

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА  
ДИЗАЙНУ

Факультет економіки та бізнесу

Кафедра економіки та сфери обслуговування

**ДИПЛОМНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА**

На тему:

Проблеми та перспективи організації гастрономічного туризму в Україні

Виконала: студентка групи БЗМТБ-17

спеціальності 073 «Менеджмент»

Бабіна Владислава Євгенівна

Керівник: ст. викл. Будякова О.Ю.

Рецензент: доц. Власюк Т.М.

Київ 2021

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ  
ТА ДИЗАЙНУ

Факультет економіки та бізнесу

Кафедра економіки та сфери обслуговування

Спеціальність 073 Менеджмент

Освітня програма Туристичний бізнес

(шифр і назва)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри Мельник А.О.

“ \_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

**З А В Д А Н Н Я  
НА ДИПЛОМНУ БАКАЛАВРСЬКУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**

Бабіній Владиславі Євгенівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Проблеми та перспективи організації гастрономічного туризму в Україні

Науковий керівник роботи Будякова Олена Юріївна к.е.н., ст. викладач

( прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затвержені наказом вищого навчального закладу від “15”березня 2021 року № 75-уч

2. Строк подання студентом роботи 01.06.2021 р.

3. Вихідні дані до роботи статистична інформація про діяльність вітчизняних туроператорів за 2017-2020 рр.

4. Зміст дипломної роботи (перелік питань, які потрібно розробити) Вступ.

сутність поняття «туризм»; наукові підходи до трактування поняття

«туризм»; суб'єкти туристичної діяльності України; класифікація видів туризму

сутність поняття «гастрономічний туризм»;

типи факторів, які впливають на стратегічний розвиток гастрономічного

туризму; умови і організація гастрономічного туризму в Україні; розглянуто

гастрономічні тури по Україні; проаналізовано тенденції та перспективи

розвитку гастрономічного туризму в Україні; розроблено гастрономічний тур

по Рівненщині.

5. Дата видачі завдання 01.02.2021 р.

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи (проєкту)	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вступ	30.02.2021	
2	Розділ 1. Теоретичні основи гастрономічного туризму	30.02.2021	
3	Розділ 2. Аналіз стану гастрономічного туризму в Україні	30.03.2021	
4	Розділ 3. Проблеми та перспективи організації гастрономічного туризму в Україні	28.04.2021	
5	Висновки	30.05.2021	
6	Оформлення дипломної роботи бакалавра (чистовий варіант)	30.05.2021	
7	Задача дипломної роботи бакалавра на кафедрі для рецензування (за 14 днів до захисту)	02.06.2021	
8	Перевірка дипломної роботи бакалавра на наявність ознак плагіату (за 10 днів до захисту)	05.06.2021	
9	Подання дипломної роботи бакалавра на затвердження завідувачу кафедри (за 7 днів до захисту)	05.06.2021	

**Студент** \_\_\_\_\_

( підпис )

**Науковий керівник роботи** \_\_\_\_\_

( підпис )

**Рецензент** \_\_\_\_\_

( підпис )

Бабіна В.Є.

(прізвище та ініціали)

Будякова О.Ю.

(прізвище та ініціали)

Власюк Т.М.

(прізвище та ініціали)

## АННОТАЦІЯ

Бабіна В.Є. Проблеми та перспективи організації гастрономічного туризму в Україні // В.Є. Бабіна. – рукопис – Київ : КНУТД, 2021. – 124 с.

Дипломна магістерська робота за спеціальністю 073 Менеджмент. – Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2021 рік.

Дослідження присвячено комплексному аналізу проблем та перспектив організації гастрономічного туризму в Україні. В роботі охарактеризовано поняття та сутність гастрономічного туризму; розглянуто фактори, які впливають на стратегічний розвиток гастрономічного туризму; проведено аналіз сучасного стану гастрономічного туризму в світі. Розглянуто умови і організація гастрономічного туризму в Україні, охарактеризовано напрямки гастрономічного туризму в Україні. Розглянуто гастрономічні тури по Україні, досліджено проблеми організації українського гастрономічного туризму. Проаналізовано тенденції та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні. Розроблено гастрономічний тур по Рівненщині.

Ключові слова: туризм, види туризму, гастрономічний туризм, гастрономічний тур.

## АННОТАЦИЯ

Бабина В.Е. Проблемы и перспективы организации гастрономического туризма в Украине // В.Е. Бабина. – рукопись – Киев: КНУТД, 2021. - 124 с.

Дипломная магистерская работа по специальности 073 Менеджмент. – Киевский национальный университет технологий и дизайна, Киев, 2021.

Исследование посвящено комплексному анализу проблем и перспектив организации гастрономического туризма в Украине. В работе охарактеризованы понятие и сущность гастрономического туризма; рассмотрены факторы, которые влияют на стратегическое развитие гастрономического туризма; проведен анализ современного состояния

гастрономического туризма в мире. Рассмотрены условия и организация гастрономического туризма в Украине, охарактеризованы направления гастрономического туризма в Украине. Рассмотрены гастрономические туры по Украине, исследованы проблемы организации Украинской гастрономического туризма. Проанализированы тенденции и перспективы развития гастрономического туризма в Украине. Разработан гастрономический тур по Ровенщине.

Ключевые слова: туризм, виды туризма, гастрономический туризм, гастрономический тур.

#### ANNOTATION

Babina VE Problems and prospects of organization of gastronomic tourism in Ukraine // V.Ye. Babina. – manuscript – Kyiv: KNUTD, 2021. – 124 p.

Master's thesis in the specialty 073 Management. - Kyiv National University of Technology and Design, Kyiv, 2021.

The study is devoted to a comprehensive analysis of the problems and prospects of gastronomic tourism in Ukraine. The paper describes the concept and essence of gastronomic tourism; the factors influencing the strategic development of gastronomic tourism are considered; an analysis of the current state of gastronomic tourism in the world. The conditions and organization of gastronomic tourism in Ukraine are considered, the directions of gastronomic tourism in Ukraine are characterized. Gastronomic tours in Ukraine are considered, problems of the organization of the Ukrainian gastronomic tourism are investigated. Trends and prospects of gastronomic tourism development in Ukraine are analyzed. A gastronomic tour of Rivne region has been developed.

Key words: tourism, types of tourism, gastronomic tourism, pilgrimage, gastronomic tour.

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ.....	11
1.1 Поняття та сутність гастрономічного туризму.....	11
1.2 Фактори, які впливають на стратегічний розвиток гастрономічного туризму.....	23
1.3 Аналіз сучасного стану гастрономічного туризму в світі.....	35
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ...	49
2.1 Умови і організація гастрономічного туризму в Україні.....	49
2.2 Напрямки гастрономічного туризму в Україні.....	75
2.3 Аналіз гастрономічних турів по Україні.....	82
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	82
3.1 Проблеми організації українського гастрономічного туризму.....	82
3.2 Тенденції та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні.....	92
3.3 Розробка гастрономічного туру по Україні.....	98
ВИСНОВКИ.....	107
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	112
ДОДАТКИ.....	121

## ВСТУП

Актуальність теми. Стабільна позитивна динаміка розвитку туризму у світовому масштабі, його значний вплив на зайнятість населення, формування малого і середнього бізнесу, сприяння соціально-економічному розвитку регіонів дає підстави розглядати туристичну галузь як важливий чинник післякризового відновлення національної економіки України, реформування транспортної, комунальної, інформаційної, виробничої та сервісної інфраструктури, удосконалення інвестиційної та соціальної політики.

Одним із перспективних видів розвитку ринку туристичних послуг є гастрономічний туризм – вид туризму, пов’язаний з ознайомленням з виробництвом, технологією приготування та дегустацією національних страв та напоїв, а також кулінарними традиціями народів світу.

Дослідження тенденцій розвитку та сучасного стану ринку послуг гастрономічного туризму є передумовою визначення перспектив розвитку гастрономічного туризму України та створення конкурентоспроможного туристичного продукту на міжнародному ринку послуг туризму.

Дослідженнями теоретичних і практичних аспектів розвитку гастрономічного туризму, визначенням змісту, аналізом деяких об’єктів, включених до складу «гастрономічних турів» займалися такі зарубіжні вчені, як: К. Холл, Д. Гілмор, Б. Пін, Р. Митчелл, Д. Хендерсон, Ю. Лін, Т. Пірсон, Л. Кей та ін. Аналіз сучасної літератури свідчить про активне науково-практичне опрацювання проблеми гастрономічного туризму і в Україні.

В дослідженнях А. Бусигіна, Е. Маслова, І. Комарніцького, В. Федорченка, Д. Басюк, Т. Сокол, Т. Божук, Л. Прокопчук, Т. Шпараги, В. Бойко, О. Любіцевої, Ф. Шандора, Г. Волкової, М. Баштової висвітлюється історико-культурний контекст розвитку цього виду туризму, особливості

створення регіональних туристичних продуктів на основі національних кулінарних традицій.

Але так як в законі України гастрономічний туризм не виділяється як окремий вид туризму, то окремі фахівці розглядають його як вид інших, наприклад, хобі-туризму, тематичного туризму, спеціалізованого туризму чи подієвого туризму.

Стратегічна мета розвитку туризму в Україні полягає у створенні продукту, конкурентоспроможного на світовому ринку, здатного максимально задовольнити туристські потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціальноекономічних інтересів при збереженні економічної рівноваги та історикокультурної спадщини.

Гастрономічний туризм має значні перспективи розвитку, а організація «гастрономічних турів» сприяє відродженню національних кулінарних традицій. Дослідження останніх років свідчить, що туристичні потоки зростають у тих регіонах, де, на основі неповторних традицій, формуються спеціалізовані інтерактивні туристичні продукти – тури, фестивалі, народні свята.

В Україні заснована достатня кількість унікальних автентичних гастрономічних турів та фестивалів, які створюють передумови для формування конкурентоспроможного туристичного продукту гастрономічного туризму на міжнародному та внутрішньому ринках.

Аналізуючи місцезнаходження даних фестивалів, можна зробити висновок, що найбільші туристичні ресурси для проведення подієвого туризму має Західна та Центральна частина України, а саме: Закарпатська та Львівська, Полтавська області та міста Київ, Луцьк та Львів.

Саме в цих областях та містах збереглося значна кількість національних свят та автентичних традицій їх святкування, тому вони є найбільш привабливими до відвідування, як для іноземних, так і внутрішніх туристів в Україні.



Отже, можемо сказати, що гастрономічний туризм в Україні набирає більших обертів в розвитку та залучення іноземних туристів на основі величезної ресурсної бази. Тому ця тема є доволі актуальною на сьогодні і в майбутньому може значно покращити економічний стан України і поляризувати державу на міжнародному рівні.

Мета і завдання дослідження. Мета дослідження полягає в тому, щоб на основі критичного розгляду монографічних, літературних джерел, інтернет джерел зробити комплексне дослідження проблем та перспектив організації гастрономічного туризму в Україні.

Відповідно до визначеної мети було поставлено такі завдання:

- охарактеризувати поняття та сутність гастрономічного туризму;
- розглянути фактори, які впливають на стратегічний розвиток гастрономічного туризму;
- провести аналіз сучасного стану гастрономічного туризму в світі;
- розглянути умови і організація гастрономічного туризму в Україні;
- охарактеризувати напрямки гастрономічного туризму в Україні;
- розглянути гастрономічні тури по Україні;
- дослідити проблеми організації українського гастрономічного туризму;
- проаналізувати тенденції та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні;
- провести розробку гастрономічного туру по Україні.

Об'єктом дослідження є гастрономічний туризм в Україні.

Предметом дослідження є процес гастрономічного туризму в Україні, а предмет є теоретико-методологічні дослідження.

Методи дослідження. Методологічну основу дослідження склали наступні методи пізнання: аналіз, синтез, індукція і дедукція, методи матеріалістичної діалектики, статистично-математичні методи.

Інформаційна база дослідження. Інформаційна база представлена нормативно-правовими актами, монографіями, авторськими статтями, періодичною пресою та інформаційними сайтами мережі Інтернет.

Практичне значення дослідження. Результати досліджень можуть бути використані в подальшому для розвитку гастрономічного туризму в Україні, розроблений тур «Гастрономічна Херсонщина» може бути розглянуто туристичними агенствами з метою впровадження даного продукту на туристичний ринок. Матеріали дослідження та методична розробка тестових завдань можуть бути застосовані на заняттях з навчальних дисциплін, пов'язаних зі сферою туризму.

Апробація результатів дослідження. Результати бакалаврської дипломної роботи апробовано на Міжнародній науково-практичній конференції та опубліковано в вигляді тез доповідей, а саме:

Будякова О.Ю., Бабіна В.Є. Проблеми та перспективи організації гастрономічного туризму в Україні. Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку : тези доп. II Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. (м. Київ, 23 квітня 2021 р.). Київ : КНУТД, 2021.

Структура і обсяг роботи. Структура роботи зумовлена метою і завданнями дослідження, складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (96 найменувань) та додатків. Загальний обсяг дипломної роботи 102 сторінок комп'ютерного тексту (без додатків).

## РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

### 1.1 Поняття та сутність гастрономічного туризму

Туризм, туристична діяльність, туристична галузь мають безліч особливостей. Туризм виконує одночасно економічні, соціальні, політичні, гуманітарні функції.

Туризм характеризується безпосередньо як тимчасові виїзди громадян України, іноземних громадян та осіб без громадянства з постійного місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових, спортивних, релігійних та інших цілях без зайняття оплачуваною діяльністю в країні (місці) тимчасового перебування; туристична діяльність - як діяльність туроператора і турагента по організації туристичної подорожі.

Згідно з Законом України «Про туризм», туризм - тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає [1].

Відповідно до цього нормативного акту, турист – це особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з не забороненою законом країни перебування метою на термін від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін [1].

На наявність великої кількості підходів до визначення туризму вказує А.В. Бабкін, який відзначає, що у вітчизняній і зарубіжній літературі туризм визначається як:

- тимчасові переміщення людей, їх перебування поза постійним середовищем перебування і тимчасове перебування на об'єкті, що викликає туристський інтерес;

- складна соціально-економічна система, основу якої становить багатогалузевий виробничий комплекс, що має назву туристичної індустрії;

- сегмент ринкової економіки, на якому взаємодіють різні підприємства господарського комплексу з метою пропозиції продукту, який задовольняє туристський інтерес;

- тимчасові виїзди громадян і осіб без громадянства у вільний час з постійного місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійних, спортивних, релігійних, ділових, освітніх й інших цілях на термін не менше 24 годин і не більше 6 місяців і без заняття оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування [2, с. 4].

Туризм – це сектор економіки, що відіграє значну роль у багатьох країнах світу. Він суттєво впливає на зайнятість населення, появу нових робочих місць, зниження рівня безробіття в країні. На сьогодні туристи мають більше досвіду та вільного часу, тому виділяють достатньо коштів для поїздки. Завдяки туризму люди можуть на певний термін часу відійти від буденності та зануритись у світ пригод і розваг. Зараз все більше і більше туристів прагнуть отримати новий для себе досвід туристичних мандрівок. Гастрономія дозволяє набути подібний досвід.

Харчування є однією з головних життєво необхідних для людини умов існування. Здоров'я людини, розвиток, працездатність та настрої залежать від способу та характеру харчування. Як відомо, обслуговуючим напрямом, що має на меті забезпечення людини харчуванням, є гастрономія [3, с. 225].

За даними спеціальної літератури, більше третини туристичних витрат стосується їжі. Тож кухня туристичної дестинації – один із важливих аспектів, що визначає якість відпочинку [4, с. 160-161].

Гастрономія в туристичному значенні втілює в собі поєднання послуг, продуктів, заходів, які акцентують увагу на кулінарні рецепти регіону і

традиційні продукти, творчість і талант тих, хто їх готує. Н.В. Корнілова вважає, гастрономія – це зв'язок між культурою та харчуванням, тому має відношення до сфери соціальних дисциплін [5].

На сьогоднішній день, гастрономія є невід'ємною складовою знайомства з культурою, традиціями та побутом різних держав або регіонів. Гастрономія охоплює традиційні цінності, які мають зв'язок з новими тенденціями в індустрії туризму: повага до традицій і культу, збереження автентичності, спосіб життя, культурне збагачення. Зараз до кулінарних або гастрономічних турів є підвищений інтерес серед туристів наступних країн: Великобританія, Франція, Італія, Іспанія, Австрія, а також в країнах з екзотичною кухнею (Перу, Японія, Індія, Китай, Мексика) і країнах арабського світу (Туреччина, Єгипет).

У сучасній туризмології немає єдиного термінологічного визначення гастрономічного туризму. Зустрічаються терміни «кулінарний туризм», «винно-гастрономічний туризм», «гурман-тури», «гастрономічний туризм». Кількість гастрономічних маршрутів збільшується щороку.

Така зацікавленість в гастрономічних турах пояснюється не тільки тим, що пляжний та інші традиційні види туризму стали одноманітними.

Туристи більше схиляються при виборі туру до гастрономічного туризму, тому як, наприклад, більшість інформації, що цікавить можна отримати за допомогою інтернет-ресурсів і не треба виїжджати на місце її зосередження, а спробувати улюблені страви, яким немає аналогів в світі, можна тільки на місцях їх історичної батьківщини або в визнаних регіонах гастрономічного туризму [6].

Мета гастрономічних турів - насолодитися особливостями кухні тієї чи іншої країни. При цьому дана мета не зводиться до того, щоб спробувати якусь рідкісну, екзотичну страву або перепробувати незліченну кількість страв. Важливість цього виду туризму полягає в насолоді місцевої рецептурою, яка століттями вбирала в себе традиції і звичаї місцевих жителів, їх культуру приготування їжі, а також в розумінні менталітету даного народу [7].

У 1998 році вчений Люсі Лонг (США) ввів в обіг поняття «гастрономічний туризм», а у 2003 році Ерік Вольф заснував Асоціацію міжнародного гастрономічного туризму («Global Food Tourism Association – GFTA»), яка зараз уже включає 50 тисяч фахівців в 139 державах світу [8]. GFTA започаткувала проведення щорічної міжнародної конференції на гастрономічну тематику [9].

Відтоді термін «гастрономічний туризм» набув значного розповсюдження в індустрії туризму. У 2012 році ЮНВТО запропонувала офіційно вживати термін «гастрономічний туризм». Зараз в іншомовних джерелах зустрічаються поняття гастрономічний туризм як «gastronomic tourism», а продовольчий туризм як «food tourism».

Термін «гастрономічний туризм» будується на двох головних складових. По-перше, гастрономічний маршрут – це певна подія. Існують кулінарні ярмарки, винні, кулінарні фестивалі, шоу і т. ін. Подруге, гастрономічний маршрут – це атракція. Мається на увазі місцеві ресторани, гастрономічні тури, дегустаційні зали, пивоварні, винні маршрути, музеї гастрономічного напрямку і т. ін. [10].

Територія є головним фактором гастрономії, тому що ландшафти, місцевість, культура, традиції, продукти харчування, технології приготування, страви, місця дестинації визначають гастрономічну ідентифікацію. Саме унікальність і традиції певної місцевості приваблюють гостей, які бажають відвідати незабутній гастрономічний тур. Для гастрономічних маршрутів створюються цікаві програми, в яких дегустації вишуканих страв поєднані з навчанням на кулінарних курсах певного напрямку. Для витончених гурманів влаштовують дегустацію екзотичної та унікальної їжі.

Отже, термін «гастрономічний туризм» поширюється на діяльність туристів, які планують свою поїздку повністю або частково задля дегустації місцевих продуктів харчування та участі у заходах, пов'язаних з гастрономією.

Ще у ХХ ст. популярності набув гастрономічно-видовищний туризм, який концентрувався на календарно-обрядових, етнорелігійних та місцевих

святах та інших святах, пов'язаних з технологіями приготування та споживання їжі. Серед них, зокрема, збір урожаю різних сільськогосподарських культур і приготування з цих продуктів місцевих страв.

Національні традиційні страви і технологія приготування страв на сьогоднішній день залишаються об'єктом значної туристичної зацікавленості. Нині гастрономічний туризм є одним з багатообіцяючих напрямків розвитку сфери туристичних послуг, він представляє вид туризму, пов'язаний з знайомством та дегустацією місцевих, національних, кулінарних традицій держав світу. Його вважають допоміжним інструментом для вивчення, пізнання культурної спадщини країн та народів. Тому що їжа певної національної кухні є основною складовою, що відображає традиції, спосіб життя, звичаї, світогляд етносів [11].

Різноманітність визначення основних понять, пов'язаних з гастрономічним туризмом, відображено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

#### Визначення основних понять, пов'язаних з гастрономічним туризмом

Автор	Визначення
С. Шеной [12]	Гастрономічний турист - це людина, яка часто харчується; споживає локальну їжу і напої місцевого виробництва, преференції якого превалюють до закладів вищого класу, і майже ніколи не вибирає заклади громадського харчування, які діють за системою франчайзингу
С. Беккерман [13]	Гастрономічна подорож - це виразні засоби, за допомогою яких мандрівник може намалювати своє уявлення про ту чи іншу країну; це з'єднання пригоди, майже алхімічного натхнення і повного занурення в культуру країни через осягнення тонкощів приготування їжі
К.С. Шпенькова, В.О. Сичова [14]	Гастрономічний тур - це спеціально підібрана програма кулінарного відпочинку, що включає дегустацію страв і напоїв, ознайомлення з технологією і процесом їх приготування, а також навчання у професійних кухарів. Залежно від мети поїздки тур може включати всі перераховані вище пункти, кілька заходів або один певний сегмент кулінарного туру. Нерідко гастрономічні тури включають відвідування різних кулінарних фестивалів, свят і ярмарків
В.Е. Гордін [15]	Гастрономічний тур як послуга - це щось більше, ніж просто подорож, оскільки він є добре продуманим комплексом заходів для дегустації традиційних в певній місцевості страв, а також окремих інгредієнтів, які не зустрічаються більше ніде в світі,

мають особливий смак
----------------------

*Джерело:* розроблено на основі [12-15]

Гастрономічний туризм - це немасовий вид туризму, не пов'язаний з оплачуваною діяльністю, що передбачає переміщення людей щодо їх постійного місця проживання по різних країнах світу, що включає сільські, міські та гастрономічні монотури, що має певну спеціалізацію (медовий, винний, агро, рибний, кавовий, чайний, сирний, фруктовো-ягідний і змішаний), категорії і контингент відвідування даних турів, ефективність яких залежить від обізнаності суспільства, статусу і престижу заходу [16].

Гастрономічний туризм необхідний гурманам, які готові вирушати за тисячі кілометрів для того, щоб задовольнити свої гастрономічні потреби, і роблять такі гастрономічні подорожі, як мінімум, до п'яти разів на рік. У свою чергу, туристи, які вибирають пляжні тури, подорожують один раз на рік.

Під час гастрономічних турів турист має нагоду:

- 1) відвідати заклади ресторанного господарства та інші локації національної кухні;
- 2) взяти участь у гастрономічних фестивалях;
- 3) побувати на виробництві продуктів харчування і напоїв;
- 4) ознайомитися з історією та рецептурою страв національних кухонь, традицій їх споживання;
- 5) взяти участь у процесі приготування національних страв і напоїв.

Туристи, що вирушають у гастрономічні тури, представлені такими категоріями населення:

- туристи, яким набрид звичайний туризм;
- туристи, які хочуть внести різноманітність у свій раціон через цікаві кулінарні пропозиції;
- гурмани (кулінарні туристи);



– туристи, чия робота пов'язана з приготуванням та вживанням їжі, які використовують кулінарний туризм з метою навчання та отримання професійних навичок (кухарі, сомельє, ресторатори, дегустатори, блогери);

– представники туристичних компаній, зацікавлені в організації власних гастротурів [17].

Визначення категорії «гастрономічний туризм» наведено в табл. 1.2.

Гастрономічні подорожі приваблюють людей, бізнес яких безпосередньо пов'язаний з приготуванням і вживанням їжі (ресторатори, сомельє, дегустатори, ресторанны критики і т.д.). Вони відправляються в гастрономічний тур, щоб підвищити рівень професійних знань, почерпнути нове і набратися досвіду.

Тим більше, що програма багатьох гастрономічних подорожей передбачає майстер-класи від кращих шеф-кухарів, які діляться секретами приготування того чи іншого блюда. У кулінарні подорожі відправляються також представники туристичних компаній, що прагнуть розширити свій бізнес і почати продавати гастрономічні тури (рекламні гастрономічні тури).

Таблиця 1.2

#### Визначення дефініції «гастрономічний туризм»

Автор	Визначення
П.Ю. Ткачук П.Ю. [18]	Гастрономічний туризм (похідний від терміна «гастроном», від грецького γαστήρ - шлунок), - наука, яка вивчає зв'язок між харчуванням і культурою і відноситься до галузі соціальних дисциплін
Н.Є. Нехаєва [19]	Гастрономічний туризм - це подорож по країнах і континентах для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями, а також з метою спробувати унікальні для приїжджого людини блюдо або продукт
Т.С. Кукліна [20]	Гастрономічний туризм - різновид туризму, пов'язана з пересуванням по різних країнах з метою ознайомлення з національними стравами, продуктами, напоями
Г.Г. Вишнеvsька [21]	Гастрономічний туризм - вид туризму, пов'язаний з

	ознайомленням з виробництвом, технологією приготування і дегустацією національних страв і напоїв, а також з кулінарними традиціями народів світу
С.Е. Саламатіна [22]	Гастрономічний туризм - вид діяльності, метою якої є знайомство з етнічною кухнею країни або регіону, основними продуктами, особливостями технології приготування страв, а також підвищення рівня знань з кулінарії
О.Р. Железова [23]	Гастрономічний туризм - новий напрямок розвитку світового туризму, яке може бути одним з можливих напрямків збереження і розвитку економіки традиційного господарства, культурної спадщини та фактором сталого розвитку територій

*Джерело:* розроблено на основі [18-23]

Нині існує значна кількість досліджень, які присвячені також класифікації гастрономічного туризму. Д.О. Стешенко поділяють гастрономічний туризм на два види: сільський («зелений») і міський. Їх принципова відмінність полягає в тому, що, вирушаючи в сільську місцевість, турист прагне спробувати екологічно чистий продукт [24].

