

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри

_____ Дудник І.М.
«_____» _____ 2020 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «МАГІСТР»

на тему:

**Регіональні особливості гастрономічного
туризму в Україні**

Виконавець: здобувач вищої освіти 201-М групи Цьома Тетяна Сергіївна

Науковий керівник: професор кафедри міжнародного туризму та
країнознавства **Дудник Іван Миколайович**

Нормоконтролер: к. геогр. н., доцент кафедри міжнародного туризму та
країнознавства **Борисюк Оксана Анатоліївна**

КИЇВ – 2020

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства
Спеціальність: 242 «Туризм»
ОПП: «Туризмознавство»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

_____ Дудник І.М.

«_____» _____ 2020р.

ЗАВДАННЯ НА ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

Цьоми Тетяни Сергіївної
(прізвище, ім'я, по батькові в родинному відмінку)

Тема дипломної роботи: «Регіональні особливості гастрономічного туризму в Україні», затверджена наказом ректора № 1890 /ст від «02» жовтня 2020 р.

2. Термін виконання роботи: «05» жовтня 2020 р. по «21» грудня 2020 р.

3. Вихідні дані до роботи: дослідження має теоретичний і практичний характер, виконане на основі аналізу офіційних сайтів статистики, матеріалів періодичних видань, статистичних даних, інформаційних ресурсів мережі Інтернет, а також наукових праць вітчизняних та зарубіжних вчених, які досліджували туристичний ринок, його структуру та класифікацію.

4. Зміст дипломної роботи:

РОЗДІЛ 1. Теоретичні засади наукового дослідження гастрономічного туризму

РОЗДІЛ 2. Регіональні особливості гастрономічного туризму в Україні

РОЗДІЛ 3. Проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні

ВИСНОВКИ

ДЖЕРЕЛА ВИКОРИСТАНОЇ ІНФОРМАЦІЇ

ДОДАТКИ

5. Перелік обов'язкового графічного (ілюстративного) матеріалу:

Додаток А «Класифікація гастрономічного туризму»;

Додаток Б «Основні види туризму, де гастрономічний може бути їх компонентом»;

Додаток В «Порівняльна таблиця кількості гастрономічних фестивалів за популярними областями України(2015-2017рр.)»;

Додаток Г «Кількість гастрономічних фестивалів України 2019 р. за областями(од.)»;

Додаток Д «Області – лідери та аутсайтери України з розвитку гастрономічного туризму».

6. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін Виконання	Відмітка про виконання
1.	Проаналізувати літературні та інші джерела з проблеми дослідження.	05.10 - 10.10 2020 р.	Виконано
2.	Обґрунтувати об'єкт, предмет дослідження, сформулювати завдання і мету. Написати вступ.	11.10 - 14.10 2020 р.	Виконано
3.	Проаналізувати різноманітні джерела інформації щодо поняття гастрономічного туризму та його класифікації. Написати перший розділ.	15.10 - 26.10 2020 р.	Виконано
4.	Проаналізувати сучасний стан та місце гастрономічного туризму на внутрішньому та світовому ринку туристичних послуг. Написати другий розділ роботи.	26.10 - 09.11 2020 р.	Виконано
5.	Виявити основні проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму України. Написати третій розділ роботи та висновки	09.11 - 23.11. 2020 р.	Виконано
6.	Вдосконалення тексту, рисунків, джерел, оформлення роботи.	23.11 - 30.11 2020 р.	Виконано
7.	Підготувати доповідь на попередній захист, розробити демонстраційні матеріали.	30.11 - 01.12. 2020 р.	Виконано

8.	Провести роботу над зауваженнями після попереднього захисту дипломної роботи.	01.12 - 08.12. 2020 р.	Виконано
9.	Захист дипломної роботи.	____. 12.2020 р.	

7. Дата видачі завдання: «05» жовтня 2020 р.

Науковий керівник дипломної роботи _____ Дудник І.М.
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання _____ Цьома Т.С.
(підпис випускника) ПІБ

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Регіональні особливості розвитку гастрономічного туризму в Україні»: 60 сторінок роботи та 6 сторінок додатків, 4 рисунка, 1 таблиця, 38 використаних джерел.

Мета роботи - дослідження сучасного стану та виявлення тенденцій розвитку ринку послуг гастрономічного туризму України і в особливості дослідження регіонального розвитку гастрономічного туризму в Україні.

Об'єктом магістерської роботи є «Гастрономічний туризм».

Предметом є «Регіональний розвиток гастрономічного туризму в Україні».

Методи дослідження. Для розв'язання визначених в роботі завдань, досягнення мети використовувався комплекс взаємодоповнюючих методів дослідження, а саме: базовим методом дослідження був обраний системно-структурний аналіз, який дозволяє, на підставі аналізу функціонування елементів системи - суб'єктів ринкової діяльності, структурувати ринок туристичних послуг, виявити міжкомпонентні, територіальні та організаційно-управлінські взаємозв'язки, їх характер, види, форми; також використовувався дедуктивний принцип, який передбачає створення взаємопов'язаної системи методів, яка ґрунтується на відповідності частковим об'єктам дослідження, що є компонентами туристичного ринку, найефективніших методів дослідження їх структур; наскрізний компонентний просторово-часовий аналіз емпіричного матеріалу і його подальший синтез з урахуванням дії світогосподарських законів і закономірностей. Дані методи знайшли застосування практично у кожному розділі роботи; графічні методи – для наочного зображення статистичного матеріалу, візуалізації теоретичних та практичних положень;

Інформаційними джерелами при написанні роботи були офіційні сайти статистики, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, які досліджували питання щодо гастрономічного туризму, також матеріали періодичних видань, статистичні дані, інформаційні ресурси мережі Інтернет.

Наукова новизна роботи полягає в теоретичному узагальненні поняття «гастрономічний туризм», в аналізі його класифікації та структуризації, також у визначенні особливостей регіонального розвитку гастрономічного туризму України, в аналізі основних натуральних та вартісних показників туристичного ринку України, було визначено основні проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму України як окремого виду та в складі інших видів туризму.

ЗМІСТ

ВТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ	11
1.1. Система гастрономічного туризму: основні визначення та поняття.....	11
1.2. Історичні та регіональні особливості розвитку гастрономічного туризму.....	16
1.3. Методи наукового дослідження гастрономічного туризму.....	22
РОЗДІЛ 2. РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	28
2.1. Гастрономічний туризм України, основні види та платформи розвитку.....	28
2.2. Місце гастрономічного туризму в Україні серед інших видів туризму.....	35
2.3. Особливості гастрономічного туризму України за регіонами.....	39
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	48
3.1. Порівняльний аналіз проблем розвитку гастрономічного туризму в світі та Україні.....	48
3.2. Перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні.....	52
3.3. Пропозиції розвитку гастрономічного туризму в Україні в контексті сучасних умов та економічного стану держави.....	57
ВИСНОВКИ	62
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	65
ДОДАТКИ	68

ВСТУП

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

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

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

Дослідженнями теоретичних і практичних аспектів розвитку гастрономічного туризму, визначенням змісту, аналізом деяких об'єктів, включених до складу «гастрономічних турів» займалися такі зарубіжні вчені, як: К. Холл, Д. Гілмор, Б. Пін, Р. Митчелл, Д. Хендерсон, Ю. Лін, Т. Пірсон, Л. Кей та ін.

Аналіз сучасної літератури свідчить про активне науково-практичне опрацювання проблеми гастрономічного туризму і в Україні. В дослідженнях А. Бусигіна, Е. Маслова, І. Комарніцького, В. Федорченка, Д. Басюк, Т. Сокол, Т. Божук, Л. Прокопчук, Т. Шпараги, В. Бойко, О. Любіцевої, Ф. Шандора, Г. Волкової, М. Баштової висвітлюється історико-культурний контекст розвитку цього виду туризму, особливості створення регіональних туристичних продуктів на основі національних кулінарних традицій.

Але так як в законі України гастрономічний туризм не виділяється як окремий вид туризму, то окремі фахівці розглядають його як вид інших, наприклад, хобі-туризму, тематичного туризму, спеціалізованого туризму чи подієвого туризму. В. Антоненко, Д. Басюк в своїх працях доводять важливість розвитку даного виду діяльності в окремих регіонах України.

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

Гастрономічний туризм має значні перспективи розвитку, а організація «гастрономічних турів» сприяє відродженню національних кулінарних традицій.

Дослідження останніх років свідчить, що туристичні потоки зростають у тих регіонах, де, на основі неповторних традицій, формуються спеціалізовані інтерактивні туристичні продукти – тури, фестивалі, народні свята.

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

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

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

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

Отже, метою даної роботи є дослідження сучасного стану та виявлення тенденцій розвитку ринку послуг гастрономічного туризму України і в особливості дослідження регіонального розвитку гастрономічного туризму в Україні.

Об'єктом магістерської роботи є «Гастрономічний туризм».

Предметом є «Регіональний розвиток гастрономічного туризму в Україні».

Завдання магістерської роботи:

- Дослідити поняття «гастрономічний туризм», розглянути його компоненти та види;
- Проаналізувати динаміку розвитку гастрономічного туризму в світі та Україні;
- Охарактеризувати особливості розвитку гастрономічного туризму в світі;
- Визначити особливості розвитку гастрономічного туризму в Україні за регіонами;
- З'ясувати основні проблеми розвитку гастрономічного туризму;
- Визначити тенденції і подальші перспективи розвитку даного виду туризму;
- Окреслити та запропонувати нові ідеї розвитку гастрономічного туризму в Україні.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ВІДОМОСТІ ТА ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ. ІСТОРИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Система гастрономічного туризму: основні визначення та поняття

На сьогодні не існує єдиного визначення «гастрономічний туризм», адже це доволі молодий напрямок в туристичній галузі, який тільки почав свій старт на міжнародній арені.

Всесвітня асоціація гастрономічного туризму (World Food Travel Association) визначає гастрономічний туризм як подорожі з метою отримання автентичного досвіду, заснованого на культурі споживання їжі або напоїв, відкритті унікальних місць та їхньої культури через національну кухню.

Як світовий тренд гастрономічний туризм стає все більш важливим явищем не тільки соціального і культурного, але також і соціально-економічного плану. Подорожі за смаком, кулінарні шляхи і маршрути, знайомство з новими методами кулінарії, відвідування знаменитих місць із кулінарними традиціями або відкриття місць, пов'язаних із вирощуванням, селекцією, риболовлю та іншими харчовими промислами, стає все частіше важливим мотивом для здійснення подорожей туристами.

Засновник Міжнародної асоціації гастрономічного туризму Е. Вульф дає таке визначення: «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».

Так, Х. Ридван під терміном «гастрономічний туризм» розуміє туризм, який розроблений місцевими громадами для підтримання сільського господарства.

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

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

Д. Дасілва під зазначеним терміном розуміє «будь-який досвід туризму, в якому високо цінується і споживається їжа і питво, яке відображає місцеву, регіональну або національну кухню, традиції, культуру, традиційні або кулінарні методи» [9].

Українські вчені теж доклали багато зусиль задля дослідження даного предмету. Так Д. Басюк розглядає його як «спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням і дегустацією національних кулінарних традицій країн світу, що є синтезом екології, культури і виробництва».

С. Саламатіна дає таке визначення цього виду туризму: «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 із кулінарії».

Згідно з С.Ю. Гатауліною, «гастрономічний туризм - вид туризму, основною метою якого є знайомство з кухнею тієї чи іншої країни. Цей вид туризму має великі перспективи, а розроблення подібних маршрутів сприятиме відродженню кулінарних традицій».

Як визначає Т. Трададенко, «гастрономічний туризм - це подорож по країнах і континентах для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями з метою покуштувати унікальні для приїжджого людини блюдо або продукт. Мета гастрономічних турів - насолодитися місцевою рецептурою, що увібрала в себе вікові традиції і звичаї місцевих жителів, культуру приготування їжі».

Є.С. Соколов розглядає гастрономічний туризм як подорожі в різні місця планети для ознайомлення з місцевими кулінарними традиціями й

особливостями національної або регіональної кухні; головною метою туристів, які вибирають гастрономічний туризм, як зазначається, є дегустації унікальних продуктів і страв, властивих винятково для цієї місцевості.

За Христовим Т.Т. та Драчевою О.Л. «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».

В.С. Ковешніков під гастрономічним туризмом розуміє спеціальні винні і гастрономічні тури, відвідування об'єктів гастрономічного туризму (спеціалізовані музеї, сироварні, винокурні, броварні тощо), відвідування ресторанів з регіональною кухнею, відвідування кулінарних курсів при готелях, а також спеціалізованих кулінарних центрах і школах, відвідування фермерських господарств, відвідування сільськогосподарських (фермерських) ринків, продовольчі виставки та ярмарки, гастрономічні та винні (пивні тощо) фестивалі тощо.

