**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет фізичного виховання, здоров’я та туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

На тему: «Гастрономічне Запоріжжя: історія та сучасний аспект»

«Gastronomic Zaporizhzhia: History and Modern Aspect»

Виконала студентка 4 курсу

Спеціальності 241 Готельно-ресторанна

справа

Гречаник Марія Сергіївна

Керівник: Конох О.Є.

Рецензент: Маковецька Н.В.

Запоріжжя – 2024

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет фізичного виховання, здоров’я та туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавр

Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа

**ЗАТВЕРДЖУЮ:**

**Завідувач кафедри туризму**

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

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2024 р.

**ЗАВДАННЯ**

**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**\_\_\_\_\_\_\_\_ Гречаник Марія Сергіївна \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**\_\_\_**

1. Тема роботи «Гастрономічне Запоріжжя: історія та сучасний аспект», керівником якої є Конох Олена Євгенівна, затверджена наказом ЗНУ від «09» січня 2023 року № 12-с.

2. Строк подання студентом роботи: 4 травня 2024 р.

3. Вихідні дані: міжнародні конвенції з туризму; нормативно-правові положення, акти, закони України; Стратегія розвитку Одеської області на 2021-2027 рр.; наукові статті та публікації з проблеми дослідження вітчизняних і закордонних фахівців.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки:

1. провести теоретичний аналіз із проблеми дослідження, з’ясувати основні поняття та особливості розвитку гастрономічного туризму;
2. сформулювати особливості історії та сучасного стану гастрономічного туризму в Запоріжжі;
3. спрогнозувати перспективи розвитку гастрономічного туризму в Запоріжжі після перемоги України.

5. Перелік графічного матеріалу: 2 рисунки, 2 таблиці, 90 літературних джерел, 1 додаток.

6. Консультанти роботи (проєкту)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Розділ | Консультант | Підпис, дата | |
|  |  | Завдання видав | Завдання прийняв |
| Розділ 1 | Конох О.Є. | 17.01.2024 | 17.01.2024 |
| Розділ 2 | Конох О.Є. | 21.02.2024 | 21.02.2024 |
| Розділ 3 | Конох О.Є. | 21.03.2024 | 21.03.2024 |

7. Дата видачі завдання 01 січня 2024 р.

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №з/п | Назва етапів дипломної роботи | Строк виконання етапів роботи | Примітка |
| 1. | Вступ. Вивчення проблеми, опрацювання наукових джерел | Січень 2024 р. | Виконано |
| 2. | Написання першого розділу | Січень-лютий 2024 р. | Виконано |
| 3. | Написання другого розділу | Лютий-березень 2024 р. | Виконано |
| 4. | Написання третього розділу | Березень-квітень 2024 р. | Виконано |
| 5. | Формулювання висновків | Березень-квітень 2024 р. | Виконано |
| 6. | Попередній захист дипломної роботи на кафедрі | Травень 2024 р. | Виконано |

**Студент**  \_\_\_\_\_\_\_\_\_ М.С. Гречаник

(підпис)

**Керівник роботи (проєкту)**  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_О.Є. Конох

(підпис)

**Нормоконтроль пройдено**

**Нормоконтролер**  \_\_\_\_\_\_\_\_\_Е.А. Криволапов

(підпис)

**РЕФЕРАТ**

Кваліфікаційна робота – 66 сторінка, 2 рисунки, 2 таблиці, 90 літературних джерел, 1 додаток.

Мета роботи полягає у вивченні особливостей історії та розвитку гастрономічного туризму в Запоріжжі.

Об’єкт – гастрономічний туризм в Запоріжжі.

Предмет – дослідження історії та розвитку гастрономічного туризму в Запоріжжі.

Методи дослідження: обробка, аналіз, систематизація, узагальнення, емпіричне спостереження, опис, порівняння, спостереження, опитування, анкетування, проектування та моделювання теоретичного та практичного матеріалу.

Практичне значення роботи полягає в тому, що здійснений аналіз особливостей історії та розвитку гастрономічного туризму в Запоріжжі, передбачає надання більш ґрунтовної інформації щодо практики туристичного бізнесу фахівцям із туризму, а також підвищення зацікавленості туристів до нашої країни та постійний розвиток в’їзного туризму в Україні.

Результати дослідження можливо використовувати в туристичній діяльності потенційних туристів під час самостійного бронювання туристичних послуг, а також у практиці професіоналів туристичних підприємств, у діяльності туристичних агенцій та готельно-ресторанного бізнесу відповідно до стратегії сталого розвитку туризму, а також згідно з направленістю державної політики на відновлення туристичної галузі, зростання кількості іноземних туристів в Україні в повоєнний час.

ТУРИЗМ, ТУРИСТ, ТУР, ІНДУСТРІЯ ТУРИЗМУ, ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС, ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ

**ABSTRACT**

Qualification paper – 66 pages, 2 figures, 2 tables, 90 literary sources, 1 appendix.

The purpose of the work is to study the peculiarities of the history and development of gastronomic tourism in Zaporizhzhia.

The object is gastronomic tourism in Zaporizhzhia.

The subject is a study of the history and development of gastronomic tourism in Zaporizhzhia.

Research methods: processing, analysis, systematization, generalization, empirical observation, description, comparison, observation, survey, questionnaire, design and modeling of theoretical and practical material.

The practical significance of the work is that the analysis of the features of the history and development of gastronomic tourism in Zaporizhzhia provides more thorough information about the practice of tourism business to tourism specialists, as well as increasing the interest of tourists to our country and the constant development of inbound tourism in Ukraine.

The results of the research can be used in the tourist activities of potential tourists during independent booking of tourist services, as well as in the practice of professionals of tourism enterprises, in the activities of travel agencies and hotel and restaurant businesses in accordance with the strategy of sustainable development of tourism, as well as in accordance with the direction of state policy on the restoration of tourism industry, the growth of the number of foreign tourists in Ukraine in the post-war period.

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

ЗНУ − Запорізький національний університет;

Ін. – інше;

ПДВ − податок на додаткову вартість;

Р. – р.;

Рис. – рисунок;

Ст. – століття;

Стор. – сторінка;

Турагент – туристичний агент;

Туропереатор – туристичний оператор;

Турпідприємство – туристичне підприємтсво;

Турпродукт – туристичний продукт;

ЮНВТО – міжнародна міжурядова організація в галузі туризму.

ЗМІСТ

**РЕФЕРАТ…………………………………………………………..……....4**

[ВСТУП 8](file:///D:\Аспіранти_магістри\дипломные\Тихомиров\ЗМІСТ_Тіхоміров.docx#_Toc421559275)

[РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ 11](file:///D:\Аспіранти_магістри\дипломные\Тихомиров\ЗМІСТ_Тіхоміров.docx#_Toc421559276)

[1.1 Сутність гастрономічного туризму ………………………...11](file:///D:\Аспіранти_магістри\дипломные\Тихомиров\ЗМІСТ_Тіхоміров.docx#_Toc421559277)

[1.2 Особливості становлення та розвитку гастрономічного туризму в Запоріжжі](file:///D:\Аспіранти_магістри\дипломные\Тихомиров\ЗМІСТ_Тіхоміров.docx#_Toc421559278) …22

[РОЗДІЛ 2](file:///D:\Аспіранти_магістри\дипломные\Тихомиров\ЗМІСТ_Тіхоміров.docx#_Toc438134274) [Завдання, методи та організація дослідження 35](file:///D:\Аспіранти_магістри\дипломные\Тихомиров\ЗМІСТ_Тіхоміров.docx#_Toc438134275)

[2.1 Завдання т дослідження .35](file:///D:\Аспіранти_магістри\дипломные\Тихомиров\ЗМІСТ_Тіхоміров.docx#_Toc438134276)

2.2 Методи дослідження…………………………………………………24

[2.3 Організація дослідженння .37](file:///D:\Аспіранти_магістри\дипломные\Тихомиров\ЗМІСТ_Тіхоміров.docx#_Toc438134278)

[РОЗДІЛ 3](file:///D:\Аспіранти_магістри\дипломные\Тихомиров\ЗМІСТ_Тіхоміров.docx#_Toc438134279) [ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ЗАПОРІЖЖЯ ВІДПОВІДНО ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ ТА НАЦІОНАЛЬНОЇ СПЕЦИФІКИ .39](file:///D:\Аспіранти_магістри\дипломные\Тихомиров\ЗМІСТ_Тіхоміров.docx#_Toc438134280)

[3.1 Сучасний стан формування гастрономічного туризму в Запоріжжі відповідно до європейського досвіду ..39](file:///D:\Аспіранти_магістри\дипломные\Тихомиров\ЗМІСТ_Тіхоміров.docx#_Toc438134281)

# [3.2 Перспективи гастрономічних туристичних маршрутів в Запоріжжі………………………………….…](file:///D:\Аспіранти_магістри\дипломные\Тихомиров\ЗМІСТ_Тіхоміров.docx#_Toc438134283)…………………………………53

[ВИСНОВКИ ...55](file:///D:\Аспіранти_магістри\дипломные\Тихомиров\ЗМІСТ_Тіхоміров.docx#_Toc438134284)

[ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ …...57](file:///D:\Аспіранти_магістри\дипломные\Тихомиров\ЗМІСТ_Тіхоміров.docx#_Toc438134285)

[**ДОДАТКИ ………………………………………………………………**](file:///D:\Аспіранти_магістри\дипломные\Тихомиров\ЗМІСТ_Тіхоміров.docx#_Toc438134286)**...70**

**ВСТУП**

Актуальність дослідження визначається тим, що туризм на сьогодні є важливою статтею доходів і належить до найбільш динамічних галузей всесвітнього господарства.

Туристична індустрія справедливо вважається одним з найбільш швидкозростаючих секторів світової економіки в 21 столітті. За останні п’ять років туризм зростав швидше, ніж світова торгівля в цілому.

Як глобальний експортний товар, туризм посідає друге місце після хімії та палива третім після автотранспорту та продуктів харчування. Для багатьох країн туризм є найважливішим джерелом доходу і, відповідно, одним із пріоритетних секторів економічного розвитку.

Туризм є основною категорією міжнародної торгівлі послугами, на яку припадає 30% торгівлі послугами.

На нього припадає 10% світового ВВП і 7% світового експорту товарів і послуг.

Туристична галузь робить внесок в експорт на суму 216 млрд доларів США. Індустрія міжнародних пасажирських перевезень сприяє експорту на 216 мільярдів доларів США за рахунок послуг міжнародних пасажирських перевезень. Загальна вартість туристичного експорту становить 1400 мільярдів доларів США. Загальна вартість туристичного експорту становить 1,4 трильйона доларів США, із середньою вартістю 4 млрд. дол. США [10].

Розвиток світового туристичного ринку та його глобалізація свідчать, що туризм є невід’ємним атрибутом життя кожного цивілізованого суспільства.

Одним із видів туризму, що найбільш динамічно розвивається сьогодні, є гастрономічний туризм.

За даними фахової літератури, більше третини витрат туристів витрачається на харчування.

Тому кухня туристичної дестинації як один з найважливіших аспектів визначає якість відпочинку [9].

Питаннями розвитку гастрономічного туризму займаються такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як: О. Агеєнко, В. Антоненко, О. Бабкін, Д. Басюк, Т. Божук, Г. Щука та ін.

Гастрономія відіграє значну роль у виборі туристичних дестинацій у всьому світі.

Провідна роль гастрономії у виборі туристичних дестинацій призвела до формування самостійного ринку гастрономічного туризму.

Всесвітня асоціація гастрономічного туризму визначає гастрономічний туризм як “подорож з метою отримання автентичного культурного досвіду”.

Гастрономічний туризм − це подорож із метою отримання автентичного досвіду, заснованого на культурі споживання їжі та напоїв; відкриття унікальної місцевої культури або місця через місцеву кухню [2; 38].

Гастрономічний туризм розглядається як вид туризму, пов’язаний з виробництвом і приготуванням їжі.

Гастрономічний туризм − це вид туризму, пов’язаний з виробництвом, технікою приготування, дегустацією та кулінарними традиціями їжі та напоїв з усього світу.

Національні кухні є одним з найважливіших елементів залучення іноземних туристів.

І це цілком зрозуміло. Адже кулінарне мистецтво добре зберігає особливості та традиції народу.

Це тому, що кулінарне мистецтво добре зберігає особливості та традиції народу.

Це тому, що воно завжди викликає інтерес.

Гастрономічний туризм також можна розглядати як допоміжний інструмент пізнання культурної спадщини країн і регіонів світу.

Кухня країни − це її стиль життя і світогляд.

Етнічні кухні викликають інтерес тому, що вони є одним із елементів, які відображають спосіб життя, світогляд і традиції народу.

Тож, з огляду на наведене, тему нашого дослідження обрано в такому формулюванні, як: «Гастрономічне Запоріжжя: історія та сучасний аспект».

**РОЗДІЛ 1**

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ**

* 1. [Сутність гастрономічного туризму](file:///D:\Аспіранти_магістри\дипломные\Тихомиров\ЗМІСТ_Тіхоміров.docx#_Toc421559277)

Кулінарний туризм або гастрономічний туризм − це особливий вид відпочинку, де основний акцент робиться не на відвідуванні місцевих архітектурних пам’яток, музеїв чи пошуку цікавих фотографічних пейзажів, а на дегустації різноманітних страв та знайомстві з кулінарними традиціями країни.

Перевага гастрономічного туризму, порівняно з іншими підвидами пізнавального туризму, полягає в тому, що тільки гастрономічний туризм впливає на інші органи чуття людини, такі як смак і нюх, на додаток до зору і слуху.

В останні роки популярність та інтерес до кулінарії серед населення зросла завдяки телевізійним програмам, майстер-класам для професіоналів та аматорів у ресторанах, а також кулінарним курсам для дітей, які пропонуються деякими ресторанами.

Гастрономічні тури не мають нічого спільного з “філософією повного шлунку”. Це також не легковажна розвага для урізноманітнення дозвілля захоплених мандрівників.

Насправді це серйозна подія, яка вивчає світові культури та етнічні ідентичності через їхню кухню.