С.Є. Саламатіна до основних видів спеціалізації гастрономічного туризму відносить: винний, рибний, сирний, кавовий, медовий, фруктовогідний, цигарковий, чайний, шоколадний, агротуризм, змішаний [22].

Таблиця 1.3

### Класифікація гастрономічного туризму

Ознака класифікації	Підвид турів	Характеристика туристичної діяльності
За розташуванням туристичного місця	Сільський	Збір лісних ягід, овочів і фруктів, полювання на трюфелів або прогулянку по дорогах виноробства
	Міський	Відвідування ресторанів із дегустацією делікатесних і фірмових страв
За видом конкретного продукту або напою	Винні	Відвідування виноградників та екскурсії на виноробні господарства з дегустацією вин
	Пивні	Відвідування пивоварень, як великих так і домашніх, дегустації
	Сирні	Відвідування заводів і сирних льохів, дегустації
	Шоколадні	Відвідування шоколадних фабрик,

		дегустації
	Чайні	Відвідування чайних плантацій, фабрик із розфасовування продуктів збирання
	Кавові	Відвідування кавових плантацій, фабрик із розфасовування продуктів, збирання
	Агро	Відвідування агрокомплексів, фермерських угідь
	Фруктово-ягідні	Дегустація фруктів, овочів, які притаманні для цієї місцевості, країни
	Змішані	Поєднання декількох спеціалізацій

Продовження таблиці 1.3

За метою подорожі	Культурно-пізнавальний	Відвідування різних екскурсій
	Оздоровчий	Дегустація чайних зборів із цілющих трав; меду в поєднанні з апітерапією, винотерапія, дієтотерапія
	Гурман	Дегустація страв та напоїв гастрономічними спеціалістами (сомельє, дегустатор)
За напрямом подорожі	Святковий	Відвідування та участь у гастросвятах
	Фестивальний	Відвідування та участь у гастрофестивалях
Особливі	Гастро-дипломатія	Організація дипломатичних прийомів на усіх рівнях з урахуванням кулінарних особливостей країн гостей та країни-організатора

*Джерело:* розроблено на основі [25]

Основним механізмом реалізації гастрономічного туризму є тур з метою отримання незабутнього досвіду, заснованого на традиції приготування та споживання страв та напоїв, а також відкриття унікальних місць та місцевих культур через національну та регіональну кухню [25].

Гастрономічні тури поділяються на два види: сільські (так звані «зелені») і міські. Їх принципова відмінність полягає в тому, що турист, вирушаючи в сільську місцевість, прагне спробувати екологічно чистий продукт, без будь-яких добавок.

В рамках «зелених» турів пропонується збирання дикорослих ягід в лісі, овочів і фруктів на фермах, полювання на трюфеля або прогулянка по дорогах виноробства. Міський же гастрономічний тур може включати відвідування кондитерської фабрики або невеликого ковбасного цеху та ресторанчика при ньому, де з продукції, що випускається на фабриці або в цеху продукції готується делікатесне блюдо.

Крім того, існують тури, які знайомлять ні з різними стравами в одній місцевості, а з одним блюдом в різних місцевостях. Це знамениті французькі, болгарські, кримські винні тури, що пропонують прогулянки по виноградниках, збір винограду, дегустацію вин.

Практикуються сирні тури в Голландію, Швейцарію, Італію, де можна спробувати сорти кращих сирів, відвідати сирну ярмарок. Пивні тури по Німеччині, Австрії, Чехії, Бельгії запам'ятаються не тільки різноманітністю пива, але і відвідуванням пивоварень, знаменитих пивних барів і фестивалів. Слід зазначити, що практично будь-яка держава має потенціал для розвитку у себе гастрономічного туризму, адже в кожній країні є своя національна кухня, традиції гостинності [26].

Так, в Японії туристам під керівництвом гастрогіда пропонується купити продукти для суші, які потім будуть приготовлені на очах мандрівника кращими кухарями.

Паста - на перший погляд, цілком звичайна їжа, яка поширена далеко за межами Італії, однак в кулінарному подорожі турист пробує безліч її видів, порівнює пасту, приготовану з однієї і тієї ж рецептурою, але різними кухарями [26].

На думку ряду експертів кулінарної і ресторанної сфери, гастрономічний туризм не завжди можна відокремити від інших видів туризму, оскільки національна кухня багато в чому є частиною культури в цілому [27].

Дослідники в області маркетингу гастрономічного туризму пропонують своє бачення впливу місцевої кухні на складові даного виду туризму

Основними характеристиками видів гастрономічного туризму в умовах маркетингової орієнтації є наступні:

#### 1. Сільські гастрономічні тури:

- збір дикорослих ягід в лісі;
- збір рідкісних делікатесів (трюфель, устриці);
- збір овочів і фруктів на фермах;
- ознайомлення з виноробством (збір винограду);
- відвідини пасік (качка меду).

#### 2. Міські гастрономічні тури:

##### 2.1. Ресторанний тур:

- відвідування кондитерських фабрик з обов'язковою дегустацією;
- відвідування пабів з обов'язковою дегустацією;
- відвідування ковбасних цехів з обов'язковою дегустацією;
- гастротелі (унікальні авторські страви).

##### 2.2. Освітній тур:

- кулінарні школи і академії.

3. Гастрономічні монотури (тури, присвячені одному продукту в різних регіонах або країнах)

#### 4. Гастрономічні туристи:

- гастротуристи - експерти, гастрономічні критики;
- фудіс - ентузіасти, зацікавлені в якісній їжі, місцевих виробників, сезонних продуктах;
- зацікавлені покупці - сприймають їжу як доповнення до задоволень вчасно відпустки;
- «мляві споживачі» - не виявляють інтересу до нової їжі під час подорожей;
- представники ресторанного бізнесу;
- туристи, які хочуть внести різноманітність в свій раціон;
- гурмани;
- представники туристичних компаній (рекламні тури);

туристи, які шукають альтернативу традиційним видам туризму.

#### 5. Категорії гастрономічного туризму:

- кулінарні школи і майстер-класи;
- кулінарні розваги;
- кулінарні напрямки;
- кулінарні події;
- кулінарні медіа;
- кулінарні заготовки;
- гастрономічні магазини;
- гастрономічні тури від агентств;
- гастрономічні заклади;
- фермерські ринки;
- гастрономічні клуби;
- виробництво харчових продуктів.

6. Спеціалізація гастрономічного туризму - медовий, винний, агро, рибний, чайний, кавовий, сирний, фруктовий-ягідний, змішаний і т.д.) [28].

Таблиця 1.4

#### Функції гастрономічних турів

Культурно-історична	Головним мотивом культурно-історичної функції є ознайомлення з традиціями споживання їжі певної місцевості.
Практично-пізнавальна	Вивчення практики виробництва та етнічного досвіду споживання продукції харчування.
Інформаційно-комунікаційна	Ознайомлення, комунікація, обмін інформацією у процесі приготування та споживання їжі.
Бізнесово-економічна	Налагодження виробничих, торгівельних та обмінних зв'язків з виробниками їжі.

Практично-прикладна	Приготування харчової продукції, проведення майстер-класів, конкурсів, семінарів-тренінгів, кулінарних шкіл
---------------------	---

*Джерело:* розроблено на основі [28]

Ряд дослідників відзначають попит на гурман-тури в секторах етно і сільського («зеленого») туризму. Це говорить про те, що гастрономічний туризм є складовою будь-якого виду туризму [4].

Таким чином, гастрономічний туризм є важливим елементом для знайомства з культурою, побутом та стилем життя певної відвідуваної місцевості. Вона полягає у пізнанні та навчанні, дегустації унікальних страв.

Гастрономічний туризм вважають допоміжним інструментом для вивчення та пізнання культури спадщини країн та народів світу. Для гастрономії територія є основним фактором, тому що вона зумовлює ландшафт, культуру, унікальні продукти харчування, технологію, етнічні страви. Саме територія визначає гастрономічну ідентифікацію, звідси подорожі слугують зручним засобом розкриття специфіки культурних традицій певної місцевості через локальну кухню.

## 1.2 Фактори, які впливають на стратегічний розвиток гастрономічного туризму

Розвиток туризму загалом залежить від комплексу умов: природно-географічних, історико-політичних, соціально-економічних, демографічних, що склалися у суспільстві, і факторів, які їх визначають [29].

Науковці трактують фактор як рушійну силу процесів чи умов, що впливають на них, суттєву обставину в певному процесі або явищі [30, с. 132]; причину, чинник, основну рушійну силу, яка визначає природу і побудову об'єкта або зумовлює певне явище, підвищує рівень його якості та призводить до тих чи інших результатів і підлягає корекції або регуляції у межах певного

процесу [31, с. 47]; основну внутрішню та зовнішню причину, що зумовлює певне явище [32].

Отже, загалом фактором називають причину, рушійну силу якогось процесу, явища, яка визначає його характер або окремі риси.

Як зазначає Е. Алаєв [33, с. 92], кожному процесу відповідає певна сила, сукупність сил, необхідних для його здійснення, зазвичай ці сили називають факторами. Фактори, ланцюжок причинно-наслідкових зв'язків, умови, що регулюють кількісні та якісні характеристики процесу, становлять у сукупності механізм цього процесу. Але фактори завжди виступають як рушійна сила процесу [34, с. 27].

Фактор у туризмі – це момент, суттєва обставина туристської практики. Зовнішні (екзогенні) фактори впливають на туризм за допомогою демографічних і соціальних змін; економічного і фінансового розвитку; змін політичного і правового регулювання; технологічних змін; торгового розвитку; транспортної інфраструктури і безпеки подорожей [35].

Фактори, що впливають на розвиток туризму, різноманітні й багатогранні. Наявність сприятливих факторів призводить до лідерства окремих регіонів і країни у світовому туризмі, і, навпаки, небажані фактори знижують туристичний потік [36, с. 343].

Питання класифікації факторів, що діють на туристичну сферу, розглядається багатьма авторами наукових публікацій.

Зокрема, О. Чеченя запропонувала такі критерії класифікації факторів розвитку туризму, як: характер дії; характер впливу; вплив на розвиток галузі; вплив на територіальну організацію; виникнення та задоволення рекреаційних потреб, тривалість дії [37, с. 119].

В. Величко виділила вісім основних груп факторів, що визначають можливість реалізації різних видів туризму:

- політичні;
- соціально-економічні;
- демографічні;



- природні;
- культурно-історичні;
- матеріально-технологічні;
- екологічні та медико-біологічні;
- соціально-психологічні [38, с. 470].

Своєю чергою, М. Жукова запропонувала весь комплекс факторів, які впливають на розвиток туристичної галузі, поділити на дві групи:

- 1) фактори, що діють незалежно від діяльності організацій туризму;
- 2) фактори, що сприяють розвитку туризму, активно використовуються туристичними організаціями у своїй діяльності [39, с. 45].

В останні роки культура харчування змінюється, темп життя стає швидким, усе більше людей їдять за межі своєї місцевості. У світі постійно зростає увага до їжі, з'являються особливі підходи до її вживання. Усе це зумовлює активний розвиток гастрономічного туризму, аналізуючи який можна детальніше вивчити питання факторів.

Чинники розвитку гастрономічного туризму мають свою специфіку, адже за своєю структурою та функціональними зв'язками цей вид туризму є досить складним в організаційному відношенні.

Зокрема, С. Саламатіна визначила такі групи факторів, що впливають на розвиток гастрономічного туризму:

- 1) соціально-економічні:
  - економічний стан населення та країни загалом;
  - законодавча, нормативно-правова база у сфері туризму та гостинності;
  - наявність ресурсної бази;
  - екологічний стан території;
  - стан розвитку аграрної сфери та харчової промисловості;
  - національний склад населення, розвиток культури та народних традицій;
  - статевий, віковий та професійний склад населення;

– розвиток інфраструктури (наявність транспортного сполучення, місць тимчасового розміщення, закладів харчування і т. д.);

2) політичні;

3) релігійні [40, с. 326].

Базуючись на результатах аналізу наявних підходів та власних узагальненнях, основні фактори, які впливають на розвиток гастрономічного туризму, пропонуємо ділити на дві групи: динамічні і статичні (табл. 1.5).

Таблиця 1.5

Класифікація факторів розвитку гастрономічного туризму (розроблено автором)

Групи факторів	Види факторів	Напрями впливу
Статичні	Культурно-історичні	Історичне минуле Розвиток культури Народні традиції
	Географічні	Вигідне географічне положення Туристичні ресурси Комфортний клімат

Продовження таблиці 1.5

Динамічні	Економічні	Економічна стабільність Доходи населення Розвиток інфраструктури
	Політико-правові	Політична стабільність Міжнародні відносини Візовий режим
	Соціальні	Туристичні потреби Рівень освіти і культури Якість життя населення Поширення небезпечних хвороб
	Демографічні	Відтворення населення Система розселення населення Склад населення

*Джерело:* розроблено на основі [38-40]

Статичні фактори є незмінними в часі. До цієї групи відносимо: культурно-історичні, географічні, природно-кліматичні чинники (їх також можна називати передумовами розвитку гастрономічного туризму).

До динамічних факторів, які змінюються в актуальному часовому періоді, відносимо економічні, політико-правові, соціальні та демографічні. Власне

динамічні фактори концептуально є найсуттєвішими, адже піддаються цілеспрямованому впливу (регулюванню).

Серед статичних факторів розвитку гастрономічного туризму окремо слід проаналізувати культурно-історичні, адже об'єктом цього виду туризму є саме гастрономічна культура певної території. Зацікавлення потенційних туристів культурними цінностями DESTИНАЦІЙ постійно зростає, про що свідчить підвищення популярності сільського та етнічного туризму.

Саме національна (етнічна) кухня повноцінно і невимушено знайомить туристів з історико-культурною спадщиною регіону. Слід відзначити, що гастрономічні тури передбачають не лише дегустацію певних страв і напоїв, а й особливу атмосферу гастрономічних заходів, часто у вигляді окремих традиційних кулінарних подій.

До економічних факторів відносимо насамперед економічне становище у державі (регіоні), рівень доходів і купівельну спроможність населення, розвиток інфраструктури.

Політико-правові чинники включають стан нормативно-правової бази, політичну стабільність у державі (регіоні), стан міжнародних відносин, візовий режим та ін.

До соціальних чинників належать рекреаційні потреби і мотивації суспільства, рівень освіти, культури, якості життя населення, тривалість робочого часу (відпусток) та ін.

Демографічні фактори – відтворення населення, особливості його розселення, вікова, національноетнічна структура та ін.

Окремої уваги потребують політико-правові фактори, вплив яких в Україні на сучасному етапі є досить вагомим. Зокрема, йдеться про воєннополітичну ситуацію в державі, яка зумовлює підвищення рівня загроз для туристів, а також про формування нормативно-правове забезпечення, до якого можна віднести нормативну базу розвитку туризму (зокрема, гастрономічного) і стратегічну документацію (на рівні держави і регіонів).

Закон України «Про туризм», що регулює принципи та механізми здійснення туристичної діяльності у державі, на сучасному етапі зазнає змін і доповнень, які покликані гармонізувати національні правові норми із міжнародними зразками, а також оптимізувати сферу державного регулювання розвитку туризму [1].

Для туристичної індустрії регіону велике значення має формування стратегії розвитку. Стратегічне завдання розвитку туризму в регіоні полягає у створенні гастрономічного туристичного продукту, конкурентоспроможного на туристичному ринку, який зможе максимально задовольнити потреби туристів.

Документація стратегічного розвитку розробляється окремо як галузева стратегія розвитку туризму в країні, а також у вигляді стратегій розвитку окремих регіонів або туристичних центрів.

Інфраструктурні фактори розвитку гастрономічного туризму є одними з визначальних, адже, окрім традиційних для різних видів туризму транспортних шляхів, екскурсійних маршрутів та засобів розміщення, особливі вимоги тут висуваються до закладів харчування, а також до кулінарних заходів, які відвідують туристи за програмою.

Основою дії соціальних факторів гастрономічного туризму є потреби споживачів туристичних послуг та вплив суспільного середовища на здійснення туристичної діяльності на різних рівнях.

Оскільки потреба людини у харчуванні є однією з базових, то її задоволення у поєднанні з потребами вищих рівнів (безпека, спілкування, пізнання, самовираження та ін.) створює оптимальні умови для комфортної організації гастрономічних турів.

Важливість визначення факторів стратегічного розвитку гастрономічного туризму обумовлена тим, що наявність сприятливих чинників призводить до лідерства окремих регіонів, а небажані або несприятливі знижують значимість розвитку гастрономічного туризму.

Основні фактори, що впливають на стратегічний розвиток туризму, можна розділити на три групи:

I група - фактори туристичного потенціалу, які визначають необхідність і доцільність розвитку туризму (фактори розвитку туристичної інфраструктури та забезпеченості ресурсами);

II група - маркетингові фактори, які дають повну картину про стан туризму на ринку (фактори забезпечення конкурентоспроможності та зовнішнього і внутрішнього середовища);

III група - фактори споживчого переваги, які сприяють задоволенню потреб в туризмі (цінові та нецінові фактори).

Доцільно розглянути кожну групу факторів, що впливають на стратегічний розвиток туризму.

Фактори туристичного потенціалу можна розділити на:

а) фактори розвитку туристичної інфраструктури:

- сфера послуг харчування (розвиненість легкої і харчової промисловості), сфера послуг розміщення (розвиненість курортного будівництва і мотельного бізнесу);

- сфера послуг перевезення (розвиненість транспортної системи);

- сфера послуг розваги (привабливість інфраструктури розваг);

б) фактори забезпеченості ресурсами:

- кількість спеціалізованих підприємств харчування;

- кількість номерного фонду; кількість розважальних закладів;

- кількість транспортних засобів і т.д.

Маркетингове середовище - це сукупність активних суб'єктів і сил, що функціонують як всередині компанії, так і за її межами [41]. Маркетингове середовище багато в чому характеризує діяльність туристичного підприємства. Вона має найважливіше значення при виборі маркетингової стратегії і її успішному втіленні в життя.

Керівництву туристичного підприємства необхідно детально вивчити і оцінити зовнішню і внутрішню середу підприємства, його ресурси, особливості та можливості, а також напрямки розвитку і місце на ринку туристичних послуг [41].

Таким чином, до маркетингових відносяться фактори забезпечення конкурентоспроможності (імідж, популярність, ціна, оригінальність, маркетинг, реклама і т.д.), а також зовнішнього і внутрішнього середовища.

У свою чергу, фактори зовнішнього середовища поділяються на фактори прямого впливу, непрямого впливу та фактори поза сферою безпосереднього впливу, а до складу факторів внутрішнього середовища входять: організаційна структура; фінансова служба; виробнича служба; економічна служба; підрозділи матеріально-технічного постачання і збуту [42].

Для гастрономічного туризму найбільш значимими факторами внутрішнього середовища є: надання ексклюзивних послуг харчування (страви національної кухні); доставка туристів до пункту призначення і трансфер до місця розміщення; розміщення (готелі, хостели, кемпінги і т.д.); послуги з прокату автомобілів і туристичного спорядження; гнучкі туристичні пакети (включені елементи суміжних видів туризму).

Серед основних складових безпосереднього оточення зовнішнього середовища туристичного підприємства можна виділити споживачів, конкурентів, суміжників і контактні аудиторії. Контактні аудиторії туристичних підприємств являють собою сукупність таких установ, як: фінансові кола, мас-медіа, громадськість і безпосередньо сам персонал [43].

До факторів зовнішнього середовища прямого впливу відносяться:

- споживачі - один з основних факторів, оскільки саме вони визначають, які тури треба пропонувати і за якою ціною можна продати дані тури і супутні послуги. Останнім часом зріс попит на спеціалізовані тури, а саме на гастрономічні з відвідуванням рідкісних місць, не пов'язаних з відвідуванням стандартних місць туристичного показу;

- постачальники матеріальних, трудових і фінансових ресурсів. Туристична галузь гостро залежить від забезпеченості різними ресурсами (фінансові підтримка реконструкції, реставрації та ремонту; кадрові - підвищення кваліфікації працівників туризму, підготовка гідів, залучення студентів до практики в сезон; етнічні - наявність корінних народів, місцевого

колориту, кухня яких може стати основою для розробки унікальних гастрономічних турів; матеріальні - будівництво та оснащення готелів, ресторанів з національною кухнею, наявність поруч заводів по виробництву меблів, сантехніки та іншого обладнання; природні і т.д.);

– конкуренти - визначають стратегію, цілі і завдання розвитку як туристичного підприємства, так і регіону в цілому. Успішний вихід на ринок з новою послугою або туристичним продуктом не завжди може врятувати підприємство або регіон від краху через жорстку позицію конкурентів. Адаптуючи визначення конкуренції до сфери туризму, слід зазначити, що кожна туристична організація як основна інституційна виробнича одиниця (підприємство), не займаючи монопольного становища на ринку, веде постійну боротьбу за вигідні умови доступу до туристичних і економічних ресурсів, а також збуту туристичного продукту, маніпулюючи ціною і якістю послуг з метою задоволення потреб та збільшення потенційних споживачів, підвищення частки підприємства на споживчому ринку і отримання максимально можливого прибутку [44];

– суміжники - забезпечують туристичні підприємства всіма необхідними ресурсами для здійснення туристичних поїздок. Вони постачають підприємства транспортними засобами, надають послуги харчування і проживання, тим самим поповнюючи відсутні елементи всього обслуговування туристів. Суміжники поділяються на: засоби розміщення; транспортні фірми; екскурсійні бюро та інші організації, що надають послуги супроводу та інформаційного забезпечення туристів; посередницькі туристські компанії; торгові фірми; підприємства громадського харчування і т.д. [42];

– законодавчі та державні органи - формують нормативну базу туристичного підприємства і визначають політику регіону в туристичній сфері. Туристичні менеджери повинні вільно орієнтуватися в законодавчій базі;

– профспілкові організації, що представляють інтереси працівників. Даний фактор має прямий вплив в зв'язку з тим, що страйки, організовані

профспілковими організаціями (наприклад, страйк авіадиспетчерів), паралізують переміщення туристів.

До факторів непрямого впливу зовнішнього середовища відносяться:

– стан економіки - характеризується курсом національної валюти, рівнем інфляції, тарифів, цін, банківської політикою. Даний фактор може впливати на якість обслуговування і виділення обсягу коштів з державного бюджету на утримання об'єктів туристичного показу. Величина реального доходу впливає на попит туристичних послуг. При збільшенні реального доходу споживачі отримують в своє розпорядження більше грошей. Якщо грошей виявляється більше, ніж це необхідно для фінансування життєзабезпечення, збільшується і попит на подорожі [45]. Розподіл доходу займає важливе місце при придбанні потенційними покупцями продукції турфірми, оскільки чим воно рівномірніше, тим більше людей зможуть дозволити собі звертатися в туристські підприємства з метою покупки турпослуг. Стабільність валюти є також істотним фактором для організації туристської діяльності. У разі коливання курсу рубля щодо валют інших країн різниця у вартості на одні і ті ж товари і послуги виявляється досить значною;

– науково-технічний прогрес - характеризує рівень розвитку науки і техніки в сфері туризму. У туризмі науково-технічний прогрес використовуються дуже широко - це, наприклад, технологія «розумний будинок» в готелях, wi-fi, комп'ютерні технології, молекулярна кухня і т.д. Науково-технічні фактори - сили, що сприяють створенню нових технологій, завдяки яким виникають нові товари і маркетингові можливості [46].

– політика - впливає на туристичну сферу досить помітно, особливо в нестабільних країнах і регіонах. Однією з умов роботи туристичної сфери в таких країнах і регіонах є фактор політичної стабільності, від якого залежать потоки інвестицій;

– соціальні фактори - це традиції, яких дотримуються в тій чи іншій країні або регіоні, в тому числі по відношенню до жінок, людей різного кольору



шкіри, молоді, людей похилого віку, релігії, особливо при відвідуванні мусульманських країн;

– міжнародні події - це, по суті, комплекс факторів, що характеризують ту чи іншу країну або регіон і одержують велике значення в умовах глобалізації туристичного бізнесу.

Ступінь одночасного впливу тих чи інших факторів зовнішнього середовища на підприємство називається складністю зовнішнього середовища. Зовнішньому середовищі властиво постійна зміна, наприклад, постійно змінюється в часі такий фактор, як науково-технічний прогрес. Швидкість зміни зовнішнього середовища називається рухливістю. Для різних туристичних підприємств навіть в межах однієї країни або одного регіону рухливість середовища може бути неоднаковою. Це пов'язано з об'ємом інформації, якою володіє туристичне підприємство [47].

До факторів зовнішнього середовища поза сферою безпосереднього впливу підприємств відносяться: система цінностей і їх пріоритети в суспільстві; звичаї місцевого та міжнародного бізнесу; політична ситуація в країні і світі; загроза військових конфліктів; економічне становище туристичної галузі, країни та світу; соціальна та екологічна відповідальність; податкова система, інституційна структура; природні катаклізми; громадські заворушення і криміналізованість зовнішніх зв'язків.

Фактори споживчої переваги складаються з цінових і нецінових. Цінові чинники включають ефекти процентної ставки, матеріальних цінностей (реальні касові залишки) і імпорتنих закупівель; нецінові - зміни в споживчих, інвестиційних, державних витратах та витратах на чистий обсяг експорту. Для розвитку в'їзного гастрономічного туризму найбільш значущими є наступні фактори [48]:

– наявність корінних народів, кухня яких може стати основою для розробки унікальних гастрономічних турів;

– наявність в регіоні архітектурних і культурних пам'яток; - наявність в регіоні видатних природних об'єктів;

- наявність оздоровчих ресурсів (санаторії, курорти, джерела і т.д.);
- активна бізнес-діяльність в регіоні;
- наявність місць для активного відпочинку і спорту.

Важливим ефектом гастрономічного туризму є тісна міжкультурна взаємодія, що забезпечується не лише спогляданням та вивченням, а й дегустацією елементів культурної спадщини, якими є кулінарні вироби та традиційній напої.

Багатоаспектним є вплив безпеки на розвиток гастрономічного туризму. Незважаючи на те що у структурі безпеки туризму можна виокремлювати багато її видів (політична, фінансова, екологічна, інформаційна, безпека туристичного обслуговування, безпека туристичних споруд та обладнання та ін.), найбільш актуальними в сучасних умовах як чинники розвитку гастрономічного туризму є соціальна і медична безпека.