Т.С. Кукліна вважає, що гастрономічний туризм - це подорожі в різні місця планети для ознайомлення з місцевими кулінарними традиціями й особливостями національної або регіональної кухні. Головна мета відпочивальників, які вибирають гастрономічний туризм, полягає в дегустації унікальних продуктів і страв, властивих винятково цій місцевості, а гастрономічні тури - спеціально розроблені тематичні програми, що можуть включати як дегустації вишуканої їжі, так і навчання в гастрономічних школах будь-якої спрямованості [3].

Нині існує значна кількість досліджень, які присвячені також класифікації гастрономічного туризму.

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

За Т. Трададенко гастрономічний туризм класифікується за його програмним забезпеченням (кулінарні свята та фестивали), автор також виділяє івентивний гастрономічний туризм.

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

Г.Г. Вишневська, А.П. Бусигін класифікують гастрономічний туризм за ключовими критеріями, такими як специфіка місцевості - сільський «зелений» та міський, мета поїздки або бажання спробувати певний напій або страви: винний, пивний, сирний, шоколадний [11].

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

А саме:

- сільський - дегустацію місцевої кухні і продуктів, вироблених у цьому регіоні;
- ресторанний - відвідування найбільш відомих і популярних ресторанів, що вирізняються високою якістю, ексклюзивністю кухні, а також національною спрямованістю;
- освітній - навчання в спеціальних освітніх установах із кулінарною спеціалізацією, а також курсів і майстер-класів;
- подієвий - відвідування місцевості в певний час із метою участі у громадських та культурних заходах із гастрономічною тематикою [21].

Таким чином, гастрономічний туризм доцільно класифікувати за декількома ознаками, такими як розташування туристичного місця, за видом конкретного продукту або напою, за метою подорожі. (Дод. А).

Також на сьогодні існують певні особливості гастрономічних турів, які і виділяють даний вид туризму серед інших. Розглянемо основні.

- Гастрономія – це можливість оживити й урізноманітнити туризм, це надійний спосіб привернути туристів в уже знайомі їм країни та регіони.
- Гастрономічний тур виключає поняття сезонності для подорожей.

- У гастрономічних подорожах турист дізнається про повсякденне життя, історію та культуру країни набагато більше, ніж в класичних екскурсійних подорожах.

- Протягом туру він знайомиться з сім'ями, які століттями працюють на вирощуванні виноградників, або займаються сироваріння, або століттями виробляють шинку. Ці люди різного достатку й походження, предки одних були аристократами, інших підприємцями чи фермерами.

- У гастрономічному турі туристи відвідують виноробні, пивоварні, невеликі ферми й виробництва, дегустують відомі (і не дуже) національні продукти, а також вина та інші традиційні напої. Відвідують місцеві ринки, беруть участь в кулінарних майстер-класах з професійними шеф-кухарями та з привітними господарями власних господарств і угідь. Відвідують гастрономічні фестивалі та кулінарні шоу.

- Тривалість гастрономічного туру – від вікенду до повноцінних двох тижнів.

- Варіація цін на гастрономічні тури дуже велика.

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

Отже, хоч це і доволі молода галузь туристичної сфери, але вже на сьогодні багато науковців висловлюють свою думку з приводу даного виду, тому й існує така велика кількість визначень «гастрономічного туризму» і єдине правильне визначити доволі складно, адже кожне висвітлює якийсь бік гастрономії і не можна сказати, що воно є хибним.

Тому, опираючись на судження всіх науковців можемо запропонувати своє визначення гастрономічного туризму, а саме – це вид туристичної діяльності, де подорожуючі задовольняють свої культурні та гастрономічні потреби за допомогою ознайомлення з кухнею певної країни(навіть своєї країни), проникаючи певним чином в побут та звичаї конкретної дестинації і ознайомлюючись з її звичаями та традиціями.

1.2. Історичні та регіональні особливості розвитку гастрономічного туризму

За час існування гастрономічний туризм удосконалювався, разом з цим змінювалися і його назви.

Варіанти назв:

- culinary tourism - кулінарний туризм;
- gastronomic tourism – гастрономічний туризм;
- food tourism - продовольчий туризм.

У 1998 році, професор Люсі Лонг (Університет Боулінг грін, Огайо, США) вводить поняття "кулінарний туризм". Його ідея в тому, що місцева їжа допомагає проникнути в культуру країни, а приготування дозволяє відчутти себе корінними жителями [5].

У 2001 році засновник Міжнародної асоціації кулінарного туризму (ICSTA) Ерік Вульф створює перший офіційний документ по кулінарному туризму, де пояснює суть явища: «Гастрономічний туризм - пошук і насолода унікальною, незабутньою їжею як на іншому кінці Землі, так і на сусідній вулиці».

У 2003 році ним була заснована Міжнародна асоціація гастрономічного туризму (The International Culinary Tourism Association). Вона надає широкий спектр переваг для своїх членів, таких як: навчання, розвиток і просування. Місія організації говорить: «Допомагати людям, суспільству і підприємствам розвиватися шляхом налагодження взаємовигідних відносин заснованих на загальному інтересі до їжі і напоїв». Маніфест Міжнародної асоціації кулінарного туризму відображає здатність людини пізнавати культуру країни через її національну кухню: «Їжа - це квінтесенція нації, її характеру та історії» [20].

У 2006 році був створений Міжнародний інститут кулінарного туризму, який керує освітніми та навчальними компонентами програм Міжнародної асоціації гастрономічного туризму [5].

Шалений розвиток кулінарного туризму призвів до утворення турфірм, що спеціалізуються на міжнародному гастрономічному туризмі, прикладами можуть служити такі компанії як: «Gourmet on Tour» (США), «The International kitchen» (Великобританія), «Gourmet Getaways» (Італія).

Але в 2012 році термін «кулінарний туризм» замінюють на «гастрономічний туризм». Справа в тому, що більшість туристів вважали кулінарний туризм прерогативою еліти, вважали, що це їм не по кишені і ігнорували гастрономічні тури [5].

Але як йдуть справи насправді? Гастротуризм не обмежений вузьким колом заможних клієнтів і гурманів. Тільки 18% гастротуристів вибирають цей вид подорожі виключно заради високої кухні. Насправді 46% гастротуристів вибирають гастротури через можливість спробувати автентичну кухню (а вона доступна всім верствам населення), ще 35% їдуть, щоб спробувати місцеві продукти. При цьому 22% з опитаних вибирають гастротури, так як вважають їх можливістю відпочити з невеликим бюджетом [5].

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

У 2015 році туристичне співтовариство вирішило називати "гастрономічним туризмом" будь-які пов'язані з гастрономією види туристичної активності: відвідування виробників продуктів, гастрономічних фестивалів, фермерських ринків і продовольчих ярмарків, в тому числі в межах сусідніх регіонів. Фактично гастрономічний тур сьогодні - будь-яка поїздка, суть якої - долучитися до гастрономії та її історії. З цієї причини на Заході гастротуризм стали називати просто food tourism, тобто "туризм для їжі" [15].

Для визначення найпопулярніших країн світу з розвитку гастрономічного туризму, потрібно враховувати особливості цих країн, а саме, те що, культура та традиції харчування в першу чергу залежать від географічного розташування певної дестинації: країни прибережних районів, наприклад, можуть похвалитися великим розмаїттям морепродуктів в гастрономії, континентальні країни пов'язують свої кулінарні традиції в першу чергу із продуктами тваринного та рослинного походження.

Якщо взяти країни Південно-Східної Азії, то вони в першу чергу характеризуються великим розмаїттям спецій, що по-перше показують їх давню історію та культуру, а по-друге характеризують регіон та його соціально-культурний розвиток, а також екологічну ситуацію (на прикладі Індії та Таїланду, де є великі проблеми із забрудненням води та загалом санітарними умовами проживання населення, тому багато азійських країн використовують спеції в приготуванні страв для їх певної антибактеріальної дії).

Найбільшими любителями гастрономії зарекомендували себе німці, англійці, американці і японці. Гастрономічний туризм є синтезом екології, культури та виробництва. Гастротур добре організований у Франції, Італії, Іспанії, в Японії, в Німеччині де існує розвинена мережа винно-гастрономічних турів[34].

Покупцям гастрономічних турів потрібно заздалегідь визначитися з ціллю поїздки. Можна просто поїхати в країну, що славиться віковими кулінарними традиціями, і ознайомитися з її визначними пам'ятками - як їстівними, так і всіма іншими. А можна відвідати яскраві і апетитні гастрономічні фестивалі, які періодично проводяться в самих різних куточках планети.

Наприклад, вересень - час Устричного фестивалю в Ірландії і Октоберфесту в Мюнхені, в липні традиційно проходить свято іспанської національної їжі Сан-Фермін і Бонтон - фестиваль тунця в Італії, а в листопаді

завзяті гастрономічні туристи відправляються до Франції на Божоле-Нуво - свято молодого вина або на фестиваль білих трюфелів в Сан-Мініато.

Так, якщо проаналізувати світову статистику найпопулярніших гастрономічний країн за 2019 рік, то виглядатиме вона так:

Основні напрямки розвитку гастрономічного туризму [15]:

1. Франція (22%)
2. Таїланд (20%)
3. Італія (18%)
4. Чехія (17%)
5. Китай (17%)
6. Греція (16%)
7. Японія (16%)
8. Німеччина (13%)

Особливості французької кухні:

- широко й активно використовуються для приготування страв вино, лікери, коньяк;
- молочні продукти вживаються рідше, ніж в інших країнах Європи.

Соуси – обов’язкова частина французької кулінарної програми. Всього в країні налічується понад 3000 видів соусів. Англіїці жартують із цього приводу: «Якщо в Англії є три сорти соусів і триста шістдесят видів релігії, то у Франції – три види релігії і триста шістдесят рецептів соусів».

Французи також не уявляють свого життя без супів, велика частина яких – супи-пюре. З перших страв для французької кухні характерні суп-пюре з цибулі-порейою чи з картоплею, цибульний суп, заправлений сиром. Відомий також провансальський густий рибний суп-буйабез.

Франція на сьогоднішній день є найпопулярнішою країною з точки зору “винного” туризму: на ринку турпослуг пропонуються спеціальні тури з проживанням у замках Бордо, Шампані, Луарської долини та Бургундії[33].

Друге місце займає Таїланд - саме йому належить заслуга в тому, що смажені в макароні комахи викликають у багатьох не огиду, а апетит. Суп том-ям став легендою для масових туристів. Ті ж, хто пізнав тайську кухню глибше, знаходять в ній крім великої кількості спецій безліч тонких нюансів і відтінків. Ну і фруктовий стіл в Таїланді чи не найбагатший в світі - теж адже важливо.

Італія зі своєю пастою та піцою могла б стати синонімом нерозбірливості в їжі -наскільки тамтешні страви прижилися у всесвітньому фаст-фуді. Та тільки от справа в тому, що в самій Італії і паста (якої сотні різновидів, а з приправами так і тисячі), і піца мають зовсім інший і зовсім не фастфудовський смак.

Традиційною стравою італійців вважається паста. В Італії налічується більше ста видів макаронних виробів, які відрізняються за своїм складом, кольором, формою і технологією виготовлення.

Чехія, пиво, свиняче коліно - на кшталт як нерозривний трійця, вимовляється чи не разом. Чехія близька географічно, а чеська кухня, дуже схожа на баварську і австрійську, близька українському сприйняттю «правильної» їжі.

Китайська кухня дотримується концепції здорового харчування, яке забезпечується за рахунок складу страв, що готуються. Китайська кухня виходить із декількох основних компонентів, які завжди дрібно порізані і майстерно приготовлені. Варіанти комбінацій 30 або 40 компонентів дають можливість приготувати тисячі блюд. Китайська кулінарна традиція об'єднує безліч страв, характерних для різних районів Китаю, що знаходяться часом в абсолютно різних кліматичних зонах[17].

Середземноморську кухню, з великою кількістю сирів, з равликами і великою кількістю овочів і зелені уособлює - Греція. Місцеве вино часто не найкраще - але воно здається божественним, якщо стоїть на столі серед риби, восьминогів, сирів, а вам несуть мусака з баклажанів.

Японська кухня різко відрізняється від будь-якої іншої кухні світу. Для жителів азійських країн вона - те ж саме, що французька для європейців. Її секрет криється в ретельному підборі продуктів, красі подачі, а також у ставленні до продукту в цілому.

У японській кухні є ще одна унікальна особливість. Окрім краси і гармонії форм і фарб, приготовані страви обов'язково відображають пору року. На їхню думку, кожен сезон дарує свої власні делікатеси. Відповідність же сезону, як і свіжість продукту, цінується в Японії вище, ніж саме приготування.

Національна кухня Німеччини стоїть на трьох китах - ковбаски, квашена капуста і пиво. Ковбаски і сосиски це предмет національної гордості, капуста, в німецькій кухні - всім голова, а пиво настільки смачне, що на щорічний пивний свято «Октоберфест», приїжджають туристи з усього світу. Але, незважаючи на ці усталені бренди, місцева кухня не обмежується тільки цими продуктами. Варто зазначити, що в кожному регіоні країни є свої кулінарні особливості і оригінальні страви, які порадуять гурманів своєю різноманітністю, ґрунтовністю і відмінним смаком[17].

