**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет фізичного виховання, здоров’я і туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**бакалавра**

На тему: «Сучасний стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні»

«The Current State and Prospects for the Development of Gastronomic Tourism in Ukraine»

Виконав: студентка 4 курсу, групи 6.2410

Спеціальності «Готельно-ресторанна справа»

Освітньої програми «Готельно-ресторанна справа»

Заболотна Руслана Вікторівна

Керівник: Криволапов Е.А.

Рецензент: к.п.н., доцент Сидорук А.В.

Запоріжжя – 2024

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет фізичного виховання, здоров’я і туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Ступінь вищої освіти бакалавр

Спеціальність готельно-ресторанна справа

**ЗАТВЕРДЖУЮ:**

**Завідувач кафедри туризму та**

**готельно-ресторанної справи**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Н. В. Маковецька

(підпис)

«\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2024 року

**ЗАВДАННЯ**

**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

Заболотна Руслана Вікторівна

1.Тема роботи «Сучасний стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні», керівник роботи Криволапов Е.А., затверджені наказом ЗНУ від «21» грудня 2023 року № 2189-с.

2. Строк подання студентом роботи \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2024 року.

3. Вихідні дані до роботи. В ході дослідження нами було виявлено, що гастрономічний туризм – відносно нове явище у світовій економіці, але завдяки своєї популярності серед туристів набуває швидкого, динамічного розвитку. Та не дивлячись на його стрімкий розвиток, він розглядається як один із підвидів туризму і відносять його до пізнавального.

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

1. За допомогою літературного та структурного – було систематизовано наукові підходи вітчизняних та закордонних вчених щодо питань дослідження гастрономічного туризму;
2. За допомогою методів статистики та порівняння – проведено аналіз даних в Україні;
3. За допомогою економічного та статистичного методів дослідження – охарактеризовано економічні показники в сфері туризму;

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов’язкових креслень): 52 літературних посилань.

6. Консультанти роботи:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Розділ | Консультант | Підпис, дата | |
|  |  | Завдання видав | Завдання прийняв |
| Розділ 1 | Криволапов Е.А. | 25.01.24 | 25.01.24 |
| Розділ 2 | Криволапов Е.А. | 20.03.24 | 20.03.24 |
| Розділ 3 | Криволапов Е.А. | 23.04.24 | 23.04.24 |

7. Дата видачі завдання «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2024 року.

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  з/п | Назва етапів кваліфікаційної роботи | Строк виконання етапів роботи | Примітка |
| 1. | Вступ. Вивчення проблеми, опрацювання джерел та публікацій. | Січень 2024 р. | *виконано* |
| 2. | Написання першого розділу | Лютий 2024 р. | *виконано* |
| 3. | Написання другого розділу | Березень 2024 р. | *виконано* |
| 4. | Написання третього розділу | Квітень 2024 р. | *виконано* |
| 5. | Написання висновків, комп’ютерний набір роботи | Травень 2024 р. | *виконано* |
| 6. | Попередній захист кваліфікаційної роботи на кафедрі | Травень 2024 р. | *виконано* |

**Студент**  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Р.В. Заболотна

(підпис)

**Керівник роботи (проекту)** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Е.А. Криволапов

(підпис)

**Нормоконтроль пройдено**

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

(підпис)

**РЕФЕРАТ**

Кваліфікаційна робота – 54 сторінки, 4 таблиці, 2 додатки та 52 літературних джерела.

Метою роботи є дослідження сучасного стану та перспектив розвитку гастрономічного туризму в Україні.

Предметом дослідження є тенденції формування та перспективи розвитку гастрономічного туризму.

Об’єктом роботи є гастрономічний туризм в Україні.

Методи дослідження:

У ході написання роботи використовувалися такі загальнонаукові та спеціальні методи дослідження:

- літературний та структурний – для систематизації наукових підходів вітчизняних та закордонних вчених щодо питань дослідження гастрономічного туризму;

- метод статистики та порівняння – для проведення аналізу даних в Україні;

- економічні та статистичні методи дослідження – для характеристики та оцінки економічних показників в сфері туризму;

- методи моделювання та прогнозування – для виявлення перспектив розвитку у повоєнний час туристичної індустрії та гостинності.

А також: літературний, описовий, географічний, економічний.

Основна частина роботи присвячена дослідженню сучасного стану та перспективам розвитку гастрономічного туризму в Україні.

Розроблено дводенний тур «Сиро-винний тур Закарпаттям – в пошуках емоцій».

ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ, ЇЖА, ФЕСТИВАЛЬ, КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКІ ЗАХОДИ, РЕГІОН, ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ, , РОЗВИТОК ТУРИЗМУ

**ABSTRACT**

Qualification work – 54 pages, 4 tables, 2 appendices and 52 literary sources.

The purpose of the work is to study the current state and prospects for the development of gastronomic tourism in Ukraine.

The subject of the study is the trends in the formation and prospects of the development of gastronomic tourism.

The object of the work is gastronomic tourism in Ukraine.

Research methods:

In the course of writing the work, the following general scientific and special research methods were used:

- literary and structural - for the systematization of scientific approaches of domestic and foreign scientists regarding issues of gastronomic tourism research;

- method of statistics and comparison - for data analysis in Ukraine;

- economic and statistical research methods - for characterizing and evaluating economic indicators in the field of tourism;

- methods of modeling and forecasting - to identify prospects for development in the post-war period of the tourism industry and hospitality.

And also: literary, descriptive, geographical, economic.

The main part of the work is dedicated to the study of the current state and prospects for the development of gastronomic tourism in Ukraine.

A two-day tour "Raw and wine tour of Transcarpathia - in search of emotions" has been developed.

GASTRONOMIC TOURISM, FOOD, FESTIVAL, CULTURAL AND ART EVENTS, REGION, TOURIST ATTRACTION, , TOURISM DEVELOPMENT

**ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, ОДИНИЦЬ,**

**СИМВОЛІВ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ**

Р. - рік;

Ст. - століття;

Т.і.- та інші;

% - відсоток;

Хв.- хвилина;

Обл.- область;

Км.- кілометр;

У.о. - умовні одиниці;

М. - метр;

Год. - година.

ВВП- внутрішній валовий продукт.

**ЗМІСТ**

[**ВСТУП** 8](#_Toc164634226)

[РОЗДІЛ 1. 10](#_Toc164634227)

[ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ 10](#_Toc164634228)

[1.1 Сутність та основні види гастрономічного туризму 10](#_Toc164634229)

[1.2 Історія гастрономічного туризму 15](#_Toc164634230)

[1.3 Зарубіжний досвід розвитку гастрономічного туризму 19](#_Toc164634231)

[РОЗДІЛ 2. 26](#_Toc164634232)

[ОРГАНІЗАЦІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ 26](#_Toc164634233)

[2.1 Мета та завдання дослідження 26](#_Toc164634234)

[2.2Методи дослідження 26](#_Toc164634235)

[2.3 Організація дослідження 27](#_Toc164634236)

[РОЗДІЛ 3 28](#_Toc164634237)

[РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ 28](#_Toc164634238)

[3.1 Тенденції розвитку гастрономічного туризму в регіонах Україні 28](#_Toc164634239)

[3.2 Розробка туру «Сиро-винний тур Закарпаттям – в пошуках емоцій» 35](#_Toc164634240)

[3.3 Перспективи післявоєнного розвитку гастрономічного туризму 39](#_Toc164634241)

[ВИСНОВКИ 43](#_Toc164634242)

[ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ 44](#_Toc164634243)

[**ДОДАТКИ** 49](#_Toc164634244)

# **ВСТУП**

Туристична галузь сьогодні – це одна з найбільш багатообіцяючих галузей економіки, яка може стати стабільним джерелом доходів як для конкретного регіону, так і для національної економіки.

Все більше і більше подорожуючих в світі бажають дізнатися щось нове про територію, яку відвідують, у незвичний спосіб і гастрономічна складова у даному процесі відіграє все більш помітну роль.

Сьогодні гастрономічний туризм – це один із перспективних напрямків розвитку ринку туристичних послуг, різновид спеціалізованого туризму, пов’язаний із ознайомленням та пізнанням національних кулінарних традицій світу - синтез екології, культури та виробництва. З точки зору організаторів туризму, гастрономічний тур дозволяє ознайомитись із оригінальними технологіями приготування місцевих продуктів харчування, традиціями їх споживання, володінням навичками кулінарного мистецтва, участю у фестивалях та культурних тематичних акціях.

Всі маршрути тут розроблені з урахуванням пізнання місцевої культури через національні страви. Освоєння зазначеного напряму в сфері туризму є важливою складовою туристичної діяльності, яка пов’язана з розвитком нових сегментів туристичного ринку, нових дестинацій для туризму та відпочинку, із залученням нових видів ресурсів на туристичний ринок.

Гастрономічний туризм – це дуже перспективний вид туризму, потенціал якого закладено майже у кожному регіоні. Особливу увагу варто приділити східним територіям, які перебувають у процесі постконфліктної трансформації та шукають новий, альтернативний індустріальному шлях розвитку.

Національна кухня країни, яку відвідують, завжди є об’єктом особливої уваги від туристів, тому що саме завдяки їй виникає відчуття місця, через кухню передається ідентичність країни та народу. До того ж місцева кухня розглядається як сфера, що розкриває нові туристичні продукти і збільшує прибуток від туризму.

