

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

**ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ  
Завідувач кафедри**

\_\_\_\_\_ **Дудник І.М.**  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 р.

**ДИПЛОМНА РОБОТА  
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)**

**ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»  
на тему:**

**ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ В  
ТУРЕЧЧИНІ**

**Виконавець: здобувач вищої освіти 4 курсу групи Т-413 Сорокіна Євгенія  
Денисівна**

**Науковий керівник: к. геогр. н., доцент кафедри міжнародного туризму та  
країнознавства Руднєва Марина Григорівна**

**Нормоконтролер: \_\_\_\_\_  
(підпис)**

**Борисюк Оксана Анатоліївна  
(П.І.Б.)**

**КИЇВ – 2022**

# НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

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

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Завідувач кафедри  
\_\_\_\_\_ Дудник І.М

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 р.

## ЗАВДАННЯ НА ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

Сорокіна Євгенія Денисівна

(П.І.Б. випускника)

1. Тема роботи «Гастрономічний туризм в Туреччині» затверджена наказом ректора № 400 /ст від «19» квітня 2022 р.
2. Термін виконання роботи: з «16» травня 2022 р. по «19» червня 2022 р.
3. Вихідні дані роботи: при написанні дипломної роботи у якості джерельної бази використовувалися нормативно-правові документи, зокрема, дані офіційної статистики Франції, статті зі спеціалізованих періодичних видань, в яких досліджено проблеми розвитку тематичних парків та мережу Інтернет.
4. Зміст пояснювальної записки:  
РОЗДІЛ 1. Наукові основи дослідження гастрономічного туризму  
РОЗДІЛ 2. Стан гастрономічного туризму в Туреччині  
РОЗДІЛ 3. Проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Туреччині  
ВИСНОВКИ  
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ  
ДОДАТКИ
5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: Рис.1.1. Напрямки розвитку сучасного гастрономічного туризму, Рис.2.1. Регіональний поділ Туреччини, Рис. 2.2. Вирощування пшениці за регіонами Туреччини, Рис. 2.3

Вирощування сочевиці за регіонами в Туреччині, 2.4. Вирощування артишоку за регіонами в Туреччині, 2.5. Поширення вівчарства за регіонами Туреччини.

#### 6. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін Виконання	Відмітка про виконання
1.	Проаналізувати літературні та інші джерела з проблеми дослідження.	02.05 - 06.05 2022 р.	Виконано
2.	Обґрунтувати об'єкт, предмет дослідження, сформулювати завдання і мету. Написати вступ.	07.05 – 08.05 2022 р.	Виконано
3.	Проаналізувати різноманітні джерела інформації щодо теоретичних основ функціонування тематичних парків. Написати перший розділ.	09.05 - 15.05 2022 р.	Виконано
4.	Розкрити роль відмінностей між регіонами для розвитку гастрономічного туризму в Туреччині. Написати другий розділ роботи.	16.05 - 25.05 2022 р.	Виконано
5.	Виявити основні проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Туреччині. Написати третій розділ роботи та висновки	26.05 - 31.05. 2022 р.	Виконано
6.	Узагальнити результати проведеного дослідження, сформулювати висновки	01.06 - 05.06 2022 р.	Виконано
7.	Підготувати доповідь на попередній захист, розробити демонстраційні матеріали.	06.06 - 09.06 2022 р.	Виконано
8.	Провести роботу над зауваженнями після попереднього захисту дипломної роботи.	10.06 - 12.06. 2022 р.	Виконано
9.	Захист дипломної роботи.		

7. Дата видачі завдання: «02» травня 2022 р.

Науковий керівник дипломної роботи \_\_\_\_\_ Борисюк О.А.  
(підпис керівника) (П.І.Б.)  
Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_ Антоненко К.В.  
(підпис випускника) (П.І.Б.)

## РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Гастрономічний туризму в Туреччині»: 72 сторінки, 6 рисунків, 2 таблиці, 38 використаних літературних джерел та 5 додатків.

**Об'єкт дослідження** – гастрономічний туризм.

**Предмет дослідження** – виступають особливості розвитку гастрономічного туризму в Туреччині

**Мета дослідження** – виявити та узагальнити особливості, тенденції, проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму Туреччині.

**Методи дослідження.** Були використані методи: системно-структурний аналіз, статистичний метод, просторовий аналіз, метод прогнозування, теоретичний аналіз.

Інформаційними джерелами при написанні роботи були досліджені праці вітчизняних та турецьких вчених, статистичні дані, Інтернет-ресурси турецьких національних туристичних сайтів.

Наукова новизна роботи полягає у аналізі та узагальненні У роботі було досліджено засади і принципи існування гастрономічного туризму; обґрунтовано основні заходи з розвитку гастрономічного туризму в Туреччині; сформовано новий гастрономічний тур в межах Туреччини..

**ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ, РОЗВИТОК, ПРОБЛЕМИ, ТЕНДЕНЦІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ**

# **ЗМІСТ**

## **ВСТУП**

## **РОЗДІЛ 1. НАУКОВІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ**

- 1.1. Сутність поняття гастрономічний туризм
- 1.2. Історія розвитку та види гастрономічного туризму
- 1.3. Основні центри та дестинації гастрономічного туризму у світі

## **РОЗДІЛ 2. СТАН ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ТУРЕЧЧИНІ**

- 2.1. Аналіз потенціалу Туреччини для розвитку гастрономічного туризму
- 2.2. Гастрономічні відмінності між регіонами Туреччини
- 2.3. Дестинації гастрономічного туризму в Туреччині

## **РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ТУРЕЧЧИНІ**

- 3.1. Проблеми розвитку гастрономічного туризму в Туреччині
- 3.2. Перспективи розвитку гастрономічного туризму в Туреччині
- 3.3. Розробка інноваційного гастрономічного туру

## **ВИСНОВКИ**

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

## **ДОДАТКИ**

## ВСТУП

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

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

Дослідження сучасного стану ринку послуг гастрономічного туризму та подалих тенденцій його розвитку неможливо без детального вивчення та аналізу статистичних даних на прикладі конкретної країни. Туреччина, як країна, чия кухня займає третє місце в світі за популярністю, виступає досить цікавою для дослідження.

Дослідженнями теоретичних і практичних аспектів розвитку гастрономічного туризму в Туреччині, 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. Серед турецьких вчених це питання вивчали Ф. Балоглу та Я. Кючюк. Їх здобутки останніх років свідчать, що туристичні потоки зростають у тих регіонах, де, на основі неповторних традицій, формуються спеціалізовані інтерактивні туристичні продукти – тури,

фестивалі, народні свята. Отже, можемо сказати, що гастрономічний туризм в Туреччині набирає більших обертів в розвитку та залучення іноземних туристів на основі величезної ресурсної бази.

**Актуальність теми** полягає в тому, що Туреччина, як країна з сприятливим кліматом та досить низькими витратами на туристичні послуги, здобула свою популярність як рекреаційна дестинація, що закріпило за країною певний туристичний імідж. Серед українських туристів також переважає бажання різноманітності в звичній вже Туреччині. Для подолання стереотипів та заохочування нової цільової аудиторії серед туристів, а також відродження галузі після пандемії, при Міністерстві туризму та культури Туреччини нещодавно було створено новий комітет, завданням якого стало розвиток саме гастрономічного туризму. Гастрономічний туризм має значні перспективи розвитку, а організація «гастрономічних турів» сприяє відродженню національних кулінарних традицій. Тому ця тема є доволі актуальною на сьогодні і в майбутньому може значно покращити економічний стан Туреччині і популяризувати державу на міжнародному рівні.

**Мета дипломної роботи** – виявити та узагальнити особливості, тенденції, проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму Туреччині.

**Завдання дипломної роботи:**

- проаналізувати державну політику у сфері гастрономічного туризму в Туреччині;
- дослідити умови та стратегії розвитку гастрономічного туризму в регіонах;
- визначити чинники розвитку гастрономічного туризму в Туреччині;
- оцінити сучасний стан розвитку гастрономічного туризму в Туреччині;
- проаналізувати гастрономічну географію туризму в країні;
- визначити перспективні напрями та центри розвитку гастрономічного туризму в Туреччині;

- розробка інноваційного гастротуристичного продукту.

**Об'єктом** дипломної роботи є гастрономічний туризм.

**Предметом** дипломної роботи виступають особливості розвитку гастрономічного туризму в Туреччині.

**Методи дослідження.** Системно-структурний аналіз, статистичний метод, просторовий аналіз, метод прогнозування, теоретичний аналіз.

**Наукова новизна отриманих результатів.** У роботі було досліджено засади і принципи існування гастрономічного туризму; обґрунтовано основні заходи з розвитку гастрономічного туризму в Туреччині; сформовано новий гастрономічний тур в межах Туреччини.

**Практичне значення отриманих результатів.** Результати можуть бути використані в навчальному процесі, для розробки нового туристичного продукту, для оцінки сучасного стану розвитку гастрономічного туризму в Туреччині.

**Особистий внесок випускника.** У дипломній роботі використані власні розробки у формі рисунків і таблиць, отриманих завдяки аналізу статистичних даних. Створені оригінальні картографічні матеріали на основі обробки нових відомостей.