Перші гастрономічні мандрівники були вже першими мандрівниками. Першовідкривачі нових земель, такі як Марко Поло та Афанасій Нікітін, слідували своїй інтуїції та приділяли велику увагу дегустації місцевої кухні в незнайомих місцях.

Їхні враження стали одним із способів пояснення фольклору.

Звісно, набагато пізніше це стало самостійною наукою та індустрією.

Офіційно вважається, що гастрономічний туризм з’явився у 1998 році. Саме тоді кафедра народної культури Державного університету Боулінг-Грін у США зареєструвала новий термін “кулінарний туризм”.

Це дало поштовх широким дослідженням науковців по всьому світу.

Однак саме італійці заклали підвалини цього новаторського американського дослідження.

Саме вони першими прийшли до ідеї залучення туристів до своєї країни шляхом створення спільнот за інтересами під знаком смачної їжі.

Гастрономія як сфера послуг, що забезпечувала харчування туристів під час їхніх основних подорожей і була необхідним елементом довготривалого відпочинку, до новітніх часів вважалася галуззю, пов’язаною з основними завданнями і змістом туристичної діяльності.

Однак наприкінці 19 століття, крім використання мінеральної води як основного продукту і ресурсу для оздоровчих і лікувальних турів, в Європі почали розвиватися винний туризм і поїздки в райони виробництва певних видів продуктів харчування, які були основним об’єктом пізнання в таких турах.

Наприклад, у цей період дуже поширеними були поїздки на місця виробництва швейцарського сиру, італійської пасти, швейцарського шоколаду та французьких круасанів, що стимулювало обізнаність та гастрономічний інтерес; на початку 20 століття також набув поширення гастрономічний та видовищний туризм культурно-пізнавального характеру, в рамках якого місцеві місцеві свята, календарні та обрядові події, етнорелігійні традиції (пости, 12 днів на рік тощо) та інші події, пов’язані з традицією приготування та вживання місцевих продуктів, збором врожаю певних культур та приготуванням з них традиційних страв.

Наприклад, збір винограду та винні фестивалі у Франції, Італії та Іспанії; збір зернових (жнива, обжинки) у Чехії та Польщі; збір помідорів та “томатні шоу” (бої) в Іспанії та Португалії; святкування на честь вилову риби після нересту у скандинавських країнах; християнські свята, що відзначаються в Україні; християнські свята, що відзначаються в Європі.

У східноєвропейських країнах відбувалися видовищні гастрономічні масові заходи, такі як Масляна.

Іншими словами, традиційна кухня країни, національні страви та технології виробництва їжі становлять інтерес для туристів на даному етапі розвитку туризму і можуть залучити великий потік іноземних туристів та іноземної валюти в країну.

У 2001 році Ерік Вольф написав першу в світі статтю про кулінарний туризм, а пізніше розвинув цю тему у своїй першій книзі для Міжнародної організації кулінарного туризму у 2003 році Ерік Вольф заснував Міжнародну асоціацію кулінарного туризму, яка пропонує широкий спектр переваг для своїх членів, включаючи навчання, розвиток і просування.

Маніфест Міжнародної асоціації кулінарного туризму відображає зростаюче розуміння культури країни через її кухню: “Їжа − це суть країни, її характер та історія”.

Асоціація наводить такі докази зростаючої популярності кулінарного туризму, як:

* кількість запитів від споживачів через веб-сайт асоціації продовжує зростати і майже досягла рівня 2008 року;
* кількість веб-сайтів, орієнтованих на залучення туристів до ресторанів, зросла з десятка, зареєстрованих у 2003 році, до 173 на сьогоднішній день;
* кількість туроператорів кулінарного туризму зросла з мізерної кількості у 2003 році до 150 на сьогодні;
* з 2003 року асоціація зареєструвала понад 16 000 екзотичних кухонь.

У 2006 році була створена Міжнародна асоціація кулінарного туризму для нагляду за освітніми та навчальними програмами Міжнародної асоціації гастрономічного туризму.

У 2012 році термін “кулінарний туризм” був замінений на термін “гастрономічний туризм” після того, як опитування, проведене Міжнародною асоціацією гастрономічного туризму, показало, що більшість опитаних американців вважають, що кулінарний туризм − це для еліти.

Тому було вирішено замінити його на більш доступний для багатьох жителів термін, що включає в себе продуктові магазини, вуличні лотки, паби для місцевих жителів, виноробні та першокласні ресторани в одній концепції.

Широкий розвиток кулінарного туризму призвів до створення туроператорів, що спеціалізуються на міжнародному кулінарному туризмі, таких як Gourmet on Tour (США), International Kitchen (Великобританія) і Gourmet Getaways (Італія), незважаючи на створення Міжнародної асоціації кулінарного туризму.

Незважаючи на те, що Міжнародна асоціація кулінарного туризму була заснована в США, ідея гастрономічних турів належить італійцям.

Наприклад, програма кулінарних заходів у липні в найменшому регіоні країни, мальовничій Валле-д’Аоста, включає: фестиваль смаження поросят на вертелі в Іссоне (11-12 липня); фестиваль гіб’є в Сан-Нікола (18-20 липня); ярмарок, присвячений в’яленій шинці в Боссе (18-20 липня); виставку Виставка окосту в Боссе (11-13 липня); фестиваль чорного хліба в Перрош (20 липня).

До хліба з дров’яної печі подають м’ясо з гриля, ковбаси та різноманітні м’ясні вироби, поленту з козлятиною, сиром тощо. 18-20 липня, фестиваль Feta a Lano в Олломоні, з різноманітними стравами з ослячого м’яса, 25-27 липня, Вальпелліна святкує традиційний сеппа а-ля ваперенце (селянський суп з хліба і сиру фонтіна) (шари нарізаного хліба і сиру на деку, просочені супом і приготовані в печі).

У 21 столітті гастрономічний туризм стрімко набирає обертів в Україні завдяки відкритим кордонам, вибору європейської інтеграції та орієнтації на туризм як додаткове джерело доходу.

У 2006 році в Україні була створена Асоціація сприяння розвитку гастрономічного та винного туризму [1; 38; 39].

У 2011 році Інститут світової політики провів дослідження, в якому визначив українські асоціації в сусідніх країнах як найбільш ймовірне джерело іноземних туристів.

Опитування показало, що Україна асоціюється з гостинністю і, відповідно, українською кухнею, національною ідентичністю та повагою до гостей.

У 2012 році найулюбленішими національними стравами українців були названі український борщ із Запорізької області, сало з часником, холодець, традиційні млинці, домашні ковбаси, млинці з сиром, запечена свинина з гречаною кашею, вареники з капустою та грибами, яблучний пиріг.

Таке розмаїття в українському раціоні - відносно недавнє явище, яке з’явилося лише у 18-му та на початку 19-го століть, тобто приблизно за 100 років.

До того часу українська кухня була схожа на споріднені польську та білоруську, що можна пояснити особливостями історичного розвитку українського народу.

Розглянемо цей процес з точки зору формування українських гастрономічних уподобань.

Наприклад, монголо-татарські набіги призвели до втрати зв’язку з давньоруською кухнею.

Внаслідок феодальних навал різні регіони сучасної України входили до складу різних держав (Литви, Польщі, Угорщини, Румунії) та українська територія надовго була розділена, що сповільнило формування національної кухні.

Південні та східні території, які були заселені значно пізніше, переважно переселенцями, були асимільовані в національну кухню.

Об’єднання українських територій значною мірою сприяло формуванню характерних рис національної кухні, але регіональні відмінності залишаються. Тому можна стверджувати, що українська регіональна кухня є автентичною і має великий потенціал для розвитку гастрономічного туризму.

Згідно з етнографічними дослідженнями, українське меню завжди включає в себе широке розмаїття м’ясних страв, особливо свинини, риби, овочів, яєць і молочних продуктів.

Більшість страв характеризуються поєднанням складних інгредієнтів та кількох способів приготування.

Як і для інших країн зі складною історією, для України також характерна регіональна кухня, що базується на інтеграції кулінарних традицій, природних умов і соціокультурних утворень населення.

Україна − країна, розташована у Східній Європі, обдарована сприятливим кліматом, рівнинним рельєфом і родючими землями, а її працьовите населення завжди із задоволенням зустрічало гостей смачною їжею та гостинцями.

Майже вся територія України вкрита низовинами та височинами, сприятливими для розвитку сільського господарства.

З іншого боку, гірські райони надають додаткові можливості для розвитку окремих галузей сільського господарства, зокрема тваринництва, а отже, і для розвитку гастрономії регіону [1; 56; 61].

Агрокліматичні ресурси оцінюються як придатні для ведення сільського господарства, хоча існують певні регіональні відмінності.

Рівнинна частина України придатна для вирощування більшості сільськогосподарських культур помірного поясу.

Середньопізньостиглі сорти соняшнику, кукурудзи та винограду можна вирощувати лише на півдні України та в Закарпатській області.

Більша частина Полісся та лісостепу є вологими і придатними для вирощування льону, картоплі та цукрових буряків.

Саме агрокліматичні умови визначають різноманітність продуктів харчування та їх потенціал для комбінування.

Ґрунти в Україні переважно родючі та дуже родючі. Як результат, частка сільськогосподарських угідь є однією з найвищих у світі.

Те саме стосується також і посівних площ.

Найвищий рівень розораності сільськогосподарських угідь − 80-90% − у лісостеповій та степовій зонах, а найнижчий − у польських та карпатських горах, де значні площі вкриті природними пасовищами.

У сухих степах на півдні та південному сході є також значні площі пасовищ.

Як результат, українці споживали продукти рослинництва і тваринництва протягом століть.

Різноманітність рослинної їжі, що споживається в Україні, такої як зернові, бобові, овочі, фрукти, ягоди та гриби, зумовлена сприятливими природними умовами, зокрема кліматом

На початку 20-го століття розвинулося тваринництво і збільшилося споживання м’ясних продуктів, переважно у вигляді сала та жиру.

Тому основними стравами в національному раціоні є різні борошняні та круп’яні страви, овочі, мед, сало і м’ясо.

Найпоширенішими фруктами в національному раціоні є яблука, груші, сливи, вишні та червона смородина.

У той же час, широко вживаються в їжу і сільськогосподарські продукти.

Варто підкреслити, що хліб відіграє особливу роль у раціоні харчування, з різними видами борошна, умовами приготування, способами приготування тіста та формами.

Крім хліба, з борошна випікали тістечка, пончики, пироги, млинці та оладки.

Пироги досі залишаються улюбленими стравами українців, так само як і картопля, капуста, горох, квасоля, свіжі фрукти та сир, пристосовані до українського клімату.

Багато страв в українській кухні готують із прісного тіста, завареного в окропі.

Вареники з сиром, картоплею, капустою, квасолею, вишнями та іншими фруктами − одна з таких страв, яка стала національною стравою українців. Зазначимо, що вареники вважаються однією з найхарактерніших страв української кухні.

Овочеві страви (картопля, капуста, буряк, цибуля, часник, огірки, морква, гарбуз і помідори) та бобові (квасоля, горох і навіть квасоля в карпатських селах) займають важливе місце в традиційному раціоні українців, або як гарніри, або або як самостійна страва зі смальцем.

Найпопулярнішими овочевими першими стравами є борщ (буряковий, зелений, холодний) та щі.

Страви з картоплі урізноманітнюються додаванням молока, масла, сала, м’яса, зелені та інших овочів.

Серед інших традиційних страв − тушкована капуста, січеники, буряк, салат з капусти та моркви, зурахи та доланики.

Спеції та приправи, що використовуються в українській кухні, включають цибулю, червоний перець, кріп, аніс, м’яту, часник, кмин, любисток, дудник, чебрець, лавровий лист і корицю (для десертів).

Українці широко використовують оцет як приправу до різноманітних страв.

Головною особливістю української національної кухні є те, що страви готуються тільки зі свіжих продуктів [82; 83].

Українська національна кухня, сутність гастрономічного туризму та чинники його розвитку.

Значення гастрономічного туризму полягає в його здатності розрізняти універсальність цінностей і смислів окремих національних культур і, з цієї точки зору, він постає як засіб зміцнення міжкультурної комунікації, є проявом міжкультурного контакту і, як такий, сприяє налагодженню багатогранних комунікаційних зв’язків.

Різноманітні культурні контакти призводять до обміну духовними, матеріальними цінностями та досвідом на міжособистісному, етнічному, національному та загальноцивілізаційному рівнях.

Слід зазначити, що в українському туризмознавстві не існує єдиного терміну, який би визначав цей вид туризму.

Існують такі терміни, як “кулінарний туризм”, “винний гастрономічний туризм”, “гурманський туризм”, “гастрономічний туризм”, “ресторанний туризм” тощо.

Подібні тенденції простежуються і в зарубіжній літературі.

Зокрема, автори Г. Аллент, К. Албала, Л. Лонг, Б. МакКурчер, Е. Вольф, М. Холл та Р. Мітчелл використовують поняття “кулінарний туризм”, “гастрономічний туризм”, “гастрономічні тури”, “тури для гурманів” та “фуд-туризм” [41].

Гастрономічний туризм − це практика подорожей до різних країн з метою ознайомлення з їхньою кухнею, делікатесами та напоями.

Походячи від слова “гастрономія” (грец. − шлунок), гастрономічний туризм − це наука, що вивчає взаємозв’язок між їжею та культурою і належить до галузі соціології.

Одне з найпоширеніших визначень гастрономічного туризму в міжнародній літературі було запропоновано Холом і Шарплзом у 2003 році, в якому зазначається, що гастрономічний туризм − це експериментальні подорожі до гастрономічних регіонів з метою відпочинку або розваг, відвідування виробників первинних і вторинних продуктів харчування, гастрономічних фестивалів, ярмарків і заходів. гастрономічні фестивалі, продовольчі ярмарки та заходи, фермерські ринки, кулінарні шоу та демонстрації, дегустації якісних продуктів харчування та всі інші види туристичної діяльності, пов’язані з їжею.

Крім того, подорож пов’язана з певним стилем життя і включає вивчення різних культур, а також отримання знань і розуміння їхніх якостей та атрибутів через споживання туристичних продуктів і місцевих гастрономічних продуктів (делікатесів).