Предметом дослідження є тенденції формування та перспективи розвитку гастрономічного туризму.

Об’єктом роботи є гастрономічний туризм в Україні.

# РОЗДІЛ 1.

# ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

## 1.1 Сутність та основні види гастрономічного туризму

Кулінарний туризм чи гастротуризм є різновидом туристичної діяльності, що пов’язана із ознайомленням і дегустацією національних кулінарних традицій певної держави світу.

Гастрономічна туристична діяльність, продуктивна туристична сфера чи кулінарний туризм є дослідженням продуктів харчування в якості мети поїздки чи подорожі [1] На сьогоднішній день гастрономічний туризм це життєво важлива складова туристичного досвіду. Вечеря поза меж дому, є звичайним явищем серед мандрівників, й «вважається, що їжа посідає місце поряд із кліматом, житлом і краєвидами» за важливістю для мандрівників.[2]

Гастротуризм став відомим 2001 р. після того, як Е. Вольф, який є президентом Всесвітньої асоціації гастрономічних поїздок, написав на дану тему офіційний документ [3].

Кулінарна туристична сфера чи гастротуризм є прагненням до неповторних й незабутніх вражень від їжі й напоїв, як поблизу, так й на відстані.[4] Гастрономічна туристична діяльність відрізняється від агрономічного туризму тим, що гастротуризм є підвидом культурної туристичної сфери (кухня як прояв культури), тоді як агрономічний туризм є підвидом сільської туристичної сфери [5] проте кулінарна туристична сфера й агротуризм нерозривно пов’язані між собою. Кулінарний туризм та гастротуризм не обмежується їжею для туристів-гурманів.[6] Гастротуризм ми можемо досліджувати як вид досвідних поїздок.

Хоч безліч міст, регіонів чи держав відомі власними стравами і їжею, гастротуризм не обмежується культурою харчування. Кожен мандрівник їсть близько 3 разів на день, це робить харчування одним із головних економічних двигунів туристичної діяльності певного регіону.

Такі держави, як Ірландія, Перу і Канада, вкладають великі кошти у розвиток гастрономічного підвиду туристичної діяльності й спостерігають збільшення прибутків від відвідувань й ночівель, унаслідок просування продовольчого туризму й розвитку продуктової сфери [7].

Гастрономічний підвид туристичної діяльності охоплює дані заходи:

1.заняття із кулінарії;

2.відвідування гастрономічних пивних чи винних турів;

3.відвідування фестивалів їжі й напоїв[8];

4.участь в спеціалізованих обідах[3];

5.покупок в спеціалізованих торгових точках;

6.відвідування ферм;

7.відвідування ринків й виробників.

У відповідності до оцінок Всесвітньої асоціації гастрономічних поїздок, витрати на їжу і напої складають від п’ятнадцяти відсотків до тридцяти п’яти відсотків усіх видатків на туристичну діяльність, в залежності від доступності місця призначення.[9] У Всесвітній асоціації гастрономічних поїздок визначено можливі переваги гастрономічного підвиду туристичної діяльності, у т. ч. більший обсяг відвідувачів, більше продажів, більше уваги ЗМІ, підвищення податкових надходжень й велику гордість громади [9].

Зростальною сферою гастротуризму є кулінарні майстер-класи. Формати варіюються від короткого уроку тривалістю декілька годин до цілоденних й багатоденних курсів. Іноземні мандрівники переважно, звертають увагу на кухню держави, що вони відвідують, натомість місцеві мандрівники можуть прагнути спробувати нові для себе види їжі і страви.

Багато кулінарних класів також передбачають тури гастрономічного підвиду туристичної діяльності по ринку для збільшення культурного досвіду [10]. Певні кулінарні майстер-класи проводяться у будинках місцевих жителів. Це надає можливість іноземним мандрівникам отримати уявлення про повсякденне життя й кухні тих, хто мешкає в державі, що вони відвідують. Й місцеві господарі, й іноземні мандрівники отримують користь від міжкультурного досвіду.

Інтерес до гастрономічного туризму, як до одного з нових видів туризму, корелює зі змінами в економіці та переходом до нової фази, де враження є двигуном. Гастрономія є привабливим елементом, навколо якого можна створити унікальний досвід, заохочуючи туристичні дестинації включати їжу та напої в туристичний продукт. Національна кухня є частиною культурної спадщини кожного народу. Кожен народ має свій побут, танці, пісні, легенди, обряди, які проявляються в кулінарії. Протягом століть гастрономічні звички та стилі приготування розвивалися в кожній нації. Кулінарне мистецтво в усьому світі вивчають не лише історики, а й професіонали в індустрії гостинності, включаючи туризм та ресторани. Тенденції розвитку гастрономічного туризму вимагають поглибленого вивчення особливостей харчування різних народів, кулінарних традицій та особливостей обслуговування в ресторанах.

В сучасній туризмології немає єдиного термінологічного визначення цього виду туризму. В Законі України «Про туризм» виділяють лише:

1.дитячий;

2.молодіжний;

3.сімейний;

4.для осіб похилого віку;

5.для осіб з інвалідністю;

6.культурнопізнавальний;

7.лікувальнооздоровчий;

8.спортивний;

9.релігійний;

10.екологічний (зелений);

11.сільський;

12.підводний;

13.гірський;

14.пригодницький;

15.мисливський;

16.автомобільний;

17. самодіяльний та ін. [2].

Гастрономічний туризм окремо не виділяється, а відносять його до пізнавального. У працях українських та світових дослідників зустрічаються терміни кулінарний туризм, винно-гастрономічний туризм, гурман-тури, гастрономічний туризм.

В Україні існують такі терміни як:

1.«кулінарний туризм»;

2. «гастрономічний туризм»;

3. «продовольчий туризм»4

4. «етногастрономічний туризм»;

5. «гурман туризм» (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Визначення терміну «гастрономічний туризм»

|  |  |
| --- | --- |
| Е. Вульф – засновник Міжнародної асоціації гастрономічного туризму | «Гастрономічний туризм – це пошук і 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» |
| Х. Ридван | «Туризм розроблений місцевими громадами для підтримання сільського господарства» |
| М. Брокеж | «Гастрономічний туризм – новий досвід, який шукають туристи, а саме – гастрономічний відпочинок, тури із садівництва та гастрономії» |
| Г. Жеоргхе, П. Тудораче, П. Ністорену | «Повна або часткова поїздка для того, аби спробувати місцеві продукти чи взяти участь у заходах, пов’язаних з гастрономією» |
| Д. Басюк | «Спеціалізований вид туризму, пов’язаний із ознайомленням і дегустацією національних кулінарних традицій країн світу, що є синтезом екології, культури й виробництва» |
| Продовження табл. 1.1 | |
| . Дасілва | «Будь-який досвід туризму, у якому високо цінується і/або споживається їжа і питво, що відображає місцеву, регіональну  або національну кухню, традиції, культуру, традиційні або кулінарні методи» |
| М. Холл і Л. Шарплс | «Продовольчий туризм є досвідною поїздкою до гастрономічного регіону для відпочинку й розваг, що включає в себе відвідування первинних та вторинних виробників продуктів харчування, гастрономічні фестивалі, продовольчі ярмарки, події, фермерські ринки, кулінарні шоу та демонстрації, дегустації якісних продуктів харчування або будь-якої туристичної діяльності, пов’язаної з харчовими продуктами» |
| С.Є. Саламатіна | «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» |
| Т. Трададенко | «Гастрономічний туризм – це подорож країнами і континентами для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями з метою покуштувати унікальні для приїжджої людини страви або продукти. Мета гастрономічних турів – насолодитися місцевою рецептурою, що увібрала в себе вікові традиції й звичаї місцевих жителів, культуру приготування їжі» |
| Є.С. Соколов | «Подорожі в різні місця планети для ознайомлення з місцевими кулінарними традиціями й особливостями національної або регіональної кухні є головною метою туристів, які вибирають гастрономічний туризм для дегустації унікальних продуктів і страв, властивих винятково цій місцевості» |
| О.Л. Драчева, Т.Т. Христов | «Гастрономічний туризм – туризм, коли туристи та відвідувачі, які планують частково або повністю спробувати кухню певної місцевості або здійснити заходи, пов’язані з гастрономією, відвідують певні дестинації» |
| Ф.Ф. Шандор, М.П. Кляп | Розглядають гастрономічний туризм як різновид туризму згідно з класифікацією за метою подорожі |
| В.О. Омеляницька | «Гастрономічний туризм – це подорожі в країни або особливі місця для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями з метою дегустації унікальних страв та продуктів, |

Гастрономічний підвид туристичної діяльності притаманні певні ознаки, а саме: стійкість, якість, зв'язок та спіпраця.

Стійкість означає незмінність кулінарного продукту, залучення туристів до вже існуючих в певній місцевості кухні, продукції, виробництва, послуг і заходів, а не штучно створювати туристичний продукт для приваблення туристів.

Якість пояснюється як необхідність виробництва лише якісної продукції задля захисту споживачів та належного їх прийому.

Зв'язок, як особливість, характеризується тим, що між всіма сегментами сфери гастрномічного туризму має забезпечуватися постійний зв'язок, який починається з достовірного опису туристичних дестинацій, вибору туристом бажаного туру на основі доступної інформації, а закінчується обміном враженнями через соціальні мережі.

