**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МІНІСТЕРСТВА ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

Факультет фізичного виховання, здоров'я і туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**бакалавра**

На тему: «Гастрономічний туризм у Грузії: стан та перспективи розвитку»

«Gastronomic Tourism in Georgia: State and Development Prospects»

Виконала: студентка 5 курсу, групи 6.2418-з

Спеціальності 241 готельно-ресторанна справа

Освітньої програми «Готельно-ресторанна справа»

Луткова Анастасія Олегівна

Керівник: к.п.н., доцент Люта Д.А.

Рецензент:

Запоріжжя – 2023

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**МІНІСТЕРСТВА ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

Факультет фізичного виховання, здоров'я і туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Ступінь вищої освіти бакалавр

Спеціальність 241 готельно-ресторанна справа

**ЗАТВЕРДЖУЮ:**

**Завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Н.В. Маковецька

(підпис)

«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ року

**ЗАВДАННЯ**

**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Луткової Анастасії Олегівни\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(прізвище, ім’я, по-батькові)

1. Тема роботи (проекту) «Гастрономічний туризм у Грузії: стан та перспективи розвитку», керівник роботи (проекту) Люта Д.А. доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, к.п.н., затверджена наказом ЗНУ від «09» січня 2023 року № 12-с.

2. Строк подання студентом роботи (проекту) «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ року.

3. Вихідні дані до проекту (роботи). Як і будь-яке глобальне явище, сфера туризму постійно розвивається, а отже з кожним роком з'являються нові види даної галузі. Одним iз таких нових видiв розвитку ринку туристичних послуг є гастрономічний туризм – вид туризму, головна мета якого є дегустація національних кулінарних традицій країн світу, а також ознайомлення з виробництвом та особливостями технологiй приготування страв.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):

1) За допомогою аналізу науково-методичної літератури визначити теоретичні основи поняття гастрономічний туризм: дефініції та сутність, історія розвитку, види та особливості.

2) Охарактеризувати туристичний потенціал Грузії.

3) Проаналізувати ресурси гастрономічного туризму та перспективи його розвитку в Грузії.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов’язкових креслень): 8 додатків, 27 літературних посилань.

6. Консультанти роботи (проекту)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Розділ | Консультант | Підпис, дата | |
| Завдання видав | Завдання прийняв |
| Розділ 1 | Люта Д.А. |  |  |
| Розділ 2 | Люта Д.А. |  |  |
| Розділ 3 | Люта Д.А. |  |  |

7. Дата видачі завдання «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ року.

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  з/п | Назва етапів дипломного проекту (роботи) | Строк виконання етапів проекту (роботи) | Примітка |
| 1. | Вступ. Вивчення проблеми, опрацювання джерел та публікацій. |  | *виконано* |
| 2. | Написання першого розділу |  | *виконано* |
| 3. | Написання другого розділу |  | *виконано* |
| 4. | Написання третього розділу |  | *виконано* |
| 5. | Написання висновків. Комп’ютерний набір роботи. |  | *виконано* |
| 6. | Попередній захист кваліфікаційної роботи на кафедрі. |  | *виконано* |

**Студент**  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.О. Луткова

(підпис)

**Керівник роботи (проекту)**  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Д.А. Люта

(підпис)

**Нормоконтроль пройдено**

**Нормоконтролер** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Е.А. Криволапов

(підпис)

# РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: 57 сторінок, 8 додатків, 27 літературних посилань.

Мета – дослідження розвитку туристичної сфери Грузії.

Об’єкт дослідження – гастрономічний туризм Грузії.

Предмет дослідження – аналіз стану та перспектив розвитку гастрономічного туризму в Грузії.

Методи дослідження: теоретичний аналіз літературних джерел, порівняльний та метод системного підходу.

Основна частина роботи присвячена дослідженню туристичної сфери Грузії та аналізу стану і перспектив розвитку гастрономічного туризму в Грузії.

ТУРИЗМ, ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ, ТУРИСТИЧНА СФЕРА, ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ, ГАСТРОНОМІЧНІ РЕСУРСИ.

**ABSTRACT**

Qualification work: 57 pages, 8 appendices, 27 literary references.

The goal is to study the development of the tourist sphere in Georgia.

The object of research is gastronomic tourism of Georgia.

The subject of the study is an analysis of the state and prospects for the development of gastronomic tourism in Georgia.

Research methods: theoretical analysis of literary sources, comparative and system approach method.

The main part of the work is devoted to the research of the tourist sphere of Georgia and the analysis of the state and prospects of the development of gastronomic tourism in Georgia.

TOURISM, GASTRONOMIC TOURISM, TOURIST FIELD, TOURIST POTENTIAL, GASTRONOMIC RESOURCES.

# ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ ТА ТЕРМІНІВ

р. – рік;

ст. – століття;

% – відсоток;

млн. – мільйон;

км² – кілометр квадратний;

тис. – тисяча;

тис. дол. – тисячі доларів.

# ЗМІСТ

Реферат…………………………………………………………………………….4

Перелік умовних позначень, символів, одиниць, скорочень і термінів……….6

Вступ……………………………………………………………………………….8

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ……………………………………………………….……….………10

1.1. Гастрономічний туризм: дефініції та сутність поняття…………….…….10

1.2. Історія розвитку, види та особливості гастрономічного туризму…………………………………………………………………………..13

1.3. Світовий досвід розвитку гастрономічного туризму……………………..............................................................................18

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ ГРУЗІЇ…….……………………………………………………………..………25

2.1. Мета та завдання дослідження розвитку туристичної сфери Грузії…..………………………………………………………………………..25

2.2. Методи дослідження розвитку туристичної сфери Грузії…..……….……………………………………………………………..…25

2.3. Організація дослідження розвитку туристичної сфери Грузії…..………………………………………………………………….……..25

2.3.1. Загальна характеристика туристичного потенціалу Грузії……………............................................................................................26

РОЗДІЛ 3. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ГРУЗІЇ…..........................................................................................31

3.1. Аналіз ресурсів гастрономічного туризму в Грузії……………………….31

3.2. Гастрофестивалі як перспективний напрямок розвитку гастрономічного туризму в Грузії………………………………………………………………..39

Висновки…………………….…………………………………………………...43

Перелік посилань………………………………………………………………...45

Додатки…………………………………………………………………………...48

# ВСТУП

Туризм – одна з найбільших і таких, що швидко розвивається сфер в світі. Даний сектор є розвиненою індустрією і відіграє провідну роль в економіці багатьох країн. За даними UNWTO, в світі близько 220 млн чол. зайняті в сфері туризму, що становить 8,3% світової робочої сили і дає 9,2% світового ВВП. Ці цифри щороку зростають, і не дивно, що багато країн вважають розвиток туризму головною і невід'ємною частиною свого стратегічного розвитку.

Туризм є складним, багатогранним поняттям, що представляє комплексну систему взаємопов'язаних галузей, будучи одночасно видом діяльності, формою рекреації, галуззю національної економіки та способом проведення дозвілля. За високі темпи зростання його визнано економічним феноменом століття. Туризм є фундаментальною основою економіки багатьох розвинених країн світу, адже має значний вплив на зайнятість населення, сприяє формуванню малого та середнього бізнесу, позитивно впливає на соціально-економічний розвиток як окремих регіонів, так і держави в цілому.

Як і будь-яке глобальне явище, сфера туризму постійно розвивається, а отже з кожним роком з'являються нові види даної галузі. Одним з таких нових видів розвитку ринку туристичних послуг є гастрономічний туризм – вид туризму, головна мета якого є дегустація національних кулінарних традицій країн світу, а також ознайомлення з виробництвом та особливостями технологій приготування страв.

Важливість гастрономічного туризму полягає у здатності розмежувати ціннісно-смисловий універсум культури окремих народів, і в такому ракурсі він постає як один із засобів активізації крос-культурної комунікації, є проявом міжкультурних контактів і як такий сприяє встановленню багатовекторних комунікаційних зв’язків. Внаслідок різноманітних культурних контактів відбувається обмін ментальними, духовними і матеріальними цінностями, досвідом на міжособистісному, етнічному, державному та загально-цивілізаційному рівнях.

Дослідження сучасного стану ринку послуг гастрономічного туризму та подальших тенденцій його розвитку неможливо без детального вивчення та аналізу статистичних даних на прикладі конкретної країни.

***Об’єктом дослідження*** є гастрономічний туризм Грузії.

***Предметом дослідження*** є аналіз стану та перспектив розвитку гастрономічного туризму в Грузії.

# РОЗДІЛ 1.

# ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

## 1.1 Гастрономічний туризм: дефініції та сутність поняття

Гастрономічний туризм є відносно молодим напрямком в туристичній сфері, адже його бурхливий розвиток почався лише в XXI ст. Через це єдиного визначення поняття «гастрономічного туризму» поки ще не існує. Всесвітня асоціація гастрономічного туризму (World Food Travel Association) визначає гастрономічний туризм як подорожі з метою отримання автентичного досвіду, заснованого на культурі споживання їжі або напоїв, відкритті унікальних місць та їхньої культури через національну кухню [8].

Е. Вульф, засновник Міжнародної асоцiації гастрономічного туризму, дав таке визначення: «Гастрономічний туризм – це пошук i насолода унікальною, незабутньою їжею і напоями як на іншому кінці Землі, так і на сусідній вулиці, адже, крім подорожей по своїй країні або всьому світі, ми також можемо стати гастрономічними туристами у своєму регіоні, місті чи навіть районі» [8].

Так, Х. Ридван термін «гастрономічний туризм» визначає як туризм, який розроблений місцевими громадами для підтримання сільського господарства [11].

Д. Дасілва під зазначеним терміном розуміє «будь-який досвід туризму, в якому високо цінується і споживається їжа i питво, яке відображає місцеву, регіональну або національну кухню, традиції, культуру, традиційні або кулінарні методи» [13].

Брокеж трактує поняття «гастрономічний туризм» як «новий досвід, який шукають туристи, а саме – гастрономічний відпочинок, тури із садівництва та гастрономії» [17].

Г. Жеоргхе, П. Тудораче, П. Ністорену розумiють під цим терміном «повну або часткову поїздку для того, щоб спробувати місцеві продукти або взяти участь у заходах, які пов’язані з гастрономією» [15].

