного туризму.

Надання фінансової підтримки для ресторанів та гастрономічних проєктів може стати стимулом для розвитку новаторських ідей та підвищення конкурентоспроможності. Взаємодія влади та гастрономічної індустрії визначає успіх гастрономічного туризму, забезпечуючи не тільки розвиток бізнесу, але і зміцнення культурного обличчя регіону через його унікальну кулінарну спадщину [50].

Зростання інтересу до місцевих традицій у гастрономічному туризмі визначається не тільки як тенденція, але і як ключовий фактор, що активно впливає на розвиток цієї сфери подорожей. Туристи все більше обирають подорожі не лише для відвідування популярних туристичних пам'яток, але й для того, щоб поглибити своє знайомство з місцевою культурою через гастрономію.

Туристи віддають перевагу аутентичним та локальним досвідам, і місцева кухня надає їм можливість поглибити своє розуміння місцевої культури. Вивчення місцевих традицій через їжу стає частиною особливого подорожнього досвіду. Туристи прагнуть не лише скуштувати нові страви, але й зрозуміти їхнє історичне та культурне значення [37].

Зростання інтересу до місцевих традицій у гастрономічному туризмі підкреслює необхідність збереження та популяризації культурних особливостей через їжу, що в свою чергу сприяє розвитку та збагаченню туристичного досвіду.

Дослідження Тікканена показали, що основними мотивами для гастрономічних туристів є:

- сама їжа – насолода;
- є попит на їжу та напої;
- кулінарні туристи споживають і купують їжу;
- місцева їжа вважається культурним явищем;
- зв'язки з туризмом і гастрономією шукають і цінують [29].

Види харчування туристів:

- туристи-гурмани надають особливого значення їжі та напоям або якості та ексклюзивності;
- гурмани люблять їжу, насолоджуються новими ресторанами та часто із задоволенням готують;
- туристи, які цікавляться культурою, люблять спілкуватися з культурою через їжу, щоб краще зрозуміти місце;
- кулінарні авантюристи насолоджуються культурою, але також хочуть спробувати нетуристичні місця;
- мандрівники соціальної їжі використовують їжу та напої за кордоном для спілкування;
- автентичні туристи люблять смакувати традиційними стравами, наповненими смаком;
- багато людей люблять купувати дешеві продукти та їсти місцеву вуличну їжу;
- кулінарні туристи люблять спробувати всього потроху;
- деякі люди люблять пробувати страви, які поєднують різні кухні;
- багато мандрівників люблять їсти місцеву їжу з усіма інгредієнтами від місцевого виробника [15].

Гастрономічний туризм розвивається в усіх країнах світу, але кожна країна має своє бачення, свою кухню та свої підходи до її просування. У гастрономічному туризмі, як і в будь-якому іншому виді туризму, в кожному

регіоні є країни, які приваблюють і приймають найбільше туристів [24].

Розглянемо країни-лідери гастрономічного туризму в кожному регіоні. Почнемо з європейського (див. рис. 1.5). Цей регіон приймає найбільше гастротуристів, які хочуть скуштувати та відкрити для себе європейську кухню.

Перш за все, розглянемо особливості європейського простору, а саме те, які чинники впливають на появу особливостей кухні тієї чи іншої території.

Розташування: Європа лежить у чотирьох кліматичних поясах: арктичному, субарктичному, помірному (а також помірному континентальному) і субтропічному. Така протяжність території призводить до відмінностей у гастрономії різних європейських країн [28].

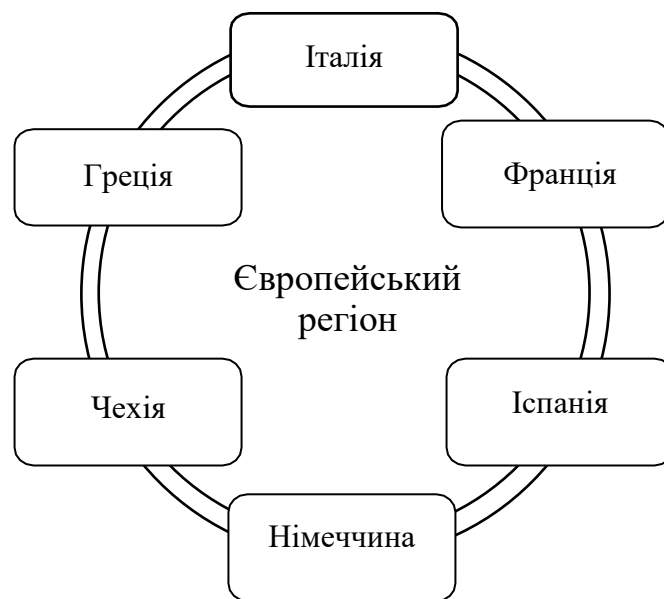


Рис. 1.5 – Найбільш відвідувані країни в Європейському регіоні

Клімат: різниця в кліматі сприяє відмінності в харчуванні. Рослини чи тварини, які комфортно існують у субтропічному поясі, не можуть існувати в арктичному, і навпаки. Наявність морів або океанів в деяких країнах дає їм можливість ловити морських мешканців, що не під силу жителям інших країн.

Рівень розвитку: рівень розвитку та історико-культурні відмінності європейських країн також впливають на появу відмінностей у гастрономічній культурі європейського регіону [27].

Ці фактори включають місце розташування, клімат і рівень розвитку. Отже, багато факторів впливають на те, що гастрономічна культура кожної країни європейського регіону різна [11]. Варто з'ясувати, що саме і які страви приваблюють туристів кожної зі згаданих країн.

Гастрономічний туризм у Азійсько-Тихоокеанському регіоні спирається на різноманітні фактори, які роблять цей регіон особливо привабливим для гурманів та туристів, що цінують кулінарні враження. Основні фактори розвитку гастрономічного туризму в цьому регіоні включають:

Різнманітність кухонь: Азійсько-Тихоокеанський регіон славиться своєю різноманітністю кухонь, які представлені великою кількістю країн. Кухні, такі як японська, китайська, індійська, тайська та інші, надають туристам можливість скуштувати різноманітні страви із унікальними смаковими відтінками.

Традиції та обряди: гастрономічний туризм у регіоні заснований на традиціях та обрядах, пов'язаних із приготуванням та споживанням їжі. Туристи можуть відвідати місцеві ресторани та ринки, щоб пережити аутентичні кулінарні традиції, а також брати участь у кулінарних заходах і майстер-класах.

Екзотичні інгредієнти: регіон славиться використанням екзотичних інгредієнтів та спецій, які роблять страви неповторними. Туристи можуть досліджувати та смакувати нові продукти, що додає атракційності гастрономічному туризму.

Кулінарні фестивалі та події: регулярні гастрономічні фестивалі та події привертають увагу туристів. Ці заходи дозволяють представникам гастрономічної індустрії демонструвати свої таланти та пропонувати нові, інноваційні страви [6].

Культурна спадщина: гастрономічний туризм в Азії пов'язаний з багатошаровою культурною спадщиною, яка включає традиції, релігійні практики та обряди. Туристи можуть відчуті глибину історії через кулінарію.

Майстер-класи в кулінарних школах: регіон розвинувся у сфері кулінарного навчання. Майстер-класи та кулінарні школи дозволяють туристам вивчати місцеві кулінарні традиції та приготування страв під керівництвом професійних кухарів.

Модернізація та інновації: деякі країни у регіоні впроваджують новаторські підходи до гастрономії, поєднуючи традиційні методи з сучасними тенденціями. Це додає елементів сучасності до кулінарного досвіду.

Загалом, розмаїття кухонь, традицій та культурних впливів, разом із залученням туристів у гастрономічні заходи та майстер-класи, роблять Азійсько-Тихоокеанський регіон важливим центром для гастрономічного туризму [6].

Гастрономічний туризм в Американському регіоні є важливою галуззю, привертаючи туристів своєю різноманітністю кухонь, культурною спадщиною та інноваційними підходами до гастрономії. Основні фактори розвитку гастрономічного туризму в цьому регіоні включають:

Різноманітність кухонь: Американський регіон представлений різноманітністю кухонь, включаючи американську, латиноамериканську, італійську, азійську та інші. Ця різноманітність дозволяє туристам скуштувати страви з різних культур та традицій.

Локальні традиції: гастрономічний туризм акцентується на вивченні та враженні від локальних традицій. Туристи можуть відвідувати ресторани, де готують страви, що відображають місцеві кулінарні звичаї та рецепти.

Співпраця з місцевими фермерами: рух за «фермерське до столу» здобуває популярність, і ресторани в Американському регіоні співпрацюють з місцевими фермерами, використовуючи свіжі та сезонні інгредієнти.

Інновації та кулінарні тренди: введення новаторських ідей та

використання сучасних кулінарних трендів збагачують гастрономічний досвід туристів. Через це гастрономічний туризм стає захоплюючим і сучасним [25].

Кулінарні експерименти: ресторани та кухарі регіону активно займаються кулінарними експериментами, спробуючи нові поєднання смаків та створюючи унікальні страви, які приваблюють цікавих гурманів. Відбувається поєднання різноманітних кухонь.

Мистецтво та дизайн ресторанів: ресторани активно використовують мистецькі та дизайнерські рішення для створення унікальної атмосфери, що додає естетичну цінність гастрономічному досвіду.

Ці фактори роблять Американський регіон важливим центром для гастрономічного туризму, надаючи туристам можливість насолоджуватися різноманітністю смаків, досліджувати кулінарні традиції та поглиблювати свій культурний досвід через їжу.

Африканський регіон, з його розмаїттям культур, традицій і природних багатств, має потенціал стати важливим центром гастрономічного туризму. Основні фактори розвитку гастрономічного туризму в Африканському регіоні включають:

Різнорманітність етнічних кухонь: Африканський континент вражає своєю різноманітністю етнічних кухонь, які відображають унікальні смаки, традиції та інгредієнти різних племен і народів. Туристи можуть смакувати аутентичні страви від місцевих шеф-кухарів.

Екзотичні інгредієнти та смаки: традиційні продукти та екзотичні інгредієнти, такі як екзотичні фрукти, спеції та місцеві трави, роблять африканську кухню унікальною та цікавою для гурманів [67].

Гастрономічна туристична інфраструктура: розвиток гастрономічної інфраструктури, такої як ресторани, кулінарні тури та фестивалі, дозволяє туристам активно досліджувати місцеву кухню та традиції.

Культурна спадщина та історія: багата культурна спадщина та історія Африки пов'язані з її кулінарними традиціями. Туристи можуть вивчати та

розуміти історію країн через їжу та приготування страв.

Споживання як спосіб спілкування: У багатьох африканських культурах їжа вважається не лише джерелом енергії, але і засобом спілкування та обміну. Традиції спільного споживання створюють унікальний соціальний аспект гастрономічного туризму.

Ці фактори разом створюють потужний стимул для розвитку гастрономічного туризму в Африканському регіоні, роблячи його привабливим для туристів, які шукають неповторний культурний досвід через їжу.

Фактори розвитку гастрономічного туризму є взаємодіючими та визначають привабливість регіону для туристів, створюючи унікальний кулінарний образ місцевості [60].

Висновки до розділу 1

У першому розділі нашої роботи було детально розглянуто теоретичні аспекти технології та організації гастрономічних турів. Ми розглянули сутність гастрономічного туризму як особливого виду туризму, його історію розвитку та роль у загальній туристичній індустрії. Підкреслили, що гастрономічний туризм стає все більш популярним серед подорожуючих, оскільки він дозволяє спілкуватися з місцевими жителями, відкривати нові смаки та знайомитися з культурою через їжу.

Ми також проаналізували різновиди гастрономічного туризму, звернувши увагу на важливість регіональної кухні та продуктів, що вирощуються в конкретному регіоні. Різноманітність гастрономічного туризму дозволяє подорожуючим вибирати оптимальний варіант для свого відпочинку.

Міжнародний досвід у сфері гастрономічного туризму показав, що ця галузь має великий потенціал для розвитку, особливо в країнах з різноманітною кулінарною спадщиною. Різні країни активно пропагують

свою кухню та гастрономічні традиції для привертання туристів.

Фактори розвитку гастрономічного туризму включають законодавчу підтримку, інфраструктурний розвиток, вивчення та збереження місцевих традицій, взаємодію з медіа, підтримку влади та індустрії, зростання інтересу до місцевих кулінарних традицій, та гастрономічні заходи. Ці чинники сприяють привертанню туристів, поглибленню культурного обміну та створенню неповторного гастрономічного досвіду для подорожуючих.

Отже, цей досліджений матеріал служить основою для подальшого аналізу та дослідження гастрономічного туризму в Україні та інших країнах у наступних розділах нашої роботи.

РОЗДІЛ 2. СТАН ТА ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ СВІТУ ТА УКРАЇНИ

2.1. Аналіз міжнародного досвіду у сфері гастрономічного туризму

Крім архітектури, пам'ятників та інших форм культурної спадщини, ЮНЕСКО також приділяє увагу охороні нематеріальної культури. До Списку нематеріальної культурної спадщини включено, зокрема, кухні певних країн і навіть окремі страви. Занесення до переліку позначає, що ця страва зберігається людством від виникнення загрози зникнення, і будь-які дії, спрямовані на її пошкодження, є неприпустимими. У 2022 році до переліку страв, які потребують термінового захисту, були внесені український борщ та французький багет[65].

У таблиці 2.1 визначено найважливіші об'єкти світової гастрономічної та кулінарної спадщини ЮНЕСКО станом на 1 січня 2022 року.

Таблиця 2.1 – Головні об'єкти світової гастрономічної та кулінарної
спадщини ЮНЕСКО станом на 1.01.2022 року

Туристичний субрегіон світу	Країна	Об'єкт
Південна Європа	Греція	Середземноморська дієта, Паца (Patsa) і Магірица (Magiritsa), Сувлакі, Геміста
	Іспанія	Паелья, Гаспачо, Теруельський мігас
	Італія	Технологія приготування неаполітанської піци (базове тісто, сирі помідори, свіжий сир моцарела, свіжий базилік та оливкова олія), паста, тальятеле, фузілі, пенне, спагеті, джелато
	Хорватія	Мистецтво випічки пряників в Північній Хорватії
Західна Європа	Чехія	Масляне ходіння по домівках в районі Глинецька
	Швейцарія	Свято виноробства в м. Вева
	Великобританія	Fish and Chips, мінс пай, хагіс
	Франція	Традиційна французька кухня (цибулевий суп, качине конфі, м'ясо по-бургундськи)
	Бельгія	Свято хліба та вогню в м. Герардсберген
		Кінний промисел креветок в м. Остюнкерке
		Культура вживання пива

Продовження таблиці 2.1.

Туристичний субрегіон світу	Країна	Об'єкт
Центральна Азія	Таджикистан	Технологія приготування та культури вживання оши-палав
	Узбекистан	Технологія приготування та культури вживання плову
	Азербайджан	Технологія приготування долми, технологія приготування та подачі хлібців (лаваш, юфку, юпку тощо)
	Монголія	Айран
	Іран	Технологія приготування та подачі хлібного коржика
	Казахстан	
	Киргизія	
Південна Азія	Іран	
Західна Азія	Туреччина	Технологія приготування кави; кешек, Технологія приготування та подачі хлібного коржика
	Вірменія	Технологія приготування та подачі лаваша
	Грузія	Технологія приготування вина в глиняних глечиках «квеврі»
	Катар	Технологія приготування арабської кави
	Оман	
	Саудівська Аравія	
	Об'єднанні Арабські Емірати	
Східна Азія	Японія	Кухня вашоку (традиційна японська кухня)
	Північна і Південна Корея	Технологія приготування капусти кімчі
Південно-східна Азія	Сінгапур	Центри для хокерів (це «спільні їдальні») (введено у 2020 році) – місця для спілкування.
Північна Африка	Марокко, Алжир, Мавританія, Туніс (2020)	Ринок харчових продуктів та вуличної їжі на площаді Джамаа-ель-Фна в м. Марракеш ; кус-кус
Північна Америка	Мексика	Традиційна мексиканська кухня (тако, елоте, енчілада)
	Японія	Вашоку
Південна Америка	Парагвай (2020)	Terere готують із застосуванням спеціальної суміші Poña Nana (лікарських трав), подрібненої та поєднаної з холодною водою.
	Мальта	Фріта (2020) (плющений хліб із закваски)

Гастрономічний туризм стосується людей, які подорожують, щоб насолодитися їжею інших країн і краще зрозуміти розташування та культуру.

Все більше і більше людей подорожують з єдиною метою, щоб незабутньо поїсти та випити, і цей критерій для деяких є таким же важливим, як і клімат. Кулінарний туризм робить значний внесок в економіку з поточною ринковою вартістю 1116,7 мільярдів доларів. Очікується, що це число продовжить зростати на 16,8%, що свідчить про незмінний інтерес людей до їжі та напоїв під час подорожей за кордон.

Основна статистика по гастрономічному туризму [69]:

- у 2022 році ринок гастрономічного туризму оцінювався в 1116,7 мільярдів доларів США, і очікується, що до 2027 року цей показник зросте до 1796,5 мільярдів доларів США, тобто зростання на 16,8%;
- 95% мандрівників у всьому світі зараз можна віднести до категорії мандрівників, які подорожують їжею;
- перш ніж відвідати пункт призначення, 80% мандрівників вивчають їжу та напої;
- 70% людей обирають напрямок на основі їжі та напоїв;
- 45% мандрівників, які брали участь у нещодавньому дослідженні, мали принаймні п'ять різних кулінарних заходів під час своєї подорожі;
- 35% гастрономічного туризму припадає на Європу, за нею йдуть Північна Америка, Азіатсько-Тихоокеанський регіон, Південна Америка та Близький Східний Африка;
- 77% міленіалів подорожують, щоб отримати незабутні враження від їжі та напоїв;
- 63% мілленіалів люблять їсти в місцях, які демонструють соціальну відповідальність;
- 59% опитаних респондентів заявили, що вважають, що їжа та напої зараз важливіші, ніж 5 років тому;
- 81% людей вважають, що їжа допомагає їм зрозуміти культуру;
- гастротуризм зростає, оскільки 83% людей хочуть дізнаватися про місцеву їжу та напої під час подорожі;
- 47% мандрівників роблять покупки в місцевому продуктовому

магазині;

- 70% опитаних людей заявили, що привозять місцеву їжу чи напої додому як подарунок;

- кулінарний туризм є великим ринком, оскільки 70% респондентів нещодавнього опитування заявили, що витрачають більше на їжу та напої за кордоном;

- 83% людей вважають, що їжа допомагає формувати їхню подорож і залишає незабутнє враження;

- статистика кулінарного туризму показує, що 62% людей починають купувати їжу та напої, які вони спробували за кордоном, вдома;

- їжа в європейських країнах, таких як Іспанія, Греція, Італія та Франція, відома у всьому світі та вважається найкращою в світі [69].

Кулінарний турист планує свій напрямок, враховуючи місцеву кухню, оскільки вона відіграє важливу роль у виборі місця. Ці туристи хочуть насолоджуватися їжею та напоями, щоб повністю зануритися в культуру, майже так, ніби вони живуть як місцеві жителі. Якщо ви подивитеся на профілі кулінарних туристів, міленіали є найважливішою демографічною групою [64].

Все більше і більше людей подорожують, щоб скуштувати страви місцевої кухні, оскільки гурмани шукають справжніх вражень, які допоможуть їм зануритися в культуру. У 2022 році органічно вирощені місцеві продукти є вагомим трендом у гастрономічному туризмі.