Співпраця полягає у тому, що всі учасники розробки кулінарного продукту (кухарі, виробники продуктів, готельєри, ресторатори тощо) беруть участь у створенні гастрономічного туристичного продукту [11].

## 1.2 Історія гастрономічного туризму

Одним з перспективних напрямків розвитку ринку туристичних послуг є гастрономічний туризм , що являє спеціалізований вид туризму пов’язаний з ознайомленням і дегустацією національних кулінарних традицій країн світу [4, 23].

Гастрономічний підвид туристичної діяльності існує трохи більше 20 років, тому він вважається наймолодшим видом туризму. Етапи розвитку гастрономічного підвиду туристичної діяльності наведено у таблиці 1.2.

Розглянемо кожен етап більш детально:

**І етап** – це період зародження гастротуризму і введення терміну «кулінарний туризм». Цей термін запропонував Л. Лонг у 1998 році, задля вираження ідеї, що туристи пізнають культуру країни через локальну їжу.

Таблиця 1.2 – Етапи розвитку гастрономічного туризму [20]

|  |  |
| --- | --- |
| **Етапи** | **Зміст** |
| I (1998 – 2000 рр.) | Період зародження гастрономічного туризму та було введено поняття «кулінарний туризм» |
| II (2001 – 2002 рр.) | В цьому періоді з’явилися перша стаття та перша книга про кулінарний туризм |
| III (2003 – 2011 рр.) | Заснування Міжнародної асоціації кулінарного туризму (The International Culinary Tourism Association) |
| IV (2012 – 2015 рр.) | Відбулося вдосконалення основних термінів, визначень («кулінарний туризм» змінили  на «гастрономічний туризм») |
| V (2016 р. – теперішній час) | Відбувається провадження гастрономічного туризму у світові регіони туризму |

**ІІ етап** – відбувається популяризація гастрономічного туризму. Вийшла перша стаття про кулінарний туризм та перша книга – «Міжнародна організація кулінарного туризму», автором якої є Ерік Вульф.

**ІІІ етап** – розробка та впровадження структури управління діяльністю у сфері гастротуризма. У 2003 році була заснована Міжнародна асоціація кулінарного туризму (The International Culinary Tourism Association). Маніфест The International Culinary Tourism Association показує роль національної кухні як частини культури: «Їжа – це квінтесенція нації, її характеру та історії» [5]. З 2012 року Асоціація носить назву Всесвітня асоціація гастрономічного туризму (World Food Travel Association).

**IV етап** – вдосконалення основних термінів. Термін «кулінарний туризм» замінили на «гастрономічний туризм», тому що багато туристів невірно трактували «кулінарний туризм» – вважали, що цей вид туризму для еліти.

**V етап** – гастрономічний туризм запроваджено у світові регіони туризму. Утворилися туристичні компанії зі спеціалізацією на міжнародному гастрономічному туризмі, наприклад:

1. «Gourmeton Tour» (США);

2. «The International Kitchen» (Великобританія);

3. «Gourmet Getaways» (Італія).

Окремо доречно виділити гастрономічний підвид туристичної діяльності за напрямом подорожі. В багатьох країнах світу відбуваються фестивалі, які присвячені окремим продуктам або стравам.

В самому початку слова «фестиваль» і «свято» були тотожними через їх однакове звучання («festival» та «feast»). Але упродовж століть «feast» закріпилося за релігійними святами, а «festival» набуло сучасного значення, зберігши обов’язковий елемент святковості та урочистості.

Фестиваль їжі – це подія, яка відбувається на визначеній території і за певною тематикою їжі та напоїв, і показує культуру споживання та відпочинку. Завдяки таким фестивалям туристи пізнають місцеві традиції, культуру та національний колорит. Із-за своєї привабливості для туристів саме цей підвид туристичної діяльності набуває швидкої популярності.

Фестивалі їжі та напоїв є важливим елементом туристичної діяльності, які мають свій життєвий цикл та фактори впливу на розвиток цих подій. Є п’ять основних стадій розвитку фестивалю їжі та напоїв:

1.народження – початок діяльності організаторів, туристів на цій стадії зазвичай небагато, а основна цільова аудиторія – місцеві мешканці;

2.залучення – до проведення фестивалів долучаються партнери, кількість туристів збільшується завдяки розвитку маркетингової стратегії;

3.зростання – укріплення позицій, залучення великих туристичних операторів і як наслідок – залучення туристів з різних сторін світу;

4.розквіт – цей етап найбільш характеризується змінами у процесах контролю та адміністрування, формується чітка організаційна структура, туристи стають основною статтею доходів;

5.стагнація – спад інтересу туристів до фестивалю.

Найвідоміші фестивалі світу їжі та напоїв:

1.Bacon Fest, США;

2.Фестиваль їжі та вина, Австралія;

3.Peixe em Lisboa, Португалія;

4.Brussels Food Truck Festival, Бельгія;

5.Pizzafest, Італія;

6.Taste of Chicago, США;

7.Fiesta del Marisco, Іспанія;

8.Salon du chocolat, Франція;

9.Ribfest, Канада;

10.Foodies Festival, Великобританія;

11.Great Wisconsin Cheese Festival, США;

12.Vegetarian Festival, Бангкок;

13.Epcot International Food and Wine Festival, США;

14.The Good Food and Wine Show, Південна Африка;

15.Abergavenn y Food Festival, Великобританія;

16.Oktoberfest, Німеччина;

17.Taste of Amsterdam, Нідерланди.

## 1.3 Зарубіжний досвід розвитку гастрономічного туризму

Багатоаспектним є вплив безпеки на розвиток гастрономічного підвиду туристичної діяльності. 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 підвиду туристичної діяльності, є соціальна і медична безпека. У цьому контексті варто наголосити на таких особливостях гастрономічного підвиду туристичної діяльності [16]:

– санітарія та гігієна під час приготування страв і напоїв та їх споживання є загалом важливим аспектом гарантування якості й безпечності послуг гастрономічного підвиду туристичної діяльності;

– в умовах пандемії COVID-19 розвиток гастрономічного підвиду туристичної діяльності 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 відрізнятися 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 [29].

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, дестинацій та їхніх мешканців.

Світові тренди розвитку гастрономічного підвиду туристичної діяльності сприяють покращенню туристичного іміджу країн та збільшенню туристичних потоків, що допомагає культурному та економічному розвитку країн.

Гастрономічний туризм – це нове явище, що розвивається як новий туристичний продукт, обумовлений, зокрема, тим фактом, що за даними спеціалізованої літератури більше третини туристичних витрат припадає на їжу. Тому кухня туристичної дестинації є одним із надзвичайно важливих аспектів, що визначає якість відпочинку [42]. У 1998 році вченими університету Bowling Green (Боулінг Грін, США) на кафедрі народної культури було вперше введено до наукового обігу термін «кулінарний туризм». У 2003 р. була створена Міжнародна асоціація кулінарного туризму (International Culinary Tourism Association). Вона була перейменована у 2012 р. та одержала назву Всесвітня асоціація гастрономічного туризму (World Food Travel Association) після того, як дослідження показали, що англомовні споживачі невірно трактують поняття «кулінарний туризм». Повна юридична назва даної організації – «Міжнародний інститут кулінарного туризму», але її не використовують дуже часто. Організація зареєстрована як Всесвітня асоціація продовольчих подорожей у штаті Ореґон (США) як назва для «торгівлі/ведення бізнесу». Це те ім’я, за яким її знають публічно [52].

Нині дана асоціація охоплює близько 50 тис. професіоналів в 139 країнах світу. Саме Всесвітня асоціація гастрономічного туризму в 2012 р. запропонувала вживання терміну «гастрономічний туризм». У вересні 2013 р. під егідою Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму відбувся перший World Food Travel Summit (Ґетеборг, Швеція), тематикою якого була «Нова хвиля в гастрономічному туризмі». Метою саміту стало створення форуму для діалогу, обміну знаннями, знайомство з новими тенденціями гастрономічного туризму, бізнес-знайомства, а також обговорення проблеми зацікавленості споживачів якістю продуктів та впливу навколишнього середовища на її показники [43].

Нині в англомовній літературі найчастіше зустрічаються терміни гастрономічний туризм (gastronomic tourism) або харчовий, продовольчий туризм (food tourism). На ринку існують фірми й компанії, що спеціалізуються на наданні подібних послуг з гастрономічного туризму (Gourmet On Tour, The International kitchen, Gourmet Getaways) та пропонують бажаючим побачити на власні очі процес створення делікатесів, ознайомитися з секретами майстрів кухарської справи, перейняти майстерність і навіть під керівництвом кухара створити шедевр своїми руками [44].

Одне з найпоширеніших визначень гастрономічного туризму, яке використовується в закордонній літературі, було запропоноване Холлом і Шарплсом в 2003 р. Згідно нього продовольчий туризм є досвідною поїздкою до гастрономічного регіону для відпочинку й розваг, що включає в себе відвідування первинних та вторинних виробників продуктів харчування, гастрономічні фестивалі, продовольчі ярмарки, події, фермерські ринки, кулінарні шоу та демонстрації, дегустації якісних продуктів харчування або будь-якої туристичної діяльності, пов’язаної з харчовими продуктами [45].