Українські вчені теж доклали багато зусиль задля дослiдження даного предмету. Його разглядали такі вчені як Д. Басюк, С. Саламатіна, С.Ю. Гатауліною, Є.С. Соколов, Т.Т. Христовий, О.Л. Драчева, В.С. Ковешніков, Т.С. Кукліна.

Гастрономічний туризм як послуга – щось більше, ніж просто звичайна подорож, тому що це явище є добре продуманим комплексом заходів для дегустацій традиційних у певних місцевостях страв, а також деяких окремих інгредієнтів, що не зустрічаються більше ніде на земній кулі, які мають свій особливий смак [11].

Вагома кількість досліджень за темою гастрономічого туризму присвячена також і його класифікації.

С.Ю. Гатауліна, В.В. Шикеринець та С.А. Макарчук поділяють гастрономічний туризм на два види: міський і сільський (відмінність полягає в тому, що в сільській місцевості турист прагне спробувати екологічно чистий «зелений» продукт) [12].

С.Є. Саламатіна до основних видів спеціалізацiї гастрономічного туризму відносить: винний, рибний, сирний, кавовий, медовий, фруктовоягідний, цигарковий, чайний, шоколадний, агротуризм, змішаний [9].

Г.Г. Вишневська, А.П. Бусигін класифікують гастрономічний туризм за ключовими критеріями, такими як специфіка місцевостi (сільський «зелений» та міський), мета поїздки або бажання спробувати певний напій або страви: винний, пивний, сирний, шоколадний [10].

Дещо іншої думки притримуються Д.О. Стешенко, А.Ю. Парфіненко та визначають сільський, ресторанний, освітній, подієвий.

А саме:

- сільський – дегустацiю місцевої кухні і продуктів, вироблених у цьому регіоні;

- ресторанний – відвідування найбільш відомих і популярних ресторанів, що вирізняються високою якістю, ексклюзивністю кухні, а також національною спрямованістю;

- освітній – навчання в спеціальних освітніх установах із кулінарною спеціалізацією, а також курсів і майстер-класів;

- подієвий – відвідування місцевості в певний час із метою участі у громадських та культурних заходах із гастрономічною тематикою [10].

Виходячи з цього, можна визначити, що основними ознаками класифікації гастрономічного туризму є розташування туристичного місця, за видом продуктів та напоїв, за метою подорожі.

Гастрономічний туризм може поєднувати у собі кілька видів туризму - це пізнавальний, подієвий та діловий.

На думку низки експертів кулінарної та ресторанної сфери, гастрономічний туризм не завжди можна відокремити від інших видів туризму, оскільки національна кухня багато в чому є частиною культури загалом [14].

Не менш важливий елемент у розвитку гастрономічного туризму є саме турист, що його обирає. За визначенням Сайні С. Шеной, гастрономічний турист – це людина, яка часто харчується; куштує локальну їжу та напої місцевого виробництва, преференції якої переважають до закладів вищого класу і майже ніколи не обирає заклади громадського харчування, які діють за системою франчайзингу [9]. Cередній вік туриста-гурмана – 34 роки, інтерес до таких поїздок однаково виявляють і чоловіки, і жінки.

Туристів, що подорожують з гастрономічною метою, умовно можна розділити на 5 типів, причому лише перші два можна віднести до цільової аудиторії даного виду туризму [10]:

- Гастротуристи (експерти, гастрономічні критики);

- Так звані фудіс (ентузіасти, зацікавлені у якісній їжі, місцевих виробниках, сезонних продуктах);

- Зацікавлені покупці (сприймають їжу як доповнення задоволень під час відпустки, пробують місцеву їжу без особливого ентузіазму);

- Не залучені (не вважають їжу важливою складовою під час відпустки, до місцевої їжі відносяться без негативу);

- «Мляві споживачі» (не проявляють інтересу до нової їжі під час подорожей).

Метою гастротуристів є не просто бажання скуштувати екзотичні страви, а повністю поринути у культуру приготування та споживання їжі, і через неї скласти своє власне уявлення про країну [9].

Отже, гастрономічний туризм є відносно молодою галуззю туристичної сфери. Саме це привертає увагу великої кількості науковців до цієї теми, адже є великий обсяг необробленого матеріалу, що потребує певної класифікації. Більшість з дослідників наводять своє особисте визначення поняття «гастрономічний туризм», що призвело до відсутності єдиного стійкого терміну.

Але підводячи підсумок суджень всіх науковців, можна узагальнити те, що гастрономічний туризм – це вид туристичної діяльності, де туристи задовольняють свої культурні та гастрономічні потреби за допомогою ознайомлення з кухнею певної країни, з її звичаями та традиціями, побутом конкретних дестинацій і технологіями виробництва.

## 1.2 Історія розвитку, види та особливості гастрономічного туризму

Гастрономічний туризм як самостійний вид туризму почав свій розвиток відносно недавно.

Вперше термін «кулінарний туризм» зареєстрували у 1998 році. Ця дата вважається офіційною датою виникнення гастрономічного туризму. Саме тоді доцент Л. Лонг кафедри народної культури державного університету США «Bowling Green» (штат Огайо) запровадив новий термін «кулінарний туризм», метою якого стало вираження ідеї про те, що люди знайомляться з іншими культурами через споживання їхньої місцевої їжі. Саме тому альтернативна назва гастрономічного туризму є кулінарний. Однак у далекому минулому, на думку більшості фахівців, вже були гастротуристи. Дослідники нових земель, такі як Афанасій Нікітін чи Марко Поло, виявляли великий інтерес до дегустації місцевих незвичних страв у незнайомих поселеннях. Багато купців і торговців вирушали за моря, щоб знайти, спробувати і привезти додому небачені страви: вина, спеції, дивовижні фрукти, горіхи. Їхні враження були одним із методів опису народних традицій. Однак, в окрему науку та галузь це сформувалося набагато пізніше [16].

У спеціальній літературі часто зустрічаються такі поняття, як: «кулінарний туризм», «продовольчий туризм» або «гастрономічний туризм». Продовольчий туризм, дегустаційний, кулінарний, харчовий, винний, пивний тощо – це всі різновиди гастрономічного туризму. З 1998 року до 2001 року вченими з різних країн світу було проведено дослідження в галузі кулінарного туризму. В 2001 році американський економіст Ерік Вульф, майбутній президент Міжнародної асоціації гастрономічного туризму, написав першу статтю у світі про кулінарний туризм. Пізніше він продовжив розвивати цю тему в книзі під назвою «Кулінарний туризм: прихований урожай» (Culinary Tourism: The Hidden Harvest). У цій книзі був документально підтверджений зростаючий інтерес до страв та винного туризму і те, як попит на кулінарні тури змогли змусити місцеві підприємства та рестораторів задовольняти його шляхом забезпечення пропозицій [6].

Пізніше Ерік Вульф дав таке визначення: «Гастрономічний туризм – це пошук та насолода унікальною, незабутньою їжею та напоями, як на іншому кінці Землі, так і на сусідній вулиці. Адже окрім подорожей своєю країною чи всім світом, ми також можемо стати гастрономічними туристами у своєму регіоні, місті чи навіть районі. «Подорож» передбачає навіть поїздки своїм містом, а не тільки своїм регіоном, країною або навіть планетою. Відстань, яку ми долаємо, не так важлива, як сам факт того постійного перебування в русі. Таким чином, усі ми «мандрівники» і всі ми «їдоки», а отже, всі ми можемо вважатися гастрономічними туристами» [6].

А вже у 2003 році він заснував Міжнародну асоціацію гастрономічного туризму, яка займається популяризацією та просуванням напрямків розвитку гастрономічного туризму у світі. Далі у 2006 році було створено Міжнародний інститут кулінарного туризму, який курирував освітні та навчальні компоненти програм Міжнародної асоціації гастрономічного туризму. Масштабний розвиток кулінарного туризму призвів до утворення нових турфірм, що спеціалізуються на міжнародному гастрономічному туризмі. По всьому світу розпочали свою роботу такі відомі фірми як: Gourmet on Tour у США, The International kitchen у Великій Британії та Gourmet Getaways в Італії.

У 2012 році Асоціація була перейменована на Всесвітню асоціацію продовольчих подорожей після того, як дослідження показали, що носії англійської мови неправильно зрозуміли ймовірне значення «кулінарний туризм» (більшість туристів вважали кулінарний туризм прерогативою еліти, вважали, що це їм не по кишені i ігнорували гастрономічні тури). Насправді гастротуризм не обмежений вузьким колом заможних клієнтів і гурманів. Тільки 18% гастротуристів вибирають цей вид подорожі виключно заради високої кухнi. 46% гастротуристів вибирають гастротури через можливість спробувати автентичну кухню (а вона доступна всім верствам населення), ще 35% їдуть, щоб спробувати місцеві продукти. При цьому 22% з опитаних вибирають гастротури, так як вважають їх можливістю відпочити з невеликим бюджетом [14].

World Food Travel Association (WFTA) – це некомерційна та неурядова організація (NGO), яка сьогодні займає лідируючі позиції на ринку гастрономічного туризму. Асоціація розвиває цей вид туризму, маючи сучасні ресурси для просування їжі, пиття, подорожей, а також послуг гостинності. Протягом перших 10 років Асоціація організовувала міжнародні конференції та регіональні семінари та конференції у США. Асоціація також провела перше у світі глобальне дослідження, присвячене гастромандрівникам , у 2007 році, яке було оновлено та розширено у 2010, 2013 та 2016 роках.

У 2014 році Асоціація опублікувала посібник для професіоналів галузі «Have Fork Will Travel» («Є Вилка Буде Подорож»), в якому детально описується понад 50 взаємопов'язаних компонентів галузі, і що допомагає всім професіоналам зрозуміти, що таке туризм у сфері продуктів харчування і напоїв, і як отримати вигоду від участі в гастрономічних заходах. За ці роки Асоціація виросла у кількості її членів, сфері діяльності та видимості. Сьогодні у їхньому співтоваристві понад 50 000 професіоналів у 139 країнах світу. За майже 20 років існування Всесвітня асоціація продовольчих подорожей завоювала лідерський статус та повагу у колах, пов'язаних із харчуванням, напоями, туризмом та гостинністю [6].

У 2015 році Всесвітня туристська органiзація виділила гастрономічний туризм в окрему нішу. Так гастрономія офіційно стала визнаним елементом культури і нематеріальної спадщини. У 2015 році поняття «гастрономічний туризм» розширюється і з'являється термін-аналог «food tourism».