Якщо проаналізувати популярність країн світу, то на сьогодні десятки найпривабливіших з гастрономічної точки зору країн: Таїланд, Греція, Китай, Франція, Іспанія, Мексика, Італія, Індія, Японія, Індонезія та Малайзія [4].

У січні 2020 року Всесвітня харчова туристична асоціація, провідна організація гастрономічного туризму, опублікувала своє останнє дослідження щодо тенденцій кулінарних подорожей 2020. Опитування проводилося в 6 країнах за участю понад 4500 респондентів. На основі отриманих результатів складено перелік характерних ознак туриста, який подорожує з

гастрономічними цілями. Так, це переважно молоді люди – «міленіали» (народжені з 1981 по 1996 рік) і покоління «Z» (народжені після 1996 року). Вони найбільші знавці гастрономії. Її рушійними факторами є вивчення місцевої їжі та напоїв під час подорожі. 77% мандрівників тисячоліть подорожують «за незабутніми враженнями від їжі та напоїв». Всесвітня харчова туристична організація класифікує покоління Z як «супергурманів» через їх великий інтерес до їжі, історії та спадщини. Це мандрівники, які люблять активний туризм і не економлять під час подорожей.

Опитування показало, що мандрівники-кулінарії більше зацікавлені в участі в різноманітних туристичних заходах, окрім споживання їжі та напоїв, ніж інші туристи. Вони максимально використовують свої подорожі: відвідують культурні пам'ятки, заходи, виступи, екскурсії та ходять по магазинах. Мандрівники витрачають на їжу на 24% більше за день, ніж інші мандрівники [43].

Мандрівники шукають різноманітності в їжі та напоях у своїх кулінарних поїздках. Ця тенденція ілюструється чотирма характеристиками туриста, який подорожує з гастрономічними міркуваннями, названими учасниками опитування: відвідування ресторану «для незабутніх вражень»; харчування в ресторані для гурманів; Насолодитися вуличною їжею в кіоску; Відвідування відомого ресторану або бару [8]. Крім того, кулінарні мандрівники беруть активну участь у виставках, відвідують кулінарні фестивалі, ферми, виноробні, кулінарні курси та відвідують кулінарні екскурсії.

На рішення про подорожі впливають друзі та родина, інформація з веб-сайтів оглядів і соціальних мереж. Рекомендації друзів і родини найбільше впливають на рішення мандрівників відвідати новий напрямок (61% усіх респондентів). 53% туристів, які харчуються, довіряють відгукам на веб-сайтах, а на 41% з них впливають публікації друзів і родини в соціальних мережах. Найефективнішу рекламу роблять окремі мандрівники, які діляться особистим досвідом у соціальних мережах. За даними дослідження «Food

Monitoring for 2020», «85% молодих туристів, які подорожують і відпочивають, діляться враженнями від подорожей у соціальних мережах щонайменше в половині своїх поїздок» [8]. Це являє собою значний потенціал для безкоштовної та надійної реклами для компаній-виробників продуктів харчування та напоїв.

Мандрівники віддають перевагу місцевим, автентичним і соціально відповідальним стравам. Пройшли ті часи, коли більшість туристів шукали безпечну, стандартизовану їжу та напої. Сьогодні мандрівники люблять шукати автентичні традиційні страви, які розширюють їхнє розуміння місцевої культури. Щоб зацікавити сучасних мандрівників, необхідно надати їм унікальні кулінарні враження, властиві певному регіону чи району [8].

Усі перераховані вище тенденції представляють виняткову можливість для розвитку індустрії гостинності та пов'язаних туристичних напрямків за умови, що вони зможуть адаптувати свою операційну, комунікаційну та маркетингову практику до нових уподобань споживачів.

Найбільш відвідуваною країною європейського регіону є Італія – вона асоціюється з пастою, технологією приготування піци та дегустацією одного з найпопулярніших видів морозива – джелато. Італія – країна з давніми, багатими туристичними традиціями. Крім того, дієтологи вважають середземноморську кухню однією з найздоровіших у світі через високий вміст йоду (з морепродуктів), використання оливкової олії та великої кількості овочів і фруктів [27].

Створення гастрономічних подорожей до Італії є одним із найперспективніших напрямків діяльності туристичної галузі. В Італії більше ста провінцій, і майже кожна може похвалитися винними та гастрономічними маршрутами. Тут справжній рай на землі для поціновувачів вина, сиру, прошутто (шинки), пасти, піци та трюфелів. У Тоскані винно-гастрономічний маршрут пропонує туристам можливість помилуватися південною красою долини Вальдорчія з вікон і на зупинках поїзда «Винний». Вони зустрічають мандрівників і пригощають їх «на трасі» келихом десертного вина та

місцевими солодощами. Затишний вагон-ресторан обладнаний «винним льохом». На зупинках туристи відвідують кращі виноробні, щоб спостерігати за технологічним процесом виробництва вина [32].

За популярністю серед туристів Франція посідає друге місце. У Франції людей приваблюють традиційні страви французької кухні, а саме традиційний цибульний суп, конфі з качки, вина та ігристі вина, сир. Крім того, більше 50% гастрономічних турів в Італію – це дегустація вин. Франція також є домом для однієї з найкращих і найпопулярніших кулінарних шкіл – e-Cordon Bleu, яка щороку навчається 20 000 студентів. Найпопулярнішими виноробними регіонами є Бордо, Бургундія, Долини Рони і Луари, Ельзас, Шампань, Лангедок-Русільйон і Прованс [30].

Туристи їдуть до Франції і для того, щоб скуштувати сир. Більшість молокозаводів розташовані на південному сході (Лангедок-Русільйон, Прованс та Рона-Альпи) та в Ельзасі. Одним із французьких делікатесів є фуа-гра (гусяча печінка), а також спеціально для туристів засновані ферми, де можна скуштувати цей делікатес. Вони розташовані саме в регіонах Аквітанії та Південних Піренеїв. Трюфельні ферми характерні для регіонів Лімузен, Прованс, Франш-Коте, Іль-де-Франс, Шампань-Арденн. Кухня Франції внесена до списку нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО [63].

Далі розглянемо країну, на яку припадає частка гастрономічного туризму у 12% туристичного потоку – Іспанія. В Іспанії найпопулярніші страви: паелья, гаспачо (холодний томатний суп), таруель мігас. В Іспанії не так багато традиційних страв, як у Франції чи Італії, але деякі з них заслуговують на увагу. Кулінарна національна ідея Іспанії – тапас (ісп. «Tapas» – «кришка»). За звичним холодним м'ясом, овочами на грилі, смаженими делікатесами з морепродуктів і бутербродами ховається ціла низка історій і легенд [29].

На четвертому місці країна, згадка про яку викликає асоціацію з ковбасою, пивом, квашеною капустою і взагалі жирною їжею – Німеччина. Але мало хто знає, що Німеччина – країна з розвиненим винним туризмом. В

середньому Німеччина виробляє 9 мільйонів галонів вина на рік. Через Німеччину пролягають відомі винні шляхи: «Німецька винна дорога» (Deutsche Weinstrasse) в Пфальці та «Саксонський винний шлях» [35].

Що стосується пива, то тут проходить відомий і найпопулярніший пивний фестиваль Октоберфест (нім. Oktoberfest). Він проходить щороку в Мюнхені з 1810 року. Триває 2 тижні: з кінця вересня до середини жовтня. Октоберфест відвідували щонайменше 6 мільйонів туристів щороку (до пандемії). Загалом, це парад виключно мюнхенських і баварських пивоварень (одне з правил – заборона інших пивних компаній), який проходить на традиційному майданчику «Терези Візе». Тут традиційно подають пиво у спеціальні чашки місткістю приблизно 1 л. Також подають баварські сосиски та кренделі.

Країну, яка також асоціюється з пивом, Чехію, відвідують десятки мільйонів туристів щороку. Туристи відвідують Чехію, щоб випити пива. Вважається одним з найкращих у світі. Для цього організовано велику кількість пивних маршрутів, а саме 28. Це екскурсії, маршрут яких передбачає відвідини кількох відомих пивних міст – столиць. Найвідоміші з них: Крушовіце, Жатець, Пльзень, Ходова Плана, Прага.

І країна, яка виділяється серед інших, це Греція. Туристи їдуть до Греції заради грецької кухні, відомої спеціями, свіжими продуктами та великою кількістю овочів, а також сиром та оливковою олією. До особливостей також відносяться великі порції [36].

Наступним розглянемо Азійсько-Тихоокеанський регіон.

Японія вважається найпопулярнішою країною Азіатсько-Тихоокеанського регіону.

Японська кухня значно відрізняється від усіх інших кухонь світу. Жителі інших азіатських країн сприймають її так само, як, наприклад, французьку кухню сприймають європейці. Їх секрет у ретельному підборі продукції, красі подачі та ставленні до продукту в цілому. Лише найкращі

дари землі та води варті того, щоб подати до столу, а головне завдання кухаря – зберегти їх первинні властивості. Японська кухня має ще одну особливість. Крім краси і гармонії форм і кольорів, приготовані страви обов'язково відображають пору року. За її словами, кожна пора року дарує свої принади.

Основні продукти, які використовуються в японській кухні: овочі, рис, продукти рослинного походження, риба, різні морепродукти, а також м'ясо – яловичина, свинина, птиця. Останнім часом ця кухня стала дуже популярною серед іноземців і вже не викликає стільки здивувань, як раніше. Щоб спробувати рибу фугу, варто приїхати до

Японії. Скуштувати цю страву можна тільки в цій країні. Це найнебезпечніша риба, отрути якої може вистачити, щоб вбити людину. Тому готувати його можуть тільки кухарі, які мають на це дозвіл, і особливим способом [41]. Найпопулярніші японські страви, які давно вийшли за межі Японії, а саме суші та роли.

На другому місці Китай. Китайська кухня дотримується концепції здорового харчування, що забезпечується складом приготованих страв. Китайська кухня складається з кількох основних компонентів, які завжди дрібно нарізані та майстерно приготовані.

Варіанти поєднання 30 чи 40 компонентів дозволяють приготувати тисячі страв. Китайська кулінарна традиція поєднує в собі безліч страв, характерних для різних регіонів Китаю, які знаходяться в абсолютно різних кліматичних зонах або часових поясах.

Не менш яскравим представником азіатської кухні є Таїланд. Ця країна з кожним роком набирає популярність разом із зростанням туристичного інтересу до країни. Основу тайської кухні складають рис, локшина, морепродукти і тропічні фрукти. Можна забути про прихильність тайців до гострої їжі, яка може виявитися неїстівною для незнайомого мандрівника [38].

Далі розглянемо Американський регіон.

Перш за все, це країна, назва якої в першу чергу спадає на думку при згадці американського регіону – США. Що стосується США, то в цій країні є найважливіша умова для розвитку гастрономічного туризму – різноманітна кухня. Це пов'язано з розташуванням США – країна охоплює чотири кліматичні зони, тому кожен штат має власну пропозицію продуктів, яка відрізняється від інших. Але найголовніша риса США, яка виділяє країну, це барбекю [40].

Барбекю – це приготування продуктів на грилі: овочів, м'яса з соусом, а також американської національної страви – гамбургера – основними компонентами є рулетики і м'ясні пироги.

Перший фастфуд був заснований в Америці в 1940 році. Це був McDonalds у Каліфорнії. А в Сан-Бернардіно є музей McDonalds, де приїжджає багато гастротуристів. У музеї відвідувачі мають змогу побачити точну копію першого ресторану з оригінальним обладнанням та уніформою працівників, а також фотографії перших відвідувачів, рекламу закладу, листівки тощо.

Південний захід США славиться своїми морепродуктами, які в основному подають у всіх ресторанах: риба, креветки, краби, мідії, устриці та ін. Гастрономічною візитною карткою південно-західного узбережжя є всесвітньо відомий суп з молюсків з мідій готують молочний бульйон з додаванням м'яса і овочів [42].

Сполучені Штати Америки – відомі своїми масштабними фестивалями, пов'язаними з будь-якою тематикою (див. рис. 2.1).

Бразилія – південноамериканська країна, кількість делікатесів якої також визначається кліматичними умовами.

Тут можна скуштувати різноманітні овочі та фрукти, м'ясо екзотичних диких тварин, морські та річкові продукти.

Мандрівники мають можливість відвідати кращі бразильські кулінарні школи і навчитися готувати бразильські національні страви. (Фейхоада, Маніок Фарофа, Молюск Ватапа) [11].

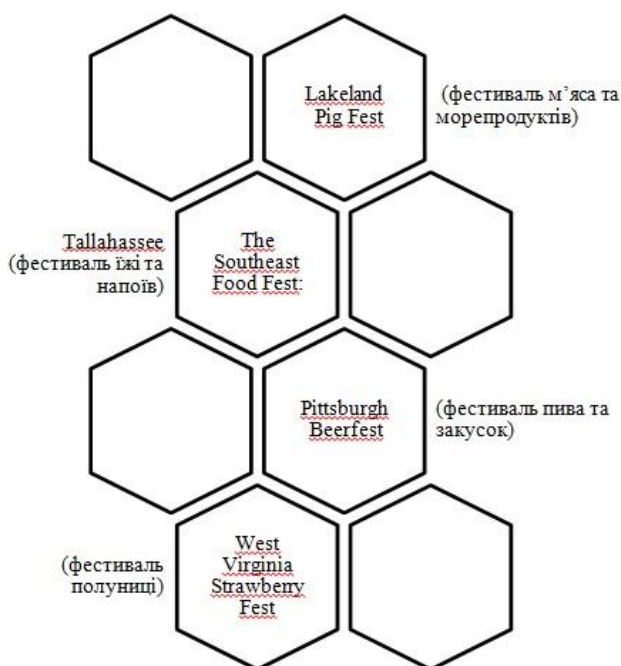


Рисунок 2.1 – Гастрономічні фестивалі у США [23]

І останнім розглянемо Африканський регіон.

Африка відома тим, що тут готують страви, які неможливо скуштувати більше ніде. Цей регіон найменше зазнав впливу кухні інших регіонів, тому лише тут збереглися традиції вживання м'яса екзотичних тварин, таких як мавпи, антилопи, крокодили чи броненосці. Що стосується овочів, то туристам будуть цікаві страви з додаванням і використанням бамії, кореня імбиру і маніоки.

Традиційними стравами Центральної Африки є бамбара (солодка рисова каша з арахісовою олією), арахісовий суп, суп з маніоки з м'ясом або рибою – фуфу. Ці традиційні та унікальні страви, приготовані з місцевих продуктів, можна скуштувати як у місцевих жителів, так і в ресторанах цього району.

В інших регіонах Африки традиційними є страви з жовтих і зелених бананів, різні коржики, лаваш, рис і гранат. Але якщо все-таки говорити про вплив інших культур на африканську кухню, багато спецій прийшли в африканський простір з арабської кухні, а оливкова олія і вино прийшли з європейського простору, але завдяки цим інгредієнтам африканська кухня

стала смачнішою і з більшою яскраво виражені смаки [54].

З цього можна зробити висновок, що європейський регіон має найбільший досвід розвитку гастрономічного туризму, будучи найбільш популярним і відвідуваним регіоном з усіх. Але в той же час кожен регіон має свою гастрономічну особливість, свою кухню і свій підхід до розвитку гастрономічного туризму, який приваблює туристів [14].

2.2. Дослідження світових тенденцій гастрономічного туризму

Гастрономічний туризм можна трактувати як різновид культурного туризму, оскільки гастрономія визнається елементом культури. Гастрономічний туризм також тісно пов'язаний з іншими видами туризму, такими як подієвий туризм, етнічний туризм та агротуризм. Важливим аспектом у розвитку гастрономічного туризму є можливість його поєднання з гастрономією (див. рис. 2.2).

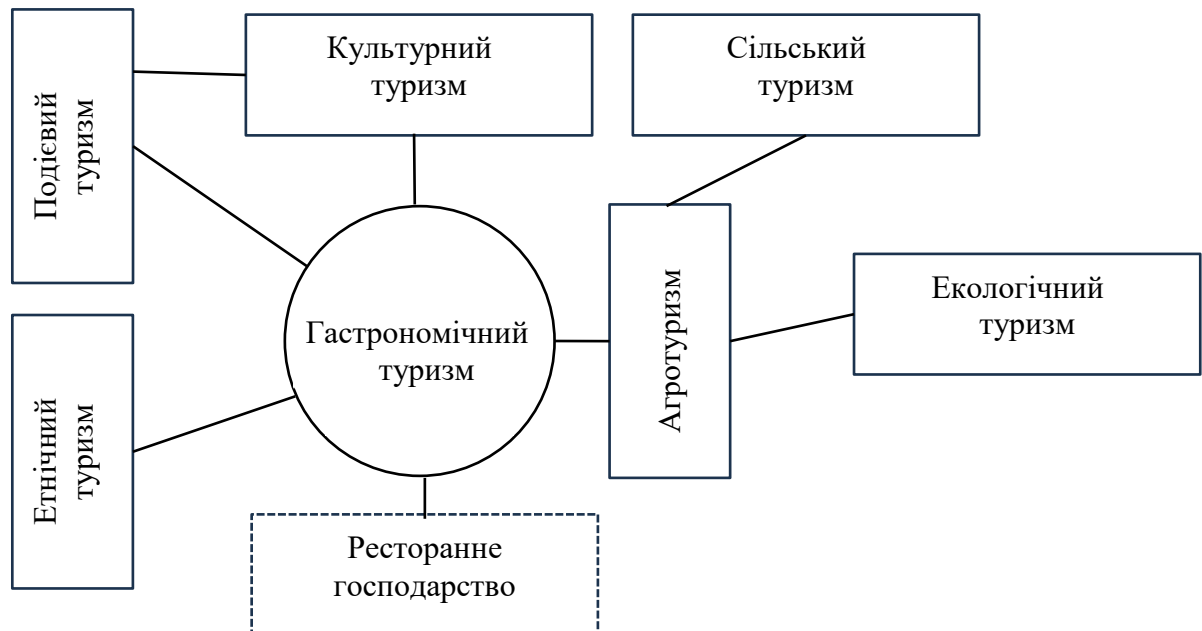


Рис. 2.2 – Зв'язок гастрономічного туризму з іншими видами та ресторанним бізнесом

Оскільки етнічна кухня є одним із елементів, що відображають побут, світогляд і традиції народу, гастрономічний туризм можна розглядати як інструмент пізнання культурної спадщини країн і регіонів світу.

За даними Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму, туристи витрачають на подорожі в середньому 1200 доларів. З них 425 доларів, або 36%, витрачається на послуги харчування. Туристи, які спеціально обирають кулінарні тури або для яких дегустація їжі є важливою частиною подорожі, витрачають близько 50% загальних витрат на поїздку, близько 600 доларів [9].

Цілі гастрономічного туризму:

- популярність кухні та страв у країні;
- «ресторани міста»;
- компанії, відомі своєю кухнею
- території, відомі продуктами місцевого виробництва;
- ресторани;
- кулінарні заходи
- заклади, що надають освітні послуги, пов'язані з кухнею та гастрономією;
- торгові виставки, конференції та салони
- рекреаційні зони, відомі продуктами, які пропонуються в регіоні.