Отже, можна зробити висновки, що гастрономічний туризм має ґрунтовну історичну основу, це один із найперспективніших видів туризму, адже він має місце в усіх країнах світу і популярний в будь-який час та будь-яку пору року.

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

1.3. Методи наукового дослідження гастрономічного туризму

Загальні методи дослідження гастрономічного туризму співпадають із загальнонауковими методами дослідження.

Метод у найзагальнішому значенні – це певний спосіб дослідження якоїсь проблеми чи завдання, тобто метод являє собою систему правил, принципів і прийомів підходу до вивчення явищ і закономірностей розвитку природи, суспільства і мислення або практичної перетворюючої діяльності людини.

До загальнонаукових методів, використовуваних і для емпіричного, і для теоретичного дослідження, відносять абстрагування, аналіз, синтез, аналогію, індукцію, дедукцію, абдукцію, моделювання, історичний і логічний метод, метод графів.

Абстрагування. Сутність цього методу в уявному відволіканні від несуттєвих властивостей, ознак, зв'язків, відносин досліджуваних об'єктів й явищ й водночасному виділенні, фіксуванні одного або декількох істотних (цікавих для дослідника) сторін, властивостей об'єкта.

Аналіз і синтез. Аналіз передбачає роздроблення цілого на складові елементи, тобто виділення ознак предмету для вивчення їх окремо як частини єдиного цілого. Строго проведений аналіз є серйозною гарантією логічності викладу матеріалу дослідження (дисертації, монографії).

Індукція (англ. induction) — метод пізнання, що оснований на формально-логічному розумовому висновку, який дає можливість одержати загальний висновок на основі аналізу окремих фактів.

Дедукція — рух знання від загальнішого до менш загального, приватного, виведення наслідку із засновків. Тісно пов'язана з індукцією. Це процес виведення висновку, що гарантовано слідує, якщо вихідні припущення істинні, то висновок на їх підставі є чинним. Висновок повинен базуватись винятково на основі попередньо наведених доказів та не повинен містити нової інформації про предмет, що досліджується.

Абдукція – спосіб міркування від наявних даних до гіпотези, що пояснює або оцінює їх краще, ніж альтернативні гіпотези. Є інший варіант визначення: абдукція - це міркування, що здійснюється на підставі інформації, що описує певні факти або дані й приводить до гіпотези.

Моделювання – особливий і досить універсальний метод наукового пізнання, що припускає вивчення об'єкта (оригіналу) шляхом створення й дослідження його копії (моделі), що заміщає оригінал з певних сторін, що цікавлять дослідника. Моделювання – це метод створення й дослідження моделі.

Історичний і логічний методи наукового пізнання використовуються тільки там, де так чи інакше предметом дослідження стає історія об'єкта[22].

Дослідження даного предмету характеризується не лише методами дослідження, а й певними принципами.

До провідних принципів дослідження в області туризму, а саме гастрономічного, відносять:

1. Принцип об'єктивності. Він виключає однобічність, суб'єктивізм і упередженість у підборі та оцінці фактів, вимагає використання таких методів та процедур, які дозволяють одержати максимально достовірне знання про предмет дослідження. Реалізація принципу об'єктивності передбачає:

- чітке обґрунтування вихідних позицій;
- дотримання логіки та вибраних засобів дослідження;
- забезпечення доказовості одержаних висновків та узагальнень.

2. Принцип врахування неперервних змін, розвитку досліджуваних явищ. Вказаний принцип обумовлюється діалектичною природою ринкового процесу, постійним розвитком досліджуваних явищ від одного стану до іншого.

3. Принцип виділення основних факторів, які визначають кінцевий результат. Із значної кількості факторів, які впливають на процеси в діяльності гастрономічного туризму, необхідно виділити та вибрати головні, визначальні, які й стануть предметом розгляду.

4. Принцип єдності історичного та логічного. Цей принцип передбачає врахування історії розвитку об'єкта (процесу), його сучасного стану та перспектив подальшого розвитку. Реалізація даного принципу ставить перед дослідником вимогу наступності в пошуковій діяльності, врахування нагромадженого досвіду та стану розвитку теорії.

5. Принцип концептуальної єдності досліджень в туризмі. Дослідник повинен пояснювати досліджувані явища, виходячи з єдиних позицій, розуміння сутності та закономірностей туристичного процесу.

6. Принцип співвідношення досягнутого рівня з моделлю, метою. Результати дослідження оцінюються з позицій поставленої мети, ідеалу, перспектив розвитку туристичного проекту (процесу).

7. Принцип єдності дослідницького і практичного туристичного процесу. Дослідження гастрономічного туризму повинно завжди бути вписане в практичний процес туристичної діяльності, пріяти її вдосконаленню і не впровадженню негативних результатів.

8. Принцип поєднання аспектного і цілісного підходів. Багатоплановість предмету дослідження туристичної галузі робить неможливим його безпосереднє пізнання як єдиного цілого. Дослідник вимушений обмежуватись і вивчати лише окремі аспекти. Разом з тим, це передбачає можливість і необхідність розгляду об'єкту з інших позицій, реальної оцінки результатів дослідження як часткових, співвіднесення їх з даними, одержаними при вивченні досліджуваного явища в інших аспектах.

9. Принцип системного підходу. Процеси чи явища, які відбуваються в туристичній індустрії, завжди системні. Специфіка системи не вичерпується особливостями складових елементів, а пов'язана, насамперед, з характером їх взаємодії між собою. Дослідник ставить за мету вивчити характер і механізм цих зв'язків та відносин[13].

Досягнення високого методичного та наукового рівня дослідження гастрономічного туризму передбачає:

-відбір найбільш актуальної проблематики;

-конкретне й мотивоване обґрунтування визначення стратегії дослідження, його мети, завдань і предмета;

-спрямованість методики й організації дослідження на розкриття нових наукових фактів, закономірностей туристичних явищ, пошук шляхів оптимізації практичної туристичної діяльності;

-коректну організацію та поетапність проведення науково-дослідної роботи на основі системно-структурного підходу та використання адекватних засобів методологічного аналізу;

-визначеність у виборі та застосуванні понятійно-категорійного апарату дослідження;

-прогнозування розвитку туристичних процесів, ринку туристичних послуг тощо.

В дослідженні такого явища, як гастрономічний туризм, більшу увагу було приділено якісним, а не кількісним показникам. Адже основна суть якісних досліджень полягає в їх спрямованості на отримання більшою мірою якісної інформації, ніж кількісної. «Якісна» інформація має на увазі під собою більш розгорнуту інформацію про предмет дослідження, спираючись на докладне пояснення та інтерпретацію емпіричних даних. У зв'язку з тим, що тема мало вивчена, а збір інформації ускладнений тим, що цільова аудиторія знаходиться за межами зони відпочинку, якісний метод дослідження є найбільш обґрунтованим методом.

В даній роботі були використані всі вище перелічені методи дослідження, але основними були взяті методи аналізу та дедукції. Адже спочатку ми проаналізували гастрономічний туризм як науковий аспект, взявши дані з різноманітних праць вітчизняних та закордонних науковців і побачили загалом рівень розвитку на державному рівні і зробили висновки, що, порівнюючи з іншими державами, Україна нині ще є аутсайдером в даній галузі.

Потім ми розглянули загалом тенденцію розвитку гастрономічного туризму в світі, його стан на міжнародному ринку та конкретно в кожній країні

і досягли висновку, що даний вид туризму доволі популярний та перспективний в світі, адже потребує не так багато зусиль та вкладень, як, наприклад, культурно-пізнавальний туризм, а також даний вид туризму не асоціюється з сезонністю, що дозволяє конкретній країні просувати свій продукт в будь-яку пору року.

І в кінці, проаналізувавши світові тенденції, розглянули конкретно Україну, як платформу для розвитку гастрономічного туризму та виявили, що наша держава має величезні перспективи для розвитку даного виду туризму, адже Україна має багатовікову кулінарну історію та ряд унікальних надбань і традицій, що дозволяють популяризувати державу як туристично-привабливу на державному та міжнародному рівнях.

Висновки до Розділу 1

Гастрономічний туризм має доволі давню історію. Адже з давніх-давен люди розуміли, що культура та традиції кожної країни проявляються в першу чергу через кухню даної країни, адже саме вона має довговікову історію та зберігає дух певної держави.

В першому розділі ми визначили, що на сьогодні гастрономічний туризм ще не досяг епогею свого розвитку не тільки в Україні, а й в усьому світі, хоч за кордоном краща ситуація, ніж в нашій державі. Найбільш розвиненими в цьому плані являються такі країни як - Франція, Італія, Японія, Німеччина, Чехія, Китай та ряд інших країн. Дані дестинації не просто мають чим похвалитися в плані кулінарії, а й з гордістю роблять це, влаштовуючи різноманітні міжнародні фестивалі та свята.

Що стосується безпосередньо України, то поки що на державному рівні даний вид туризму є аутсайдером, адже в Законі України не дано навіть визначення гастрономічного туризму.

В даній роботі були використані в основному методи аналізу та дедукції, адже були проаналізовані праці закордонних та українських вчених, а також

різноманітні Інтернет джерела та сайти провідних туроператорів України, що дало змогу нам більш детально розглянути тему магістерської роботи та провести аналогію розвитку гастрономічного туризму України та світу.

РОЗДІЛ 2. РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Гастрономічний туризм України, основні види та платформи розвитку

Гастрономічний туризм як в світі, так і в Україні набуває все більшої популярності, але до сьогодні в офіційних джерелах та законі України про туризм немає інформації з термінології гастрономічного туризму, тому й сталої класифікації не існує, але аналізуючи праці українських та зарубіжних вчених, можемо виокремити певну класифікацію.

Наприклад, всі гастрономічні і винні подорожі можна умовно поділити на дві основні групи: міські і сільські. В міських турах, як впливає з назви цієї категорії подорожей, мандрівникам буде запропоновано познайомитися з найбільш автентичними ресторанами, кафе і барами якогось конкретного міста.

В сільських турах є можливість побачити, як готуються деякі страви в домашніх (фермерських) умовах. Саме тут можна проинятися національним духом, дізнатися більше про кулінарні традиції і, можливо, самому взяти участь у приготуванні будь-якої страви[23].

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

- ресторанний туризм;
- дегустаційний туризм (сирні, винні, пивні, чайні, кавові, суші-тури та ін.);
- апітуризм або медовий туризм - подорожі з метою дегустації та купівлі продуктів бджільництва безпосередньо на пасіках;
- фестивальний туризм - тури з участю у гастрономічних фестивалях;
- освітній туризм з метою участі у кулінарних майстер-класах, курсах[18].

До того ж, так як це доволі новий вид туризму, постійно з'являються нові види, збагачуючи асортимент туристичних продуктів та розширюючи пропозицію гастрономічних турів.

На яких регіональних кухнях, локальних гастрономічних традиціях, оригінальних стравах української (і не тільки) кухні слід зосередитися, щоб успішно представити Україну в світі як виключно цікавий напрям для гастрономічного туризму? На це питання немає простої відповіді. Очевидно, що для України, так чи інакше, в першу чергу потрібно використовувати винну тематику, адже в нас є багато регіонів, де процвітає виноробство.

Україна - це благодатний край з великою історією для розвитку винного туризму. Ось як описується маршрут України, який має назву «Сонячний винний рай»: «Землі Південної України»: Одеса, Херсон, Миколаїв відкривають можливість незабутнього відпочинку не тільки в курортний сезон, а цілий рік. І все це - завдяки чудовим винним турам".

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

Найбільше користуються попитом екскурсії на виноробні заводи регіону «Чизай», «Леанка», Ужгородський коньячний завод, на яких проводяться дегустації фірмових вин та коньяків.

ДП АПФ «Леанка» проводить дегустацію вин в Середнянських винних підвалах, які є архітектурною пам'яткою XVI ст. та які ЮНЕСКО були занесені до десятки кращих винних підвалів Європи[31].

Закарпаття пропонує унікальний туристичний продукт – винний шлях Закарпаття. Ця програма складається з переліку екскурсій по місцях вирощування винограду, виробництва вина та пов'язаних з культурою

виноробства історичних пам'яток. Туристи знайомляться з численними артефактами та легендами, що пов'язані з культурою виноробства на Закарпатті. Туристам пропонується проживання в замських садибах та участь у святкуванні збору врожаю винограду. На завершення – дегустація вин у дегустаційних залах сімейних виноробних підприємств з подальшою покупкою вин.

Отже, винний туризм в Україні має місце для подальшого розвитку та процвітання, хоч і на сьогодні розвинений все ж доволі слабо. Наприклад, в Закарпатті існує лише три замки, що можуть приймати енотуристів (Ужгородський, Чинадієвський і Паланок). В регіоні немає жодного музею вина, жодної енотеки. Їх функції частково виконують 12 дегустаційних залів та винні підвали в Ужгороді, Берегове, Мукачево. На їх базі відбувається ряд винних фестивалів («Чизай», «Сонячний напій», «Закарпатське Божоле»).