Крім того, ця подорож пов’язана з певним способом життя, який включає в себе як пізнання різних культур, набуття знань та розуміння якості або атрибутів, пов’язаних з туристичними продуктами, так і гастрономічні вироби даного регіону (спеціалітети) через їх споживання. Таким чином, гастрономічний туризм передбачає, що все вищезазначене має бути основною причиною або мотивацією подорожей для відвідувачів певної туристичної дестинації [46].

Всесвітня асоціація гастрономічного туризму визначає гастрономічний туризм як подорожі з метою отримання аутентичного досвіду, заснованого на культурі споживання їжі або напоїв; відкритті унікальних місць та їхньої культури через національну кухню [47].

Відзначимо, що в українській туризмології немає єдиного термінологічного визначення цього виду туризму. Зустрічаються терміни «кулінарний туризм», «винно-гастрономічний туризм», «гурман-тури», «гастрономічний туризм». На нашу думку, найбільш вичерпним є поняття «гастрономічний туризм», який є похідним від терміну «гастрономія» (з грецької γαστήρ – шлунок) – наука, що вивчає зв’язок між харчуванням та культурою й відноситься до галузі соціальних дисциплін. Тоді як кулінарія (з латинського culīna – кухня) – галузь прикладної діяльності, пов’язаної з приготуванням їжі, що включає комплекс технологій, обладнання та рецептів і є частиною гастрономії.

Тобто гастрономічний туризм – це вид туризму, пов’язаний з ознайомленням із виробництвом, технологією приготування та дегустацією національних страв і напоїв, а також кулінарними традиціями народів світу [48]. Гастрономічний туризм також можна вважати допоміжним інструментом у пізнанні культурної спадщини країн та регіонів світу, оскільки страви національної кухні є одним із елементів, що відображають спосіб життя, світогляд, традиції етносів.

Під час гастрономічних турів турист має гарну нагоду:

1) відвідати ресторани та інші заклади національної кухні;

2) взяти участь у гастрономічних фестивалях;

3) ознайомитися з історією та рецептурою національної кухні відповідно до сезонів;

4) спробувати себе у приготуванні національних страв.

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

1) туристи, яким набрид звичайний туризм;

2) туристи, які хочуть внести різноманітність у свій раціон;

3) гурмани;

4) туристи, чия робота пов’язана з приготуванням та вживанням їжі;

5) представники туристичних компаній, зацікавлені в організації власних гастротурів [49].

Отже, цільова аудиторія гастрономічного туризму включає в себе:

- туристів-гурманів;

- туристів, які використовують кулінарний туризм з метою навчання та отримання професійних навичок (кухарі, сомельє, ресторатори, дегустатори, блоґери);

- представників турфірм, які подорожують з метою вивчення даного напрямку туризму;

- туристи, які бажають заглибитися в культуру країни за допомогою вивчення національної кухні.

Гастрономічні тури поділяються на два види: сільські (так звані «зелені») і міські. Їх принципова відмінність полягає в тому, що, вирушаючи до сільської місцевості, турист прагне спробувати екологічно чистий продукт, без будь-яких добавок. Наприклад, «зелені» тури пропонують збирання лісних ягід, овочів і фруктів, «полювання» на трюфелі або прогулянку дорогами виноробства.

Міський гастрономічний тур може включати в себе відвідування кондитерської фабрики, ковбасного цеху та ресторанчика, в якому пропонується делікатесне блюдо, виготовлене в цеху.

Крім того, існують тури, які знайомлять не з різними стравами однієї місцевості, а з однією стравою в різних місцевостях. Це – винні тури, що пропонують прогулянки виноградниками, збирання винограду, дегустацію вин або кавові тури.

Для гастрономічних туристів (та й не лише для них) проводяться гастрономічні фестивалі. В гастрономічному туризмі існують різні напрямки, що сформувалися для задоволення побажань туриста. Існують класифікації гастрономічних та кулінарних турів за кількома ключовими критеріями, такими як специфіка місцевості, мета поїздки або бажання спробувати певний напій чи страви.

Гастрономічний туризм включає в себе такі види:

- ресторанний тур – подорож, яка складається з відвідування найвідоміших та найбільш популярних ресторанів, які відрізняються високою якістю, ексклюзивністю кухні, національним спрямуванням;

- тур сільською місцевістю – тимчасове перебування туристів у сільській місцевості з метою дегустації її кухні та продуктів, що виробляють у даному регіоні. Може також включати в себе деякі сільськогосподарські роботи;

- тур з метою відвідування гастрономічної виставки, ярмарки, шоу;

- освітній тур, метою якого є навчання в спеціальних закладах кулінарного профілю, відвідування курсів та майстер-класів;

- комбінований тур – поєднує риси кількох попередніх турів.

Серед переваг гастрономічного туризму називають такі:

1) тією чи іншою мірою він є складовим елементом усіх турів. Але, на відміну від інших видів туризму, ознайомлення з національною кухнею стає головним мотивом, метою та елементом гастрономічної подорожі;

2) сприяє просуванню місцевих господарств і виробників продовольчих товарів, підприємства туристичної інфраструктури (готелів, закладів харчування тощо);

3) не носить характер сезонного відпочинку, для будь-якої пори року можна підібрати відповідний тур;

4) популяризує національні (місцеві) кулінарні традиції;

5) умови для його розвитку мають абсолютно всі країни та регіони, що є унікальною та відмінною рисою даного виду туризму [50].

Мета гастрономічних турів – насолодитися особливостями кухні тієї чи іншої країни. При цьому дана мета не зводиться лише до того, щоб спробувати якусь рідкісну, екзотичну страву або перепробувати незліченну кількість страв. Важливо насолодитися місцевою рецептурою, яка століттями вбирала в себе традиції і звичаї місцевих жителів, їхню культуру приготування їжі.

Національна кухня – це один із важливих факторів залучення іноземних туристів в країну. Це й зрозуміло, адже в кулінарному мистецтві міцно зберігаються національні особливості й традиції народу, що завжди цікаві представнику іншої країни.

В світі існують відомі гастрономічні напрямки, серед яких можна назвати Іспанію, Францію, Італію, Грецію, Бельгію, Португалію, США (особливо Каліфорнія в долинах Напи та Сономи), Бразилію, Перу, Мексику, Нову Зеландію, Південну Африку, Австралію, Чилі, Малайзію, Японію, Індонезію, Балі, Китай або Сінгапур. Важливим є те, що в листопаді 2010 р. середземноморська дієта Іспанії, Греції, Італії та Марокко була включена до списку нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО [51].

Слід зазначити, що гастрономічний туризм – відносно нове явище у світовій економіці, але завдяки своєї популярності серед туристів набуває швидкого, динамічного розвитку. Та не дивлячись на його стрімкий розвиток, він розглядається як один із підвидів туризму і відносять його до пізнавального.

Розвиток гастрономічного підвиду туристичної діяльності наразі є одним з важливих елементів розвитку туристичної сфери країни, економіки в цілому та розповсюдження її культури у світових масштабах.

# **РОЗДІЛ 2.**

# **ОРГАНІЗАЦІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ**

## 2.1 Мета та завдання дослідження

Метою роботи є дослідження сучасного стану та перспектив розвитку гастрономічного туризму в Україні.

Завдання, які необхідно дослідити для досягнення поставленої мети:

1. Дослідити сутність та основні види гастрономічного туризму;
2. Надати характеристику сучасного стану гастрономічного туризму в Україні та розробити авторський тур.
3. Дослідити перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні.

## 2.2Методи дослідження

Методи дослідження:

У ході написання роботи використовувалися такі загальнонаукові та спеціальні методи дослідження:

* літературний та структурний – для систематизації наукових підходів вітчизняних та закордонних вчених щодо питань дослідження гастрономічного туризму;
* метод статистики та порівняння – для проведення аналізу даних в Україні;
* економічні та статистичні методи дослідження – для характеристики та оцінки економічних показників в сфері туризму;
* методи моделювання та прогнозування – для виявлення перспектив розвитку у повоєнний час туристичної індустрії та гостинності.

А також: літературний, описовий, географічний, економічний.

## 2.3 Організація дослідження

Їжа уже давно перестала бути лише засобом підтримки життя людей. На сьогоднішній день це щось більше, є джерелом естетичного задоволення, засобом пізнання іншого народу. Для того щоб перепробувати усі страви Всесвіту, не вистачить й цілого життя, проте ознайомитися із кулінарними творіннями головних національних кухонь можливо. Метою кулінарного туру є насолодитися особливостями тієї або іншої національної кухні, вхопити саму «душу» місцевої рецептури, а не просто скуштувати величезний обсяг страв й напоїв.

Спираючись на те, що рятуючись від війни, багато родин зі Сходу та Півдня України виїхали до західних регіонів, ми пропонуємо тур, що орієнтований як раз на людей, які не знайомі із гастрономічними смаколиками даного регіону і при цьому доступний за ціною для більшості нашої спільноти. А більш детально розглянемо в наступному розділі….