За словами В. Антоненко, цілі та методи гастрономічного туризму є важливими елементами «діалогу культур», поваги до загальнолюдських культурних цінностей, способу життя, світогляду та толерантності до традицій, оскільки національна кухня є невід'ємною частиною культурної спадщини кожної країни. і особливим надбанням кожного народу і тому повністю відповідає соціальній і гуманітарній місії туризму. Пропозиція національних страв і напоїв є основою гостинності та сприяє культурному контакту, взаємопізнання і розуміння та налагодження широкомасштабної комунікації між громадянами різних країн [11].

Гастрономічна культура, яка підпадає під гастрономічний туризм,

включає кулінарні традиції, культуру харчування, звичаї та ритуали, пов'язані з гастрономією. Рецепти, що передаються з покоління в покоління, також є важливою частиною, а часто й особливою привабливістю для бізнесу чи туристичного напрямку.

Тому гастрономічний туризм можна розглядати як додатковий інструмент пізнання культурної спадщини країни чи регіону світу. Це пояснюється тим, що етнічна кухня є одним із елементів, що відображають побут, світогляд і традиції народу [5].

Гастрономічні та кулінарні тури класифікуються за рядом важливих критеріїв, таких як особливості регіону, мета поїздки та бажання спробувати певні напої та страви.

Організовуючи гастрономічну подорож, слід враховувати всі ці характеристики, щоб вона якнайкраще відповідала очікуванням цільової групи.

Гастрономічний туризм має ряд переваг, які чітко відрізняють його від інших видів туризму:

- гастрономія є більш-менш невід'ємною частиною всіх турів, але, на відміну від інших видів туризму, знайомство з кухнею країни є основною мотивацією, метою та основним елементом гастрономічного туризму;
- підтримка місцевих фермерів, виробників продуктів харчування та компаній туристичної інфраструктури (готелі, заклади громадського харчування тощо);
- гастротуризм не носить характеру сезонного відпочинку, тому підібрати підходящі тури можна в будь-яку пору року.
- популяризація національних (регіональних) кулінарних традицій;
- абсолютно кожна країна чи регіон має умови для свого розвитку, що є унікальною та характерною рисою цього виду туризму [4].

Оскільки кухня є одним із елементів, що відображають побут, світогляд і традиції людей, гастрономічні тури можна розглядати як інструмент ознайомлення з культурною спадщиною країн і регіонів світу.

Хороші можливості для цього пропонують туристам гастрономічні тури:

- відвідувати ресторани та інші національні заклади харчування;
- брати участь у гастрономічних фестивалях;
- дізнатися про історію та рецепти національної кухні в залежності від пори року;
- пробувати приготувати національну страву.

Гастрономічні тури можна розділити на два види: сільські (так звані «зелені») і міські. Основна відмінність полягає в тому, що туристи хочуть спробувати екологічно чисті продукти, подорожуючи за містом.

Ці продукти не містять жодних добавок. У зелених турах відвідувачі можуть, наприклад, взяти участь у зборі лісових ягід, овочів і фруктів, «збирати трюфелі» або пройти винним шляхом.

Гастрономічні тури по місту включають відвідування кондитерської фабрики, ковбасної фабрики та ресторанів, де подають домашні делікатеси. Крім того, є тури, які представляють кухню різних регіонів, а не різні кухні одного регіону. Так звані винні тури пропонують походи на виноградники, збір винограду, дегустації вин і кавові тури. Гастрономія для туристів (але не тільки) пропонується через гастрономічні фестивалі [18]. У гастрономічному туризмі виникли різні сектори для задоволення потреб туристів. Існує класифікація гастрономічних та кулінарних турів за кількома ключовими критеріями, такими як регіон, мета поїздки або бажання насолодитися певним напоєм чи стравою. спробувати. Усі ці характеристики необхідно враховувати в очікуваннях і визнавати їх важливість у розробці гастрономічних турів [3].

Гастрономічні тури користуються попитом як серед індивідуальних туристів, так і серед груп. Залежно від характеру туристичного попиту та методів продажу тури поділяються на індивідуальні (індивідуальні), пакетні та інклюзивні.

Мета гастрономічних турів – насолодитися кулінарними

особливостями тієї чи іншої країни. Ця мета не обмежується спробою незвичайної, екзотичної страви або знайомством з незліченними кухнями. Це про насолоду місцевими рецептами, які протягом століть успадкували традиції, звичаї та кулінарну культуру місцевого населення.

Національна кухня є одним з найважливіших факторів залучення іноземних гостей. Це й зрозуміло, адже кулінарне мистецтво має добре збережені національні особливості та традиції, які завжди викликають інтерес у представників інших країн.

Відомі гастрономічні напрями відображені на рисунку 2.3.

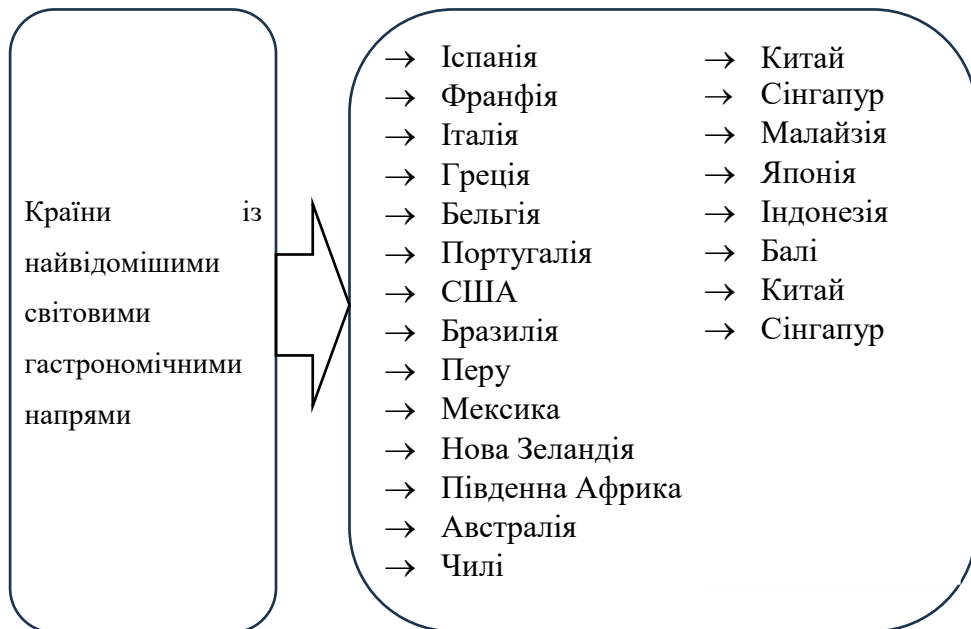


Рисунок 2.3 – Гастрономічні напрямки світу [3].

Звичайно, туристам, які відвідують Україну, також цікаво спробувати традиційну місцеву кухню. Тому одним із найважливіших аспектів розвитку туристичних послуг є ознайомлення туристів з особливостями традиційної кухні та розвиток асортименту послуг у цій сфері.

Українська національна кухня є такою ж частиною культурної спадщини українців, як мова, література та мистецтво. Це безцінний актив, яким ми повинні пишатися і не забувати. Українська кухня, створена

століттями, відображає не лише історичний розвиток українського народу, а й його звичаї, традиції та культуру.

На ринку досить поширені гастрономічні тури, які знайомлять мандрівників з продуктами чи стравами. Напої представляють найбільшу групу гастрономічних товарів, які не дуже активно використовуються в туризмі.

Класифікація напоїв досить складна. Напої найпростіше поділити на безалкогольні та алкогольні. Найбільш цікавою категорією напоїв для туризму є алкоголь, оскільки багато алкогольних напоїв мають сувору прив'язку до території виробництва і є фактично унікальною автентичною продукцією. Кожен алкогольний напій має своє виробництво, зберігання, споживання, історію та сучасні тенденції розвитку. Тому географічні особливості виробництва алкогольних напоїв можуть стати основою для розробки турів.

Питанням регіональних традицій виробництва та споживання алкогольної продукції в науковій літературі майже не присвячені. Вино – найвідоміший алкогольний напій, який відноситься до групи так званих харчових продуктів. Вино отримують шляхом повного або часткового бродіння виноградного соку.

Сьогодні винний туризм є найбільш цікавим і перспективним підвидом гастрономічного туризму. Географічні характеристики подорожей винного туризму детально не вивчені [7].

Найважливішими регіонами світу для виноградарства і, отже, виробництва вина є території між 30-ю і 50-ю паралелями на північ і південь. Виноробні країни північного поясу знаходяться в північній півкулі, південні – в південній. Найбільшими виробниками вина з півночі є Франція, Португалія, Іспанія, Італія, Німеччина, Грузія. У південній зоні виділяються Аргентина, Чилі, ПАР, Австралія та Нова Зеландія. Білі та червоні технічні сорти винограду (*Vitis vinifera*) використовують для виробництва білих, червоних і рожевих вин [20].

Сьогодні всі перераховані країни також є провідними центрами світового винного туризму. Залежно від цілей, з якими турист приїжджає в ту чи іншу країну, вони розвивають різні напрямки.

Модель екскурсійного винного туризму виділяється серед інших моделей своєю універсальністю. Це й відвідини виноробень, знайомство з природою, історичною та мистецькою спадщиною і навіть активний відпочинок. Ця модель поширена в усіх країнах світу, де розвинене виноградарство.

Окремим випадком екскурсійної моделі винного туризму є спеціальний тематичний (дегустаційний) тур, під час якого винних туристів знайомлять із конкретними видами, стилями та зразками вина. Організація тематичного винного туризму досить складна через різноманіття сортів вина і часто вимагає залучення фахівця зі спеціальною підготовкою.

Всі вина мають різні технології виробництва і поділяються на тихі натуральні вина, тихі фірмові вина, тихі ароматизовані та газовані вина (див. табл. 2.2). Ця класифікація заснована на двох основних показниках: кількості цукру і етилового спирту.

Таблиця 2.2 – Види виноградних вин

Група вин	Типи вин	
Тихі натуральні	Сухі, напівсухі, солодкі , напівсолодкі	
Тихі спеціальні	Кріплені	
	Солодкі	
	Напівдесертні	
	Десертні	Напівсолодкі
		Солодкі
		Лікерні
	Лікерні	
	Сухі	
Тихі ароматизовані	Сухі	
	Десертні	
Насичені вуглекислим газом	Ігристі	
	Газовані	

Часто конкретна технологія суворо прив'язана до певної країни чи

регіону чи навіть найменування. Однак світова торгівля дозволила запровадити технології, і винні туристи тепер можуть відчуті подібні технології та вина за межами своїх історичних виробничих районів.

Технологія виробництва спеціальних виноградних вин відрізняється від технології виробництва тихих вин. Особливі вина створюються шляхом неповного бродіння виноградного суслу з подальшим додаванням етилового спирту – мутажу. Рання алкоголізація зупиняє процес бродіння і зберігає цукор в напої, пізніше підвищує міцність сухого суслу, в якому цукру практично не залишається [22].

Газовані вина поділяються на два типи: ігристі та газовані (ігристі). Вуглекислий газ утворюється природним шляхом в ігристому вині під час процесу бродіння. Газовані (ігристі) вина штучно насичують вуглекислим газом. Однак у технології виробництва ігристих вин є деякі особливості.

Шампань – єдиний виноробний регіон у Франції, призначений для вирощування сортів винограду, придатних для виробництва шампанського вина. Цей район розташований на північному сході Франції і є найпівнічнішим виноробним регіоном Північної півкулі [13].

Сьогодні регіон надзвичайно популярний серед винних туристів. Підвали шампанського – мережа галерей протяжністю 200-250 км – відкриті для відвідування. Туристам демонструють спеціальне обладнання для виробництва шампанського – пюпітри, ємності для ремюажу, мастильні піддони, системи видалення іржі.

Розвиток гастрономічного туризму є останнім трендом у всьому світі. Попит на різноманітні послуги гастрономічного туризму залежить від наявності туристичних ресурсів, характерних для конкретної країни чи регіону, такими як заклади ресторанного господарства, гастрономічні події та заходи, гастрономічна та кулінарна спадщина тощо.

2.3. Структура та особливості гастрономічного туризму в Україні

В останні роки гастрономія стала невід’ємною частиною пізнання тієї чи іншої території, її культури та способу життя. На даний час актуальним є пошук шляхів розвитку гастрономічного туризму на основі збалансування цього процесу із соціально-економічним стратегічним розвитком регіону та країни в цілому.

Згідно з рейтингом TasteAtlas, який визначив 50 найкращих кухонь світу у червні 2022 року, до десятки лідерів увійшли: Італія, Греція, Іспанія, Румунія, Франція, Японія, Мексика, Хорватія, Португалія, Індія. Українська кухня посіла 38 місце [8]. (див. дод. А)

Їжу та гастрономію можна розглядати як креативну індустрію, що стимулює інновації, залучаючи споживачів до спільної творчості, зміцнюючи зв’язок між глобальною та місцевою культурами та створюючи кулінарні легенди. Український центр культурних досліджень розпочав роботу над проектом «Гастроспадщина України» ще у жовтні 2021 року. Складається з трьох продуктів. Зокрема, веб-ресурс, гастрономічна карта, представлений у додатку Б, та гастроенциклопедія, де представлені історичні гастрономічні маршрути, рецепти страв видатних людей України, місцеві гастрофестивалі, унікальні архітектурні об’єкти, історичні пам’ятки, об’єкти інфраструктури, а також як готелі та ресторанні комплекси [4].

Українське вино – це особлива частина українського рецепту та ставлення до своєї справи. На рис. 2.4 наведено розподіл заводів вин, зокрема ігристих вин у Шабо, Коблево та Києві за регіонами нашої країни.

Україна різноманітна у всіх своїх проявах і кожен регіон має свої особливості та перспективи розвитку як гастрономічного, так і винного туризму. Як фізична необхідність, їжа втілює культурну самобутність та індивідуальність. Гастрономічний туризм, у свою чергу, дозволяє задовольнити туристичний попит на нові враження, екзотику, незвичність та глибше пізнання місця.

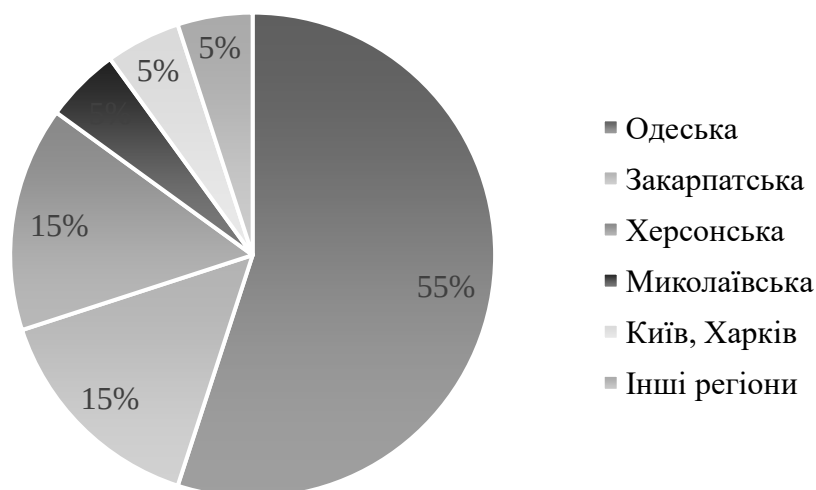


Рисунок 2.4 – Виробництво вин за регіонами України

Борщ – символічна страва української кухні. Щоосені на Тернопільщині проходить Фестиваль борщу «Борщів». Коли починаються жнива, кожен населений пункт Борщівського району пропонує свій унікальний рецепт. Загалом відвідувачі можуть спробувати близько 50 різноманітних національних страв і навіть борщ з гарбуза, який готують окремо у величезному казані, тому вистачить на всіх.

У Тернопільській області також проходить фестиваль «Галицький парад». Фестиваль популяризує Тернопільщину як центр галицької гастрономії. На гостей параду чекають кулінарні майстер-класи, виступи народної музики, фаєр-шоу, конкурси краси, дискотеки під відкритим небом і, найголовніше, українська кухня. На фестивалі представлені страви, приготовані батьками та бабусями наших батьків. Для страв використовуються продукти, вирощені на території області та не містять шкідливих домішок [39].

Місто Львів вважається лідером у сфері гастротуризму та кулінарних турів. Тут знаходиться велика кількість барів, ресторанів і кафе. Турфірми тут пропонують пивний, шоколадно-кавовий тур. Тут ви можете відправитися в сирний тур, де ви не тільки скуштуєте сир, але й зможете взяти участь у його виробництві. Також тут є три гастрономічні музеї.

Щороку тут проводять 8 гастрономічних фестивалів: національний фестиваль шоколаду, фестиваль сиру та вина, фестиваль крафтового пива та вінілової музики «Craft Beer & Vinyl Music Festival², «На каву до Львову». Серед інших регіонів України Київська область виділяється за кількістю гастрономічних фестивалів і свят (див. рис. 2.5).

Kyiv Food and Wine Festival»
Фестиваль Здорової Їжі «Best Food Fest»
Фестиваль «Цукерки та Пундика»
Фестиваль солодощів «SWEETs Fest»
«Kyiv Coffe Festival»

Рис. 2.5 – Найвідоміші гастрономічні фестивалі Києва [20]

Закарпаття – регіон, який приваблює туристів своєю кухнею, традиціями та атмосферою (див. рис. 2.6).

«Червене вино»
«Біле вино»
«Верховинська яфіна»
«Золотий гуляш»
«Гуцульська бринза»

Рис. 2.6 – Найвідоміші гастрономічні фестивалі Закарпаття

А ще місто, яке славиться варениками та варениками різної форми – Полтава. На Полтавщині проходять численні народні та етнічні свята, присвячені вареникам, настоянкам, самогону та наливкам. Найвідоміший фестиваль – фестиваль полтавської галушки. Але тут також відбуваються гастрономічні тури: «Від пуза», «Хмільна Полтава», етно-гастротур «На Полтавщину». Одеса – ще одне місто, де багато гастрономічних турів і фестивалів. Щороку наприкінці травня тут проходить один із найпопулярніших фестивалів «Фестиваль полуниці». Окрім дегустації полуниці, є можливість взяти участь у майстер-класах із приготування страв

із полуниці та придбати великий вибір полуниці. А також фестиваль спецій і прянощів Сезам, відкрийся», та сімейний фуд-фестиваль [16, 52].

Загальну кількість гастрономічних фестивалів в Україні за регіонами наведено у додатку В. Можна помітити, що Черкащина – єдина область, де не проводять жодного гастрономічного заходу, а Закарпаття – область, де найбільше свят і фестивалів, присвячених їжі [33]. Загалом, можна виділити 10 найбільш популярних гастрономічних фестивалів в Україні (див. рис. 2.7).

Фестиваль кави (Львів)	Фестиваль сиру і вина (Львів)	Сорочинський ярмарок (Полтава)	Фестиваль національної кухні (Луцьк)
Свято полуниці (Одеса)	Закарпатське божолє	Гуцульська бринза	Фестиваль вуличної їжі (Київ)
	Kyiv Food and Wine	Фестиваль дерунів (Житомир)	

Рис. 2.7 – Найбільш відомі гастрономічні фестивалі України

Тому доречно зазначити, що хоча гастрономічний туризм в Україні тільки починає розвиватися, найголовніше те, що в країні є всі умови для його розвитку: багатовікова культура, автентична кухня, яка формувалася століттями. Розвиваючи цей напрямок, є високі шанси, що Україна стане все більш привабливим місцем як для іноземних громадян, так і для українців.