На Одещині функціонує два музеї для енотуристів – музей вина і виноробства «Шабо» та музей при інституті виноробства імені В. Є. Таїрова.

В Одеській області щороку відбувається 5 виноробних фестивалів. Отже, український енотуризм має всі необхідні природні та історичні передумови для свого становлення та розвитку. Його стримує лише відсутність інфраструктури, чітко розроблених маршрутів, необхідність організації виставкових, фестивальних, дегустаційних заходів. Перспективним напрямком є також організація еногастрономічних турів при монастирях та середньовічних винницях, створення енотек та розроблення тематичних винних маршрутів в Карпатах, на Чорноморському узбережжі та ін[27].

У нашій країні спроби розробити і презентувати винні тури здійснюються виноробними підприємствами південних регіонів України. Так, у 2007 р. Всеукраїнська Асоціація виноробів і сомельє, а також Школа сомельє ТОВ «Майстер-клас» спільно з Інститутом туризму ФПУ вперше в Україні почала розробку винних турів по країні.

У цей проект були залучені виноробні підприємства південних регіонів України - винзавод «Шабо», Одеський завод шампанських вин, Одеський коньячний завод ТМ «Шустов», ТМ «Вина Гулієвих», ТМ «Колоніст».

Такі ж тури розроблені за іншими виноробними областями України - Херсонській, Миколаївській, Закарпатській. Винний або гастрономічний тур може тривати від декількох днів до декількох тижнів, включаючи найрізноманітніший набір заходів – екскурсії по виноградних плантаціях, відвідини стародавніх та сучасних виноробень, льохів і національних ресторанів, де можна особисто познайомитися з винарями, пізнати культуру, технології і традиції виробництва вин у регіоні.

Для розміщення туристів використовують спеціалізовані винні готелі, винні СПА-комплекси. Фахівці вважають, щоб винний туризм існував, необхідно наявність розвиненого терруарного виноробства в регіоні і повноцінної туристичної інфраструктури.

Наприклад, оточений виноградниками агроготель або шато може включати винні підвали, необхідне обладнання, а також дегустаційні зали, ресторани, готельні номери, SPA комплекси, автопарковки та ін. У агроготелі гостям також можна запропонувати винну терапію.

Очевидно, що такі проекти мають бути реалізовані у регіонах на засадах державно-приватного партнерства та залучення інвестицій. Поки в Україні число винних туристів, за підрахунками дослідників становить близько 100 тисяч - це 1,5% від загальної кількості. В Австралії, наприклад, їх частка досягає 10%.

З метою розвитку креативних ресурсів ринку винного туризму в Одеському регіоні, ще у 2009 р. компанія «Шабо» відкрила перший в Україні «Центр культури вина Шабо», головною метою якого є підвищення культури споживання благородних напоїв. «Центр культури вина Шабо» розташований безпосередньо на місці виробничого комплексу компанії «Шабо», в одному з найдавніших виноробних регіонів Європи, традиції якого були закладені ще в античні часи. Це єдиний в Україні

культурний центр, який об'єднує діюче високотехнологічне підприємство, стародавні винні підвали, дегустаційний зал, експозиції сучасного скульптурного та архітектурного мистецтва, а також унікальний Музей вина та виноробства.

«Центр культури вина Шабо», вже включено комісією Ради Європи до туристичній карти європейських винних маршрутів. Відмітимо, що розвиток винного туризму – ще один із інструментів регіональних стратегій формування виноробних кластерів, які передбачають комплексний розвиток виноробства. Регіональна сутність кластерної моделі – це поєднання зусиль органів територіального управління та можливостей підприємств певного технологічного процесу в регіоні, для досягнення конкурентних переваг. Як визначають науковці, реалізація цих дій вимагає значних інвестицій і високої інноваційної активності підприємств кластеру [4].

За умови тісної взаємодії аграріїв, переробних підприємств, виробників вина, туристичних, освітніх, торговельних організацій в південних регіонах України можна створити виноробну галузь, здатну конкурувати з країнами Європи за якістю і обсягами вин. Тому важливим є підтримка державних органів, регіональних і галузевих асоціацій щодо впровадження світового досвіду розвитку винного туризму як регіонального туристичного напрямку.

Україна володіє великим потенціалом для розвитку винно-гастрономічного туризму, проте використовує його не в повному обсязі. Найбільш наближеною за кліматичними характеристиками є південна виноробна частина України, такі виробники як «ТМ Колоніст» Придунайська Бессарабія, Одеська область, виноградники якого знаходяться на одній широті з Бордо в Франції, а також «Виноробне господарство князя П.М. Трубецького»

Ідеальне місце для вирощування винограду в Закарпатті – неширока смуга передгір'я від Ужгорода до Виноградова. Тематичні заклади харчування та тематичні заходи залишаються найпопулярнішими серед туристів. Спеціалізація підприємств може бути найрізноманітнішою. Однак у центрах туризму найбільш рентабельними вважаємо ресторани

національної кухні з локальним акцентом, оскільки туристи, особливо чужоземні, хочуть спробувати локальну кухню та місцеві напої.

Варто також приділити увагу тим багатьом стравам, які асоціюються у світі з Україною і є лише в нас. Це насамперед борщ український з пампушками, сало, капуста запорізький, домашні ковбаси, холодець, варя гуцульська, крученики м'ясні, полядниця, деруни житомирські, білі гриби по гуцульськи, батон, полтавські галушки, вареники, голубці, котлети по київськи, мазурики, пляцки львівські та безліч інших національних страв.

Україна по праву може пишатися тим, що задовольнить смак навіть найбільш претензійного гурмана. Українські застілля описані Гоголем М.В. у його "Вечорах на хуторі біля Диканьки" - що й казати, наш народ розуміється на їжі і вирізняється гостинністю.

На Закарпатті пропонується також і «Гастрономічний туристичний шлях», який складається з різних гастрономічних маршрутів відповідно до національностей, що живуть на Закарпатті, а саме української, угорської, німецької, єврейської, циганської, словацької. За кращими прикладами багатьох Європейських країн на Закарпатті останні роки проводяться щорічні еногастрономічні фестивалі: «Червоне вино» у м. Мукачево, «Біле вино» та «Сонячний напій» у м. Берегове, «Закарпатське божоле» у м. Ужгород. На фестивалях турист може відвідати різні майстер-класи з приготування страв та напоїв національної української кухні та поїсти в стилізованих закладах харчування.

З 2006 у Львові проводяться щорічні фестивалі «Свято шоколаду» та «Свято сиру і вина», на яких можна посмакувати оригінальними шоколадними напоями та шоколадом, придбати для рідних та друзів «шоколадні» сувеніри, взяти участь у майстер-класах професійних шоколадьє, довідатися про культуру сироваріння та виноробства у Львові, відвідати ярмарки, послухати конкурси музичних колективів, скуштувати сиру та вина. Багато років поспіль фестиваль проводиться на подвір'ї Палацу мистецтв (палацу Потоцьких). Щорічно фестивалі відвідують декілька тисяч містян та

гостей м. Львова. Рекордним роком для фестивалю «Свято сиру і вина» став 2012 рік. Це підтвердять такі факти та цифри[16]:

- Протягом трьох днів площу Ринок відвідало понад 123 тис. львів'ян та гостей свята, що побило рекорд відвідуваності VI фестивалю «На каву до Львова».
- На святі випито понад 15 200 літрів вина та глінтвейну.
- Продано понад 7 500 тонн сиру та 8 353 сирних коників.
- «Львівська винна пошта» надіслала 2739 листів, серед яких 258 в Італію.

Тому можемо зробити висновки, що одною з основних платформ розвитку гастрономічного туризму – є фестивалі, які дають можливість розвитку та популяризації доволі нового виду туристичної діяльності – гастрономічного туризму.

В останні роки в Україні було започатковано чимало гастрономічних фестивалів: фестиваль молодого вина «Закарпатське Божоле» (Ужгород), «Галицька дефіляда» (м. Тернопіль), «Конкурс різників свиней – гентешів» (с. Геча, Закарпатська обл.), «Біле вино» (м. Берегово, Закарпатська обл.), гастрономічний фестиваль вина та меду «Сонячний напій» (м. Ужгород, Закарпатська обл.), «Фестиваль ріп'янки» (с. Колочава, Закарпатська обл.), «Гуцульська бринза» (м. Рахів, Закарпатська обл.), «Борщ'їв» (м. Борщів, Тернопільська обл.), фестиваль хліба (хутір Обирок, Чернігівська обл.), «Український кавун – солодке диво» (м. Гола Пристань, Херсонська обл.), свято Полтавської галушки (м. Полтава), свято сала (м. Полтава), фестиваль полуниці (м. Ізюм, Харківська обл.), свято шоколаду (м. Львів), фестиваль дерунів (м. Коростень, Житомирська обл.) тощо [5].

Нині Україна має низку гастрономічних заходів, що створює передумови для розвитку гастрономічного туризму, який має свої особливості у регіональному аспекті.

Зокрема, у 2016 році Укрінформ запустив проект "Їли-пили-2016", присвячений гастрономічним фестивалям України, що сприятиме розвитку не

тільки організаторам цих заходів , але і дозволить туристам отримати більше інформації про ці заходи (місце, вартість, як доїхати) [24].

Представники туристичних підприємств України відзначають, що гастрономічний туризм з кожним роком збільшує свою присутність на туристичному ринку, оскільки туристам стає все цікавіше пізнавати країну не тільки за допомогою різних видів турів, але і з позиції смаку, знайомства з національною кухнею.

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

2.2. Місце гастрономічного туризму в Україні серед інших видів туризму

На сьогодні в Законі України про туризм «гастрономічний туризм» не виділяють як окремий вид туризму, тому дуже важко здійснювати аналіз та порівняння даного виду туризму з іншими.

Отже, для того, щоб проаналізувати популярність даного виду туризму та аспекти його розвитку в Україні, ми можемо розглядати його лише як частину певного виду туризму, наприклад, таких як екологічний (зелений) туризм, сільський туризм тощо, або ж користуватися наявними працями українських науковців, які все ж виділяють гастрономічний туризм серед інших(дод. Б).

Для того щоб проаналізувати розвиток та популярність гастрономічного туризму за регіонами України розглянемо кількість в'їзних іноземців в країну. На офіційному сайті статистичних даних України «Укрстат» існує інформація про в'їзних туристів за видами туризму. Так як гастрономічний туризм не

виділено як окремий вид, розглянемо його в складі виду «дозвілля та відпочинок»[27].

Отже, перше місце за в'їзними туристами в 2019 році займає місто Київ(73 954 осіб), друге місце посідає Львівська обл.(5 435 осіб), третє – Івано-Франківська(2 293 осіб), четверте – Одеська(821 особа). Решта областей являються ще аутсайдерами за кількістю в'їзних туристів.

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

На сьогодні туристична сфера загалом є дуже популярною та корисною сферою діяльності, яка вносить свій вклад в державний бюджет України, адже іноземні туристи все частіше відвідують Україну, і в зведений бюджет України від підприємств туристичної галузі в 2018 році надійшло 4,2 млрд гривень. Це в 2,5 більше, ніж роком раніше (1,7 млрд гривень в 2017 році), заявив перший віце-прем'єр-міністр - міністр економіки і торгівлі України Степан Кубів[26].

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

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

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

3. Основою гастрономічних пропозицій є територія.

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

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

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

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

8. Співпраця. Необхідно, щоб всі особи, які працюють у туристичній дестинації (виробники продуктів харчування, фермери, рибалки, шеф-кухарі, ресторатори, готельєри, представники державної адміністрації тощо), брали участь у створення туристичного продукту гастрономічно готуризму [14].

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

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

Фактично 37,5% респондентів визнають, що співпраці не існує або вона не є дуже значною. Нарешті, опитування закликала респондентів оцінити

економічний вплив гастрономічного туризму на їх туристичні дестинації. В цілому, більшість опитаних організацій зазначили, що досі не здійснюється систематичний аналіз економічного впливу кулінарного туризму. Проте, вони вважають, що вага гастрономії в доходах туристичних дестинацій є дуже значною, приблизно 30%, і що ці дестинації мають великі можливості для роботи в цьому плані [14].

Дослідження показують, що у 93% мандрівників формуються довготривалі, приємні спогади, що базуються на досвіді харчування та вживання напоїв у відвідуваному регіоні. Відомі місцеві продукти харчування та напої, кулінарна історія й гостинність є основою «характеру» регіону, і це приваблює як відвідувачів, так і місцевих мешканців [22].

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

Отже, на базі проведених досліджень, можемо зробити висновок, що на сьогодні в Україні не існує нормативно-правової бази, яка б регулювала туристичну діяльність в повному обсязі. Адже в Законі України про туризм не існує жодної згадки про такий вид туризму, як гастрономічний туризм, а отже на державному рівні не проводиться аналіз цієї діяльності і не можна в повній мірі визначити корисність та розвиток даного виду туризму.