У 2015 році туристичне співтовариство вирішило називати «гастрономічним туризмом» будь-які пов'язані з гастрономією види туристичної активності: відвідування виробників продуктів, гастрономічних фестивалів, фермерських ринків і продовольчих ярмарків, в тому числі в межах сусідніх регіонів. Фактично гастрономічний тур сьогодні – будь-яка поїздка, суть якої – долучитися до гастрономії та її історії. З цієї причини на Заході гастротуризм стали називати просто food tourism, тобто «туризм для їжі» [3].

Важливу роль у поширенні гастрономічного туризму відіграли засоби масової інформації, що демонструють подорожі та прив'язують їх до харчування. Існує цілодобовий телеканал – Фуд Нетворк, – який настільки тісно поєднує їжу та подорожі, що навіть складно відразу визначити напрямок, якого дотримується цей телеканал: чи гастрономічного, чи туристичного [2].

За версією World Food Travel Association [8] в даний час можна виділити 12 категорій гастротуризму (Додаток А):

1. Кулінарні школи та майстер-класи.
2. Кулінарні розваги.
3. Кулінарні напрями.
4. Кулінарні події.
5. Кулінарні медіа.
6. Гастрономічні магазини.
7. Фермерські ринки.
8. Кулінарні заготівлі.
9. Гастрономічні тури від агенцій.
10. Гастрономічні заклади.
11. Гастрономічні клуби.
12. Виробництво харчових продуктів.

Основна ж класифікація гастротуризму поділяє його, як і було зазначено раніше, на сільський «зелений» та міський. Їхня важлива відмінність полягає в тому, що вирушаючи в сільську місцевість турист прагне спробувати екологічно чистий продукт, без будь-яких добавок.

Наприклад, «зелені» тури пропонують збір ягід у лісі, овочів та фруктів на фермах, полювання на трюфелі або прогулянку шляхами виноробства.

Міський гастрономічний тур може включати відвідування кондитерської фабрики або маленького ковбасного цеху і ресторанчика при ньому, де може готуватися делікатесне блюдо.

Умови для розвитку гастрономічного туризму мають абсолютно всі країни і це унікальна риса цього виду туризму.

У гастрономічному турі туристи відвідують виноробні, пивоварні, невеликі ферми й виробництва, дегустують вiдомі (і не дуже) національні продукти, а також вина та інші традиційні напої.

Також гастрономічний туризм не носить характер сезонного відпочинку, для будь-якої пори року можна підібрати відповідний тур.

Варіація цін на гастрономічні тури дуже велика. Є як і бюджетні варіанти з найпопулярнішими та доступними стравами, так і рідкі делікатеси, що вражають своєю унікальністю. У цьому і полягає його універсальність, адже кожен туристи обирає те, що відповідає його можливостям.

Гастрономічний туризм широко привертає увагу і дає можливість залучити нові категорії населення.

Тривалість гастрономічного туру – від двох вихідних до повноцінних двох тижнів.

Відбувається більш глибоке занурення туриста у повсякденне життя населення, яскравіше розуміння історії та культури країни, аніж в під час звичайних культурно-пізнавальних подорожей.

Подібні тури не бувають «гарячими», тут вiдсутнє поняття «найнижча ціна».

Туристи також мають можливість відвідати місцеві ринки, брати участь в кулінарних майстер-класах з професійними шеф-кухарями та з привітними господарями власних господарств і угідь. Деякі спеціалізовані тури навіть можуть включати в себе відвідування гастрономічніх фестивалів та кулінарних шоу.

## 1.3 Світовий досвід розвитку гастрономічного туризму

Для аналізу світового досвіду розвитку гастрономічного туризму необхідно визначити головний критерій успіху країни у гастрономічному напрямі – і це її географічне розташування. Саме від нього залежить культура та традиції харчування, що сформувалися на протязі певного часу. Проаналізувавши географічне розташування більшості держав світу, можна визначити найпопулярніші гастронапрями.

Так, якщо проаналізувати світову статистику найпопулярніших гастрономічний країн за 2019 рік (Додаток Б), то основними країнами гастротуризму є Франція (22%), Таїланд (20%), Італія (18%), Чехія (17%), Китай (17%) , Греція (16%) , Японія (16%) , Німеччина (13%) [3].

Однією з найвідоміших кухонь у світі є французька кухня. З 27 регіонів країни, найпопулярніші в гастрономічному туризмі є 22 регіони: Рона-Альпи, Прованс, Шампань-Арденни, Бургундія, Ельзас, Пуату-Шаранта, Бретань, Аквітанія, Лангедок, Лотарінгія, Нормандія та центральний Іль-де-Франс. Ансельм Брійа-Саварін – відомий французький громадський діяч, мер, депутат і суддя, розробив нормативні правила гастрономії, описав основи раціонального харчування, а також запровадив поняття «смак». Пізніше, його сучасник Антонім Карем, вперше зазначив, яку роль грає хімія в кулінарному мистецтві. Також він перший ввів необхідну річ – точні вагові дозування в рецептах страв [5].

Остаточне зведення гастрономії до рангу наукової дисципліни відбулося вже у XXI столітті, коли у Франції було відкрито перший у світі гастрономічний університет. Його метою стало зберегти та примножити традиції французької кухні, оголошеної національним надбанням. Університет позиціонує себе як «кулінарний Гарвард», де французьким та іноземним студентам викладають мистецтво гастрономії та історію французької кухні. Після навчання їм видаються дипломи, які відповідають закінченню університетського курсу.

За легендою, саме французу Гійому Тирелю, шеф-кухареві короля Карла V, належить честь створення першої у світі кулінарної книги, написаної в XIV столітті. Багато відомих і популярних у всьому світі назв страв мають саме французьке походження. Наприклад, такі як: бульйон, рулет, фрикаделька, котлета, рагу, антрекот, омлет, крокет тощо. Майже весь ресторанний лексикон теж прийшов до нас із Франції: меню, метрдотель, сомельє [5].

Головними особливостями французької кухні є використання для приготування страв різні сорти вин, лікерів, коньяк; обмежене вживання молочних продуктів; понад 3000 видів соусів, різноманітні супи-пюре.

Франція на сьогоднішній день є найпопулярнiшою країною з точки зору «винного» туризму: на ринку турпослуг пропонуються спеціальні тури з проживанням у замках Бордо, Шампанi, Луарської долини та Бургундії [12].

Таїланд, який посідає друге місце, також має власні кулінарні легенди: суп том-ям, рецепт якого намагаються відтворити велика кількість інших країн у своїх тематичних закладах, велика кількість спецій, кожна з яких має неповторний смак, різноманітність екзотичних фруктів, смажені комахи, які привертають увагу та бажання скуштувати диковинку у справжніх мисливців на нові почуття та емоції.

Вважається, що першими, хто придумав залучати потоки туристів до своєї країни, створюючи різні спільноти за інтересами під знаком смачної їжі, були італійці. Сьогодні, за даними Національного управління Італії з туризму, не менше 10% туристів прибувають у цю країну для участі у всіляких гастрономічних та винних турах [1]. Проте досі асоціації гастрономічного туризму у цій країні не створено. Традиційними італійськими стравами є звичайно паста (більше ста видів макаронних виробів), піца, понад дві тисячі найменувань вин, п'ятсот з лишком сортів сиру, триста видів м'ясних виробів, найвишуканіше морозиво.

Чеська кухня самобутня, смачна, а головне ситна. Більшість гастротурів включають в себе спробу традиційного часникового супу, свинячого коліна, свиних ребер, гуляшу, смаженого сиру, карловарських вафель, національного десерту трдельник.

Китайська кулінарна традицiя об'єднує безліч страв, характерних для різних районів Китаю, що знаходяться часом в абсолютно різних кліматичних зонах [4]. Також національні традиції приготування їжі дотримуються принципів здорового харчування, що забезпечується за рахунок складу страв. До її палітри входить безліч різних відтінків – регіональних кулінарій, деякі з яких самостійно набули всесвітньої популярності. Наприклад, кантонська кухня відома своїми м'ясними стравами: тут готують практично всі види м'яса. Сичуаньська – гостра, пряна, різноманітна смаками. Шаньдуньська внесла до загального набору морепродукти та злаки, а також майстерне використання всіляких кулінарних прийомів. Ніжна кухня Цзянсу – виражено сезонна, хунаньська – гостра, часникова, жирна та дуже яскрава. Китайська кухня виходить із декількох основних компонентів, які завжди дрібно порізані і майстерно приготовлені. Варіанти комбінацій 30 або 40 компонентів дають можливість приготувати тисячі блюд.

Спільним для Греції, Іспанії, Марокко та Італії став новий об'єкт Світової спадщини ЮНЕСКО – середземноморська дієта. Вона являє собою сукупність навичок, знань, звичаїв і прийомів, що включають сільськогосподарські культури, збирання врожаю або жнива, рибальство, обробку, консервацію, приготування та прийняття їжі. Основними інгредієнтами середземноморської дієти є: оливкова олія, свіжі або сушені фрукти та овочі, злаки, деякі види риби, молочні продукти, м'ясо, прянощі та спеції. До всього вищезгаданого так само відноситься винні напої або настоянки. Для таких середземноморських спільнот, як «Корони» у Греції, «Сорію» в Іспанії, «Шефшауен» у Марокко, «Чіленто» в Італії, середземноморська дієта – ключ до збереження та розвитку традиційних видів діяльності та ремесел.

Японська кухня відрізняється тим, що страви цієї кухні зазвичай прості, з невеликої кількості інгредієнтів. При приготуванні японські кухарі намагаються зберегти справжній смак продукту, продукти зазвичай не піддають сильної термічної обробки, вважають за краще їсти сирими, варити, гасити або готувати на пару. Згідно з японською культурою прийому їжі, прийнято їсти кілька страв невеликими порціями, причому їжу з'їдають відразу після приготування. У японській кухні особлива увага приділяється сервіруванню та зовнішньому вигляду страви, обов'язково подається рис. Запивають їжу в Японії зеленим чаєм чи саке. У зв'язку з тим, що японці вважають за краще їсти свіжі продукти, в японській кухні набір продуктів змінюється в залежності від сезону. У зв'язку з географічним розташуванням важливе місце у японському раціоні займають морепродукти.