Сучасна українська кухня має багате історичне минуле, пройшла тривалий період становлення та розвитку і виникла під впливом багатьох факторів: географічного розташування та історичного минулого, релігійних вірувань та давніх звичаїв побуту. Страви української кухні оригінальні та своєрідні, за якими проглядається історія народних уявлень та знань.

В останні роки в Україні відбувається поступове відродження автентичної української кухні. Ресторатори шукають інформацію в

старовинних книгах, опитують жителів різних регіонів і відновлюють забуті, але автентичні кулінарні традиції держави [56].

Можна сказати, що туризм в Україні розвивається повільно. У країні немає чітких гастрономічних трендів, популярність яких серед гастрономічних туристів відносно низька. За словами експертів, серед самих українців дуже популярні заклади грузинської та італійської кухні, але популярність української кухні поступово зростає. Люди починають розуміти, що це цікаво та різноманітно і що це не просто вареники та борщ. Наприклад, нещодавно в меню одного з київських ресторанів з'явилася така страва, як шпундра (страва зі смаженої свинини, яку потім тушкують з буряком у буряковому квасі), пізніше ця страва з'явилася і в інших українських кухнях. Це свідчить про інтерес українців до національної кухні [34]. Кожен регіон України має свої кулінарні особливості та традиції:десь майстерно готують прості продукти, десь, навпаки, дивують незвичайними інгредієнтами (див. табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Гастрономічні особливості української кухні за регіонами

Регіон	Гастрономічні особливості
Північ	Цей регіон славиться своїми стравами з картоплі. Коронний двір Полісся – Деруни. На Чернігівщині готують тушковану картоплю, квашену капусту та м'ясо, а на десерт пропонують калинові коржі, адже край багатий на ягоди. На Сумщині пропонують пиріжки з картоплею, м'ясом і печінкою. Тут варто шукати шпундру, яка поєднує м'ясо, буряк і буряковий квас. Протягом багатьох років Київ відомий своїми котлетами по-київськи, легендарними київськими коржами, сушеним варенням і загальним салом.
Південь	Значний вплив на регіон мали турецькі та татарські традиції. Квашений кавун сміливо можна назвати візитною карткою півдня України. Завдяки Чорному морю тут велика різноманітність рибних страв. В Одесі бичків не тільки подають в'яленими до пива, але й роблять кульки: тісто змішують з нарізаною рибою і смажать на олії. Крім того, в Одесі, крім форшмаку і бефстроганова, можна спробувати і овочеве рагу на основі перцю, баклажанів і помідорів. У Миколаївській області зверніть увагу на зелений матвіївський борщ з яловичиною та рибні консерви з помідорами. Херсон славиться смаженими і маринованими баклажанами, а також лагманом (макарони з шматочками м'яса) і долмою (невеликі голубці у виноградному листі). А в Запоріжжі вам запропонують наваристу капусту. Приазов'я славиться своїми млинами – це тонке дріжджове тісто з масляно-сирною начинкою, яке згортається в рулет.

Продовження таблиці 2.3

Регіон	Гастрономічні особливості
Схід	Тут близько 50 рецептів окрошки, а з окрошкою можна спробувати гомілку – задню частину свинячої гомілки, яка натирається сіллю і спеціями, а потім запікається в тісті. Варто спробувати «Слобідську праженю» – омлет, який характеризується додаванням борошна та сосисок до яєчні. Що вже казати про справжній слобожанський борщ, який готують на Харківщині, до якого додають квасоллю і тефтелі, а як другу страву греки пропонують котлети з гречкою.
Захід	Цей регіон дуже багатий різними незвичайними стравами. На Волині варто спробувати волок – страву з листя лободи та ніглі – волинський варіант вареників. Мазурики по-волинськи – це домашні ковбаски з індики, масла та сиру, а також польські вергуни – ніжні вироби з тіста, обсмажені в олії. В Івано-Франківській області спробуйте карпатський йогурт гусянку та палюшку. Тернопільська область пропонує вам мачанку – густу юшку з м'ясом, обсмаженим із борошна, цибулі та меленого перцю. У Чернівецькій області варто спробувати домашній сир і традиційну кукурудзяну кашу – мамалигу, а також шарпанину – рибу в рідкому клярі. На Рівненщині скуштуйте остроцьку кашу, картопляні вареники (або зрази) та мацик – сушене м'ясо в кендюші, свинячому фарші. У Львові готують чудові віденські рулети – штрудель, також зверніть увагу на автентичні авантюрку, огірки та ябчанку. На Прикарпатті до столу подають бануш – густу кашу з кукурудзяної крупи, заправлену сметаною, з гарячим смаженим беконом і сиром. Карпати – край білих грибів, і тут вміло готують смачну грибну юшку зі сметаною. Бограч – популярна на Закарпатті страва, яка походить з угорської кухні. Чинахи – страва, схожа на печеню, яку подають на Буковині. На Закарпатті вам запропонують скуштувати завіванці – м'ясні рулетки з яловичини з сумішшю варених яєць, маринованих огірків, сала та сирої тертої картоплі.
Центр	Полтавщина славиться своїми варениками та пундиком. На Черкащині готують борщ, який обов'язково подають з ароматними пампушками з часником. На Кіровоградщині вас пригостять різноманітними варениками та їх начинками: з картоплею, грибами, м'ясом, печінкою, капустою. Крученики – це також невеликі м'ясні рулетики з фаршем, паштетом, чорносливом і горіхами. У Вінниці скуштуйте картоплю по-уланівськи, горох, бігос – тушковану квашену капусту з м'ясом і грибами – і флянку – суп із яловичих рубців, приправлений корінням, сиром і спеціями.

Як видно з табл. 2.3, українські готельно-ресторанні заклади можуть запропонувати широкий асортимент смачних страв і стати одним із регіонів світу, цікавих для гастрономічних туристів. Тож постає питання, як створити імідж України як популярного гастрономічного туристичного центру на міжнародній арені. Для цього необхідно вживати стимулюючих заходів, які дозволять не лише презентувати та популяризувати гастрономічні «родзинки» країни, а й вчасно реагувати на міжнародні тенденції у цій сфері.

До відповідних належать:

- проведення міжнародної рекламної кампанії у сфері гастрономічного туризму, а саме: популяризація українських страв за допомогою інтерактивної карти закладів громадського харчування, де їх готують;
- проведення міжнародних презентацій та дегустацій;
- встановлення партнерства з державними органами для розвитку туризму в інших країнах;
- співпраця з установами готельного господарства інших країн;
- організація та проведення гастрономічних фестивалів міжнародного рівня;
- створення сайту та акаунтів у соціальних мережах з презентацією закладів індустрії гостинності та українських судів, а також процес їх підготовки за допомогою інтерактивної карти для залучення туристів, використання таргетингу цих соціальних мереж;
- розвиток напрямків гастрономічного туризму на державному рівні та їх презентація на міжнародних туристичних конференціях;
- створення законодавчої бази щодо регулювання екологічної чистоти продуктів, що використовуються для приготування їжі в закладах громадського харчування;
- укладання договорів з міжнародними туристичними агентствами для ефективного просування провідних компаній гостинності [44].

Для просування України як привабливого напрямку для гастрономічного туризму та просування українських страв на міжнародному ринку важлива тісна взаємодія та співпраця. Так, необхідно запровадити систему моніторингу міжнародних гастрономічних трендів, щоб вчасно реагувати на зміни в громадському харчуванні. Найважливішими кроками для цього повинні бути:

- відстеження гастрономічних трендів у світі та підготовка аналітичних звітів;

- розробка плану розвитку гастрономічного туризму в Україні;
- поширення інформації про сучасні гастрономічні тренди серед компаній гостинності;
- проведення лекцій та семінарів для рестораторів;
- аналіз та оцінка ефективності впроваджених заходів.

Необхідною складовою у розвитку гастрономічного туризму є міжнародна співпраця, підписання угод з іншими країнами про взаємну презентацію страв. Проведення фестивалів української кухні в інших країнах є ефективним способом залучення туристів до відвідування країни з метою гастрономічного туризму та ознайомлення з традиційною українською гостинністю та кухнею [45].

Одним із заходів популяризації та розвитку гастрономічного туризму в Україні є розробка додатку з описом страв, рецептами їх приготування, переліком закладів індустрії гостинності, де їх можна спробувати та інформацією про фестивалі їжі. які можна читати на різних мовах і створювати за допомогою таких популярних програм, як Google Play або App Store.

Співпраця зі всесвітньо відомими кухарями для популяризації українських страв, зокрема замовлення реклами приготування традиційних українських страв у прямому ефірі, дозволить донести інформацію про смачні українські страви до широкої аудиторії.

Обмін досвідом у сфері гастрономічних трендів та популяризація гастрономічного туризму принесе славу Україні та стимулюватиме заклади готельного господарства до постійного розвитку. Реалізація всіх запропонованих вище заходів позитивно вплине на туристичний потік та познайомить мешканців інших країн із традиційною українською кухнею, яка є дуже різноманітною та колоритною, а в поєднанні з відвідуванням туристичних об'єктів та екскурсійними програмами зробить відпочинок і поїздки по країні незабутні та цікаві.

Українські страви широко відомі за кордоном. Український борщ,

наприклад, є «брендом» української кухні. Але є ще багато страв, які характеризують Україну як унікальну державу з багатовіковими традиціями та давньою історією [48].

Як відомо, Україна має досить велику територію та сусідів із цікавою та різноманітною кухнею, яка прижилася в прикордонних регіонах. Тож зрозуміло, що кухня кожного регіону буде різною.

Галичина, наприклад, є центром Західної України, на яку найбільше вплинула польська та австро-угорська кухня. Галичина славиться своїми стравами з крупи, різними видами ковбас, оболонками – чорниціями та солянками. У галицькій кухні змішуються різні традиції. У цьому регіоні знаходиться велика кількість ресторанів, які радують туристів вишуканими стравами і доступними цінами [29].

Наприклад, у Бережанах можна відвідати пекарню «Місце щасливих людей». У меню кава в зернах, мандрики з гарбузом і вурдою, а також свіжі круасани. Далі туристи можуть здійснити прогулянку вздовж озера до ресторану «Село». До комплексу курсують теплоходи та водні трамваї, тож дорогою можна насолоджуватися околицями та мальовничою природою. Домашні страви ресторану: вареники з сиром і гречкою, мізки в тісті і ситний грибний суп.

Майже всю свою історію Закарпаття перебувало під владою Угорщини, про що свідчать і суди. Бограч – це страва угорської кухні, яка є візитною карткою Закарпаття.

З багатою історією, унікальними традиціями та вражаючою природою Закарпаття щороку приймає туристів з усього світу. Регіон цікавий своїми кулінарними традиціями, тому гастрономічний туризм є одним із перспективних напрямків Закарпаття.

Давню традицію має на Закарпатті і сироваріння, що є цікавим для туристів. Сирний туризм на Закарпатті включає:

- відвідування лук і пасовищ;
- відвідування сироварень;

- відвідування ресторанів, що пропонують дегустацію традиційного закарпатського сиру;
- відвідування тематичних фестивалів;
- можливість споживання продукції на місці виробництва;
- можливість брати участь у процесі сироваріння, відвідуючи інші професійні заходи [33].

Сирний туризм на Закарпатті має простий принцип розвитку:

Дегустувати сир необхідно тільки на виробничих майданчиках по всій області, це дозволить туристу назавжди запам'ятати смак, аромат і властивості сиру, а також унікальну історію не тільки сироваріння, секрети виробництва, легенди, а, залежно від регіону чи культури (бойківська, лемківська, гуцульська, долінська, угорська, словацька, румунська та інші), й історію всього Закарпаття.

Для популяризації цього виду туризму на Закарпатті відкрили сирний маршрут протяжністю 100 км. Він пролягає декількома районами: Хустським, Рахівським, Міжгірським та Тячівським та включає відвідування луків, пасовищ, молочарень, ресторанів, а також фестивалі з дегустаціями традиційного закарпатського сиру. Цей маршрут є унікальним та особливим: тут є можливість долучитися до процесу сироваріння, який кожен учасник може вибрати про історію, особливості та технологію сироварів.

До провідних підприємств з виробництва сиру та сирного туризму в області належать: Селиська сироварня в Нижньому Селищі біля м. Хуст, сироварня в с. Іза Хустського району Баранівського ЦРЛ, ФГ «Салдобош» в с. Стеблівка в с. Хустський район (буйволича ферма), монастирська сироварня в с. Ракошино Мукачівського району та ферма «Карпатський буйвол» у м. Виноградів [23].

Серед сирних фестивалів на Закарпатті популярні: «Рахівська бринза» (вересень) та «Гуцульська бринза» (травень), проходить у Рахові.

Під час заходів можна скуштувати різні сорти сиру, взяти участь у процесі сироваріння та дізнатися про гуцульську культуру через побут,

автентичні традиції та національну кухню. Перспективними напрямками розвитку «сирних турів», окрім орієнтації на овече, козине та коров'яче молоко, є також організація турів на буйволині ферми.

У селі Ботар Виноградівського району є незвичайне господарство «Тизеш», де є дегустаційний зал варення. На місцевому сленгу це так «Випив». Карпатське варення виготовляється лише з органічних продуктів, вирощених під пильною увагою власників господарства. В асортименті варення з яблук, кизилу, сливи, полуниці, смородини та чорниці.

Окрім варення, гостям пропонують також натуральні соки. У дегустаційному залі можна скуштувати фірмову страву – ковбаску з повидлом. М'ясо для ковбаси теж виготовляють на фермі і не з будь-кого, а зі справжньої шерстної свині, карпатської корови та чеської кози.

Біле золото Карпат – сир, тому наступним пунктом туру має стати Селиська сироварня. У Нижньому Селищі, біля Долини нарцисів, діяла сироварня з дегустаційним залом. Сир тут виготовляють за інноваційною швейцарською технологією без ароматизаторів та консервантів. За технологією умільці можуть використовувати лише коров'яче молоко. В асортименті три фірмові сири: «Сільський», «Нарцис Карпат» та «Хуст».

Щодня на Міжгірській пивзаводі проходять дегустації різноманітних сортів пива. Крім того, обов'язковим є впис села Гукліве – місце «Резиденція» чорниці. А у військовому маєтку Grün Hof Ференц Гукливчик організовує, серед іншого, майстер-класи з приготування варення з грибів на багатті. Ресторан «Гагарін і Бокораш» пропонує неймовірно хмільне домашнє пиво та колоритну атмосферу [22].

Ще одне місто – представник західноукраїнської кухні – Львів. Кавовий туризм є відносно новим напрямком у світовому туризмі та ще мало вивченим в Україні. Проте загальновідомо, що Львів є кавовою столицею України. Мандрівники часто хочуть відвідати місто Львів, щоб спробувати львівську каву.

Львів славиться кавою та традиційною українською кухнею. Але

однією з визначних пам'яток міста залишається Музей пивоваріння, де проводяться екскурсії, дегустації та вечори для любителів пива. До речі, на місці історичної «Львівської пивоварні» відкрили новий музейно-культурний комплекс «Львіварня».

Таємниці темного львівського напою відкриваються всім відвідувачам музею. Гостям показують перші фотографії та кінострічки про пивоварню, демонструють технологію виробництва пива. Від музею пивоваріння туристи можуть потрапити до ресторану Robert Doms Hop House, який знаходиться на місці пивних підвалів. Також є пиво, раки та різні домашні закуски.

Ресторан-музей «Гасова лампа» – місце для гурманів. У шинку була зібрана величезна колекція гасових ламп. Відомо, що лампи винайшли саме у Львові, тому заклад має таку назву [23].

Північ України також відома своїми особливостями. Щороку у вересні в Коростені (Житомирська область) проходить неймовірно смачна та цікава подія – Міжнародний фестиваль дерунів. Це незабутня подорож у чарівний світ місцевих колоритів польської кухні. Коростень – одне з міст України, яке славиться традиційними національними стравами – ситними, смачними та різноманітними. Але саме деруни є візитною карткою краю. У самому місті на другому фестивалі поспіль відкрили пам'ятник Деруну.

Гостинна Полтавщина вражає своєю мальовничою природою, душевністю та пишністю фарб. Тут туристи знайомляться зі столицею гончарства Опішнею, відвідують легендарну Диканьку та багато інших цікавих культурно-історичних місць. Такої різноманітності національних страв, мабуть, немає в жодному іншому місті України. Особливою популярністю серед туристів користуються майстер-класи з приготування знаменитих полтавських вареників. Саме цією стравою славиться цей край. У самій Полтаві навіть поставили пам'ятник Галушці.

Одеса, як представник південної частини України, також відома широким асортиментом смачних рибних страв завдяки своєму приморському розташуванню. Серед багатьох рибних страв варто спробувати гефілте фіш.

Це фарширована риба, яка готується з декількох видів риби. Смажена риба завжди користується попитом. Але особливою популярністю користується одеський плов з мідіями, який готують як відомі ресторани, так і невеликі приморські кафе. Крім того, мідії часто просто смажать на великих підносах. Традиційною одеською закускою до пива є варені дрібні креветки, так звані «краби» [2].

Культовим місцем Одеси є ресторан «Франзоль», де все говорить про те, що ви потрапили куди потрібно. В інтер'єрі присутні, звичайно, єврейські мотиви: небагато химерні дивани і прості штори. На стінах – фотографії відомих людей, які відвідували заклад, зокрема Бондарчука. Фірмові страви з риби, запеченої на гарячій прасі: бичок одеський, кефаль, камбала та мідії.

Кларабара – екстравагантний ресторан в Одесі з цікавим інтер'єром. Основна страва – судак з кедровими горішками. Пафосна страва під назвою «Цяця» – це добірка хрусткої риби під часниковим соусом. Найкращим десертом можна з упевненістю назвати «Мамкін Наполеон», виготовлений з листового тіста з ніжним кремом.

Особливе місце у винній карті займають українські вина. Стакан червоного напівсолодкого напою – відмінне доповнення до вечері. Отже, проаналізувавши праці українських науковців та інформацію про найпопулярніші кулінарні заклади та пов'язані з ними види діяльності, можна дійти висновку, що найбільший гастрономічний потенціал розвинений у Західній та Південній Україні та трохи менший у Центральній.

Висновки до розділу 2

У 2022 році ринок гастрономічного туризму оцінювався в 1116,7 мільярдів доларів США, очікується, що до 2027 року цей показник зросте на 16,8%.

Міжнародний досвід у сфері гастрономічного туризму свідчить про його зростаючу популярність і важливість для розвитку туристичної

індустрії. Декілька ключових аспектів варто врахувати:

- культурну різноманітність;
- локальні інгредієнти та особливості;
- гастрономічні фестивалі та події;
- кулінарні тури та майстер-класи;
- інтеграцію з іншими сферами;
- використання сучасних технологій.

Україна є багатою на культурну та гастрономічну спадщину. Кожен регіон України має свою оригінальну культуру їжі на основі місцевих продуктів, таких як ягоди і гриби на Поліссі; сири і гриби у Карпатах; риба, морепродукти, вина, фрукти і овочі у Чорноморському регіоні; зернові продукти у степових регіонах тощо.

Проаналізувавши розвиток гастрономічного туризму в Україні, гастрономічний туризм в Україні має всі можливості та умови для розвитку. Він набуває все більшої популярності серед населення завдяки розвитку та створенню гастрономічних фестивалів та турів, які залучають не лише жителів України, а й іноземців. Встановлено, що гастрономічний туризм класифікують за такими ознаками: за видами, за регіонами, за цілями та за організаційною формою.