# РОЗДІЛ 3

# РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

## 3.1 Тенденції розвитку гастрономічного туризму в регіонах Україні

Не можна не зазначити, що гастрономічний туризм, не є найпопулярнішою темою серед науковців та практиків туристичної галузі в Україні. Цей напрям активно просувається тільки останні декілька років і потребує подальших досліджень як за історико-культурним змістом, так і у просторово-географічній площині. Незважаючи на стрімке зростання кількості ресторанів, закладів швидкого харчування, кафе, пабів, барів, особливо в столиці (наприклад, у 2018 році в Києві було відкрито 195 нових ресторанів) в Україні, цей ринок залишається досить ненасичений. У Києві у закладах ресторанного господарства на одне посадкове місце претендують 30 осіб, для порівняння, в Європі на місце претендують 8 осіб [25]. Звичайно, данні статистики відображають ситуацію до пандемії, тому у майбутньому всім закладам ресторанного господарства потрібно буде враховувати нові умови та формати роботи із дотриманням карантинних норм. Тим не менше, практика послаблення карантинних обмежень у туристичних центрах показала, що туристи втомилися сидіти вдома і як тільки з’являлася можливість, ресторанні заклади вмить наповнювалися купою відвідувачів. У 2018 році, за даними Державної служби статистики України, було більше 50 000 закладів громадського харчування. Цей показник включає такі заклади, як кафе та ресторани, пересувні заклади громадського харчування та постачання готових страв. Обсяг всього українського ринку громадського харчування в 2018 році склав близько 25 млрд грн [8]. Спираючись на дані статистики, можна зазначити, що даний сегмент послу на той момент перебував у стадії розвитку, а отже і можливості реалізації туристичних гастропослуг збільшувалася.

Але основа гастротуризму полягає не тільки у площині розвитку мережі ресторанних закладів. Сама українська кухня вважається однією з найбагатших і найрізноманітніших. Процес її останнього етапу розвитку тривав кілька століть. За цей час їй вдалося запозичити кілька іноземних страв і, вдосконаливши технологію приготування, поділитися ними зі світом. У різні часи письменники та поети говорили про страви української кухні у своїх творах. Сьогодні українськи страви із задоволенням готують відомі кухарі та подають у найкращих ресторанах світу. Кожна область має свою перевагу, зрозуміло в одному регіоні туризм розвинений сильніше, а в іншому слабкіше, як це показано нижче в топ-10 областей з відвідування туристів.. Найбільш популярними серед туристів є такі області як [31]: Одеська - 7,59 %; Закарпатська - 7,06 %; Львівська - 6,52 %; Київська - 6,2 %; Дніпропетровська - 5,82 %; Херсонська - 5,2 %; ІваноФранківська - 4,99 %; Хмельницька - 4,81 %; Запорізька - 4,27 %; Тернопільска - 4,1 %. Українська кухня дуже різноманітна, в кожній області свої фірмові страви. Західно-українська кухня сильно відрізняється східної України, а південноукраїнська від північної України. Мабуть найбільш популярною стравою національної кухні українського народу є борщ, який славиться не менше французьких соусів, італійських спагеті чи японських суші. Ця страва має безліч різновидів, буває пісною або на м'ясному бульйоні. Закарпатський борщ не схожий на одеський, полтавський – на чернігівський, волинський – на київський, а львівський – на харківський і т.п. Найближчим часом ЮНВТО може зареєструвати борщ як національне надбання України. На даний час найвідоміший популяризатор української їжі і громадський діяч Євген Клопотенко проходить процедуру, щоб запатентувати на світовому рівні, що борщ – це українська страва. Це буде перший офіційний гастрономічний бренд України, визнаний на міжнародному рівні [31]. Не менш важливою гастроскладовою для туризму є українські напої. Українці традиційно п’ють напої, отримані шляхом природного бродіння певних інгредієнтів (квас, мед, пиво), а також шляхом перегонки продуктів бродіння (горілки та виготовлені з неї настоянки). У багатьох ресторанах з українською кухнею подають самогон і настоянки власного приготування (хреновуха, настоянка на журавлині, облепіховка). У багатьох ресторанних закладах української столиці подають пиво, зварене у власній броварні, така тенденція спостерігається і у інших обласних центрах. Окрему шану варто віддати виробникам вина. Цей напій в Україні офіційно виробляють близько 75 компаній. Загальна площа виноградників сьогодні становить 40 700 гектарів, з яких 25 600 гектарів відведено під виробництво вина. [11]. За даними «Винного Гіду України 2019», який був представлений на щорічному винному форумі, в країні діє 48 виноробних господарств та 183 найкращих українських вин [19]. Україна багата різноманіттям натуральних якісних продуктів, чого тільки варті різновиди меду. В інших країнах світу він користується великою популярністю. Експорт меду з України за 11 місяців 2020 року досяг рекордних рівнів – 69,8 тис. тон загальною вартістю 117,5 млн. доларів США (Попередній рекорд був встановлений в 2017 році і складав – 67,8 тис. тон (133,9 млн. доларів США) [18].

Більшість пасік розташовані на півдні України та на сході. Загалом представлено 13 областей України. Найбільша кількість пасік із сертифікатом органічного виробництва виявлена в Миколаївській області – 23 пасіки, а це близько 7,5 тис. сімей бджіл [8; 18]. На другому місці – Одеська область. Там кількість пасік вдвічі менша (11) відповідно і бджолосімей менше (2,5 тис.). Луганська область посідала третє місце [18]. Український мед дуже популярний у Європі та у східних країнах, наприклад, Японія закупала партію меду лише з Луганської області [18]. Так само, вже не обов’язково їхати до Франції, аби просто поїсти равликів. Україна має власні равликові ферми, які можуть надавати подібні послуги. За останні п’ять років в Україні було створено 200 ферм равликів. Загалом вони виробляють близько 800 тон живих равликів, з яких 30 тон було експортовано у 2019 році. [25] Такі виробництва вже існують у Львівській, Луганська, Київській, Миколаївській, Донецькій та ін. областях нашої країни. В Україні гастрономічний туризу знаходиться в стадії зародження і в чистому вигляді гастрономічні тури зустрічаються достатньо рідко, хоча «смачних» назв серед усього асортименту пропозицій вже дуже багато. Але гастрономічний туризм стає все більш популярним. Україна – це країна з багатими смаковими якостями, та якщо подивитися на гастрономічну карту України, то можна помітити, що в кожній області є своє блюдо [21]. Незважаючи не майже рівні можливості у сфері кулінарних доробків, кожен регіон ними скористався по різному. Лідером гастрономічних турів та й туризму в цілому можна вважати – м. Львів. Місто має багато ресторанів, кафе, барів і т.д. Пропозиції туристичних агенцій Львова мають в асортименті пивні тури (наприклад «Львів нетверезими очима»), в ньому можна відвідати відому Львівську броварню, музей пивоваріння, а також продегустувати різні сорти пива. Не варто забувати, що Львів так само асоціюється із кавою та шоколадом, відповідно, місто пропонує шанувальникам цього напою та смаколика цікаві туристичні пропозиції гастрономічного спрямування. Львів привабить туриста й іншими гастрономічними пропозиціями: в цьому місті можна знайти сирні тури, майстер класи по їх виготовленню. Саме тут існує цілих три музеї із гастрономічною тематикою.

Справжнім гурманам і людям, які хочуть отримати досвід в цій сфері, слід відправиться до столиці України – до м. Києва. Тут існує дорогий, але дуже пізнавальний тур, який проводить гастроексперт – Вікторія Пархоменко (власниця мережі ресторанів Кlukva&Brukva), вона навчає професійних кухарів по всій Україні. Взагалі столиця пропонує широкий асортимент гастропослуг на базі закладів ресторанного господарства, тому логічно, що тут так само проводиться велика кількість гастрофестивалів та різноманітних кулінарних заходів. Одеса – ще одне місто з безліччю гастротурів. Одеська кухня дуже різноманітна, вона славиться своїм вином і стравами з риби єврейської кухні. Один з найбільш популярних гастротурів «Смачна Одеса» пропонує туристам відвідати три заклади в центрі, що полюбляють місцеві мешканці, але пересічному туристу знайти їх майже не можливо. Так само не слід забувати про винні тури, в яких можна відвідати заводи «Французький бульвар» і «Шабо» з дегустацією одеських вин і коньяків. Не можна оминути увагою батьківщину галушок і вареників – Полтавщину. Саме тут причаїлося багатство української культури, тут проходить безліч національно-етнічних фестивалів. Полтавщина перш за все славиться своїми варениками самої різної форми. Але не менш відомими є різноманітні алкогольні напої: настої на травах, самогон і фруктові наливки. У Полтавській області перелік різних турів задовольнить вимоги будь-якого вибагливого туриста («Від пуза». Етно-гастротур «На Полтавщину», «Гоголь-тур», «Екскурсія на Полтавщину», «Хмільна Полтава»). Серед усього різноманіття найбільшою популярністю користуються тури, представлені у табл. 3.1

Таблиця 3.1 – Найпопулярніші гастротури України

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Назва туру | Тривалість | Місце відвідування |
| 1 | Cирно-винний тур по Закарпаттю | 2 | Мукачево, Берегове (Закарпатська обл.) |
| 2 | До Бойків на сир + SPA | 1 | Ясениця-Замкова, Ужок, Бориня (Львівська та Закарпатська обл.) |
| 3 | Закарпаття на смак | 2 | Перечин, Лумшори, Косино  (Закарпатська обл.) |
| 4 | Рибки, пташки і кізоньки | 1 | Біла Церква (Київська обл.) |
| 5 | Сало, сир і пиво | 1 | Біла Церква (Київська обл.) |
| 6 | Полтавські галушки | 2 | Полтава |