Та все ж в даній роботі були використані дані опитувань респондентів гастрономічного туризму, тобто інформація була отримана з перших вуст і може бути взята до уваги, як правдива. І за цією інформацією ми визначили, що гастрономічний туризм набирає все більших обертів у розвитку і позиціонує себе як перспективний вид туризму для популяризації України на міжнародному ринку та заохочення надходжень у державний бюджет.

2.3. Особливості гастрономічного туризму України за регіонами

Українська сучасна кулінарія має багате історичне минуле, пройшла тривалий час становлення і розвитку, формувалась під впливом багатьох чинників: географічне положення та історичне минуле, релігійні вірування та стародавні звичаї, що регламентують уклад життя. Страви української кухні самобутні та своєрідні, за якими проглядає історія народних уявлень та знань.

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

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

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

Галичина, наприклад, - центр Західної України, зазнала найбільшого впливу Польщі та австро-угорської кухні. Галичина славиться стравами з круп, різноманітними ковбасами, кишками - кров'янками, сальцесонами. В Галицькій кухні змішані різні традиції. В даному регіоні існує велика кількість закладів харчування, які порадуять туристів смачними стравами та доступними цінами.

В Бережанах, наприклад, - можна відвідати пекарню «Місце щасливих людей». В меню є зернова кава (20 грн), Мандрики з гарбузом і вурдою (35 грн), а також свіжі круасани (18 грн).

Далі туристи можуть відправитися у подорож по озеру до ресторану «Хутір». До закладу ходять теплоходи і водні трамвайчики, тому по дорозі можна насолодитися околицями і мальовничою природою. Фірмові страви

ресторану: вареники з сиром і гречкою (45 грн), мізки в клярі (50 грн) і ситна юшка з грибного асорті (39 грн).

Закарпаття майже всю історію знаходилось під владою Угорщини, що спостерігається і в стравах. Бограч – це страва угорської кухні, яка є візитною карткою Закарпаття.

Маючи багату історію, унікальні традиції та вражаючу природу, Закарпаття щороку приймає туристів зі всього світу. Регіон цікавий своїми кулінарними традиціями, тому гастрономічний туризм є одним з перспективних напрямів Закарпаття.

Закарпаття також має давні традиції виробництва сиру, що є цікавими для туристів. Сирний туризм Закарпаття включає в себе: відвідування полонин, пасовищ; відвідування сироварень; відвідування ресторанів, що пропонують послуги дегустації традиційного закарпатського сиру; відвідування тематичних фестивалів; можливість споживання продукції безпосередньо у місці виробництва; можливість долучитись до процесу виробництва сиру відвідування інших спеціалізованих заходів[23].

Сирний туризм Закарпаття має простий принцип свого розвитку: спробувати сир необхідно тільки в місцях виробництва по всій території регіону. У результаті, турист назавжди запам'ятає смак, аромат, характеристики сиру, а також зацікавиться унікальною історією не тільки сироваріння, таємниці виробництва, легенди, в залежності від району чи культури (бойківська, лемківська, гуцульська, долинянська, угорська, словацька, румунська та інша), а й історією всього Закарпаття.

Для популяризації такого виду туризму, на Закарпатті відкрито так званий сирний маршрут, що має протяжність 100 км. Він пролягає декількома районами: Хустським, Рахівським, Міжгірським та Тячівським, і передбачає відвідування полонин, пасовищ, сироварень, ресторанів, а також фестивалів, що пропонують послуги дегустації традиційного закарпатського сиру. Даний маршрут є унікальним та особливим: він дає можливість долучитись до процесу виробництва сиру, кожен учасник, на вибір може

вивчити історію, особливості, технологію приготування сиру, а головне самому виготовити цей чудовий поживний продукт, та здобути новий досвід [3].

Серед лідерів сироваріння та сирного туризму в регіоні є наступні: Селиська сироварня у Нижньому Селищі неподалік м. Хуст, сироварня в с. Іза Хустського району ОСГ «Бараново», ФГ «Салдобош» в с. Стеблівка Хустського району (буйволяча ферма), монастирська сироварня в с. Ракошино Мукачівського району та ферма «Карпатський буйвіл» м. Виноградів [29].

Щодо фестивалів, присвячених сиру на Закарпатті популярністю користується наступні фестивалі: «Рахівська Бринза» (вересень) та «Гуцульська Бринза» (травень), які проходять в м. Рахів.

Під час заходів можна продегустувати різні види сиру, долучитися до процесу виготовлення сиру, а також пізнати гуцульську культуру через побут, автентичні традиції та національну кухню. Перспективними напрямками розвитку «сирних турів» окрім основного овечого, козиного та коров'ячого молока, є організація турів на ферми буйволів.

У селі Ботар у Виноградівському районі є незвичайна ферма «Тізеш», де знаходиться дегустаційний зал варення. На місцевому сленгу варення це «леквар».

Карпатське варення роблять тільки з екологічних продуктів, вирощених під чуйним увагою господарів ферми. В асортименті яблучне, кизилоче, сливоче, полуничне, порічкове і чорничне варення.

Крім варення гостям пропонують і натуральні соки. У дегустаційному залі пропонують скуштувати фірмову страву - ковбасу з варенням. М'ясо для ковбаси також виготовляють на фермі і не з кого попало, а зі справжньої волохатою свині, карпатської корови і чеської кози.

Біле золото Карпат - бринза, тому наступним пунктом туру повинна стати «Селиська сироварня».

У Нижньому Селищі поблизу долини нарцисів розташувалася сироварня з залом для дегустації. Сир тут виготовляють за інноваційною швейцарською технологією без ароматизаторів та консервантів. За технологією майстри можуть використовувати тільки коров'яче молоко. В асортименті три фірмових сиру: «Сільський», «Нарцис Карпат» і «Хуст».

У Міжгірської пивоварні щодня проходить дегустація різних видів пива. Крім того, обов'язковим пунктом потрібно внести село Гукливе - місце «проживання» чорниці. А в мілітарі-садибі Grün Hof, між іншим, проходять майстер-класи від Ференца Гукливчика з приготування грибного заливного на багатті.

У ресторані «Гагарін і Бокораш» неймовірне хмільне пиво домашнього приготування і колоритна атмосфера[28].

Ще одне місто – представник західної української кухні – Львів.

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

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

До речі, на території історичної «Львівської пивоварні» відкрили новий музейно-культурний комплекс «Львіварня».

Всім відвідувачам музею розкривають секрети темного львівського напою. Гостям показують найперші кадри і діафільми про пивоварню, а також демонструють техніки виготовлення пива.

З музею пивоварні туристи можуть потрапити в ресторан «Хмільний дім Роберта Домса», він розташований там, де раніше були пивні підземелля. До пива подають раків і різноманітні закуски власного виробництва.

Ресторація-музей «Гасова лямпя» - місце для гурманів. У кнайпі зібрана величезна колекція Гасова лямпя. Відомо, що лампи були винайдені саме у Львові, тому заклад носить таку назву[29].

Північ України також славиться своїми особливостями. Щороку у вересні в Коростені(Житомирська обл.) проходить неймовірно смачне і цікаве дійство – Міжнародний фестиваль дерунів. Це незабутня подорож в чарівний світ місцевого колориту поліської кухні. Коростень – одне з міст України, яке славиться саме традиційними національними стравами – ситними, смачними і різноманітними. Але саме деруни – це візитна картка регіону. У самому місті під час другого за рахунком фестивалю тожественно був відкритий пам'ятник деруну.

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

Одеса, як представник південної частини України також славиться найрізноманітнішими смачними стравами з морепродуктів, що обумовлено її прибережним розташуванням. Серед численних рибних страв варто спробувати гефілте-фіш. Це фарширована риба, приготовлена з декількох видів риб. Завжди залишається затребуваною смажена риба. Але все ж особливою популярністю користується одеський плов з мідіями. Його готують як відомі ресторани, так і невеликі прибережні кафешки. Також мідії часто просто смажаться на великих металевих листах. Традиційною одеської закускою до пива є відварні дрібні креветки, які називають «рачками» [1].

Культове місце в Одесі - ресторан «Франзоль», де все вказує на те, що ви потрапили за адресою. В інтер'єрі, звичайно, єврейські мотиви: трохи

хімерні дивани і скромні штори. На стінах - фотографії відомих особистостей, які відвідували заклад, серед них є навіть Бондарчук. Фірмові страви із запеченої на розпеченим залізом риби: одеські бички (85 грн), барабулька (85 грн), луфарь (95 грн) і казанчик мідій (89 грн).

Кларабара - екстравагантний одеський ресторан з цікавим інтер'єром. Головна страва - судак з кедровими горішками (65 грн). Пафосне блюдо під назвою «цяця» (99 грн) - це асорті з хрусткою риби з часниковим соусом. Кращим десертом сміливо можна назвати «Мамкин Наполеон» (85 грн), приготований з листового тіста з ніжним кремом.

У винній карті особливе місце виділено українським винам. Келих червоного напівсолодкого (35 грн) стане відмінним доповненням до вечері.

Отже, проаналізувавши праці українських вчених та інформацію, щодо найпопулярніших закладів кулінарії та пов'язаною з нею діяльністю, можемо зробити висновок, що найбільший гастрономічний потенціал розвинений в Західній, Південній та трішки менше в Центральній Україні (Дод. Д).

Також, для визначення найпопулярнішого регіону України щодо гастрономічного туризму, можемо проаналізувати кількість фестивалів країни за 2015-2017 рр. (Дод. В), адже, як ми визначили в підрозділі 2.1., саме фестивалі є основною платформою для популяризації гастрономічного туризму, тому їх аналіз може надати нам більше інформації щодо розвитку гастрономічного туризму в областях України.

Дані взяті з наукових праць та статей українських вчених.

Для аналізу візьмемо найбільш популярні області щодо розвитку в них гастрономічного туризму:

Закарпатська область в 2015 році мала 5 гастрономічних фестивалів, 2016 році – 8, в 2017 році – 23.

Київська область в 2015 році – 2, 2016 – 4, 2017 – 15 фестивалів.

Львівська в 2015 році – 4, 2016 – 4, 2017 – 10.

Полтавська в 2015 році – 2, 2016 – 5, 2017 – 8.

Одеська в 2015 – 2, 2016 – 4, 2017 – 6.

Також маємо можливість окремо проаналізувати рейтинг областей за гастрономічними фестивалями в 2019 році (Дод.Г).

Отже, перше місце займає звичайно Закарпатська область, друге – м.Київ, третє – Львівська область, четверте – Полтавська, п'яте – Одеська, шосте – Тернопільська. Решта областей мають дуже малий відсоток проведених фестивалів або взагалі його не мають, наприклад, як Черкаська область.

Для того щоб проаналізувати реальну ситуацію розвитку гастрономічного туризму на регіональному ринку України, розглянемо пропозиції декількох сучасних туроператорів.

Туроператор «I go to world» пропонує такі тури:

1. Сиро-винний тур Закарпаттям – це захоплююча подорож по Закарпаттю, яка влаштує вам знайомство з різними етнокультурами цього регіону, зокрема з місцевою кухнею. А знамениті вина Берегівського району в поєднанні з кращими місцевими сирами приємно порадують навіть найзавзятіших гурманів. Тур насичений цікавою туристичною програмою з відвідинами знаменитих історичних і природних об'єктів.

2. Смачне Закарпаття - подорож по найзнаменитіших містах і замках Закарпаття, поєднана з смачною закарпатською кухнею, відбувається дегустація сирів з вином.

3. Кулінарне Закарпаття - цей цікавий і не менш смачний тур присвячений всім любителям вишуканої їжі. Лише тут у вас є можливість поласувати місцевими делікатесами: бограчем-гуляшем, кремзликом з м'ясом і овочами, палачінтами з домашнім лекваром і місцевим делікатесом – жаб'ячими лапками. Ці та багато інших смаколиків будуть приправлені міцними наливками та домашнім вином.

4. Полтавські галушки - тут в гру вступає колоритна Полтавщина. Ви познайомитеся з легендарною Диканькою, мальовничою Полтавою, побачите столицю гончарства Опішню, пройдетеся гоголівськими місцями. Якщо ви думаєте, що приготувати галушки простіше простого, то ви

помиляєтеся. Тільки тут можна взяти участь у майстер-класі і дізнатися всі тонкощі приготування полтавських галушок.

5. Хмільний Львів - пропонується прогулянка стародавніми вулицями Львова в поєднанні з відвідуванням місцевих ресторанів і барів. Побувавши в музеї пивоваріння, ви дізнаєтеся історію цього стародавнього напою а також візьмете участь у дегустації свіжозвареного пива. «Львівські кав'ярні» запропонують вам насолодитися знаменитою львівською кавою і дізнатися секрети її приготування.

6. Прогулянка по-одеськи - до ваших послуг харчування в кращих закладах міста, де завжди все свіже і смачне. Родзинкою туру стане відвідування кон'ячного заводу.