У цьому контексті варто наголосити на таких особливостях гастрономічного туризму:

- санітарія та гігієна під час приготування страв і напоїв та їх споживання є загалом важливим аспектом гарантування якості й безпечності послуг гастрономічного туризму;

- в умовах пандемії COVID-19 розвиток гастрономічного туризму не лише піддається впливу тих самих загроз, що й інші види туризму, але також суттєво залежить від умов організації кулінарних заходів та режиму роботи закладів ресторанного господарства, який може суттєво відрізнитися залежно від держави чи конкретного регіону;

- гастрономічний туризм передбачає більш тісну комунікацію між туристами під час заходів, що включені до програми туру, ніж у багатьох інших видах туризму, а, отже, в умовах необхідності соціального дистанціювання виникають додаткові перешкоди для його розвитку. Варто також звернути увагу на те, що фактор безпеки у гастрономічному туризмі є комплексним, адже охоплює безпеку не лише туристів, а й підприємств (закладів), їхнього персоналу, DESTИНАЦІЙ та їхніх мешканців.

Отже, за результатами аналізу наявних підходів до класифікації факторів розвитку туризму, а також авторських узагальнень пропонуємо виокремлювати дві групи факторів розвитку гастрономічного туризму: статичні (культурно-історичні, географічні) та динамічні (економічні, політико-правові, соціальні, демографічні), а також фактори туристичного потенціалу, маркетингові фактори, фактори споживчого переваги.

Сприятливими факторами розвитку гастрономічного туризму є кулінарна спадщина, розвинута інфраструктура, фермерські господарства з харчовими продуктами місцевих виробників, гастрономічні заходи та щорічні фестивалі, різноманітний вибір закладів ресторанного господарства.

Варто зазначити, що більшість країн має хороші передумови для розвитку гастрономічного туризму, зумовлені національними або регіональними гастрономічними особливостями. Важливу роль, особливо в сучасних умовах, відіграють проблеми гарантування безпеки гастрономічного туризму, які охоплюють не лише безпечність подорожей для туристів, а й збалансоване функціонування підприємств і закладів, сталий розвиток дестинацій.

### 1.3 Аналіз сучасного стану гастрономічного туризму в світі

Впродовж останнього десятиріччя досить швидкими темпами розвивається гастрономічний туризм. Все частіше туристи подорожують з метою вивчення місцевої кулінарії.

Їжа розглядається як відображення культури країни і її народу і, відповідно, як додатковий засіб залучення уваги до туристської дестинації. Незважаючи на вже досить велика кількість досліджень, присвячених вивченню цього явища, до цих пір немає однозначного визначення поняття «гастрономічний туризм» (gastronomic tourism).

Поряд з цим поняттям в зарубіжній літературі використовується також «харчовий туризм» (food tourism), «кулінарний туризм» (culinary tourism), «туризм гурманів» (gourmet tourism) [49].

Гастрономічний туризм тісно пов'язаний з сільським туризмом, в якому теж присутній кулінарний компонент. Однак, в сільському туризмі головним мотивуючим фактором подорожі є знайомство з сільським способом життя в цілому і відпочинок на природі.

Гастрономічний туризм являє собою один із перспективних напрямів розвитку туристичної індустрії. Це інноваційне бачення подорожей, яке акцентує увагу на пошуку невідомих раніше смаків та автентичних кулінарних звичаїв. Він охоплює знайомство з оригінальними та унікальними технологіями приготування страв і напоїв, а також звичаї їх споживання.

Національна кухня є одним із головним чинників приваблення внутрішніх та зовнішніх (іноземних) туристів зі всього світу. Завдяки національним цінностям та особливостям традиції культур, які зберігаються в кулінарному мистецтві, завжди будуть цікавими для різних типів туристів.

Кожна культура має свої несхожі на інші звичаї, обряди, уклад життя, легенди, що проявляються в кулінарії. Етногастрономічні традиції, звички та унікальні технології приготування та споживання їжі, а також способи подачі страв формувалися в кожній культурі протягом століть. Тому, завдяки цих обставинам, етногастрономія є об'єктом дослідження та вивчення не тільки фахівців у сфері кулінарії, а також фахівців таких галузей як: соціологія, історія, етнографія, медицина, готельно-ресторанна справа, туризм та ін. [50].

Певний набір харчових продуктів, які формують основу кожної національної кухні, визначається всім тим, що дає природа та матеріальне виробництво. Внаслідок цього кожна культура має свої унікальні та специфічні особливості, що підкреслюють в стравах, тобто виразилися в неповторних смаках страв.

Можна навести такий приклад. Рис є основним продуктом харчування багатьох етносів, особливо це стосується азійських країн, але плов, що приготовлений в Узбекистані та Індії, вважається зовсім іншою стравою. Це зумовлюється тим, що на харчові технології і кулінарні особливості кожної

країни значно впливають географічні умови, економіка, стародавні звичаї, система культових заборон та релігійні вірування.

Етногастрономія є важливою частиною національної культури. Можна з впевненістю казати, що сучасна кулінарія охоплює в собі усі найкращі особливості з кухонь різних народів світу. Наприклад, український борщ, японські суші, в'єтнамські фо-бо, американські гамбургери та хот-доги, вірменська долма, азербайджанська пахлава, грузинські шашлики, італійські спагеті та піца та інші популярні національні страви стали інтернаціональними, змогли здобути всезагальне визнання завдяки своїми унікальностям. Бурхливий розвиток туристичної сфери викликає потребу у вивченні особливостей етногастрономічних традицій різних культур [51, с. 171-177].

Всі країни світу, розвиваючи в'їзний міжнародний туризм, прагнуть як унікальної торговельної пропозиції використовувати місцеву традиційну кухню.

Найбільш популярними місцями гастрономічного туризму в європейському макрореєоні є країни Південної Європи (Франція, Іспанія, Італія, Греція), які славляться середземноморською дієтою.

Французька кухня принципово ґрунтується на свіжих продуктах. Якість і властиві кожному продукту особливості повинні зберігатися й після теплової обробки. У французькій кухні надають великого значення тому, щоб продукти гармонійно сполучалися, а не просто змішувалися “в одному горщику”. Французькі кулінари винайшли соуси й поступово їх довели до досконалості [52, с. 245].

Кухня Франції кілька століть перебувала під впливом римлян. Тому страви відрізняються великою винахідливістю. Французька кухня подарувала світові такі кулінарні терміни, як соус, лангет, антрекот, суфле, майонез, гарнір, ресторан, омлет і ін.

Багато французьких страв знамениті на весь світ. У цій країні давно існує культ їжі. Уміння добре готувати тут так само важливе, як і вміння вести бесіду за столом [52].

Традиційні продукти - риба, птиця, м'ясо і овочі. Приготування смачних страв тут вважається свого роду мистецтвом. Назви багатьох страв пов'язані з назвами французьких провінцій. Багато страв названі за прізвищами людей, які їх винайшли. Наприклад, соус бешамель або суп Субіз.

Алкогольні напої - для особливого смаку. Яскрава особливість кухні французів - широке застосування лікерів, вин і коньяків для приготування різних страв.

В процесі кулінарної обробки продуктів доданий алкоголь випаровується, надаючи страві чудовий смак. Французькі кухарі застосовують виноградні напівсухі і сухі вина [52].

Якщо береться біле вино, то воно не повинно бути занадто кислим. Якщо вино кисле, то його виварюють в окремій ємності. Сучасні кулінари використовують і такі напої, як херес і порто. Іноді їх замінюють солодкими винами.

Для приготування страв з риби часто застосовується сидр. Якщо готується м'ясо, то беруть червоне вино. Рибні продукти змішують з білим. Міцний алкоголь (кальвадос, арманьяк, коньяк) застосовують для отримання фламбе. Це особливий метод кулінарної обробки м'яса. Готову страву поливають напоєм і підпалюють прямо перед столом. Вечера перетворюється в цікаве шоу, коли стіл прикрашається блюдом з палаючим м'ясом.

Тонкощі кухні французів - застосування спецій. Зазвичай вони кладуть при готуванні букет трав, який витягують з каструлі після приготування. Традиційним є букет, іменованій «гарні». У нього включаються лавровий лист, чабер і петрушка.

Спеції закладають в обмеженій кількості, тільки щоб підкреслити смак страви. Великою популярністю користуються такі добавки: естрагон, селера, цибуля-порей, кервель, розмарин і ін.

Особливість французької кухні – соуси. Найпоширенішими є бешамель, борделез і Берсі. Крім них використовується безліч соусів, здатних перетворити звичайне блюдо в кулінарний шедевр. Всього в країні налічується понад 1000

різних соусів. До них відносять: баварський, французький, італійський, португальська, татарський, польський та інші соуси [52].

Ніжну консистенцію мають шовковий, мусліновий і оксамитовий соуси. Завдяки різним соусом одне і те ж блюдо може мати кілька різних смаків.

М'ясо відіграє особливу роль Тонкощами обробки м'яса в досконало володіють французькі кухарі. Вони знають, коли краще брати молочного ягняти, а коли - баранчика. Кращою телятиною є нормандська, а м'ясо тільності корови вважається несмачним. Споконвіку французи ставилися до м'яса з особливим пієтетом.

Багато страв з м'яса вживаються майже сирими. У кухарів є кілька основних стадій готовності м'яса. У них входить: дуже сире (блю), сире, медіум, готове і сверхготовое.

Овочі - обов'язковий компонент Різноманітні овочі входять до складу практично всіх гарнірів. До м'ясних страв подають картоплю, різні види цибулі, стручкову квасолю, шпинат, томати, капуста різних видів, селера, баклажани, салати, петрушка. Лук-порей, спаржа, салат-латук, артишоки відносяться до розряду популярних продуктів. Кухарі пропонують різноманітні салати. До других страв з м'яса подають зелені салати.

Франція – країна гурманів, де споживання вина та сиру є частиною національної культури. Кожен поважаючий себе француз знає, що до важких м'ясних страв, особливо дичини, краще подавати бургундське вино, до дарів моря – легке та ігристе біле, а до сиру – найкращу пляшку зі старих запасів. Французи відкривають пляшку хорошого червоного вина за годину-другу до застілля, щоб напій збагатився киснем і розкрив усю повноту букета. Біле вино і шампанське подають при температурі 8-10 градусів (при більшій температурі смакові властивості вина просто зникають), легкі вина – при температурі 12 градусів, а червоні вина – не вище 18 градусів [53].

Щодо зберігання, то після перевезення пляшки в транспорті, насамперед у літаку, французи намагаються її не пити, а чекають тиждень, аби дати вину відпочити.

Франція на сьогоднішній день є найпопулярнішою країною з точки зору “винного” туризму: на ринку турпослуг пропонуються спеціальні тури з проживанням у замках Бордо, Шампані, Луарської долини та Бургундії. Французи роблять акцент на овочі й морепродукти, правильне і смачне харчування – основа кухні, яка визнана найбільш корисною та різноманітною в світі.

Національні блюда Італії відомі на весь світ. Зі всього світу до цієї країни з'їжджаються гурмани, щоб скуштувати національні страви та навчитися їх готувати у місцевих майстрів. За даними Національного управління Італії з туризму – 5% туристів приїжджають в країну саме з метою гастрономічного туризму.

Італія складається із 20 областей і кожна з них має унікальні кулінарні традиції. Так, на півночі країни віддають перевагу рису і вершковому маслу, а на півдні не уявляють життя без всіляких макаронних виробів і оливкового масла. Італійці розвивають напрямок гастрономічного туризму в країні відкриваючи кулінарні школи та проводячи фестивалі. З 2012 року в Італії гастрономічний туризм користується все більшим попитом. Ця галузь туризму приносить близько 5 мільярдів прибутку до державного бюджету [54].

Організація «Coldiretti» склала спеціальний перелік регіонів, в яких було збережено від зникнення традиційні страви, якими можна насолоджуватися протягом літа 2016 року. За даними «Coldiretti» кожен третій італієць стверджує, що від якості та смаку їжі залежить успіх його відпочинку, ідеальним буде такий, коли не доведеться нудьгувати під час дегустації місцевих страв і вин [55].

Дійсно, італійська кухня стала по істині міжнародною – складно знайти місто, де б не було італійського ресторану з традиційними пастою і ризотто. Піца давно стала «своєю» для американців, її із задоволенням їдять по всій Європі і навіть в Азії. Капучіно і еспресо – напої без яких не може уявити життя безліч людей по всьому світу, але ж їх батьківщина – так само Італія. Однак особливості національної італійської кухні полягають не тільки у всесвітньо



відомих та «брендових» стравах і продуктах. Родзинка Італії та її кулінарії в самому ставленні до їжі, до процесу приготування їжі та культури трапези.

У Німеччині добре розвинутий винний туризм. Німеччина в середньому виробляє 9 млн галонів вина на рік. Більша частина винограду країни належить до сорту Рислінг, саме з нього виготовляють знамените біле вино з тонким і ніжним смаком. 88% винограду, що вирощується, належить до білих сортів, і лише 12% – червоні або рожеві. З найбільш поширених сортів винограду варто відмітити: Мюллер-Тургау (26% від усієї території виноградників), Рислінг (20%), Сильванер (8%). Також вирощуються: Кернер, Шойребе, Бахус, Рулендер, Моріо-Мускат, Фабер, Хуксельребе, Гутедель, Ортега та Елблінг [55].

У плані розвитку винного туризму Німеччини можна виділити три головних винних регіони, які і складають славу і гордість виноробства країни. У двох з них проходять знамениті винні шляхи: «Німецька винна дорога» (Deutsche Weinstrasse) в Пфальці та «Саксонський винний шлях». «Німецька винна дорога» простягається на 85 км розпочинаються на півдні у містечка Швайген-Рехтенбах (Schweigen –Rechtenbach) і закінчується біля містечка Бокенхайм (Bockenheim). Це неймовірно красивий шлях, упродовж якого давньоримські поселення, руїни фортець і старовинні замки чергуються з пагорбами, порослими мигдалевими деревами, уздовж плантацій інжиру, ківі, лимонів та виноградників [54].

Туристичний маршрут «Саксонський винний шлях» простягнувся на 55 км. між містечками Пірна, Дисбар- Зойсліц і Мейсен долиною річки Ельби з її м'яким, сонячним кліматом. На його шляху лежать ще два інших не менш цікавих маршрути – «Саксонський пішохідний винний шлях» та інтернаціональний велосипедний маршрут уздовж Ельби.

Традиційні рецепти середземноморської дієти засновані на великій кількості їжі з рослинних джерел, включаючи фрукти та овочі, хліб, зернові, боби, горіхи і насіння; невеликій кількості риби та свійської птиці, сиру і йогурту, помірній кількості споживання червоного вина і використанні

оливкової олії. У 2010 році середземноморська дієта внесена до списку Всесвітньої нематеріальної культурної спадщини людства.

У кожній з країн Середземноморського басейну є свої унікальні кулінарні та гастрономічні пропозиції. В Іспанії - це паелья, хамон, тапас, іспанські сири і вина. Основні destinations гастрономічного туризму в цій країні розташовані в Андалусії, Валенсії і Каталонії [54].

Грецька кухня знаменита сирами. Практично в кожному регіоні країни сир виготовляють за особливими рецептами. Грецька кухня славиться смачними стравами з риби, морепродуктів, баранини і козлятини. На острові Крит можна поласувати листковим пиріжками з сиром і зеленню.

На окрему увагу заслуговують гастрономічні ресурси Туреччини, розташованої на двох континентах, що і надає особливого своєрідності кулінарії цієї країни. Найбільш прикметною рисою цієї країни є культура вживання кави. Традиційна кава по-турецьки - це різноманіття рецептів його приготування, спеціальний посуд, способи сервіровки, вибір сорту і якість помелу [55].

Турецька кава був визнаний «унікальною цінністю» і включений в представницький список Всесвітньої нематеріальної культурної спадщини людства в 2013 році.

В Центральній та Східній Європі основними напрямками гастрономічного туризму є Польща, країни Балтії, Румунія. У польській кухні переважають різноманітні м'ясні страви. Найпопулярнішими продуктами в польській кухні є: квашена капуста, огірки, сметана, кольрабі, гриби, різні сорти ковбас [55].

У румунській кухні переважають блюда з м'яса, риби і овочів. Румуни віддають перевагу яловичині, телятині, птиці. Тушковані овочі є складовою частиною багатьох румунських страв. Найбільш поширені страви - голубці у виноградному листі, печеня на ґратаре, токану з курчат, телятини або свинини, чаламу (гуляш) з телятини під білим соусом [55].

Традиційна кухня в країнах Азії славиться різноманітними кулінарними шедеврами з морепродуктів і риби, стравами з рису і м'яса, безліччю гострих соусів. У Китаї до складу страв входять овочі, крупи, м'ясо, водорості, домашня птиця, морські безхребетні, молоді пагони бамбука.

Найбільш відомі страви китайської кухні - качка по-пекінськи, смажений рис і столітнє яйце.

Основою вишуканої кухні Таїланду є рис і локшина, що служать гарніром до гострої їжі тайців.

Традиційним рисовим блюдом є «кхао-нио-мамуанг» - підсолоджений рис з додаванням кокосового молока і манго. Особливою популярністю у туристів користується «Кхао Пхат» - смажений рис, в який додаються риба, краби, овочі і яйця [55].

Всесвітньо відома національна кухня Японії, яка відображає самобутність цієї країни. Для японських страв характерне використання свіжих сирих продуктів. Рис, морепродукти, соя, квасоля, м'ясо - головні компоненти японської кухні. Традиційна кухня Японії занесена в список нематеріальної культурної спадщини людства в 2013 році [56].

У сучасному світі гастрономічні ресурси стали важливим фактором розвитку міжнародного туризму. На великих просторах Євразії багато країн використовують їх для залучення туристів. Гастрономічний туризм набув широкого поширення в Іспанії, Італії, Франції, Китаї, Кореї, Таїланді, Японії.

Посилюючи свою «гастрономічну та кулінарну» привабливість, вони прагнуть включити національні продукти і технології їх виготовлення до списку Всесвітньої нематеріальної культурної спадщини людства, куди вже внесені середземноморська дієта, французька гастрономічна культура, вірменський лаваш, турецьку каву, унікальний спосіб приготування вина у великих глиняних глечиках у Грузії [55].

Швейцарія, в основному за рахунок своїх високих цін, поки не є провідною туристичною місцевістю, проте швейцарські бренди в сфері

гастрономічного туризму, такі як сир, вино і шоколад, вважаються одними з найбільш популярних продуктів у світі.

Існують різні гастрономічні фестивалі по всьому світу. Наприклад, є цілий ряд фестивалів присвячених фруктам і овочам.

Так існують незвичайні фестивалі лука: «Цибулевий ринок» в Берні (Швейцарія), цибулевий ярмарок в Веймарі (Німеччина) і цибульний фестиваль в Вальсі (Іспанія).

Не обійшов увагою і часник. Більше тридцяти років «Фестиваль часнику» в містечку Гілрой (США) продовжує традицію знайомити гостей з усього світу з унікальними рецептами з цього продукту. Щорічно в кінці літа на острові Уайт (Великобританія) проходить часниковий фестиваль - «Isle of Wight Garlic Festival».

Цей фестиваль поєднує в собі музичний фестиваль, театралізовані вистави та сільський ярмарок, вперше став проводити такий фестиваль один фермер - Колін Босуелл [55].

Мабуть, найпопулярнішими є фестивалі, присвячені пиву і провину, і деяким іншим напоям. Серед них найвідомішим, є грандіозний легендарний пивний фестиваль «Oktoberfest» в Німеччині. Він проводиться з 1810 р в останніх числах вересня в центрі Мюнхена, на луку Терези, і вважається найбільшим народним гулянням в світі.

Найвідоміший винний фестиваль проходить кожен третій четвер листопада в Бургундії (Франція) - фестиваль «Божоле нуво» [55].

В даний час в світі набули поширення рибні фестивалі. У графстві Уельс (Великобританія), в жовтні проходить «Тиждень молюсків і креветок». У Нідерландах в першу суботу червня традиційно проводиться «Свято оселедця», коли в порт доставляється перша оселедець нового улову.

Виручені гроші від її продажу йдуть на благодійні цілі. Всі бажаючі можуть поїхати на екскурсії на сучасних океанських судах або старовинних вітрильниках [55].

Підприємства ресторанного господарства можуть бути самостійними об'єктами гастрономічних подорожей, зокрема заклади відзначені зірками Мішлен, що означає відмінну авторську кухню та страви, які є унікальними у своїй подачі та технології приготування, а саме:

- \* дуже хороший ресторан у своїй категорії (відзначається саме кухня);
- \*\* відмінна кухня, заради ресторану є сенс відкоригувати туристичний маршрут;
- \*\*\* досконала робота шеф-кухаря, має сенс здійснити окрему туристичну подорож тільки заради відвідування даного закладу [57].

Таблиця 1.6

Кількісний та якісний показники ресторанів відмічених зіркою Мішлен у світі

№ п/н	Місто	****	***	**	Всього	Частка, %	Загальна кількість ресторанів
1	Париж	10	17	50	77	17,0	453
2	Лондон	2	7	46	55	12,2	450
3	Інші столиці Європи	15	55	271	341	19,9	1715
4	Чикаго	2	5	19	26	6,5	400
5	Лас-Вегас	1	3	13	17	13,4	127
6	Нью-Йорк	6	10	61	77	9,0	857
7	Лос-Анджелес	0	4	16	20	7,6	263

8	Сан-Франциско	6	7	41	54	10,5	513
9	Вашингтон	0	3	11	14	13,7	102
10	Гонконг та Макао	5	13	51	69	25,4	272
11	Кіото, Осака, Кобе, Нара	15	61	224	300	60,5	496
12	Сеул	2	4	18	24	13,8	174
13	Шанхай	1	7	18	26	18,8	138
14	Сінгапур	1	7	30	38	21,6	176
15	Токіо, Йокахома та Шонан	17	57	219	293	74,7	392
16	Бангкок	0	3	14	17	14,8	115
17	Тайбей	1	2	17	20	15,9	126
18	Ріо-де-Жанейро і Сан Пауло	0	1	18	19	5,5	345

*Джерело: розроблено на основі [57]*

В Азіатсько-Тихоокеанський регіоні зосереджені міста, які мають найбільшу кількість відзначених закладів по відношенню до загальної кількості ресторанів та закладів відмічених трьома зірками, відвідування яких є мотивом для окремої гастрономічної подорожі, а саме міста: Кіото, Осака, Кобе, Нара, Токіо, Йокахома та Шонан (Японія), Сеул (Південна Корея), Гонконг, Макао, Шанхай, Тайбей (Китай), Сінгапур.

За даними ЮНЕСКО у світі налічується 21 об'єкт гастрономічної та кулінарної Всесвітньої спадщини.

В таблиці 1.7 наведено головні об'єкти світової гастрономічної та кулінарної спадщини у регіональному розрізі.

В регіональному розрізі, найбільша концентрація об'єктів гастрономічної та кулінарної спадщини склалась в Азії – 10 таких об'єктів та Європі – 9, дещо менше в Африці та Америці – по 1 в кожному.

Таблиця 1.7

#### Головні об'єкти світової гастрономічної та кулінарної спадщини

№ з/п	Туристичний субрегіон світу	Країна	Об'єкт
1		Греція	Середземноморська дієта
2		Іспанія	

3	Південна Європа	Італія	Технологія приготування неаполітанської піци	
4		Хорватія	Мистецтво випічки пряників в Північній Хорватії	
5	Західна Європа	Чехія	Масляне ходіння по домівках в районі Глинецька	
6		Швейцарія	Свято виноробства в м. Вева	
7		Франція	Традиційна французька кухня	
8		Бельгія	Свято хліба та вогню в м. Герардсберген	
9			Кінний промисел креветок в м. Остюнкерке	
10			Культура вживання пива	
11	Центральна Азія	Таджикистан	Технологія приготування та культури вживання оші-палав	
12		Узбекистан	Технологія приготування та культури вживання плову	
13		Азербайджан	Технологія приготування долми	
14		Казахстан	Технологія приготування та подачі хлібного коржика	
15		Киргизія		
16	Іран			
17	Західна Азія	Туреччина	Технологія приготування кави	
18		Вірменія	Технологія приготування та подачі лаваша	
19		Грузія	Технологія приготування вина в глиняних глечиках "квеврі"	
20		Катар	Технологія приготування арабської кави	
21				Оман
22				Саудівська Аравія
23				Об'єднанні Арабські Емірати
24		Східна Азія	Японія	Кухня вашоку (традиційна японська кухня)
25	Північна і Південна Корея		Технологія приготування капусти кімчі	
26	Північна Африка	Марокко	Ринок харчових продуктів та вуличної їжі на площаді Джамаа-ель-Фна в м. Марракеш	
27	Північна Америка	Мексика	Традиційна мексиканська кухня	

*Джерело:* розроблено на основі [57]

Необхідно, щоб агенти туристичної дестинації, а саме: шеф-кухарі, виробники продуктів харчування, ресторатори, фермери, рибалки, готельєри, представники державної адміністрації тощо, брали участь у розробці та створення продукту етногастрономічного туризму.

Успішним досвідом подібної співпраці може пишатися міжнародне об'єднання гастрономічних міст *Delice*, яке охоплює більш ніж 20 регіональних столиць і туристичних центрів, що відрізняються оригінальними, неповторними кулінарними звичаями та традиціями, що організовує різні етногастрономічні фестивалі.

Члени організації поділяють думку, що послуги громадського харчування є основою самобутності та ідентичності регіону, відіграють значну роль у

формуванні високоякісного життя та туристичного бренду регіонів, забезпеченням забезпеченні здоров'я населення [3, с.223-233].

Не менш продуктивною для туризму є співпраця різних учасників гастрономічного бізнесу у межах міжнародної організації «Euro-toques», заснованої у 1986 році в Бельгії (м. Брюссель). Вона охоплює більш ніж 3500 шеф-кухарів з 18 країн Європейського континенту.

Європейський союз визнав «Euro-toques» організацію, що захищає та зберігає високу якість продуктів харчування. Основними завданнями організації є захист та збереження кулінарної спадщини Європейського континенту [56].

За загальною кількістю об'єктів та гастрономічною привабливістю відзначається Франція, (Європа, субрегіон – Західна Європа), Японія (Азія, субрегіон – Східна Азія), США (Північна Америка).