Національна кухня Німеччини стоїть на трьох китах – ковбаски, квашена капуста і пиво. Ковбаски і сосиски це предмет національної гордості, капуста, в німецькій кухні – всім голова, а пиво настільки смачне, що на щорічний пивний свято «Октоберфест», приїжджають туристи з усього світу. Але, незважаючи на ці усталені бренди, місцева кухня не обмежується тільки цими продуктами. Варто зазначити, що в кожному регіоні країни є свої кулінарні особливості і оригінальні страви, які порадують гурманів своєю різноманітністю, грунтовністю і відмінним смаком [4].

Найбільшими любителями гастротурів зарекомендували себе німцi, англійці, американці і японці. Гастрономічний туризм є синтезом екології, культури та виробництва. Гастротуризм добре організований у Франції, Італії, Іспанії, в Японії, в Німеччині де існує розвинена мережа винногастрономічних турів [13]. Наприклад, вересень – час Устричного фестивалю в Ірландiї і Октоберфесту в Мюнхені, в липні традиційно проходить свято іспанської національної їжі Сан-Фермін і Бонтон – фестиваль тунця в Італії, а в листопаді 19 завзяті гастрономічні туристи відправляються до Франції на Божоле-Нуво – свято молодого вина або на фестиваль білих трюфелiв в Сан-Мініато.

У списку нематеріальних об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО також є й мексиканська кухня. Під поняттям «мексиканська кухня» мається на увазі не лише перелік місцевих рецептів, а й багато іншого: традиційні мексиканські продукти (квасоля, кукурудза, місцеві сорти помідорів та гарбузів, червоний гострий перець чилі, какао, авокадо, ваніль); кулінарні прийоми («нікстамалізація» – це вимочування насіння кукурудзи в розчині вапна або золи, для збільшення обсягу поживних речовин у продукті); сільськогосподарські методи (наприклад, «мільпа» – це чергування культур із вигорянням ділянки або «чинампа» – це острівці штучного посіву в озерних зонах); кухонне начиння, у тому числі жоренний камінь та кам'яна ступа. Мексиканській кухні притаманний і ритуальний зміст, наприклад: тамаль та тортилья входять до складу приношень у День померлих.

До списку нематеріальних об'єктів Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО включені також пряники з півночі Хорватії. Історія випічки пряників пов'язана з пекарнями хорватських монастирів і сягає своїм корінням далеко в Середньовіччя. До складу пряників входить: борошно, цукор, вода, сода та обов'язкові приправи. Їх випікають у формах, потім сушать та фарбують натуральними барвниками. Кожен пекар має право прикрасити свої пряники по-своєму, з додаванням картинок, дзеркалець, послань чи віршів. Однією з найпоширеніших вважають пряник у формі серця, її часто випікають для весільних свят, і вона зазвичай прикрашена прізвищем молодят і датою весілля [3].

Організація також проводить конкурс, який визначає найкраще місто у світі для гастрономічного туризму. На сьогоднішній день цього почесного звання удостоїлися лише кілька міст світу: у Колумбії – Попаян, у Китаї – Ченду (столиця знаменитої сичуаньської кухні) та у Швеції – Естерсунд. У майбутньому цей титул організація планує привласнити провінції Хатай в Туреччині, кухня якої є незвичайним змішанням турецьких, арабських і французьких гастрономічних традицій.

Світовий ринок кулінарного туризму оцінювався в 1116,7 мільярдів доларів у 2019 році і, як очікувалося, до 2027 року ринкова вартість становитиме 1796,5 мільярда доларів. Оскільки світ стикається з безпрецедентною глобальною надзвичайною ситуацією в галузі охорони здоров’я, соціального та економічного розвитку через пандемію COVID-19, подорожі та туризм є одними з найбільш постраждалих секторів із літаками на землі, закритими готелями та введеними обмеженнями на подорожі практично в усіх країнах по всьому світу.

У зв’язку з пандемією COVID-19, яка обмежила поточні подорожі та змусила людей дотримуватися соціальної дистанції, туристична індустрія зіткнулася з потребою залишатися привабливою для своїх поточних і потенційних клієнтів. Сучасні технології, безсумнівно, надають нові можливості не лише для полегшення доступу туристів до інформації, але й для створення нових вражень навіть у власному будинку. Хоча використання технологій широко використовується в харчовому секторі та на виробничих майданчиках, під час пандемії COVID-19 з’являється все більше доказів інноваційних концепцій. Кулінарні онлайн-сесії та навчальні посібники, дегустації з гідом у реальному часі, екскурсії у віртуальній реальності, віддалені соціальні прийоми їжі та пиття – це поточні та життєздатні програми, яким вдалося підтримати та тимчасово замінити традиційний гастрономічний туризм [7].

У зв'язку з тим, що гастрономічний туризм став розвиватися активніше та повсюдно, у багатьох країнах світу розпочали свою роботу турфірми, що спеціалізуються на міжнародному гастрономічному туризмі. Ключовими гравцями в індустрії кулінарного туризму є Abercrombie & Kent USA, Classic Journeys, G Adventures, Greaves Travel, India Food Tour, ITC Travel Group Limited, The FTC4Lobe Group, The Travel Corporation, Topdeck Travel і TourRadar. [3].

Отже, можна зробити висновки, що гастрономiчний туризм – це вид туризму, пов'язаний з ознайомленням із виробництвом, технологією приготування та дегустацією національних страв і напоїв, а також кулінарними традиціями народів світу. Він має грунтовану історичну основу, є одним із найперспективніших видів туризму, адже він займає певне місце в туристичній сфері в багатьох країнах світу і популярний в будь-який час та будь-яку пору року.

Даний вид туризму популяризує кожну країну як перспективну та придатну для ведення туристичного бізнесу в ній, а також гастрономічний туризм діє як об’єднуючий елемент всіх країн світу та обміну культурними цінностями та досвідом.

Загальносвітовою тенденцією є збільшення попиту на гастрономічні тури та розвиток цього виду туризму на території багатьох країн. Світовими лідерами з розвитку гастрономічного туризму є такі країни, як: Франція, Таїланд, Чехія, Німеччина, Китай, Японія, країни Середземного моря.

Коло споживачів гастрономічних турів досить широке. Найбільшими любителями таких турів є німці, японці, американці, англійці, проте майже у кожній країні є бажаючі відправитись у відпочинок з гастрономічною тематикою.

# РОЗДІЛ 2.

# ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ ГРУЗІЇ

### 2.1 Мета та завдання дослідження розвитку туристичної сфери Грузії

Метою є дослідження розвитку туристичної сфери Грузії.

Досягнення поставленої мети ґрунтується на вирішенні комплексу взаємопов'язаних завдань:

1. За допомогою аналізу науково-методичної літератури визначити теоретичні основи поняття гастрономічний туризм: дефініції та сутність, історія розвитку, види та особливості.

2. Охарактеризувати туристичний потенціал Грузії.

3. Проаналізувати ресурси гастрономічного туризму та перспективи його розвитку в Грузії.

### 2.2 Методи дослідження розвитку туристичної сфери Грузії

У процесі написання кваліфікаційної роботи були використані такі загальнонаукові методи дослідження, як: теоретичний аналіз літературних джерел, історичний метод, описовий метод, порівняльний метод, методи статистичного й економічного аналізу.

### 2.3 Організація дослідження розвитку туристичної сфери Грузії

Дослідження кваліфікаційної роботи базувалось на вивченні особливостей розвитку туристичної сфери Грузії. В результаті чого, було охарактеризовано туристичний потенціал Грузії та проаналізовано ресурси гастрономічного туризму і перспективи його розвитку в Грузії. За результатами аналізу зроблено висновки.

### 2.3.1 Загальна характеристика туристичного потенціалу Грузії

У Грузії туризм названий одним з пріоритетних напрямків економіки. Країна приваблива для мандрівників з різними інтересами. Вона відрізняється своїми багатими природними та культурними ресурсами. Незважаючи на невелику територію (69.700 км2), країна унікальна своїм біорізноманіттям. У Грузії є рідкісні субтропічні болота, напівпустелі, альпійські зони і снігові вершини. Країна володіє величезним і унікальним потенціалом для розвитку туризму – 102 курорти, 182 перспективних курортних місця, більше 2400 найменувань мінерально-оздоровчих джерел, 7 діючих і перспективних національних парків, 16 державних заповідників, понад 12 тис. історикоархітектурних пам'яток, з яких варто виділити місто-музей Мцхета, монастирський комплекс Гелати (VI ст.), Храм Баграта в Кутаїсі (XII ст.) і архітектурний ансамбль Ушгулі, що внесені в список об'єктів Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

Грузія – туристична країна, яка найбільш швидко розвивається в Центральній і Східній Європі. Таку оцінку дала Всесвітня туристична організація. Наступні після Грузії позиції ділять Словаччина, Вірменія, Латвія і Литва. Інформація про Грузію як про туристичну країну потрапила в головний річний звіт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO Tourism Highlights) за 2019 рік. Природно, що даний факт приверне увагу громадськості, оскільки вищезгадане видання вважається одним з найвпливовіших і достовірних джерел інформації про індустрію туризму в світі [18].

Грузія виявилася в числі десяти країн, які рекомендує відвідати британський туристичний портал Rough Guides. У 2019 р. вона зайняла в рейтингу п'яте місце під заголовком «Georgia. Central Asia». У десятку найпривабливіших для туризму країн увійшли також Туреччина, Ефіопія Мадагаскар, Бразилія і ще п'ять країн. Rough Guides закликає туристів побувати в Грузії, «щоб побачити первозданну красу Кавказьких гір, відвідати історичні таверни Тбілісі, побувати на чорноморському курорті Батумі і в чудових старих містах регіону Сванеті і Казбегі». Портал також відзначає, що сьогодні Грузію відвідати легше, ніж раніше, оскільки громадяни всіх країн ЄС, Австралії, Нової Зеландії, США, Канади і Південної Африки можуть в'їжджати до Грузії без віз терміном на 360 днів [19].

В останні роки число міжнародних візитерів в готелі Грузії росте швидкими темпами. Так, в 2017 р. воно становило 2 822 363, що було на 39% більше показника 2016 р.

У 2018 р. число мандрівників зросла ще на 56% і склала 4 428 221, а в 2019 р. Грузію відвідали 5 365 356 візитерів, що на 21,2% перевищує аналогічний показник 2018 р.