7. Фестиваль їжі у Луцьку і Тунель кохання, який відбувається щорічно 14–15 травня у Луцьку під назвою: «Lutsk Food Fest». Кращі кулінари нашої країни беруть участь у створенні кулінарних шедеврів. Гості зможуть не тільки взяти участь у дегустації, але й придбати вподобані страви.

Інший ТО «Етносвіт» пропонує також відвідати Закарпаття та Львів в гастротурах «Таємниці Хустського замку+Синевир», «Екскурсія Львів – місто шоколаду» та ін.

ТО «Відвідай» пропонує тури: «Дегустаційно-термальний тур «Феєрія новорічного Закарпаття»», «Принади Брюхович: дегустація та архітектура», фестивально-термальний тур “Ужгородська палачінта” та інші тури по Закарпаттю.

Схожі тури в Західну та Центральну Україну пропонують майже всі туроператори – «FLIXESS», «Aves», «Атлант Тур», «Деінде» та багато інших.

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

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

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

Висновки до Розділу 2

В другому розділі ми розглянули гастрономічний туризм безпосередньо в Україні, його розвиток загалом та місце на туристичному ринку України.

Ми визначили, що на державному рівні поки що існує небагато проектів, які б сприяли розвитку саме гастрономічного туризму. Зачасту гастрономічний туризм включають як елемент іншого виду туризму, наприклад, таких як, культурно-пізнавальний, подієвий та ін.

Тому в магістерській роботі, що стосується безпосередньо статистичних даних, то вони були взяті на основі подієвого туризму, а саме – гастрономічних фестивалів. На базі цих даних ми визначили, що найпопулярнішими регіонами України щодо гастрономічного туризму є Закарпатська область, Київська обл., Полтавська обл., та Одеська обл.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Порівняльний аналіз проблем розвитку гастрономічного туризму в світі та Україні

У всьому світі туризм тлумачать як соціально-економічне явище, що має прямий та опосередкований вплив на розвиток всієї пов'язаної з ним інфраструктури. Однак в Україні, що володіє колосальними туристичними ресурсами, туризм ще не досяг рівня розвитку, адекватного своїм потенційним можливостям.

Туристична галузь України має величезний потенціал для розвитку і проявлятися це може в різних формах та видах туризму, адже наша країна має платформу для реалізації та просування всіх видів туризму.

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

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

З огляду даних негативних проявів гастрономічний туризм України і загалом туристична сфера гальмується у розвитку. І це стосується не лише в

ракурсі міжнародного туризму, а й внутрішнього, який гальмується багатьма негативними факторами. Серед них:

- недосконалість нормативно-правової бази;
- обмеженість асортименту запропонованих послуг;
- відсутності явища масовості туризму в Україні і низьку

платоспроможність основної маси населення.

Також, гастрономічний туризм – це вид туризму, який в першу чергу пропонує не послугу, а конкретний продукт. Продукція гастрономічного туризму є продукцією нетривалого зберігання. Це одна з локальних проблем, яка стосується всіх підвидів гастрономічного туризму як внутрішнього так і міжнародного туризму.

Структурна перебудова сучасної економіки дає змогу говорити про необхідність кардинальної структурної перебудови вітчизняного туризму, передусім завдяки змінам пріоритетів – переходу від виключної орієнтації на елітарний туризм до розвитку недорогих масових видів туризму.

В першу чергу, практично всі гальмуючі фактори розвитку туристичної галузі залежать від одного найголовнішого аспекту – від недостатньої профінансованості туристичної галузі. Так як державний бюджет України через низку політичних та економічних факторів, не може належним чином підтримати туристичну сферу, то потрібно по максимуму залучати приватних підприємців та окремих осіб інвестувати в дану галузь, адже інвестиційна політика є важливою складовою механізму державного регулювання туристичної галузі та охоплює комплекс заходів, спрямованих на залучення капіталу у розвиток туристичної інфраструктури.

Аналізуючи конкретно гастрономічний туризм, важливо визначити фактори, які впливають на його розвиток[3].

До основних факторів слід віднести:

1) соціально-економічні:

— економічний стан населення та країни в цілому;

- законодавча, нормативно-правова база в галузі туристичної та готельно-ресторанної справи;
 - наявність ресурсної бази;
 - екологічний стан території;
 - стан розвитку АПК, харчової переробної промисловості;
 - національний склад, розвиток культури та народних традицій;
 - статевий склад;
 - віковий склад;
 - професійний склад;
 - розвиток інфраструктури (наявність транспортного сполучення, місць тимчасового розміщення, закладів харчування і т.д.);
- 2) політичні;
- 3) релігійні.

На сьогодні для розвитку гастрономічного туризму дуже важливо налагодити систему співпраці підприємств.

На сьогодні існує співпраця з конкретними маркетинговими акціями місцевих ресторанів. Але нині все ще не вироблено стабільних інструментів співпраці для розвитку та просування гастрономічного туризму.

Ще одна проблема, яка стосується міжнародного ринку і напряду впливає на розвиток туристичної сфери – імідж країни.

Основні питання, що турбують туристів в процесі визначення з країною подорожі, є ті, що відносять до загального іміджу держави, тобто культурний рівень, екологічна ситуація, криміногенна обстановка, національна та релігійна толерантність, політична та економічна стабільність.

Україна, охоплена політичною кризою, має передусім імідж політично нестабільної держави. Саме тому необхідні цілеспрямовані теоретично обґрунтовані дії держави з метою формування певного привабливого політичного іміджу.

За дослідженням міжнародного іміджу України, яке проводилось на основі аналізу публікацій та повідомлень впливових іноземних ЗМІ

спеціалістами Українського центру економічних і політичних досліджень, дало невтішний результат, думка іноземців щодо України, є досить поверховою, фрагментарною і переважно негативною.

Найчастіше повідомлення про Україну з'являються в американських, канадських та західноєвропейських виданнях. Уявлення жителів цих держав формується на основі інформації про корупцію, нелегальних мігрантів, Чорнобильську проблему, про вади української демократії, голодомор 1932-33 рр., складні взаємовідносини з Росією, значний нереалізований потенціал української науки, незахищеність прав інтелектуальної власності[7].

Отже, можемо зробити висновки, що на сьогодні існує достатня кількість проблем, яка гальмує розвиток туризму загалом і в особливості такий новий для України вид туризму, як гастрономічний.

3.2. Перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні

Провідні фахівці туристичної індустрії виділяють такі сучасні глобальні тенденції розвитку гастрономічного туризму:

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

2. «Гастрономічні» туристи – це туристи, які беруть участь у нових напрямках культурного споживання. Вони – мандрівники, які пізнають автентичність відвідуваних місць через їжу.

3. Основою гастрономічних пропозицій є територія. Терруар – це елемент, який її відрізняє і є джерелом локальної ідентичності. Він охоплює екологічні та ландшафтні цінності, історію, культуру, традиції, сільську природу, море, власну кухню цього місця. У зв'язку з цим перетворення території на кулінарний ландшафт є однією із проблем туристичних дестинацій.

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

5. Стійкість. Гастрономічний туризм здатний вирішувати проблеми культури та навколишнього середовища шляхом, що є сумісним з суто економічними аргументами. Ідея полягає не в тому, щоб створити новий недискримінаційний тиск на кулінарну спадщину, але використовувати її раціонально з огляду на стійкість. Мова йде не про «туристифікацію» гастрономії, а про створення нових пропозицій або збільшення існуючих.

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

7. Зв'язок. Туристичні дестинації повинні сформулювати достовірний та автентичний опис своїх пропозицій на ринку гастрономічного туризму. Нині досвід туристичної подорожі не обмежується лише фактичними днями її здійснення, а починається значно раніше, з її підготовки (турист збирає інформацію, порівнює, купує). Цей досвід закінчується, коли мандрівник оцінює й ділиться своїми враженнями через соціальні мережі. Ключову роль у процесі створення гастрономічного іміджу туристичної дестинації відіграють відомі шеф-кухарі, засоби масової інформації, туристичні путівники, гастрономічні блоги та соціальні мережі.

8. Співпраця. Необхідно, щоб всі особи, які працюють у туристичній дестинації (виробники продуктів харчування, фермери, рибалки, шеф-кухарі, ресторатори, готельєри, представники державної адміністрації тощо), брали участь у створення туристичного продукту гастрономічного туризму[9].

З вище викладеного можемо зробити висновки, що в Україні гастрономічний туризм має великі перспективи для розвитку, адже основою в гастрономічному туризмі в першу чергу є продукт та послуга, яка дає змогу

проявити великий культурний потенціал країни, її традиції та далеку історію, і всім цим Україна може забезпечити кожного туриста.

Ще одним позитивним аспектом є те, що в Україні досить невисокі ціни як на туристичні послуги, так і загалом на окремі одиниці, які необхідні подорожуючим(особливо, що стосується міжнародного туриста та іноземців).

Перспектива даного виду туризму також заснована на супутніх видах туризму, наприклад, таких як інсентив-туризм або його ще називають бізнес-туризм. Тобто загалом люди в першу чергу їдуть з діловою метою, а заодно і хочуть ознайомитися з культурою та традиціями даної країни і звичайно першим на черзі стає кулінарний туризм.

Гастрономічний туризм може розвивати будь-яка країна, будь-який регіон, оскільки кожен з них відрізняється неповторною національною та місцевою кухнею, традиціями та гостинністю. Серед регіонів України можна виділити Буковину як перспективний центр гастрономічного туризму, де населення відрізняється своєю дружелюбністю і гостинністю. Буковина займає особливе місце в історико-культурній спадщині України.

Туристичні ресурси для етнічного туризму на території Буковини багаті і самобутні: це пам'ятки архітектури, музейні експозиції, мальовнича природа, і, звичайно, унікальна національна та місцева кухня. У сукупності все це створює сприятливі умови для відпочинку і ознайомлення з історією та культурою регіону. Етнокультурний туризм на Буковині має значні перспективи, що визнається органами місцевого самоврядування. Так, 28 лютого 2018 у Чернівецькій облдержадміністрації відбулося засідання Координаційної ради з питань розвитку туризму за участі представників туристичного бізнесу Буковини. Цьогоріч вирішили особливу увагу приділити зацікавленню туристів гастрономічними та релігійними особливостями нашого краю.

Водночас, гастрономічний туризм на Буковині наразі недостатньо розвинутий – майже відсутні добре сформовані і відпрацьовані гастрономічні маршрути. Слід усвідомити перспективність цього напрямку розвитку туризму

на Буковині, розробляти нові гастрономічні маршрути, розвивати міський гастрономічний туризм, використовуючи найбагатший ресурсний потенціал; вести роботу з просування і популяризації етнічних гастрономічних туристичних ресурсів.

Також окремо можемо виділити Київ. Враховуючи той факт, що Київ є сучасною столицею України. Також місто Львів – колишня столиця та найбільше місто Західної України, а також, неабиякий інтерес для відвідувачів становить Одеса як найпотужніший культурно-історичний, економічний та туристичний центр Півдня України.

Що стосується підвидів гастрономічного туризму, то в першу чергу можемо згадати про ено-гастрономічний туризм, адже південь нашої країни має сприятливий клімат для вирощування продукції для виноробства, тому на даний момент і в перспективі винний туризм має місце для розвитку.

На сьогодні розвиток винного туризму підтримується державою та незалежними інвесторами.

Першим кроком на шляху до розвитку в Україні винного туризму стало створення Асоціації сприяння розвитку винного та гастрономічного туризму в Україні. Асоціація сприяє розвитку винного та гастрономічного туризму в Україні, популяризує оригінальну винну, гастрономічну та кулінарну продукцію, поширює автентичні національні традиції виноробства та кулінарії, створює винні і гастрономічні маршрути, розповсюджуючи національний тематичний туристичний продукт на території України та за кордоном[6].

Значну роль у розвитку винно-гастрономічного туризму та його різновидів відіграють гастрономічні свята та винні фестивалі. З кожним днем в Україні зростає кількість гастрономічних фестивалів, таких як: Міжнародний фестиваль вин в Берегові, Фестиваль-ярмарка "Золотий гуляш", Фестиваль "Медовий Спас", Фестиваль «Сливовий леквар», Фестиваль Борщу "Борщ-їв", Гастрономічний "Фестиваль ріп'янки", Свято

Хліба у Львові, Фестиваль вареників у Луцьку, Фестиваль дерунів у Коростені і багато інших.

Курс України на європейську інтеграцію сприяє тому, що фестивальний рух отримує додаткові резерви для розвитку, запозичуючи основні форми та методи його організації від провідних європейських країн. Набувають популярності винні тури по Закарпаттю, Одеській, Херсонській та Миколаївській областях що є традиційними центрами українського виноробства.

Українська національна культура відзначається багатими кулінарними традиціями. Західноукраїнська кухня помітно відрізняється від східноукраїнської завдяки впливу турецької кухні на буковинську, угорську на гуцульську, і російської на кухню Слобідської України. Найбільшою різноманітністю відрізняється кухня Центральної України, особливо областей центра Правобережжя.