Перспективними напрямками гастрономічного туризму є Італія, Іспанія (Європа, субрегіон – Південна Європа), Таїланд (Азія, субрегіон – Південно-Східна Азія).

Отже, гастрономічний туризм є одним з актуальних напрямків розвитку сфери туристичних послуг, це вид туризму, що об'єднує в собі ознайомлення з культурними традиціями народу та дегустацію унікальних страв. Усі країни мають необхідні ресурси для розвитку гастротуризму, він має всесезонний характер, а головним мотивом виступає вивчення культури через призму традицій національних кухонь.

Кожний народ володіє своїми історично сформованими особливостями харчування. Фактори, які зіграли роль у появі цих особливостей: географічне положення, економічні умови, система культових заборон, релігійні вірування, звичаї, побути та інші.





## РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ СТАНУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

### 2.1 Умови і організація гастрономічного туризму в Україні

В умовах розбудови української держави туризм стає дійовим засобом формування ринкового механізму господарювання, надходження значних коштів до державного бюджету, однією з форм раціонального використання вільного часу, проведення змістовного дозвілля, вивчення історії рідного краю, залучення широких верств населення до пізнання історико-культурної спадщини.

Зважаючи на місце і роль туризму в житті суспільства, держава проголошує його одним із пріоритетних напрямів розвитку національної культури та економіки.

Стратегічна мета розвитку туризму в Україні полягає у створенні продукту, конкурентоспроможного на світовому ринку, здатного максимально задовольнити туристські потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів при збереженні економічної рівноваги та історико-культурної спадщини.

Перспективним і одним із самих динамічно розвинених сегментів, як туристичного, так і ресторанного ринкових напрямків у сучасних умовах можна назвати «гастрономічні тури». Цей новий вид туризму має більші перспективи розвитку, а організація «гастрономічних турів» сприяє відродженню національних кулінарних традицій.

Українська національна кухня, так само як мова, мистецтво, література, вважається культурною спадщиною нації. Це пояснюється тим, що вона створювалася впродовж багатьох століть і, таким чином, відбиває певні історичні аспекти розвитку українського народу, а також звичаї і традиції, які

йому притаманні. Тому національні кухні різних народів виступають важливим чинником залучення іноземних туристів до країни.

Україна, порівняно з іншими країнами світу, має величезний потенціал для розвитку гастрономічного туризму. Окрім історичних та культурних аспектів, цьому сприяють природно-географічні чинники, зокрема: клімат, типи ґрунтів, рельєф, водні та лісові ресурси. Природа в Україні – найрізноманітніша, що дозволяє розвивати тут різні види сільського господарства та харчової промисловості.

Туристичний ринок в Україні знаходиться на стадії становлення. Стан ринку туристичних послуг конгруентний стану економіки і визначається соціально-економічними та політичними процесами, що відбуваються в країні, відтворюючи перебіг реформування суспільного життя. Україна належить до країн, де туризм як активний спосіб проведення дозвілля заохочувався державою, пропагувався та стимулювався шляхом соціалізації туристичних послуг і тому був сприйнятий більшістю населення як складова способу життя. Поліпшення рівня та умов життя вводить туризм до споживчої суспільної моделі, особливо міського населення, стимулюючи попит і формуючи ринок туристичних послуг [58].

Тривале домінування внутрішнього туризму за соціалістичної доби обумовило сплеск попиту на міжнародні подорожі, що позначилось зміною статусу та розширенням участі України на ринку міжнародного туризму. Перш за все, розширилась участь країни на даному ринку, а також збільшилась популярність багатьох курортів, як українських та й іноземних. З країниреціпієнта з дозованим обсягом обслуговування вона перетворилась на країнугенератора туристичних потоків зарубіжного (виїзного) туризму.

Такий процес був притаманний на перехідному етапі для Польщі, Чехії, інших соціалістичних у минулому країн і має об'єктивне соціально-економічне підґрунтя [59].

Змінюється мотиваційна структура туристичних подорожей українців за кордон – провідне місце займають поїздки з рекреаційною та екскурсійною

метою. По ритму в'їзних потоків можна прослідкувати наявність двох «гарячих» сезонів – яскраво вираженого літнього та менш вираженого зимового. Законом України «Про туризм» у нашій державі туризм визнано як одну з найперспективніших галузей і проголошено пріоритетним напрямом соціально-економічного та культурного розвитку [1].

Стратегічна мета розвитку туризму в Україні полягає у створенні продукту, конкурентоспроможного на світовому ринку, здатного максимально задовольнити туристські потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів при збереженні економічної рівноваги та історико-культурної спадщини. Гастрономічний туризм має значні перспективи розвитку, а організація «гастрономічних турів» сприяє відродженню національних кулінарних традицій.

В Україні активно розробляють концепцію гастрономічного туризму, цей документ буде представлений у вигляді дорожньої мапи, яка увійде до загальнодержавної стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Також згідно з інформацією Національної туристичної організації України, саме 2018 рік був названий роком гастротуризму.

Відбулося багато тематичних заходів. Різні ресторатори та експерти підтвердили думку, що гастротуризм є одним із найперспективніших видів туризму в Україні, з яким вона може бути представлена в світі. Усі дослідження доводять той факт, що туристичні потоки збільшуються в тих регіонах, де поводяться різноманітні інтерактивні туристичні продукти: тематичні ярмарки, тури, народні свята і фестивалі.

На сьогоднішній день в Україні відбувається багато різноманітних гастрономічних турів, які створюють передумови для формування на міжнародному та внутрішньому ринках спроможного конкурентного туристичного продукту гастрономічного туризму( табл.2.1).

Таблиця 2.1

## Гастрономічні фестивалі за регіонами

Назва фестивалю	Час проведення	Місце проведення
Вінницька область		
Фестиваль борщу «Театр на город»	Вересень	с. Правилівка
Волинська область		
«Lutsk Food Fest»	14-15 травня	м. Луцьк
«З любов'ю до ... сала»	Жовтень	м. Луцьк
«Lutsk Food Fest»	16-17 липня	м. Луцьк
«Фестиваль національної кухні»	25 вересня	м. Луцьк
Дніпропетровська область		
«Галушки»	Травень	с. Гречане
Фестиваль кулішу «Смачна традиція козацтва»	Червень	с. Старі Кодаки
Житомирська область		
Міжнародний фестиваль дерунів	Друга субота вересня	м. Коростень
Закарпатська область		
«Червоне вино»	11-15 січня	м. Мукачево
«Конкурс різників свиней – гентешів»	Останні вихідні січня	с. Геча
«Ужгородська палачінта»	Кінець лютого	м. Ужгород
Всеукраїнський фестиваль вареників	17 березня	м. Яремче
«Біле вино»	3-5 березня	м. Берегово
Фестиваль вина і меду «Сонячний напій»	Перші субота-неділя травня	м. Ужгород
«Берлибашський бануш»	Травень	с. Костилівка
Фестиваль виноградарів і виноробів «Угочанська лоза»	Травень	м. Виноградів
Фестиваль тушкованого півня на Закарпатті	30 червня	с. Косонь
«Червона черешня»	Червень	с. Пацканьово
Фестиваль ріплянки	Червень	с. Колочава
Фестиваль Великоберезнянського сиру «Молочна ріка»	Липень	с. Стужиця
Фестиваль чорниці «Верховинська яфина»	5 серпня	с. Гукливе
Фестиваль голубців	Початок серпня	с. Великий Бичків
Сливовий фестиваль «Свято Леквара»	25 серпня	с. Геча
Солодке свято меду в Мукачеві	Серпень	м. Мукачево
Фестиваль «Гуцульська бринза»	5-6 вересня	м. Рахів
«Варишське пиво»	15-18 вересня	м. Мукачево
Фестиваль «Смажений баранчик»	Вересень	с. Лазещина
«Золотий гуляш»	Середина жовтня	с. Мужієво
Фестиваль молодого вина і меду «Закарпатське божоле»	Друга неділя листопада	м. Ужгород
Запорізька область		
Фестиваль закуток «Нас не подолати»	Вересень	м. Запоріжжя
Івано-Франківська область		
«Станіславівська мармуляда»	15 жовтня	м. Івано-

		Франківськ
--	--	------------

## Продовження табл. 2.1

Київська область		
«Вулична їжа»	Червень-Серпень	м. Київ
Ярмарок «Sweets&Gifts»	17-18 грудня	м. Київ
Маркет «Всі. Свої Гастрономія. М'ясний листопад»	26-27 листопада	м. Київ
«Цукерки та Пундика»	Листопад	м. Київ
Фестиваль солодоців «SWEETs Fest»	17-18 грудня	м. Київ
Фестиваль односолодових віскі «Whisky Dram»	12 листопада	м. Київ
«Борщ Фест»	Початок жовтня	с. Чубинське
Фестиваль українського крафтового пива «Craft Beer Fest!»	14-15 жовтня	м. Київ
Кропивницька область		
Фестиваль полуниці	11 червня	с. Миронівка
День бджоляра	Серпень	с. Виноградівка
Вінницька область		
Фестиваль борщу «Театр на город»	Вересень	с. Правилівка
Волинська область		
«Lutsk Food Fest»	14-15 травня	м. Луцьк
«З любов'ю до ... сала»	Жовтень	м. Луцьк
«Lutsk Food Fest»	16-17 липня	м. Луцьк
«Фестиваль національної кухні»	25 вересня	м. Луцьк
Дніпропетровська область		
«Галушки»	Травень	с. Гречане
Фестиваль кулішу «Смачна традиція козацтва»	Червень	с. Старі Кодаци
Житомирська область		
Міжнародний фестиваль дерунів	Друга субота вересня	м. Коростень
Закарпатська область		
«Червоне вино»	11-15 січня	м. Мукачево
«Конкурс різників свиней – гентешів»	Останні вихідні січня	с. Геча
«Ужгородська палачінта»	Кінець лютого	м. Ужгород
Всеукраїнський фестиваль вареників	17 березня	м. Яремче
«Біле вино»	3-5 березня	м. Берегово
Фестиваль вина і меду «Сонячний напій»	Перші субота-неділя травня	м. Ужгород
«Берлибашський бануш»	Травень	с. Костилівка
Фестиваль виноградарів і виноробів «Угочанська лоза»	Травень	м. Виноградів
Фестиваль тушкованого півня на Закарпатті	30 червня	с. Косонь
«Червона черешня»	Червень	с. Пацканьово
Фестиваль ріплянки	Червень	с. Колочава
Фестиваль Великоберезнянського сиру «Молочна ріка»	Липень	с. Стужиця
Фестиваль чорниці «Верховинська яфина»	5 серпня	с. Гукливе
Фестиваль голубців	Початок серпня	с. Великий Бичків
Сливовий фестиваль «Свято Леквара»	25 серпня	с. Геча
Солодке свято меду в Мукачеві	Серпень	м. Мукачеве
Фестиваль «Гуцульська бринза»	5-6 вересня	м. Рахів
«Варишське пиво»	15-18 вересня	м. Мукачево

Фестиваль «Смажений баранчик» «Золотий гуляш»	Вересень	с. Лазещина
Фестиваль молодого вина і меду «Закарпатське божоле»	Середина жовтня	с. Мужієво
	Друга неділя листопада	м. Ужгород
Запорізька область		
Фестиваль закуток «Нас не подолати»	Вересень	м. Запоріжжя

## Продовження табл. 2.1

Івано-Франківська область		
«Станиславівська мармуляда»	15 жовтня	м. Івано-Франківськ
Київська область		
«Вулична їжа»	Червень-Серпень	м. Київ
Ярмарок «Sweets&Gifts»	17-18 грудня	м. Київ
Маркет «Всі. Свої Гастрономія. М'ясний листопад»	26-27 листопада	м. Київ
«Цукерки та Пундика»	Листопад	м. Київ
Фестиваль солодощів «SWEETS Fest»	17-18 грудня	м. Київ
Фестиваль односолодових віскі «Whisky Dram»	12 листопада	м. Київ
«Борщ Фест»	Початок жовтня	с. Чубинське
Фестиваль українського крафтового пива «Craft Beer Fest!»	14-15 жовтня	м. Київ
Кропивницька область		
Фестиваль полуниці	11 червня	с. Миронівка
День бджоляра	Серпень	с. Виноградівка
Львівська область		
Міське свято Пампуха	Початок січня	м. Львів
«Дні глінтвейну у Львові»	13-15 січня	м. Львів
«Фестиваль пива»	8-12 травня	м. Львів
«Львів на тарілці»	24-28 червня	м. Львів
«Свято Хліба»	Серпень	м. Львів
«На каву до Львова»	Вересень	м. Львів
Національне свято шоколаду	Початок жовтня	м. Львів
«Свято Сиру і Вина»	Середина жовтня	м. Львів
Фестиваль Глінтвейну	Грудень	с. Славське
Одеська область		
«Таки да, смачно!»	Кінець квітня-початок грудня	м. Одеса
«Свято полуниці»	21-22 травня	м. Одеса
День помідора	Серпень	м. Одеса
«Свято вина та етнічного мистецтва»	12-13 листопада	м. Болград
Фестиваль Прянощі і радості: «Сезам відкрийся»	Листопад	м. Одеса
Полтавська область		
«Галушка Fest»	Кінець квітня	м. Полтава
Фестиваль полуниці	21 червня	м. Кременчук
Всеукраїнський полуничний фестиваль-ярмарок «Білецьків-ський край-полуничний рай»	25 червня	с. Білецьківка
«Свято Полтавської галушки»	Червень	м. Полтава
«Пливе щука з Кременчука»	Липень	с. Білецьківка
«Свято миргородської свині»	Вересень	м. Миргород
Тернопільська область		
«Вареник і капуста-fest»	3 травня	м. Збараж
«Галицька дефіляда»	17-19 червня	м. Тернопіль
Фестиваль коропа «Коропфест»	22 липня	м. Коропці

«Борщ`їв»	Перша половина вересня	м. Борщів
Харківська область		
«Городской Ріспік»	18-19 червня	м. Харків
Херсонська область		
«Український кавун – солодке диво»	Третя субота серпня	м. Гола Пристань
«Тышо-Тышо FEST»	Вересень	м. Херсон

Закінчення табл. 2.1

Хмельницька область		
«Проскурівські смаколики»	14-15 жовтня	м. Хмельницький
Чернігівська область		
«Його величність, Ніжинський огірок»	Вересень	м. Ніжин
«40-УХ»	24 серпня	м. Чернігів
Фестиваль хліба «Хліб своїми руками»	Травень, серпень	с. Мистецькийхутір
«Дерун-фест»	Кінець квітня	м. Чернігів

Дослідження останніх років свідчить, що туристичні потоки зростають у тих регіонах, де, на основі неповторних традицій, формуються спеціалізовані інтерактивні туристичні продукти – тури, фестивалі, народні свята. В Україні заснована достатня кількість унікальних автентичних гастрономічних турів та фестивалів, які створюють передумови для формування конкурентоспроможного туристичного продукту гастрономічного туризму на міжнародному та внутрішньому ринках (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

### Пропозиція туроператорів гастрономічних турів по Україні

Туристичне підприємство	Маршрут подорожі	Назва туристичного продукту
Туроператор «ТурБаза»	м. Львів	«Місто з ароматом кави»
Туроператор «ТурБаза»	Львів-Чинадієво-Мукачєво-Берегово-Нижнє Селище- о. Синевір	«Сир-винний тур Закарпаттям»
Туроператор «Відвідай»	Львів-Ужок-Перечин-Середнє-Виноградів	Дегустаційно-термальний тур «Закарпатські насолоди»
Туроператор «Галиця тур»	м. Львів	«Від шпацеру до келішка»
Туроператор «Країна UA»	Воловець-Гукливиї-Міжгір'я-Нижнє Селище-Берегово-В.Бийгань-Мукачєво	«Кулінарне Закарпаття»
Туроператор «Країна UA»	Одеса-Білгород-Дністровський	«Винний тур: від А до Я»
Туроператор «Країна UA»	Гоголево-Диканька-Полтава-Опошня	«Полтавські галушки»
Туристичний сайт «igotoworld.com»	м. Львів	«Хмільний Львів»



Туристичний сайт «igotoworld.com»	м. Одеса	«Прогулянка по-одеськи!»
Туристичний сайт «igotoworld.com»	Богданівка – Полтава – Полтавська – Диканька – Опішня – Великі Будища – Миргород	«Полтавські витребеньки»
Туристичний сайт «igotoworld.com»	Полтавська – Гоголеве – Миргород – Полтава – Диканька	«Масляна на Полтавщині»
Продовження таблиці 2.2		
Туристичний сайт «igotoworld.com»	Кам'янка – Біласовиця – Підполоззя – Ждені-єво – Верхній Студений – Закарпатська – Коло-чава – Міжгірський – Міжгір'я – Львів	Гастрономічно-розважальний тур «Зимові забави»
Туристичний сайт «igotoworld.com»	Мукачево – Берегово – Геча – Ужгород – Лум-шори	«Тур на фестиваль гентешей в Закарпатті»
Туристичний сайт «igotoworld.com»	Чинадієво – Мукачево – Берегово – Нижнє Селище – Іза – Міжгір'я – Келечин	«Секрети закарпатської кухні»

Аналізуючи місцезнаходження фестивалів, можна зробити висновок, що найбільші туристичні ресурси для проведення подієвого туризму має Західна та Центральна частина України, а саме: Закарпатська та Львівська, Полтавська області та міста Київ, Луцьк та Львів. Саме в цих областях та містах збереглося значна кількість національних свят та автентичних традицій їх святкування, тому вони є найбільш привабливими до відвідування, як для іноземних, так і внутрішніх туристів в Україні.

За останні три роки спостерігається збільшення кількості гастрономічних фестивалів та регіональне розширення їх проведення. Найбільш динамічно розвиненими регіонами проведення гастрономічних фестивалів є Закарпатська, Київська та Полтавська області [60].

Згідно з доступними пропозиціями щодо проведення гастрономічних турів, слід зазначити, що: по-перше, гастрономічний туризм в Україні не набув масового характеру, а тури мають повторюваність за місцями маршруту; по-друге, існує диспропорція щодо місця проведення гастрономічних турів по Україні – більшість подорожей організовуються на Львівщині та Закарпатті, що пояснюється автентичною культурою та специфічними кулінарними традиціями цих регіонів.

Зважаючи на представлені дані, всі регіони України за кількістю гастрономічних фестивалів та регіонального зосередження гастрономічних турів можна умовно поділити на три групи:

– такі, де відсутні гастрономічні фестивалі та тури (Луганська, Донецька, Рівненська, Чернівецька, Сумська області);

– такі, де найбільша кількість фестивалів, а також зосереджені всі існуючі гастрономічні тури, а саме: Львівська, Одеська, Київська, Івано-Франківська, Закарпатська, Полтавська.

– такі, де присутні в незначній кількості гастрономічні фестивалі та є потенціал до створення гастрономічних турів, а саме: Волинська, Хмельницька, Вінницька, Дніпропетровська, Запорізька, Миколаївська, Херсонська, Чернігівська, Черкаська, Харківська, Тернопільська, Кропивницька, Житомирська області [61, 62].

сучасний гастрономічний туризм в Україні включає у себе багато різновидів, серед яких можна виділити:

- ресторанний туризм;
- дегустаційний туризм (сирні, винні, пивні, чайні, кавові, суші-тури та ін.);
- апітуризм або медовий туризм - подорожі з метою дегустації та купівлі продуктів бджільництва безпосередньо на пасіках;
- фестивальний туризм - тури з участю у гастрономічних фестивалях;
- освітній туризм з метою участі у кулінарних майстер-класах, курсах [63].

На сьогодні в Законі України про туризм «гастрономічний туризм» не виділяють як окремий вид туризму, тому дуже важко здійснювати аналіз та порівняння даного виду туризму з іншими. Отже, для того, щоб проаналізувати популярність даного виду туризму та аспекти його розвитку в Україні, ми можемо розглядати його лише як частину певного виду туризму, наприклад, таких як екологічний (зелений) туризм, сільський туризм тощо, або ж

користуватися наявними працями українських науковців, які все ж виділяють гастрономічний туризм серед інших (рис. 2.1).



Рисунок 2.1. Основні види туризму, де гастрономічний може бути їх компонентом

Для того щоб проаналізувати розвиток та популярність гастрономічного туризму за регіонами України розглянемо кількість в'їзних іноземців в країну. На офіційному сайті статистичних даних України «Укрстат» існує інформація про в'їзних туристів за видами туризму. Так як гастрономічний туризм не виділено як окремий вид, розглянемо його в складі виду «дозвілля та відпочинок» [64].

Отже, перше місце за в'їзними туристами в 2019 році займає місто Київ (73954 осіб), друге місце посідає Львівська обл. (5435 осіб), третє – ІваноФранківська (2293 осіб), четверте – Одеська (821 особа). Решта областей являються ще аутсайдерами за кількістю в'їзних туристів.

Тому можемо зробити висновки, за статистичними даними та проаналізованою вище інформацією щодо пропозиції туроператорів та працями українських вчених, що гастрономічний туризм найбільшого розвитку досяг в західних областях України та м. Київ.

На сьогодні туристична сфера загалом є дуже популярною та корисною сферою діяльності, яка вносить свій вклад в державний бюджет України, адже

іноземні туристи все частіше відвідують Україну, і в зведений бюджет України від підприємств туристичної галузі в 2018 році надійшло 4,2 млрд гривень. Це в 2,5 більше, ніж роком раніше (1,7 млрд гривень в 2017 році) [64].

Загалом що стосується розвитку гастрономічного туризму та його впливу на економіку та соціальний стан держави, то провідні фахівці туристичної індустрії України виділяють такі сучасні глобальні тенденції розвитку гастрономічного туризму:

1. Ринок гастрономічного туризму є зростаючим. Це один із найбільш динамічних сегментів туристичного ринку.

2. «Гастрономічні» туристи – це туристи, які беруть участь у нових напрямках культурного споживання. Вони – мандрівники, які пізнають автентичність відвідуваних місць через їжу. Вони стурбовані походженням продуктів. Вони визнають цінність гастрономії як засобу спілкування, як простору для обміну досвідом з іншими людьми.

3. Основою гастрономічних пропозицій є територія.

4. Основою гастрономічного туризму є продукт. Тому важливо визначити, які ресурси ми будемо перетворювати на туристичний продукт, що дасть змогу ідентифікувати цю територію.

5. Стійкість. Гастрономічний туризм здатний вирішувати проблеми культури та навколишнього середовища шляхом, що є сумісним з суто економічними аргументами.

6. Якість. Туристичні дестинації, які хочуть пропагувати гастрономічний туризм, мають працювати на різних рівнях у сфері якості: захист і визнання місцевої продукції, розвиток конкурентної пропозиції, професіоналізм людських ресурсів, захист споживачів та належний їх прийом задля підвищення рівня задоволеності відвідувачів.

7. Зв'язок. Туристичні дестинації повинні сформулювати достовірний та автентичний опис своїх пропозицій на ринку гастрономічного туризму.

8. Співпраця. Необхідно, щоб всі особи, які працюють у туристичній дестинації (виробники продуктів харчування, фермери, рибалки, шеф-кухарі,

ресторатори, готельєри, представники державної адміністрації тощо), брали участь у створення туристичного продукту гастрономічно готуризму [65].

Нині гастрономічний туризм України все ще є регіональним явищем. Згідно з результатами опитування представників туристичного бізнесу, який пов'язаний з гастрономією, маркетинг продуктів гастрономічного туризму надає першочергову увагу регіональному ринку, на другому місці – місцеві та національні ринки, на третьому – міжнародний ринок.

Щодо запитання про існування в їх дестинації співпраці між сектором туризму та місцевими учасниками гастрономії (виробниками, ресторанами, ринками тощо), думка загалу полягала в тому, що існує співпраця з конкретними маркетинговими акціями місцевих ресторанів. Але нині все ще не вироблено стабільних інструментів співпраці для розвитку та просування гастрономічного туризму.

Фактично 37,5% респондентів визнають, що співпраці не існує або вона не є дуже значною. Нарешті, опитування закликала респондентів оцінити економічний вплив гастрономічного туризму на їх туристичні дестинації. В цілому, більшість опитаних організацій зазначили, що досі не здійснюється систематичний аналіз економічного впливу кулінарного туризму. Проте, вони вважають, що вага гастрономії в доходах туристичних дестинацій є дуже значною, приблизно 30%, і що ці дестинації мають великі можливості для роботи в цьому плані [66].

Провідна роль гастрономії у виборі туристичної дестинації призвела до зростання гастрономічних пропозицій на основі високоякісних місцевих продуктів харчування та консолідації окремого ринку гастрономічного туризму.

Українська сучасна кулінарія має багате історичне минуле, пройшла тривалий час становлення і розвитку, формувалась під впливом багатьох чинників: географічне положення та історичне минуле, релігійні вірування та стародавні звичаї, що регламентують уклад життя.

Страви української кухні самобутні та своєрідні, за якими проглядає історія народних уявлень та знань.

В останні роки в Україні спостерігається поступове відродження української автентичної кухні. Ресторатори шукають інформацію в старовинних книгах, опитують місцевих жителів в різних областях і відтворюють призабуті, але автентичні традиції кулінарії держави.

Страви української кухні широко відомі за межами країни. Український борщ, наприклад, - це «бренд» української кухні. Та ще багато страв є, які охарактеризовують Україну, як самобутню державу з віковими традиціями та давньою історією.

Як знаємо, Україна має доволі велику територію та сусідів з цікавою та різноманітною кухнею, яка пустила коріння в прикордонні області, тому зрозуміло, що кухня кожного регіону буде відрізнятися.

Отже, за проаналізованими даними можемо зробити висновки, що Україна має великий потенціал для розвитку гастрономічного туризму і на сьогодні потрібно в першу чергу розробити нормативно-правові документи та закони, які будуть регулювати дану галузь і створювати сприятливі умови для її розвитку на місцевому та міжнародному рівнях.

## 2.2 Напрямки гастрономічного туризму в Україні

Гастрономічний туризм в Україні можна умовно поділити на основні групи:

а) міський – туристи знайомляться з автентичними підприємствами харчування конкретного міста.

Наприклад, Львів славиться кавою і стравами традиційної української кухні. Родзинками міста є: музей пивоваріння, де проходять екскурсії, дегустації та вечори для тих, хто любить пиво; рестораціямусей «Гасова лампа»; ресторація «Криївка».