**Апробація отриманих результатів.** Основні положення дипломної роботи були висвітлені у конференції «ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки».

**Публікації.** За результатами дослідження опубліковано одну статтю на тему «Центри гастрономічного туризму в Туреччині» для конференції «ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки».





## РОЗДІЛ 1. НАУКОВІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

### 1.1. Гастрономічний туризм: дефініції та сутність поняття

Гастрономічний туризм є відносно молодим напрямком в туристичній сфері, адже його бурхливий розвиток почався лише в ХХІ ст. Через це єдиного визначення поняття «гастрономічного туризму» поки ще не існує. Всесвітня асоціація гастрономічного туризму (World Food Travel Association) визначає гастрономічний туризм як подорожі з метою отримання автентичного досвіду, заснованого на культурі споживання їжі або напоїв, відкритті унікальних місць та їхньої культури через національну кухню [29].

Е. Вульф, засновник Міжнародної асоціації гастрономічного туризму, дав 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» [29].

Так, Х. Ридван термін «гастрономічний туризм» визначає як туризм, який розроблений місцевими громадами для підтримання сільського господарства [32].

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» [34].

Брокеж трактує поняття «гастрономічний туризм» як «новий досвід, який шукають туристи, а саме - гастрономічний відпочинок, тури із садівництва та гастрономії» [39].

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» [37].

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

Гастрономічний туризм як послуга — щось більше, ніж просто звичайна подорож, тому що це явище є добре продуманим комплексом заходів для дегустацій традиційних у певних місцевостях страв, а також деяких окремих інгредієнтів, що не зустрічаються більше ніде на земній кулі, які мають свій особливий смак [32].

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

С.Ю. Гатауліна, В.В. Шикеринець та С.А. Макаручук поділяють гастрономічний туризм на два види: міський і сільський (відмінність полягає в тому, що в сільській місцевості турист прагне спробувати екологічно чистий «зелений» продукт) [33].

С.Є. Саламатіна до основних видів спеціалізації гастрономічного туризму відносить: винний, рибний, сирний, кавовий, медовий, фруктовоягідний, цигарковий, чайний, шоколадний, агротуризм, змішаний [30].

Г.Г. Вишневецька, 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 [31].

Дещо іншої 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 [31].

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

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

На думку низки експертів кулінарної та ресторанної сфери, гастрономічний туризм не завжди можна відокремити від інших видів туризму, оскільки національна кухня багато в чому є частиною культури загалом [35].

Не менш важливий елемент у розвитку гастрономічного туризму є саме турист, що його обирає. За визначенням Сайні С. Шеной, гастрономічний турист – це людина, яка часто харчується; куштує локальну їжу та напої місцевого виробництва, преференції якої переважають до закладів вищого класу і майже ніколи не обирає заклади громадського харчування, які діють за системою франчайзингу [30]. Середній вік туриста-гурмана – 34 роки, інтерес до таких поїздок однаково виявляють і чоловіки, і жінки.

Туристів, що подорожують з гастрономічною метою, умовно можна розділити на 5 типів, причому лише перші два можна віднести до цільової аудиторії даного виду туризму [31]:

- Гастротуристи (експерти, гастрономічні критики);
- Так звані фудіс (ентузіасти, зацікавлені у якісній їжі, місцевих виробниках, сезонних продуктах);
- Зацікавлені покупці (сприймають їжу як доповнення задоволень під час відпустки, пробують місцеву їжу без особливого ентузіазму);
- Не залучені (не вважають їжу важливою складовою під час відпустки, до місцевої їжі відносяться без негативу);
- «Мляві споживачі» (не проявляють інтересу до нової їжі під час подорожей).

Метою гастротуристів є не просто бажання скуштувати екзотичні страви, а повністю поринути у культуру приготування та споживання їжі, і через неї скласти своє власне уявлення про країну [30].

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

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

## 1.2. Історія розвитку, види та особливості гастрономічного туризму

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

Вперше термін «кулінарний туризм» зареєстрували у 1998 році. Ця дата вважається офіційною датою виникнення гастрономічного туризму. Саме тоді доцент Л. Лонг кафедри народної культури державного університету США «Bowling Green» (штат Огайо) запровадив новий термін «кулінарний туризм», метою якого стало вираження ідеї про те, що люди знайомляться з іншими культурами через споживання їхньої місцевої їжі. Саме тому альтернативна назва гастрономічного туризму є кулінарний. Однак у далекому минулому, на думку більшості фахівців, вже були гастротуристи. Дослідники нових земель, такі як Афанасій Никітін чи Марко Поло, виявляли великий інтерес до дегустації місцевих незвичних страв у незнайомих поселеннях. Багато купців і торговців вирушали за моря, щоб знайти, спробувати і привезти додому небачені страви: вина, спеції, дивовижні фрукти, горіхи. Їхні враження були одним із методів опису народних традицій. Однак, в окрему науку та галузь це сформувалося набагато пізніше [38].

У спеціальній літературі часто зустрічаються такі поняття, як: «кулінарний туризм», «продовольчий туризм» або «гастрономічний туризм». Продовольчий туризм, дегустаційний, кулінарний, харчовий, винний, пивний тощо – це всі різновиди гастрономічного туризму. З 1998 року до 2001 року вченими з різних країн світу було проведено дослідження в галузі кулінарного туризму. В 2001 році американський економіст Ерік Вульф, майбутній президент Міжнародної асоціації гастрономічного туризму, написав першу статтю у світі про кулінарний туризм. Пізніше він продовжив розвивати цю тему в книзі під назвою «Кулінарний туризм: прихований урожай» (Culinary Tourism: The Hidden Harvest). У цій книзі був документально підтверджений зростаючий інтерес до страв та винного туризму і те, як попит на кулінарні тури змогли змусити місцеві підприємства та рестораторів задовольняти його шляхом забезпечення пропозицій [21].

Пізніше Ерік Вульф дав таке визначення: «Гастрономічний туризм – це пошук та насолода унікальною, незабутньою їжею та напоями, як на іншому кінці Землі, так і на сусідній вулиці. Адже окрім подорожей своєю країною чи всім світом, ми також можемо стати гастрономічними туристами у своєму регіоні, місті чи навіть районі. «Подорож» передбачає навіть поїздки своїм містом, а не тільки своїм регіоном, країною або навіть планетою. Відстань, яку ми долаємо, не так важлива, як сам факт того постійного перебування в русі. Таким чином, усі ми «мандрівники» і всі ми «їдоки», а отже, всі ми можемо вважатися гастрономічними туристами» [21].

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

У 2012 році Асоціація була перейменована на Всесвітню асоціацію продовольчих подорожей після того, як дослідження показали, що носії англійської мови неправильно зрозуміли ймовірне значення «кулінарний туризм» (більшість туристів вважали кулінарний туризм прерогативою еліти, вважали, що це їм не по кишені і ігнорували гастрономічні тури) [35].

Насправді гастротуризм не обмежений вузьким колом заможних клієнтів і гурманів. Тільки 18% гастротуристів вибирають цей вид подорожі виключно заради високої кухні. 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 [35].

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

У 2014 році Асоціація опублікувала посібник для професіоналів галузі «Have Fork Will Travel» («Є Вилка Буде Подорож»), в якому детально описується понад 50 взаємопов'язаних компонентів галузі, і що допомагає всім професіоналам зрозуміти, що таке туризм у сфері продуктів харчування і напоїв, і як отримати вигоду від участі в гастрономічних заходах [21]. За ці роки Асоціація виросла у кількості її членів, сфері діяльності та видимості. Сьогодні у їхньому співтоваристві понад 50 000 професіоналів у 139 країнах світу. За майже 20 років існування Всесвітня асоціація продовольчих подорожей завоювала лідерський статус та повагу у колах, пов'язаних із харчуванням, напоями, туризмом та гостинністю [21].

У 2015 році 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].

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

За версією World Food Travel Association [29] в даний час можна виділити 12 категорій гастротуризму:

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

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

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

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

Як і будь-який вид туризму, гастрономічний має певні особливості:

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

- 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.

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

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

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

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

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

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

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

### 1.3. Світовий досвід розвитку гастрономічного туризму

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

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

Основні напрямки розвитку сучасного гастрономічного туризму [15]:



Рис. 1.1. Напрямки розвитку сучасного гастрономічного туризму

Як бачимо з карти, основними країнами гастротуризму є Франція (22%), Таїланд (20%), Італія (18%), Чехія (17%), Китай (17%), Греція (16%), Японія (16%), Німеччина (13%)

Однією з найвідоміших кухонь у світі є французька кухня. З 27 регіонів країни, найпопулярніші в гастрономічному туризмі є 22 регіони: Рона-Альпи, Прованс, Шампань-Арденни, Бургундія, Ельзас, Пуату-Шаранта, Бретань, Аквітанія, Лангедок, Лотарінгія, Нормандія та центральний Іль-де-Франс. Ансельм Брійя-Саварін – відомий французький громадський діяч, мер, депутат і суддя, розробив нормативні правила гастрономії, описав основи раціонального харчування, а також запровадив поняття «смак». Пізніше, його сучасник Антонім Карем, вперше зазначив, яку роль грає хімія в кулінарному мистецтві. Також він перший ввів необхідну річ - точні вагові дозування в рецептах страв [18]. Остаточне зведення гастрономії до рангу наукової дисципліни відбулося вже у XXI столітті, коли у Франції було відкрито перший у світі гастрономічний університет. Його метою стало зберегти та примножити традиції французької кухні, оголошеної національним надбанням. Університет позиціонує себе як «кулінарний Гарвард», де французьким та іноземним студентам викладають мистецтво гастрономії та

історію французької кухні. Після навчання їм видаються дипломи, які відповідають закінченню університетського курсу.