Метою гастрономічного туризму може бути етнічний, винний, сирний, з метою скуштувати морепродукти, каву, фрукти та змішані страви. Залежно від форми організації подорожі з гастрономічною метою можуть здійснюватися спонтанно або організовано. Ми виявили, що найпопулярнішими регіонами України з точки зору гастрономічного туризму є Закарпатська область, Київська область, Полтавська область та Одеська область.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В СВІТІ ТА В УКРАЇНІ

3.1. Сучасні напрями та особливості гастрономічних турів в світі

Перспективи гастрономічного туризму є дуже обіцяючими, оскільки цей вид туризму набуває все більшого зацікавлення туристів та стає важливим фактором для розвитку туристичної індустрії. До недавнього часу туризм динамічно розвивався в усьому світі. До пандемії COVID-19 кількість міжнародних поїздок з року в рік зростала. Подорожуючи різними країнами світу, люди знайомилися з культурою та побутом інших народів. На період пандемії туристичні потоки різко скоротилися, але після оголошення про завершення пандемії почали швидко відновлюватися.

Гастрономічний туризм стає найважливішим фактором для туристів при виборі туристичного напрямку. Однією з головних причин відвідування певного напрямку для майже 15% туристів є «гастрономія». Проте дослідження гастрономічного туризму були мінімальними. Відповідно до дослідження, гастрономічна мотивація впливає на вибір туристичного місця, а гастрономічний досвід впливає на задоволення. Зокрема, туристи виявляють великий інтерес до гастрономічних вражень після того, як відчують задоволення від місця призначення та місцевої їжі, розвиваючи сприятливе ставлення до місця подорожі [42].

Основні фактори, що сприяють розвитку гастрономічного туризму:

Зростаюча глобалізація та взаємопроникнення культур. Люди стають більш відкритими до нових культурних досвідів, у тому числі і гастрономічних. Вони прагнуть познайомитися з різними кухнями світу, щоб краще зрозуміти інші народи та їхню культуру.

Зростаюча роль соціальних мереж. Соціальні мережі відіграють важливу роль у популяризації гастрономічного туризму. Вони допомагають людям дізнатися про різні кулінарні традиції, а також поділитися своїми

власними враженнями з іншими.

Розвиток гастрономічних фестивалів та інших заходів. Гастрономічні фестивалі та інші заходи, присвячені кулінарії, є чудовою можливістю для туристів познайомитися з місцевою кухнею та культурою [46].

Основні тенденції розвитку гастрономічного туризму:

Зростання популярності локальної кухні. Туристи все більше цікавляться місцевою кухнею, яка відображає традиції та культуру регіону.

Популяризація гастрономічних турів. Гастрономічні тури пропонують туристам можливість познайомитися з місцевою кухнею та культурою в рамках комплексної подорожі.

Розвиток гастрономічних екскурсій та майстер-класів. Гастрономічні екскурсії та майстер-класи дозволяють туристам дізнатися більше про місцеву кухню, а також спробувати приготувати страви самостійно.

У сучасну епоху туризм став однією з найважливіших і швидкозростаючих галузей у світі. Хоча індустрія туризму позитивно впливає на економіку, вона також відіграє вирішальну роль у створенні робочих місць і покращенні якості життя громадян. Майже кожна країна розглядає туризм як один із головних факторів економічного зростання, іміджу країни та модернізації туристичної галузі. Індустрія туризму є основним джерелом доходів, особливо тих, хто залежить від доходів, отриманих від туризму. Індустрія туризму підтримує світову індустрію, серед інших галузей послуг. Ось чому багато країн інвестують і підтримують індустрію туризму. Туризм пов'язаний із природними ландшафтами та смачною місцевою їжею. Поведінка, мотивація, задоволення та лояльність до місця призначення залежать від місцевої їжі та задоволеності місцем призначення. Місцеві продукти класифікуються відповідно до їх смаку, якості та поведінки місця проживання. Місцева їжа приваблює туристів (місцевих і міжнародних) до споживання та створює мотиваційні повідомлення для інших туристів. Місцева їжа є важливою привабливістю для туристів. Крім того, місцева їжа сприяє задоволенню туристів і лояльності до відвіданого місця.

В результаті місцева кухня стала популярним туристичним об'єктом. Зараз це частина культурної спадщини регіонів, які часто відвідують туристи. Туризм і гастрономія пов'язані трьома способами:

- як невід'ємний компонент місцевої культури,
- як джерело доходу для індустрії туризму
- у формі матеріальних благ, що продаються туристам.

Багато туристичних місць покладаються на гастрономічний туризм. Їжа і приваблює, і передає образ місцевості. Місцеві продукти харчування для туристів є однією з переваг, щоб обрати конкретний об'єкт для туризму[51].

Майбутнє гастрономічного туризму обіцяє бути захоплюючим та динамічним, оскільки цей сегмент туризму швидко еволюює, взаємодіючи з сучасними тенденціями та вимогами туристів. Декілька ключових напрямків, які можуть визначити майбутнє гастрономічного туризму:

- технології та інтерактивність;
- сталість та екологічна свідомість;
- гастрономічні тренди;
- розширення географії;
- гастрономічні подорожі на довгі відстані;
- збільшення індивідуалізації;
- культурний обмін;
- інновації у готельному господарстві.

В близькому майбутньому гастрономічний туризм як важлива галузь туристичної індустрії, поєднає в собі культурний досвід та смакові враження. Технології віртуальної реальності (VR) та розширеної реальності (AR) відіграють значну роль у розвитку цього виду туризму. Завдяки VR та AR гастротуристи зможуть отримати інтерактивний досвід, відвідуючи віртуальні кулінарні події та майстер-класи, матимуть можливість вивчати кулінарію шеф-кухарів з будь-якої точки світу.

Окрім цього, мобільні додатки та платформи вже стають необхідним інструментом для гастротуристів. Гастрономічні гайди та інтерактивні

екскурсії через мобільні додатки дозволяють туристам отримувати персоналізовані рекомендації та вивчати нові місця. Застосування технологій штучного інтелекту (AI) та машинного навчання дозволяє створювати індивідуалізовані гастрономічні маршрути та надавати взаємодію з штучними кулінарними експертами.

Також, в сучасному гастрономічному туризмі важливою стає роль соціальних мереж та геотехнологій. Гастрономічні спільноти в соціальних мережах сприяють обміну досвідом та інформацією. Геотехнології дозволяють створювати гастрономічні маршрути та визначати точки інтересу для туристів. Усі ці аспекти спільно впливають на розширення можливостей гастрономічного туризму та забезпечують туристам унікальний інтерактивний досвід з вивчення світових кухонь та культур [66].

У рамках гастрономічного туризму відзначається активна тенденція до сталого розвитку, що відображається в стратегічному підході до формування гастротурів. Цей аспект базується на принципах екологічної стійкості та відповідального використання природних ресурсів. Важливими складовими цієї тенденції є акцент на місцевість, використання стійких інгредієнтів у гастрономічних приготуваннях, а також підтримка екологічно чистих господарств.

У галузі гастрономічного туризму спостерігається визначена увага до гастрономічних трендів, що визначаються як характеристики або напрямки, що активно формують сучасну кулінарію та стають об'єктом зацікавлення для гастротуристів. Гастрономічні тури виявляються ідеальною можливістю для вивчення, відкриття та розповсюдження нових кулінарних тенденцій та інновацій у сфері харчування. Гастрономічні тури дозволяють туристам проникнутися новаторськими та експериментальними підходами до кулінарії, які стають популярними у світі гастрономії. Гастротуристи отримують можливість бути першими, хто дегустує та оцінює нові смаки, поєднання та техніки приготування, що визначають останні тенденції у гастрономічному світі [33].

Зростання популярності гастрономічного туризму викликає необхідність розширення географії цього виду подорожей, а саме включення менш популярних регіонів та країн у сферу зацікавлення. Цей тренд обумовлений прагненням гастротуристів до унікальних кулінарних вражень та відкриття нових кулінарних традицій, що характерні для менш відомих географічних об'єктів. Розширення географії гастрономічного туризму сприяє диверсифікації гастрономічних пропозицій і підтримує стале зростання інтересу до різноманітності кухонь та продуктів, що є характерними для світового культурного розмаїття.

Гастрономічні подорожі на довгі відстані, які охоплюють декілька країн чи навіть континентів, представляють інноваційну форму гастротуризму, що дозволяє туристам відкривати та глибоко вивчати світові кухні та кулінарні традиції. Цей підхід до гастрономічних подорожей дозволяє подорожуючим не лише насолоджуватися унікальними смаками та стравами, але й поглиблювати своє розуміння різноманіття культурного спадку через призму кухонних звичаїв. Тривалі гастротури надають туристам можливість зануритися в аутентичний кулінарний досвід різних регіонів світу, сприяючи культурному обміну та розширенню їхнього гастрономічного бачення. Цей підхід до гастротуризму відкриває нові перспективи для освоєння глибин кулінарного світу та сприяє розвитку міжнародного туристичного ринку [17].

Зростаюча зацікавленість туристів у власному гастрономічному досвіді породжує тенденцію до збільшення індивідуалізованих гастрономічних турів, де кожен учасник має можливість самостійно обирати та налаштовувати свій маршрут, враховуючи власні смакові уподобання та кулінарні прагнення. Ця динаміка віддзеркалює різноманіття та індивідуальний характер гастрономічних уподобань у подорожах, підсилюючи важливість персоналізованого досвіду для задоволення вимог сучасних гастротуристів. Зміна спрямована на підвищення якості гастрономічного туризму, надаючи учасникам більше свободи в обранні та

формуванні свого гастрономічного маршруту, що, в свою чергу, сприяє глибшому і насиченішому переживанню кулінарних подорожей.

Інновації у готельному господарстві в контексті гастрономічних послуг зумовлюють постійне вдосконалення функціоналу готелів та ресторанів, можливо, за допомогою впровадження технологій штучного інтелекту (AI). Прогнозується, що використання AI у гастрономічних закладах дозволить надавати персоналізовані рекомендації щодо вибору страв, враховуючи індивідуальні смакові вподобання та дієтичні обмеження гостей. Це сприятиме підвищенню рівня обслуговування та задоволенню гостей, забезпечуючи їм унікальний гастрономічний досвід, а також відображає сучасні тенденції у використанні передових технологій у сфері готельного та ресторанного бізнесу.

3.2. Удосконалення організації гастрономічного туризму в Україні

У всьому світі туризм трактується як соціально-економічне явище, яке має прямий і опосередкований вплив на розвиток усіх відповідних інфраструктур.

При організації гастрономічного туризму в Україні існують певні проблеми та виклики, які обмежують розвиток цього виду туризму. Основні проблеми включають наступні аспекти:

1. Недостатній інфраструктурний розвиток: Багато регіонів України не мають необхідної інфраструктури для прийому гастрономічних туристів. Відсутність ресторанів, готелів і спеціалізованих кулінарних шкіл у віддалених районах робить гастрономічний туризм менш доступним[55].

2. Низька якість обслуговування: Деякі ресторани та кафе можуть не відповідати міжнародним стандартам обслуговування, що може зіпсувати враження гастрономічних туристів.

3. Відсутність маркетингової стратегії: Україна має великий потенціал у гастрономічному туризмі, але часто бракує ефективної

маркетингової стратегії для просування місцевої кухні та страв на міжнародному рівні.

4. Фінансові обмеження: Малі місцеві бізнеси, які хотіли б взяти участь у розвитку гастрономічного туризму, можуть стикатися з фінансовими труднощами та браком інвестицій для покращення своєї діяльності.

5. Незнання міжнародних кулінарних трендів: Багато рестораторів і кухарів можуть не бути ознайомлені з міжнародними гастрономічними трендами та інноваціями у готуванні.

6. Проблеми із забезпеченням безпеки харчування: Гігієнічні стандарти та безпека харчування можуть бути проблемою для деяких закладів, особливо в селах і на ринках [3].

7. Відсутність єдиної інформаційної платформи: В Україні відсутня централізована інформаційна платформа, де туристи можуть знайти інформацію про гастрономічні тури та рекомендації.

Розв'язання цих проблем може включати у себе розвиток інфраструктури, підвищення якості обслуговування, впровадження маркетингових стратегій, надання фінансової підтримки для малих підприємств, навчання кухарів міжнародним трендам, підвищення стандартів безпеки харчування та створення централізованої інформаційної платформи для туристів. Такі заходи можуть сприяти подальшому розвитку гастрономічного туризму в Україні і зробити його більш привабливим для туристів з усього світу[16].

Проте туризм в Україні, яка має величезні туристичні ресурси, ще не досяг того рівня розвитку, який відповідає його потенціалу. Туристична галузь України має величезний потенціал розвитку, який може проявитися в різноманітних формах і видах туризму, оскільки наша країна має платформу для реалізації та просування всіх видів туризму.

Що стосується гастрономічного туризму, то аналіз ситуації на внутрішньому та міжнародному туристичному ринку сучасних тенденцій гастрономічного туризму показує, що його розвиток в Україні знаходиться

лише на початковому етапі і на це є ряд причин:

- недостатній розвиток туристичної інфраструктури;
- економічна та політична нестабільність в країні;
- недостатня ефективність реалізації механізму забезпечення пріоритетів державної політики у сфері організації експорту туристичних послуг;
- загальна відсутність комплексного бачення країни як перспективного туристичного напрямку;
- недосконала реклама українських туристичних центрів за кордоном тощо [10].

Дослідження показало, що Україна має достатні можливості для розвитку гастрономічного туризму. Однак сьогодні цей вид туризму в країні перебуває на початковій стадії розвитку. Це пояснюється наявністю ряду проблем, які заважають успішному розвитку гастрономічного туризму в нашій країні. Проблеми розвитку гастрономічного туризму в Україні наведено на рис. 3.1.

Звичайно, причини такої ситуації передусім комплексні соціально-економічна ситуація, в якій опинилася Україна, нечіткість механізму стимулювання туристичної сфери, відсутність чіткої стратегії розвитку цієї галузі як на регіональному, так і на державному рівнях. Але ця проблема набагато ширша, тому що це питання стосується не тільки туризму і гастрономічного туризму зокрема, а взагалі стратегії розвитку національної економіки України та її виходу на світовий ринок [31].

Розвиток і діяльність кожного сектора економіки спочатку повинні базуватися на певній правовій базі. Слід зазначити, що нормативно-правова база щодо сфери туризму є недосконалою, малоефективною та недієвою, а в окремих моментах навіть суперечливою та складною. Це стосується і гастрономічного туризму, оскільки наразі немає спеціального законодавства в цій сфері [22].



Рис. 3.1 – Проблеми розвитку гастрономічного туризму в Україні

Процес розвитку туризму, особливо гастрономічного, гальмується відсутністю єдиної системи державного управління в регіонах.

Значним чинником негативного впливу на розвиток, у тому числі гастротуризму, є складна політична ситуація в Україні. Військові дії на сході країни та анексія Криму призвели до погіршення туристичного іміджу України, оскільки багато потенційних туристів сприймають країну як повномасштабну війну.

Для нашої країни Крим завжди був центром туризму, відомим своїми винними традиціями та культурою, а також особливою місцевою кухнею. Наразі потік туристів до Криму, як внутрішніх, так і іноземних, повністю припинився.

Через закриття кордонів міжнародний туризм змушений на деякий час призупинити свою діяльність. Таким чином, в найкращому випадку прогнозується лише внутрішній туризм в Україні[2].

Однак через інфляцію, втрату робочих місць і пов'язане з цим зниження доходів громадян, а також значне скорочення витрат на туристичну галузь можливі кризові явища в цій галузі.

Важливою частиною індустрії туризму є туристична інфраструктура. Сучасний стан інфраструктури задовольняє не тільки іноземних, а й вітчизняних туристів. З цієї причини якість послуг не може бути на високому рівні та відповідати потребам мандрівників. З ним часто асоціюють гастрономічні напрямки. Території, віддалені від центрів і шляхів національного та міжнародного сполучення [22].

Неналежний стан доріг, недостатній розвиток транспортної мережі, відсутність інформаційного обладнання (інформаційних показників та вказівників) є негативними явищами, які характеризують сучасний стан транспортної системи країни.

В Україні відчувається дефіцит готельних закладів, оскільки в країні працює 1793 заклади розміщення, повідомляє Держстат за 2020 рік. Компанії, які надають якісні послуги, здебільшого розташовані в містах, а їх брак явно відчувається на периферії. Такі готелі часто знаходяться в незадовільному стані – вони розташовані в старих приміщеннях і потребують ремонту, заміни меблів і білизни [53].

Що стосується сфери громадського харчування, то, незважаючи на те, що в країні спостерігається позитивна тенденція до збільшення закладів харчування, ринок все ще залишається недостатньо насиченим.

Для порівняння: в Європі 1 місце в ресторані належить 8 мешканцям, у Києві – 35 мешканцям, у Львові – 25 мешканцям, у Дніпропетровську – 40 мешканцям. Як і в готельному господарстві, заклади громадського харчування зосереджені в основному в містах. Якісне обслуговування є далеко не у всіх закладах громадського харчування [22]. Проблемою розвитку гастрономічного туризму є невелика кількість закладів тимчасового розміщення та харчування на периферії, оскільки значна частина кулінарних напрямків знаходиться далеко від великих міст. Серед інших проблем,

пов'язаних із розвитком гастрономічного туризму, варто назвати брак кваліфікованих кадрів.

Для цього виду туризму потрібні кваліфіковані працівники сфери туризму, готельного господарства та громадського харчування, сільського господарства та харчової промисловості. В Україні є достатня кількість вищих навчальних закладів, середніх спеціальних шкіл і професійно-технічних училищ, які займаються підготовкою необхідних кадрів. Проте представники навчальних закладів та державних управлінських структур не мають чіткого уявлення про потребу тих чи інших спеціалістів на ринку праці [26].

Сьогодні реклама є важливим фактором розвитку будь-якого бізнесу та будь-якого виду діяльності. Однак тут є велика проблема, коли йдеться про гастрономічний туризм [17].

Рекламні кампанії з просування унікальної продукції в регіонах України або взагалі не проводяться, або проводяться безсистемно та хаотично, без урахування потреб потенційних туристів чи об'єктивних обставин. У країнах світу гастрономічні тури стали невід'ємною частиною туризму. А Україна, яка має всі можливості розвивати цей напрям, не має іміджу гастрономічної країни серед країн світу.

Часто напрямки гастрономічного туризму відомі лише місцевим жителям, а населення сусідніх регіонів взагалі не підозрює про їх існування. Кількість навчальних закладів, які готують спеціалістів у галузі туризму та харчової промисловості [43].

Рекламні агентства та туристичні компанії не проводять достатніх маркетингових досліджень у цій сфері, немає централізованого підходу та єдиної інформаційної системи.

Дослідивши ресторанний ринок України, можна зазначити, що існує така проблема, як недостатня кількість ресторанів української кухні, яка становить лише 36,8% від загального обсягу [53]. Незважаючи на таку потужну українську кухню, яка має багатовікові традиції і, незважаючи на те,

що він прийняв методи приготування їжі, він все ще мало відомий серед іноземних туристів. За смаковими якостями українська національна кухня ні в чому не поступається всесвітньо відомим кухням, таким як італійська, французька, японська тощо.