Туристи з України, Польщі, Німеччини, Італії, а також корейці та японці приїжджають у Львів на вихідні та влаштовують «гастрономічні тури» автентичними львівськими ресторанами і кав'ярнями. У Чернівцях туристи у закладах ресторанного господарства можуть спробувати автентичні страви: мамалигу, десерт «Папанаші» – пончики з сиру у вигляді бубликів, обсмажені в олії та политі чорничним джемом і чорничним лікером [67].

В Одесі гурмани можуть продегустувати вина і коньяки на заводах «Французький бульвар» і «Шабо». Міський гастрономічний туризм популярний в Україні, бо міста, що приваблюють гастротуристів мають розвинену готельну інфраструктуру. Туристи можуть самостійно обрати засіб розміщення та маршрут подорожі.

б) фестивальний – дає можливість туристам відвідати кулінарні фестивалі, свята, що призначені одному продукту (сиру, вину, ковбасі тощо).

Щороку в Україні проводяться близько ста кулінарних фестивалів та свят, при цьому спостерігається тенденція до збільшення кількості таких заходів. Вересень – найбільш багатий такими подіями, далі йдуть червень, жовтень та серпень. Таким чином, найбільша активність проявляється влітку та восени.

Гастрономічні фестивалі та свята в Україні присвячуються різноманітним стравам: борщу, дерунам, галушкам, голубцям; напоям: вину, горілці, пиву; ягодам та овочам: черешні, полуниці, помідорам, огіркам, кавунам; меду, солодошам тощо.

В Україні проводяться такі цікаві фестивалі:

1. Фестиваль хліба на арт-хуторі Острів Обирок в Чернігівській області, де в серпні можна власноруч серпами зібрати врожай зерна, вибити його ціпами, змолотити жорнами, і спекти хліб.

2. Фестиваль кавуна. Місто Гола Пристань у Херсонській області щорічно третьої суботи серпня запрошує поласувати баштанними. Обов'язковим на святі є зважування вирощених кавунів-гігантів. На фестивалі проводяться веселі конкурси, виставки та майстер-класи з кавун-карвінга.

3. Фестиваль «Берлибашський бануш». В закарпатському селі Костилівка Рахівського району проходить фестиваль традиційних гуцульських страв. Учасників і гостей свята пригощають гуцульськими стравами, головна з яких — бануш. За традицією ця страва готується виключно чоловіками на відкритому вогні.

4. Фестиваль полуниці. Відзначають у місті Ізюм на Харківщині в другу суботу червня. Місцеві називають Ізюм «полуничною столицею» України. Одна із традицій свята – приготування полуничного варення, яким пригощають гостей фестивалю.

5. Свято шоколаду. Щорічно у лютому Львів запрошує на фестиваль шоколаду. На ласунів чекають ярмарки-презентації шоколадних виробів найкращих представників цієї індустрії, майстер-класи від професійних шоколатьє, шоколадні вироби ручної роботи, створення близько півсотні унікальних скульптур з величезних брил шоколаду.

6. Фестиваль голубців. У селі Четфалва Берегівського району, де живуть переважно угорці, фестиваль голубців заснували три роки тому. Угорці загортають в листя квашеної капусти копчену свинячу грудинку з паприкою і торгоні. В якості покривного листа вони також використовують листя кольрабі, хрону і дикого винограду [67].

в) навчальний – включає спеціалізовані курси, де можна навчитися кулінарного мистецтва. Спеціалізовані кулінарні подорожі супроводжують кухарі, які не лише розповідають туристам про особливості приготування страв, але і вчать гурманів готувати.

г) сільський – туристи можуть побачити, як готуються деякі страви в домашніх (фермерських) умовах, проїнятися національним духом, дізнатися більше про кулінарні традиції та взяти участь у приготуванні будь-якої страви. Сільський туризм не передбачає розвиненої готельної інфраструктури, що ускладнює відвідування об'єктів туристичної привабливості. Тому організовуються групові автобусні тури до сільської місцевості з організацією розміщення і відпочинку у найближчих готельних підприємствах.



В гастрономічному сільському туризмі України найпопулярнішими напрямками є винний та сирний туризм. Нині в Україні стрімко розвивається саме сирний туризм, бо цьому сприяє проведення фестивалів, свят та впровадження новітніх технологій екологічного виробництва продукту. Багато гастрономічних туристів прагнуть відвідати як великі відомі підприємства, так і крафтові сироварні України, бо вітчизняний продукт відомий у всьому світі.

Згідно офіційних даних в 2020 року Україна експортувала якісну та конкурентоспроможну сирну продукцію в країни СНД (Казахстан, Молдова, Туркменістан, Вірменія, Азербайджан) та Азії (Пакистан, В'єтнам, Бангладеш та Китай) [64].

Лідерами у закупівлі українського сиру в 2020 році стали Казахстан (3,734 тис. т на суму 15,7 млн. дол. США), Молдова (2,590 тис. т на суму 7, 640 млн. дол. США) та Єгипет (0,989 тис. т на суму 3,643 млн. дол. США) [64].

Сир, безперечно, дуже популярний і улюблений продукт і серед українців. Сирним гурманам все важче догодити, тому в Україні з'являється дедалі більше фермерів, які виробляють дійсно смачний і натуральний сир за традиційними та унікальними рецептурами на власних сироварнях.

Локальні сироварні активно працюють на Львівщині, Тернопільщині, Київщині та решті областей, але флагманом стрімкого розвитку сирного туризму є Закарпаття.

Згідно відомостям журналу «Закарпаття», 83 % населених пунктів краю – це сільські поселення, в яких проживає 63 % населення області (по Україні – 32 %) [68].

Власники сільських садіб почали об'єднуватись у асоціації, створювати комунальні підприємства та центри розвитку сільського туризму, що дало можливість більш активно, зі знанням справи, розвивати цей вид туризму. Найрозповсюдженішими центрами сільського гастрономічного туризму є сироварні.

На Закарпатті роблять сир з усіх можливих видів молока, це коров'яче, овече, козяче та молоко буйволів. Традиції сироваріння в регіоні мають

багатовікову історію. Історія кожного сировара та сироварні специфічна та унікальна.

До найвідоміших сироварень Закарпаття належать:

1. Сироварня при монастирі у с. Ракошино Мукачівського району. Ідея створити сироварню при Свято-Покровському чоловічому монастирі неподалік Мукачево належить його настоятелю архімандриту Митрофану, на честь якого названий сорт оригінального твердого солодкуватого сиру «Шимон».

Ракошинські монахи виготовляють видів сирів з коров'ячого, овечого, козиного молока, що отримується з власної ферми. В основі асортименту - натуральні закарпатські бринза, будз, вурда, виготовлені за традиційною технологією, а також справжні італійські сири - моцарелла, скаморца, муккіна і рікотта.

Також в монастирській сироварні пишаються аналогом відомої фети - «Грецьким сиром» з овечого молока і ексклюзивним «Біблійним» сиром з додаванням привезеного з Єрусалима ісопу. Неабияким попитом користується і козячий сир «Монастирський», який виготовляється тільки восени. Щодня на виробництво сирів використовується 500 літрів молока, а ціни на продукцію коливаються від 80 до 250 грн. Прогустувати і придбати виготовлений з благословенням сир можна в спеціалізованому магазинчику Монастирської сироварні [69].

2. «Кельтський двір» у м. Мукачево – це заклад, в якому можна продегустувати елітні сири типу камамбер, дорблю, овечої фети, козячого пуату.

3. Ферма «Карпатський буйвіл» у м. Виноградов. В даному закладі місцеві активісти намагаються врятувати найпівнічнішу популяцію буйволів у світі. Зараз на фермі є понад 30 карпатських буйволів. Безпосередньо на фермі працює невеликий переробний цех, де з дуже рідкісного і корисного молока виготовляють різні еко-продукти. Гордістю ж є справжня Mozzarella di Bufala.

4. «Селиська сироварня» в с. Нижнє Селище Хустського району. В сироварні під керівництвом власника Петра Пригари за підтримки Асоціації

Європейських кооперативів з 2002 року налагоджено виробництво сиру за швейцарською технологією без додавання консервантів і ароматизаторів. Для виробництва унікальних напівтвердих сирів «Селиська» і «Нарциса Карпат» та м'якого «Хуст» використовується коров'яче молоко від місцевих фермерів.

5. Буйволова ферма «На току» в с. Горинчово Хустського району. Під час відвідування еко-ферми туристи мають змогу побачити процес виробництва сирів, продегустувати 2 види сиру і придбати домашні смаколики (бринзу, сметану, молоко).

6. «Перечинська мануфактура» в м. Перечин, де виготовляють якісний і натуральний сир. Робота сироварні орієнтована на те, щоб виготовити максимальну кількість видів сиру. Туристам пропонується дегустаційна тарілка, що складається з 7 типів сиру: рікота, камембер, молодий свіжий сир – полонинський з перцем, полонинський без перцю, перечинський (витриманий 2 місяці), перечинський молодий з пажитником, сир типу качота [70].

Отже, велика кількість унікальних сироварень Закарпаття є гарним підґрунтям для організації сирних турів, під час яких можна відвідати місця виробництва сиру, ознайомитись з особливостями його приготування, історією, культурою та традиціями правильного споживання продукту, а також особисто прийняти участь в приготуванні сиру.

Втім недостатня готельна інфраструктура поблизу активно працюючих сироварень свідчить про відсутність повного циклу процесу гостинності в межах надання туристичних послуг.

Таким чином, Закарпаття має всі передумови для стрімкого розвитку сирного туризму, а проблему забезпечення гастротуристів житлом необхідно вирішувати шляхом будівництва туристично-екскурсійних готелів.

Види гастрономічного туризму на Поліссі: дегустація хлібних виробів, дегустація слабоалкогольних напоїв, рибний, ягідно-овочевий, медовий, змішаний.

Дегустація хлібних виробів. Як і по всій Україні, на Поліссі надають перевагу продуктам рослинного походження. Хлібні вироби користуються

великою популярністю серед місцевого населення. Ще й досі багато господинь випікають «чорний» домашній смачний хліб. Також випічка є обрядовими атрибутами багатьох національних свят. З житнього хліба для Полісся найбільш характерні книші (5-7- пелюстковий хлібець з прошарком олії). Пшеничний хліб також є атрибутом святкового столу. Печуть пшеничні паляниці, калачі, пироги з грибами, капустою, сиром, ягодами, горіхами та іншими начинками [71].

Характерним для Полісся також є споживання різних видів каш, найпопулярнішими з яких є гречана й пшоняна. Подають їх з молоком, шкварками, засмажками чи у вигляді куліша. Саме на Поліссі споживають, так звані, каші-розмазні, які готують на сироватці чи маслянці (продукт, переробки молока, який отримують при збиванні вершкового масла) [72].

Із недроблених пшеничних круп варять обрядову різдвяну кутю, заправляючи її узваром із сушених плодів яблук та груш, горіхами й родзинками. Багато страв також споживають із пшеничного борошна – млинців, оладок, вареників, галушок, локшини. Вареники з сиром на Масляну (тиждень перед Великим постом), як і всюди в Україні, готують донині. До них традиційно подають сметану, розтиранку чи ряжанку [72].

Для залучення туристів до даного виду туризму необхідно проводити ярмарки, виставки, на яких туристам будуть пропонуватися вироби з хлібу, короваї, випічка тощо. Ці заходи необхідно перетворити та приурочити до певних свят – супроводжувати театралізованими діями, музичним акомпанементом.

Змішаний туризм. Найтипівішим для поліської кухні є вживання страв з використанням картоплі. До таких відносять: різновиди картопляних гарнірів (варена, смажена, запечена), деруни (смажені на соняшниковій олії картопляні млинці), картопляники (картопляні кнедли з м'якоті відвареної картоплі) та інші. Традиційно, найпопулярнішою овочевою стравою, як і повсюди в Україні, є борщ. Його ж на Поліссі готують у різних варіаціях (червоний – з буряком і капустою, зелений – зі щавлем і холодник – із квасу чи кисляку) [73].

Слід відзначити, що на Поліссі не використовують такої кількості спецій, як у південних районах України. Місцеве населення надає перевагу збереженню оригінальних смакових якостей продуктів, тому зі спецій найбільше використовується часник та цибуля. Також, на Поліссі вживають різні види м'ясних страв, які найбільше готують під час різдвяних свят і на Великдень. Найпопулярніші з них це: кров'янка, ковбаси, сальтисон, м'ясо, печене в тісті, холодець та інші. Особливістю поліської кухні є те, що до м'ясних підлив і соусів до м'яса часто додають гриби, журавлину і кмин [73].

Ягідно-овочевий. Збиральництво характерне для Полісся значно більше ніж для інших регіонів України. Для харчування місцевого населення характерна прихильність до грибних страв і страв із чорниціями (останні є незмінними начинками для вареників і налисників). Для Полісся більше, ніж для інших регіонів України, характерні різні напої: ягідні соки та кваси [73].

Найпопулярнішим соком є березовий, його вживають свіжим, або заквашують житнім хлібом чи ягодами. Не менш популярним напоєм є узвар, який є обов'язковим атрибутом як святкового так і буденного стола поліщуків. Поряд з дегустацією страв та напоїв з ягід та овочів, можливе безпосереднє залучення туристів до процесу збору та заготівлі даних продуктів. Прогулянки лісом та збиральництво чорниць, суниць, журавлини і подальше приготування страв та напоїв, дозволять розкрити увесь колорит життя на Поліссі.

Рибний туризм. Зважаючи на кількість природних та штучних водойм рибальство традиційно є допоміжним промислом. Особливо багаті на рибні ресурси Володимирецький, Зарічнянський, Здолбунівський, Новгород-Сіверський та Ічнянський райони. Найпопулярніші місця для ловлі – це озера Біле, Нобель, Омит, Засвіцьке, Острівське та Воронківське, а також на річках: Стир, Прип'ять, Стохід, Гуйва, Здвиж, Тетерів, Сейм та інші.

Перлиною західноукраїнського рибальства є Шацький національний природний парк. Тут ловлять вугря, судаків, язів, білизни, коропів, карасів, окунів, щук та іншу рибу. Її сушать у печі, в'ялять, смажать та варять [74].

Не менш популярним серед рибалок також є природоохоронні території Качанівського історико-культурного заповідника, Надслучанського регіонального ландшафтного парку, національного природного парку «Прип'ять-Стохід», Поліського та Рівненського природних заповідників.

Вироби з риби представлені на кожному значному святі. Рибний туризм на Поліссі умовно можна поділити на два види: зимовий рибний туризм та літній. Влаштуваючи фестивалі та свята зимою, доцільно залучати туристів до зимової рибалки (вирубка ополонки, процес риболовлі).

Найзручнішим часом для проведення рибного фестивалю є час святкування християнського Водохреща, під час якого відсутній піст та будь-які заборони щодо вживання м'яса та риби і розваг. Літні рибні фестивалі можуть проводитися з початком купального сезону. Їх також можна приурочити до певних свят (святом Івана Купала тощо).

Дегустація слабоалкогольних напоїв. Найпопулярнішими слабоалкогольними напоями на Поліссі традиційно вважаються наливки. Солодкий фруктовий-ягідний спиртний напій отримують майже з усіх ягід, від чого походить їхня назва: вишнівка, слив'янка, смородинівка, тернівка, чорнична, малинова, ожінова, калинова, бузинова та ін. Не меншою популярністю користуються настоянки – горілки на травах і коріннях лікарських трав (зубрівці, звіробої, калгані, чебрецю, м'яті та ін.) [73].

Окрім пізнавального та розважального ефекту, заходи, де можливість скуштувати слабоалкогольні напої, несуть також і лікувальну мету. Багато настоянок та напоїв мають дезінфікуючу та профілактичну дію. Дегустацію таких напоїв можна включити у будь-який тур, у будь-яку пору року по усій території Українського Полісся.

Медовий туризм. Бортництво – традиційне лісове бджільництво слов'ян, відоме в Україні ще з найдавніших часів. Сьогодні поширене фактично лише по кордону з Білоруссю, особливо ж на Центральному Поліссі в районі Поліського природного заповідника, на теренах якого налічується декілька тисяч бортей [75].

Асортимент медової продукції, які пропонують поліські бортники дуже великий – від традиційних гречаних та липових медів до продукції з бджолиного підмору. Велику роль у розвитку медового промислу відіграє туризм. Уже на території Полісся проводяться медові фестивалі та ярмарки, які однак є явищем стихійним. Саме відновлення бджільництва та висока якість медових продуктів можуть стати поштовхом для масового розвитку медового гастрономічного туризму на території Полісся.

Щороку на території Полісся проводиться велика кількість культурно-історичних заходів, які приваблюють вітчизняних та закордонних туристів. Важливим фактором також є не лише розважальний вплив, який здійснюється при залученні до гастро-туризму, а й лікувальна складова. Адже багато підвидів даного туризму пропонують продукцію, яка володіє лікувальними та профілактичними властивостями.

Львів – представник західної української кухні. Кавовий туризм це відносно нова стежка у світовому туризмі і також ще мало досліджений в Україні. Проте, загальновідомим є факт, що кавовою столицею України є Львів. Часто подорожуючі прагнуть завітати до міста Лева заради того, щоб скуштувати львівську каву.

Львів славиться кавою і стравами традиційної української кухні. Але однією з родзинок міста все одно є Музей пивоваріння, де проходять екскурсії, дегустації та вечора любителів пива.

До речі, на території історичної «Львівської пивоварні» відкрили новий музейно-культурний комплекс «Львіварня». Всім відвідувачам музею розкривають секрети темного львівського напою.

Гостям показують найперші кадри і діафільми про пивоварню, а також демонструють техніки виготовлення пива. З музею пивоварні туристи можуть потрапити в ресторан «Хмільний дім Роберта Домса», він розташований там, де раніше були пивні підземелля. До пива подають раків і різноманітні закуски власного виробництва.

Ресторація-музей «Гасова лампа» - місце для гурманів. У кнайпі зібрана величезна колекція Гасова лампа. Відомо, що лампи були винайдені саме у Львові, тому заклад носить таку назву [76].

Полтавщина вражає своєю мальовничою природою, душевністю і колоритністю. Тут туристи познайомляться зі столицею гончарства Опішня, відвідають легендарну Диканьку і багато інших цікавих культурно-історичних місць. Напевно, такого розмаїття національних страв не зустріти ні в жодному іншому місті України. Особливою популярністю серед туристів користуються майстер-класи з приготування відомих полтавських галушок. Саме цим блюдом славиться цей регіон, в самій Полтаві навіть поставили пам'ятник галушці [76].

Найбільшими гастрономічними подіями в Одеській області є свята й фестивалі, представлені в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

## Гастрономічні події Одеської області

Назва події	Дата проведення	Місце проведення
«День помідора»	Серпень	Місто Одеса
«Таки да, смачно!»	Кінець квітня, початок грудня	Місто Одеса
«Свято полуниці»	21-22 травня	Місто Одеса
Фестиваль прянощі і радощі: «Сезам, відкрийся»	Листопад	Місто Одеса
«Свято вина та етнічного мистецтва»	12-13 листопада	Місто Болград
Мультиетнічний гастрофестиваль «Дністровська вертуга»	28 вересня	Місто Біляївка



Фестиваль гастрономічної спадщини «Дністровські гостини»	4-5 жовтня	Село Маяки, Біляївський Район
«Дунайські гостини»	8 вересня	Місто Вилкове
Фестиваль молодого вина «Колоніст»	Кінець серпня- кінець вересня	Болград, виноробня «Колоніст»

*Джерело: розроблено на основі [77-79]*

День помідора відбувається в серпні, в Одесі, на найдідомішій вулиці-Дерибасівській. Під час цього свята відбувається парад червоних автомобілів та мотоциклів, танцювальні змагання, найголовнішою розвагою є ярмарок помідорів, де представлені різноманітні сорти томатів, майстер-класи з приготування страв з помідорами, лекції з правильного вирощування томатів. Дана подія приваблює як фермерів, так і гастрономічних туристів.

«Таки да, смачно» - це гастрономічний фестиваль, який проводиться в Одесі двічі на рік: перед новим роком та в квітні місяці. Під час свята проводяться кулінарні майстер-класи, гастрономічні виступи, концертна програма, а також – ярмарок-святкове меню. Фестиваль відвідують туристи, гурмани та місцеві жителі с дітьми. Даний фестиваль є яскравим прикладом того, як гастрономічний туризм поєднується з подієвим [77].

«Свято полуниці» відбувається в період урожаю полуниці по всьому світу. Так само і в Одесі, з 2016 року проводиться «Свято полуниці». Свято проходить в кінці травня, відвідувачі можуть взяти участь у майстер-класах з приготування страв з полуниці, відвідати еко-ярмарок здорових товарів, а також купити різноманітні сорти полуниці. Весь фестиваль супроводжується концертною програмою для дорослих та дітей [77].

Фестиваль прянощі і радощі: «Сезам, відкрийся» - це фестиваль східної культури. Фестиваль нових гастрономічних вражень, незвичних для українців. Тут представлені стани із яскравими східними спеціями, екзотичними продуктами, туристи мають можливість відчути себе у східних країнах та

відвідати «місцевий» базар. Назва «Сезам, відкрийся» походить з відомої казки «Алі-Баба та печера скарбів» [77].

З 2014 року у Болграді проходить «Свято вина та етнічного мистецтва». Фестиваль проходить для відтворення традицій виноробства, демонстрації гостям фестивалю культури і традицій Одеського регіону, а також для розвитку туризму. Даний фестиваль включають у багато гастрономічних турів та маршрутів, поціновувачі винного туризму планують свій відпочинок, враховуючи дату проведення «Свята вина та етнічного мистецтва». Даний фестиваль створюється як для виробників вина (де вони можуть придбати обладнання для виноробства, дізнатися особливості виробництва різних сортів вина та вирощування винограду), так і для поціновувачів благородного напою (проводяться дегустації вина, закусок та національної кухні).

В рамках проекту «Малі міста – великі враження» було виділено фінансування на проекти ОТГ міст (селищ) до 50 тис. населення. Таким чином в Одеській області 8 об'єднаних територіальних громад отримали фінансування на свої проекти, в тому числі Біляївська та Маяківська ОТГ [77].

28-29 вересня 2019 року вперше проведено мультиетнічний гастрофестиваль «Дністровська вертута». Організатори забезпечили учасників безкоштовними автобусами, знижками на таксі. Учасники фестивалю змогли стати свідками встановлення національного рекорду України – приготування найдовшої вертути України, та навіть спробувати її. Святкування супроводжується ярмаркою з багатьма видами вертут, майстер-класами відомих кухарів.

Даний фестиваль вміщує в собі унікальне поєднання української, болгарської, молдавської, вірменської та інших кухонь. Макіївська ОТГ у 2019 році організувала за виручені кошти фестиваль гастрономічної спадщини «Дністровські гостини» [78].

Головною метою фестивалю було збереження самобутньої гастрономічної спадщини громади, як складової культури України та ефективний ресурс сталого розвитку територіальних громад.

В рамках фестивалю гастрономічної спадщини «Дністровські гостини» були представлені фольклорні колективи, виставка традиційних блюд регіону «Дністровський салон смаку», відбулося відкриття еко-маркету «Своє! Свіже! Сезонне!» проведені ракові перегони та конкурс на найбільшу кількість страв з риби.

У 2018 році проведено фестиваль «Дунайські гостини», у місті Вилкове. Захід об'єднав рестораторів, місцевих виробників продуктів, кращих українських шеф-кухарів, відомих експертів і food-блогерів. Програма фестивалю включала різноманітні заходи: карнавальну ходу представників фермерських господарств, кулінарні майстер-класи, Open air, конкурс на краще городнє опудало і встановлення рекорду з поїдання полуниці. Крім того було встановлено новий національний рекорд із приготування найбільшого об'єму рибної юшки за особливою місцевою рецептурою [79].

Щорічний фестиваль молодого вина на виноробні «Колоніст» надає винним туристам унікальну можливість спробувати молоде вино, адже його неможливо транспортувати та заготовляти. Також гастро туристи можуть приєднатися до процесу збору першого урожаю в році. Все це супроводжується виступами музикальних виконавців, танцями та частуванням.

Отже, проаналізувавши праці вчених, основні стрічки новин та журналів та пропозиції сучасних українських туроператорів, можемо зробити висновок, що Україні є чим похвалитися в сфері кулінарії і гастрономічний туризм має великі перспективи для розвитку, адже практично кожен куточок країни має свої особливості та кулінарні традиції.

Але також бачимо, що на сьогодні не всі області країни (рис. 2.2) досягли великого розвитку в гастрономії, в першу чергу це стосується центральних областей України, де не вистачає фінансової підтримки з боку державного апарату та приватних інвестицій, недостатньо розвинена інфраструктура туристичних кластерів, а також де дуже невисока популяризація даного виду туризму, що гальмує подальший розвиток як для місцевого населення, так і для залучення іноземців.



Рисунок 2.2. Області – лідери та аутсайтери України з розвитку гастрономічного туризму

А також, як ми бачимо практично немає інформації про східні області України та АР Крим, де на сьогодні нестабільна політична та економічна ситуація і як наслідок, немає взагалі ніякого розвитку туристичної сфери.

### 2.3 Аналіз гастрономічних турів по Україні

Їжа вже давно перестала бути тільки засобом підтримки життя людини. Сьогодні це щось більше – джерело естетичного задоволення, засіб пізнання іншого народу. Щоб перепробувати всі страви Всесвіту, не вистачить і цілого життя, але ознайомитися з гастрономічними творіннями основних національних кухонь можливо.

Мета гастрономічного туру – насолодитися особливостями тієї чи іншої національної кухні, захопити саму «душу» місцевої рецептури, а не просто скуштувати величезну кількість страв і напоїв. Активно впроваджуються в

регіоні сільські та міські тури. Під час сільського туру можна насолоджуватися екологічно чистими продуктами, полювати на звірів, збирати ягоди, овочі та фрукти на фермах, гуляти серед виноградників.

Специфіка гастрономічних турів в тому що умови для їх розвитку мають потенціал абсолютно всі країни та регіони; тією чи іншою мірою вони є складовим елементом усіх турів. Але, на відміну від інших видів туризму, ознайомлення з національною кухнею стає головним мотивом, метою та елементом гастрономічної подорожі. Специфіка ще в тому, що вони не носять характер сезонного відпочинку, сприяють просуванню місцевих господарств і виробників продовольчих товарів, підприємства туристичної інфраструктури; популяризують національні (місцеві) кулінарні традиції. Однак в силу своєї специфіки гастрономічні тури не продаються в масовому порядку.