Отже, гастрономічний туризм означає, що все вищезазначене є основними причинами та мотивами для мандрівника відвідати певну туристичну дестинацію.

Так, Е. Вольф, засновник Міжнародної асоціації гастрономічного туризму, дає таке визначення: “Гастрономічний туризм − це пошук і насолода унікальною та незабутньою їжею і напоями, будь то на іншому кінці світу або на сусідній вулиці”.

Наприклад, Х. Рідван розуміє термін “гастрономічний туризм” як туризм, що розвивається місцевими громадами для підтримки сільського господарства; Г. Георге, П. Тудраче та П. Ністрен розуміють цей термін як “повну або часткову дегустацію місцевих продуктів та участь у заходах, пов’язаних з гастрономією або частину подорожі”; Brokage трактує поняття “гастрономічний туризм” як “нові враження, які шукають туристи, тобто гастрономічні канікули, садівництво та гастрономічні тури” [41].

Також Д. Сілва розуміє цей термін як “будь-який туристичний досвід, в якому їжа і напої оцінюються і споживаються таким чином, що відображають місцеву, регіональну і національну кухню, традиції, культуру, традиційні і кулінарні методи”; Д. Бассіук бачить його як “інтеграцію екології, культури і виробництва, знання і дегустацію кулінарних традицій з усього світу” [41].

Водночас С. Саламатіна визначає цей вид туризму так: “Гастрономічний туризм − це вид діяльності, спрямований на підвищення рівня кулінарних знань та ознайомлення з особливостями етнічної кухні, основними продуктами та технологіями приготування страв тієї чи іншої країни або регіону. є різновидом гастрономічного туризму”.

Гастрономічний туризм − це вид туризму, основною метою якого є знайомство з кухнею країни.

Цей вид туризму має великі перспективи, а розробка таких маршрутів може допомогти відродити кулінарні традиції.

Гастрономічний туризм − це подорож до країни або континенту з метою ознайомлення з особливостями її кухні та кулінарними традиціями, а також для дегустації унікальних страв і продуктів.

Мета гастрономічних турів − насолодитися місцевими рецептами, які включають традиції, звичаї місцевого населення та кулінарну культуру, що передавалися століттями.

Гастрономічний туризм − це практика подорожей по всьому світу з метою знайомства з місцевими кулінарними традиціями, національними та регіональними кулінарними особливостями.

Основна мета мандрівників, які обирають гастрономічний туризм, − скуштувати унікальні місцеві продукти та страви.

Гастрономічний туризм − це відвідування туристами та мандрівниками певної дестинації з метою часткової або повної дегустації кухні певного регіону або здійснення діяльності, пов’язаної з гастрономією.

З’ясовано, що гастрономічний туризм включає спеціальні винні та гастрономічні тури, відвідування об’єктів гастрономічного туризму (спеціалізованих музеїв, сироварень, винокурень, пивоварень тощо), відвідування ресторанів місцевої кухні, відвідування кулінарних курсів у готелях, спеціалізованих кулінарних центрів та шкіл, відвідування фермерських господарств, відвідування ринків сільськогосподарської продукції (фермерських) ринків, продовольчих виставок і ярмарків, гастрономічних і винних (пивних тощо) фестивалів [41].

У своїй нещодавній публікації Ф. Чандор та М. Кряп розглядають гастрономічний туризм як різновид туризму відповідно до класифікації за метою подорожі.

Основною метою мандрівників, які обирають гастрономічний туризм, є дегустація місцевих делікатесів та кухні, а гастрономічні тури − це спеціально розроблені тематичні програми, які включають дегустації вишуканих страв та навчання у всіляких гастрономічних школах.

Кулінарія (лат. κουζίνα − кухня), з іншого боку, є галуззю прикладної діяльності, пов’язаної з приготуванням їжі, яка включає низку технік, обладнання та рецептів і є частиною гастрономії.

Отже, гастрономічний туризм − це форма подорожі до країни або певного місця з метою скуштувати страви та продукти, характерні для цієї країни або регіону, а також познайомитися з особливостями місцевої кухні та кулінарними традиціями.

Гастрономія вивчає взаємозв’язок між їжею та культурою і належить до соціології.

З іншого боку, кулінарія − це галузь прикладної діяльності, пов’язана з приготуванням їжі, яка включає в себе сукупність прийомів, обладнання та рецептів і є частиною гастрономії.

Іншими словами, гастрономічний туризм − це вид туризму, пов’язаний з виробництвом, технікою приготування і дегустацією їжі, напоїв і кулінарних традицій з усього світу.

Зазначимо, що цільова аудиторія гастрономічних турів наступна:

1) мандрівники, які прагнуть отримати якомога більше вражень, обираючи при цьому економний відпочинок (екскурсійні тури, програма яких включає дегустації місцевої їжі та напоїв, традиційні фольклорні вечори та дегустації вин у невеликих виноробнях);

2) мандрівники, які хочуть відкрити для себе вже відвідану країну з “гастрономічної” точки зору (тематичні групові тури, з більш комфортною та тривалою програмою подорожі);

3) вибагливі туристи-гурмани (індивідуальні винні та гастрономічні тури, орієнтовані на професіоналів VIP-класу).

Гастрономічний туризм, як вид туризму, має власні унікальні особливості:

- всі країни мають умови для розвитку кулінарного туризму, що є унікальною особливістю цього виду туризму;

- гастрономічний туризм не є сезонним видом відпочинку;

- гастрономічний туризм тією чи іншою мірою інтегрований в усі тури. однак, на відміну від інших видів туризму, знайомство з кухнею країни є основною мотивацією, метою та елементом гастрономічного туризму.

- промоція місцевих фермерів та виробників продуктів харчування є невід’ємною частиною гастрономічних турів.

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

Фактори, що сприяють розвитку гастрономічного туризму в сільській місцевості, включають:

- розвиток сільського господарства та можливість для туристів, які перебувають у сільській місцевості, скуштувати страви місцевої кухні та продукти, вироблені на фермах;

- можливість відвідати екологічно чисті ферми та виробництва, ознайомитися з екологічно чистими органічними продуктами та їх виробництвом;

- наявність корінних народів регіону та їхніх нащадків (євреїв, татар, поляків, чехів, німців), які зберігають свої традиції і кухня яких може стати основою для розробки унікальних гастрономічних турів;

- можливість збору дикорослих рослин (грибів, ягід), створення нових робочих місць та залучення місцевого населення до робочого процесу;

- різноманітний природно-рекреаційний потенціал;

- багата культурна та історична спадщина;

- близькість цільових споживачів туристичних ресурсів до дестинацій (під’їзд в межах 2-3 годин); зростання популярності телевізійних кулінарних програм та шоу;

- популяризація здорового способу життя.

Гастрономічний туризм має низку переваг, які суттєво відрізняють його від інших видів туризму.

Потенціал гастрономічного туризму визначається кількома факторами.

1. Висока різноманітність і можливість поєднання кількох кухонь на одному маршруті, що створює ґрунт для незвичайних гастрономічних туристичних продуктів.

2. Високопродуктивне та диверсифіковане сільське господарство. Розвинений агропромисловий комплекс дозволяє виробляти не лише різноманітну сільськогосподарську продукцію, але й екологічно чисту продукцію.

Регіон має потенціал стати лідером у виробництві біологічних продуктів.

Водночас, давні сільськогосподарські традиції є основою для розвитку гастрономічного подієвого туризму.

3. Сприятливі природні умови, зокрема ґрунти та клімат, визначили потенціал для виноградарства. Екотуризм може зайняти важливе місце в туристично-рекреаційному секторі регіону.

Так, гастрономічний туризм − це форма подорожі в країну або особливе місце з метою скуштувати страви та продукти, характерні для цієї країни або регіону, а також познайомитися з особливостями місцевої кухні та кулінарними традиціями.

Види та класифікація гастрономічних турів.

Відповідно до побажань туристів сформувалися різні сектори кулінарного туризму.

Ми класифікуємо кулінарні тури за деякими ключовими критеріями, такими як регіональні особливості, мета подорожі та бажання спробувати певний напій або страву.

Всі ці характеристики необхідно враховувати при розробці кулінарного туру, щоб найкращим чином відповідати очікуванням цільової групи.

Наразі існує значна кількість досліджень, присвячених класифікації гастрономічного туризму.

Так, науковці С. Гатауліна, В. Шикеринець та С. Макарчук поділяють гастрономічний туризм на два види: сільський (“зелений”) та міський [41].

Основна відмінність, на їх переконання, полягає в тому, що, подорожуючи сільською місцевістю, туристи більш охоче куштують екологічно чисті продукти.

За Т. Трададенко, гастрономічний туризм класифікується за програмним забезпеченням (кулінарні свята та фестивалі), також автор виділяє подієвий гастрономічний туризм.

Водночас науковець С. Саламатіна виділяє такі основні спеціалізовані види гастрономічного туризму, як:

* винний,
* рибний,
* сирний,
* кавовий,
* медовий,
* плодово-ягідний,
* тютюновий,
* чайний,
* шоколадний,
* сільськогосподарський,
* змішаний.

Також Г.Вишневська та А.Бусигін виділяють гастрономічний туризм за основними критеріями спеціалізації сільського “зеленого” та міського туризму, метою подорожі та бажанням спробувати певні напої та страви (вино, пиво, сир, шоколад) [41].

На основі теоретичного аналізу підтверджено, що науковці Д. Стешенко та А. Парфіненко визначають сільський, ресторанний, освітній та подієвий типи наступним чином:

* сільський тип − дегустація місцевої кухні та продуктів, вироблених у регіоні;
* ресторанний тип − відвідування найвідоміших і найпопулярніших ресторанів, що вирізняються якістю, високою кухнею та національною спрямованістю;
* освітній − навчання у спеціальних навчальних закладах, що спеціалізуються на кулінарії, курси та майстер-класи;
* подієвий − відвідування регіону у певні відвідування регіону в певні пори року та участь у соціальних і культурних заходах з гастрономічною тематикою.

Таким чином, гастрономічний туризм слід класифікувати за кількома критеріями, такими як місце розташування туристичної дестинації, тип конкретних продуктів та напоїв, а також мета поїздки.

Кулінарні тури за кордон користуються попитом як серед індивідуальних, так і серед групових мандрівників.

Залежно від вимог мандрівників і методів продажу розрізняють індивідуальні, пакетні та інклюзивні тури.

Індивідуальні тури організовуються туристичною агенцією на індивідуальній основі, з урахуванням особистих вимог клієнта та за безпосередньої участі клієнта.

Пакетні тури − це серія турів, що продаються за нижчою ціною і включають лише чотири основні базові елементи: туристичний центр, транспорт, послуги з розміщення та трансфер.

Інклюзив-тури − це строго заздалегідь спланований набір послуг, орієнтований на певний вид туризму.

Вони характеризуються єдиною програмою та єдиним графіком подорожі [4; 21].

Індивідуальні тури пропонують туристам незалежність і самостійність, але є більш дорогими, оскільки, на відміну від групових турів, плата розподіляється на всю групу, і туристи повністю оплачують внутрішні транспортні маршрути, послуги гіда та деякі інші послуги.

Це багатоваріантний тур.

Кулінарний туризм не належить до масових видів туризму, оскільки є відносно молодим і таким, що розвивається.

Організація індивідуальних гастрономічних турів має ряд особливостей, пов’язаних зі специфікою цього виду туризму.

Організація гастрономічного туру вимагає детального вивчення ресторанного ринку країни перебування та ретельного підбору закладів харчування, що пропонують якісні послуги харчування та специфічне меню за оптимальною ціною для кожної категорії споживачів.

Важливим є візуальне оформлення меню, на яке слід звернути увагу, оскільки зразок меню може стати невід’ємним сувеніром відвіданого ресторану.

Розглядаючи меню для такого ресторану, особливу увагу слід звернути на те, що в ресторані національної кухні обов’язково повинні подаватися страви національної кухні.

Офіціанти також повинні, по суті, виступати в ролі кулінарних гідів. Необхідно також визначити місця, де туристи можуть придбати гастрономічні сувеніри та фірмові страви.

Існує кілька видів кулінарного туризму, зокрема:

* ресторанні тури − поїздки до найвідоміших і найпопулярніших ресторанів;
* сільські тури − коли туристи тимчасово проживають у сільській місцевості з метою дегустації місцевої кухні та продуктів. іноді включають роботу на фермі;
* гастрономічні тури (наприклад, виставки, ярмарки, шоу); наприклад, тури “Томату” в Іспанії дозволяють візитерам відвідати екологічно чисті ферми та виробництва і ознайомитися з продуктами та їх виробництвом (Франція, Німеччина, Великобританія, США, Швейцарія); в Україні − фестивалі борщу та сала (Слобожанщина, Закарпаття);
* освітні тури: тури, спрямовані на відвідування курсів та майстер-класів у спеціалізованих кулінарних навчальних закладах;
* комбіновані тури: поєднують в собі особливості попередніх кулінарних турів.

Подорожуючи до інших країн, важливо пам’ятати, що страви, приготовані з певними спеціями або продуктами, які є достатньо безпечними для здоров’я місцевого населення, можуть мати негативний вплив на здоров’я мандрівника (наприклад, надмірна кількість спецій може викликати розлад шлунку, велика кількість солі − підвищити кров’яний тиск тощо).

Щоб уникнути неприємних ситуацій, слід замовляти спеціалізовані тури.

Кулінарні тури пропонують можливість відвідати ресторани, де подають національні страви, взяти участь у кулінарних фестивалях, дізнатися про історію та рецепти сезонних національних страв і взяти участь у приготуванні національних страв.

Кулінарний туризм має специфічні особливості.

А саме, умови для розвитку кулінарного туризму є абсолютно у всіх країнах, що є унікальною особливістю цього виду туризму.

Оскільки він не є сезонним, відповідні тури можна вибрати в будь-яку пору року.

Однак, на відміну від інших видів туризму, знайомство з кухнею країни є основною мотивацією, метою та елементом кулінарного туру.

Таким чином, можна зробити висновок, що кулінарний туризм не тільки надає можливість познайомитися з кулінарними традиціями певної країни, матеріальною культурою її народу, елементами фольклору і традиційними способами виробництва продуктів харчування, а й доторкнутися до її історичного минулого.