За легендою, саме французу Гійому Тирелю, шеф-кухареві короля Карла V, належить честь створення першої у світі кулінарної книги, написаної в XIV столітті. Багато відомих і популярних у всьому світі назв страв мають саме французьке походження. Наприклад, такі як: бульйон, рулет, фрикаделька, котлета, рагу, антрекот, омлет, крокет тощо. Майже весь ресторанний лексикон теж прийшов до нас із Франції: меню, метрдотель, сомельє [18].

Головними особливостями французької кухні є використання для приготування страв різні сорти вин, лікерів, коньяк; обмежене вживання молочних продуктів; понад 3000 видів соусів, різноманітні супи-пюре. Франція на сьогоднішній день є найпопулярнішою країною з точки зору “винного” туризму: на ринку турпослуг пропонуються спеціальні тури з проживанням у замках Бордо, Шампані, Луарської долини та Бургундії [33].

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

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

найменувань вин, п'ятсот з лишком сортів сиру, триста видів м'ясних виробів, найвишуканіше морозиво.

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

Китайська кулінарна традиція об'єднує безліч страв, характерних для різних районів Китаю, що знаходяться часом в абсолютно різних кліматичних зонах [17]. Також національні традиції приготування їжі дотримуються принципів здорового харчування, що забезпечується за рахунок складу страв. До її палітри входить безліч різних відтінків - регіональних кулінарій, деякі з яких самостійно набули всесвітньої популярності. Наприклад, кантонська кухня відома своїми м'ясними стравами: тут готують практично всі види м'яса. Сичуаньська – гостра, пряна, різноманітна смаками. Шаньдунська внесла до загального набору морепродукти та злаки, а також майстерне використання всіляких кулінарних прийомів. Ніжна кухня Цзянсу – виражено сезонна, хунаньська – гостра, часникова, жирна та дуже яскрава. Китайська кухня виходить із декількох основних компонентів, які завжди дрібно порізані і майстерно приготовлені. Варіанти комбінацій 30 або 40 компонентів дають можливість приготувати тисячі блюд.

Спільним для Греції, Іспанії, Марокко та Італії став новий об'єкт Світової спадщини ЮНЕСКО – середземноморська дієта. Вона являє собою сукупність навичок, знань, звичаїв і прийомів, що включають сільськогосподарські культури, збирання врожаю або жнива, рибальство, обробку, консервацію, приготування та прийняття їжі. Основними інгредієнтами середземноморської дієти є: оливкова олія, свіжі або сушені фрукти та овочі, злаки, деякі види риби, молочні продукти, м'ясо, прянощі та спеції. До всього вищезгаданого так само відноситься винні напої або

настоянки. Для таких середземноморських спільнот, як «Корони» у Греції, «Сорію» в Іспанії, «Шефшауен» у Марокко, «Чіленто» в Італії, середземноморська дієта – ключ до збереження та розвитку традиційних видів діяльності та ремесел.

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

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

Найбільшими любителями гастротурів зарекомендували себе німці, англійці, американці і японці. Гастрономічний туризм є синтезом екології, культури та виробництва. Гастротуризм добре організований у Франції, Італії, Іспанії, в Японії, в Німеччині де існує розвинена мережа винногастрономічних турів [34]. 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 19 завзяті гастрономічні туристи відправляються до Франції на Божоле-Нуво - свято молодого вина або на фестиваль білих трюфелів в Сан-Мініато.

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

До списку нематеріальних об'єктів Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО включені також пряники з півночі Хорватії. Історія випічки пряників пов'язана з пекарнями хорватських монастирів і сягає своїм корінням далеко в Середньовіччя. До складу пряників входить: борошно, цукор, вода, сода та обов'язкові приправи. Їх випікають у формах, потім сушать та фарбують натуральними барвниками. Кожен пекар має право прикрасити свої пряники по-своєму, з додаванням картинок, дзеркалець, послань чи віршів. Однією з найпоширеніших вважають пряник у формі серця, її часто випікають для весільних свят, і вона зазвичай прикрашена прізвищем молодят і датою весілля [15].

Організація також проводить конкурс, який визначає найкраще місто у світі для гастрономічного туризму. На сьогоднішній день цього почесного



звання удостоїлися лише кілька міст світу: у Колумбії – Попаян, У Китаї – Ченду (столиця знаменитої сичуаньської кухні) та у Швеції – Естерсунд. У майбутньому цей титул організація планує привласнити провінції Хатай в Туреччині, кухня якої є незвичайним змішанням турецьких, арабських і французьких гастрономічних традицій.

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

У зв'язку з пандемією COVID-19, яка обмежила поточні подорожі та змусила людей дотримуватися соціальної дистанції, туристична індустрія зіткнулася з потребою залишатися привабливою для своїх поточних і потенційних клієнтів. Сучасні технології, безсумнівно, надають нові можливості не лише для полегшення доступу туристів до інформації, але й для створення нових вражень навіть у власному будинку. Хоча використання технологій широко використовується в харчовому секторі та на виробничих майданчиках, під час пандемії COVID-19 з'являється все більше доказів інноваційних концепцій. Кулінарні онлайн-сесії та навчальні посібники, дегустації з гідом у реальному часі, екскурсії у віртуальній реальності, віддалені соціальні прийоми їжі та пиття – це поточні та життєздатні програми, яким вдалося підтримати та тимчасово замінити традиційний гастрономічний туризм [26].

У зв'язку з тим, що гастрономічний туризм став розвиватися активніше та повсюдно, у багатьох країнах світу розпочали свою роботу турфірми, що спеціалізуються на міжнародному гастрономічному туризмі. Ключовими

гравцями в індустрії кулінарного туризму є Abercrombie & Kent USA, Classic Journeys, G Adventures, Greaves Travel, India Food Tour, ITC Travel Group Limited, The FTC4Lobe Group, The Travel Corporation, Topdeck Travel і TourRadar. [15].

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

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

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

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

## **РОЗДІЛ 2. СТАН ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ТУРЕЧЧИНІ**

### **2.1. Аналіз потенціалу Туреччини для розвитку гастрономічного туризму**

Туреччина - країна, яка оточена морями з трьох сторін, що зумовило популярність морського туризму. Проте, окрім домінування прибережного, бальнеологічного туризму виникли й інші альтернативні види. Джерела пропозиції формуються попитом у туристичній сфері. Останнім часом високий рівень освіти туристів також диференціював очікування від відпочинку. Таким чином очікування туристів зросли і вже не можуть бути задоволені звичайними формами відпустки. Це призводить до появи нових видів туризму, що можуть здивувати навіть досвідченого мандрівника [21].

Завдяки своєму клімату та географічному положенню Туреччина пропонує багато видів туризму. Найважливішими є [27]:



Таблиця 1 показує доходи від туризму, кількість туристів та середні витрати за роками. Як було представлено, при збільшенні кількості туристів середні витрати на душу населення зменшуються. Причиною такого занепаду є існування системи готельного обслуговування «все включено». Витрати на туризм, а також витрати на душу населення знизилися через те, що туристи не витрачають свої гроші ніде, крім готелів.

Таблиця 2.1. Дохід від туризму, кількість туристів та витрат за рік у Туреччині [19].

Рік	Дохід (1000\$)	Кількість туристів	Середні витрати на душу населення (\$)
2003	13 854 866	16 302 053	850
2008	25 415 067	30 979 979	820
2014	34 305 904	41 415 070	828
2015	31 464 777	41 617 530	756
2017	22 107 440	31 365 330	705

2019	26 283 656	38 620 346	681
------	------------	------------	-----

Якщо розглядати туристичні прибуття в Туреччину за країнами в останній рік, то можна побачити, що більшість туристів приїхали з Росії (табл. 2), на другому місці за кількістю туристів опинилася Німеччина. У 2021 році спостерігається значне падіння туристичних прибуттів через пандемію COVID – 2019, що зумовила певні обмеження у подорожах. Як показано в таблиці, дохід від туризму низький, хоча туристів у Туреччині багато. З цієї точки зору можна інтерпретувати, що альтернативні види туризму мають бути виведені на перший план, щоб пожвавити туризм і забезпечити стійкість дестинацій.