Ресторатори насторожено ставляться до відкриття національних ресторанів в Україні, вважаючи, що більший прибуток можна отримати за рахунок впровадження іноземних кухонь. В результаті туристи не мають можливості долучитися до українських кулінарних традицій.

Крім невеликої кількості ресторанів національної кухні, існує ще одна проблема. Ресторани української кухні чомусь асоціюються з хатами під стріхою, старими млинами, дубовими столами та лавами, віночками та шароварами. Це цілком доречно і такі ресторани мають право на існування. Але, слідкуючи за сучасними світовими тенденціями щодо функціонування ресторанів, хотілося б зламати стереотип щодо позиціонування українських ресторанів із селом, адже наша національна кухня може бути вишуканою, сучасною та європейською. Радує те, що є ресторани з сучасною українською кухнею вже з'явилися на території України, але їх ще недостатньо.

У країнах світу гастрономічні тури стали невід'ємною частиною туризму. А Україна, яка має всі можливості для розвитку цього напрямку, не має іміджу гастрономічної країни серед країн світу.

Наразі не всі українські туроператори пропонують гастрономічні тури. І гастрономічні тури, доступні в межах України, часто однотипні та націлені на одні й ті самі території та напрямки. Ми проаналізували пропозиції національних туроператорів і виявили, що більшість гастрономічних маршрутів прокладено в Закарпатській, Івано-Франківській, Львівській та Одеській областях. Індивідуальні маршрути існують у Полтавській, Київській, Херсонській, Тернопільській та ін. областях [22].

Туроператори не освоюють нові гастрономічні напрямки, недостатньо проводяться рекламні кампанії, через що цей вид туризму не користується великою популярністю серед жителів нашої країни (див. табл. 3.).

Таблиця 3.1 – Гастрономічні тури Україною від туристичних підприємств

Туристичне підприємство	Назва туристичного продукту	Маршрут подорожі	Кількість днів
«ТурБаза»	«Місто з ароматом кави»	Львів	3 дня / 2 ночі
	«Сиро-Винний тур по Закарпаттю / замки, сир, вино і Синевир»	Львів – Чинадієво – Мукачево – Берегово – Берегівський р-н. – Нижнє Селище – Синевир – Пилипець – Львів	2 дні / 1 ніч
	«Хмільна Полтава»	Київ – Абаразівка – Полтава – Київ	1 день
	«Закарпатські розваги»	Львів – Мукачево – Косино – Берегово – Львів	1 день
	«Закарпатська насолода / дегустаційно-термальний тур зі Львова»	Львів – Ужок – Перечин – Барвінок – Середнє – Берегівський район – Виноградів – Стневіскій перевал – Колочава – Сойми – Львів	2 дні / 1 ніч
	«Фестиваль дерунів»	Київ – Коростень – Київ	1 день
«Відвідай»	«Закарпатські насолоди + фестиваль ріп'янки у Колочаві»	Львів – Ужок – Перечин – Барвінок – Середнє – Виноградів – Синевирський перевал – Колочава – Сойми – Львів	2 дні / 1 ніч
	«Секрети Закарпатської кухні»	Львів – Чинадієво – Мукачево – Берегово – Четвалва – Нижнє Селище – Іза – Міжгір'я – Келечин – Львів	2 дні / 1 ніч
	«Coffee, Love & SPA»	Львів – Кульчиці – Самбір – Ваньовичі – Хирів – Львів	1 день
	«До бойків на сир + SPA»	Львів – Ясениця – Замкова – Ужок – Бориня – Львів	1 день
	«Закарпатські пригоди + Свято глінтвейну»	Львів – Верхня Грабівниця – Мукачево – Берегово – Ботар – Велятин – Хуст – Нижнє Селище – Львів	2 дні / 1 ніч
	«На бринзу до Рахова»	Львів – Пнів – Дора – Яремче – Поляниця – Ділове – Рахів – Львів	2 дні / 1 ніч
	«Гастротур до білих хорватів + Розгірче»	Львів – Миколаїв – Дуброва – Угерсько – Стрий – Розгірче – Миртюки – Львів	1 день
	Відпочинковий тур «Варишська палацінта»	Львів – Верхня Грабівниця – Чинадієво – Барвінок – Косино – Мукачево – Львів	2 дні / 1 ніч
	«Закарпатське асорті + долина білоцвіту»	Львів – Свалява – Лисичово – Бронька – Хуст – Велятин – Шаян – Данилово – Крайниково – Горінчово – Хуст – Львів	2 дні / 1 ніч
	«На гуцульський фестиваль «Берлибаський бануш»	Львів – Делятин – Дора – Яремче – Ясіня – Рахів – Костилівка – Львів	2 дні / 1 ніч
	«Принади Брюхович: дегустації, архітектура і обсерваторія»	Львів – Голоско – Брюховичі – Львів	1 день

Продовження таблиці 3.1

«Галиця тур»	«Вилково, Шабо, Акерман»	Одеса – Вилково – Затока – Білгород-Дністровський – Шабо – Одеса	2 дні / 1 ніч
	Гастротур «Карпатські смаколики»	Івано-Франківськ – Татарів – Буковель – Верховина – Кривопілля – Косів – Снятин – Івано-Франківськ	3 дні / 2 ночі
	«Хмільний Львів»	Львів	3 дні/2 ночі
«Країна UA»	«Поліська Здибанка»	Київ – Міське – Київ	1 день
	«Закарпатський вікенд»	Львів – Мукачево – Ужгород – Львів	2 дні / 1 ніч
	«Сиро-пивний тур в Чернігів»	Київ – Чернігів – Київ	1 день
	«Етно-гастро-тур на Полтавщину»	Київ – Махечі – Мгар – Полтава – Решетилівка – Київ	2 дні / 1 ніч
	«Шоколадний Тростянець і вечірні Суми»	Київ – Путивль – Суми – Тростянець – Київ	2 дні / 1 ніч
	«Фестиваль Св. Мартина і дегустація вина»	Львів – Берегово – Мукачево – Львів	2 дні / 1 ніч
	«Гастрономічний тур до Львова»	Київ – Львів – Київ	2 дні / 1 ніч
«КийАвіа»			

Таким чином, на заваді розвитку гастрономічного туризму в Україні стала низка проблем: недосконалість законодавства щодо туристичної галузі; складна політична та економічна ситуація; пандемія Covid-19; погана інфраструктура; недостатня кількість закладів розміщення та харчування; відсутність кваліфікованих кадрів; неналежне інформаційне та маркетингове забезпечення; однорідність і невелика кількість гастрономічних маршрутів; невелика кількість ресторанів з українською національною кухнею. З цього можна зробити висновок, що сьогодні існує достатня кількість проблем, які гальмують розвиток туризму загалом і такого нового для України виду туризму, як гастрономічний туризм зокрема [13].

Перспективи розвитку сфери гастротуризму в Україні залежать від наявності туристичних ресурсів, створення умов для залучення іноземних інвестицій, розвитку внутрішнього споживчого ринку та його насичення якісними послугами і товарами. Крім того, законодавчу базу в туристичній сфері необхідно адаптувати до законодавства Європейського Союзу.

Тенденції та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні є обіцяючими і включають в себе наступні ключові аспекти:

- Підвищення інтересу до національної кухні: Гастрономічний туризм сприяє підвищенню популярності та визнанням української кухні як в Україні, так і за її межами. Туристи відвідують ресторани, де готують національні страви, та бажають скуштувати страви з місцевих продуктів.

- Розвиток гастрономічних маршрутів: В Україні виникають гастрономічні маршрути та фестивалі, спрямовані на просування місцевої кухні та продуктів. Це дозволяє туристам отримати унікальний гастрономічний досвід.

- Зростання кількості ресторанів та кулінарних шкіл: Ресторатори та кухарі активно розвивають гастрономічний сегмент, відкриваючи нові ресторани та кулінарні школи для навчання як місцевих жителів, так і туристів.

- Партнерство з місцевими виробниками: Ресторани та готелі активно співпрацюють з місцевими фермерами та виробниками, використовуючи свіжі, сезонні продукти, що сприяє підвищенню якості страв і підтримує місцеву економіку.

- Культурний обмін через їжу: Гастрономічний туризм сприяє культурному обміну між туристами та місцевими жителями. Туристи можуть дізнатися більше про культуру, історію та традиції України через спілкування за столом.

- Медичний гастрономічний туризм: Зацікавленість українськими лікувальними дієтичними стравами може привести до розвитку медичного гастрономічного туризму, де туристи приїжджають для поліпшення здоров'я.

- Популярність старовинних рецептів: Відкриття старовинних рецептів та традиційних способів приготування страв може стати ключовим трендом у гастрономічному туризмі [7].

Загалом, гастрономічний туризм в Україні має великий потенціал для подальшого розвитку, оскільки він об'єднує культуру, історію та кулінарні

скарби країни, надає можливість розвивати малі підприємства та сприяє популярності України як гастрономічного напрямку для туристів з усього світу.

Для цього на державному рівні необхідно визнати туризм однією з пріоритетних галузей економіки. Гармонізація законодавства України з нормами європейського та міжнародного права забезпечить створення правової сфери у сфері туризму, яка не впливає на функціонування туристичної діяльності як на українському, так і на міжнародному туристичних ринках.

Важливим завданням є внесення змін і доповнень до законів України «Про туризм» та «Про курорти», а також інші нормативно-правові акти, що стосуються сфери туризму [1]. Для врегулювання функціонування гастрономічного туризму необхідно внести відповідні норми до законів, які забезпечують ефективність цього виду туризму. Нарешті, окремого законодавства щодо гастрономічного виду туризму наразі немає [14].

Крім того, необхідно створити стабільне правове поле для розвитку сприятливого інвестиційного клімату в туристичній сфері. З метою популяризації гастрономічного туризму в Україні за підтримки Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, Міністерства туризму та курортів та інших профільних професійних асоціацій доцільно започаткувати національний проект, у рамках якого створити інформаційну платформу, що міститиме наступну інформацію:

- про заклади харчування (кількість, тип, місцезнаходження, концепція тощо);
- календар гастрономічних свят, фестивалів, майстер-класів, конференцій та семінарів;
- діяльність гастромузеїв;
- підприємства з виробництва продуктів харчування, що надають екскурсійні послуги;
- гастрономічні центри;

– маршрути та послуги туристичних компаній [13].

На цьому ресурсі доцільно було б створити гастрономічну карту України, де можна знайти актуальну інформацію про гастрономічний туризм по містах та регіонах. Також може бути актуальним розробка мобільного додатку для смартфонів і планшетів, який дозволить користувачам швидко та зручно знаходити потрібну інформацію [30].

Імідж України як гастрономічної країни на міжнародній арені покликаний створити нове покоління кваліфікованих кадрів у сфері туризму та галузях, пов'язаних з гастрономією. Вони мають примножувати традиції української гостинності, щоб забезпечити туристам високий рівень обслуговування, що відповідає сучасним стандартам якості.

Необхідно адаптувати обсяги підготовки кадрів за освітньо-кваліфікаційним рівнем (спеціаліст, бакалавр, магістр) до потреб ринку, водночас важливо підвищити репутацію всіх працівників, які працюють у цій соціально важливій сфері. діяльності. Підвищувати стандарти якості освіти в Україні до міжнародних стандартів варто, якщо фахівець після закінчення навчального закладу зможе одразу приступити до виконання своїх обов'язків, а не проходити підготовку та перепідготовку, що зараз є досить поширеним [39].

Запорукою розвитку гастрономічного туризму є покращення туристичної інфраструктури. Будівництво туристичної інфраструктури має здійснюватися відповідно до міжнародних вимог, що дало б змогу задовольнити потреби гастрономічних туристів як з України, так і представників інших країн та створити надходження до місцевого та державного бюджетів.

Що стосується закладів розміщення та харчування, то необхідно збільшити їх кількість, особливо в сільській місцевості та вздовж автомагістралей. Перспективною є робота над удосконаленням існуючих закладів, а саме їх конверсією та підвищенням якості обслуговування.

Пріоритетом для гастрономічного туризму є створення аграрного

бізнесу. Це дозволяє туристам брати участь у житті сільської місцевості: збирати врожай, доглядати за домашніми тваринами, ознайомитися з процесом виробництва та скуштувати екологічно чисті страви [54]. Такі активи можуть бути організовані як фермерськими господарствами, так і індивідуальними власниками. Тому людей, які живуть у цікавих гастрономічних центрах, слід інформувати та заохочувати до відкриття сільськогосподарського бізнесу. Від цього виграють їх власники, розвиток туризму в регіоні і, звісно, самі туристи.

Гастрономія України потребує серйозного переосмислення та впровадження досягнень науково-технічного прогресу, новими перспективними напрямками кулінарії є ф'южн та молекулярна кухня.

«Fusion» в перекладі з англійської означає «злиття». Цей стиль приготування поєднує в собі смаки і стилі традицій Сходу і Заходу, старого і нового; екзотичні продукти замінюються місцевими, кулінарні традиції інших регіонів адаптуються до місцевих смаків; поєднувати незвичайні інгредієнти тощо Молекулярна гастрономія заснована на процесі приготування.

Використовуються новітні досягнення молекулярної хімії, що дозволяють отримувати виняткові страви. За допомогою рідкого азоту відбувається обробка продуктів і в приготуванні страв використовуються такі незвичайні технології, як емульгування (змішування нерозчинних речовин), естерифікація (створення рідких сфер), гелеутворення, карбонізація, збагачення вуглекислим газом і вакуумна дистиляція. Тому для розвитку таких ресторанів є велика перспектива, адже вони цікаві не лише іноземним туристам, а й місцевим жителям.

Наразі жоден український ресторан не входить до престижних світових ресторанних рейтингів. Але нещодавно в Києві відбулося «Шоу високої кухні», в якому взяли участь всесвітньо відомі шеф-кухарі, в тому числі володарі зірок Мішлен. Для українських кухарів це була знакова подія та поштовх до розвитку та вдосконалення. В Україні вже є високопоставлені

заклади та кухарі, які в майбутньому можуть отримати цю високу нагороду або потрапити до інших відомих світових рейтингів [65]. При просуванні гастрономічних напрямків важливим фактором є формування та просування бренду території. Загалом у туризмі гастрономічна складова туристичного продукту формує імідж дестинації.

На сьогодні в Україні недостатньо роботи з розвитку гастрономічного брендингу. Формування бренду території має базуватися не лише на гастрономічних досягненнях, а й спиратися на історію міста, його культурні особливості, традиції та міфологію.

Не можна ототожнювати кухню окремого населеного пункту з усією кухнею країни, оскільки в цьому випадку втрачається гастрономічна складова територіального бренду, кулінарна унікальність і привабливість. Наразі в деяких містах України вже сформовано певний гастрономічний бренд. Так, Полтава – місто вареників, Львів – місто кави та шоколаду, Коростень – деруна, Ніжин – огірок і т. д. У перспективі багато українських міст і селищ можуть створити свої гастрономічні бренди, що сприятиме популяризації території, залученню туристів і наповненню місцевих бюджетів. Це завдання є обов'язком органів місцевого самоврядування, громадських організацій, компаній та всіх зацікавлених сторін.

Функціонування дегустаційних залів необхідно вивести на вищий рівень обслуговування із залученням професійних сомельє, барменів та офіціантів, врахувати традиції та культуру споживання окремих алкогольних напоїв. Багато підприємств харчової промисловості потребують оновлення матеріально-технічної виробничої бази для впровадження новітніх технологій виробництва продуктів харчування[6].

Тому Україна має значні перспективи для розвитку гастрономічного туризму. Основним завданням для цього є вдосконалення законодавчої бази в туристичній сфері. Перспективним є створення національного проекту з інформаційною платформою, що надає комплексну інформацію про гастрономічну туристичну діяльність в Україні.

Поняття «free flow» включає приготування їжі в присутності відвідувачів, відсутність офіціантів, відкриту кухню і багате меню. Подібні напрямки розвитку ресторанного бізнесу дуже популярні в усьому світі та набувають все більшого поширення в Україні. Новітні технології можуть збільшити інтерес до традиційної національної кухні. Тому ці впровадження є досить перспективними для ринку гастротуризму України.

В усьому світі спостерігається тенденція відкривати ресторани в незвичайних місцях, з провокаційним інтер'єром, концепцією та унікальними стравами та послугами. Такі заклади можуть розташовуватися під водою, під шаром льоду та снігу, у вигляді атракціону, на дерево, у пустелі, у скелі, у печері тощо. Вони використовують найрізноманітніші поняття: ресторан-в'язниця, ресторан-сафарі, ресторан-туалет, ресторан-акваріум тощо.

В Україні креативні ресторатори починають придумувати цікаві ідеї дизайну та оформлення ресторану. Наприклад, ресторанний комплекс Дія «Кабачка в бочці» відбувається у перевернутому будинку; Абсентний бар «Камера». «Немає. 6» нагадує справжню психіатричну лікарню, де офіціантами є медсестри, а напої подають у пробірках; у фіто-кафе «Соляна печера» весь інтер'єр зроблений з лікувальної солі; Ресторан «Спотікач» оформлений у вигляді затишної багатокімнатної квартири [58].

На сьогоднішній день гастрономічний туризм в Україні переживає певні тенденції та має перспективи розвитку, оскільки ця галузь набуває все більшої популярності як серед місцевих жителів, так і серед іноземних туристів. Основні тенденції та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні на даний момент включають:

- Популярність української кухні: Востаннє українська кухня набуває все більше визнання на світовій арені. Її аутентичність та смаки стають привабливими для гастротуристів, які прагнуть відкривати нові кулінарні враження.

- Зростання кількості ресторанів і кулінарних майстерень: В Україні стає все більше ресторанів, які спеціалізуються на українській кухні.

Також розвиваються кулінарні майстерні, де туристи можуть брати участь у майстер-класах з приготування традиційних страв.

- Локації та фестивалі: Україна активно розвиває гастрономічний туризм через організацію різноманітних кулінарних фестивалів і заходів. Це дозволяє привернути увагу туристів і познайомити їх із місцевими стравами та культурою.

- Екологічний та органічний підхід: Українські сільські господарства стають джерелом органічних і екологічно вирощених продуктів, що приваблює туристів, які цінують здорове харчування.

- Розвиток виноробства і пивоваріння: Україна стає відомою своєю виноробнею та пивоварнею індустрією. Це привертає туристів, які бажають спробувати місцеві вина та пиво.

- Партнерство з місцевими громадами: Співпраця між туристичними організаціями та місцевими громадами сприяє розвитку гастрономічного туризму, оскільки це сприяє залученню інвестицій та створенню нових місць роботи.

- Популярність сільського та еко-туризму: Багато туристів шукають унікальні та непересичені місця для відпочинку, де вони можуть насолоджуватися природними красами та місцевою кухнею. Тому сільський та еко-туризм набувають популярності в Україні.

Загалом, гастрономічний туризм в Україні має значний потенціал для розвитку, і ця галузь може стати важливим чинником для привертання туристів та підтримки місцевої економіки. Необхідно продовжувати розвивати і популяризувати українську кухню та культурні особливості, покращувати інфраструктуру та співпрацювати зі спільнотами для створення унікальних гастрономічних пропозицій для туристів [31].

3.3. Розробка програми гастрономічного туру по Україні

У ході нашої роботи ми виявили, що гастрономічні тури розвинуті переважно в західних і південних регіонах України і в багатьох випадках є однотипними, оскільки пропонують відвідування одних і тих же гастрономічних напрямків. Тому ми розробили тур у новому напрямку в регіон, де цей вид туризму не є пріоритетним.