Ресторанне господарство − це вид господарської діяльності суб’єкта господарювання, який надає послуги, що задовольняють потреби споживачів у харчуванні.

Це вид економічної діяльності суб’єктів господарювання, які надають Підприємства ресторанного господарства не тільки сприяють економії суспільної праці та матеріальних ресурсів, а й збільшують вільний час відвідувачів.

Воно сприяє збільшенню вільного часу відвідувачів.

На підприємствах ресторанного господарства, завдяки механізації виробництва, витрати праці на приготування та споживання їжі становлять від однієї четвертої до однієї п’ятої від витрат у домогосподарствах.

Приготування їжі для однієї людини вдома займає в середньому 40-50 хвилин.

Натомість у ресторанах це займає 10-12 хвилин.

Сучасний етап розвитку ресторанного бізнесу визначається потребою людей у комплексних послугах громадського харчування.

Споживання в ресторанах, кафе і барах вимагає поєднання матеріального і духовного споживання.

Матеріального і духовного споживання.

Задоволення цих потреб є як економічною, так і соціальною функцією.

Соціальна функція.

Від того, як вона виконується, залежить здоров’я, працездатність, настрій і рівень життя людей.

Ресторанна індустрія органічно пов’язана з туристичною галуззю.

Це пов’язано з тим, що ресторанне господарство відіграє важливу роль у забезпеченні однієї з основних потреб людини − якісного харчування − при наданні туристичних послуг.

Якісне харчування є однією з основних потреб людини.

У туристичних дестинаціях підприємства громадського харчування забезпечують як грошові надходження від туристів і як грошові надходження, отримані від туристів і продажів, так і місцеві бюджети, надаючи послуги резидентам та іноземним туристам у туристичних дестинаціях, надаючи їм послуги, тим самим забезпечуючи залучення до товарообігу та місцевих бюджетів.

Тим самим відбувається переміщення коштів між регіонами та країнами. Структура витрат домогосподарств зазнає певних змін, оскільки місця тимчасового проживання завжди потребуватимуть задоволення попиту на продукти харчування.

Змінюється структура витрат домогосподарств.

Переорієнтація витрат з купівлі товарів на послуги призводить до активізації заощаджень населення.

Ресторани роблять значний внесок у досягнення соціальних цілей розвитку туризму.

Соціальне навантаження ресторанної індустрії полягає також у її потенціалі сприяння спілкуванню між людьми з різних регіонів і країн.

Це пов’язано з тим, що ресторанна атмосфера сприяє взаєморозумінню та налагодженню ділових і дружніх контактів.

Ресторанна атмосфера також сприяє взаєморозумінню та налагодженню ділових і дружніх міжособистісних контактів.

Ресторанна індустрія обслуговує різноманітне коло туристів, включаючи внутрішніх туристів, іноземних туристів, організованих туристів та індивідуальних туристів.

Вона обслуговує різноманітне коло туристів, включаючи іноземних туристів, організованих туристів та індивідуальних туристів.

Таким чином, ресторани сприяють розвитку всіх видів туризму і створюють умови для “експорту туризму”.

Таким чином, ресторани сприяють розвитку всіх видів туризму, створюють умови для “експорту” туризму та супутніх послуг, а також приносять валютні надходження.

Ресторанне господарство отримує значні доходи не тільки від внутрішнього туризму, але й від міжнародного.

Індустрія міжнародного туризму отримує значну частку своїх доходів як від міжнародного, так і від внутрішнього туризму.

Експансія підприємств громадського харчування на міжнародні ринки також створює нові умови для експорту послуг та їх прибутковості.

Як правило, туристам пропонується комплексний набір послуг, що включає сніданок, обід і вечерю, а також дозвілля.

Тому організацію дозвілля та надання розважальних послуг також можна вважати пріоритетною функцією туристичного бізнесу, закладів ресторанного господарства.

Слід зазначити, що операції з виробництва, реалізації та розподілу (організація, виробництво, продаж і реалізація (організація споживання)) продукту.

У сучасній індустрії громадського харчування розрізняють методи і прийоми обслуговування різних категорій споживачів.

Різні категорії споживачів.

Наприклад, для організованої туристичної групи характерна передоплата за послуги харчування.

Вони вносять передоплату за послуги харчування.

Водночас, організована група може придбати додаткові ресторанні послуги та продукти, які будуть придбані групою.

Потреби таких груп споживачів можна задовольнити за рахунок розосередження ресторанів.

Розосередження ресторанів є ефективним для задоволення потреб цієї групи споживачів.

Вони можуть обслуговуватися в тих ресторанах, які підходять їм за рівнем та якістю обслуговування.

Неорганізовані мандрівники (фізичні особи) часто не обмежуються стандартним набором базових послуг харчування.

Вони часто потребують додаткових послуг, не обмежуючись послугами харчування.

У таких випадках можуть знадобитися такі додаткові послуги, як обслуговування в готельних номерах, спеціальна упаковка страв для вживання за межами ресторану, закупівля напівфабрикатів для негайного споживання [41].

Здатність ресторану задовольнити потреби споживачів на курорті значною мірою залежить від категорії курорту.

Вона значною мірою залежить від категорії засобу розміщення (готель, пансіонат, санаторій, кемпінг), зони обслуговування і пропонованих послуг [41].

Зона обслуговування може включати ресторани.

Інші фактори впливу включають сезонність, близькість до інших закладів харчування і напоїв та маркетингові особливості.

Особливості маркетингу.

Так, курортні ресторани, основними споживачами яких є туристи, мають певні особливості в організації своєї роботи.

За періодичністю надання послуг їх можна поділити на сезонні та цілорічні, а за типом роботи − на закриті, відкриті та змішаного типу.

Асортиментна політика − ресторани з “фірмовими” стравами (чебуреки, пельмені тощо) та заклади громадського харчування.

Універсальна пропозиція (більшість ресторанів, кафе та барів; деякі ресторани також відкриті для відвідувачів).

Обслуговування − повне та часткове самообслуговування, традиційне ресторанне обслуговування.

В межах нашого дослідження розглянемо детальніше організаційну структуру ресторанів.

Більшість закладів різних типів і категорій мають відкритий формат обслуговування.

Будь-хто, хто бажає отримати послуги харчування та напоїв, може вільно це зробити.

Потенціал залучення туристів залежить від репутації, асортименту, політики та якості.

Потенціал залучення туристів залежить від репутації, асортименту, асортиментної політики, якості та швидкості обслуговування, зручності.

Локація, тобто відкриті заклади громадського харчування, є вільними операторами на конкурентному ринку.

Підприємства, що надають організовані рекреаційні послуги туристам, наприклад, універмаги, профспілки, комерційні санаторії, пансіонати, будинки відпочинку.

Підприємства, що надають організовані рекреаційні послуги туристам, такі як санаторії, пансіонати та будинки відпочинку, більш схильні до закритих форм організації харчування.

Організація послуг харчування.

Згідно з розпорядком дня, прийнятим у засобі розміщення, туристи отримують такі послуги.

Протягом дня, як правило, надається три- або чотириразове харчування.

Обслуговування в обмежений час протягом дня.

Найбільш зручною формою організації діяльності закладів ресторанного господарства є змішаний тип.

Тобто він органічно поєднує в собі характеристики відкритого і закритого типів, описаних вище.

Ця форма зручна для різних категорій туристів.

Крім того, неорганізовані туристи можуть самостійно організовувати харчування відповідно до своїх уподобань та інших факторів вибору.

Об’єкти ресторанного господарства становлять системну частину загальної матеріально-технічної інфраструктури туризму.

Тому рівень матеріально-технічного забезпечення закладів ресторанного господарства відіграє важливу роль у туристичному бізнесі, у ресторанному бізнесі, так і в загальному реагуванні на потреби туристів.

Заклад ресторанного господарства є організаційно-структурною одиницею галузі.

Виробництво (приготування), реалізація та організація: виробничо-торговельна діяльність.

Організація дозвілля споживачів.

Мережа закладів ресторанного господарства включає стаціонарні підприємства, розташовані в капітальних будівлях (ресторани, кафе, їдальні, бари тощо); дрібнороздрібні підприємства, розташовані в некапітальних будівлях (ресторани, кафе, їдальні, бари тощо).

Невеликі підприємства роздрібної торгівлі (наприклад, міні-бари, міні-кафе), пересувні пункти харчування (наприклад, пересувні буфети).

Загалом, згідно з класифікацією видів економічної діяльності, всі види діяльності туристичних підприємств діяльність визначається як тимчасове розміщування.

Ця група включає: готелі та аналогічні засоби тимчасового розміщування, будинки для відпочинку та ін.

Зміна кількості закладів для тимчасового розміщення (проживання) та послуг з організації харчування та напоїв в Україні у 2010-2020 роках.

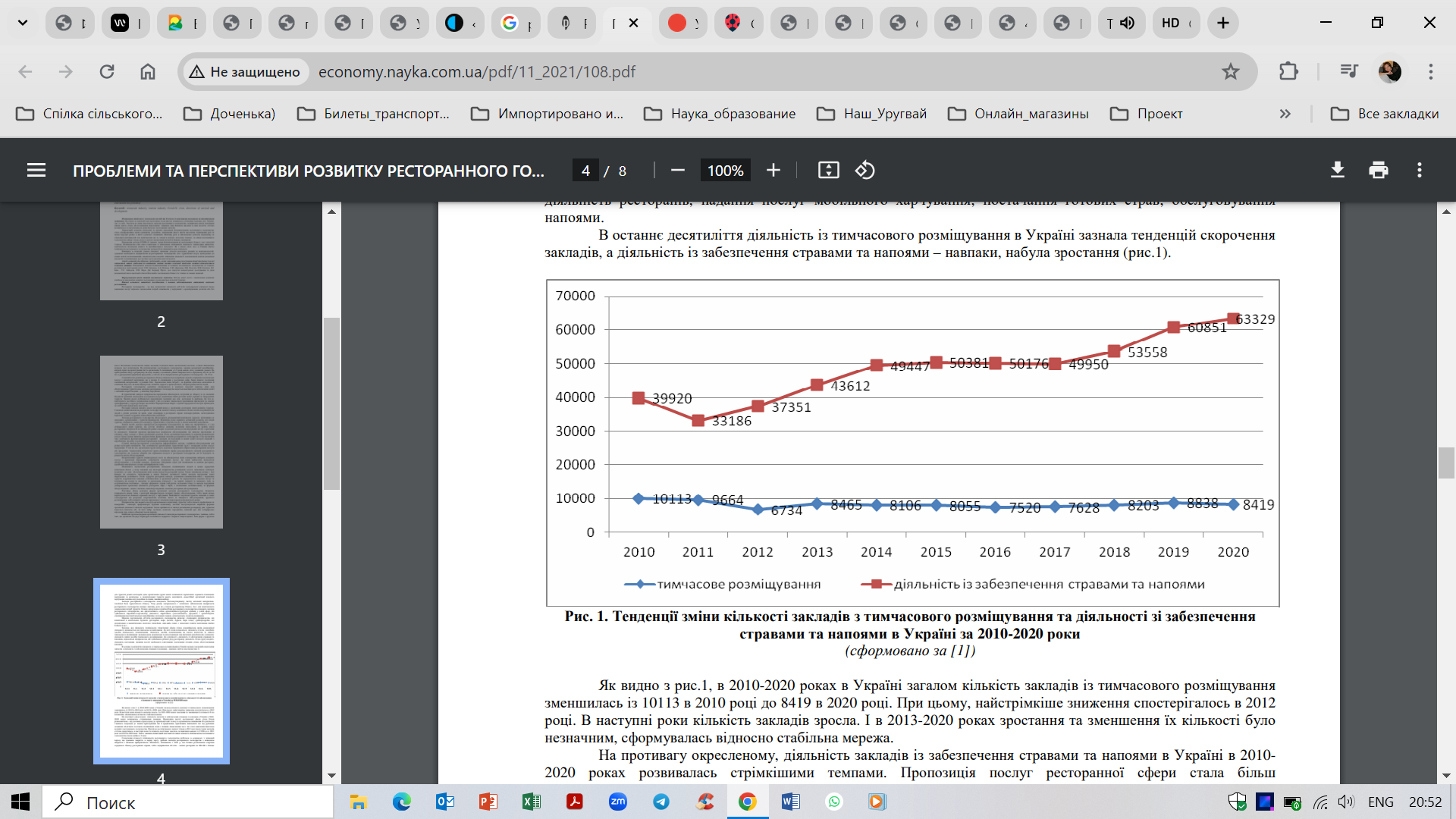


Рисунок 1.1 Зміна кількості закладів тимчасового розміщення (проживання) та послуг із організації харчування в Україні

Як демонструють дані рисунку 1, у 2010-2020 роках загальна кількість засобів для тимчасового розміщення в Україні зменшилася з 10113 у 2010 році до 8419 у 2020 році.

Найбільш різке скорочення спостерігалося у 2012 році.

Після цього кількість закладів зростала.

В період з 2013 по 2020 рік збільшення або зменшення кількості закладів було незначним і сформувалася відносно стабільна мережа.

На противагу цьому, у 2010-2020 роках в Україні більш швидкими темпами розвивалася діяльність закладів торгівлі продуктами харчування та напоями.

У 2020 році вона розвивалася більш швидкими темпами.

Варто підкреслити, що надання ресторанних послуг стало більш диверсифікованим.

Воно диверсифікувалося від доставки додому до організації заходів та шоу зі споживанням.

У суспільстві спостерігається тенденція готувати, а не купувати їжу.

З’являється бажання людей звільнитися від домашніх турбот.

Слід зазначити, що це є важливим фактором розвитку індустрії громадського харчування.

Протягом досліджуваного періоду кількість закладів громадського харчування суттєво скоротилася лише у 2011 році.

Потім їхня кількість поступово зростала:

* з 33186 у 2011 році до 63329 у 2020 році.

Отже, з огляду на наведене в розділі, підкреслимо, що завдяки сприятливій ринковій кон’юнктурі кількість ресторанів в Україні у 2010-2020 роках зросла майже вдвічі.