Слід зазначити, що в Грузії розвиток готельного господарства відбувається більш швидкими темпами, ніж в світі в цілому. Ця тенденція знайшла відображення Грузії в чисельності міжнародних прибуттів у готелі. Даний показник від 0,12% 2011 р. зріс до 0,29% в 2019 р [18]. За нашими розрахунками, в 2021 р. частка Грузії в чисельності міжнародних прибуттів зросла до 0,49%.

З ростом числа міжнародних візитерів в Грузії спостерігається зростання доходів, отриманих від готелів. У 2017 р. доходи склали 938 297 тис. дол. США, а в 2018 р за аналогічний показник склав 1 410 901 тис. дол. США [18].

Із загальної кількості здійснених в Грузії проживань в готелях велика частка припадає на сусідні держави і становить 86,1% загального числа туристів. Незважаючи на це, відмічається тенденція скорочення частки візитерів із сусідніх країн, яка в 2018 р становила 91%. З цієї точки зору провідну позицію займають громадяни Туреччини – 1,59 млн проживань (зростання на 3,8% в порівнянні з попереднім роком). Далі йдуть громадяни Вірменії – 1,28 млн проживань (зростання на 39,4% в порівнянні з попереднім роком); громадяни Росії – 765 458 проживань (зростання 49%). Протягом 2019 року кількість проживань громадян України до Грузії виросло на 64,8% і склала 126 300 [20]. За даними Національної адміністрації готелів Грузії, найбільше число проживань в Грузії припадає на літній період. Максимальне число міжнародних туристів, які проживають в готелях, припадає на серпень – 770 608 мандрівників.

Найпопулярніша причина візиту до Грузії – відпочинок і рекреація (40%).

Понад чверть іноземців приїжджають для зустрічі з друзями (8%) і родичами (17%). Тільки 8% візитерів приїжджають до Грузії з діловими та професійними цілями. Серед причин приїзду в Грузію зафіксували також шопінг (7%), транзит (9%) та інші цілі (11%). Середня тривалість проживання – 9 днів.

Найпопулярнішим засобом пересування є наземний транспорт: автобуси (47%), особисті (28%) й орендовані автомобілі (5%). Наступний за популярністю – авіатранспорт: міжнародні авіалінії – 12% і грузинські авіалінії – 3%. Залізничний і морський транспорт займають незначні позиції – відповідно 3 і 1% (див. таблиця 2.3.1).

Таблиця 2.3.1

Засоби пересування туристів в Грузії

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид транспорту | 2018 р. | 2019 р. |
| Повітряний | 429364 | 585701 |
| Наземний | 3873032 | 4699387 |
| Залізничний | 63658 | 62976 |
| Морський | 62167 | 44239 |

За даними Національної адміністрації готелів Грузії, найпопулярнішими видами діяльності в Грузії серед іноземних туристів являються відпочинок і рекреація (36%), знайомство з грузинською кухнею (35%), пізнання природи / ландшафту (29%).

Найбільш привабливими для візитерів містами є Тбілісі (45%) і Батумі (40%). 27% міжнародних візитерів не залишаються на нічліг в готелях Грузії. Серед тих візитерів, які залишаються в країні на нічліг, найпопулярнішим засобом розміщення є готелі (36%). Приблизно третина візитерів (34%) залишаються ночувати у друзів і родичів. Інші типи розміщення міжнародними візитерами використовуються рідко. Тільки 9% візитерів зупиняються в готельних будинках, у 8% є власні будинки або квартири, 11% візитерів знімають кімнати або квартири. 49% візитерів ночують одні, 22% – з друзями, а 16% – з сім'єю.

Більшість (70%) туристів, які прибули самі спланували візит, 16% – довірили планування візиту друзям і членам сім'ї, а 8% візитів сплановані роботодавцем. Кількість візитів, сплановане туристичними компаніями дуже незначна і становить всього 1,4% [18].

На замовлення Департаменту туризму Грузії бізнес-консультаційна група BCG Research провела дослідження в міжнародному аеропорту Тбілісі і декількох митно-пропускних пунктах серед тих іноземців, які виїжджали з країни. Метою дослідження було вивчити загальне враження і оцінки візиту до Грузії іноземними візитерами. В ході дослідження було виявлено, що основним джерелом інформації про Грузію були друзі і родичі, в ряді випадків – організації та бізнес-партнери. Лише деякі вказали в якості джерела інформації Інтернет-ресурси, хоча важко було назвати конкретну веб-сторінку.

Підтвердженням задоволеності візитом і загального позитивного ставлення до Грузії є бажання візитерів знову відвідати країну. 2/3 опитаних збиралися відвідати країну повторно до кінця поточного року, а решта висловлювали бажання знову відвідати Грузію, але важко було вказати конкретний період. Лише кожен десятий не впевнений, що коли-небудь повернеться до Грузії. Позитивне ставлення респондентів підтверджує той факт, що їх абсолютна більшість теоретично готова порекомендувати друзям і близьким відвідати Грузію [20].

На ринку готельних послуг на сьогоднішній день лідирують Тбілісі і Аджарський регіон. Загальна кількість засобів розміщення в країні становить 1 051 на 34 751 спальних місць. На готелі припадає 63% місць, за ними йдуть готельні будинки і сімейні готелі, кожен з часткою в 16%.

У Тбілісі функціонують готелі кількох міжнародних брендів: Radisson Blue Iveria, Tbilisi Marriott, Courtyard Marriot, Sheraton Metekhi Palace, Holiday Inn і Citadines. Ще кілька міжнародних готельних мереж планують увійти на ринок Грузії. У Батумі функціонують готелі міжнародних готельних мереж Sheraton і Radisson Blue. В процесі будівництва знаходяться готелі міжнародних мереж: Kempinski, Hilton, Holiday Inn, Ritz-Carlton, Marriott і ін.

Одними з головних чинників, що заважають розвитку як внутрішнього, так і зовнішнього туризму в Грузії, на думку експертів, є неправильне співвідношення між якістю туристичного продукту і його ціною, відсутність недорогих готелів і завищена вартість авіаперевезень. При цьому рівень обслуговування в готелях і авіакомпаніях часто не відповідає загальносвітовим стандартам [20].

Незважаючи на глобальну економічну кризу, туристична індустрія Грузії продовжує успішно розвиватися. Максимальним використанням багатих природних і культурних ресурсів Грузії, а також розробкою нових туристичних продуктів можливе залучення туристів з різними інтересами, що закладе основу розвитку різноманітних видів туризму, таких як пригодницький, екологічний, винний, екстремальний, релігійний та ін.

# РОЗДІЛ 3.

# РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ГРУЗІЇ

### 3.1 Аналіз ресурсів гастрономічного туризму в Грузії

Елементи нематеріальної культурної спадщини кожного народу формувались на різних етапах історії та розвитку культури. Певний набір звичок та отриманих знань передавався з покоління до покоління та освоювався кожним новим членом суспільства, а з часом закріплювався в культурі жителів певної території. Усі народи розвивалися під натиском великої кількості різних соціальних, економічних, культурних, політичних, кліматичних та релігійних факторів. Це призвело до того, що у сформованих країнах сьогодення, аналізуючи, ми можемо спостерігати спільне та відмінне.

Одноманітність має поганий вплив як на фізичне, так і на психологічне сприйняття будь-чого, і харчування, яке є фізіологічною потребою людини, – не виключення. Саме тому за час існування людства було вигадано незлічену кількість страв та способів їх приготування, що увібрали в себе не тільки гастрономічну культуру, а й уклад життя народу, що проявляється в традиціях, звичаях, обрядах, піснях і легендах.

Ступінь розвиненості гастрономічної культури, мається на увазі, розуміння гастрономічної культури як національної кулінарної традиції, як сукупності страв, типових для даного народу, визначає те, наскільки вдалим є підґрунтя для [розвитку гастрономічного туризму](https://tourlib.net/statti_ukr/myronov37.htm) на території певної країни:

Гастрономічна культура виступає, як культурно специфічна система норм, принципів і зразків, що втілюється в способі приготування їжі, наборі прийнятих в даній культурі продуктів та їх поєднаннях, практиці споживання їжі, рефлексії над процесами приготування і вживання їжі [23]. Це означає, що на формування іміджу території для гастрономічного туризму впливає не тільки смак та різнобарвність національної кухні, а і те, якими традиціями та обрядами супроводжується вирощування продукції, приготування страв та їх споживання.

Гастрономічний туризм в [Грузії](https://tourlib.net/statti_otdyh/georgia.htm) славиться своїми грузинськими стравами та, відповідно, ресторанами, які бажають відвідати туристи з усього світу. Через низький рівень економічної та соціальної розшарованості суспільства, ціни на страви майже однакові, не залежно від якості сервісних послуг, які надаються. Якщо говорити про ресторани, наприклад, у Тбілісі, то окремо можна виділити:

* ресторан «У тіні Метехі», який спеціалізується на класичній національній кухні та славиться великими порціями;
* ресторан «Таглаура», який є мережею та являє собою рідкісний вид кухні, яка поєднує традиції як західної так і східної частини Грузії;
* ресторан «Рача духан», відомий своїми ковбасками Абхазура;
* ресторан «Захар Захарич», знаменитий великим асортиментом хінкалі та інші.

Велика частина гастрономічного туризму в Грузії, припадає саме на спеціалізований – [винний туризм](https://tourlib.net/statti_ukr/basjuk2.htm). Винний туризм супроводжується поїздкою на виноградники, знайомством з сортами винограду та історією виноробства, вивченням правильної технології виробництва та споживання вина, а також дегустацію під час спеціальних заходів, відвідування виставок, фестивалів, тощо.

Сьогодні в Грузії вино готують як у традиційних глиняних глеках – квеврі, що по формі та призначенню не відрізняються від давньогрецької амфори, які закопуються в землю (цей спосіб отримав статус нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО), так і в сучасному обладнанні. Фамільні виноробні та історичні заводи, виноградники є місцями, які найчастіше відвідуються в межах винного туризму в Грузії, яка славиться своїм широким асортиментом винограду, з якого виробляється вино – понад 400 видів.