«Гастрономія Рівненщини» – пізнавально-гастрономічний тур Рівненщиною. За видом транспорту – автомобіль (автобус). Розраховано на вікову категорію молодих людей від 21 року та людей середнього віку із середнім рівнем достатку. Тривалість подорожі 3 дні/2 ночі.

Цей тур є сезонним і передбачає відвідування регіону з кінця квітня до середини вересня. Вартість туру 1793 грн. з особи Розрахунок вартості туру наведено в таб. 3.3.

Таблиця 3.2 – Розрахунок вартості туру для групи з 16 осіб та 2 супроводжуючих

Собівартість послуг	
Екскурсія «Дубенський замок»	20 грн (ціна вхідного квитка на одну особу) * 16 + 200 грн (екскурсійні послуги) = 520 грн
Екскурсія «Тараканівський форт»	200 грн
Проживання в агросадібі «Хутір Касень»	200 грн (вартість ночівлі та харчування на одну особу) * 16 + 200 (проживання гіда) + 200 (проживання водія) = 3600 грн
Апітерапія	100 грн (вартість дегустація меду, екскурсії пасікою та повного процесу апітерапії на одну особу) * 16 = 1600 грн
Екскурсія на підприємстві «Рівень»	80 грн (екскурсія заводом та дегустація пива) * 16 = 1280 грн
Музей бурштину	15 грн (вартість вхідного квитка до музею) * 16 + 160 грн (екскурсійна програма) = 400 грн
Проживання в готелі «Мир»	980 грн (вартість двохмісного номеру категорії стандарт) * 8 + 980 грн (ціна за двохмісний стандартний номер для супроводжуючих) + 16,69 (туристичний збір) * 18 = 9120,42

Продовження таблиці 3.2

Майстер-клас з приготування мацика, дегустація сиров'яленої м'ясної продукції	70 грн (вартість майстер-класу та дегустації) * 16 = 1120
Екскурсія на підприємстві «Пригощайся»	80 грн (вартість екскурсії та дегустації) * 16 = 1280 грн
Екскурсія гощанським парком	150 грн
Нехай транспортні послуги	7000 грн
Загальна вартість послуг	$520+200+3600+1600+1280+400+9120,42+1120+1280 = 19120,42$ грн
Нехай транспортні послуги	7000 грн
Загальна вартість послуг	$520+200+3600+1600+1280+400+9120,42+1120+1280 = 19120,42$ грн
Податки та винагорода співробітників	
Нехай розмір податків та адміністративних витрат 20%	$19120 * 0,2 = 3824$ грн
Нехай винагорода гідів 10%	$19120 * 0,1 = 1912$ грн
Нехай винагорода туроператора 20%	$19120 * 0,2 = 3824$ грн
Вартість туру на 1 особу	1793 грн

За формою маршрут комбінований: Київ – Дубно – с. Таракаїв – с. Повча – с. Зоря – с. Клевань – м. Рівне – с. Гостиний двір – Київ. Програма подорожі передбачає відвідування 10 напрямків.

Основні об'єкти: хутір Хутір Касен, пасіка Федора Анненкова, пивоварня Рівень, музей бурштини, підприємства «Дубровецький мацик», харчокомбінат «Пригощайся». Серед інших об'єктів: Дубенський замок, Тараканівська фортеця, Тунель кохання, Гощанський парк – пам'ятка садово-паркового мистецтва (див. дод. Г).

Пізнавально-гастрономічний тур «Гастрономія Рівненщини» включає відвідування цікавих історичних та природних пам'яток Рівненщини, екскурсійні програми та майстер-класи на підприємствах з виробництва пива, кондитерських виробів та місцевого делікатесу «Мацик», відвідування

музею, Розміщення в агросадибі на місці вівцеферми, апітерапія та дегустація різноманітних місцевих страв та напоїв [20].

Програма туру «Гастрономія Рівненщини» наведена у табл. 3.3.

Таблиця 3.3 – Програма туру «Гастрономія Рівненщини»

Час	Вид діяльності	Примітка
День 1.		
6:30	Збір групи у м. Київ біля станції метро Житомирська	
7:00	Відправлення у м. Дубно	
9:30	Зупинка на 15-20 хвилин у с. Березівка	На місці зупинки є туалет та декілька кафетерій.
11:30	Прибуття у м. Дубно. Екскурсія Дубенським замком.	Екскурсія входить у вартість туру.
12:30	Обід в ресторані «Terrace Grill» на території Дубенського замку.	Обід не входить у вартість туру.
13:30	Відправлення у м. Тараканів.	
13:50	Прибуття у м. Тараканів. Екскурсія Тараканівським фортом.	Екскурсія входить у вартість туру.
14:40	Відправлення у с. Повча	
15:30	Приїзд в село, інструктаж на місці. Агросадоби «Хутір-Касень». Поселення. Відвідування вівцеферми, вівцетерапія та дегустація молочних продуктів.	Проживання, харчування, відвідування ветеринара та дегустація молочних продуктів входять у вартість туру. На території садиби можна відвідати лазню, купити чаї з дикорослих лікарських рослин та молочні продукти, взяти напрокат велосипед та пограти В теніс за додатковий план.
18:30	Вечеря від господарів хутору. Вільний час.	Вечеря входить у вартість туру
День 2.		
8:00	Сніданок. Виселення.	Сніданок входить у вартість туру
9:00	Відправлення у с. Зоря.	

Продовження таблиці 3.3

10:30	Прибуття у с. Зоря, відвідання садиби Федіра Анненькова. Апітерапія, дегустація медової продукції.	Апітерапія входить у вартість туру. Апітерапія передбачає відвідування пасіки, дегустацію медової продукції та сон у вуликах. На території На садибах можна придбати медову продукцію та сувеніри.
12:00	Відправлення у м. Клевань.	
12:10	Прибуття у м. Клевань. Екскурсія у Тунелі кохання. Вільний час.	Екскурсія Тунелем кохання входить у вартість туру.
13:00	Відправлення у м. Рівне	
13:30	Прибуття в Рівне. Обід в ресторані «БарМакі». Виїзд на Рівненський пивзавод.	Обід в ресторані не входить у вартість туру
14:40	Прибуття на майданчик пивоварні Рівень. Екскурсія по пивоварні. Дегустація пива. Вільний час. Виїзд до Музею бурштину.	У вартість туру входить огляд пивоварні та дегустація пива. Рекомендується відвідати бар магазину «Рівень», де можна купити пиво та сувенірну продукцію.
15:30	Приїзд до Рівненського музею бурштину. Екскурсія та дегустація місцевого напою «Бурштинівка».	Екскурсія та дегустація входять у вартість туру. Біля музею є магазин, де можна придбати бурштин та вироби з нього пити.
16:45	Поселення у готель «Мир». Вільний час.	Ночівля та сніданок входять у вартість туру. Обід можна замовити в готелі за додаткову плату. Пропонуються факультативні екскурсії в «Центр культури та архітектури». Пересопниця» (150 грн.) та «Князям Острозьким» (200 грн.).
День 3		
9:00	Сніданок. Виселення з готелю.	Сніданок входить у вартість туру
10:00	Прибуття на підприємство «Дубровицький Мацик». Участь у майстер-класі з приготування мацика, дегустація сирого та в'яленого м'яса.	Участь у майстер-класі та дегустація ковбасних виробів входять у вартість туру. В компанії Можна купити м'ясні вироби
11:00	Відправлення у смт Гоща	

Продовження таблиці 3.3

11:30	Прибуття в с.Гоща на територію підприємства «Пригощайся». Екскурсія на кондитерську фабрику, дегустація фірмової продукції.	Екскурсія та дегустація входять у вартість туру. При фабриці є фірмовий магазин, де можна придбати кондитерські вироби товари.
13:10	Прибуття на територію Парку пам'яток садово-паркового мистецтва та екскурсія в особняк панів Валецьких.	Екскурсія входить у вартість путівки. Поруч із парком знаходиться супермаркет «Наш край», де можна купити продукти вулиця
13:50	Обід у ресторані «Щедрий млин».	Обід у ресторані не входить у вартість туру
15:00	Відправлення у м. Київ	
17:00	Зупинка на 15-20 хвилин у с. Березівка	
19:30	Прибуття у м. Київ до станції метро Житомирська	

У вартість туру входить: Проживання в агросадибі «Хутір Касень». Повча та в готелі «Мир» у Рівному; Транспорт; Екскурсії Дубенським замком, Тараканівською фортецею, Вівчарнею, Тунелем кохання та компаніями «Рівень», «Дубенський мацик», «Пригощайтесь», Музей бурштину, Гощанський парк; Харчування в закладах розміщення (сніданок та вечеря); оветерапія та апітерапія; Дегустація молочної продукції на вівцефермі, медової продукції на пасіці Федора Анненкова, пива на Рівенському заводі, бурштинових пляшок у музеї [42].

Бурштин, сиро-сушені вироби на заводі «Дубровицький мацик» і кондитерські вироби на заводі «Пригощайся».

У вартість туру не входить харчування в ресторані Terrace Grill.

«БарМаки», «Щедрий Млин» та інші екскурсії:

- Екскурсія до культурно-археологічного центру Пересопниці (150 грн.).
- Екскурсія «До князів Острозьких» (200 грн.).

Дубенський замок – замок, що належав у XV столітті князям Острозьким – один із найстаріших і найкраще збережених замків України. Будівля побудована в середньовічному стилі з багато прикрашеними залами і

палацами, а також строгими стінами і склепіннями. Дубенський замок оточений річкою Іква та великою кількістю старовинних гармат, які забезпечували міцну фортифікацію, тому замок ніколи не був обложений. На території замку запланована 60-хвилинна екскурсійна програма та обід у ресторані «Тераса Гриль». Не випадково пропонується цей ресторан. Справа в тому, що тут можна скуштувати типові страви краю, а також смаколики, які готували за часів розквіту Острозького князівства [16].

Тараканівська фортеця – архітектурно-фортифікаційна пам'ятка XIX ст., військове містечко, збудоване на ім. царя Олексія III був побудований для закриття кордонів. Фортеця являє собою будівлю з житловими і військовими частинами, побудовану у формі ромба зі стінами висотою близько 240 метрів. Найбільшу роль Тараканівський форт відіграв у Першій світовій війні, а саме у знаменитому Брусилівському прориві. Сьогодні це занедбаний потужний комплекс, схожий на лицарський палац, посеред дикої, незайманої природи, яка зберігає сотні легенд [8].

У селі Повча Дубенського району є незвичайна ферма «Касен Ферма». На території садиби розташована вівчарська ферма, оскільки об'єкт розташований на пагорбі, що є дуже сприятливим для розвитку вівчарства. До послуг гостей якісне та комфортне розміщення в спеціально обладнаних номерах з електрикою, Wi-Fi та гарячою водою. є туристи

Можна відвідати лазню та басейн, покататися на велосипеді та фотополювати. Родзинкою послуг ферми є вівцетерапія – лікування за допомогою овець, де ви відвідуєте ферму, проводите час з тваринами, доглядаєте за ними та дегустуєте продукти вівчарства (молоко, сир). Власники комплексу пропонують туристам повноцінне харчування з використанням екологічно чистих продуктів власного виробництва. Відвідувачі також можуть збирати лісові ягоди та гриби, оскільки садиба розташована безпосередньо біля лісу. Крім овець, на фермі можна побачити кіз, коней, незвичайних кучерявих свиней і бджільницьку ферму. Для туристів господарі створили невеликий музей, де представлені старовинні

хуторські речі. У садибі також можна придбати молочні продукти, продукти бджільництва, чаї з дикорослих лікарських рослин тощо [8].

Федір Анненков – професійний хірург, який займається бджільництвом. У рідному селі Зоря Рівненського району заснував оздоровчу пасіку, де проводить сеанси апітерапії. У комплекс цієї процедури входить використання продуктів бджільництва (мед, пилок, прополіс, маточне молочко та ін.), бджолиний підмор і сон у спеціально обладнаних вуликах. Вважається, що апітерапія нормалізує артеріальний тиск, покращує серцебиття і кровообіг, очищає бронхи, уповільнює процеси старіння і стабілізує загальне самопочуття. На пасіці пана Федора можна придбати продукти бджільництва та взяти участь у догляді за бджолами та виробництві меду [51].

Рівненська пивоварня була заснована в середині XIX століття чеськими пивоварами на честь своїх засновників під назвою «Парова пивоварня Бергшлосс». Продукція «Рівен» відрізняється, в тому числі, якістю і яскравим смаком, а в 2000 році отримала срібну нагороду на професійному міжнародному конкурсі пива. Завод випускає «Бергшлосс», «Пражке», «Жигулівське» та марочне пиво «Рівен». Крім пивної продукції, виробляють безалкогольні напої та мінеральну воду. Під час пізнавальної екскурсії пивоварнею туристи мають можливість ознайомитися з етапами та технологією приготування пива, відвідати різноманітні заводські майданчики і, звичайно, продегустувати пивну продукцію. Придбати пиво туристи можуть у магазині «Рівен», який розташований біля заводу, а також у таких закладах, як бар «Бергшлосс», ресторан «Кант» і паб «Рівен» [31].

Рівненщина – край бурштину. Цей «сонячний камінь» зустрічається лише в північних районах регіону. У місті Рівне на базі бурштинового заводу діє Музей бурштину. У музеї представлені камені та виготовлені з них прикраси, яким понад 40 мільйонів років. Найціннішими експонатами є камені з кристалізованими комахами. Найдавнішим виробом із цього каменю є диск-амулет, якому приблизно 2500 років, і двокілограмовий бурштин.

Крім того, в музеї можна скуштувати місцевий напій – брштинівку, міцну горілчану настоянку на цих дрібних бурштинових камінчиках. Цей напій має яскравий золотистий колір і цілющі властивості. Вироби з бурштину та «бурштину» можна придбати в крамничці біля музею [13].

Мацик – унікальний м'ясний виріб із сировини, який готують на Рівненщині. За смаковими якостями він може конкурувати з іспанською шинкою. «Дубровецький мацик» – одне з кращих підприємств з виробництва цього ласощі. Власниця фірми пані Людмила проводить майстер-класи з приготування скумбрії та дегустації цього смачного продукту. Компанія виробляє різні види котлет: з вином, з часником, з грибами, у вигляді ковбаси, у вигляді кульки, зі свинини, з курки тощо. Середня ціна такого продукту становить 400 грн за кілограм, і продукцію можна придбати у того ж підприємства [50].

Гощанський харчовий комбінат «Пригощайся» – найкращий виробник кондитерських виробів в області. Основна спеціалізація заводу – виробництво шоколадних цукерок з горіхами та сухофруктами. «Спроба» випускає більше 30 видів цукерок і кілька видів зефіру. В асортименті фруктові цукерки з бананом, грушею, яблуком, інжиром, сливою, курагою та ін.; Горіхи: Метеорит, Грильяж, Східна ніч; з марципаном; брендові: «Бурштиновий шлях», «Рівненщина туристична», «Чоловічі витрибеньки»; з лікером: вишневим і виноградним та ін.

Туристам пропонуються цікаві екскурсії по фабриці, де можна продемонструвати процес виготовлення цукерок та інших кондитерських виробів та скуштувати. На території фабрики працює магазин, де можна придбати кондитерські вироби «Пригощайся», що цікаво, фабрика займається популяризацією туризму на Рівненщині та втілює цю ідею у виробництві своєї продукції та її упаковці. Наприклад, коробки з цукерками мають назви: «Край гостинний», «Я люблю Рівне», «Красносільський». Вітряки», «Турист Рівненщини», «Тунель кохання» тощо [32].

Гощанський парк – пам'ятка садово-паркового мистецтва, пов'язана з

діяльністю пана Валевського, який жив у Гощі у ХІХ столітті. Парк відомий своїми рідкісними рослинами, зокрема гінкго дволистим і дубом болотним, а також захоплюючими краєвидами. У парку збереглася садиба, так звана садиба Валевських. Ще одна відома споруда парку – стара Михайлівська церква та жіночий монастир [15].

Для цього ми розробили інноваційний тур «Гастрономія Рівненщини» Рівненщиною. Тур розрахований на людей молоді та середнього віку та включає відвідування історичних та природних пам'яток та закладів гастрономічного туризму.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі нашої дипломної роботи були розглянуті проблеми та перспективи організації гастрономічного туризму в Україні.

Аналізуючи проблеми гастрономічного туризму в Україні, ми визначили низку факторів, що впливають на його розвиток. Серед них слід відзначити відсутність чіткої стратегії розвитку, недостатню рекламу та популяризацію української кухні та культурних особливостей, а також відсутність координації між державними та приватними секторами гастрономічного туризму. Ці проблеми ускладнюють розвиток гастрономічного туризму в Україні та перешкоджають привертанню більшої кількості туристів.

З іншого боку, розглядаючи перспективи гастрономічного туризму в Україні, ми побачили значний потенціал для розвитку. Україна має багатий кулінарний спадок та унікальні страви, які можуть зацікавити туристів. Крім того, розвиток гастрономічного туризму може сприяти розвитку малого і середнього бізнесу, створенню нових робочих місць та збільшенню доходів місцевого населення.

Для досягнення успіху в розвитку гастрономічного туризму в Україні необхідно вирішувати вищезазначені проблеми та активно впроваджувати

заходи щодо просування української кухні на світовому ринку. Крім того, важливо співпрацювати з місцевими громадами, розвивати інфраструктуру та створювати привабливі умови для туристів.

Розвиток гастрономічного туризму в Україні потребує комплексного підходу та співпраці всіх зацікавлених сторін, включаючи державні органи, громадські організації та підприємців. Тільки таким чином можна досягти успіху та зробити Україну більш привабливою для гастрономічних туристів.

ВИСНОВКИ

У даній роботі було досягнуто мету, а саме дослідження теоретичних аспектів та аналіз сучасних тенденцій розвитку гастрономічного туризму.

Аналізуючи гастротуризм на міжнародному рівні, ми виявили важливі світові тенденції, які формують цю галузь. Зазначено, що гастротуризм є динамічною галуззю, яка стрімко розвивається. Зокрема, виокремлено вплив різноманітних факторів, таких як зміни в харчовій культурі, зростання інтересу до місцевої кухні та традицій, а також збільшення популярності кулінарних подій та фестивалів.

Аналізуючи особливості гастротуризму в нашій країні, ми визначили ключові фактори, які впливають на його розвиток, зокрема унікальність місцевої кухні, історична спадщина та потенціал для створення автентичних гастрономічних експерієнцій.

У світовому контексті можна зауважити, що гастрономічний туризм стає не тільки елементом відпочинку, але й окремим напрямком туристичної індустрії. Туристи виходять за межі традиційних екскурсій та відвідування пам'яток, активно включаючи в свої маршрути гастрономічні враження. Однією зі специфічних тенденцій є підвищений інтерес до місцевих традицій, рецептів та кулінарної спадщини.

Індивідуалізація гастротурів стає ключовим фактором, оскільки туристи віддають перевагу персоналізованим маршрутам, враховуючи їхні особисті смакові уподобання, дієтичні обмеження та культурні інтереси. Це вимагає від гастрономічних підприємств інноваційних підходів та гнучкості в обслуговуванні різноманітних потреб клієнтів.