[1.2 Особливості становлення та розвитку гастрономічного туризму в Запоріжжі](file:///D:\Аспіранти_магістри\дипломные\Тихомиров\ЗМІСТ_Тіхоміров.docx#_Toc421559278)

З метою з’ясування особливостей становлення та розвитку гастрономічного туризму в м. Запоріжжя вважаємо за доцільне звернутися до історії розвитку ресторанного бізнесу в цьому місті [1].

Так, у березні 1928 року газета «Червоне Запоріжжя» запрошує запоріжців та гостей міста до відремонтованого ресторану ЦРК (Центрального робітничого кооперативу).

Заклад знаходиться в самому центрі тодішнього міста – «на вулиці Карла Лібкнехта, будинок №20, проти Промбанку».

Зараз ми б назвали це місце таким чином – «на проспекті Соборному, проти Театру Магара» [1].

Реклама ресторану обіцяє «кращі обіди, сніданки та вечері, різноманітні порційні страви та закуски за помірну ціну».

Так, наприклад, за обід із двох страв тут просили 65 копійок.

Наскільки це «помірно»?

На тій же сторінці газети «Червоне Запоріжжя» є така рубрика, як «Вчора на ринку».

Таким чином, у березні 1928 року на запорізькому базарі за 65 копійок можна було придбати на вибір:

а) 1,3 кг яловичини;

б) 4 стакани сметани;

в) півтора десятка яєць;

г) 6,5 «кіло» картоплі.

Кухня, до речі, у ресторані «під наглядом кращих поварів».

До того ж, у закладі «є кабінети».

Працює заклад починаючи з 9 години ранку до 2 години ночі.

«Для зручності з Кічкасом є черговий автомобіль», – підкреслює реклама ресторану.

У вересні 1973 року на першому поверсі відкривається «Кулінарія», а вже за місяць починає свою роботу двоповерховий ресторан «Лахті», названий на честь фінського міста-побратима Запоріжжя.

На першому поверсі знаходився великий зал із столиками та баром, на другому − бенкетний зал.

Окремі майданчики зробили й для вечірок.

Меблі для ресторану створювали фінські майстри, у холі з’явилися розкішна люстра і басейн з рибками.

Вечорами в “Лахті” виступали танцювальні та музичні колективи.

У будівлі ресторану знімали деякі сцени з чотирьохсерійного фільму «Канікули Кроша» 1980 року.

На початку 1990-х років ресторан закрився.

Кафе “Сніжинка” відкрило свої двері в кінці 1960-х біля готелю Театрального на перехресті проспекту Соборного та вулиці Троїцької.

Цей популярний заклад завжди був переповненим, і щоб зайняти столик та замовити, доводилося стояти у чергах.

На літньому майданчику також було досить складно знайти вільне місце.

Перший поверх кафе прикрашався чудовою мозаїкою, а на другому була тераса.

Кафе “Сніжинка” було відоме своїми молочними коктейлями та морозивом, одними з найсмачніших у місті.

Морозиво в цьому кафе подавалося в металевих креманках з різними наповнювачами, такими як сиропи, джем, горіхи та тертий шоколад, а влітку його готували з додаванням свіжої полуниці.

Кафе “Золотий ключик” з`явилось у 1960-х роках поруч із нинішнім кінотеатром Маяковського.

Усередині кафе були вітрини, схожі на магазинні, з тортами, пирогами та цукерками.

Морозиво продавали тут окремо, а щоб скуштувати все це, доводилося стояти в черзі.

Меню включало в себе каву, приготовану в турці, пироги, морозиво та цукерки.

Особливо популярними були молочні коктейлі, які, за словами місцевих жителів, були найсмачнішими у місті.

Кафе “Лакомка” знаходилося на першому поверсі вежі Козлінера.

Тут можна було скуштувати кави та одні з найсмачніших десертів за дуже доступними цінами.

Тістечко коштувало 22 копійки, а молочний коктейль − 12 копійок.

Також в місті Запоріжжі були такі літні кафе, як “дзвіночки”, де можна було знайти трохи прохолоди у спекотний день та придбати морозиво, соки та газовані напої [1].

.

[**РОЗДІЛ 2**](#_Toc438134274)

[**ЗАВДАННЯ, МЕТОДИ, ОРГАНІЗАЦІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ**](#_Toc438134275)

[2.1 Мета та завдання дослідження](#_Toc438134276)

Мета роботи полягає у вивченні особливостей історії та розвитку гастрономічного туризму в Запоріжжі.

Об’єкт – гастрономічний туризм в Запоріжжі.

Відповідно до мети роботи нами були встановлені такі дослідницькі завдання, як:

1. провести теоретичний аналіз із проблеми дослідження, з’ясувати основні поняття та особливості розвитку гастрономічного туризму;
2. сформулювати особливості історії та сучасного стану гастрономічного туризму в Запоріжжі;
3. спрогнозувати перспективи розвитку гастрономічного туризму в Запоріжжі після перемоги України.

2.2 Методи дослідження

Методами дослідження для виконання завдань дослідження нами обрано такі, як:

* опрацювання,
* оброблення,
* аналіз,
* систематизація,
* узагальнення теоретичних та практичних матеріалів,
* емпіричні спостереження,
* описовий,
* порівняльний,
* спостережень,
* розроблювань,
* анкетування,
* проєктування,
* моделювання,
* експерименту,
* підсумків,
* статистичної обробки.

З метою досягнення результативності та ефективності роботи у ході дослідження ми дотримувалися певних вимог, а саме:

Проведене нами дослідження є комплексним і систематичним, із послідовно побудованою структурою [27].

В дослідженні ми дотримувалися таких певних підходів, котрі засновано на об’єктивності (висновки очікувалися і базувалися на підтвердженнях), точності (дані та результати анкетування респондентів мали найвищу точність) і старанності (розглядалися всі імовірні, важливі та підходящі випадки).

Представлена робота була дбайливо нами спланована та укладалася із набору таких витриманих фазисів, як:

* визначення мети кваліфікаційної роботи;
* визначення об’єкту і предмету дослідження;
* формулювання дослідницьких задач відповідно до мети кваліфікаційної роботи;
* пошук, збір інформації;
* розгляд, синтезування, узагальнення отриманої інформації;
* оформлення результатів кваліфікаційної роботи;
* формулювання висновків дослідження;
* узагальнення результатів та підсумків кваліфікаційної роботи.

Вибирання звістки залежно від атрибутів предмету дослідження охарактеризував використання методів вивчення респондентів.

Обговорення підібраної інформації вбачало переробку за допомогою методів і прийомів, а також отримання доконечних показників.

У ході розгляду ми використовували такі загальнонаукові методи як системний розгляд, котрий застосовується докладно в туристичних опрацьовуваннях [23].

Подання результатів дослідження уможливило формулювання висновків.

Отже, підкреслимо, що висновки дослідження реалізовано нами на засадах результатів обговорення, котрі представлено наглядно в даній роботі у виді рисунків та таблиць.

[2.3 Організація дослідження](#_Toc438134278)

Зважаючи на встановлені експериментальні задачі нашої роботи, з метою з’ясування особливостей історії та розвитку гастрономічного туризму в Запоріжжі, ми підготували анкету та провели онлайн-опитування, в котрому брали участь здобувачі Запорізького національного університету багатоманітних спеціальностей (79 осіб).

Розроблену нами анкету викладено в Додатку А.

Через відповіді респондентів на питання анкети ми прагнули довідатися, чи інтересним буде для туристів після перемоги України гастрономічний туризм в Запоріжжі.

Чи цікавить потенційних туристів знайомство з гастрономічним туризмом в Запоріжжі.

Також зауважимо, що змістовними для нашого дослідження були відповіді респондентів на запитання розробленої нами анкети, яким чином прагнули би вони здійснити свій відпочинок під час відпустки: в компанії сім’ї, друзів чи наодинці.

Отже, у підсумку, аналізуючи анкетні дані опитуваних, нами з’ясовано, що на сьогодні для потенційних туристів є найбільш привабливим: мандрівка в інше місто; найбільш захопливими для туристів є гастрономічний, пізнавальний, історичний, культурний, рекреаційний і розважальний види туризму; також в ході анкетування нами було установлено, що під час подорожі значна кількість респондентів бажали би реалізувати гастрономічну мандрівку в м. Запоріжжі.

[**РОЗДІЛ 3**](file:///D:\Аспіранти_магістри\дипломные\Тихомиров\ЗМІСТ_Тіхоміров.docx#_Toc438134279)

[**ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ЗАПОРІЖЖЯ ВІДПОВІДНО ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ ТА НАЦІОНАЛЬНОЇ СПЕЦИФІКИ**](file:///D:\Аспіранти_магістри\дипломные\Тихомиров\ЗМІСТ_Тіхоміров.docx#_Toc438134280)

3.1 [Сучасний стан формування гастрономічного туризму в Запоріжжі відповідно до європейського досвіду](file:///D:\Аспіранти_магістри\дипломные\Тихомиров\ЗМІСТ_Тіхоміров.docx#_Toc438134281)

Відповідно до мети, що полягає у вивченні особливостей історії та розвитку гастрономічного туризму в Запоріжжі, з’ясуємо сучасний стан формування гастрономічного туризму в Запоріжжі адекватно до європейського досвіду.

Так, у м. Запоріжжі проводиться щорічний фестиваль вуличної їжі “Пікнік на Райдузі”.

Багато смачної їжі, розваг, фотозон, музики!

Кожен сезон він збирає найкращі заклади, найбільш топових діджеїв і найяскравіших особистостей.

На фестивалі завжди багато зон на будь-який смак: food, shoppping, kids zone, loung, майстер-класи.

Організатор фестивалю їжі Христина Головінова − засновник кулінарного простору “Артишок” і головний кріейтор міста Запоріжжя.

“Пікнік нам Райдузі” − це місце, де збираються кращі з кращих, щоб подарувати один одному гарний настрій і завести нові знайомства.

Час: 2 дня

Місце: Каскад фонтанів “Райдуга”

Вхід: вільний

2. Khortytsia Freedom

Khortytsia Freedom − це суміш етно-культури з сучасністю.

Сакральне злиття різних епох, поколінь, музичних напрямків і смаків.

Khortytsia Freedom − це: музичний нон-стоп, 2 музичних сцени − Freedom & Ethno, топові українські виконавці, фуд зона від кращих закладів, безкоштовні екскурсії по туристичних маршрутах острову Хортиця, більше 50000 гостей!

Так, в різні періоди нашу запорізьку сцену відвідали BAHROMA, гурт Фranko, гурт Скрябін, Марія Чайковська, Dakooka, Vopli Vidopliassovа, електро-фолк гурт ONUKA.

Масштабно, смачно, феєрично!

Time: 2 дня

Location: парк Металургів ім. В.Сацького

Exit: вільний

3.  Zaporizhzhia Jazzy

В Запоріжжі відбувся також перший масштабний фестиваль атмосферної музики під відкритим небом “Zaporizhzhia Jazzy 2018”.

Zaporizhzhia Jazzy − це велика сцена, топові українські та зарубіжні артисти, смачна їжа, живе спілкування з артистами і музикантами.

А також проводилися безкоштовні екскурсії для жителів і гостей міста від кращих гідів.

Time: 2 дня

Location: парк Металургів ім. В.Сацького

Exit: вільний

[“Фестиваль домашньої консервації”](https://festkonserv.in.ua/) у м. Запоріжжі.

Якщо в теплу пору року важливе місце в раціоні займають свіжі овочі і фрукти, то з настанням холодів на заміну приходить консервація.

По-новому поглянути на звичні домашні заготовки і взяти участь у веселих конкурсах гостей запрошують на “Всеукраїнський фестиваль домашньої консервації” в Запоріжжі.

Десятки виробників оригінальних домашніх заготовок представлять свою продукцію на ярмарку.

Гості можуть спробувати і придбати незвичайні конфітюри, еко-чіпси, чай, мед і медові муси, авторські сири, цукати і пастилу, соуси, спеції, приправи.

Також у програмі ярмарок народних майстрів, майстер-класи, фото-зони і безперервний концерт протягом двох днів фестивалю.

Коли: 14 вересня.

Де: Запоріжжя, площа Маяковського (планується пер

Запорізька “Майстерня пончиків”, ресторан “Butcher & Wine” та «Lounge Cafe Monica Belucci» змагаються за звання кращих серед закладів України.

Переможців та володарів престижної премії буде оголошено 1 грудня під час урочистої церемонії.

Національна ресторанна премія “Соль” оголосила фіналістів 2019 року.

Ресторан ”Butcher & Wine”, що вже знайомий запоріжцям своїми недільними бранчами та чудовими дегустаціями, побореться за звання найкращого м’ясного ресторана.

Солодка ”Майстерня пончиків”, продовжує здобувати прихильників та вже не вперше змагається у номінації “Кращий стрітфуд”.

«Lounge Cafe Monica Belucci» − фіналіст у номінації “Кращий заміський ресторан”.

Журі премії обирає “Кращий винний бар” та “Кращий азійський ресторан”.

Професіонали галузі відвідують заклади-номінанти до 31 листопада аби визначити остаточних переможців.

Запорізькі ресторани вже встигли зайняти своє місце на гастрономічній мапі України та є гідною складовою туристичної привабливості міста.

Національна ресторанна премія СОЛЬ® − щорічна зустріч і церемонія нагородження кращих ресторанів України.

Премія була заснована в 2013 році Клубом готельєрів та рестораторів HOTELIERO® і на сьогоднішній день є головною подією року для професійної ресторанної спільноти України.

Ресторанною премією СОЛЬ® нагороджуються ресторани, які самостійно номінувалися на участь в Премії, були названі кращими Експертами і витримали перевірку професійного Журі Премії.

Нагорода переможців − мідна сковорода СОЛЬ − є знаком якості ресторанів України.

У номінації оцінюються заклади, в асортименті яких представлені: кава, кавові напої, кавове зерно різного ступеня обсмаження.

Номінантам властиві такі атрибути, як аксесуари для приготування кави, спеціалізована література та посуд.