Україна має унікальний потенціал для формування конкурентоспроможного туристичного продукту. Українська кухня багатогранна та специфічна, що пов'язано з полікультурністю населення. Українська кухня виступає суттєвим фактором стимулювання туристичних потоків. А в етнографічних дослідженнях зафіксовано, що українська кулінарія налічує понад 4 тисячі рецептів різноманітних страв із м'яса (особливо свинини), риби, овочів, яєць, молочних продуктів.

В Україні починає активно розвиватися напрям туристичногастрономічної діяльності. Набувають популярності винні тури Закарпаттям, Одеською, Херсонською та Миколаївською областями. Слід зазначити, що Україна входить до п'ятірки країн Європи, де винний туризм має величезні перспективи розвитку і є всесезонним. На думку дослідників, найбільш вдалою формою є поєднання винного та сільського туризму. Відзначають попит на гурман-тури в секторі етнотуризму та сільського зеленого туризму [80].

На Одещині гастрономічний туризм тільки зароджується – відсутні тури в чистому вигляді, але існує велика кількість значущих елементів. В Одеській області пропонують тури «Гастрономічна Бессарабія», «Фрумушіка-Нова», що

дозволяють ознайомитися з гастрономічними особливостями болгарського, гагаузького та молдавського народів, наблизитися до їх культури. Місцева бессарабська кухня відома традиційними молдавськими плациндами, смаженим перцем уманджі та мамалигою, болгарськими стравами з баранини та баницею, гагаузькими кармою та кивирмою, російською кашею та локшиною, рибними стравами, а також іншими стравами, приготовленими за традиційними рецептами Бессарабії, складниками багатьох із них є бринза, овочі, м'ясо й інші місцеві продукти. Такі багаті столи накриють вам тільки мешканці Бессарабії. Крім зазначених, туроператори регіону пропонують міські тури, які передбачають можливість побачити процес виробництва будь-яких продуктів на фабриках і заводах, скуштувати делікатеси в місцевих ресторанах.

Гастрономічні тури, які пропонують в Одесі:

— Meat & Wine Classic – класичне поєднання м'яса, молодого вина, спецій і традиційного одеського колориту;

— Meat & Wine Premium – вища проба в їжі та напоях, майстер-класи кухарів відомих одеських ресторанів та індивідуальний сомельє;

— Odesa & Taste, Odesa & Flavor – літні тури на відкритому повітрі на історично відомому Французькому бульварі. Головною особливістю гастрономічного туризму в Одеській області є поєднання кулінарних традицій багатьох народів [40, с.325].

У квітні 2019 року експерти проекту Євросоюзу «Підтримка системи географічних зазначень в Україні» презентували перший в Україні проект гастрономічного туризму «Дороги вина та смаку» (Додаток А) [81].

Даний проект створюється саме в Одеській області, адже тут проходить автошлях високої якості – Одеса-Рені. До участі в проекті залучені місцеві виробники сиру, вина та інших продуктів, усі вони дали згоду на проходження сертифікації їх продукції. За словами керівника проекту Європейської комісії «Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні» Саверіо Савіо, Туристичний гастрономічний маршрут «Дорога вина та смаку» має впровадити в Україні інноваційний досвід Євросоюзу і сприяти розвитку сільських

територій. Адже у світі щорічні надходження від гастрономічного туризму сягають 150 млрд доларів.

Проект створено за підтримки Євросоюзу, українських міністерств, місцевими громадами, районною адміністрацією, обласною владою Одеської області та багатьма туристичними фірмами. Планується створення сайту [wineandtasteroads.com.ua](http://wineandtasteroads.com.ua), з картою України та картою кожної області, на карті будуть нанесені пункти гастрономічних маршрутів, включаючи й «Дороги вина і смаку» [81].

Турист зможе розрахувати власний маршрут, перевірити наявність та якість дороги, щоб проїхати автівкою, дізнатися де можна заночувати, чи є поруч пляжі або додаткові розваги. Буде інформація щодо умов для людей з особливими потребами, для подорожуючих з малолітніми дітьми або домашніми тваринами, про розташування лікарень тощо.

За допомогою фільтрів можна буде відсортувати тільки виноробні або тільки гастрономічні об'єкти тощо. Кожна локація матиме на порталі власну сторінку з адресою, розташуванням, годинами роботи, переліком та вартістю продукції, можливістю розрахуватися банківською картою, наявністю умов для дітей, додаткових послуги та розваг.

Даний проект вже почали впроваджувати. По-перше, кожен учасник маршруту повинен повністю легалізувати своє виробництво, зареєструватися як юридична особа, отримати всі документи, ліцензії та сертифікати якості. По-друге, експертна комісія визначає рівень розвитку інфраструктури на маршруті: рівень розвитку автошляхів та під'їздів до атракцій, наявність готелів, наявність спеціально відведених місць для дегустації, відповідність виробництва світовим стандартам [81].

Кожен виробник продуктів або гастропослуг може взяти участь та стати частиною гастрономічного маршруту «Дороги вина та смаку», якщо він виконав усі умови, завдяки цьому він отримає промоцію, рекламу та потік туристів.

Маршрут «Дороги вина і смаку» складається з замкнених кіл, для того, щоб можна було відвідати одне коло з усього маршруту за один день. Основними точками маршруту є місто Одеса та Ізмаїл. Найголовніший об'єкт – це виноробня «Шабо». Даний заклад є особливим через високий рівень відповідності світовим стандартам, розвинену інфраструктуру (під'їзна дорога, ресторан, музей), наявність дегустацій, екскурсій. Поруч є Білгород-Дністровська фортеця, є Інститут виноградарства і виноробства імені Таїрова, деякі інші виробники. До усіх об'єктів можна дістатися протягом двох годин, так утворюється перше коло [81].

Окремим об'єктом маршруту є етнографічний комплекс «ФрумушикаНова» (Додаток Б) (відтворене молдавське село, де можна ознайомитися з вівчарським господарством, особливостями проживання в молдавських селах, а також скуштувати традиційну молдавську кухню, бринзу, молочні продукти з овечого молока тощо). На відвідання цього комплексу потрібно виділити цілий день через його віддаленість та відсутність якісного дорожнього покриття.

До третього кола входить місто Ізмаїл на березі Дунаю – туди ходять потяги та автобуси, там збираються відновлювати аеропорт. Місто багате на історичні об'єкти, має мальовничу набережну Дунаю, гастрономічні традиції, а також під'їзд до інших об'єктів гастрономічного маршруту: буйволина ферма в Орловці, виноробня в Криничному, природа озера Ялпуг, інші виробники вина та традиційних продуктів у долині озера, місто Болград з відреставрованим собором, виноробні на трасі М15 до Вилкового та до Одеси [81].

До маршруту входить й відвідання самого міста Вилково, яке називають українською Венецією через велику кількість каналів, які проходять вздовж вулиць. Місто є останнім населеним пунктом на річці Дунай, перед тим, як вона впадає у Чорне море, тому тут сформувалися унікальні гастрономічні традиції, знайомство з якими і передбачає гастрономічний маршрут «Дороги вина і смаку» [81].



Всі гастрономічні і винні подорожі можна умовно поділити на дві основні групи: міські і сільські.

В міських турах, як впливає з назви цієї категорії подорожей, мандрівникам буде запропоновано познайомитися з найбільш автентичними ресторанами, кафе і барами якогось конкретного міста.

В сільських турах є можливість побачити, як готуються деякі страви в домашніх (фермерських) умовах. Саме тут можна проїнятися національним духом, дізнатися більше про кулінарні традиції і, можливо, самому взяти участь у приготуванні будь-якої страви. У добре спланованому гастрономічному турі у туриста є можливість побувати у кількох регіонах, щоб скуштувати найрізноманітніші страви, які готують у тих чи інших краях

Винні тури можуть бути як окремими подорожами, турами вихідного дня, так і комплексними заходами: вони чудово поєднуються з літнім відпочинком, можуть стати справжнім подарунком для учасників інсентивтурів і абсолютно унікально поєднуються з кейтеринговими заходами (корпоративними фуршетами, вечірка' ми, банкетами, святкуваннями різних знаменних дат). Основними відправними точками винних турів є марш' рути "Київ — Одеса" і "Київ — Закарпаття".

Отже, Україна має величезним потенціал розвитку гастрономічного туризму. Українські регіони володіють унікальними національно-культурними і природними особливостями, які цікаві туристам. На сьогоднішній день гастрономічний туризм розглядається в двох напрямках: по-перше, йому стали приділяти увагу як окремому виду світового туризму; по-друге, розвиток гастрономічного туризму в деяких регіонах України до цих пір здійснюється комплексним туристичним продуктом, поєднаним з етнічним і культурним туризмом.

Найбільшою популярністю користуються тури, які передбачають відвідування таких об'єктів гастрономічного туризму як ресторани, музеї, присвячені певному продукту харчової промисловості або сільського господарства, а також підприємства, ферми та інші місця національно-

культурної значущості. Важливо відзначити, що на об'єктах, орієнтованих на гастрономічних туристів, сервіс повинен бути організований у дусі національного колориту.

## РОЗДІЛ 3 ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

### 3.1 Проблеми організації українського гастрономічного туризму

У всьому світі туризм тлумачать як соціально-економічне явище, що має прямий та опосередкований вплив на розвиток всієї пов'язаної з ним інфраструктури.

Однак в Україні, що володіє колосальними туристичними ресурсами, туризм ще не досяг рівня розвитку, адекватного своїм потенційним можливостям. Туристична галузь України має величезний потенціал для розвитку і проявлятися це може в різних формах та видах туризму, адже наша країна має платформу для реалізації та просування всіх видів туризму.

Що стосується безпосередньо гастрономічного туризму, то аналіз стану вітчизняного та міжнародного туристичного ринку свідчить про те, що розвиток його в Україні перебуває лише на початковій стадії і цьому є ряд причин:

- недостатній розвиток туристичної інфраструктури;
- економічна та політична нестабільність у країні;
- недостатньої ефективності реалізації механізму забезпечення пріоритетів державної політики у сфері організації експорту туристичних послуг;
- відсутність загалом комплексного бачення країни як перспективної туристичної дестинації;
- недосконалість реклами українських туристичних центрів за кордоном тощо [82].

В ході дослідження було виявлено, що Україна має достатні можливості для розвитку гастрономічного туризму. Проте на сьогодні даний вид туризму в країні знаходиться на початковому етапі становлення. Це пояснюється

наявністю низки проблем, які стоять на перешкоді успішного розвитку гастрономічного туризму в нашій державі. Проблеми розвитку гастрономічного туризму в Україні зображено на рисунку 3.1.



Рисунок 3.1. Проблеми розвитку гастрономічного туризму в Україні

Звісно причини такої ситуації полягають перш за все в складній соціально-економічній ситуації, в якій знаходиться Україна, в неврегульованому механізмі стимулювання туристичної сфери, відсутності чіткої стратегії розвитку цієї сфери як на регіональному, так і на державному рівнях. Але дана проблема є значно ширшою, адже це питання стосується не лише туризму, та гастрономічного туризму зокрема, а взагалі стратегій розвитку національної економіки України та її виходу на світовий ринок.

Розвиток та діяльність будь-якої економічної сфери перш за все має керуватися певною законодавчою базою. Слід відзначити, що стосовно туристичної галузі нормативно-правова база є недосконалою, неефективною та малодієвою, а в окремих моментах навіть суперечливою та складною для

тлумачення. Це стосується і гастрономічного туризму, адже окремого законодавства в даній сфері наразі не існує [82].

Процес розвитку туризму, зокрема гастрономічного, гальмується відсутністю єдиної системи державного управління у регіонах.

Складна політична ситуація в Україні є вагомим фактором негативного впливу на розвиток в тому числі і гастротуризму. Воєнні дії на Сході країни та анексія Криму призвели до псування туристичного іміджу України, адже багато потенційних туристів сприймають країну, як таку, де триває повномасштабна війна.

Для нашої держави Крим завжди був центром туризму, славився своїми винними традиціями та культурою і особливою місцевою кухнею. Наразі повністю припинені туристичні потоки до Криму як внутрішніми туристами, так і закордонними.

Ще одним викликом для розвитку туризму не лише в світі, а й в Україні зокрема, стало розповсюдження вірусної інфекції Covid-19. На ослаблену війною економіку, яка і раніше не відзначалася швидкими темпами розвитку, тепер покладено ще одну проблему, не передбачену бюджетом 2020-21 рр. – боротьбу з поширенням та наслідками вірусу.

Через закриття кордонів і загрозу подальшого поширення коронавірусу, міжнародний туризм на деякий час змушений припинити свою діяльність. Таким чином, в кращому випадку прогнозується ведення лише внутрішнього туризму в Україні.

Але через інфляцію, скорочення робочих місць і, як наслідок, зменшення доходів громадян, а також значне скорочення видатків на туристичну галузь, можливі кризові явища в даній галузі.

Важливою частиною туристичної індустрії є туристична інфраструктура. Сучасний стан інфраструктури не задовільняє не лише закордонного, а й внутрішнього туриста.

Через це якість послуг не може бути на високому рівні і задовільняти потреби подорожуючих. Часто гастрономічні дестинації пов'язні з

місцевостями, які є віддаленими від центрів та трас національного та міжнародного сполучення [82].

Наприклад, багато гастрономічних фестивалів проходять у сільській та гірській місцевості, куди важко дістатися через брак транспортних комунікацій. А також проблемою є відсутність закладів розміщення та ночівлі на периферії, що стримує гастротуристів від відвідування даних заходів. Це саме стосується невеликих приватних підприємств з виготовлення харчової продукції (сирів, вина, меду тощо).

Невідповідний стан доріг, недостатній розвиток транспортної мережі, відсутність інформаційного облаштування (інформаційних знаків та вказівників) – це негативні явища, які характеризують сучасний стан транспортної системи в країні.

В Україні відчувається брак готельних підприємств, адже за даними Державної служби статистики за 2020 р. в країні налічується 1793 заклади тимчасового розміщення. Підприємства, що надають високоякісні послуги, зазвичай знаходяться у містах, а на периферії гостро відчувається їх недостача. Такі заклади готельного господарства часто перебувають в неналежному стані – розташовані в старих приміщеннях, потребують ремонту та оновлення меблів і білизни [64].

Щодо ресторанного господарства, хоча і спостерігається позитивна тенденція до збільшення закладів харчування в країні, та все ж ринок є недостатньо насиченим.

Для порівняння, в Європі 1 місце в ресторанні припадає на 8 жителів, а в Києві – вже на 35 жителів, у Львові – на 25, в Дніпропетровську – на 40. Так само, як і в готельному господарстві, заклади ресторанного бізнесу сконцентровані переважно у містах. Якісне обслуговування можна отримати далеко не у всіх підприємствах харчування [82].

Для розвитку гастрономічного туризму проблемою є невелика кількість закладів тимчасового розміщення та харчування на периферії, тому що значна частина кулінарних дестинацій знаходиться далеко від великих міст.

Серед інших проблем щодо розвитку гастрономічного туризму варто назвати і дефіцит кваліфікованого персоналу.

Цей вид туризму потребує спеціалістів у сфері туризму, готельно-ресторанного бізнесу, сільського господарства та харчової промисловості. В Україні в достатній кількості функціонують вищі навчальні заклади, заклади середньої спеціальної освіти та професійні училища, що займаються підготовкою необхідних кадрів.

Проте представники навчальних закладів та державних структур управління не мають чіткого уявлення про необхідність тих чи інших спеціалістів на ринку праці.

Також відсутній діалог між навчальними закладами та роботодавцями. Відкриття нових спеціальностей проходить без аналізу потреб бізнесу та промисловості. Як результат, на підприємствах харчової галузі, туристичних фірмах та ін. відбувається навчання та перекваліфікація працівників, що не є ефективним, адже потребує додаткового фінансування та ресурсів.

Таким чином, це впливає на якість обслуговування клієнтів та організацію заходів. Кількість навчальних закладів, що готують спеціалістів в галузі туризму та харчової промисловості вказано в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Кількість навчальних закладів, що готують спеціалістів в галузі  
туризму та харчової промисловості

Область	Кількість ВНЗ що готують спеціалістів в галузі харчової промисловості	Кількість ВНЗ що готують спеціалістів в туристичній сфері	Кількість ВНЗ що готують спеціалістів в сфері готельно-ресторанної справи	Кількість ВНЗ, що готують спеціалістів в сфері сільського господарства	Кількість коледжів та професійних училищ, що готують спеціалістів в сфері туризму та готельно-ресторанної справи	Кількість коледжів та професійних училищ, що готують спеціалістів в газузі харчової промисловості	Кількість коледжів та професійних училищ, що готують спеціалістів в сфері сільського господарства
Всього	37	111	46	24	166	391	222
Вінницька	2	3	3	1	4	23	13
Волинська	1	4	2	1	4	11	6
Дніпропетровськ	4	8	4	1	11	28	11

а							
Донецька	-	4	2	-	22	40	13

Продовження табл. 3.1

Житомирська	-	2	1	1	5	9	10
Закарпатська	1	3	2	-	8	7	4
Запорізька	1	6	6	1	13	27	11
Івано-Франківська	-	4	1	1	7	12	7
м. Київ	5	21	10	1	14	8	1
Київська	1	1	2	1	4	5	9
Кіровоградська	-	2	2	1	2	17	5
Луганська	1	1	1	2	3	5	4
Львівська	4	7	4	1	17	28	8
Миколаївська	-	6	5	1	5	22	9
Одеська	1	5	5	1	7	15	12
Полтавська	2	5	3	1	6	22	15
Рівненська	-	2	2	1	4	10	8
Сумська	-	2	1	1	3	22	17
Тернопільська	-	2	4	-	4	16	13
Харківська	5	8	8	1	9	30	17
Херсонська	1	1	1	1	4	11	4
Хмельницька	-	4	3	1	3	11	11
Черкаська	3	5	5	1	4	3	4
Чernihвецька	2	3	2	1	1	6	6
Чернігівська	1	2	1	2	2	3	5

В наш час реклама є важливим чинником розвитку будь-якого бізнесу та виду діяльності. Проте, щодо гастрономічного туризму, то тут існує велика проблема.

Рекламні кампанії, присвячені просуванню унікальних продуктів в регіонах України, або зовсім не проводяться, або проводяться безсистемно і хаотично, не враховуючи потреби потенційних туристів, ні об'єктивні обставини. В країнах світу гастрономічні тури стали невід'ємною частиною туризму. А Україна, маючи усі можливості для розвитку цієї сфери, не має іміджу гастрономічної країни серед країн світу.

На жаль, через відсутність промоуції, закордонні туристи не мають інформації про нашу національну самобутню кухню, багато страв якої є унікальними та вирізняються своїми смаковими властивостями.

Власне навіть жителі України не є інформованими про потенціал гастрономічного туризму, а саме про наявність концептуальних ресторанів,



гастрономічних свят і фестивалів, кулінарних центрів та маршрутів тощо. Часто DESTИНАЦІЇ гастрономічного туризму відомі лише місцевим жителям, а населення сусідніх регіонів взагалі не здогадується про їх існування. Кількість навчальних закладів, що готують спеціалістів в галузі туризму та харчової промисловості

Рекламні агенства та туристичні фірми не проводять достатньої кількості маркетингових досліджень в цій сфері, немає централізованого підходу та загальної інформаційної системи.

Дослідивши ресторанний ринок України, можна стверджувати про наявність такої проблеми, як недостатня кількість ресторанів української кухні, всього 36,8 % від загального обсягу [64].

Не зважаючи на таку потужну українську кухню, яка увібрала у себе столітні традиції та способи приготування, вона залишається маловідомою для закордонних туристів. За смаковими властивостям українська національна кухня не поступається таким всесвітньо відомим кухням як італійська, французька, японська тощо.

Ресторатори з обережністю відносяться до відкриття національних ресторанів в Україні, вважаючи, що більші прибутки можна отримати впроваджуючи закордонні кухні. І, як результат туристи не мають змоги долучитися до українських кулінарних традицій.

Окрім малої кількості ресторанів національної кухні, існує й інша проблема. Чомусь ресторани української кухні асоціюються з хатинами під стріхою, старими млинами, дубовими столами і лавами, віночками і шароварами. Це звичайно є доречним, і такі ресторани мають право на існування.

Але прослідкувавши сучасні світові тенденції стосовно функціонування ресторанів, хочеться зламати стереотип щодо позиціонування українських ресторанів з селом, адже наша національна кухня може бути вишуканою, сучасною та європейською. Відрадно, що ресторани сучасної української кухні

вже почали з'являтися на теренах України, але їх кількості ще недостатньо (додаток В).

Так як гастрономічний туризм є відносно новим видом туризму, то чіткого розуміння, яким повинен бути гастротур немає навіть у постачальників послуг. Гастрономічні події, які проходять в регіонах, часто невелиють саму ідею гастротуризму.

Не всі українські туроператори наразі пропонують гастрономічні подорожі. А наявні гастрономічні тури в межах України часто є однотипними, спрямованими в одні і ті ж самі місцевості та десинації. Нами було проаналізовано пропозиції національних туроператорів і виявлено, що більшість гастрономічних маршрутів прокладено в Закарпатській, Івано-Франківській, Львівській та Одеській областях. Поодинокі маршрути існують в Полтавській, Київській, Херсонській, Тернопільській та ін. областях [82].

Туроператорами не освоюються нові гастрономічні дестинації, не проводиться в достатній мірі рекламна кампанія, через цей вид туризму є малопопулярним серед жителів нашої держави (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

## 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 р-н - Виноградів - Стневській перевал - Колочава - Сойми - Львів	2 дні / 1 ніч
	«Фестиваль дерунів»	Київ - Коростень - Київ	1 день

## Продовження табл. 3.2

«Відвідай»	«Закарпатські насолоди + фестиваль ріплянки у Колочаві»	Львів- Ужок-Перечин-Барвінок – Снредне – Виноградів – Синевирський перевал – Колочава – Соїми - 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
	«Галиця тур»	«Вилково, Шабо, Акерман»	Одеса – Вилково – Затока – Білгород-Дністровський – Шабо – Одеса
Гастротур «Карпатські смаколики»		Івано-Франківськ – Татарів – Буковель – Верховина – Кривопілля – Косів – Снятин – Івано-Франківськ	3 дні / 2 ночі
«Хмільний Львів»		Львів	3 дні/2 ночі

	«Сиро- винний тур Закарпаттям»	Львів – Мукачево – Берегово – Нижнє Селище – Іза – Міжгір'я – Келечин – Пилипець - Львів	2 дні / 1 ніч
--	-----------------------------------	--	------------------

Закінчення табл. 3.2

«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
	«Соледар і підземний завод шампанських вин»	Харків – Бахмут – Соледар - Харків	1 день
«КийАвіа»	«Гастрономічний тур до Львова»	Київ –Львів -Київ	2 дні / 1 ніч

Таким чином, завадою для розвитку гастрономічного туризму в Україні стала низка проблем: недосконале законодавство стосовно туристичної галузі; складна політична та економічна ситуація; пандемія Covid-19; неякісна інфраструктура; недостатня кількість закладів розміщення та харчування; недостача кваліфікованих кадрів; недостатнє інформаційно-маркетингове забезпечення; однотипність і невелика кількість гастрономічних маршрутів; невелика кількість ресторанів української національної кухні. Отже, можемо зробити висновки, що на сьогодні існує достатня кількість проблем, яка гальмує розвиток туризму загалом і в особливості такий новий для України вид туризму, як гастрономічний.

### 3.2 Тенденції та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні

Перспективи розвитку гостротуристичної сфери в Україні залежать від наявності туристичних ресурсів, створення умов для залучення іноземних інвестицій, розвитку внутрішнього споживчого ринку та насичення його послугами та товарами високої якості. Крім того нормативно-правова база в галузі туризму потребує адаптації до законодавства Європейського Союзу.

Для цього потрібно на державному рівні визнати туризм однією з пріоритетних галузей економіки. Гармонізація українського законодавства з нормами європейського та міжнародного права забезпечить створення правового поля в сфері туризму, яке не перешкоджатиме для функціонування туристичної діяльності як на українському, так і на міжнародному туристичному ринку.

Важливим завданням є внесення змін та доповнень до законів України «Про туризм» та «Про курорти», та інших законодавчих актів, що мають вплив на туристичну сферу. Для врегулювання функціонування гастрономічного туризму необхідно до законів внести відповідні норми, які б забезпечили ефективне ведення цього виду туризму. Адже наразі, окремого законодавства стосовно гастрономічного виду туризму не існує. Окрім того, потрібно створити стабільне правове поле для розвитку сприятливого інвестиційного клімату в галузі туризму.

Для популяризації гастрономічного туризму в Україні за підтримки Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України, Департаменту туризму та курортів та інших фахових професійних об'єднань доречним є розпочати національний проект, в рамках якого створити єдину

інформаційну платформу, що міститиме інформацію про заклади харчування (їх кількість, типи, місце розташування, концепцію тощо); календар гастрономічних свят, фестивалів, майстер-класів, конференцій та семінарів; діяльність гастромузеїв; підприємства з виробництва харчової продукції, де надаються екскурсійні послуги; гастрономічні центри; маршрути та послуги туристичних підприємств.

В даному ресурсі доречною буде розробка гастрономічної карти України, де за містами та регіонами можна знайти актуальну інформацію стосовно гастрономічного туризму. Також актуальною може бути розробка мобільного додатку для смартфонів та планшетів, який дозволить швидко та зручно віднайти необхідну для користувачів інформацію. Приклад гастрономічної карти зображений в додатку Г [83].

Імідж України як гастрономічної країни на міжнародній арені має створювати нове покоління кваліфікованих кадрів сфери туризму та галузей, які є суміжними з гастрономією. Вони мають примножити традиції української гостинності за забезпечити високий рівень обслуговування туристів, що буде відповідати сучасним стандартам якості. Потрібно привести у відповідність обсяги підготовки кадрів за освітньо-кваліфікаційними рівнями (молодший спеціаліст, бакалавр, магістр) до потреб ринку. При цьому важливо піднімати престиж усіх працівників, що задіяні в цій соціально значущій сфері діяльності. Варто підвищувати стандарти якості освіти в Україні до міжнародних, коли фахівець після закінчення навчального закладу відразу може приступати до виконання своїх обов'язків, а не проходити підготовку та перепідготовку, що на даний час є досить поширеним [84].