Джерело: сформовано автором на підставі [7; 16; 19]

Серед найбільших досягнень України, які заслуговують на увагу потенційний туристів можна відзначити перший в Україні офіційно зареєстрований етногастрономічний маршрут «Дорога вина і смаку Української Бессарабії», який об’єднує одразу декілька населених пунктів Одеської області: Фрумушика-Нова, Шабо, Делжилер-Татарбунари-Струмок, ПриморськеВилкове, Ізмаїл-Криничне-Болград. Її учасниками стали бессарабські винороби, сировари, фермери, туроператори, ресторатори і власники готелів, які зацікавлені у просуванні власного регіону та послуг. Над подібним проектом зараз працювали підприємці сфери гостинності Закарпаття, представивши свою «Дорогу вина та смаку Закарпаття». Обидва проєкти реалізуються за підтримки Євросоюзу «Підтримка розвитку системи Географічних зазначень в Україні» [9]. Закарпатська та Одеська область обрані не випадково, адже тут присутні всі необхідні складові: локальні туристичні об’єкти з історичним минулим; розвинена туристична інфраструктура (готелі, ресторани); непогана транспортна інфраструктура, яка надає можливість вільного пересуватися від однієї локації до іншої. Для успішної реалізації обох проєктів створено одноіменні з маршрутами громадські організації, покликані здійснювати контроль якості всіх складових процесу обслуговування туристів.

Щорічно в Україні проводиться маса цікавих фестивалів, присвячених самим різним сферам культури, історії ремісництва. За словами Басюка Д. І., туристичні потоки збільшуються в регіонах, де активно організовуються спеціалізовані інтерактивні туристичні продукти, фестивалі та свята. [2]. Тому останнім часом в Україні було започатковано чимало гастрономічних фестивалів, та успішно старі – відомі на увесь світ. Правда 2020 р. зробив свої корективи і більшість з них або не проводилася взагалі, або проводилася у 24 незвичних форматах. Серед найбільш популярних фестивалів країни можна визначити такі (табл 3.2.).

Таблиця 3.2 – Найбільш популярні гастрономічні фестивалі України

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Назва та місце заходу | Час проведення |
| 1 | Фестиваль кави (Львів) | вересень |
| 2 | Фестиваль сиру і вина (Львівська область) | жовтень |
| 3 | Національний Сорочинський Ярмарок (Полтавська область) | серпень |
| 4 | Фестиваль національної кухні (Луцьк) | вересень |
| 5 | Свято полуниці (Одеська область) | травень |
| 6 | Закарпатське божоле (Закарпатська область) | листопад |
| 7 | Гуцульська бринза (Буркут, Закарпатська область) | вересень |
| 8 | Фестиваль вуличної їжі (Київ) | серпень |
| 9 | Kyiv Food and Wine (Київ) | жовтень |
| 10 | Фестиваль дерунів у Коростені (Житомирська область) | вересень |

Джерело: складено автором на основі [19]

Одже, гастрономічний туризм в Україні знаходиться на стадії формування. Проте, вже на даний момент накопичено достатній для подальшого розвитку досвід в організації гастрономічних турів на українському ринку. Лідирують у цій сфері діяльності західні області та окремі регіони на півдні країни та Київська області. Невисокою, поки що, є активність щодо розвитку гастротуризму серед східних областей України, хоча кулінарні традиції та наявна інфраструктура сфери гостинності (зокрема, у Харківській, Дніпропетровській та Запорізькій областях) дозволяють розвивати цей напрям туризму не менш ефективно, ніж на заході країни.

## 3.2 Розробка туру «Сиро-винний тур Закарпаттям – в пошуках емоцій»

Вид маршруту – екскурсійно-пізнавальний маршрут.

Тривалість подорожі – 2 дні, 1 ніч.

Число туристів в групі – від 15 осіб.

Сезонність – цілорічно.

До туру включено: проїзд комфортабельним автобусом, проживання, супровід гіда-екскурсовода, екскурсійне обслуговування в туристичних об’єктах, страхування на час подорожі.

**Вартість туру**: 1350 грн/особи.

**Не входить у вартість**: вхідні квитки в туристичні об’єкти та харчування і дегустації!!

Умови повернення коштів при скасуванні бронювання турів:

- не пізніше ніж за 7 робочих днів до початку туру – повертаємо 85 % вартості;

- від 6 до 4 робочих днів до початку туру – повертаємо 50 % вартості;

- від 3 до 2 робочих днів до початку туру – повертаємо 20 % вартості;

- менше ніж за 1 робочий день до початку туру, а також при неявці – оплату не повертаємо.

Карпати, замки, вина, сири – все найкраще, що може запропонувати гостинне Закарпаття!

Тур орієнтований на туристів різних вікових категорій, окрім дітей без супроводу дорослих.

В умовах війни маршрут руху автобусу може змінюватись з метою безпеки подорожі. Під час повітряної тривоги вживаються комплекс заходів по убезпеченню туристів: екскурсоводи обізнані про найближчі укриття на маршруті, а автобусі розміщено індивідуальні аптечки на кожного пасажира. До складу супроводу групи залучається парамедик!!!

Місце виїзду / повернення автобуса: Приміський вокзал, вул. Городоцька, 177 (зупинка навпроти ТЦ «Скрині», 800 м від Головного залізничного вокзалу).

**ПРОГРАМА ПО ДНЯХ**

1 день: (Додаток А)

Виїзд зі Львова (08:00) / зі Стрия (09:00)– санаторій «Карпати» (екскурсія палацом Шенборна) – Мукачево (екскурсія замком і обід) – Берегово (купання в термальному басейні або прогулянка по місту) – Берегівське вулканічне низькогір’я (дегустація вин) – Берегівський р-н (вечеря та ночівля в садибах сільського туризму, поселення о 21:30).

2 день: (Додаток Б)

Сніданок і виїзд (08:00) – Виноградів (дегустація сиру) – Національний парк «Синевир» (перехід до озера, обід, реабілітаційний центр бурого ведмедя) – Стрий (повернення о 20:45) / Львів (повернення о 21:45).

**Додаткові витрати**

* Палац Шенборна: дорослий, пенсійний, студентський – 40 грн., школярі – 20 грн.;
* Мукачівський замок: дорослі – 100 грн., студенти, пенсіонери – 70 грн., діти до 14 років – 50 грн.;
* Термальний басейн «Жайворонок» у Берегові: термальний басейн «Жайворонок» у Берегові (2 години): загальний – 250 грн., пенсіонери – 200 грн., особи з інвалідністю І групи, студенти, діти від 120 до 150 см. – 125 грн., діти до 120 см. – безкоштовно, оренда шафки – 30 грн., (діти до 150 см допускаються в басейн тільки в нарукавниках для плавання);
* Дегустація вин: 95 грн., екскурсія без споживання вина – 45 грн.;
* Дегустація сиру та молочної продукції: загальний, пенсійний, студентський, учнівський – 100 грн.
* Озеро «Синевир»: загальний, пенсійний – 60 грн, студенти і школярі – 30 грн.
* Реабілітаційний центр бурого ведмедя: реабілітаційний центр бурого ведмедя: загальний, пенсійний – 60 грн, студенти і школярі – 30 грн.;
* Трансфер до КПП «Синевир» (в обидві сторони): загальний, пенсійний, студентський, учнівський – 70 грн.;
* Оренда шафки в термальному басейні «Жайворонок»: оренда шафки – 30 грн.

**Харчування:**

* Сніданок 1-го дня: можна поснідати вдома або взяти канапки з собою, щоб перекусити під час стоянок.
* Обід 1-го дня:в кафе міста Мукачево та складається з страв лемківсько-мукачівської кухні: салат «Овочеве асорті», суп «Левеш», торгоня (домашні макарони особливого приготування) з шишками в грибному соусі, компот, хліб. Вартість – 150 грн./особа.
* Вечеря 1-го дня: в садибах після поселення і складається з страв угорської національної кухні: бограч-гуляш, мадярські голубці, солодощі, вино/палинка, компот. Вартість – 170 грн./особа.
* Сніданок 2-го дня: в садибах, пропоноване меню: ковбаса, сир, омлет, масло, хліб, кава/чай. Вартість – 100 грн./особа.
* Обід 2-го дня: у кафе «Колиба» біля озера Синевир і складається з найкращих страв бойківської кухні: салат овочевий, юшка з білими грибами, картопляне пюре з м'ясом по-полонинськи, хліб, чай з трав. Вартість – 150 грн./особа.

**Опис вхідних об'єктів:**

***Санаторій «Карпати»***

Серед карпатських живописних гір розташувався один з найгарніших і найромантичніших палаців України – мисливський палац графів Шенборнів (1890р.). Палац оточений гарним парком з багатьма екзотичними рослинами та дивиться на нас 365 вікнами, запрошує через 12 входів у 52 кімнати.

***Мукачево***

Тут на одинокій вулканічній горі знаходиться найпотужніша фортеця в Україні – замок «Паланок» (XIV ст.), який спорудив князь Федір Корятович, а овіяла героїчною славою княгиня Ілона Зріні. За наявності вільного часу в Мукачево також можна оглянути ще багато цікавого: каплицю св. Мартина (XIV ст.), палац Ракоці (1663р.) та прекрасну зелену ратушу (1903р.).