Критерії оцінювання:

* «Сервіс»
* «Атмосфера»
* «Спеціалізація»
* у закладі використовується кава різних ступенів обсмаження і обробки;
* над приготуванням кави працюють професійні бариста, які можуть розповісти про сорти кави, смакові особливості, місцевість вирощування кави, способи обробки конкретного сорту; можуть описати діскріптери сортів, а також розповісти про процес приготування кавового напою;
* в меню представлені класичні та альтернативні методи приготування декількох видів кави;
* у закладі використовується професійне обладнання для приготування кави різними методами.

[Перспективи гастрономічних туристичних маршрутів в Запоріжжі](file:///D:\Аспіранти_магістри\дипломные\Тихомиров\ЗМІСТ_Тіхоміров.docx#_Toc438134283).

Головні чинники і сценарії розвитку Запорізької області.

1. SWОТ-аналіз соціально-економічного становища Запорізької області.

SWOT-аналіз соціально-економічного становища Запорізької області проведено з урахуванням тенденцій розвитку, виділених проблемних аспектів функціонування економіки, інфраструктури та соціальної сфери, динамічних змін у геополітичному становищі регіону, визначення можливих зовнішніх впливів та викликів.

В основу SWOT-аналізу лягли висновки до розділів описово-аналітичної частини Стратегії, пропозиції, надані за результатами засідань тематичних робочих підгруп з розробки Стратегії регіонального розвитку Запорізької області на період до 2027 року.

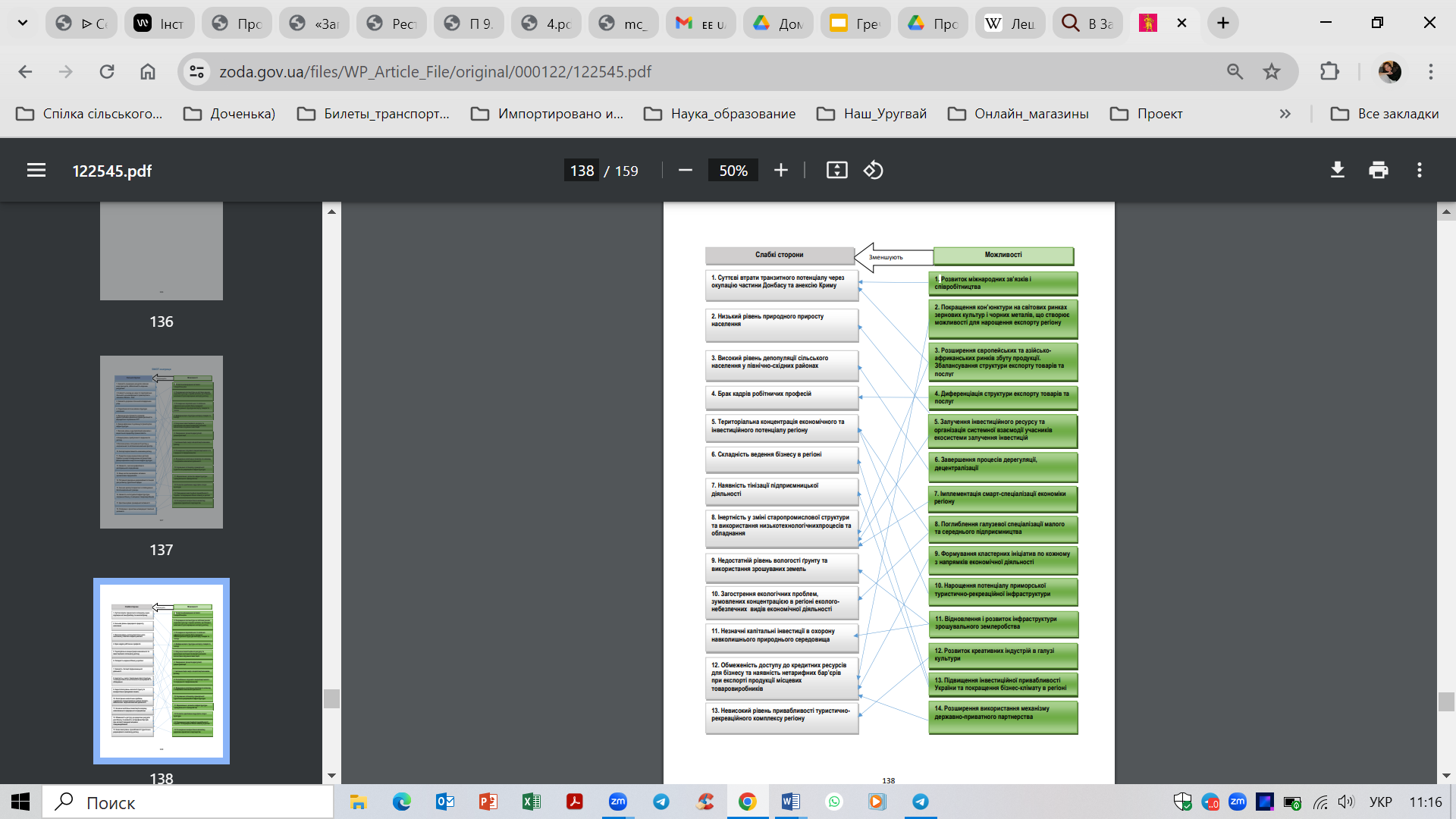


Рисунок 3.1 SWОТ-аналіз соціально-економічного становища Запорізької області [78]

Визначено:

1. Невисокий рівень привабливості туристично-рекреаційного комплексу регіону через нерозвиненість інфраструктури.
2. Низька якість туристично-рекреаційних послуг та недостатній рівень розвитку готельно-ресторанного бізнесу.

**ВИСНОВКИ**

1. На основі теоретичного аналізу з проблеми дослідження визначено, що туризм є стратегічним вектором розвитку Запоріжжя, що має всі передумови для інтенсивного розвитку внутрішнього та іноземного туризму, зокрема гастрономічного. Визначено, що відповідно до Генеральної схеми планування території України, Запорізька область частково належить до двох туристичних районів: Дніпровсько-Запорізького та Азовського, що завдяки природним ресурсам та матеріальній базі, екскурсійним об’єктам належать до групи районів міжнародного та державного значення з пріоритетним освоєнням.
2. На основі SWОТ-аналізу соціально-економічного становища Запорізької області, що виконано в межах розробки проєкту Стратегії регіонального розвитку Запорізької області на період до 2027 року, визначено:

* невисокий рівень привабливості туристично-рекреаційного комплексу регіону через нерозвиненість інфраструктури;
* низьку якість туристично-рекреаційних послуг та недостатній рівень розвитку готельно-ресторанного бізнесу.

1. Підкреслено, що стабільний розвиток підприємництва є запорукою становлення конкурентоспроможної економіки регіону та держави загалом, що є основою успішного суспільства та вимагає сприятливого ділового клімату. Розвиток бізнесу, зокрема гастрономічного, є чинником забезпечення продуктивної зайнятості населення, запобігання безробіттю та створення нових робочих місць.

Задля підтримки розвитку малого та середнього бізнесу в регіоні діє Державна організація «Регіональний фонд підтримки підприємництва в Запорізькій області», яка щорічно організовує бізнес-навчання підприємців (семінари, тренінги, інші освітні заходи; конференції, наради та круглі столи), надає консультативні послуги зокрема, щодо складання бізнес-планів, оподаткування, вирішення земельних питань тощо. Активним учасником програм соціально-економічного розвитку регіону, підтримки малого та середнього підприємництва є Запорізька торговопромислова палата, яка спрямовує свою діяльність на інтеграцію місцевих товаровиробників у міжнародне бізнес-середовище та підтримку їх конкурентоздатності, розширення сфер співробітництва. На сьогодні до складу організації входить понад 500 провідних підприємств та організацій області, що представляють практично всі галузі економіки та створюють понад 80% валового регіонального продукту.

Підтверджено, що важливим індикатором економічного розвитку м. Запоріжжя є інвестиції, активізація яких є результатом створення сприятливого ресторанного бізнес-середовища в регіоні та державі загалом, а також запорукою зростання ділової активності, формування туристичної інфраструктури підтримки та просування інвестицій.

З’ясовано, що в м. Запоріжжі проводяться цікаві гастрономічні свята, виставки, фестивалі, ярмарки тощо, що підвищує зацікавленість туристів до відвідування нашого міста.

Вважаємо, що здійснене нами дослідження допомагатиме розширенню знань та підвищенню інтересу потенційних туристів до подорожей, що взагалі підвищить залучення туристів до нашої країни, збільшить розвиток в’їзного та внутрішнього туризму в Україні після нашої перемоги.