Отже, можна зробити висновок, що українська кухня виступає суттєвим фактором стимулювання туристичних потоків. Пошук нових шляхів організації харчування базується на дослідженні гастрономічної складової туристичного продукту, на основних принципах брендингу території, що формують туристський імідж місцевості, на процесі створення враження про товару свідомості споживачів.

Місцеву кухню можна розглядати як туристський ресурс територій, що дозволяє створити нові туристичні продукти, відкрити нові грані туристської дестинації. Вона може бути використана для розуміння соціального та економічного стилю життя регіону.

Гастрономічний туризм є одним з найбільш цікавих та пізнавальних видів туризму і може стати вагомим чинником економічного розвитку нашої країни та важливим засобом поглиблення інтеграційних процесів між країнами світу.

Посилаючись на вищевикладене, на пропозиції українських туристичних операторів та загалом на праці багатьох українських науковців,

можемо зробити висновки, що на сьогодні гастрономічний туризм розвинений лише в Закарпатській, Одеській, Полтавській області на досить непоганому рівні. Інші області є аутсайдером на даний момент та практично не пропонують нових туристичних продуктів саме в гастрономічному туризмі, хоча потенціал є практично в кожному регіоні України.

Тому основним нашим завданням на сьогодні є започаткування розвитку гастрономічного туризму у в областях-аутсайдерах, а також покращення якості обслуговування в регіонах, де вже існує даний вид туризму.

3.3. Пропозиції розвитку гастрономічного туризму в Україні в контексті сучасних умов та економічного стану держави

В попередніх розділах ми розглянули загальний рівень розвитку, проблеми та перспективи гастрономічного туризму в Україні. Тепер потрібно задуматися, як даний вид туризму можна розвивати і зробити так, щоб Україна завдяки ньому стала не аутсайдером на міжнародній арені, а змогла достойно представити себе серед інших країн світу.

На нашу думку кожна область має перспективи для розвитку, та не кожна робить якісь дії для покращення ситуації. Але можемо виділити певні регіони, які крокують вперед та мають вже певні плоди.

У Вінниці, наприклад, відбувся "круглий стіл" на тему "Проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму Вінницької області".

Гастрономічний туризм зайняв важливе місце в Програмі розвитку туризму у Вінницькій області до 2020 року. Проекти з розвитку гостротуризму в регіоні обговорювали сьогодні у Вінницькій обласній державній адміністрації.

В рамках "круглого столу" засновники проекту "Гастро-гід Вінницька область" розповіли про потенціал гастрономічного туризму в області, а також проєкт і його результати за перші три місяці роботи.

"Локальна і рідна кухня – невичерпне джерело для вивчення і відкриття нового і незвіданого. Ми прагнемо розвивати внутрішній ринок туристичних і супутніх послуг у Вінницькій області", – зазначила одна із засновників проєкту.

Вони також закликали представників крафтового виробництва, туристичного бізнесу та рестораторів приєднатися до ініціативи і розповіла про переваги партнерства у проєкті. Учасники заходу обговорили питання включення до туристичних маршрутів закладів харчування і виробництва унікальних харчових продуктів, а також включення проєкту "Гастро-гід Вінницька область" до Програми розвитку туризму.

Отже, з даних пропозицій ми бачимо, що Вінницька область, яка на сьогодні є ще аутсайдером в розвитку гастрономічного туризму, в першу чергу закликає членів супутніх видів бізнесу об'єднатися та працювати в одному напрямленні задля взаємовигоди та наповнення бюджету держави.

Також для України дуже важливим аспектом є створення сприятливих умов для розвитку інвестування сфери туризму і діяльності курортів, так як державне фінансування на досить низькому рівні.

В майбутньому також мають просуватися запровадження механізмів стимулювання для будівництва нових та реконструкції наявних об'єктів туристичної та курортної інфраструктури.

В першу чергу українські туристичні компанії, які пропонують туристичний продукт, в особливості, що стосується гастрономічного туризму мають давати акцент на якість. У спеціалізованих, немасових видах туризму акцент робиться не на ціні, а на якості, оскільки на відміну від масового сегменту турист тут вибагливіший, а також платоспроможніший;

Головні стратегічні напрями подальшого розвитку гастрономічного туризму України також є такі:

- забезпечення загальнодержавної і регіональної підтримки туризму, залучення до його розвитку як державних, так і підприємств інших форм власності, а також окремих громадян;

- створення розвиненої туристичної інфраструктури з метою надання якісних і різноманітних послуг туристам;
- забезпечення пріоритетності вітчизняного внутрішнього та іноземного (в'їзного) туризму на основі використання туристичних ресурсів, національної історико-культурної спадщини українського народу;
- розвиток інформаційно-рекламної і маркетингової діяльності;
- підготовка і перепідготовка та підвищення кваліфікації кадрів для потреб рекреаційно-туристичної діяльності.

Ці та інші напрямки визначають орієнтири і пріоритети розвитку рекреаційно-туристичної діяльності в Україні.

Також велику увагу варто приділити селам та малим містам України, де якраз і збереглися ті давні традиції побуту та життя місцевих жителів.

На сьогодні вже існує проєкт розвитку малих міст України, але що стосується гастрономічного туризму, то на даній платформі доволі мало висунуто ідей щодо його розвитку.

Що стосується ідей для урізноманітнення гастрономічної галузі, можемо запропонувати створити туристичний продукт з урахуванням природних та національних особливостей України.

Так як наша країна має дуже вигідне географічне розташування, можна створити маршрут, де основним транспортним засобом буде плавучий засіб, де будуть надаватися послуги гастрономічного характеру, тобто можна об'єднати кілька видів туризму і зробити нахил саме на гастрономічному.

Як місце надання послуг будуть річкові та морські судна, які сплавляються по українським водним об'єктам, в особливості по головній артерії України - Дніпру з елементами гастрономії та еногастрономії.

Даний продукт, у порівнянні з класичним круїзом, дозволяє розширити програму перебування та врахувати потреби різних за віком груп споживачів.

Головною проблемою є звичайно сезонність, а також звичайно недостатня профінансованість даного проєкту.

Задля його розвитку, його можна презентувати не просто як окремий вид внутрішнього туризму, а як елемент міжнародного, адже можна скомбінувати річковий та морський вид подорожі з відвідання сусідньої держави по морю, наприклад, Болгарія, або ж навіть по суші – Румунія і таким чином на судні презентувати національну українську кухню з елементами особливостей тих регіонів та країн, куди направляється судно.

Отже, як бачимо, гастрономічний туризм має величезне підґрунтя для розвитку та популяризації як серед місцевих жителів, так і на міжнародному рівні. Потрібно лише висувати нові ідеї розвитку та максимально залучати інвесторів, які дадуть поштовх до створення нових кластерів та платформ в туристичній галузі загалом і в особливості для розвитку гастрономічного туризму.

Висновки до Розділу 3

В третьому розділі ми розглянули основні проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні та визначили, що проблеми в основному співпадають з основними проблемами туризму, а саме нестабільна політична ситуація, недостатня профінансованість, недосконала нормативно-правова база, недостатньо розвинена інфраструктура, високі ціни та низька якість наданих послуг.

Що стосується перспектив розвитку гастрономічного туризму, то ми визначили, що даний вид туризму є доволі перспективним. Адже українцям є що запропонувати як внутрішнім туристам, так і іноземцям, також кулінарний туризм є не сезонним явищем, що дає можливість цілорічно поповнювати державний бюджет. А також, що немало важливо, даний вид туризму можна розвивати у всіх регіонах України, адже держава має велику протяжність та сусідство з цікавими країнами, які повпливали на кухню прикордонних областей, що дало можливість уніфікувати ці області та мати змогу запропонувати цікавий та смачний продукт.

ВИСНОВКИ

Отже, в даній роботі ми висвітлили основні тенденції, перспективи та проблеми розвитку гастрономічного туризму в світі та Україні.

Розглянули поняття та класифікацію даного виду та виявили, що на сьогодні не існує єдиного поняття «гастрономічного туризму», адже це доволі новий вид туристичної сфери і думки багатьох науковців різняться між собою, тому на основі праць сучасних українських вчених ми запропонували свій варіант дефініції гастрономічного туризму.

Тому гастрономічний туризм – це вид туристичної діяльності, де подорожуючі задовольняють свої культурні та гастрономічні потреби за допомогою ознайомлення з кухнею певної країни(навіть своєї країни), проникаючи певним чином в побут та звичаї конкретної дестинації і ознайомлюючись з її звичаями та традиціями.

Також, ми проаналізували динаміку розвитку гастрономічного туризму в світі та Україні і виявили, що даний вид туризму найбільш популярний в таких країнах як Франція, Таїланд, Італія, Греція, Китай, Японія, Німеччина.

Що стосується України, то на сьогодні гастрономічний туризм не являється пріоритетним видом туристичної сфери і має доволі слабо розвинену мережу. Найпопулярнішими регіонами серед іноземців на сьогодні є: м. Київ, Львівська обл., Івано-Франківська обл. та Одеська обл.

Основними проблемами розвитку гастрономічного туризму нині є:

- недостатній розвиток туристичної інфраструктури;
- економічна та політична нестабільність у країні;
- недостатньої ефективності реалізації механізму забезпечення пріоритетів державної політики у сфері організації експорту туристичних послуг;
- відсутність загалом комплексного бачення країни як перспективної туристичної дестинації;

- недосконалість реклами українських туристичних центрів за кордоном тощо.

З огляду даних негативних проявів гастрономічний туризм України і загалом туристична сфера гальмується у розвитку. І це стосується не лише в ракурсі міжнародного туризму, а й внутрішнього, який гальмується багатьма негативними факторами. Серед них:

- недосконалість нормативно-правової бази;
- обмеженість асортименту запропонованих послуг;
- відсутності явища масовості туризму в Україні і низьку платоспроможність основної маси населення.

Визначили тенденції і подальші перспективи розвитку даного виду туризму:

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

2. «Гастрономічні» туристи – це туристи, які беруть участь у нових напрямках культурного споживання. Вони – мандрівники, які пізнають автентичність відвідуваних місць через їжу.

3. Основою гастрономічних пропозицій є територія. Терруар – це елемент, який її відрізняє і є джерелом локальної ідентичності. Він охоплює екологічні та ландшафтні цінності, історію, культуру, традиції, сільську природу, море, власну кухню цього місця. У зв'язку з цим перетворення території на кулінарний ландшафт є однією із проблем туристичних дестинацій.

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

5. Стійкість. Гастрономічний туризм здатний вирішувати проблеми культури та навколишнього середовища шляхом, що є сумісним з суто економічними аргументами. Ідея полягає не в тому, щоб створити новий недискримінаційний тиск на кулінарну спадщину, але використовувати її

раціонально з огляду на стійкість. Мова йде не про «туристифікацію» гастрономії, а про створення нових пропозицій або збільшення існуючих.

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

7. Зв'язок. Туристичні дестинації повинні сформулювати достовірний та автентичний опис своїх пропозицій на ринку гастрономічного туризму. Нині досвід туристичної подорожі не обмежується лише фактичними днями її здійснення, а починається значно раніше, з її підготовки (турист збирає інформацію, порівнює, купує). Цей досвід закінчується, коли мандрівник оцінює й ділиться своїми враженнями через соціальні мережі. Ключову роль у процесі створення гастрономічного іміджу туристичної дестинації відіграють відомі шеф-кухарі, засоби масової інформації, туристичні путівники, гастрономічні блоги та соціальні мережі.

8. Співпраця. Необхідно, щоб всі особи, які працюють у туристичній дестинації (виробники продуктів харчування, фермери, рибалки, шеф-кухарі, ресторатори, готельєри, представники державної адміністрації тощо), брали участь у створення туристичного продукту гастрономічного туризму.

І на останок виявили та запропонували нові ідеї розвитку гастрономічного туризму в Україні, а саме знайшли інформацію щодо розроблення нових програм розвитку гастрономічного туризму в непопулярних областях України та запропонували новий спосіб розвитку даного виду туризму.

Отже, дана магістерська робота була присвячена аналізу такого перспективного виду туризму як гастрономічний. На нашу думку саме такий вид туризму може популяризувати Україну як привабливу для іноземних інвестицій та позиціонувати нашу державу на міжнародному ринку як безпечну, багату на культурні традиції та об'єкти.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антоненко В. Міжнародний туризм як чинник взаємодії та взаємозбагачення культур / ред. В. Пазенко. Київ, 2005.
2. Архипов В. Особливості культури і традицій харчування народів світу / ред. В. Архипов, О. Іванникова. – Київ, 2005.
3. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. 2012. С. 128—132.
4. Басюк Д. І. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики : монографія. Вінниця : ПП «ТД «Едельвейс і К», 2017. 318 с.
5. Вишневецька Г. Г. потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму. Географія та туризм. 2011. № 14. С. 100—115.
6. Вишневецька Г. Г. Гастрономічні свята та фестивалі як туристична атракція. Географія та туризм. 18-те вид. 2012. С. 55—62.
7. Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму. Київ : Знання, 2011. 334 с.
8. Макаруч С. А. Етнографія України. Львів: Світ, 2004. 312 с.
9. Нездоймінов С. Г. Терруар як основа розвитку винного туризму на півдні України. Агросвіт. 2013. № 22. С. 46—52.
10. Нездоймінов С. Г. Регіональні контури кластерного розвитку винного туризму. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2014. С.136-141.
11. Патійчук В. О. Сучасні тенденції розвитку винного туризму в Європі. Актуальні проблеми країнознавчої науки, м. Луцьк, 15 груд. 2015 р. / Вежа-Друк. 2015. С. 162—167.
12. Стешенко Д. О., Парфіненко А. Ю. Гастрономічний туризм як чинник розвитку туристичної сфери України. Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети, м. Харків, 9 лист. 2012 р. / ХНУ ім. В. Н. Каразіна. Харків, 2012. С. 239—241.