***Берегово***

Колишній «Береґсас» здавна відомий своїми архітектурними пам’ятками, але більшість туристів їдуть сюди для лікування, насолоди та відпочинку. Адже саме тут розташований сучасний оздоровчий комплекс «Жайворонок», який славиться басейнами з унікальною термальною водою (температурою 31-45 С). Гості комплексу цілий рік можуть лікуватися та відпочивати у відкритих та критих басейнах із природньою мінеральною водою, котра піднімається безпосередньо із термальних свердловин глибиною понад 1 км.

***Берегівське вулканічне низькогір’я***

Околиці Берегова здавна на весь світ славляться своїми винами, які мають чудовий аромат і велике багатство смакових властивостей. Це завдяки вулканічним породам, на яких росте виноград та енергії сонця, адже саме тут найбільше сонячних днів у Закарпатті.

***Нижнє Селище***

Унікальне село в Україні, яке є зразком місцевого господарювання. Мешканці об’єдналися в «Асоціацію місцевого розвитку», завдяки якій було розбудовано інфраструктуру селища та запрацювала сироварня, яка запрошує Вас на дегустацію різних сортів сира з вином. Сир виготовляється за швейцарською технологією та є найкращим в Україні. Ті, кому сир засмакує, зможуть його придбати за цінами виробника.

***Синевир***

Візитною карткою Українських Карпат є незрівнянної краси озеро Синевир, знане ще в народі як «Морське око», воно вабить до себе мальовничими гірськими пейзажами та чистою кришталевою водою, в якій здавна водиться благородна форель. Озеро утворилося приблизно 10 000 років назад на висоті 989 метрів і має максимальну глибину 22 метри.

***Пилипець***

Тут з висоти 15 метрів багатьма заворожуючими каскадами між скелями скидає води в мальовничу гірську долину один з найкрасивіших водоспадів України – водоспад Шипіт. Він бере свій початок з великого підземного джерела, т.з. «морське око», в одному з найгарніших місць українських Карпат – полонині Боржава. Перебування тут чудово допомагає відпочити від цивілізації та дає нові життєві сили.

## 3.3 Перспективи післявоєнного розвитку гастрономічного туризму

Сьогодні для багатьох країн індустрія туризму є найважливішим джерелом доходів і, отже, одним із пріоритетних і перспективних напрямків економічного розвитку. Нинішня ситуація з повномасштабним вторгненням росії в Україну багато в чому змінила світогляд людства, в тому числі суттєво вплинула на подальшу стратегію розвитку туризму.

До початку бойових дій в нашій країні представники туристичних підприємств нашої країни відзначали, що гастрономічний туризм з кожним роком збільшує свою частку на туристичному ринку, оскільки туристам, в тому числі іноземцям, стає все цікавіше знайомитися з країною не тільки з допомоги традиційних турів, а й з точки зору смаку, знайомства з національною кухнею[14, 21].

Гастрономічні мандрівки приваблюють людей, чий бізнес безпосередньо пов’язаний з виробництвом кулінарної продукції та її використанням, а саме ресторанних критиків, дегустаторів, рестораторів та сомельє, щоб вдосконалити свої професійні знання та дізнатися щось нове. Крім того, в програми багатьох гастрономічних турів входять майстер-класи від кращих кухарів, які діляться секретами приготування тієї чи іншої страви. Також це представники туристичних агентств, які виїжджають з метою ознайомлення з певною туристичною дестинацією з метою розширення свого бізнесу, завдяки запровадженню таких турів [13].

У контексті вищевикладеного необхідно підкреслити, що гастрономічна складова відіграє значну роль не лише в гастрономічному туризмі, але є значущою для різних категорій мандрівників. У туристичній діяльності дестинації гастрономічні туристи є лише невеликим сегментом цільової аудиторії, яка орієнтована на використання гастрономічної складової. Для багатьох туристів гастрономія не може бути першорядною в подорожі, однак яскрава гастрономічна пропозиція вплинула на вибір на користь тієї чи іншої зони відпочинку, відображаючи ставлення мандрівників до гастрономічної складової та їхню мотивацію під час подорожі.

На нашу думку, уподобання туристів у післявоєнний період можуть дещо змінитися та розширитися, географічні уподобання можуть змінитися у зв’язку зі зміною політичної ситуації у світі та новими викликами часу. До речі, може виникнути новий тип туриста – гастрономічний екстрим, який під час подорожі віддає перевагу харчуванню в екстремальних місцях, враховуючи специфіку подорожі [14].

Розуміння характерних особливостей типів туристів за гастрономічними уподобаннями дозволяє отримати цілісну картину переваг мандрівників щодо споживання їжі при подорожі та є корисним для сегментування цільової аудиторії гастрономічних підприємств. Проте наразі гастрономічний туризм в Україні має низку перешкод для стрімкого розвитку, зокрема:

1. криза внаслідок повномасштабного вторгнення російських військ негативно вплинула на готельно-ресторанну індустрію в цілому, що в свою чергу сповільнило розвиток гастрономічного туризму, незважаючи на зацікавленість громадян України та інших країн;

2. відсутність досвіду ведення гастрономічного бізнесу, підготовлених кадрів у сфері гостинності, зацікавлених ентузіастів та ідеологів популяризації гастрономічних турів також стримують розвиток цього напряму;

3. розвиток гастрономічного туризму безпосередньо залежить від платоспроможності населення, а в умовах війни цей вплив є негативним [12].

Оскільки Україна має багато невикористаних туристичних можливостей і пошук нових шляхів розвитку як підприємств туристичного бізнесу, так і готельно-ресторанного сектору. Абсолютно всі міністри туризму тих країн, які підтримують Україну, зазначили, що після закінчення війни, нашої перемоги, як тільки стане безпечно, вони в першу чергу відвідають Україну і запрошують своїх громадян не лише побачити на власні очі ті місця болю, покласти квіти до загиблих, підтримати економічно Україну та допомогти в експертній роботі з відновлення туризму, а також скуштувати класичні місцеві страви регіону чи країни в цілому [14].

Вже зараз необхідно думати, як буде працювати українська гастрономічна туристична сфера після перемоги, і одним із важливих аспектів формування туристичного гастрономічного сервісу є ознайомлення туристів зі специфікою традиційного харчування та формування сфери послуг у цьому. напрямок. Одним із таких рішень є об’єднання зусиль кількох учасників з метою розвитку, вдосконалення роботи вищезазначених аспектів для досягнення бажаних результатів у майбутньому.

Основними пропозиціями, які будуть спрямовані на розвиток гастрономічної туристичної галузі, є:

1. залучення інвестицій;

2. вдосконалення туристичного продукту;

3. розширення спектру послуг, які зможуть максимально задовольнити потреби міжнародних та внутрішніх туристів;

4. забезпечення пріоритетного розвитку гастрономічного туризму.

З точки зору організаторів, гастрономічний туризм передбачає ознайомлення з особливостями місцевих технологій приготування страв, історією та традиціями їх споживання, а також можливу участь туриста в приготуванні національних страв, відвідування кулінарних фестивалів та конкурси та культурні заходи та почувши, як ресторатори під час війни працювали на волонтерських кухнях, влаштовували українські обіди по всьому світу, пекли чорнобаївський хліб, варили сухий коломийський борщ для захисників. Гастрономічні тури після війни, за наявності якісного сервісу та цікаво розробленої програми, виділятимуться серед запропонованих турів своєю екзотичністю, а також збільшать потік туристів з гастрономічними цілями та позиціонуватимуть Україну як гастрономічну локацію[14].

Таким чином, місцевим туроператорам можна рекомендувати формування гастрономічного туристичного продукту з різною тривалістю та ціновою політикою.

# **ВИСНОВКИ**

Гастрономічний туризм є одним з ключових факторів туристичної привабливості території. В Україні, та й у світі в цілому, цей напрям отримав свій розвиток не так давно. Україна, як багатонаціональна, полікультурна, з багатою історією країна, має великий потенціал розвитку гастрономічного туризму.

Гастрономічний туризм може об'єднувати в собі кілька видів туризму - це пізнавальний, подієвий, діловий, тощо, і саме цю його особливість мають враховувати провайдери туристичних послуг в Україні.

У наш час світ стає все більш відкритим, але туристи шукають досвід, заснований на місцевій культурі та самобутності. Населення загалом цікавиться кулінарією та гастрономією і широко їх популяризує. Цьому сприяють телешоу, проведення майстер-класів для професіоналів і аматорів в закладах харчування, а також дитячі кулінарні школи, які пропонують деякі заклади ресторанного господарства тощо.

Для регіонів України характерні свої унікальні національно-культурні та природні особливості, які носять неповторний характер і можуть зацікавити, як вітчизняних так і іноземних гастротуристів.

Україна багата своїми національними стравами, а також натуральними продуктами харчування. Але більшість туристів, які відвідують нашу країну не мають уяви, який потенціал зберігає в собі наша культура та історія, у тому числі у сфері гастрономії.

Український гастротуризм тільки набирає обертів, але тенденції його розвитку такі самі, як і в інших регіонах світу. Основою розвитку є гастрономічні події. Лідерами з цієї діяльності є Львівська, Закарпатська, Одеська, Київська області та саме м. Київ.