[**ПЕРЕЛІК**](#_Toc438134285) **ПОСИЛАНЬ**

1. Акбаш знає. https://akbash.zp.ua/?p=4283
2. Асоціація гостинності України [Електронний ресурс]. http://aigu.org.ua/ wef.html
3. Бабарицька В.К., Малиновська О.Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення туристичний продукту: навчальний посібник. Київ: Альтерпрес, 2004. 288 с.
4. Байлик С.И. Гостинничное хозяйство. Проблемы, перспективы, сертификация. Київ: Альтерпрес, 2005. 208 с.
5. Банько В.Г. Туристська логістика: навч. посібник. Київ: Дакор; КНТ, 2008. 204 с.
6. Батенко Л.П., Загородніх О.А., Ліщинська В.В. Управління проєктами: Навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 2004. 231 с.
7. Безкоровайна Л. В. Диверсифікація рекреаційних послуг в умовах цифровізації ринку туризму та гостинності. Міжнародний науковий журнал «Освіта і наука». Серія: Економічні науки. / ред. кол.: Т.Д. Щербан (гол. ред.); заст. гол. ред.: Jerzy Piwowarski; В.В. Гоблик. Мукачево-Ченстохова: РВВ МДУ; Гуманістично-природничий університет ім. Яна Длугоша в м. Ченстохові. Вип. 2(31), 2021. С. 149-151.
8. Безкоровайна Л. В., Бойка О.А., Омельянчик О.В. Сільський туризм, біорізноманіття та сталий розвиток: комплементарність та вплив на добробут сільського населення. *Економічний вісник Дніпровської політехніки: Науковий журнал. Серія: Економічна теорія.* Дніпро, 2021, № 1 (73). С. 68-76. <https://doi.org/10.33271/ebdut/73.068>
9. Безкоровайна Л. Вплив розвитку сільського туризму на регіональний розвиток в європейських країнах в кн.: Імплементація європейського досвіду комплементарного розвитку сталого сільського туризму та креативних індустрій: монографія / А.Череп, Н.Венгерська, Л.Безкоровайна та ін.; за заг. ред. докт. економ. н., проф. А.Череп, канд. економ. н., доц. Н. Венгерської. Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика», 2023. С. 63-68.
10. Безкоровайна Л. Європейські програми розвитку туризму в сільських територіях в кн.: Імплементація європейського досвіду комплементарного розвитку сталого сільського туризму та креативних індустрій: монографія / А.Череп, Н.Венгерська, Л.Безкоровайна та ін.; за заг. ред. докт. економ. н., проф. А.Череп, канд. економ. н., доц. Н.Венгерської. Запоріжжя : Видавничий дім «Гельветика», 2023. С. 68-73.
11. Безкоровайна Л. Корпоративне управління в конкурентному туристичному середовищі: етика і культура гостинності. Науковий журнал «Економічний форум». Луцький національний технічний університет. Луцьк. 2021. С. 39-45.
12. Безкоровайна Л. Корпоративне управління в туризмі та гостинності: проєктна та інноваційна діяльність, концепція розвитку інфраструктури туризму. Науково-практичний журнал «Подільський економічний вісник». Розділ ІІ. Управління та адміністрування. Вінниця, №2(18), 2021. С. 31-34.
13. Безкоровайна Л. Особливості бізнес-моделей із сільського туризму в європейських країнах в кн.: Імплементація європейського досвіду комплементарного розвитку сталого сільського туризму та креативних індустрій: монографія / А.Череп, Н.Венгерська, Л.Безкоровайна та ін.; за заг. ред. докт. економ. н., проф. А.Череп, канд. економ. н., доц. Н.Венгерської. Запоріжжя : Видавничий дім «Гельветика», 2023. С. 97-101.
14. Безкоровайна Л. Сільський туризм в умовах парадигми сталого розвитку в кн.: Імплементація європейського досвіду комплементарного розвитку сталого сільського туризму та креативних індустрій: монографія / А.Череп, Н.Венгерська, Л.Безкоровайна та ін.; за заг. ред. докт. економ. н., проф. А.Череп, канд. економ. н., доц. Н.Венгерської. Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика», 2023. С. 15-20.
15. Безкоровайна Л., Венгерська Н., Воронкова В. Особливості проєктування розвитку сільського (зеленого, агро-, еко-) туризму в умовах парадигми сталого розвитку.В кн.: *Формування сучасних концепцій управління туризмом та готельно-ресторанним бізнесом в умовах парадигми сталого розвитку: монографія* / за заг. ред. Л.В. Безкоровайної. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2023. С. 260-275.
16. Безкоровайна Л., Войко В. Концептуальні основи стратегії розвитку туризму. Збірник наукових праць студентів, аспірантів, докторантів і молодих вчених «Молода наука-2022»: у 5 т. Запоріжжя : ЗНУ, 2022. Т. 1. С. 186-192.
17. Безкоровайна Л.В. Управління проєктами гостинності. Адаптивне управління: теорія і практика. Серія Економіка. Т. 11. №22 (2021). <https://doi.org/10.33296/2707-0654-11(22)-02>
18. Безкоровайна Л.В., Омельяненко Г.А., Парій С.Б. Інформаційні системи і технології в сфері обслуговування : курс лекцій для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Готельно-ресторанна справа» освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа». Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2023. 80 с.
19. Безкоровайна Л.В., Омельяненко Г.А., Парій С.Б. Інформаційні системи і технології в туристичній діяльності : курс лекцій для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Туризм» освітньо-професійної програми «Туризм». Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2023. 68 с.
20. Безкоровайна Л.В., Пиптюк П.Ф., Наздравецька В.Р. Програмний туризм: організація рекреаційних послуг в умовах сталого розвитку інфраструктури туризму (питання проєктування, диверсифікації, креативності, кластеризації). Економіка та суспільство. 2021. № 32. DOI: 10.32782/2524-0072/2021-32-6
21. Безкоровайна Л. В. Основи проєктування туристичного продукту : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти магістра спеціальності «Туризмознавство (за видами)». Запоріжжя: ЗНУ, 2016. 100 с.
22. Безкоровайна Л. В. Професійна підготовка майбутніх фахівців з туризмознавства у вищих навчальних закладах : монографія. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2017. 370 с. ISBN 978-966-599-556-2
23. Безкоровайна Л. В. Теоретичні і методичні засади професійної підготовки майбутніх фахівців з туризмознавства у вищих навчальних закладах: дис. … д-ра пед. наук: 13.00.04. Запоріжжя, 2018. 713 с. URL: <http://surl.li/hevrx>
24. Безкоровайна Л. В., Васильчук В. М. Маркетинг туризму : конспект лекцій для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Туризм». Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2017. 77 с.
25. Безкоровайна Л. В., Васильчук В. М. Основи маркетингу : практикум для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Туризм». Запорізький національний університет, 2017. 50 с.
26. Безкоровайна Л. В., Літвінова-Головань О.П. Особливості анімаційноі спрямованості змісту професійної підготовки майбутніх фахівців з туризму. Особливості розвитку ринку туристичних послуг України під впливом COVID-19 та карантинних обмежень: монографія. Кривий Ріг, 2021. С. 120-129. http://elibrary.donnuet.edu.ua/2254/ ISBN 978-966-385-363-5
27. Безкоровайна Л. В., Сидорук А.В., Криволапов Е.А. Методичні рекомендації до написання кваліфікаційних робіт для здобувачів ступеня вищої освіти магістра спеціальності «Туризм» освітньо-професійної програми «Туризмознавство і гостинність». Запоріжжя : ЗНУ, 2022. 42 с.
28. Безкоровайна, Л. (2021). Управління проєктами у сфері гостинності: питання ціноутворення, маркетингових стратегій, якості туристичних послуг. Адаптивне управління: теорія і практика. Серія Економіка, 10(20). Retrieved із <http://surl.li/bwzxj>
29. Брацило Л., Безкоровайна Л. Сучасний стан туризму в Запорізькій області та переспективи його розвитку в повоєнний час. Формування сучасних концепцій управління туризмом та готельно-ресторанним бізнесом в умовах парадигми сталого розвитку: зб. мат. ІІ Міжн. наук.-практ. конф. (Запоріжжя, 8-9 груд. 2022 р.). Запоріжжя: ЗНУ. С. 29-32.
30. Бушуев С.Д., Бушуева Н.С., Бабаев И.А., Яковенко В.Б., Гриша Е.В., Дзюба С.В., Войтенко А.С. Креативные технологии управления проєктами и программами: Монография. Київ: «Саммит-Книга», 2010. 768 с.
31. Вацеба В.Я. Туристичне країнознавство: [Консп.](http://ua-referat.com/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82) лекцій Чернівецький нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. Чернівці: Рута, 2003. 32 с.
32. Венгерська Н., Воронкова В., Безкоровайна Л. Диверсифікація креативного туризму у сільській місцевості як чинник культурного розвитку. *Теоретико-прикладні аспекти розвитку туризму та гостинності в умовах міжнародної економічної інтеграції : Всеукр. н-п.к.* (16 трав. 2023 р.). Дніпро: ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний ун-т», 2023. С. 129-133.
33. Венгерська Н.С., Воронкова В.Г., Безкоровайна Л. В. Креативні індустрії як нова модель зростання туристичної економіки. Теоретико-прикладні аспекти розвитку туризму та гостинності в умовах міжнародної економічної інтеграції : матер. Всеукр. наук.-практ. конф. (Дніпро, 27 трав. 2022 р.). ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет», 2022. С. 104-109.
34. Воєнний Туризм в Україні: умови та перспективи розвитку. <https://tourlib.net/statti_ukr/vynnychenko2.htm>
35. Воронкова В.Г., Венгерська Н. С., Безкоровайна Л.В. Інновації у туристичному секторі як чинник конкурентоспроможності та виходу з кризи пандемії Сovid-19. «Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики»: матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, м. Харків; Харківський національний ун-т міського господарства імені О.М. Бекетова, 2022. С. 113-114.
36. Воронкова В.Г., Венгерська Н. С., Безкоровайна Л.В. Майбутнє подорожей і готельної галузі як основний двигун глобалізованого світу та цифровізації. Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності: матеріали ІIІ-ої Міжн. н.-практ. конф., Запоріжжя, 11-12 травня 2022 р. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022.С. 302-305.
37. Всесвітня асоціація гастрономічного туризму [Електронний ресурс]. http://www.worldfoodtravel.org
38. Всесвітня рада з подорожей та туризму. URL: <http://surl.li/hevxt>
39. Гасюк А., Безкоровайна Л. Післявоєнний розвиток туризму в Україні. *Формування сучасних концепцій управління туризмом та готельно-ресторанним бізнесом в умовах парадигми сталого розвитку: зб. мат. ІІ Міжн. наук.-практ. конф.* (8-9 груд. 2022 р.). Запоріжжя: ЗНУ. С. 33-37.
40. Диверсифікація європейського сільського туризму через збалансованість та креативність : навчально-практичний посібник / за ред. А.В. Череп, Н.С. Венгерської, Л.В. Безкоровайної, В.Г. Воронкової, О.Г. Черепа, А.О. Осаул, О. А. Бойки, С.В. Омельянчика. Запоріжжя : Видавничий дім «Гельветика», 2022. 272 с.
41. Дишкантюк О.В. Гастрономічний туризм: підручник/О.В. Дишкантюк. К.В. Власюк, Одеса: 2021, 136.
42. До річниці Мирного відбудеться дводенне свято: великий квітковий фестиваль та інші заходи. URL: http://surl.li/rwdsc
43. Должанский И.З., Загорная Т.О. Бизнес-план: технология разработки : учеб. пособ. 2-е изд., перераб. и доп. Львів : Новий Світ 2000, 2019. 366 с.
44. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо державної підтримки сфери культури, креативних індустрій, [туризм](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/692-20?find=1&text=туризм#w1_2)у, малого та середнього бізнесу у зв’язку з дією обмежувальних заходів, пов’язаних із поширенням коронавірусної хвороби COVID-19 (2020). Відомості Верховної Ради (ВВР), 2020, № 43, ст. 371. URL: <http://surl.li/hebac>
45. Історія українських вареників [Електронний ресурс]. http://prolviv.com/blog/2017/11/02/istoriia-ukrainskykhvarenykiv/
46. Кифяк В.Ф. [Організація](http://ua-referat.com/%D0%9E%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D1%96%D0%B7%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F) туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги-ХХІ, 2003. 298 с.
47. Клуб галицької кухні [Електронний ресурс]. <http://www.gcc.in.ua/>
48. Ковальчук В. В., Моїсєєв Л. М. Основи наукових досліджень : навчальний посібник. 2-е видання, перероблене i доповнене. Київ: ВД «Професіонал», 2004. 208 с.
49. Кожушко С.П., Ключник Р.М. [Туристична політика в умовах глобальних викликів: європейський досвід](https://scholar.google.com.ua/scholar?oi=bibs&cluster=2261246985987814946&btnI=1&hl=uk). Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Серія: Педагогіка і психологія. Університет імені Альфреда Нобеля. 2021. №1 (30). С. 56-66.
50. Козловський Є.В. Правове регулювання туристичної діяльності: навч. посіб. Київ: «Центр учбової літератури», 2016. 272 с.
51. Корсак Р., Ільницький В. Сучасні тенденції розвитку військового туризму в Україні. https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/13543
52. Кращі гастротури по Україні в 2016 році [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://surl.li/tmetm>
53. Крюк А., Безкоровайна Л. Алгоритм та особливості взаємодії систем бронювання та туристичних підприємств в індустрії туризму під час реалізації туристичного продукту. Економіка та суспільство. 2022. № 45. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-5>
54. Кузик С.П. Теоретичні проблеми туризму: суспільно-географічний підхід. Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. 232 с.
55. Купалова Г.І. Клиновський А.Б. Розвиток та розміщення продуктивних сил регіону: соціально-економічні аспекти. Тернопіль: [Підручники](http://ua-referat.com/%D0%9F%D1%96%D0%B4%D1%80%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%BA) і посібники, 2005. 228 с.
56. Лук’янова Л.Г., Дорошенко Т Т., Мініч І.М. Уніфіковані технології готельних послуг: Навч. посіб. Київ: Вища шк., 2001. 237 с.
57. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 381 с.
58. Мальська М.П. Готельний бізнес: теорія та практика: підручник. М-во освіти і науки України, Львівський нац. ун-т ім. І. Франка. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 470 с.
59. Мальська М.П., Бордун О.Ю. Планування діяльності туристичних підприємств: навч. посібник. Київ: Знання, 2005. 241 с.
60. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 472 с.
61. Мальська М.П., Паньків Н.М., Ховалко А.Б. Світовий досвід розвитку туризму: підручник. Київ: «Центр учбової літератури», 2017. 244 с.
62. Мальська М.П., Рутинський М.Й., Білоус С.В., Мандюк Н.Л. Економіка туризму: теорія та практика: підручник. Київ: «Центр учбової літератури», 2016. 554 с.
63. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика : [монографія]. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. 493 с.
64. Моца А., Шевчук С., Середа Н. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. Економіка та суспільство. Випуск № 41. 2022. DOI: http://surl.li/jtlcc
65. Мунін Г.Б. Оцінка ефективності витрат на якість послуг. Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції в МАУП: Інноваційний менеджмент: проблеми формування в умовах перехідної економіки. Київ: МАУП, 2002. С 75-78.
66. Мунін Г.Б. Сучасні ефективні інформаційні технології управління операціями в сучасному готельному комплексі. Формування ринкових відносин в Україні. Збірник наукових праць. 2002. №16. С. 94-97.
67. Національна ресторанна премія «Сіль» <https://saltawards.com/nominations/>
68. Ошега Д., Безкоровайна Л. Туризм під час війни. *Зб. наук. пр. студ., докт. і молод. вч. «Молода наука-2023»: у 5 т. / ЗНУ. Запоріжжя : ЗНУ, 2023. Т.2.* С. 177-178.
69. Пінчук Н. С., Галузинський Г. П., Орленко Н. С. Інформаційні системи і технології в маркетингу. Київ, 2005. 352 с.
70. Після війни внутрішній туризм в Україні економічно сильно «просяде», а згодом дещо зміниться − голова Держтуризму. Interfax-Україна. URL: http://surl.li/hretw
71. План заходів із реалізації у 2021-2023 роках Стратегії розвитку Одеської області на період 2021-2027 років. URL: <http://surl.li/cxlje>
72. Подорожі та війна: якою буде туріндустрія після перемоги. Як війна вплинула на туристичну галузь і від чого залежатимуть темпи її відновлення? Економічна правда. URL: <http://surl.li/exqco>
73. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів до 2026 р.: розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 р. №168-р. Урядовий портал. 2017. № 168-2017-р. URL: <http://surl.li/hjuwh>
74. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР. Відомості Верховної Ради України. 1995. № 31. Ст. 241. Із змінами, внесеними згідно із Законом № 222-VIII (222-19) від 02.03.2015 р., Відомості Верховної Ради України. 2015. № 23. ст. 158. URL: http://surl.li/bupcs
75. Проєкт Плану відновлення України. Матеріали робочої групи «Аудиту збитків, понесених внаслідок війни». URL: <http://surl.li/cnjgr>
76. Роглєв Х. Й. Основи готельного менеджменту: навчальний посіб. Київ: Кондор, 2005. 164 с.
77. Смаль І.В. Основи географії рекреації і туризму. Ніжин: Видавництво НДПУ ім. Миколи Гоголя, 2004. 264 с.
78. Смолій В.А., Федорченко В.К., Цибух В.І. Енциклопедичний словник-довідник з туризму. Київ: Видавничий Дім «Слово», 2006. 372 с.
79. Стратегічний аналіз соціально-економічного розвитку Запорізької області. <http://surl.li/aiazr>
80. Стратегія розвитку туризму Запорізької області на 2021-2027 роки. URL: <http://surl.li/nzsfk>.
81. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: [монографія]. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. 537 с.
82. Туризм в Україні 2002: [Статистичний](http://ua-referat.com/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0) бюллетень. Київ: [Державна](http://ua-referat.com/%D0%94%D0%B5%D1%80%D0%B6%D0%B0%D0%B2%D0%B0) туристична Адміністрація України, 2003. 30 с.
83. Туристичні потоки. URL: http://www.ukrstat.gov.ua /operativ/operativ2007
84. Українська кухня визнана однією з найкращих кухонь світу URL:. http://surl.li/tmesv
85. Український культурний фонд. <http://surl.li/slftp>
86. Чигир Л. Готельний бізнес: як організувати бронювання місць через Інтернет. Бізнес. 2003. № 24 (543). С. 110-113.
87. Чуєва І., Безкоровайна Л., Ніколаєва Т. (2021). Система якості туристичного продукту як невід’ємна частина стандартизації послуг в міжнародному туристичному бізнесі. Економіка та суспільство, (28). URL: http://surl.li/heayc
88. Школа І.М. [Менеджмент](http://ua-referat.com/%D0%9C%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82) індустрії. Чернівці: Книги-ХХІ, 2003. 595 с.
89. Юрченко С. А. Основы научных исследований : учебное пособие для студентов специальностей «Международные экономические отношения» и «Туризм». Харків: ХНУ имени В. Н. Каразина, 2005. 136 с.
90. Юрченко С. А., Юрченко Е. Е. Методика научных исследований: учебное пособие для студентов специальности «Туризм». Харків: ХНУ имени В. Н. Каразина, 2011. 176 с.
91. Якими були популярні запорізькі кафе у минулому столітті – фото. <http://surl.li/snqnd>
92. Beskorovaynaya L., Makovetska N., Naumchuk V., Sydoruk A., Panchenko V. (2022) Model of Professional Training of Future Specialists in Tourism in Higher Education Institutions of Ukraine, Journal of Hospitality & Tourism Education, DOI: [10.1080/10963758.2022.2123338](https://doi.org/10.1080/10963758.2022.2123338) (3.2 (2021) CiteScore
93. Bezkorovaina L., Makovetskaya N., Sydoruk A., Korolenko K.,  Naumchuk V. Professional training of future specialists in tourism and hotel and restaurant business in European countries. *ALRJournal*. 2021; 5(2): 54-62. URL: <http://surl.li/rkkam>
94. Zaporizhzhia.city. <https://zaporizhzhia.city/news/oloa>
95. ZRUCHNO.TRAVEL. https://zruchno.travel/News/New/4498?lang=ua

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет фізичного виховання, здоров’я та туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

# ДОДАТКИ

На тему: «Гастрономічне Запоріжжя: історія та сучасний аспект»

«Gastronomic Zaporizhzhia: History and Modern Aspect»

Виконала студентка 4 курсу

Спеціальності 241 Готельно-ресторанна

справа

Гречаник Марія Сергіївна

Керівник: Конох О.Є.