Також варто відзначити зростання популярності тривалих гастротурів, які охоплюють не одну країну, а декілька регіонів або континентів. Це дає туристам можливість не лише смакувати різноманіття страв, але й вивчати культурні відмінності у кулінарних традиціях.

Україна, у свою чергу, спостерігає захоплення туристів своєю

унікальною кухнею та культурною спадщиною. Розвиток гастрономічного туризму в Україні підтримується активним розвитком ресторанного бізнесу, фермерських ринків та проведенням гастрономічних фестивалів. Локальні продукти та страви стають ключовими елементами привабливості для туристів, які шукають аутентичний гастрономічний досвід.

На фоні глобальних тенденцій особливий акцент слід робити на використанні технологій, таких як штучний інтелект, у гастрономічній сфері. Впровадження інноваційних технологій може покращити якість обслуговування, забезпечити персоналізований сервіс та рекомендації для гостей, що підвищує рівень задоволення та комфорту під час гастрономічних подорожей.

Таким чином, стан та тенденції гастрономічного туризму визначаються багатьма факторами, включаючи зміни в смакових уподобаннях туристів, прагнення до індивідуалізованих вражень та використання сучасних технологій для покращення обслуговування. У цьому контексті гастрономічний туризм стає не лише шляхом відкриття нових смаків, але й ключовим чинником культурного обміну та сприяє розвитку туристичного галузі в цілому.

У третьому розділі роботи були проаналізовані проблеми та перспективи організації гастрономічного туризму в Україні. Були визначені основні проблеми при організації гастрономічного туризму в країні, а також виділені тенденції та перспективи його розвитку. Розроблена програма гастрономічного туру по Україні, а також запропоновані інші напрями розвитку, такі як медичний туризм, зелений туризм, сільський туризм та глемпінг.

У результаті проведеного дослідження можна зробити висновок, що гастрономічний туризм має великий потенціал для розвитку в Україні та світі. Він сприяє залученню туристів, створює нові можливості для розвитку місцевого господарства та сприяє популяризації культурних та гастрономічних особливостей країни. Важливо враховувати сучасні тенденції

та адаптувати їх до умов сучасності.

У світовому гастрономічному туризмі спостерігається нахил до вивчення не лише стандартних страв і традицій, але і використання місцевих інгредієнтів та традиційних методів приготування. Такий підхід дозволяє туристам отримати більш глибоке розуміння культурних особливостей та сприйняття їх через призму їжі.

Україна, як країна з багаточисловою історією та культурою, відзначається особливо різноманітним гастрономічним спадком. Регіональні кухні, які відрізняються за смаковими особливостями та використанням місцевих продуктів, привертають увагу туристів. Зокрема, гастротури в Україні можуть включати в себе відвідування кав'ярень із традиційними українськими солодощами, дегустації національних страв та участь у майстер-класах з приготування страв.

До інших важливих тенденцій слід віднести інтерактивні форми гастротуризму, такі як участь у сімейних обідах або виїзні кулінарні події. Це дозволяє туристам не лише спостерігати за приготуванням їжі, але й самостійно брати участь у процесі, зближуючись із місцевими жителями та отримуючи неповторні враження.

Нарешті, гастрономічний туризм стає також засобом підтримки сталого розвитку та екологічної свідомості. Зростання популярності місцевих, екологічно чистих продуктів та ресторанів, які прагнуть до збереження природних ресурсів, є важливим фактором для туристів, які обирають гастрономічні подорожі.

Гастрономічний туризм у світі та в Україні набуває нових вимірів, враховуючи індивідуальні смакові уподобання та цінності, підтримуючи розвиток культурної спадщини та сприяючи сталому способу життя.

Отже, розвиток гастрономічного туризму вимагає системного підходу та постійного вдосконалення, але він може стати важливим рушієм для туристичної галузі та сприяти економічному розвитку України та інших країн світу.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Про туризм: Закон України № 324/95-ВР. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр> (дата звернення: 10.14.2023).
2. Антоненко В. Г. Міжнародний туризм як чинник взаємодії та взаємозбагачення культур. *Філософські нариси туризму*. За ред. проф. Пазенка В. С. Київ, 2005. С. 223–233.
3. Базюк Д. Еногастрономічний туризм в Україні: тенденції та перспективи розвитку. *Збірник матеріалів за результатами IV науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «Сталий розвиток України: проблеми і перспективи»*. Кам'янець-Подільський : Медобори2006, 2016. С. 121–123.
4. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. *Наукові праці НУХТ*. 2012. №45. С.128–132.
5. Білецька Я. О., Дюкарева Г. І., Радченко Л. О. Маркетингові дослідження розвитку кулінарного туризму в Україні. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2017. Вип. 1(25). С. 206–217.
6. Божидарник Т. Міжнародний туризм: підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 312 с.
7. Божук Т. І., Прокопчук Л. А. Сучасний стан і перспективи розвитку винного туризму (на прикладі Закарпатської області). *Туристична індустрія: сучасний стан і перспективи розвитку: VI міжнар. наук.-практ. конф. (28–29 квітня 2011 р.)*. Луганськ, 2011. Т. 2. № 6. С. 171–177.
8. Бусигін А. В. Як організувати кулінарний туризм. *Туризм : практика, проблеми, перспективи*. 2011. № 2. С. 55.
9. Величко В. В. Дослідження факторів розвитку туристської індустрії України. *Комунальне господарство міст*. 2022. Вип. 102. С. 470–475.
10. Воронін В. Г. Маркетинг території: теоретичні підходи.

Євразійський міжнародний науково-аналітичний журнал «Проблеми сучасної економіки». 2011. №4. С. 44–49.

11. Герасименко В. Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія. Одеса: Астропринт, 2013. 304 с.

12. Голод А. П. Політична поведінка населення регіону : монографія. Ужгород, 2021. 212 с.

13. Горбань Г. П. Управління регіональним розвитком туристичної галузі: світовий досвід. *Економіка і управління*. 2011 р. С. 110–113.

14. Горшкова Л. О. Розвиток винного туризму як спеціалізованого виду туристичної діяльності. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2018. Вип.17. Ч.1. С. 68–71.

15. Грошова О. Атаманюк Д. Шляхи просування туристичного продукту на ринку. *Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення : матеріали ІХ Всеукр. наук.-практ. конф. з міжнар. участю*. Львів, 2014. С. 291–293.

16. Гуменюк Г. М. Організація туристичних подорожей : навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ : НАІР. 2014. 364 с.

17. Давыденко И. В. Доминанты рынка событийного туризма. *Перспективы развития науки в современном мире: материалы междунаучно-практич. конф.* 2012. С. 97–103.

18. Дорога вина та смаку Української Бессарабії. URL : <https://zruchno.travel/> (дата звернення: 10.10.2023).

19. Дрокіна Н. І. Перспективи розвитку туристичної інфраструктури Донецького регіону. URL : https://tourlib.net/statti_ukr/drokina.htm. (дата звернення: 11.03.2023).

20. Дубенський замок. URL : <https://zamokdubno.com.ua/> (дата звернення: 10.17.2023).

21. Кляп М. П., Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму. Київ : Вища освіта ХХІ століття. 2015. 334 с.

22. Ковешніков В. С. Винний та гастрономічний туризм: важливий потенціал розвитку економіки. *Інвестиції : практика та досвід*. 2017. № 4. С. 32–37.
23. Комарніцький І. О. Кулінарний туризм в Україні: стан і перспективи регіонального розвитку в контексті Євро-2012. *Географія та туризм*. 2011. Вип.14. С.100–115.
24. 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.
25. Кому потрібен гастротуризм. URL : <http://www.gastrotur.ru/gastronomicheskiiy-turizm/komu-nuzhen-gastroturizm> (дата звернення: 10.09.2023).
26. Конішева Н. Й. Удосконалення системи підготовки та підвищення кваліфікації кадрів сфери туризму та курортів. *Вісник ДІТБ*. 2011. №15. С.158–167.
27. Коркуна О. І. Гастрономічний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територіальних громад. *Економічний простір*. 2020. № 155. С. 40–43.
28. Корнілова В. В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. *Ефективна економіка*. 2018. №2. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6112> (дата звернення: 12.10.2023).
29. Корсак В. І. Фактори впливу на формування регіональних роздрібних мереж торгових закладів. *Агросвіт*. 2019. Вип. 4. С. 45–51.
30. Кукліна Т. С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України. *Запорізький національний технічний університет*. 2013. С. 6.
31. Кулич І. Б. Вплив валютних коливань на туристичний сектор економіки України. *Науково-інформаційний вісник Івано-Франківського університету права імені Короля Данила Галицького*. 2015. Вип. 11. С. 345–352.
32. Марценюк Л. В. Проблеми та перспективи розвитку туризму в

Україні. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2015. № 3. С. 76–82.

33. Марченко О. Інтеграція регіонального туристичного продукту в національний загальноукраїнський туристичний продукт та європейську туристичну індустрію. *Закарпаття: науково-популярне видання про історію, сучасність, перспективи краю*, 2015. №3. С.42–46.

34. Маслов Е. С. Можливість розвитку винного туризму та готельного комплексу. *Вчені записки ТНУ. Серія: економіка*. 2017. Т.20(59). №1. С.102–107.

35. Матвеев В. В. Винний туризм як рекламний фактор й інструмент для стимулювання розвитку конкурентного потенціалу виноробних підприємств України. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Херсон, 2015. № 10, Ч. 4. С. 29–31.

36. Момонт Т. В. Основні фактори розвитку ринку туристичних послуг. *Економіка. Управління. Інновації. Серія «Економічні науки»*. 2012. № 1. С. 193–198.

37. Найцікавіші гастротури України. URL : <https://ridna.ua/2016/05/pajtsikavishi-hastro-tury-ukrajiny/> (дата звернення: 21.09.2023).

38. Нездоймінов С. Г. Регіональні контури кластерного розвитку винного туризму. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014. С.136–141.

39. Олійник В. В. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму в Україні. *Вісник Миколаївського національного університету ім. В. О. Сухомлинського*. 2016. №12. С. 460–463.

40. Омельницька В. О. Сучасний стан ринку послуг гастрономічного туризму України. *Економічні студії*. 2018. № 2. С. 121–126.

41. Онисько М.Б. Міжнародний туризм: світові тенденції та українські реалії URL : <http://sd.net.ua/2012/05/24/turizm-ukraine-mir.html> (дата звернення: 17.09.2023).

42. Офіційний сайт Асоціації Лідерів Турбізнесу України URL :

<http://www.altu.com.ua/News/> (дата звернення: 16.10.2023).

43. Офіційний сайт Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму.
URL : <http://www.worldfoodtravel.org> (дата звернення: 08.10.2023).

44. Офіційний сайт Глобальної асоціації гастрономічного туризму.
URL : <https://www.globalfoodtourism.com> (дата звернення: 28.09.2023).

45. Офіційний сайт Міжнародної асоціації гастрономічного туризму.
URL : <http://www.worldfoodtravel.org> (дата звернення: 10.10.2023).

46. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі
URL : <http://www.me.gov.ua/> (дата звернення: 11.10.2023).

47. Офіційний сайт Міністерства закордонних справ України. URL :
<http://www.mfa.gov.ua>. (дата звернення: 10.12.2023).

48. Ощипок І. М., Пономарьов П. Х., Філь М. І. Кухні народів світу : навчальний посібник. Львів : Видавництво «Магнолія 2006», 2015. С. 365.

49. Панчук В. В. Психолого-педагогічні фактори підвищення професіоналізму викладача вищої школи : дис. канд. пед. наук : 13.00.04. Луцьк, 2015. 200 с.

50. Петранівський В. Л., Лисик А. С. Етнокультурний і етнофестивальний туризм: теорія і практика. *Розвиток етнотуризму: проблеми та перспективи: зб. матер. Всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених (Львів, 2-3 березня 2015 р.)* / Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України, Львівський інститут економіки і туризму. Львів: ЛІЕТ, 2015. С. 28–41.

51. Расулова А. Потенціал ресторанного бізнесу у розвитку гастрономічного туризму України. *Економіка і держава*. 2015. Вип. 5. С. 78–83.

52. Саламатіна С. Є. Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму на півдні Одещини. *Наукові праці Одеської національної академії харчових технологій*. 2019. Вип. 46. С. 325–329.

53. Сливенко В. А. Шляхи активізації вітчизняного гостротуризму на міжнародному туристичному ринку. *Ефективна економіка*. № 5. С. 77–84.

54. Смолій В. А., Федорченко В. К., Цибух В. І. Енциклопедичний словник-довідник з туризму. Київ : Слово, 2016. 372 с.
55. Статистична служба України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 10.10.2023).
56. Стешенко Д. О., Парфіненко А. Ю. Гастрономічний туризм як чинник розвитку туристичної сфери України. *Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети*, м. Харків, 9 лист. 2012 р. ХНУ ім. В. Н. Каразіна. Харків, 2012. С. 239–241.
57. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. URL : https://tourlib.net/statti_ukr/komilova.htm. (дата звернення: 09.10.2023).
58. Український туристичний портал «УкрТуризм». URL : <http://www.ukrtourism.com>. (дата звернення: 12.10.2023).
59. Харченко Д. О. Дослідження гастрономічного бренду туристичної дестинації. *Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка*, 2018. С.15.
60. Черниш І. В., Маховка В. М. Максимейко Н. Я. Гастрономія як фактор формування конкурентних переваг послуг пізнавального туризму. *Економіка і регіон*. 2021. № 2. С. 45–49.
61. Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму : підручник. Київ : Знання, 2013. 334 с.
62. Brokaj M. The Impact of the Gastronomic Offer in Choosing Tourism Destination. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies MCSER Publishing*. 2014. P. 249–258.
63. Allen G. J., Albala K. Encyclopedia of the Food and Drink Industries. The Business of Food. 2010. P. 112.
64. Dasilva D. Assessing The Economic Potential For Culinary Tourism In Suriname. 2015. URL : <http://www.surinamecompete.org/wpcontent/uploads//Assessing-The-Economic-Potential-Of-CulinaryTourism-Revised.pdf> (дата звернення: 11.02.2023).
65. Hall C. M. Tourism Business Frontiers. Consumers, Products and

Industry. URL : <https://www.globalspec.com/reference/47077/203279/chapter-16-gastronomy-food-and-wine-tourism>. (дата звернення: 11.10.2023).

66. Wolf E. Culinary Tourism. *Travel & Tourism Marketing*. 2016. P. 137–148.

67. Hall, M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., Cambourne, B., (2013). Food tourism around the world: development, management and markets, *Butterworth-Heinemann: Elsevier*. №33. С. 124–128.

68. Interests, motivations and gastronomic experiences in the world heritage site destination of Granada (Spain): satisfaction analysis. URL : <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/BFJ-07-2021-0830/full/html> (дата звернення: 11.17.2023).

69. Top Food Tourism Statistics. URL : <https://www.jerseyislandholidays.com/food-tourism-statistics/> (дата звернення: 11.11.2023).

70. Корхова А. І., Мамотенко Д. Ю. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму в світі. *Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства* : матеріали міжнар. наук. конф., 10 лист. 2023 р. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2023. С. 322–325.

ДОДАТКИ

Додаток А

Рейтинг найкращих кухонь світу за 2022 рік

1  Italy	4.72	26  Georgia	4.23	51  Egypt	3.94	76  New Zealand	3.89
2  Greece	4.68	27  Czech Republic	4.21	52  Singapore	3.94	77  Guatemala	3.89
3  Spain	4.59	28  Bulgaria	4.20	53  Afghanistan	3.94	78  El Salvador	3.88
4  Japan	4.59	29  England	4.18	54  Ecuador	3.93	79  Trinidad and Tobago	3.88
5  India	4.54	30  Thailand	4.16	55  Ethiopia	3.93	80  Wales	3.88
6  Mexico	4.53	31  Belgium	4.14	56  Belarus	3.93	81  Israel	3.85
7  Turkiye	4.52	32  Netherlands	4.10	57  Haiti	3.92	82  Azerbaijan	3.85
8  United States	4.51	33  Austria	4.09	58  Russia	3.92	83  Honduras	3.85
9  France	4.51	34  Algeria	4.07	59  North Macedonia	3.92	84  Costa Rica	3.85
10  Peru	4.51	35  Denmark	4.05	60  Cuba	3.92	85  Saudi Arabia	3.85
11  China	4.49	36  South Africa	4.03	61  Sri Lanka	3.92	86  Malta	3.84
12  Brazil	4.49	37  Syria	4.03	62  Sweden	3.91	87  Switzerland	3.82
13  Portugal	4.47	38  Bosnia & Herzegovina	3.99	63  Chile	3.91	88  Scotland	3.82
14  Poland	4.44	39  Malaysia	3.99	64  Jamaica	3.91	89  Australia	3.80
15  Germany	4.37	40  Lebanon	3.99	65  Slovenia	3.91	90  Armenia	3.80
16  Indonesia	4.37	41  Ukraine	3.98	66  Bolivia	3.91	91  Iceland	3.80
17  Croatia	4.33	42  Palestine	3.98	67  Venezuela	3.91	92  Canada	3.79
18  Argentina	4.33	43  Bangladesh	3.97	68  Albania	3.91	93  Latvia	3.79
19  South Korea	4.31	44  Lithuania	3.96	69  Northern Ireland	3.91	94  Morocco	3.69
20  Vietnam	4.31	45  Taiwan	3.96	70  Nigeria	3.91	95  Norway	3.58
21  Hungary	4.26	46  Paraguay	3.96	71  Colombia	3.90		
22  Romania	4.25	47  Pakistan	3.96	72  Finland	3.90		
23  Philippines	4.25	48  Tunisia	3.95	73  Ireland	3.90		
24  Iran	4.23	49  Uruguay	3.95	74  Cyprus	3.90		
25  Serbia	4.23	50  Slovakia	3.94	75  Estonia	3.90		



Додаток Б.

Гастрономічна карта України



Додаток В.

Розподіл гастрономічних подій України за регіонами



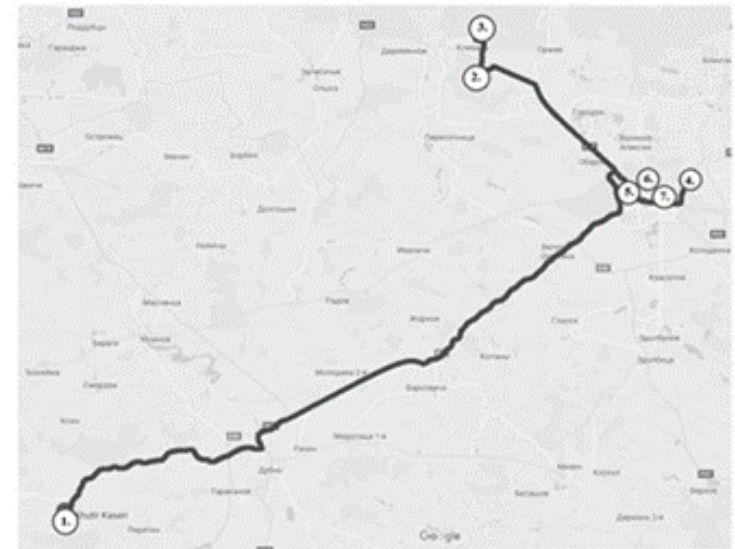
Додаток Г.

Маршрут подорожі «Гастрономія Рівненщини»

День 1. Київ - Дубно -Тараканів -Повча



День 2. Повча - Зоря -Клевань - Рівне



День 3. Рівне - Гоша - Київ