Запропонований нами тур розрахований на 2 дні і 1 ніч має вартість 1350 грн/особи, що на нашу думку є прийнятним для більшості туристів та сприятиме розвитку гастротуризму в Україні.

# **ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ**

1. Антоненко В. Г. Міжнародний туризм як чинник взаємодії та взаємозбагачення культур // Філософія туризму / за ред. проф. В.С. Пазенка. Київ, 2005. С.223-233.
2. Асоціація традиційних продуктів та національних кухонь України. URL: <http://surl.li/gqoef>
3. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні // Науковіпраці НУХТ. 2012. № 45. С. 128- 132.
4. Бериславський район створив позитивний імідж України в Європейському інформаційному просторі. URL: <http://surl.li/hkyld>
5. 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.
6. Бусигін А. В. Як організувати кулінарний туризм // Туризм: практика, проблеми, перспективи. 2011. № 2. С. 55.
7. Вишневська Г.Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. 2013. Вип. 31. С.112-118.
8. Гастрономічний туризм світу. URL: <http://surl.li/hkylv>
9. Двадцять кращих гастрономічних турів зі всього світу (20 of the best food tours around the world). URL: <http://surl.li/gqoec>
10. День національного гастрономічного туру. URL: <http://surl.li/hkymx>
11. Еногастрономічний туризм в Україні: тенденції та перспективи розвитку. URL: <http://surl.li/hkyou>
12. Зміни етнічної структури населення Херсонської області у другій половині ХХ століття. URL: <http://surl.li/hkypg>
13. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. URL: <http://surl.li/hkypu>
14. Колісниченко Тетяна Олександрівна, Панченко Світлана Анатоліївна. Перспективи післявоєнного відновлення гастрономічного туризму в Україні. URL: [http://surl.li/hmdyp](https://www.researchgate.net/publication/369334969_Perspektivi_pislavoennogo_vidnovlenna_gastronomicnogo_turizmu_v_Ukraini_S_54-62)
15. Комарницький І. О. Кулінарний туризм в Україні: стан і перспективи регіонального розвитку в контексті підготовки до ЄВРО 2012// Географія та туризм: наук. зб./ ред. кол. Я. Б. Олійник та ін. Київ: Альтерпрес, 2011. Вип. 14. С. 101-106.
16. Корнілова В. В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму // Ефективна економіка. 2018. №2. URL: [http://surl.li/hmdzu](http://tourlib.net/statti_ukr/kornilova.htm) .
17. Кукліна Т. С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України / Т.С. Кукліна. URL: [http://surl.li/hmeaa](http://www.sworld.com.ua/konfer30/682.pdf) .
18. Макієнко О. А. Використання козацької спадщини у формуванні територіального туристичного продукту Херсонщини // Історикокультурний туризм: український та світовий досвід: зб. матеріалів Міжнар. наук. конф. (Київ, 5 квітня 2019 р.). К., 2019. С. 278-285.
19. Тонг Тхі Тху Хань. Особливості туристичного продукту в сфері гастрономічного туризму Півдня України. URL: [http://surl.li/hmeae](http://tourlib.net/statti_ukr/tong.htm) .
20. Особливості організації гастрономічних турів. URL: [http://surl.li/hmeak](https://turizmlirol.wordpress.com/2017/04/02) .
21. Никига О.В. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в регіоні (на прикладі Львівської області). URL: <http://surl.li/hmoxv>
22. Офіційний сайт Глобальної асоціації гастрономічного туризму. URL: [http://surl.li/gqoek](https://www.globalfoodtourism.com) .
23. Офіційний сайт Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму. URL: [http://surl.li/hmecj](http://www.worldfoodtravel.org) .
24. Офіційний сайт Всесвітнього економічного форуму. URL: [http://surl.li/hmeco](http://reports.weforum.org/the-global-competitiveness-report-2013-2014/) .
25. Офіційний сайт Всесвітнього економічного форуму. URL: [http://surl.li/hmecu](http://www3.weforum.org/docs/TTCR/2013/TTCR_OverallRankings_2013.pdf) .
26. Поняття про гастрономічний туризм. URL: [http://surl.li/hmedi](https://worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism-definitionfood-tourism/) .
27. FoodTravel UA – Маркетплейс гастрономічних подорожей Україною та світом. URL: <http://surl.li/hmpab> .
28. 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.
29. Сучасна етнонаціональна ситуація в Херсонській області. URL: [http://surl.li/hmeds](https://lib.kherson.ua/n-in_suchasna-etnonatsionalna-situatsiya--v-hersonskiy-oblasti.htm) .
30. Сучасний стан ринку послуг гастрономічного ринку України. URL: [http://surl.li/hmeed](http://elibrary.donnuet.edu.ua/788/1/Omelnytska_2_Suchasnyi_stan_rynk%20u.pdf) .
31. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. URL: [http://surl.li/hmeei](https://tourlib.net/statti_ukr/komilova.htm) .
32. Тенденції розвитку гастрономічного туризму. URL: [http://surl.li/gqoek](https://www.globalfoodtourism.com) .
33. Туристичний продукт та його складові. URL: [http://surl.li/hmeen](http://tourlib.net/books_ukr/kyfjak_4.htm) .
34. Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму: навч. посібник. Київ : Знання, 2011. 334 с.
35. Armesto L.X.A., Gomez M.B. Tourism and Quality Agro-Food Products: an Opportunity for the Spanish Countryside // Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie. 2006. V.97 Is.2 P.166-177.
36. Chaney S., Ryan C. Analyzing the Evolution of Singapore's World Gourmet Summit: An Example of Gastronomic Tourism // International Journal of Hospitality Management. 2012. Т.31. №2. Р.309-318.
37. Hall CM, Mitchell R. Gastronomic Tourism // Niche Tourism. 2013. Р.73.
38. Gruia R. et al. Study Regarding the Stimulation of the Mountain Development through Gastronomic Tourism // 15th International Conference "Romanian Rural Tourism in the Context of Sustainable Development: Present and Prospects" (Vatra Dornei, Romania, 23-25 May 2013). "Gh. Zane" Institute of Economic and Social Research, Iasi Branch of Romanian Academy, 2013. Р.107-118.
39. Che D., Wright R., Rae R. Taste Paradise: Tropical North Queensland as a Gastronomic Tourism Destination. Applied Geography Conferences, Inc., 2013. P. 98-109.
40. La Torre D. et al. Analysis of the Gastronomic Tourism in the Province of Cordoba // Tourism & Management Studies. 2012. №8. Р.78-87.
41. Romero Contreras A.T. et al. Turistic and Gastronomic Heritage as Strategy for Development at Cuenca Alta of the River Lerma, in Toluca, Mexico // Rosa dos Ventos. 2012. Т.4. №3. Р.397-415.
42. Global Report on Food Tourism. World Tourism Organization (UNWTO), Madrid, Spain. 2012. p. 63
43. Офіційний сайт Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму. URL: [http://surl.li/hmecj](http://www.worldfoodtravel.org)
44. Комарніцький І.О. Кулінарний туризм в Україні: стан і перспективи регіонального розвитку в контексті Євро–2012 // Географія та туризм. Вип. 14. 2011. С. 100-115
45. Hall, C.M. & Sharples, L. The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste / Food tourism around the world. Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, 2003. pp. 1–24.
46. [UNWTO and Les Roches Global Accelerate Tourism Innovation and Entrepreneurship](https://www.unwto.org/news/unwto-and-les-roches-global-accelerate-tourism-innovation-and-entrepreneurship) 2023. URL: [http://surl.li/hmeex](https://www.unwto.org/news/unwto-and-les-roches-global-accelerate-tourism-innovation-and-entrepreneurship)
47. Офіційний сайт Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму. URL: [http://surl.li/hmecj](http://www.worldfoodtravel.org)
48. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні // Наукові праці НУХТ. 2012. № 45. С. 128-132.
49. Кукліна Т. С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України. URL: [http://surl.li/hmeaa](http://www.sworld.com.ua/konfer30/682.pdf)
50. Расулова А.М. Потенціал ресторанного бізнесу у розвитку гастрономічного туризму України. // Економіка та держава, 2015. № 5. С. 78-83
51. [New Narratives in Tourism: UNWTO Leads Rethink of Tourism Communications](https://www.unwto.org/news/new-narratives-in-tourism-unwto-leads-rethink-of-tourism-communications) 2023. URL: [http://surl.li/hmefn](https://www.unwto.org/news/new-narratives-in-tourism-unwto-leads-rethink-of-tourism-communications)
52. World Food Travel Association. The World’s leading authority on food & beverage touripm. URL: [http://surl.li/hmefq](https://www.worldfoodtravel.org/)

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет фізичного виховання, здоров’я і туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

# **ДОДАТКИ**

**бакалавра**

На тему: «Сучасний стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні»

«The Current State and Prospects for the Development of Gastronomic Tourism in Ukraine»

Виконав: студентка 4 курсу, групи 6.2410

Спеціальності «Готельно-ресторанна справа»

Освітньої програми «Готельно-ресторанна справа»

Заболотна Руслана Вікторівна

Керівник: Криволапов Е.А.

Рецензент:

Запоріжжя – 2024

Додаток А







Додаток Б