Запоріжжя – 2024**Додаток А**

Анкета

Кафедра туризму Запорізького національного університету проводить анкетування.

Просимо відповісти та поставити відповідну позначку.

*1. Ваша стать, вік:*

а) чоловіча; в) менше 20 років;

б) жіноча. г) більше 20 років.

*2. Під час планування подорожі Ви:*

1. звертаєтесь до туристичної фірми;
2. самостійно організовуєте свій відпочинок.

*3. Ви б хотіли провести свій відпочинок в компанії:*

1. сім’ї;
2. друзів; в) самостійно.

*4. Ви б хотіли провести свій відпочинок:*

1. в Європі;
2. у теплих країнах (Туреччина, Єгипет);
3. у країнах Сходу (Індія, Китай);
4. в Україні.

*5. Яким критерієм ви користуєтеся при виборі місця відпочинку:*

1. відгуки і рекомендації знайомих;
2. популярність місця відпочинку;
3. інтенсивність реклами;
4. інше.

*6. Метою проведення Вашої відпустки є:*

1. гастрономічний туризм;
2. розвага;
3. сільський туризм;
4. знайомство з визначними пам’ятками історії та культури.

*7. Якому виду транспорту Ви б надали перевагу під час подорожі:*

1. авіа;
2. залізничний;
3. автобус;
4. особистий автотранспорт.

*8. Який рівень проживання Ви плануєте обрати:*

1. готель 5 зірок;
2. готель 4 зірки;
3. готель 3-2 зірки;
4. орендоване житло.

*9. Бажана тривалість відпочинку:*

1. 1-3 дні;
2. 4-7 днів;
3. 8-14 днів;
4. 15-28 днів.

*10. Кількість грошей, які Ви плануєте витратити на відпочинок (на 1 людину):* менше 1 тис. гр.

1. 1-2 тис. гр.;
2. 3-4 тис. гр.;
3. більше 4 тис. гр.

**Додаток Б**

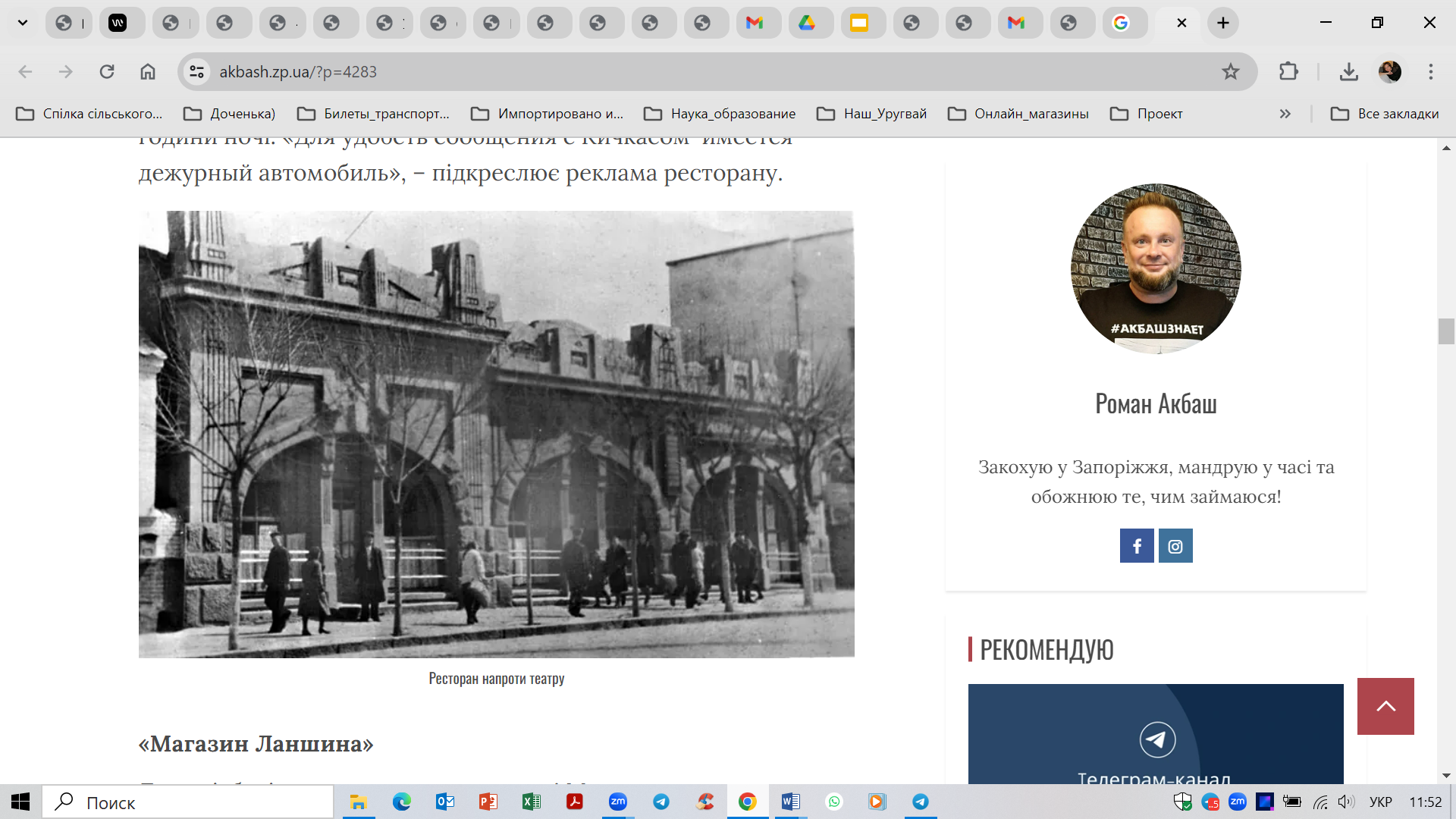


Рисунок 1. Ресторан напроти театру в м. Олександрівську

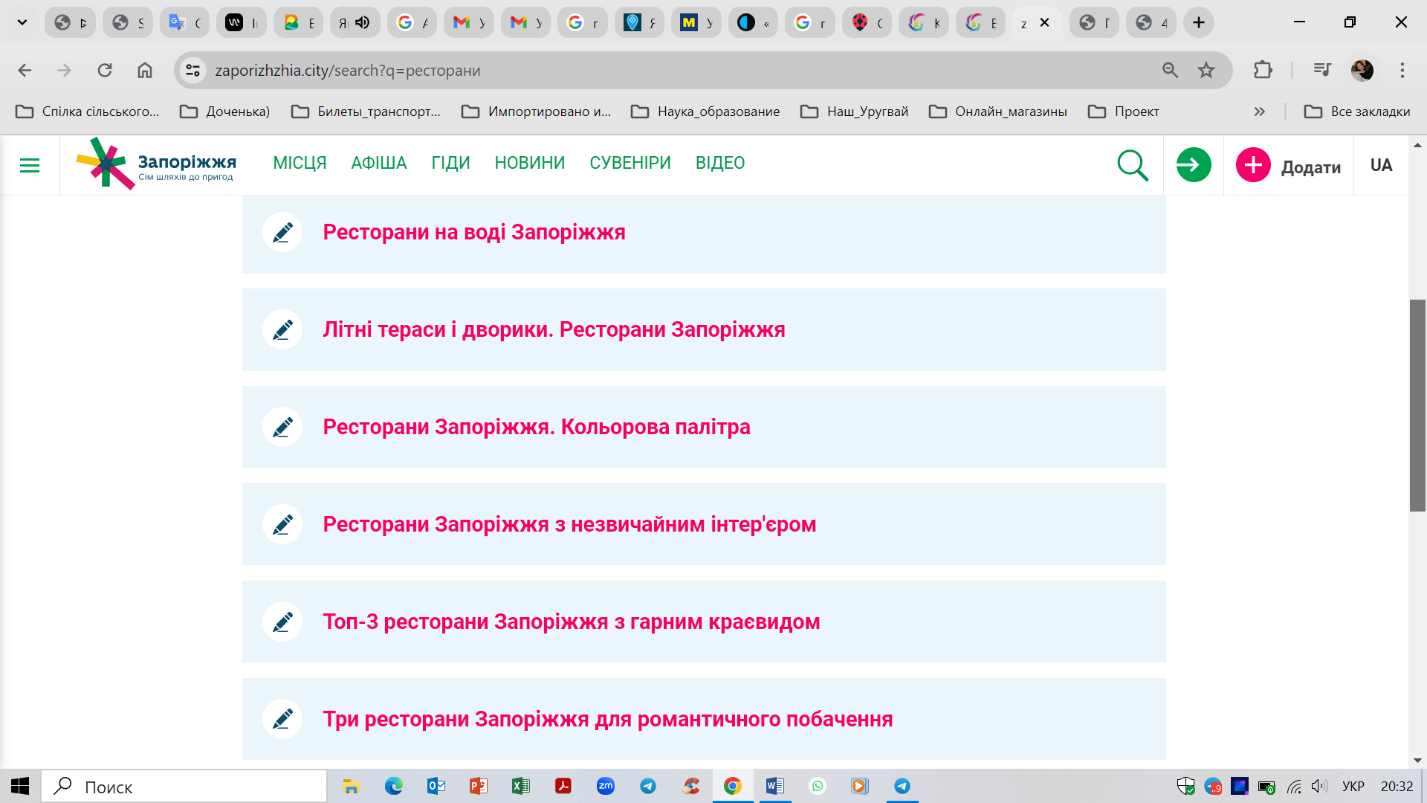


Рисунок 2. Перелік гастрономічних локацій м. Запоріжжя

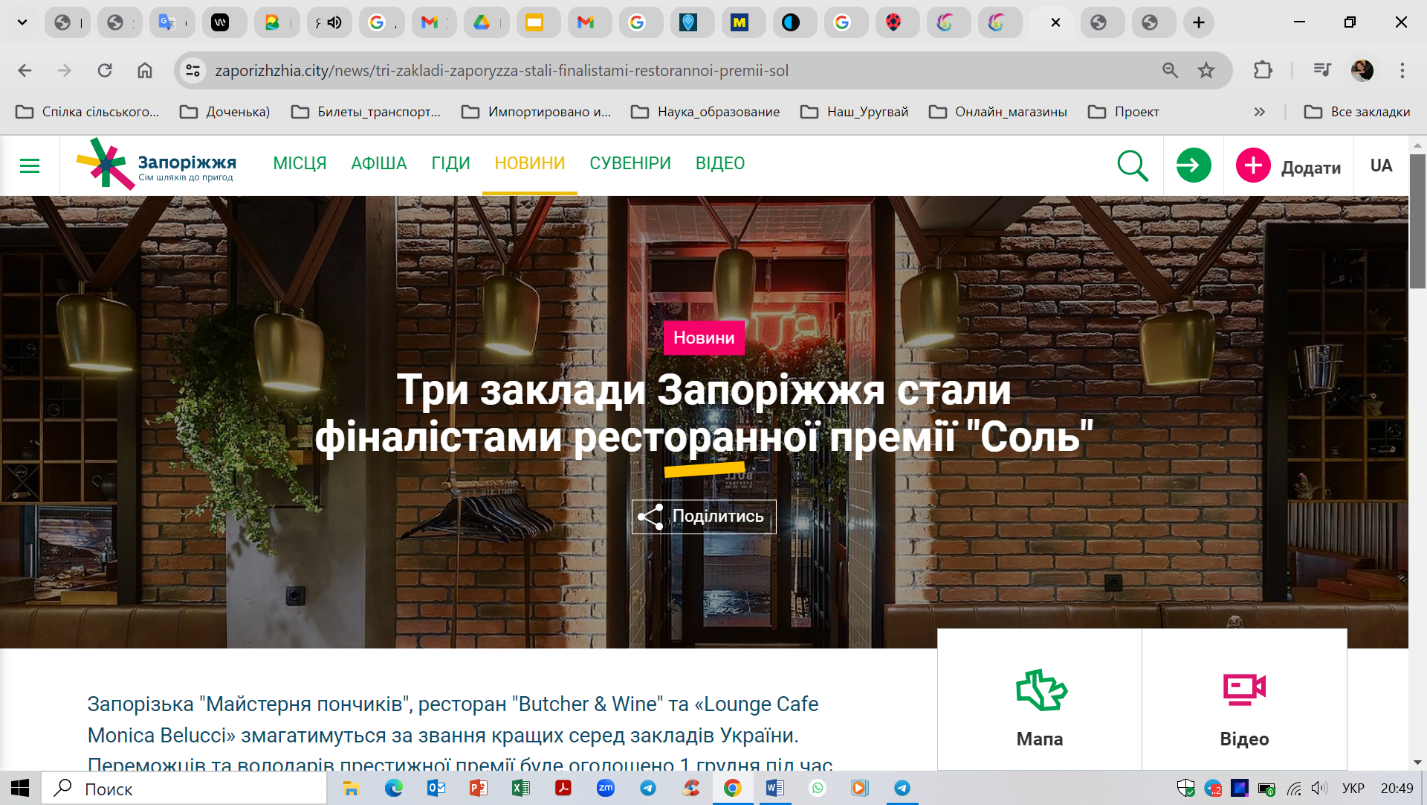


Рисунок 3. Три заклади стали фіналістами в м. Запоріжжі