В межах винного туризму в Грузії можна відвідати:

* регіон Кахетія, який є найбільшим по об’єму та по популярності вироблюваних вин (Сапераві, Ркацителі, Кіндзмараулі, Цинандалі);
* регіон Імеретія, що відомий переважно білими сортами вина (Крахуна, Цицка, Цолікаурі);
* регіон Рача-Лечхумі, що знаходиться на півночі та славиться вином Хвачкара, яке може володіти такою назвою лише якщо виноград був вирощений тут (також тут виробляється Твіши, Усахелурі);
* регіон Шида Картлі, який є найближчим до Тбілісі та славиться виробленням єдиних в усій Грузії ігристих вин.

В контексті гастрономічного туризму можна вважати, в першу чергу канонічну та відому у всьому світі гостинність грузинів, яка століттями дивує приїжджих з усього світу. Гостинність грузинів є важливим традиційним культурним елементом, який і до сьогодні має високу соціальну значущість та відіграє велику роль в міжкультурному спілкуванні.

Як зазначає Русавська В.А., гостинність уособлює не тільки матеріальні, а й духовні цінності нації, відіграє особливу роль у збереженні і відтворенні національного та є одним із чинників формування національної ідентичності, оскільки забезпечує збереження і трансляцію соціально-побутових зразків поведінки, демонструє наявність колективної пам’яті, представленої традиціями гостинності [21].

Також, на думку вченої, традиції формуються саме в рамках процесу спадкування ключових культурно-історичних цінностей, знань, образів, національних символів та світоглядних орієнтирів, а гостинність в цьому процесі відіграє центральну роль, створюючи спеціалізоване середовище передачі означених феноменів наступним поколінням [22].

Протягом століть грузинський народ розвивав традиції щедрості та гостинності. Це можна відчути повсюдно – в гостях у грузинському будинку, на вулиці, на сільському базарі, в магазині, у столичному метро. У результаті, в Грузії сформувалася висока культура гостинності, яка тут є не просто елементом культури – це генетичний код нації.

Однією з найвідоміших національних пам’яток Грузії є Картліс Деда – мати всієї країни. Статуя височіє над Тбілісі з мечем в одній руці для тих, хто прийшов як ворог та келихом вина в другій для тих, хто прийшов як друг [24]. Це символ захисту та гостинного, доброзичливого ставлення до тих, хто завітав до країни та її столиці. Відомий вислів: «Гість – це дар Божий» і досі є популярним в культурі гостинності грузинів, а грузинська поезія описує гостинність поряд з хоробрістю чи вмілим поводженням зі зброєю. Так, наприклад, ідеалізуючи гостинного, щедрого господаря, класик грузинської літератури, Важа Пшавела, у своїй поемі «Гість і господар» розповідає, що коли в сім’ї випадково опиняється гостем ворог, господар будинку приймає його з повагою, і коли родичі, що зібралися, виступають проти, господар будинку починає захищати його і нагадує, що за дотримання традицій гостинності, гість вважається недоторканним [25].

Звичайно, існує і думка, що справжня грузинська гостинність залишилась в минулому, а наразі, це стереотип, і ми можемо бачити лише продукт, конвертований товар, націлений на збільшення прибутку.

Таким чином, ми можемо ствердити, що придатність певної країни для гастрономічного туризму визначається не тільки багатством гастрономічної культури, а й і традиціями, які з цією гастрономічною культурою пов’язані. Доволі розвинений та багатогранний гастрономічний туризм Грузії славиться в першу чергу не тільки своєю кухнею та вином, а і канонічною гостинністю, яка формувалась століттями та знайшла своє відображення в традиціях гостинності грузинського народу та уособлення в головній статуї Грузії – Картліс Деда. Грузинську гостинність оспівує національний фольклор, описують відомі мандрівники та письменники. З одного боку, вона є символом країни, а з іншого – стереотипом Грузії. Звичайно ж, глибинна гостинність у регіонах, віддалених від туристичних – найщиріша та безоплатна.

В наш час гастрономічний туризм є одним із найперспективніших видів туризму. Нині прагнення до незвичних вражень збільшує появу нових можливостей, пов’язані з туризмом. Для того, щоб грузинська туристична індустрія не відставала від цього розвитку виробництва, слід проаналізувати процес створення різноманітності грузинських страв від вибору сировини до етапу споживання, використовувати відповідні ринкові методи.

Грузинська кухня – це той рідкісний випадок, коли почати коштує не з страв, а з вина та неодмінних тостів. Як кажуть грузини, мало-мальськи пристойне застілля повинна налічувати щонайменше двадцять витіюватих славослів'я на самі різні теми – від здоров'я батьків до горезвісного збігу бажань і можливостей. Трапези, де кількість тостів не дотягує до двадцяти, всерйоз не приймаються і характеризуються як «маленько посиділи». Взагалі кажучи, неймовірне гостинність і привітність місцевих, атмосфера поваги і любові, що панує за столом – уже половина смаку страв. Інша половина – найсвіжіші продукти і душевні порції – до такої міри, що на грузинському застіллі неминуче настає момент, коли впихнути в себе навіть крихту ну ніяк не можна.

Грузинська кухня – одна з головних визначних пам’яток країни, нарівні з неймовірними горами і безмежною гостинністю. Національні частування сповна відповідають атмосфері постійного святкового сімейного застілля, яка панує в [Грузії](https://poihalyznamy.com.ua/countries/georgia/) [26].

Тут химерно переплітаються кулінарні традиції Закавказзя, Азії і Причорномор’я. На заході відчувається вплив Туреччини, а на сході – Ірану. А на чолі столу стоять традиційні соуси, які і надають ті самі грузинські нотки м’ясу і овочам [26].

Сацебелі – перекладається як «соус», так що це беззаперечний король грузинської кухні. Його готують з свіжих томатів, незрілого винограду, гранатового соку або ожини і товчених волоських горіхів. Ткемалі – класичний сливовий соус, який роблять виключно з кислих слив однойменного сорту. До них додають гострий перець, часник, кінзу і інші трави. Сациві – холодний горіховий соус, який готують спеціально для однойменної холодної страви. З ним подають курку, індичку або іншу домашню птицю. Основний інгредієнт – подрібнені волоські горіхи [26].

М’ясо в Грузії їдять у величезних кількостях і будь-яке: птицю, свинину, яловичину і баранину. Разом з ним тут їдять дуже багато сиру різних сортів і складів. Сулугуні, імертинский, кобійский і ще кілька десятків видів. Їх тут варять, смажать, вимочують, маринують, запікають і додають в сотні традиційних страв [26].

Майже всюди використовуються горіхи і характерний набір трав і спецій – кінза, естрагон, шафран, базилік, м’ята, хмелі-сунелі, гострий перець, коріандр, часник. Їх додають навіть в супи, випічку і солодощі. У борошняних виробах і десертах переважає кукурудзяна мука, і тільки на сході віддають перевагу пшеничному хлібу з глиняних горщиків [26].

Традиційні грузинські страви – великі, ситні, ароматні і дуже пряні.

Хачапурі займають особливе місце в грузинській національній кухні. По суті, це щось середнє між пирогом і коржиком з сиром та іноді – з іншими начинками. Традиційно тісто роблять на основі мацоні. Харчо – головний суп традиційної грузинської кухні. Його готують з яловичини з рисом і волоськими горіхами. І обов’язково на кислій основі – з соусом ткемалі або кислим сливовим пюре тклапі. У ньому багато часнику, зелені і спецій. Чахохбілі – це курка чи будь-яка інша домашня птиця, тушкована в томатному соусі. Колись використовували м’ясо фазана, але зараз це неактуально навіть в найбільш автентичних ресторанах. Особливість приготування в тому, що м’ясо обсмажується на дні каструлі без додаткового жиру. Хінкалі – це великі грузинські пельмені з хвостиком, відомі у всьому світі. Правда в самій Грузії вони куди більш вражаючі за розміром – іноді навіть з кулак. Найпоширеніші начинки роблять на основі сиру і м’яса, але бувають і овочеві. Лобіо – загальна назва для всіх видів квасолі і традиційне національне блюдо на її основі. Зазвичай використовують відварну червону квасолю, але в деяких регіонах в ходу і зелена стручкова. Чурчхела – це справжній грузинський снікерс, причому він добре знайомий в усіх пострадянських країнах. Це ті самі різнокольорові «ковбаски», які досі часто продаються на ринках разом з медом, варенням і сухофруктами. Це фундук або ядра волоських горіхів в оболонці з суміші кукурудзяно-пшеничного борошна і виноградного соку [26].

І це лише незначна частина страв, які обов’язково варто скуштувати в Грузії.

Головна мета відпочивальників, які обирають гастрономічний туризм, полягає в дегустації унікальних продуктів і страв, властивих винятково цій місцевості, а гастрономічні тури – спеціально розроблені тематичні програми, що можуть включати як дегустації вишуканої їжі, так і навчання в гастрономічних школах будь-якої спрямованості (Додаток В).

Цільовою аудиторією гастрономічних турів виступають:

1) туристи, які прагнуть одержати якнайбільше вражень, вибираючи при цьому економічний відпочинок (екскурсійні тури, програма яких включає дегустацію регіональних блюд і напоїв, традиційні фольклорні вечори, дегустацію вин у невеликих виноробствах);

2) туристи, які бажають відкрити вже відвідувану ними раніше країну з «гастрономічної» точки зору (тематичні групові тури підвищеної комфортності й розширеної програми поїздки);

3) вибагливі туристи-гурмани (індивідуальні винні й гастрономічні тури для професіоналів VIP-класу).

Як окремий вид туризму, гастрономічний туризм має і свої особливі риси:

– умови для розвитку гастрономічного туризму мають абсолютно всі країни і це унікальна відмінна риса даного виду туризму;

– гастрономічний туризм не носить характер сезонного відпочинку, для будь-якого часу року можна підібрати відповідний тур;

– гастрономічний туризм в тій чи іншій мірі є складовим елементом всіх турів, але на відміну від інших видів туризму знайомство з національною кухнею стає головним мотивом, метою та елементом гастрономічної подорожі;

– просування місцевих господарств, а також виробників продовольчих товарів – є невід'ємною частиною будь-якого гастрономічного туру.

Аналізуючи гастрономічний туризм, важливо визначити фактори, які впливають на його розвиток.