13. Уліганець, С. І. Значення туристичного іміджу для розвитку Закарпатської області. Географія та туризм. 2013. № 24. С. 162-173.
14. Шандор Ф.Ф. Сучасні різновиди туризму. Київ. 2013. 334 с.
15. Гастрономический туризм. Сайт о вкусных путешествиях. URL: <http://www.gastrotur.ru>
16. Головні пункти гастрономічної подорожі в Україні. URL: <http://i-pro.kiev.ua/content/golovni-punkti-gastronomichnoyi-podorozhi-v-ukrayini>.
17. Ключові показники та офіційні статистичні дані туристичної сфери. URL: <https://knoema.ru/>.
18. Корнілова В. В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. Ефективна економіка. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kornilova.htm.
19. Культурний шлях Європи. Via Regia. URL: <http://www.via-regia.com.ua>.
20. Офіційний сайт Міжнародної асоціації гастрономічного туризму. 2014. URL: <http://www.worldfoodtravel.org>
21. Офіційний сайт Всесвітнього економічного форуму. 2014. URL: http://www3.weforum.org/docs/TTCR/2013/TTCR_OverallRankings_2013.pdf
22. Офіційний сайт Верховної Ради України. 2014. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/324/>
23. Путешествие гурманов. URL: <http://www.superman.ru>
24. Свято сиру і вина у Львові. URL: <http://www.cheeseandwine.com.ua/>.
25. Сирний туризм Закарпаття. URL: <https://tourinform.org.ua/syrnyj-turyzm-zakarpattya/>.
26. Сироварні Закарпаття. URL: <https://vidviday.ua/blog/5-syrovaren-zakarpattya/>.
27. Хаща Д.І. Специфіка кавового туризму на Закарпатті. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/hascha.htm
28. Allen G. J., Albala K. Encyclopedia of the Food and Drink Industries. The Business of Food. 2010. P. 112.

29. Brokaj M. The Impact of the Gastronomic Offer in Choosing Tourism Destination. Academic Journal of Interdisciplinary Studies MCSER Publishing. 2014. P.249-258.
30. Dasilva D. Assessing The Economic Potential For Culinary Tourism In Suriname. 2015. URL: <http://www.surinamecompete.org/wp-content/uploads/2016/01/Assessing-The-Economic-Potential-Of-Culinary-Tourism-Revised.pdf>.
31. Global Report on Food Tourism. UNWTO. 2012. URL: <https://tourlib.net/wto/food-tourism2012.pdf>.
32. Hall C.M. Tourism Business Frontiers. Consumers, Products and Industry. URL: <https://www.globalspec.com/reference/47077/203279/chapter-16-gastronomy-food-and-wine-tourism>.
33. World Food Travel Association (WFTA). URL: <https://www.worldfoodtravel.org/cpages/home>.
34. Wolf E. Culinary Tourism. Travel & Tourism Marketing. 2006. P. 137—148.

ДОДАТКИ

Класифікація гастрономічного туризму

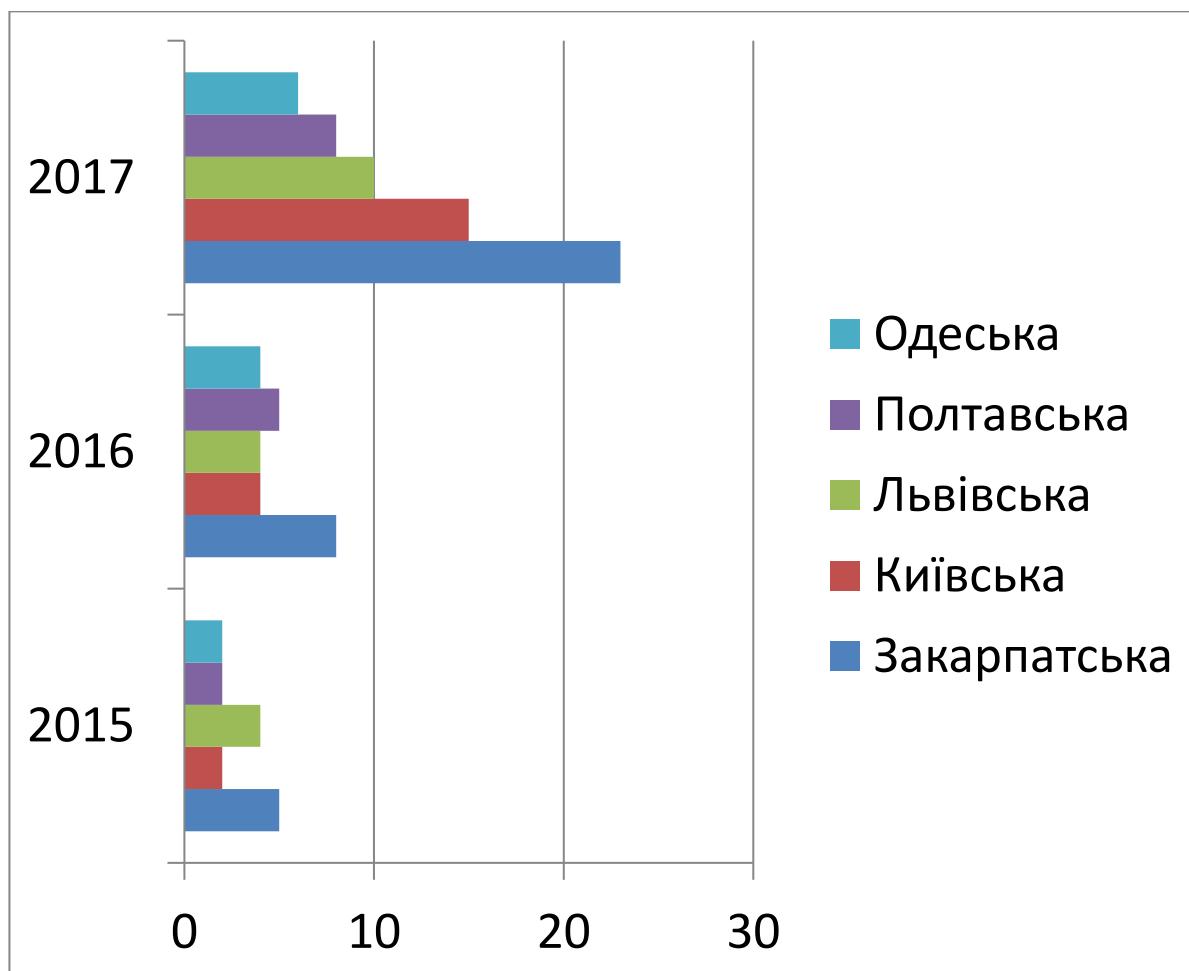
Ознака класифікації	Підвид турів	Характеристика туристичної діяльності
За розташуванням туристичного місця	Сільський	Збір лісних ягід, овочів і фруктів, полювання на трюфелів або прогулянку по дорогах виноробства
	Міський	Відвідування ресторанів із дегустацією делікатесних і фірмових страв
За видом конкретного продукту або напою	Винні	Відвідування виноградників та екскурсії на виноробні господарства з дегустацією вин
	Пивні	Відвідування пивоварень, як великих так і домашніх, дегустації
	Сирні	Відвідування заводів і сирних льохів, дегустації
	Шоколадні	Відвідування шоколадних фабрик, дегустації
	Чайні	Відвідування чайних плантацій, фабрик із розфасовування продуктів збирання
	Кавові	Відвідування кавових плантацій, фабрик із розфасовування продуктів, збирання
	Агро	Відвідування агрокомплексів, фермерських угідь
	Фруктово-ягідні	Дегустація фруктів, овочів, які притаманні для цієї місцевості, країни
За метою подорожі	Змішані	Поєднання декількох спеціалізацій
	Культурно-пізнавальний	Відвідування різних екскурсій

	Оздоровчий	Дегустація чайних зборів із цілющих трав; меду в поєднанні з апітерапією ¹ , винотерапія ² , дієтотерапія ³
	Гурман	Дегустація страв та напоїв гастрономічними спеціалістами (сомельє, дегустатор)
За напрямом подорожі	Святковий	Відвідування та участь у гастросвятах
	Фестивальний	Відвідування та участь у гастрофестивалях
Особливі	Гастродипломатія	Організація дипломатичних прийомів на усіх рівнях з урахуванням кулінарних особливостей країн гостей та країни-організатора

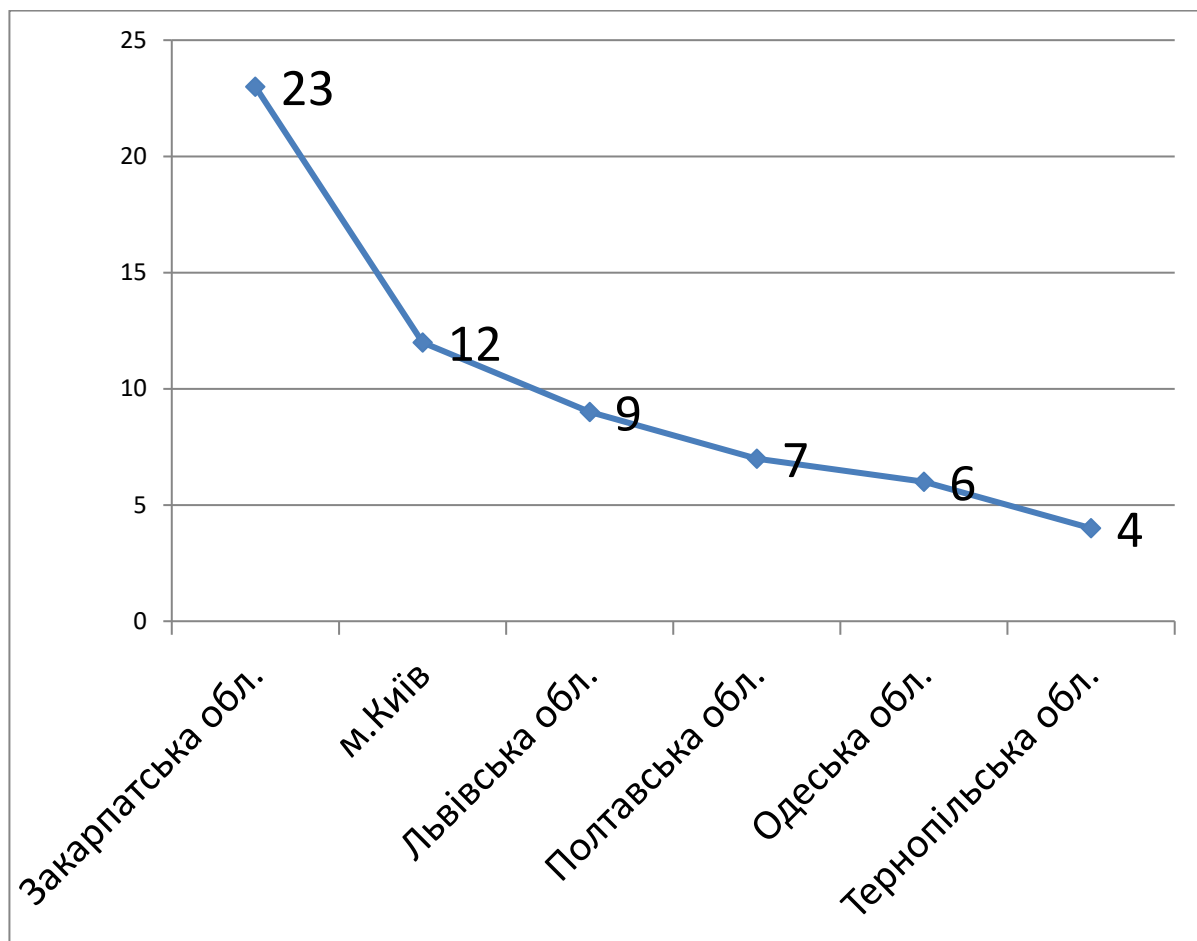
**Основні види туризму, де гастрономічний може бути їх
КОМПОНЕНТОМ**



Порівняльна таблиця кількості гастрономічних фестивалів за популярними областями України(2015-2017рр.)



Кількість гастрономічних фестивалів України 2019 р. за областями(од.).



**Області – лідери та аутсайдери України з розвитку
гастрономічного туризму**