Таблиця 2.2. Кількість туристів за національностями

Національність	2016	2019	2021
Росія	866 256	4 715 438	3 649 003
Німеччина	5 580 792	3 890 074	2 584 653
Іран	1 665 160	2 501 948	1 700 358
Грузія	2 206 266	2 438 730	1 911 832

Болгарія	1 690 766	1 852 867	1 821 480
Велика Британія	2 512 139	1 711 481	1 658 715
Україна	1 045 043	1 284 735	706 551
Нідерланди	1 232 487	906 336	799 006
Польща	500 779	496 120	205 701

Туреччина – це країна, яка має високий гастрономічний туристичний потенціал з багатою кулінарною історією. Різноманітність турецької кухні полягає в тому, що завдяки своєму унікальному географічному положенню країна увібрала в себе багато інших культур [15].

Відповідно до звіту TURSAB про гастрономічний туризм [18], загальні витрати становили 44,3 млрд дол., а вже у 2019 році зросли до 49, 6 млрд дол. Звіт показує, що туристи витрачають на харчування 6 мільярдів 523 мільйонів доларів, що свідчить про частку 19% у загальних витратах.

Туреччина має велику гастрономічну цінність, адже вважається, що її кухня є третьою у світі за популярністю. Okumus et all у 2007 році порівнювали Гонконг і Туреччину, як два різних напрямки, що використовують їжу у своїй маркетинговій діяльності. В результаті Гонконг ефективно використовує їжу як частину свого позиціонування, але Туреччина, незважаючи на багату й унікальну культуру кухні, мало згадує про неї. Згідно з іншим дослідженням, гастрономічні звички в Туреччині, досвід та задоволення варіюються залежно від демографічних характеристик (національність, вік, стать, освітній статус та соціально-економічний рівень) у гастрономічному туризмі [16].

У 2015 році турецькі дослідники Б. Бірдір та М. Акголь провели оцінку гастрономічного досвіду іноземних туристів. Дослідження проводилося за участю 293 іноземних туристів, які відвідали пункт призначення в Туреччині та виїхали з Туреччини з міжнародного аеропорту Стамбула. У дослідженні беруть участь переважно європейські туристи (польські, німецькі,

голландські, французькі, а також американські та японські туристи). У результаті аналізу встановлено, що оцінка рівня смаку турецьких страв іноземцями різняться залежно від сімейного стану, наявності дітей та національності. А також результати показали, що дегустація турецької кухні стала третьою причиною відвідати Туреччину. Першою більшість опитуваних визнало зацікавленість в історичній та природній красі Туреччини, другою – бажання пізнати турецький народ.

Серед головних передумов, що сприяли розвитку високого потенціалу діяльності гастрономічного туризму на території країни, можна виділити такі:



Унікальне географічне положення, а саме: сприятливий м'який клімат з родючими ґрунтами, наявність морів з трьох сторін та знаходження одразу у двох частинах світу, сприяло появі широкій різноманітності рослинності та тваринності на території країни, що призвело до цікавого поєднання продуктів у стравах національної кухні. Звичайно, величезна різноманітність у видах риби та морепродуктів та можливість приготування страв з них, не витрачаючи коштів на логістику, призвела до домінування їх у місцевих кухнях більшості регіонів.

Взаємодія між Туреччиною та різними культурами в історичному процесі, різноманітність продуктів минулого та сьогодення щоденної азіатської та анатолійської кухонь, нові смаки, що розвиваються в

сельджукських і османських палацах, зіграли певну роль у формуванні та диверсифікації сучасної культури турецької кухні.

Завдяки досить великій площі території країни, сьогодні сформувалася глибоко вкорінена та різноманітна турецька кулінарна культура, яка містить унікальний вплив місцевих кухонь. Анатолійська кухня збагатилася оливковою олією з Егейських островів і узбережжя Егейського моря, римською кухнею з Візантії, а також близькосхідною, південно-середземноморською та європейською кухнею з поширенням Османської імперії на великі території.

Багато страв турецької кухні, таких як риба, оливки та страви з оливкової олії, прийшли з Візантії. Система харчування, сформована м'ясом і кисломолочними продуктами, була привезена до Анатолії з турками, які мігрували з Центральної Азії [10].

Багаті археологічні, автентичні, культурні та природні території, часто в поєднанні кількох територій такого роду, мають надзвичайний шарм і потенціал [6]. Тому унікальна географія Туреччини, сукупність факторів, які вважаються особливо привабливими для гастрономічної діяльності, створюють високий потенціал для розвитку даного виду туризму. З точки зору гастрономічного туристичного потенціалу Туреччини, він має надзвичайно багату цінність, адже містить в собі унікальні страви і багату кулінарну культуру. Діяльність у рамках гастрономічного туризму в Туреччині надає туристам унікальні враження, а також сприяє культурному обміну між народами світу, сприяє розвитку міст.

## 2.2. Гастрономічні відмінності між регіонами Туреччини

Страви, які відображають особливості місцевості та є унікальними для регіону, називають місцевою кухнею [13]. Місцева кухня демонструє місцевий клімат, сільськогосподарську продукцію, кулінарну культуру та



різноманітність. Турецька, французька та китайська кухні є одними з найбагатших кухонь світу [11]. Культурне нагромадження, кочовий культурний вплив та етнічне різноманіття впливають на розвиток національної турецької кухні, а також географічні особливості кожного окремого регіону (кліматичні умови, різноманітність рослин, сільськогосподарська та тваринницька діяльність тощо).

У Середній Азії більшість турецьких племен і тюрків-кочівників не використовували трав'яні продукти для харчування, а м'ясо баранини і молочні продукти були основними продуктами харчування. Більшість методів, які використовували стародавні тюрки, також використовуються в Туреччині сьогодні [12].

Існує багато загальних рис турецької кухні: важливість злаків та переважання страв з борошна, широке вживання супів, популярність кисломолочних напоїв.

На рис.1 можна побачити загальноприйнятий поділ Туреччини на регіони.



Рис 2.1. Регіональний поділ Туреччини

Як бачимо з рисунку 1, Туреччина поділяється на сім регіонів: Середньоанатолійський, Південно-Східна Анатолія, Східна Анатолія, Чорноморський, Мармуровий, Егейського та Середземноморського морів.

Кліматичні характеристики, які відрізняються залежно від регіонів Туреччини, призвели до диверсифікації сільськогосподарської продукції та продуктів тваринного походження, а потім зміни продуктів та виробничої діяльності, що використовуються на кухнях. З цієї причини можна побачити відмінності у регіональних кухнях регіонів та поширеності у них певних видів продуктів:

1) випічка, яка в основному ґрунтується на використанні пшениці, особливо поширена в Середньоанатолійському регіоні Туреччини, де знаходиться зерновий млин Туреччини;

2) у регіонах Егейського та Середземноморського моря найбільша різноманітність овочів та фруктів;

3) у регіоні Південно-Східної Анатолії червона сочевиця та десерти, в яких широко використовуються фісташки;

4) у регіоні Східної Анатолії м'ясні та молочні продукти,

5) у Чорноморському регіоні риба і особливо фазани.

Вплив цих загальних особливостей, згаданих щодо регіональних кухонь регіонів Туреччини, можна пояснити на наведених нижче прикладах. Найбільш споживаним зерном у Туреччині є пшениця. Як видно на малюнку 2, пшениця вирощується в основному в Центральній Анатолії, Мармарі та Південно-Східній Анатолії. Результат вирощування пшениці в даних регіонах можна побачити за допомогою випічки в місцевих кухнях.



Рис. 2. 2. Вирощування пшениці за регіонами в Туреччині

Великі площі рівнин у Центрально-Анатолійському регіоні сприяли механізованому сільському господарству. Форма ґрунту та кліматичні умови сприяють розвитку зернового господарства в регіоні [17]. Найбільше в області виробляється пшениця. З цієї причини регіональні кухні провінцій Кайсері, Ескішехір, Невшехір та Сивас, відомі саме своєю випічкою [8]. Крім цього, збагаченню гастрономічного потенціалу сприяє і культурна різноманітність регіону. Провінція Ескішехір, де проживає багато громад, таких як алевіти, боснійці, черкеси, курди, манав, мухачір, помаки, татари, туркмени, йоруки, має великий потенціал зв'язку гастрономічної спадщини з цим культурним різноманіттям. Зокрема, традиційні та регіональні страви збереглися до наших днів. Проте було виявлено, що вплив кавказьких, кримських та балканських іммігрантів є значним у місцевій кухні [9].

В інших регіонах, де в Туреччині спостерігається виробництво пшениці, можна побачити відображення цих місцевих кухонь. Зернові вирощують на більшій частині території Мармурового регіону. Тому в національній кухні місцевості випічка вживається в значній мірі. Манти, пиріг і печений хліб, які готують місцеві жителі, привертають увагу гастрономів з усього світу [14].

Регіон Південно-Східної Анатолії відомий своїми стравами, утвореними шляхом поєднання булгуру з м'ясом та овочами. Через вплив

сусіднього арабського регіону також виділяються десерти, підсолонжені сорго, пшеничним борошном та пшеничним крохмалом [14]. На рисунку 3 можна побачити розповсюдження сочевиці по території Туреччини.