До факторів, що сприяють розвитку гастрономічного туризму в регіонах, слід віднести:

– розвинене сільське господарство і можливість перебування туристів у сільській місцевості з метою дегустації місцевої кухні і продуктів, вироблених в фермерських господарствах;

– можливість відвідування екологічно чистих господарств і виробництв, знайомство з екологічно чистими, органічними продуктами і їх виробництвом;

– наявність на території регіону корінних народів, або нащадків, які підтримують традиції (євреї, татари, поляки, чехи, німці), кухня яких може стати основою для розробки унікальних гастрономічних турів;

– можливість збору дикоросів (гриби, ягоди);

– можливість створення нових робочих місць і залучення місцевих жителів в робочий процес;

– наявність різноманітного природно-рекреаційного потенціалу;

– багатої культурно-історичної спадщини;

– близькість цільових споживачів туристських ресурсів (в межах 2-3-х годинний доступності) до об’єкту мандрівки;

– зростання популярності телевізійних кулінарних програм і шоу;

– пропагування здорового способу життя.

Спираючись на визначені фактори, можна виокремити деякі перспективи розвитку гастрономічного туризму та розробки гастрономічних маршрутів в Грузії, а саме:

1. Висока різноманітність, можливості поєднання декількох кухонь в одному маршруті, створюють благодатний ґрунт для створення незвичайних гастрономічних турпродуктів.

2. Високопродуктивне і багатогалузеве сільське господарство. Можливість виробляти не тільки різноманітну, а й екологічної чисту сільгосппродукцію. Одночасно давні традиції заняттям сільським господарством служать основою для розвитку гастрономічного туризму.

3. Сприятливі природні умови, в першу чергу, ґрунтово-кліматичні, визначають можливості вирощування винограду.

Отже, гастрономічний туризм – це подорожі в країни або особливі місця для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями з метою дегустації унікальних страв та продуктів, властивих тільки для цієї країни або місцевості.

### 3.2 Гастрофестивалі як перспективний напрямок розвитку гастрономічного туризму в Грузії

Грузія багата не лише на дивовижну природу, архітектурні пам'ятки, смачнючу кухню, гостинних людей, але й на неймовірно веселі та колоритні фестивалі. Грузини – народ веселий. І в цьому можна переконатися відвідавши найвідоміші фестивалі Сакартвело, а саме: фестиваль молодого вина, фестиваль пива, фестиваль фруктів, фестиваль сиру.

***Фестиваль молодого вина [27].***

Якщо ви поціновувач напою богів, то вам пряма дорога на найвідоміший у країні фестиваль грузинського вина (Додаток Д).

Вино є важливою частиною країни, і грузинська технологія виготовлення цього напою унікальна. У цьому легко можуть переконатися всі охочі, якщо відвідають захід.

Традиційно у фестивалі беруть участь майже всі великі компанії й малі винарні. На фестивалі представлені домашні вина з різних регіонів Грузії.

Фестиваль проходить на території Етнографічного музею просто неба. Вина відбирають дуже ретельно, тому туристи зможуть скуштувати найкращі з грузинських вин.

Цей фестиваль дуже популярний серед жителів Грузії і мандрівників. Так, цього року фестиваль відвідало близько 10 тисяч гостей, серед них половина – іноземці.

Фестиваль відбувається у середині травня, постійної дати як такої немає. Тому потрібно заздалегідь дізнаватися, коли столична мерія вирішить провести фестиваль.

***Фестиваль пива в Батумі [27]***

Два дні в серпні у курортній столиці Грузії пиво ллється рікою, скрізь танцюють грузинські національні танці і співають народні пісні. До міста приходить фестиваль пива (Додаток Е).

Головна мета фестивалю – популяризація грузинського пива. У фестивалі беруть участь відомі грузинські бренди, такі як «Натахтарі», «Казбегі», «Батумурі» та інші. У рамках фестивалю проводяться різні конкурси: хто більше й швидше вип'є пиво або хто швидше з'їсть хінкалі.

Потрапити на цей фестиваль – це можливість не тільки скуштувати смачне грузинське пиво, насолодитися грузинською кухнею, але й поринути у веселу атмосферу танців і пісень.

Фестиваль проходить на початку серпня на території Будинку Юстиції, який розташований на вулиці Хімшіашвілі.

***Фестиваль фруктів [27]***

Що може бути краще за склянку освіжаючого фруктового соку в спекотний літній день? Хіба що комбінації добірних грузинських фруктів, шербету, різноманітних пуншів і найсмачнішої грузинської чурчхели (Додаток Ж).

От уже 2 роки поспіль Національне агентство туризму Грузії проводить Фестиваль фруктів у древній столиці країни, місті Мцхета. Гості фестивалю можуть насолодитися найкращими грузинським фруктами й солодощами. А також одержати величезний заряд позитивної енергії.

Фестиваль у Мцхета – тільки перший етап подібних фестивалів по всій країні. Аналогічні акції проходять у різних куточках країни кожного вікенду до середини вересня.

У фестивалю немає закріпленої дати, тому потрібно заздалегідь дізнаватися про час проведення фестивалю.

***Фестиваль сиру [27]***

У кожного охочого є можливість скуштувати більше 50 різновидів грузинського сиру. Саме цей продукт представляє найпопулярніший у Грузії «Фестиваль сиру» в селищі Цинандалі, Кахетія (Додаток З).

На фестивалі представлені сири різних видів, смаків і форм. Зокрема, серед експонатів є сири з медом, спеціями, перцем, оброблені в чачі (грузинський алкогольний напій), у соняшниковій олії та інші. Більше того, винахідливі грузини покажуть і різні експозиції, зроблені винятково з сиру.

Разом із сиром учасники фестивалю можуть продегустувати і грузинське вино.

Містечко Цинандалі розташоване в 110 кілометрах від столиці Грузії. Доїхати можна на маршрутці з центрального автовокзалу, біля якого – станція метро Дідубе.

Тож, спираючись на результати аналізу гастроресурсів Грузії можемо сказати, що країна вдало ними користується, що проявляється у вигляді проведення різноманітних гастрофестивалів. Але, ресурсна база для розвитку гастрономічного туризму здатна на значно більше, адже лише невелика частина гастроресурсів задіяна у проведені гастрономічних фестивалів.

На основі результатів аналізу гастроресурсів Грузії можна виокремити основні, а саме:

1. Вино.
2. Пиво.
3. Сир.
4. Соуси.
5. М'ясо.
6. Горіхи, трави, спеції.
7. Національні класичні страви (хінкалі, хачапурі, харчо, чахохбілі, чурчхела, шербет та ін.)

Деякі з цих ресурсів активно використовуються у розвитку гастрономічного туризму країни, наприклад вино (фестиваль молодого вина), сир (фестиваль сиру), чурчхела і шербет (фестиваль фруктів), пиво і хінкалі (фестиваль пива).

Тому, ми вбачаємо доцільним створення і проведення нових гастрономічних фестивалів з використанням інших гастроресурсів як перспективний напрямок розвитку гастрономічного туризму в Грузії, а саме:

* Фестиваль соусів;
* Фестиваль м'яса, або м'ясних страв;
* Фестиваль спецій і трав;
* Фестиваль хачапурі.

Такі приклади обумовлені певними факторами, які було виявлено під час аналізу ресурсної бази.

Отже, можемо сказати, що Грузія має надзвичайно великий потенціал для розвитку гастрономічного туризму. Певну частину гастроресурсів країна вдало використовує, але є ще багато не задіяних ресурсів для розвитку гастрономічного туризму і це є чудова база і потенціал для подальшого розвитку гастрономічного туризму Грузії.

# ВИСНОВКИ

1. В першому розділі роботи ми провели аналіз науково-методичної літератури та визначили теоретичні основи поняття гастрономічний туризм: дефініції та сутність, історія розвитку, види та особливості. Отже, гастрономічний туризм – це вид туристичної діяльності, де туристи задовольняють свої культурні та гастрономічні потреби за допомогою ознайомлення з кухнею певної країни, з її звичаями та традиціями, побутом конкретних дестинацій і технологіями виробництва. Гастрономічний туризм як самостійний вид туризму почав свій розвиток відносно недавно. Умови для розвитку гастрономічного туризму мають абсолютно всі країни і це унікальна риса цього виду туризму. У гастрономічному турі туристи відвідують виноробні, пивоварні, невеликі ферми й виробництва, дегустують вiдомі (і не дуже) національні продукти, а також вина та інші традиційні напої.

2. В другому розділи було охарактеризовано туристичний потенціал Грузії. У Грузії туризм названий одним з пріоритетних напрямків економіки. Країна приваблива для мандрівників з різними інтересами. Вона відрізняється своїми багатими природними та культурними ресурсами. Незважаючи на глобальну економічну кризу, туристична індустрія Грузії продовжує успішно розвиватися. Максимальним використанням багатих природних і культурних ресурсів Грузії, а також розробкою нових туристичних продуктів можливе залучення туристів з різними інтересами, що закладе основу розвитку різноманітних видів туризму, таких як пригодницький, екологічний, винний, екстремальний, релігійний та ін.

3. На основі проведеного нами дослідження нами було проаналізовано ресурси гастрономічного туризму та перспективи його розвитку в Грузії. В ході дослідження було виявлено фактори, які впливають на розвиток гастрономічного туризму. Спираючись на визначені фактори, було виокремлено деякі перспективи розвитку гастрономічного туризму та розробки гастрономічних маршрутів в Грузії. Також було проаналізовано гастрофестивалі Грузії та на основі аналізу гастроресурсів країни запоропоновано деякі нові гастрономічні фестивалі як перспективний напрямок розвитку гастрономічного туризму у країні.

# ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Allen G.J., Albala K. Encyclopedia of the Food and Drink Industries. The Business of Food. 2010. P. 112.
2. Alternative tourism in Turkey. URL: <https://www.researchgate.net/project/Alternative-tourism-in-Turkey>
3. Gastronomic Tourism: A Theoretical Construct. URL: [https://www.researchgate.net/publication/355792568\_Gastronomic\_Tourism \_A\_Theoretical\_Construct](https://www.researchgate.net/publication/355792568_Gastronomic_Tourism_A_Theoretical_Construct)
4. Geographical Indication Gastronomic Products of the Black Sea Region. URL: [https://www.researchgate.net/publication/348877048\_Geographical\_Indicati on\_Gastronomic\_Products\_of\_the\_Black\_Sea\_Region](https://www.researchgate.net/publication/348877048_Geographical_Indication_Gastronomic_Products_of_the_Black_Sea_Region)
5. Globalization vs. local. The role of street food in the urban food system. URL: [https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567115002920?ref= pdf\_download&fr=RR-2&rr=717570152c49b33c](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567115002920?ref=pdf_download&fr=RR-2&rr=717570152c49b33c)
6. Impact of Restaurants in the Development of Gastronomic Tourism. URL: [https://www.researchgate.net/publication/342256478\_Impact\_of\_Restaurant s\_in\_the\_Development\_of\_Gastronomic\_Tourism](https://www.researchgate.net/publication/342256478_Impact_of_Restaurants_in_the_Development_of_Gastronomic_Tourism)
7. TOURISM AND COVID-19 – UNPRECEDENTED ECONOMIC IMPACTS. URL: <https://www.unwto.org/tourism-and-covid-19-unprecedented-economic-impacts>
8. World Food Travel Association (WFTA). URL: <https://www.worldfoodtravel.org/cpages/home>
9. Архипов В. Особливості культури і традицій харчування народів світу. Київ, 2005.
10. Басюк Д.І. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики : монографія. Вінниця : ПП «ТД «Едельвейс і К», 2017. С. 324-325.
11. Вишневецька Г. Г. потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму. Географія та туризм. 2011. № 14. С. 100-115.
12. Вишневецька Г.Г. Гастрономічні свята та фестивалі як туристична атракція. Географія та туризм. 18-те вид. 2012. С. 30-36.
13. Гастрономічний туризм: країни для смачного гастротуру. URL: <https://ukr.media/world/383444/>
14. Кляп М.П. Сучасні різновиди туризму. Київ : Знання, 2011. 224 с.
15. Офіційний сайт Міжнародної асоціації гастрономічного туризму. 2014. URL: [http://www.worldfoodtravel.org](http://www.worldfoodtravel.org/)
16. Шандор Ф.Ф. Сучасні різновиди туризму. Київ. 2013. 334 с.
17. Brokaj M. The Impact of the Gastronomic Offer in Choosing Tourism Destination: The Case of Albania / M. Brokaj // Academic Journal of Interdisciplinary Studies MCSER Publishing. 2014. Vol.3. No.2. P.249-258
18. Всесвітня туристична організація. URL: <http://www.unwto.org/>
19. Британський туристичний портал Rough Guides. URL: <https://www.roughguides.com/>
20. Національна туристична адміністрація Грузії. URL: <https://gnta.ge/>
21. [Русавська В.А. Гостинність в українській традиційній культурі: навч. посіб. МОіН України. К.: Ліра-К, 2014. 280 с.](https://lira-k.com.ua/preview/12175.pdf)
22. Русавська В.А. Українська гостинність: культура, традиції, бізнес // Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації: тези доповідей ІІ Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 25-26 жовтня 2018 р.). К.: Вид. центр КНУКіМ, 2018. С.55-60.
23. [Русавська В.А., Плюта О.П., Танасійчук О.В., Бескурнікова В. Гастрономічна культура українців // Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації: тези доповідей ІV Міжнар. наук.-практ. конф.-фестивалю (м. Київ, 20-21 травня 2021 р.). К.: Вид. центр КНУКіМ, 2021. 435 с. С.265-270.](https://musart.org.ua/gastronomichna-kultura-ukrainciv.htm)
24. Constable D.J. Kartlis Deda: the Importance of Georgia’s Most Famous Woman. URL:  <https://www.huffingtonpost.co.uk/david-j-constable/kartlis-deda-the-importan_b_1776626.html>.
25. Razikashvili L.P. Host and Guest. URL: <https://www.poetryintranslation.com/PITBR/Georgian/HostandGuest.php>.
26. Мережа туристичних агенцій «Поїхали з нами». Гастрономічна подорож у Грузію. URL: <https://poihalyznamy.com.ua/gastronomichna-podorozh-u-gruziyu/>
27. Фестивалі Грузії: куди сходити, що побачити і чим почастуватися. URL: <https://travel.tochka.net/ua/7721-festivali-gruzii-kuda-skhodit-chto-uvidet-i-chem-ugostitsya/>

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МІНІСТЕРСТВА ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

Факультет фізичного виховання, здоров'я і туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

# ДОДАТКИ

На тему: «Гастрономічний туризм у Грузії: стан та перспективи розвитку»

«Gastronomic Tourism in Georgia: State and Development Prospects»

Виконала: студентка 5 курсу, групи 6.2418-з

Спеціальності 241 готельно-ресторанна справа

Освітньої програми «Готельно-ресторанна справа»

Луткова Анастасія Олегівна

Керівник: к.п.н., доцент Люта Д.А.

Рецензент:

Запоріжжя – 2023

## Додаток А

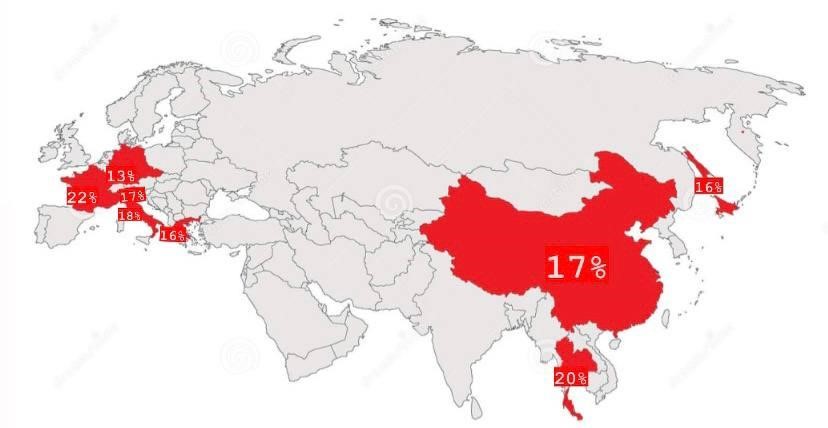
Категорії гастрономічного туризму

(за версією World Food Travel Association)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Кулінарні школи та майстер-класи |  | Кулінарні розваги |  | Кулінарні напрями |
|  |  |  |  |  |
| Кулінарні події |  | Кулінарні медіа |  | Гастрономічні магазини |
|  |  |  |  |  |
| Фермерські ринки |  | Кулінарні заготівлі |  | Гастрономічні тури від агенцій |
|  |  |  |  |  |
| Гастрономічні заклади |  | Гастрономічні клуби |  | Виробництво харчових продуктів |

## Додаток Б

Основні напрямки розвитку сучасного гастрономічного туризму



## Додаток В

Класифікація гастрономічних турів

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Ознака класифікації | Підвид | Особливості | Вид туристської діяльності, характер відвідуваних підприємств | Країна |
| Спрямовані на сільське або міське середовище | Сільський або «зелений» | Вирушаючи в сільську місцевість, турист прагне спробувати екологічно чисті продукти, що не мають ніяких добавок | збір лісних ягід, овочів і фруктів, полювання на трюфелів або прогулянку по дорогах виноробства | Всі країни, де є кулінарний туризм |
| Міський | Відвідування ресторанів з дегустацією делікатесних і фірмових страв | Відвідування промислових або сервісних підприємств – кондитерських фабрик, маленьких ковбасних цехів та ресторанчиків при них | Всі країни, де є кулінарний туризм |
| За видом конкретного продукту або напою | Винні | Під час туру турист знайомиться з різними сортами одного і того самого продукту в різних регіонах місцевості | Відвідування виноградників та екскурсії на виноробні господарства з дегустацією вин | Франція, Італія, Іспанія, Кіпр, Греція, Португалія, Австрія, Україна, Грузія, Угорщина, Швейцарія |
| Пивні | Відвідування пивоварень, як великих так і домашніх, дегустації | Німеччина, Австрія, Чехія, Бельгія, Україна (Чернігів, Київ, Запорі-жжя, Дніпропетровськ) |
| Сирні | Відвідування заводів і сирних льохів, дегустації | Голландія, Швейцарія, Італія, Україна (Закарпаття) |
| Шоколадні | Відвідування шоколадних фабрик, дегустації | Іспанія, Франція, Італія, Англія, Бельгія, Швей-царія, Україна (Львів, Київ) |
| Чайні |  | Відвідування чайних плантацій, фабрик з розфасовування продуктів збирання | Японія, Китай, Шри Ланка, Грузія, Абхазія, Україна (Харків) |
| Кавові | Відвідування кавових плантацій, фабрик з розфасовування продуктів збирання | Бразилія, Індія, Італія, В’єтнам, Колумбія, Перу, Гватемала, Ефіопія |
| За ціллю подорожі | Культурно-пізнавальні | Туристи їдуть з пізнавальною і розважальною метою | Відвідування різних екскурсій і дегустацій | Всі країни, де є кулінарний туризм |
| Оздоров-чий | Дегустація чайних зборів з цілющих трав; меду в поєднанні з апі-терапією; винотерапія | Всі країни, де є кулінарний туризм |
| Фестива-льний | Відвідування та участь у гастро-фестивалях | Всі країни, де є кулінарний туризм |
| За напрямом подо­рожі | Святковий | Туристи їдуть з розважальною метою | Відвідування та участь у гастросвятах | Всі країни, де є кулінарний туризм |
| Фестивальний | Відвідування та участь у гастрофестивалях | Всі країни, де є кулінарний туризм |
| Особливі | Гастроди-пломатія | Туристи їдуть по робочим питанням | Організація диплома-тичних прийомів на усіх рівнях з урахуванням кулінарних особливо-стей країн гостей та країни-організатора | Країни де розвинений діловий та кулінарний туризм |

## Додаток Г

Переваги гастрономічного туризму

1. Є головним мотивом, метою та елементом гастрономічної подорожі, хоча є складовим елементом будь-яких турів

***ПЕРЕВАГИ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ***

5. Умови для розвитку мають абсолютно всі країни та регіони

4. Сприяє просуванню місцевих господарств і виробників продовольчих товарів, підприємств туристичної інфраструктури (готелів, закладів харчування тощо)

3. Не зазнає сезонних коливань

2. Популяризує національні (місцеві) кулінарні традиції

## Додаток Д

Фестиваль молодого вина





## Додаток Е

Фестиваль пива в Батумі





## Додаток Ж

Фестиваль фруктів





## Додаток З

Фестиваль сиру