Запорукою розвитку гастрономічного туризму є вдосконалення туристичної інфраструктури. Формування туристичної інфраструктури має відбуватися відповідно до міжнародних вимог, що дало б змогу задовільнити потреби гастрономічних туристів як з України, так і представників інших країн, а також забезпечувати надходження до місцевого та державного бюджетів.

У перспективі для розвитку гастротуризму потрібно зайнятися вирішенням проблем транзитних перевезень, організацією залізничного сполучення, розвитком автомагістралей та під'їздів до гастрономічних об'єктів.

Для організації якісного перевезення туристів недостатньо лише наявності автодоріг. Потрібно постійно займатися розвитком дорожньої інфраструктури через поліпшення транспортно-експлуатаційного стану доріг та покращення рівня безпеки руху на автошляхах, створення мережі сільських доріг та вдосконалення туристично-інформаційної системи вздовж автомагістралей [85].

Щодо закладів розміщення та харчування, то необхідно збільшувати їх кількість особливо в сільській місцевості та вздовж автомобільних трас. Перспективним є робота над вдосконаленням вже існуючих закладів, а саме їх переобладнання та підвищення якості обслуговування.

Для гастрономічного туризму пріоритетним є створення агросадиб. Так туристи можуть долучитися до життя у сільській місцевості: збору врожаю, догляду за домашніми тваринами, ознайомитися з процесом виробництва продукції, покуштувати екологічно-чисті страви. Такі садиби можна організовувати як на базі фермерських господарств, так і одноосібних господарів. Таким чином, слід інформувати та стимулювати людей, які проживають у цікавих гастрономічних центрах, до створення агросадиб. Це матиме користь і для їх власників, і для розвитку туризму у регіоні, і звичано для самих туристів.

Ресторанний бізнес в Україні потребує серйозного переосмислення та впровадження досягнень науково-технічного прогресу. Новими перспективними напрямками кулінарії є фьюжин та молекулярна кухня. «Фьюжин» в перекладі з англійської мови означає «злиття». Цей напрям кулінарії поєднує смаки і стилі традицій Сходу і Заходу, старого і нового; екзотичні продукти замінюють на місцеві, кулінарні традиції інших регіонів адаптують до місцевих смаків; поєднують незвичні інгредієнти тощо. Молекулярна кухня заснована на тому, що в процесі приготування

використовуються новітні досягнення молекулярної хімії, що дозволяють отримати незвичайні страви. За допомогою рідкого азоту відбувається обробка продуктів, також для приготування страв використовуються такі незвичайні технології як емульсифікація (змішування нерозчинних речовин), стерифікація (створення рідких сфер), желювання, карбонізація, збагачення вуглекислотою, вакуумна дистиляція.

Також в ресторанному бізнесі зароджується новий напрям – демократичні ресторани. Вони поєднують в собі технологію фаст фуду та якість національної кухні.

Концепція «фрі фло» (вільний рух) передбачає приготування страв в присутності відвідувачів, відсутність офіціантів, відкриту кухню та багатий асортимент страв.

Такі напрямки розвитку ресторанного бізнесу є досить популярними у світі, а в Україні вони лише набувають поширення. Новітні технології здатні підвищити інтерес до традиційної національної кухні. Тому ці впровадження є досить перспективними для українського гастрономічного ринку.

Окрім цього, у світі є тенденція до створення ресторанів у незвичайних місцях, з провокуючими інтер'єрами, концепцією та унікальними стравами та подачами. Такі заклади можуть розміщуватися під водою, під шаром льоду і снігу, у вигляді атракціону, на дереві, у пустелі, в скелі, в печері тощо. Вони використовують найрізноманітніші концепції: ресторан-в'язниця, ресторан-сафари, ресторан-туалет, ресторан-акваріум тощо.

В Україні креативні ресторатори починають впроваджувати цікаві ідеї щодо створення та оформлення ресторанів. Наприклад, ресторанний комплекс «Кабачок на бочок» знаходиться у перевернутому будинку; абсент-бар «Палата №6» схожий на справжню психіатричну лікарню, де офіціантами є медсестри, а напої подають у пробірках; у фіто-кафе «Соляна печера» весь інтер'єр створений з цілющої солі; ресторан «Спотикач» спроектовано у вигляді затишної багатокімнатної квартири тощо.



Отже, існує значна перспектива для розвитку подібних ресторанних закладів, адже вони є цікавими не лише для закордонних туристів, а й для місцевих жителів.

Наразі жоден з українських ресторанів не входить до відомих світових ресторанних рейтингів. Але нещодавно у Києві проводилося «Шоу високої кухні», в якому взяли участь кухарі зі світовим іменем, в тому числі володарі зірок Мішлен. Для українських шеф-кухарів це стало визначною подією і поштовхом до розвитку та вдосконалення. В Україні вже сьогодні існують заклади високого рівня та працюють кухарі, які в перспективі можуть отримати цю високу відзнаку, або ж потрапити до інших відомих світових рейтингів [86].

Говорячи про просування гастротуристичних дестинацій, важливим чинником є формування та просування бренду території. Загалом у туризмі гастрономічна компонента турпродукту формує імідж дестинації.

На сьогодні проведено недостатньо роботи щодо розробки гастрономічного брендингу в Україні. Формування бренду території має відбуватися не лише на основі гастрономічних досягнень, а покладатися на історію міста, його культурні особливості, традиції, міфологію.

Не можна отожднювати кухню окремого населеного пункту та в цілому кухню всієї країни, бо в цьому випадку втрачається гастрономічна компонента територіального бренду, кулінарна унікальність та привабливість.

Наразі у деяких містах України уже сформувався певний гастрономічний бренд. Так Полтава – місто галушок, Львів – місто кави та шоколаду, Коростень – деруна, Ніжин – огірка тощо. В перспективі багато українських міст та місечок можуть створити власні гастрономічні бренди. Це допоможе популяризувати території, залучати туристів та наповнювати місцеві бюджети. Це завдання знаходиться в компетентності місцевих органів самоврядування, громадських організацій, бізнесу та всіх небайдужих.

Важливим завданням є підтримання діючих та створення нових об'єктів гастрономічного туризму: гастромузеїв, дегустаційних залів, гастрономічних центрів, кулінарних заходів, підприємств харчової промисловості. Щодо

гастрономічних фестивалів, то їх є достатня кількість, проте варто попрацювати над їх тематикою, вдосконаленням програми проведення, осучасненням технічного забезпечення. Гастрономічні музеї потребують розширення експозиції та модернізації приміщень.

Функціонування дегустаційних залів має перейти на вищий рівень обслуговування з залученням професійних сомельє, барменів, офіціантів, враховувати традиції та культуру споживання тих чи інших алкогольних напоїв. Багато підприємств харкової промисловості потребують оновлення матеріально-технічної бази виробництва, впровадження новітніх технологій виготовлення харчової продукції. Загалом усі об'єкти гастрономічного туризму потребують значних фінансових вкладів та ефективної маркетингової політики.

Так як у світі гастрономічний туризм набув масового явища, має свої здобутки та традиції, то не зайвим буде вивчення кращого міжнародного досвіду функціонування гастрономічного туризму у галузях харчової та виноробної промисловості, в ресторанному господарстві та впровадженні новітніх екологічних технологій вирощування та переробки сільськогосподарської продукції. Співпраця з провідними спеціалістами в галузі гастрономічного туризму з таких країн як Італія, Іспанія, Франція, Швейцарія тощо є ефективним інструментом для підвищення якості надання послуг у сфері кулінарного туризму та популяризації України на міжнародному ринку як перспективного гастротуристичного напрямку [86].

Отже, Україна має значні перспективи для розвитку гастрономічного туризму. Першочерговим завданням для цього є вдосконалення законодавчої бази у туристичній сфері. Перспективним є створення національного проекту з інформаційною платформою, яка буде забезпечувати повною інформацією щодо діяльності гастрономічного туризму в Україні. Підготовка кадрів у галузі та вдосконалення інфраструктури має орієнтуватися на кращі здобутки міжнародної практики. Ресторанний бізнес має спиратися на новітні технології в приготуванні страв, наприклад «фьюжин» та «молекулярна кухня». Наразі поступово на ринку з'являються концептуальні заклади харчування, є тенденція

до збільшення їх кількості у найближчий час. Для розвитку гастрономічного туризму необхідним є подальша розробка та просування бренду території, як такої, що може задовольнити потреби гастрономічних туристів.

У перспективі є покращення діючих та створення нових об'єктів гастротуризму шляхом підтримки від місцевих органів самоврядування, бізнесу та інших інвесторів.

### 3.3 Розробка гастрономічного туру по Україні

В процесі роботи нами було досліджено, що гастрономічні тури в основному розроблено в західних та південних регіонах України, і в багатьох випадках вони є однотипними, адже пропонують відвідання одних і тих самих гастрономічних дестинацій. Тому нами було розроблено тур за новим напрямком у регіоні, де даний вид туризму не є пріоритетним.

«Гастрономія Рівненщини» - пізнавально-гастрономічний тур в межах Рівненської області. За видом пересування – автомобільний (автобусний). Розрахований на вікову категорію молодь 21+ та людей середнього віку з середнім доходом. Тривалість подорожі – 3 дні/2 ночі.

Даний тур є сезонним і передбачає відвідання регіону в період починаючи з кінця квітня до середини вересня. Вартість туру - 1793 грн. на одну особу. Розрахунок вартості туру зображено в табл. 3.3.

Таблиця 3.3

#### Розрахунок вартості туру ндля 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 агросадибі «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
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

Продовження табл. 3.3

Нехай транспортні послуги	7000 грн
Загальна вартість послуг	520+200+3600+1600+1280+400+9120,42+1120+1280 = 19 120,42 грн
Податки та винагорода співробітників	
Нехай розмір податків та адміністративних витрат 20%	19 120 * 0,2 = 3824 грн
Нехай винагорода гідів 10 %	19 120 * 0,1 = 1912 грн
Нехай винагорода туроператора 20%	19 120 * 0,2 = 3824 грн
Вартість туру на 1 особу	1793 грн

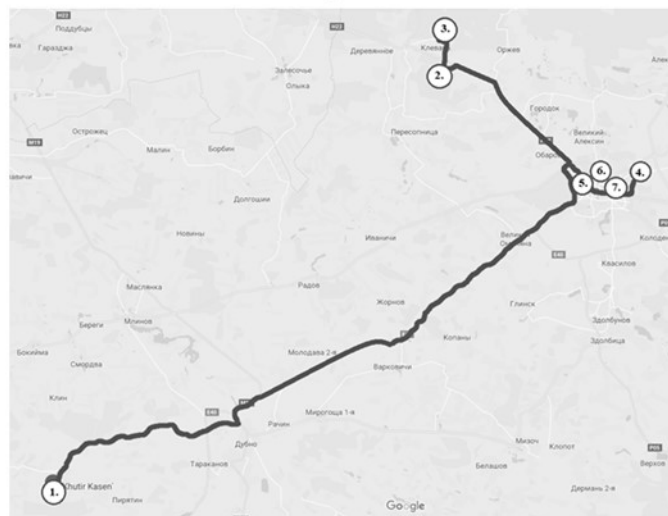
За формою маршрут – комбінований: м. Київ – м. Дубно – с. Таракаїв – с. Повча – с. Зоря – смт Клевань – м. Рівне – смт. Гоща – м. Київ. В програмі туру передбачено відвідування 10 destinations.

Головними об'єктами є: агросадиба «Хутір Касень», садиба-пасіка Федора Анненькова, пивзавод «Рівень», Музей бурштину, підприємство «Дубровецький мацик», завод продтоварів «Пригощайся». Серед додаткових об'єктів : Дубенський замок, Тараканівський форт, Тунель кохання, Гощанський парк пам'ятка садово-паркового мистецтва (рис. 3.2).

### День 1. Київ - Дубно -Тараканів - Повча



### День 2. Повча - Зоря -Клевань - Рівне



### День 3. Рівне - Гоща - Київ



Рисунок 3.2. Маршрут подорожі «Гастрономія Рівненщини»

Пізнавально-гастрономічний тур «Гастрономія Рівненщини» передбачає відвідування цікавих історичних та природних пам'яток Рівненщини, екскурсійні програми та майстер-класи на підприємствах з виготовлення пива, кондитерських виробів та місцевого делікатесу «мацика», відвідання музею,

проживання в агросидибі на території вівцеферми, апітерапію і дегустації різноманітних місцевих страв та напоїв.

Програма туру «Гастрономія Рівненщини» наведена у табл. 3.4.

Таблиця 3.4

## Програма туру «Гастрономія Рівненщини»

Час	Вид діяльності	Примітка
<b>День 1.</b>		
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	Прибуття у с. Повча на території. Агро-садиби «Хутір- Касень». Поселення. Відвідання вівце-ферми, заняття ове-терапією та дегустація молочної продукції.	Проживання, харчування, оветерапія та дегустація молочних продуктів входить у вартість туру. На території агро-садиби можна відвідати лазню, придбати чаї з дикорослих лікарських рослин та молочну продукцію, взяти велосипед в оренду та пограти в теніс за додаткову плату.
18:30	Вечеря від господарів хутору. Вільний час.	Вечеря входить у вартість туру
<b>День 2.</b>		
8:00	Сніданок. Виселення.	Сніданок входить у вартість туру
9:00	Відправлення у с. Зоря.	
10:30	Прибуття у с. Зоря, відвідання садиби Федіра Анненькова. Апітерапія, дегустація медової продукції.	Апітерапія входить у вартість туру. Процедура апітерапії передбачає відвідання пасіки, дегустацію медової продукції, сон на вуликах. На території садиби 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 у м. Рівне. Обід в ресторані «БарМаки». Відправлення до Рівненської пивоварні.	Обід в ресторані не входить у вартість туру
14:40	Прибуття на територію пивзаводу «Рівень». Екскурсія пивоварнею. Дегустація пива. Вільний час. Відправлення до Музею бурштину.	Екскурсія на пивзаводі та дегустація пива входить у вартість туру. Рекомендовано відвідати магазин-бар «Рівень», де можна придбати пивну та сувенірну продукцію.

## Продовження табл. 3.4

15:30	Прибуття до Рівненського музею бурштину. Екскурсія та дегустація місцевого напою «бурштинівки».	Екскурсія та дегустація входить у вартість туру. Біля музею знаходиться магазин, де можна придбати вироби з бурштину та бурштиновий напій.
16:45	Поселення у готель «Мир». Вільний час.	Проживання та сніданок входить у вартість туру. Вечерю у готелі можна замовити за додаткову плату. Пропонуються факультативні екскурсії «культурно-архітектурний центр Пересопниця «(150 грн.) та «До князів Острозьких» (200 грн.).
<b>День 3</b>		
9:00	Сніданок. Виселення з готелю.	Сніданок входить у вартість туру
10:00	Прибуття до підприємства «Дубровицький мацик». Участь у майстер класі з приготування мацика, дегустація сирів'яленого м'яса.	Участь у майстер-класі та дегустація сиров'яленої м'ясної продукції входить у вартість туру. На підприємстві можна придбати м'ясну продукцію
11:00	Відправлення у смт Гоща	
11:30	Прибуття до смт Гоща на територію підприємства «Пригощайся». Екскурсія кондитерським заводом, дегустація фірмових виробів.	Екскурсія та дегустація входить у вартість туру. При заводі діє фірмовий магазин, де можна придбати кондитерські вироби.
13:10	Прибуття на територію парку пам'ятки садово-паркового мистецтва та сидиби панів Валевських екскурсія.	Екскурсія входить у вартість туру. Біля парку знаходиться супермаркет «Наш край», де можна придбати продукти в дорогу.
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 включені: проживання в агро-садибі «Хутір Касень» с. Повча та в готелі «Мир» м. Рівне; перевезення; екскурсії Дубенським замком, Тараканівським фортом, вівцефермою, Тунелем кохання, підприємствами «Рівень», «Дубенський мацик», «Пригощайся», Музеєм бурштину, Гощанським парком; харчування в закладах проживання (сніданок і вечеря); оветерапія та апітерапія; дегустації молочної продукції на вівцефермі, медової продукції на пасіці Федора Анненькова, пива на заводі «Рівень», бурштинівки в Музеї

бурштину, сиров'яленої продукції на підприємстві «Дубровицький мацик» та кондитерських виробів на заводі «Пригощайся».

У вартість туру не входить харчування у закладах «Terrace Grill», «БарМаки», «Щедрий млин» та додаткові екскурсії:

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

Дубенський замок – замок, що належав князям Острозьким в XV ст., є одним з найстаріших та найбільш збережених замків України. Будівля зведена у середньовічному стилі з пишними оздобленими залами і палацами та суворими мурами і склепіннями. Оточений Дубенський замок річкою Іквою, а також великою кількістю старовинних гармат, що забезпечило міцне укріплення і, як наслідок, замок ніколи не було взято в облогу. На території замку передбачається 60-хвилинна екскурсійна програма та обід в ресторані «Terrace Grill». Даний заклад харчування пропонується не випадково, справа у тому, що тут можна спробувати страви, притаманні регіону, а також делікатеси, які готували у часи розквіту Острозького князівства [87].

Тараканівський форт – архітектурно-фортифікаційна пам'ятка XIX століття, військове містечко, яке збудоване з метою укріплення кордонів Російської імперії за наказом царя Олексія III. Форт являє собою споруду з житловими та військовими приміщеннями, які побудовані у формі ромбу зі стінами близько 240 метрів заввишки. Найбільшу роль Тараканівський форт зіграв у роки I Світової війни, а саме під час відомого Брусилівського прориву. Зараз будівля являє собою закинутий могутній комплекс, схожий на лицарський палац, серед дикої незайманої природи, що таїть в собі сотні легенд [88].

У селі Повча Дубенського району знаходиться незвичайна агросадиба «Хутір Касень». При садибі функціонує овеча ферма, адже знаходиться комплекс на височині, що є дуже сприятливим для розвитку вічарства. Тут пропонується якісне та комфортне розміщення у спеціально облаштованих гостьових кімнатах з електроенергією, wi-fi та гарячою водою. Туристи мають



змогу відвідати лазню, басейн, здійснити велопогулянку та зайнятися фотополюванням. Родзинкою серед послуг в агросадибі є оветерапія – лікування за допомогою овець, що передбачає відвідування ферми, проведення часу з тваринами, догляд за ними та дегустацію продукції вівчарства (молока, сиру). Господарі комплексу забезпечують туристів повноцінним харчуванням з використанням екологічно чистих продуктів власного виробництва. Також відвідувачі мають змогу зайнятися збиральництвом дикорослих ягід та грибів, адже садиба розташована поруч з лісом. Окрім овець на фермі можна побачити кіз, коней, незвичайних кучерявих свиней та пасіку. Господарі організували для туристів невеликий музей, де представлені старовинні селянські речі. Також при садибі можна придбати молочні продукти, продукти бджільництва, чаї з диких лікарських рослин тощо [89].

Федір Анненьков – професійний хірург, який займається бджільництвом. У своєму рідному селі Зоря, що знаходиться в Рівненському районі, він створив пасіку-здравницю, де проводить сеанси апітерапії. До комплексу цієї процедури входить вживання продуктів бджільництва (меду, пилку, прополісу, маточного молока тощо), укуси бджіл, сон на спеціально облаштованих вуликах. Вважається, що в результаті проходження апітерапії нормалізується тиск, покращується серцебиття та кровообіг, очищуються бронхи, гальмується процес старіння та загалом стабілізується самопочуття. На пасіці пана Федора можна придбати продукти бджільництва, а також взяти участь у процесі догляду за бджолами та добуванні меду [90].

Тунель кохання – п'ятикілометровий зелений тунель, який проходить вздовж залізничної колії та непрохідного лісу. Залізнична дорога була побудована в часи СРСР у військових потребах та засаджена деревами для маскування. З часом дорога стала не потрібною, а поїзд, який щоденно тут проходив, створив зелений округлий коридор ідеальної аочної форми. Зараз це одна з найпривабливіших фотолокацій в Україні, з якою пов'язано багато романтичних легенд [92].

Рівненський пивзавод «Рівень» створений чеськими пивоварами в середині XIX століття під назвою «Паровий пивоварний завод «Бергшлоссь» в честь його засновників. Продукція «Рівень» вирізняється з-поміж інших своєю якістю та яскравим смаком і у 2000 р. отримала срібну нагороду на професійному Міжнародному конкурсі пива. На заводі виготовляють чорне та світле пиво «Бергшлосс», «Празьке», «Жигулівське» та фірмове пиво «Рівень». Окрім пивної продукції виготовляють безалкогольні напої та мінеральні води. На пізнавальній екскурсії по пивоварні туристи мають змогу ознайомитися з етапами та технологією приготування пива, відвідати різноманітні заводські приміщення та, звісно, продегустувати пивну продукцію. Придбати пиво туристи можуть у магазині «Рівень», що знаходиться біля заводу, а також у таких закладах, як бар «Бергшлосс», ресторації «Кант» та у шинку «Рівень» [93].

Рівненщина – край бурштину. Лише у північних регіонах області можна знайти цей «сонячний камінь». У м. Рівне на базі бурштинової фабрики діє Музей бурштину. В експозиції музею – камінці віком від 40 млн років та ювелірні вироби, які виготовлені з них. Найціннішими експонатами є камені з закристалізованими комахами. Найдавніший виріб з цього каменю – диск-амулет, якому приблизно 2500 років та двохкілограмовий бурштиновий камінь. Окрім цього у музеї можна спробувати місцевий напій – бурштинівку, що являє собою міцну горілку настоянку на цих дрібних бурштинових камінчиках. Даний напій має яскравий золотий колір та цілющі властивості. Вироби з бурштину та «бурштинівку» можна придбати в магазині біля музею [94].

Мацик – унікальний сиров'ялений м'ясний продукт, який готують на Рівненщині. За смаковими характеристиками він може стати конкурентом іспанському хамону. «Дубровецький мацик» - одне з найкращих підприємств з виготовлення цього делікатесу. Пані Людмила, власниця підприємства, проводить майстер-класи з виробництва мациків та дегустації цього смачного продукту. На підприємстві виготовляють різноманітні види мациків: з вином, з часником, з грибами, у вигляді ковбаси, у вигляді кулі, зі свинини, з курятини

тощо. Середня ціна такого продукту 400 грн за кілограм, а придбати продукцію можна на цьому ж підприємстві [95].

Гощанський завод продтоварів «Пригощайся» - найкращий виробник кондитерських виробів в регіоні. Основна спеціалізація заводу – виготовлення шоколадних цукерок з горіхами та сухофруктами. «Пригощайся» виготовляє більше 30 видів цукерок та декілька видів зефіру. В асортименті - фруктові цукерки з бананом, грушею, яблуком, інжиром, чорносливом, курагою та ін; горіхові: метеорит, гриляж, східна ніч; з марципаном; брендові: «бурштиновий шлях», «рівненщина туристична», «панські витрибеньки»; з лікером: вишневі та виноградні тощо.

Для туристів на заводі проводять цікаві екскурсії, де демонструють процес приготування цукерок та інших кондитерських виробів, також їх можна продегустувати. При заводі діє магазин, де можна придбати кондитерські вироби «Пригощайся». Цікавим є те, що завод займається пропагування туризму на Рівненщині і втілює цю ідею у виготовленні своєї продукції та обгортки до них, наприклад коробки з солодощами мають назви: «Гостинний край», «I love Рівне», «Красносільські вітряки», «Рівненщина туристична», «Тунель кохання» тощо.

Гощанський парк – парк пам'ятка садово-паркового мистецтва, що пов'язана з діяльністю панів Валевських, які проживали у Гощі в ХІХ столітті. Парк відомий своїми рідкісними рослинами, зокрема дволопатеvim гінкго та болотяним дубом, а також дивовижними ландшафтами. У парку зберігся маєток, так звана Садиба Валевських. Ще однією відомою будівлею, що розташована в межах парку є старовинна Михайлівська церква та жіночий монастир [96].

Отже, нами було розроблено інноваційний тур «Гастрономія Рівненщини» в межах Рівненської області. Тур розрахований на молодь та людей середнього віку та передбачає відвідування історичних та природних дестинацій, а також об'єктів гастрономічного туризму. Впродовж туру туристи мають змогу ознайомитися з процесом приготування різномантних місцевих страв та напоїв,

продегустувати їх, придбати сувенірну кулінарну продукцію та оздоровитися шляхом проходження процедур з вівчарної та бджолоїної терапії.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Відповідно до визначених завдань дослідження та результатів проведеного аналізу в роботі вдалося досягти певних висновків:

1. Гастрономічний туризм є важливим елементом для знайомства з культурою, побутом та стилем життя певної відвідуваної місцевості. Вона полягає у пізнанні та навчанні, дегустації унікальних страв.

Гастрономічний туризм вважають допоміжним інструментом для вивчення та пізнання культури спадщини країн та народів світу. Для гастрономії територія є основним фактором, тому що вона зумовлює ландшафт, культуру, унікальні продукти харчування, технологію, етнічні страви. Саме територія визначає гастрономічну ідентифікацію, звідси подорожі слугують зручним засобом розкриття специфіки культурних традицій певної місцевості через локальну кухню.

Так встановлено, що поняття «гастрономічний туризм» – це один з видів туризму, метою якого є ознайомлення із способами приготування страв та напоїв і їх дегустацією, а також кулінарними традиціями території, регіону, країни тощо.

Історія гастрономічного туризму є відносно не великою. Термін «кулінарний туризм» вперше було вжито у 1998 р. американським професором Л. Лонг, а у 2001 р. з'явилася перша стаття за даною темою, автором якої був Е. Вольф. Згодом у 2003 р. автор першої статті та книги про гастрономічний туризм заснував Міжнародну асоціацію гастрономічного туризму, що є важливою організацією і в наш час.

2. За результатами аналізу наявних підходів до класифікації факторів розвитку туризму, а також авторських узагальнень пропонуємо виокремлювати дві групи факторів розвитку гастрономічного туризму: статичні (культурно-історичні, географічні) та динамічні (економічні, політико-правові, соціальні,

демографічні), а також фактори туристичного потенціалу, маркетингові фактори, фактори споживчого переваги.