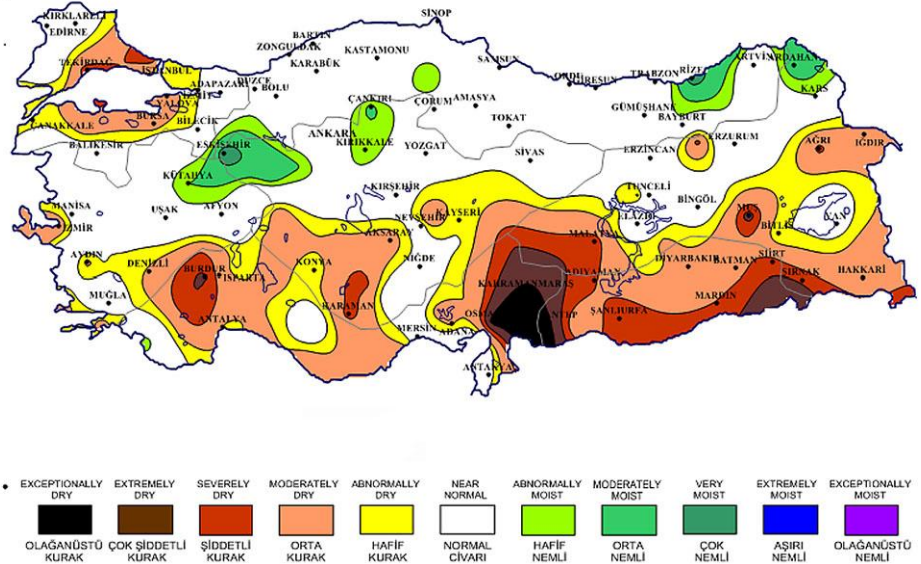


Рис. 2. 3. Вирощування сочевиці за регіонами в Туреччині

Вважається, що зерно, особливо пшениця, яка займає перше місце в середземноморській системі живлення, вирощується в Середземномор'ї з найдавніших періодів. Використання пшеничних продуктів, таких як булгур, кус-кус, мелена, незріла пшениця, широко поширене, особливо в Середземномор'ї та на півдні [18].

Егейське та Середземне море – це регіони Туреччини, де найбільше виробляють та споживають овочі. На рисунку 3 місце посадки артишоку показано як приклад овочевого виробництва в Туреччині. Артишок є одним з найдавніших овочів, вирощених в історії, і йому віддають перевагу при готуванні сраб через його позитивний вплив на здоров'я людини. Регіон, де найбільше зосереджено виробництво артишоку, - це Егейське море. У місцевій кухні Егейського моря можна побачити свіжі артишоки та артишоки з оливкової олії.



Рис 2. 4. Вирощування артишоку за регіонами в Туреччині

Кухню Егейського моря зазвичай називають «зеленою кухнею». Тисяча видів трав, таких як гібіскус, виноградна лоза, кропива, цибез, редька, кенгер, чіндра, пастух і бостан, мак, лабада, раки-відлюдники, гельвацик, радика, морська кукурудза, спаржа, орна земля, польове гніздо, поле цвях використовуються в кухні регіону у великій кількості. Окрім овочей та трав, що вживаються у великій кількості, такі овочі, як вігна, цибуля-порей і баклажани, використовуються в Егейському регіоні частіше, ніж в інших регіонах [23].



Рис. 2. 5. Поширення вівчарства по регіонам Туреччини

Щоб проілюструвати поширення тваринництва на території Туреччини, на малюнку 4 наведена карта вівчарства. Кулінарна культура, заснована переважно на м'ясо-молочних продуктах, розвинулась у регіоні Східної

Анатолії. І взимку, і влітку всі овочі готують з м'ясом. Баранина використовується як кубики м'яса, а яловичина – як нарізане м'ясо [9].

Південно-Східна Анатолія, яка також характеризується розведенням тварин, значною мірою вплинула на наявність м'ясної їжі. Кебаб, який знають більшість туристів-іноземців, які відвідують Туреччину, є стравою, характерною для цього регіону. Також пропонується широкий вибір страв шашлику [28].

Рибальство є одним з найважливіших економічних видів діяльності в Чорноморському регіоні, який отримав назву від моря, яке розташоване на північному узбережжі країни. Три найважливіші елементи чорноморської кухні — горіхи, чай і анчоуси. З анчоусів, що є значним багатством Чорного моря, виробляють найрізноманітніші страви, від супу до тушонки, від рису до десерту та солоних огірків. Традиційні страви з анчоусу вживаються в цьому регіоні протягом усього року [4].

Географічні особливості, які відрізняються залежно від регіонів Туреччини, впливають на формування місцевих кухонь. Особливо мінливі кліматичні умови, різноманітна виробнича діяльність та економічні особливості є одними з найважливіших причин формування різних регіональних кухонь у Туреччині [7].

### 2.3. Дестинації гастрономічного туризму в Туреччині



Рис. 2. 6. Найвідоміші дестинації гастрономічного туризму в Туреччині

Як бачимо з рис.1., одним із найпопулярніших центрів гастрономічного туризму в Туреччині є стародавнє місто Газіантеп, яке нерідко називають кулінарною столицею країни. Воно знаходиться на південному сході Туреччини, куди поки що не дотяглися популярні туристичні маршрути. Місто з найдавніших часів знаходилося на перехресті торгових шляхів, так що місцева кухня увібрала в себе страви і традиції різних народів [1]. На сьогоднішній день найбільш сильно в ній відчувається арабський та турецький вплив. Найбільше Газіантеп славиться фісташками, солодощами, супом бейран чорбаси, кебабом алі назик, турецькою піцою та кавою [2].

Хатай, розташований у найпівденнішій точці Туреччини і є важливим релігійним та культурним центром з раннього бронзового віку, проте славиться і гастрономічними цікавинками [2]. Серед них є традиційний десерт кюнефі з начинкою із сиру, який готується та подається у круглій металевій сковороді. Також туристи можуть скуштувати кебаб, змішаний з кедровими горіхами, фісташками, оливками та спеціями перед класичним приготуванням на шампурі та грилі, ламакун, пюре з широких бобів, хумус з ніжною пастрою та талою олією, фарш з ножем, чудовий мез (м'ясний фарш з або кефте), а також інші боби.

Мерсин – найбільший порт Туреччини та цікава зупинка у бідь-якому гастрономічному турі. Місто відомо своїм Старим ринком, де можна скуштувати та придбати солодощі, спеції, сухофрукти, кальян, тютюн та чай. Неподалік від нього знаходиться звичайний ринок, де можна закупити свіжу рибу та овочі-фрукти. Серед найпопулярніших страв, що необхідно спробувати у Мерсині, є хумус, міні-лахмаджуни, джезерьє, керебич, кюнефе, баклава та тантуні [21].

Місто Адана розташоване в південній частині Туреччини, за 50 кілометрів від узбережжя Середземного моря на березі річки Сейхан. Серед гастрономічних особливостей міста виділяється Адана кебаб, одна з головних страв турецької кухні, та справжній турецький шашлик [25]. Величезна кількість кав'ярень та ресторанчиків в Адані пропонують своїм відвідувачам під звуки турецької музики покурити кальян і випити чашечку знаменитої турецької кави.

Говорячи про гастрономічний туризм в Туреччині не можна обійти стороною її найбільше місто – Стамбул. Більшість гастротурів по місту включають в себе спробу іскандер-кебабу, кьофте (турецькі м'ясні котлети), сіміт (турецькі бублики), фаршировані мідії, балик-еклек, пахлава, дондурма (турецьке морозиво).

Кухня Ізміру зазнала впливу багатьох цивілізацій. Кажуть, що перша турецька кулінарна книга була написана в Ізмірі і що перший король Греції також збирав рецепти з цього району. Ізмір – це місце, де традиційна анатолійська кухня зустрілася з середземноморським впливом, а потім одружилася з оливковою олією. Саме тут традиційні бобові, зернові, овочеві та м'ясні страви центральної та північної Анатолії зіткнулися з рибою, морепродуктами та продуктами, вирощеними вздовж родючого узбережжя Середземного моря. Окрім чудових тушкованих страв із морського окуня, кальмарів, крабів та риби, Ізмір також відомий смачними котлетами з м'яса на грилі та булгуром, які подають у томатному соусі поверх картоплі, а також



спеціальною випічкою під назвою «бойоз», улюбленим сніданком, який зазвичай подають із вареним яйцем.

Місто Трабзон – ще одна прибережна зона на Чорному морі. Знову ж таки, риба та морепродукти входять до складу найпопулярніших місцевих страв, а найвідомішою пропозицією є «хамсі» або анчоуси. Шеф-кухарі в Трабзоні створили багато чудових страв з анчоусів, смак яких дуже відрізняється від маринованих страв, що звичні для європейського туриста. Приготований на грилі, смажений, подається без або з соусом, хамсі - це страва, яку варто спробувати хоча б раз у Трабзоні.

Синоп — одна з невеликих провінцій Туреччини, що знаходиться в її північній частині, кордон якої проходить вздовж Чорного моря майже на 175 км. Люди, що живуть у північній частині країни, в основному займаються рибальством. З початком рибного сезону 15 вересня кількість внутрішніх туристів, а згодом і споживання риби в цілому, зростає. Однією з найважливіших страв, які подають у ресторанах провінцій для вітчизняних або іноземних туристів, є «Манти», які місцеві жителі називають «Кулак Хамуру». Синопський Нокул, представлений з фаршем, картоплею, волоськими горіхами, волоським ізімом і шпинатом, є ще одним продуктом цього регіону, який привертає увагу туристів. Серед делікатесів, які люблять мандрівники, є синопська солоня риба, синопські каштани, синопська тверда кисла яблучна патока, кукурудза кешкек, свіжі або сушені види дикорослих грибів. В'ялена або заморожена «Кулак хамуру» доступна у місцевих ресторанах, різні види «нокуля» продаються в кондитерських, рибні магазини продають різні види солоні риби в банках, а також каштани синоп, патоку дон, кукурудзу кешкек, свіжі або сушені дикі види грибів продаються на сільських ринках.

З великою кількістю оливкових дерев і узбережжям поблизу, селище Аласаті, як і багато середземноморських міст, відоме свіжими продуктами, такими як овочі, риба та різноманітні трави. Кешкек, рагу з пшениці або

ячменю, вареники з манти та гезлеме, традиційні турецькі лепешки та тістечка, є кулінарними багатствами в цій місцевості та стимулює розвиток гастротуризму. У селищі для гурманів є великий вибір ресторанів на відкритому повітрі, де можна скуштувати як традиційну турецьку, так і єгейську кухню. Їжу запивають широким вибором вина з виноробень і виноградників, розташованих в околицях.

Місто Бодрум зазвичай переповнене туристами, і не остання причина цього саме кухня, яка, хоча й натхненна смаками Єгейського моря, насправді є досить унікальною. Безліч палаток з вуличною їжею, ресторанів і кафе, де подають варене тісто в бодрумському стилі та фаршировані квіти гарбуза, кескек, бамію з оливковою олією, салат з гірчиці, рагу з восьминога з цибулею та кебаб кокертме. Також пропонується широкий вибір страв міжнародної кухні, що робить Бодрум одним із найпопулярніших місць для гурманів.

Конья була столицею анатолійської держави сельджуків у середні віки та одним із важливих центрів під час Османської імперії. Така давня та насиченої історії неминуче гастрокультури Коньї. Хоча сьогодні місто й ототожнюється з м'ясом і хлібом, воно має незліченну кількість власних страв. Деякі з них: суп з бамії, кебаб, тирит тощо, м'ясний хліб.

Отже, можна зробити висновок, що турецька кухня є третьою у світі за різноманітністю. Вона несе в собі сліди як і османської культури, традицій і звичаїв, так анатолійської, що зробило її унікальною й найбільш привабливою для розвитку гастрономічного туризму на території країни.

Унікальне географічне положення Туреччини, її сприятливий клімат та значна площа створили необхідні умови для різноманітності продуктового складу національної кухні, її насиченості та особливості.

Хоча турецька кухня відрізняється залежно від регіонів і географії, вона розкриває багато смаків і деталей продуктів, таких як чорноморська кухня,

південно-східна, центральноанатолійська, східна, регіональна Егейського, Мармурового, Середземного морів.

Найпопулярнішими DESTИНАЦІЯМИ для здійснення гастрономічного туризму є такі міста, як Газіантеп, Стамбул, Адана, Мерсин, Хатай, Ізмир та інші. Саме до них стікається більшість внутрішніх та іноземних гостротуристів у пошуках нових вражень та альтернативного досвіду відпочику.

## **РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ТУРЕЧЧИНІ**

### **3.1. Проблеми розвитку гастрономічного туризму в Туреччині**

Гастрономічний туризм в Туреччині, незважаючи на його високий потенціал розвитку, все ще не розвинений на бажаному рівні. На даний час країна знаходиться на 23-му місці серед держав Середземноморського регіону за рівнем розвитку гастрономічного туризму. Причинами такої ситуації є декілька основних факторів:

Середній стан  
налагодженості  
співпраці  
підприємств

Політичні фактори

Вплив пандемії  
COVID-2019

Певний  
стеріотипний імідж  
Туреччини як  
туристичної країни

На сьогодні для розвитку гастрономічного туризму в Туреччині дуже важливо налагодити систему співпраці підприємств. Співробітництво виникає тоді, коли дві або більше сторони домовляються між собою щодо довгострокових дій відносно розвитку взаємних туристських зв'язків. В випадку гасротуризму прикладом може існувати брендинг регіонів і дестинацій з урахуванням перспектив організації гастрономічних турів; створення інформаційних веб-сторінок, присвячених гасротуристичним ресурсам регіону; включення гастрономічного туризму як пріоритетної складової частини туристичної сфери у структуру стратегій та програм

регіонального розвитку туризму; активізація міжнародного співробітництва у сфері розвитку гастрономічного туризму.

В Туреччині існує співпраця з конкретними маркетинговими акціями місцевих ресторанів. Але нині все ще не вироблено стабільних інструментів співпраці для розвитку та просування гастрономічного туризму. Для покращення даного фактору необхідно встановити міцні зв'язки між підприємствами туристичної сфери, розважальними закладами та державними установами, що відповідають за розвиток гастрономічного туризму.

Однією з головних успішно розвинутих галузей економіки Туреччини протягом останніх років залишається туризм, при цьому вирішальну роль розвитку ринку туристичних послуг грали зовнішні та внутрішні політичні фактори. Але є й випадки, коли політична ситуація в країні навпаки шкодить розвитку будь-якої туристичної діяльності в країні, в тому числі й гастрономічного туризму.

До 2014 року на туристичний сектор зовнішні фактори практично не справляли істотного впливу, за рахунок економічних кризисів, які здатні створювати невеликий спад. 2015 став для Європи вкрай важким, нестабільна ситуація на Близькому Сході, особливо в Сирії, породила "хаос", під час якого до Європи емігрувало понад 1 млн біженців, що призвело до планування та влаштування терактів на території Туреччини членами екстремістських організацій [5]. Подорожувати ставало вкрай небезпечно, що неминуче вплинуло на туристичну діяльність в країні, окремо і на гастрономічний туризм.

Так, у грудні 2015 року відбулася серія терактів у Стамбулі, в яких загинуло кілька людей, а вже у січні цього року терорист-смертник привів у дію вибуховий пристрій на центральній площі Стамбула поряд із групою іноземних туристів. Внаслідок цього теракту загинуло 11 громадян

Німеччини. Ці трагічні події відіграли важливу роль на скороченні турпотоку з Німеччини та інших європейських країн у Туреччини в 2016 році.

Останні кілька років європейські туристи змінювали свою думку про Туреччину через дії терористичних організацій, а також подій на півдні країни. Думку туристів посилювало додавання політичної напруги у відносини Європи та Туреччини.

За словами Осман Айіка, голови Федерації готелів Туреччини, терористичні акти у глобальному вимірі загрожують життю людей, що подорожують по всьому світу. Айік наголосив, що неминуче впливає на Туреччину і той факт, що країна є сусідами з проблемними регіонами, такими, як Ірак та Сирія. Проте негативний імідж Туреччини добре продемонстрували країни ЄС через засоби інформації. Цей метод був вкрай ефективний у настрої європейських туристів проти відпочинку у Туреччині [6].

Проте не тільки проблеми зовнішньої політики впливають на розвиток гастрономічного туризму в Туреччині, внутрішні події також можуть негативно відобразитися на динаміці. У ході продовження кризи в туризмі Туреччини відбулася невдала спроба захоплення влади у країні. Цей путч, що спричинив повний безлад у економічній, політичній та соціальній сфері, сильно вдарив по туристичному сектору. Наслідок спроби перевороту 15 липня 2016 року мали для Туреччини украй серйозні наслідки.

Усі описані вище події відобразилися на результатах року з кількістю туристів 25,35 млн. чоловік. Усього за рік було втрачено близько 10 мільйонів туристів та 10 мільярдів доларів [7]. Турпотоки з Росії впали на 76,26%, німецькі туристи скоротилися на 30,3%, англійські – на 31,87%. У середньому 30-відсоткове зниження спостерігалось по всіх країнах, але переважно по Європі.

Проблеми безпеки у країні стали причиною сильного падіння числа як туристів і цілому, так і гастротуристів. Крім цього, як би успішно Туреччина не впоралася зі спробою перевороту, у світі ще деякий час продовжило зберігатися відчуття проблеми безпеки в країні та політичної невизначеності.

Для вирішення цього фактору державні необхідно врегулювати проблеми зовнішньої небезпеки та покращити стан внутрішньої, що можна зробити за допомогою пильного контролю над безпекою як внутрішніх, так і іноземних туристів.

Глобальна пандемія спричинила економічні кризи в усьому світі, а туристичному сектору було завдано найбільшої шкоди. Індустрія гостинності та туризму постраждала від заборон на поїздки, суворих обмежень, карантину та нових правил охорони здоров'я та безпеки, спрямованих на запобігання поширенню нового коронавірусу. Дослідження вказують на вплив усвідомлених ризиків на поведінку в подорожах та прийняття рішень щодо туризму під час та після пандемії COVID-19.