Сприятливими факторами розвитку гастрономічного туризму є кулінарна спадщина, розвинута інфраструктура, фермерські господарства з харчовими продуктами місцевих виробників, гастрономічні заходи та щорічні фестивалі, різноманітний вибір закладів ресторанного господарства.

Варто зазначити, що більшість країн має хороші передумови для розвитку гастрономічного туризму, зумовлені національними або регіональними гастрономічними особливостями. Важливу роль, особливо в сучасних умовах, відіграють проблеми гарантування безпеки гастрономічного туризму, які охоплюють не лише безпечність подорожей для туристів, а й збалансоване функціонування підприємств і закладів, сталий розвиток дестинацій.

Було встановлено, що гастрономічний туризм є одним з актуальних напрямків розвитку сфери туристичних послуг, це вид туризму, що об'єднує в собі ознайомлення з культурними традиціями народу та дегустацію унікальних страв. Усі країни мають необхідні ресурси для розвитку гастротуризму, він має всесезонний характер, а головним мотивом виступає вивчення культури через призму традицій національних кухонь. Кожний народ володіє своїми історично сформованими особливостями харчування. Фактори, які зіграли роль у появі цих особливостей: географічне положення, економічні умови, система культових заборон, релігійні вірування, звичаї, побуту та інші.

3. Дослідивши стан гастрономічного туризму у світі було виявлено країни-лідери за розвитком даного виду туризму, серед них: Франція, Італія, Іспанія, Сінгапур, Китай, Японія, Індія, США, Мексика тощо.

Найпопулярнішими гастрономічними дестинаціями є заклади ресторанного господарства, заклади торгівлі місцевими продуктами харчування, гастрономічні свята, фестивалі та ярмарки, кулінарні майстер-класи, фермерські угіддя. Інтерес туристів до відвідування цих дестинацій підвищують такі чинники, як внесення ресторанів, страв та цілих національних

кухонь до престижних світових рейтингів, наприклад Мішлен, а також до списку Світової спадщини ЮНЕСКО.

4. Впродовж дослідження було встановлено, що Україна має значний потенціал для розвитку гастрономічного туризму. Цьому сприяє вигідне географічне розташування країни, що дає змогу займатися різноманітними видами сільського господарства та харчової промисловості.

Україна має великий потенціал для розвитку гастрономічного туризму і на сьогодні потрібно в першу чергу розробити нормативно-правові документи та закони, які будуть регулювати дану галузь і створювати сприятливі умови для її розвитку на місцевому та міжнародному рівнях.

5. Проаналізувавши праці вчених, основні стрічки новин та журналів та пропозиції сучасних українських туроператорів, можемо зробити висновок, що Україні є чим похвалитися в сфері кулінарії і гастрономічний туризм має великі перспективи для розвитку, адже практично кожен куточок країни має свої особливості та кулінарні традиції. Але також бачимо, що на сьогодні не всі області країни досягли великого розвитку в гастрономії, в першу чергу це стосується центральних областей України, де не вистачає фінансової підтримки з боку державного апарату та приватних інвестицій, недостатньо розвинена інфраструктура туристичних кластерів, а також де дуже невисока популяризація даного виду туризму, що гальмує подальший розвиток як для місцевого населення, так і для залучення іноземців. А також, як ми бачимо практично немає інформації про східні області України та АР Крим, де на сьогодні нестабільна політична та економічна ситуація і як наслідок, немає взагалі ніякого розвитку туристичної сфери.

6. Україна має величезним потенціал розвитку гастрономічного туризму. Українські регіони володіють унікальними національно-культурними і природними особливостями, які цікаві туристам. На сьогоднішній день гастрономічний туризм розглядається в двох напрямках: по-перше, йому стали приділяти увагу як окремому виду світового туризму; по-друге, розвиток гастрономічного туризму в деяких регіонах України до цих пір здійснюється

комплексним туристичним продуктом, поєднаним з етнічним і культурним туризмом.

Найбільшою популярністю користуються тури, які передбачають відвідування таких об'єктів гастрономічного туризму як ресторани, музеї, присвячені певному продукту харчової промисловості або сільського господарства, а також підприємства, ферми та інші місця національно-культурної значущості. Важливо відзначити, що на об'єктах, орієнтованих на гастрономічних туристів, сервіс повинен бути організований у дусі національного колориту.

7. На сьогодні не всі області країни досягли великого розвитку в гастрономії, в першу чергу це стосується центральних областей України, де не вистачає фінансової підтримки з боку державного апарату та приватних інвестицій, недостатньо розвинена інфраструктура туристичних кластерів, а також де дуже невисока популяризація даного виду туризму, що гальмує подальший розвиток як для місцевого населення, так і для залучення іноземців. А також, як ми бачимо практично немає інформації про східні області України та АР Крим, де на сьогодні нестабільна політична та економічна ситуація і як наслідок, немає взагалі ніякого розвитку туристичної сфери.

Нами було виявлено низку проблем, що стоять на заваді розвитку гастрономічного туризму в Україні. Однією з проблем є недосконале законодавство у сфері туризму та відсутність норм для забезпечення функціонування гостротуристичної галузі.

У зв'язку з воєнними діями на Сході та погіршенням економічної ситуації імідж України на ринку туристичних послуг значно знизився. Через всесвітню пандемію Covid-19 світова туристична галузь, зокрема і українська, зазнають значних втрат та збитків. Туристична інфраструктура не відповідає світовим стандартам, часто відсутня або ж занедбана. Ринок не має достатнього кадрового забезпечення, а навчальні програми підготовки спеціалістів потребують вдосконалення. В гастрономічному туризмі спостерігається недостатнє інформаційно-маркетингове забезпечення. Тури та маршрути



гастрономічного спрямування від національних туроператорів є однотипними та сконцентровані переважно у західних та південних регіонах України.

8. Напротивагу проблемам в країні є значні перспективи для розвитку цього виду туризму. Необхідним кроком є створення українського інформаційного проекту, що забезпечить достовірною інформацією стосовно гастрономічного туризму в Україні.

Перспективним є вдосконалення та створення гастрономічних дестинацій за рахунок підтримки місцевими органами самоврядування, представниками бізнесу тощо. Важливо створювати бренди територій, потенційних для ведення гастрономічного туризму.

Ресторанний бізнес потребує застосування новітніх технологій в приготуванні страв. Підготовка кадрів у галузі та вдосконалення інфраструктури має орієнтуватися на кращі здобутки міжнародної практики.

9. Також в рамках дослідження було розроблено інноваційний гастрономічний тур в межах Рівненської області «Гастрономія Рівненщини».

В основі туру лежить відвідання гастрономічних об'єктів (ферми, пасіки, пивзаводу, кондитерської фабрики, м'ясного цеху, музею), де пропонується дегустація продукції, ознайомлення з процесом її приготування.

Окрім цього, в програмі передбачається відвідання найцікавіших історичних пам'яток Рівненщини. Тривалість туру 3 дні/2 ночі, вартість – 1793 грн. на одну особу. Дана подорож буде цікавою для молоді 21 + та людей середнього віку з середнім доходом.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про туризм». Документ 324/95-ВР, чинний, поточна редакція. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 29.04.2021)
2. Бабкин А.В. Специальные виды туризма / А. В. Бабкин. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. - С. 3-5.
3. Антоненко В. Г. Міжнародний туризм як чинник взаємодії та взаємозбагачення культур/ В. Г. Антоненко // Філософія туризму / за ред. проф. В.С. Пазенка. – К., 2005. – С.223-233.
4. Стельмах О. А., Агеєнко О. Г., Коваленко К. Ю. Перспективи розвитку ресторанної галузі в етнотуризмі // Розвиток туристичного бізнесу. Міжнар. наук-практ.конф. 17-19 березня 2011 р. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. – С. 160-161.
5. Корнілова В. В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму // Ефективна економіка. – 2018. – №2. URL: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/kornilova.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/kornilova.htm). (дата звернення: 29.04.2021)
6. Кому потрібен гастротуризм. URL: <http://www.gastrotur.ru/gastronomicheskiiy-turizm/komu-nuzhen-gastroturizm>. (дата звернення: 29.04.2021)
7. Що таке гастрономічний туризм. URL: <http://www.gastrotur.ru/gastronomicheskiiy-turizm/chto-takoe-gastroturizm>. (дата звернення: 29.04.2021)
8. Подорож гурманів. URL: <http://www.superman.ru>. (дата звернення: 29.04.2021)
9. Двадцять кращих гастрономічних турів зі всього світу (20 of the best food tours around the world). URL: <https://www.theguardian.com/travel/2019/jun/26/20-best-food-tours-around-world-lisbon-lima-havana-hanoi> (дата звернення: 29.04.2021)

10. Омельницька, В. О. Сутність та класифікація видів гастрономічного туризму / В. О. Омельницька // Приазовський економічний вісник. – 2018. – № 1 (6). – С. 15-20.
11. Офіційний сайт Глобальної асоціації гастрономічного туризму. URL: <https://www.globalfoodtourism.com>. (дата звернення: 29.04.2021)
12. Sajna S.Shenoy. Food tourism and the culinary tourist. A thesis presented to the Graduate School of Clemson University. Advisor Dr. William C. Norman, 2005. – 210 p Беккерман С. В отпуск на кухню // Огонёк. – 2007. – С. 38.
13. Шпенькова К.С., Сычева В.О. Условия развития гастрономического туризма // Концепт. – 2014. – № 07 (июль). URL: <http://e-koncept.ru/2014/14198>. (дата звернення: 29.04.2021).
14. Гордин В.Э. Гастрономические бренды дестинаций: подходы и применение. Коллективная монография / В.Э. Гордин, Ю.Г. Трабская. – СПб.: Левша-Санкт-Петербург, 2014. – 208 с.
15. Микула Я.Д. Анализ развития гастрономического туризма / Я.Д. Микула // Управление стратегическим развитием основных сфер и 142 отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов: матер. Междунар. науч.-практ. конф., 25-26 октября, 2017 г., г. Донецк. – 2017. – С. 63-66.
16. Комарницький І.О. Кулінарний туризм в Україні: стан і перспективи регіонального розвитку в контексті Євро-2012 // Географія та туризм. 2011. Вип.14. – С.100-115.
17. Ткачук П.Ю. Новая русская кухня как фактор развития национального наследия / П.Ю. Ткачук // Вестник Луганского национального университета имени Тараса Шевченко: сб. науч. тр. / гл. ред. Е.Н. Трегубенко; вып. ред. Н.В. Вострякова; ред. сер. А.Е. Пожидаев. – Луганск: Книта, 2018. – № 1(10): Серия 5. География. Экономика. Туризм. – 148 с.
18. Нехаева Н.Е., Терехова Ю.С. Гастрономический туризм как перспективное направление развития регионов // Естественные и

математические науки в современном мире: сб. ст. по матер. XXXIV междунар. науч.-практ. конф. № 9(33). – Новосибирск: СибАК, 2015. – С. 1-12.

19. Куклина Т.С. Гастрономический туризм на туристическом рынке. Сборник научных трудов SWORLD. Материалы международной научно-практической конференции «Современные направления теоретических и прикладных исследований 2013» 19-30 марта 2013 г. URL: <http://www.sworld.com.ua/konfer3/682.pdf>. (дата звернення: 29.04.2021)

20. Вишневская Г. Потенциал кулинарных туров в контексте специализированного туризма / Г.Г. Вишневская // Актуальные проблемы истории, теории и практики художественной культуры. - 2013. - Вып. 31. - С. 112-118.

21. Саламатина С.Е. Состояние и перспективы развития гастрономического туризма на юге Одесской области. Одесская национальная академия пищевых технологий. Научные труды, выпуск 46, том 2. – 2017. - С. 325-329.

22. Железова О.Р. Этнический гастрономический туризм, его роль в сохранении национальной культуры и самобытности народов / О.Р. Железова // Молодой ученый. – 2013. - № 5. – С. 855-858.

23. 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.

24. Кляп М. П. Современные разновидности туризма // М.П. Кляп, М.: Знание, 2011. – 334 с.

25. Божидарник Т. Міжнародний туризм / Т. Божидарник: Підручник. – К.: Центр навчальної літератури, 2019. – 312 с.

26. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник для вузов / А.Ю. Александрова. – М.: Норма, 2008. – 450 с.

27. Микула, Я.Д. Гастрономический туризм и его характеристика / Я.Д. Микула // Дорожная карта мировой экономики: II Междунар. науч.- практ.

интернет-конф., 17 ноября, 2017 г., г. Донецк. – Донецк: ГО ВПО «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского», 2017. – С. 71-74.

28. Момонт Т.В. Основні фактори розвитку ринку туристичних послуг. Економіка. Управління. Інновації. Серія «Економічні науки». – 2012. № 1. – 193 с.

29. Шевчук В.О. Знання як чинник виробництва: дискусійні питання теорії. – Водний транспорт. 2016. Вип. 1. – С. 130–138.

30. Корсак В.І. Фактори впливу на формування регіональних роздрібних мереж торгових закладів. – Агросвіт. 2013. Вип. 4. – С. 45–51.

31. Панчук В.В. Психолого-педагогічні фактори підвищення професіоналізму викладача вищої школи : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. – Луцьк, 1996. – 200 с.

32. Алаев Э.Б. Социально-экономическая география. Понятийно-терминологический словарь. – 350 с.

33. Голод А.П. Політична поведінка населення регіону : монографія. – Ужгород, 2012. – 212 с.

34. Смолій В.А., Федорченко В.К., Цибух В.І. Енциклопедичний словник-довідник з туризму. – Київ : Слово, 2006. – 372 с.

35. 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.

36. Чеченя О.В. Фактори впливу на галузь туризму. Географія та туризм. 2011. Вип. 16. – С. 116–122.

37. Величко В.В. Дослідження факторів розвитку туристської індустрії України. Комунальне господарство міст. 2012. Вип. 102. – С. 470–475.

38. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации. Москва : Финансы и статистика, 2014. 200 с.

39. Саламатіна С.Є. Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму на півдні Одещини. Наукові праці Одеської національної академії харчових технологій. 2014. Вип. 46. – С. 325–329.
40. Сарафанова Е.В., Яцук А.В. Маркетинг в туризме: Учебное пособие. – М.: Альфа–М: ИНФРА–М, 2010. – 239 с.
41. Саак А.Э., Пшеничных Ю.А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме. - СПб.: Питер, 2009. – 260 с.
42. Дурович А.П., Копанев А.С. Маркетинг в туризме: / Под общей ред. З.М. Горбылевой. – 6-е изд., стер. – Минск: Новое знание, 2016. – 495 с.
43. Ткачук П.Ю. Развитие стратегического управления предприятиями ресторанного хозяйства / П.Ю. Ткачук, И.М. Галяпа Вестник Луганского национального университета имени Тараса Шевченко: сб. науч. тр. / гл. ред. Е.Н. Трегубенко; вып. ред. Н.В. Вострякова; ред. сер. А.Е. Пожидаев. – Луганск: Книта, 2018. – № 3(12): Серия 5. География. Экономика. Туризм. – 154 с.
44. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма. – Мн.: БГЭУ, 2015. – 644 с.
45. Антонов Г.Д. Маркетинг. / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, Кемеровский технологический институт пищевой промышленности. – Кемерово, 2016. – 160 с.
46. Международный туризм и сфера услуг – Мальская М.П. URL: [http://uchebnikionline.com145/turizm/mizhnarodniy\\_turizm\\_i\\_sfera\\_poslug\\_\\_malska\\_\\_mp/zovnishnye\\_vnutrishnye\\_seredovischa\\_turizmi.htm](http://uchebnikionline.com145/turizm/mizhnarodniy_turizm_i_sfera_poslug__malska__mp/zovnishnye_vnutrishnye_seredovischa_turizmi.htm) (дата звернення: 29.04.2021)
47. Кушнарева И.Ю. Развитие рекреации и туризма в Приморском крае / И.Ю. Кушнарева, Г.А. Гомилевская, А.Б. Косолапов, С.Ю. Гатаулина // монография. – Дальневосточный федеральный университет. – Владивосток: Издательский дом Дальневост. федерал.ун-та, 2013. – 141 с.
48. Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму : підручник / Ф. Ф. Шандор, М. П. Кляп. — К. : Знання, 2013. — 334 с.

49. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/komilova.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/komilova.htm). (дата звернення: 29.04.2021)
50. Божук Т. І., Прокопчук Л. А. Сучасний стан і перспективи розвитку винного туризму // Туристична індустрія: сучасний стан і перспективи розвитку. Матеріали 6 Міжн. наук.-практ. конференції (28-29 квітня 2011 р., м. Луганськ). – Том 2. – Луганськ, 2011. – Вип. 6. – С.171-177.
51. Ощипок І. М. Кухні народів світу : навч. посіб. / І. М. Ощипок, П. Х. Пономарьов, М. І. Філь. – Львів : Видавництво “Магнолія 2006”, 2015. – С. 245-275.
52. Сквозная Р. Л. Дорогами французских вин / Р. Л. Сквозная. – М. : Изд-во АГУ, 2002. – 116 с.
53. Via Regia – культурний шлях Європи. URL: [www.via-regia.org/ukr](http://www.via-regia.org/ukr) (дата звернення: 29.04.2021)
54. Гастрономічний туризм. Сайт про смачні подорожі. URL: <http://www.gastrotur.ru/> (дата звернення: 29.04.2021)
55. Александрова А. Ю. Географія туризму / А. Ю. Александрова. – М.: Кнорус, 2015. – 592 с.
56. World Food Travel Association. URL: <http://www.worldfoodtravel.org>. (дата звернення: 29.04.2021)
57. Кукліна Т.С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України. Запорізький національний технічний університет. – 2013. – 6 с.
58. Харисон Г., Кац К. Стимулирование международного туризма в XXI веке: Пер. с англ. / Под ред. А.О. Комар. – М.: Феникс, 2000. – 336 с.
59. Расулова А.М. Потенціал ресторанного бізнесу у розвитку гастрономічного туризму України / А.М. Расулова // Економіка та держава – 2015. – № 5. – С. 78-83.
60. Календарний план гастрономічних фестивалів України/ URL: [//agvt.nuft.edu.ua/kalendarnyj-plan-gastronomichnyh-festyvaliv-ukrayiny/](http://agvt.nuft.edu.ua/kalendarnyj-plan-gastronomichnyh-festyvaliv-ukrayiny/). (дата звернення: 29.04.2021)

61. Гастрономічні фестивалі українців. URL: <http://.liet.lviv.ua/filemanager/files/file.php?file=2374>. (дата звернення: 29.04.2021)
62. Матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку туризму»: Збірник тез доповідей. – Миколаїв: ВП «МФ КНУКІМ», 2019. – 47 с.
63. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 29.04.2021)
64. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Д.І. Басюк // Наукові праці НУХТ. – 2012. – № 45. – С. 128–132.
65. Саркісян, Г. О. Роль і значення стимулювання гастрономічного туризму в структурі розвитку регіональних туристичних ринків України [текст] / Ганна Овсепівна Саркісян // Український журнал прикладної економіки. – 2020. – Том 5. – № 1. – С. 312–320.
66. Базюк Д. Етногастрономічний туризм в Україні: тенденції та перспективи розвитку / Д. Базюк // Збірник матеріалів за результатами IV науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «Сталий розвиток України: проблеми і перспективи». – Кам'янець-Подільський : Медобори 2006, 2016. – С. 121-123.
67. Гастрономічний туристичний шлях. URL: <http://ykarpath.com.ua/article02.htm> (дата звернення: 29.04.2021)
68. Міцко М. А. Закарпатська кухня / М. А. Міцко. – Ужгород : Патент, 2009. – 256 с.
69. Сотнікова О. І. Перспективи розвитку гастрономічного туризму на Закарпатті / О. І. Сотнікова, Т. І. Іщенко, О. Б. Шидловська // Modern scientific researches. – Minsk, Belarus : Yolnat PE, 2018. – Issue № 6. - Part 4. – С. 56-61.
70. Асоціація традиційних продуктів та національних кухонь України. URL: [www.tradysiyne.com.ua](http://www.tradysiyne.com.ua) (дата звернення: 29.04.2021)
71. Київське Полісся. Етнографічне дослідження. – К. : Наук. думка, 1989. – 268 с.



72. Артюх Л.Ф. Народне харчування українців та росіян північно-східних регіонів / Л.Ф. Артюх. – К., 1982. – 112 с.
73. Бондарчук В.К. Полесьє. Матеріальна культура / В.К. Бондарчук, И.Н. Браим, Н.И. Бураковская. – К., 1988. – 153 с.
74. Заріччя. URL: [www.zarichchia.blogspot.com/](http://www.zarichchia.blogspot.com/) (дата звернення: 29.04.2021)
75. Омельницька В.О. Сучасний стан ринку послуг гастрономічного туризму України/ Омельницька В.О.// Економічні студії, 2018 - С. 121-126.
76. Дишкантюк О.В. Потенціал ресторанного господарства Одещини в розвитку гастрономічного туризму/ Дишкантюк О.В., Харенко Д.О., Івичук Л.М.// Економіка харчової промисловості. – Том 10. Випуск 2. – 2018 – 31 с.
77. Фестиваль гастрономічної спадщини «Дністровські гостини». URL: <http://bigimpression.uccs.org.ua/proekty/festyval-hastronomichnoi-spadshchynu-dnistrovski-hostyny/> (дата звернення: 29.04.2021)
78. Гастрономічний фестиваль Дунайські гостини. URL: <http://bigimpression.uccs.org.ua/proekty/2018/hastronomichnyj-festyval-dunajski-hostyny/> (дата звернення: 29.04.2021)
79. Вишневецька Г.Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму // Географія тату' ризм. — Вип. 14. — 2011. — С. 100—115.
80. Дорога вина та смаку Української Бессарабії. URL: <https://zruchno.travel/> (дата звернення: 29.04.2021)
81. Марценюк Л. В. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні. URL: <http://eadnurt.diit.edu.ua/bitstream/123456789/8893/1/Martsenyuk.pdf>. (дата звернення: 29.04.2021)
82. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/basjuk3.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/basjuk3.htm). (дата звернення: 29.04.2021)

83. Конішева Н. Й. Удосконалення системи підготовки та підвищення кваліфікації кадрів сфери туризму та курортів. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/konischeva5.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/konischeva5.htm). (дата звернення: 29.04.2021)
84. Дрокіна Н. І. Перспективи розвитку туристичної інфраструктури Донецького регіону. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/drokina.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/drokina.htm). (дата звернення: 29.04.2021)
85. Расулова А. М. Потенціал ресторанного бізнесу у розвитку гастрономічного туризму України. Економічна наука. – 2015. – URL: [http://www.economy.in.ua/pdf/5\\_2015/18.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/5_2015/18.pdf). (дата звернення: 29.04.2021)
86. Дубенський замок. URL: <https://zamokdubno.com.ua/> (дата звернення: 29.04.2021)
87. Тараканівський форт. URL: <https://rivne.travel/ua/tour-object/3-tarakanivskiy-fort>. (дата звернення: 29.04.2021)
88. "Овеча терапія" та "Зелені кеди": історія успіху Волинських фермерів. URL: <https://volyn.tabloyid.com/privatnezhittia/vivtsi-kucheriavi> (дата звернення: 29.04.2021)
89. Рівненчанин вкладає хворих у ліжко з бджолами. URL: <http://ogo.ua/articles/view/2013-08-17/42282.html>. (дата звернення: 29.04.2021)
90. Тунель кохання. URL: М (дата звернення: 29.04.2021)
91. Рівень. URL: <http://www.riven.com.ua/>. (дата звернення: 29.04.2021)
92. Музей бурштину. URL: <https://rivne.travel/ua/tour-object/88-muzey-burshtinu>. (дата звернення: 29.04.2021)
93. Дубровицький мацик. URL: <https://list.in.ua/188521>. (дата звернення: 29.04.2021)
94. Пригощайся. URL: <https://gzpt.com.ua/>. (дата звернення: 29.04.2021)
95. Гощанський парк. URL: [http://esu.com.ua/search\\_articles.php?id=31667](http://esu.com.ua/search_articles.php?id=31667). (дата звернення: 29.04.2021)

# ДОДАТКИ

## Додаток А

### Гастрономічний маршрут «Дороги вина і смаку»

**ПРЯМУЄМО РАЗОМ**

**ДОРОГИ ВИНА ТА СМАКУ ПРИДУНАЙСЬКОЇ БЕСАРАВІЇ (ПРОЕКТНА ПРОПОЗИЦІЯ)**

Проект впроваджується компаніями DMI, GFA та ADECIA

**Умовні позначення:**

- Виноградник, відкритий для відвідування
- Традиційні продукти
- Локальна кухня
- Виноробня
- Виробництво відкрито для відвідування
- Дегустаційна зала
- Ферма, відкрита для відвідування
- Заклади розміщення туристів
- Ресторан локальної кухні
- Музеї, важливі місця
- Аеропорт
- Вертолітний навідачник
- Зелено-посадковий навідачник

**QR коди:**

- Виноробня Калюїст Чисне вино
- Центр Культури вина Шабо
- Березово-липовий кластер, Причирчонівка
- Агро-еколого-рекреаційний кластер, Фуруушка Нова
- Баласкині Ястіє, м. Болград
- Вішове Паликам-Тур
- Виноградня Еко-почва «КУВА-ДАЛЕКО»
- Виноградня «Винарня» Ізмаїл
- Ресторан Фуруушка, Одеса
- Шабський дворик
- Ресторан Вина, Одеса

**Легенда:**

- Важливий гора
- Виноградник, відкритий для відвідування
- Традиційні продукти
- Локальна кухня
- Виноробня
- Виробництво відкрито для відвідування
- Дегустаційна зала
- Ферма, відкрита для відвідування
- Заклади розміщення туристів
- Ресторан локальної кухні
- Музеї, важливі місця
- Аеропорт
- Вертолітний навідачник
- Зелено-посадковий навідачник

**#СМАКУЙ УКРАЇНУ**

## Додаток Б

Центр зеленого, етнографічного, сільського і гастрономічного  
туризму «Фрумушика-Нова»



## Додаток В

## Ресторани сучасної української кухні у м. Київ

**«Канпа»****«Остання  
барикада»****«100 років тому вперед»**

Додаток Г

Карта гастрономічних особливостей регіону