Очікується, що розвиток гастрономічного туризму в Туреччині до пандемійного темпу не відновиться до 2023 року. Міжнародний туризм скоротився на 44%, подорожі літаками на 40% у 2020 році. За оцінками UNWTO, у 2021 році кількість прибуттів зменшилося приблизно на 85% у порівнянні з 2019 роком. Крім того, підприємства розміщення та туристичні агентства повідомили про зниження обороту до 9,3%, а зайнятість у сфері розміщення зменшилась на 21,5%.

У такій важкій ситуації дослідники припускають, що сталий гастрономічний туризм може бути налагоджений місцевими громадами. Під час пандемії люди, як правило, подорожують своєю країною, що є дешевим і доступним у порівнянні з міжнародними варіантом подорожі. Це є непоганим стимулом для розвитку внутрішнього гастрономічного туризму, залучання

турків до пізнання своєї країни та підтримування туристичного сектору економіки на належному рівні.

Ще одна проблема, яка стосується міжнародного ринку і впливає на розвиток туристичної сфери – це імідж країни. Туризм є однією з найдинамічніших галузей турецької економіки. Щорічно країну відвідує близько 9-10 млн. туристів майже із 80 країн, а дохід державної скарбниці від туризму становить майже чверть обсягу турецького експорту. Всі ці складові призвели до появи певного стереотипного уявлення Туреччини як країни, головною туристичною спеціалізацією якої є пляжний туризм.

Туреччина стала заручницею свого іміджу, який, з одного боку, приніс їй успіх, а з іншого боку не дає їй рухатися далі. Рекламуючи «все включено», Туреччина лише цементує свій образ і до того ж заохочує конкуренцію між власними готельєрами, змушуючи знижувати ціни.

В такій ситуації розвиток гастрономічного туризму неминуче послаблюється, адже більшість туристів навіть не здогадується про насиченість та унікальність турецької національної кухні.

Рішенням цієї проблеми може стати переоцінка державою обраного туристичного напрямку. Звичайно, пляжний туризм приносить достатні кошти у бюджет країни, але не потрібно забувати і про альтернативні форми відпочинку, що також можуть викликати інтерес у туристів та змінити сталі уявлення про Туреччину.

Саме таким може стати гастрономічний туризм, адже він має невичерпні ресурси та постійну можливість дивувати та надихати іноземців. Тому в останні декілька років Міністерство культури і туризму Туреччини має намір змінити імідж країни в очах іноземних мандрівників, які розглядають країну виключно як «пляжний» напрямок відпочинку. Міністерство збирається проводити різноманітні заходи, такі як візити гурманів, гастрокультурні тури,



фестивалі вуличної їжі, щоб привернути увагу до гастрономічної галузі країни.

### 3.2. Перспективи розвитку гастрономічного туризму в Туреччині

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

Основними перспективами розвитку гастрономічного туризму в Туреччині на сьогодні є:



Наприклад, турецький гастрономічний шлях розвитку міг би базуватися на тій сировині та її особливій характеристиці, пов'язаної з їх місцевим виробництвом. Сам факт того, що виробництво є місцевим, має викликати інтерес туристів до регіонів, де локальна їжа має свій унікальний смак, але істотного туристичного інтересу не викликають. Якщо маркетингові ідеї, запропоновані вище будуть реалізовані належним чином, вони зможуть

формувати уподобання відвідувачів щодо цих місць відпочинку та привернути увагу шанувальників турецьких міст та селищ [19].

Зростаючий інтерес до гастрономії та гастрономічної спадщини, у поєднанні з екологічною обізнаністю та турботою, є важливими причинами розвитку еко-гастрономії. Еко-гастрономію можна визначити як «процес створення місцевої куїні, коли турбота про навколишнє середовище стає основним фактором у виборі інгредієнтів, при приготуванні та маркетингу». На початку ідея екологічного гостротуризму ґрунтувалися на італійських суспільно-політичних обставинах. Однак цей гастрономічний та екологічний рух набув майже всесвітнього масштабу, отже в перспективі може бути запроваджений і в Туреччині [24].

Більше того, еко-гастрономічний підхід виник під заголовком стійкості. Еко-гастрономія ставить під сумнів стійкість існуючих глобальних систем харчування та напоїв. У сталому туризмі гастрономія обмежується місцевою, оригінальною та традиційною їжею та напоями, які подають туристам. У цьому сенсі еко-гастрономія – це підхід, який підтримує природу та природний спосіб життя. Еко-гастрономія може прямо чи опосередковано сприяти розвитку стійких аспектів дестинації: сільському господарству та виробництву продуктів харчування, запобігати неспецифічному виробництву, підвищувати привабливість, зміцнювати місцеву спільноту та національну гідність, а також створювати бренд та ідентичність на основі гостротуристичного досвіду [17].

Гастрономічний туризм не так шкодить природі, як інші види туризму, що можуть в перспективі бути розвинені в турецьких регіонах. У цьому сенсі проводяться численні дослідження, щоб гарантувати, що регіон з туристичною привабливістю є стійким і може бути переданим майбутнім поколінням.

Маркетинг є важливою складовою гастрономічного туризму, оскільки описує все, що буде зроблено та які переваги та недоліки будь-якого продукту

або послуги. Маркетинг може бути успішним, якщо маркетологи зможуть успішно просувати будь-що. Якщо продукт, його ціна, процес розповсюдження були проведені на високому рівні і доступні для клієнта, тоді він цілком задовольняє запити як споживачів, так і маркетологів. Тому поєднання цієї якості є необхідним [3].

Однією з перспективних форм турецького гастрономічного маркетингу є географічне маркування, це вказівки на продукт, ототожнений з регіоном, місцевістю, регіоном чи країною з відмінною ознакою, репутацією чи іншими ознаками походження. Турецький патентний інститут [2007] визначає поняття географічного знака як «знака на продукті та визначає його як право, яке вказує на те, що продукт походить із певної географічної території та що якість, репутація чи інші характеристики продукту походять з певного географічного регіону».

Відомо, що реєстрація географічних ознак має важливе значення для захисту продукції, захисту споживача та захисту національно-культурних цінностей. У світі є багато географічних знаків, таких як індійські килими, французькі вина, італійська тосканська оливкова олія. Туреччина також має багато продуктів із географічними вказівками [Sahin ve Meral, 2012: 89]. Зазвичай це фрукти, овочі, сири, оливки та оливкова олія, хлібобулочні вироби, десерти, традиційні страви, алкогольні напої, килими. Наприклад, горіхи Гіресун, троянда Іспарта, пахлава Антеп, Аданський кебаб, Кунефе Антакії, фісташка Антеп, сир Ван з трав тощо [Турецький патентний інститут [19].

Серед перспектив турецького гастрономічного туризму у найближчі 5-10 років також є високий потенціал для надання нового туристичного досвіду. У 2007 році Б. Актас досліджував сприйняття гастрономістів регіону Анталія в Туреччині з точки зору задоволеності та ступені новизни. Учасники дослідження склалися з 645 туристів, які приїхали в Анталію в 2001 році.

Опитувані були в більшій частині з країн Європи та СНД. Як результат аналізу виявилися певні відмінності між гастротуристами з різних регіонів.

Жителі країн СНД оцінили турецьку кухню, різноманітність гастрономічних заходів як вище середнього за задоволеністю, але нижче середнього за важливістю. На відміну від цього, європейські туристи надають більшого значення гастрономічній культурі, проте рівень задоволеності та ступень новизни були виявлені нижче середнього.

Отже, здобутком дослідження став висновок про необхідність покращення сервісу гастрономічного обслуговування, його урізноманітнення та введення нових форм даного виду туризму. Ними можуть слугувати такі нововведення, як поєднання гастрономічного напрямку разом з іншими формами відпочинку. Наприклад, створення турів, що пропонують як і пізнання місцевої кухні Каппадокії, так і екстремальну подорож на повітряній кулі. Міксувати можна одразу декілька різновидів туризму, що призведе до зросту туристичних прибуттів з гастрономічною метою, популяризації місцевих кухонь регіонів та більш інтенсивного розвитку галузі в країні взагалі.

Розвиток фаст фуду на вулицях міст в останні 20 років з локального явища перетворився на особливий глобальний рух, що великою мірою впливає на світовий гастрономічний туризм. Як і в інших країнах, турецький ринок швидкого харчування має свої неповторні відтінки, що приваблюють туристів з усього світу. Виступаючи у вересні 2017 року, старший менеджер Domino's Pizza Turkey and Eurasia Аслан Саранга оцінив розмір ринку приблизно в 2,4 мільярда доларів.

Туреччина завдяки своїй унікальній географії все частіше стає місцем, де розгортаються битви фаст-фуду, вже добре знайомі країнам Західної Європи та Північної Америки. Тут добре закріпилися міжнародні бренди та мережі, але, звичайно, вітчизняні компанії все ще володіють значними

частинами ринку. Фінансова стабільність у цьому секторі міцнішає з кожним днем, адже в 2019 році по всій країні було відкрито на 5% більше закладів швидкого харчування, в тому числі багато в найвіддаленіших районах Анатолії.

Як провідна виставка продуктів харчування та напоїв у Туреччині, WorldFood Istanbul приваблює основних гравців турецької харчової промисловості, включаючи споживачів з усієї Туреччини, покупців швидкого харчування, рестораторів, представників сектору HoReCa, роздрібних торговців та інших. Понад 13 000 відвідувачів з Туреччини, Близького Сходу, Європи та інших країн відвідали торішню виставку – усі вони прагнули знайти найкращих партнерів і продукти для розширення своєї діяльності.

Вулична їжа - це ціла культура, яка привертає увагу гурманів і стимулює розвиток гастротуристичної сфери. Тому заново винаходячи старі традиції, відновлювані продукти, які зникли або не вже не використовуються, а також залучення сільських місцевостей та недоступних внутрішніх приміщень, вулична їжа має на меті різні шляхи, пов'язані зі спільними цілями: альтернатива глобалізації, інструмент соціалізації, засіб для ведення бізнесу та пошук нових шляхів комунікацій з цільовою аудиторією. В даний час вулична їжа в Туреччині - це більше, ніж сучасна тенденція, оскільки споживач є частиною культури минулого покоління; це необхідність проводити час у черзі, шукати дешевше харчування, скорочений час споживання, а також здатність відкривати нові смаки, усвідомлюючи їх етнічний смак. Але потрібно усвідомлювати також потенційну небезпеку вуличної їжі, що може мати негативний вплив як і на здоров'я людини, так і на здобуток гастрозакладів від цього виду туризму.

Запровадження у життях перерахованих перспектив розвитку гастрономічного туризму вже в найближчі 5-7 років призведе до стрімкого зросту показників прибуттів з цією метою, покращення якості сервісу,

приверне увагу великої кількості досвідчених гурманів-мандрівників та внесе суттєвий вклад у сучасну модель економіки Туреччині.

### 3.3. Розробка інноваційного гастрономічної екскурсії

Гастрономічна екскурсія - це спеціально підібрана програма кулінарного відпочинку, що включає дегустацію страв та напоїв, ознайомлення з технологією та процесом їх приготування, а також навчання у професійних кухарів. Нерідко гастрономічні екскурсії включають відвідування різних кулінарних фестивалів, свят та ярмарків.

Розробка екскурсії включає такі етапи: вибір пунктів маршруту, ієрархізація цих пунктів, вибір пунктів початку та закінчення маршруту, після чого проводиться розробка схеми маршруту та його оптимізація. Розробка схеми маршруту та його програмне забезпечення є нерозривно пов'язаними паралельними процесами. Розрахунок вартості екскурсії ґрунтується на проведених організаційно-технічних заходах з пошуку партнерів та укладених з ними угод.

В ході виконання дипломної роботи постала задача створення інноваційного гастротуристичного продукту. Унікальне географічне положення Туреччини робить її територію ідеальним варіантом розробки та проведення гастрономічної екскурсії. Важко обрати регіон, який найбільше для цього придатний, адже вся країна є справжнім гастрономічним раєм. Змішування культур, релігій та гастрономічних традицій – це Стамбул, тому доцільно обрати саме його для проведення.

Назва інноваційного гастрономічної екскурсії – «Вибуховий смак Стамбулу».

Загальна тривалість екскурсії: 6 годин.

Протяжність: 6 км.

Автор розробник екскурсії: Сорокіна Євгенія Денисівна.

Тип екскурсії: пішохідна гастрономічно-пізнавальна екскурсія.

Головна мета екскурсії: відвідати і оцінити 13 найкращих кулінарних локацій Стамбула, відчутти смак Туреччини через її найвідоміше місце.

Цільова аудиторія екскурсії: чоловіки та жінки від 25 до 55 років, які мають необхідні кошти та змогу активно пересуватися пішки на великі відстані протягом визначеного часу. Екскурсія розробляється для українських туристів, але може бути адаптованим для будь-якої національності.

Язык викладу інформації під час екскурсії: українська чи англійська (за власним вибором туристів).

Обов'язковою умовою для проведення екскурсії є страхування туристів, а саме страхування туристів від нещасних випадків. Цей вид страховки передбачає одноразову виплату у разі виникнення самого факту нещасного випадку чи хвороби, а не пов'язаних із цим витрат. Страховими випадками можуть вважатися: тимчасова непрацездатність; опіки II та III ступеня; постійна непрацездатність (інвалідність); смерть. Страхування від нещасних випадків не поширюється на ушкодження, пов'язані з дією алкоголю чи наркотичних засобів.

Страхування екскурсії «Вибуховий смак Стамбулу» здійснюється за допомогою компанії-партнеру - страхової компанії "Європейське Туристичне Страхування" (ЄТС). Вона працює в країні з 2006 року, пропонує весь спектр послуг для туристів, турфірм та організацій, на офіційному сайті можна онлайн розрахувати вартість туристичної страховки для виїзду за кордон, замовити та купити її за визначеною ціною. СК "ЄТС" займається супроводом своїх клієнтів та під час поїздок за кордон.

Вартість туру: складає приблизно 100\$ на людину та включає в себе огляд усіх перерахованих локацій, дегустацію місцевих ласощів на зупинках та додаткові інформаційні буклети, що видаються кожному туристу та страхування на випадок нещасних випадків. Вартість екскурсії не включає в

себе переліт до Стамбулу, проживання у місцевих готелях та харчування поза межою ділянок прописаних у маршруті.

Під час першого етапу складання екскурсії було обрані такі пункти маршруту: історичний хаммам Cukursuma, Музей невинності, Університет Галатасарай, торговий центр Demiroren, Музей мадам Тюссо, Квітковий пасаж, Музей Доганчай, рибний ринок, Ліцей Галатасарай, Церква Святого Антонія Падуанського, Авгура пасаж, Аґа хаммам (Додаток А).

Екскурсія розпочинається в Kılıçali Paşa Mahallesi, за адресою Şimşirci Sk. No:1, 34425 Beyoğlu. Саме тут туристи зустрічають свого гіда, знайомляться між собою та мають можливість задати усі хвилюючі їх питання з організаційної частини. На розмову є 15 хвилин, після чого туристична група вирушає до першого пункту маршруту.

Ним є Cukursuma хаммам за адресою Firuzaga Mahallesi, Cukursuma Caddesi No:43 Beyoğlu. У різних джерелах зазначено, що Cukursuma Hamam був побудований в 1830-х роках. Kubbe (широкий купол), що охоплює зону тепла, Gobektasi (квадратний розігрітий мармур) і Halvet (зона потовидної kabini) дуже світлі та просторі і все ще відображають велич їхньої епохи. Cukursuma Hamam почав приймати своїх гостей як бутик-турецький хамам у вересні 2018 року після тривалого періоду ремонту. Час зупинки складає 20 хвилин, за який туристи мають змогу спробувати традиційний круглий хліб і сир і дізнатися, чим вони відрізняються в кожному регіоні Туреччини (Додаток Б).

Далі відбувається перехід до наступної локації Музею невинності, що знаходиться за адресою Cukursuma Caddesi, Dalgic Sirkazi, 2 Beyoğlu. Музей невинності, створений Орханом Памуком, — це невеликий стамбульський музей, що складається з ретельно підготовлених інсталяцій, що демонструють спогади та значення предметів повсякденного життя, описані в однойменному романі автора. За 10 хвилин на міні-екскурсії в музеї можна продегустувати



різні види солоних огірків, які споживають у Туреччині, і дізнатися, чому це один із обов'язкових компонентів для столу для місцевих жителів.

Подальшим пунктом є Університет Галатасарай за адресою Ortaköy, Çırağan Cd. No:36, 34349 Beşiktaş, який був офіційно відкритий у 1992 році. Проте своїм корінням він походить із Галатського палацу, заснованого в 1481 році з метою освіти різних рангів урядовців Османської держави. За 30 хвилин на місці зупинки можна відвідати найстарішу турецьку лазню в Стамбулі та ознайомтеся з ритуалом хамам в Туреччині, а також скуштувати такі національні блюда як берек (Додаток В) і долма (Додаток Г).

Наступною зупинкою в екскурсії буде торговий центр Demiroren, який знаходиться за адресою Hüseyinağa, İstiklal Cd. No:52, 34435 Beyoğlu. Demiroren – це невеликий торговий центр у самому серці улюбленої туристами вулиці Істікляль. Він має вузький багатоповерховий інтер'єр, є невелика досить гарних магазинів, а також досить непоганий фуд-корт. Тут можна спробувати дивовижний Açık Pide, плоский хліб, який зазвичай наповнений м'ясом або сиром. Також будуть доступні вегетаріанські страви, для тих туристів, що не вживають м'яса. Час зупинки 20 хвилин.

Далі туристи пересуваються до Музею мадам Тюссо за адресою Grand Pera AVM, Istanbul 34440. Музей мадам Тюссо – найвідоміший та найпопулярніший музей воскових фігур у світі. У Стамбулі відкрився у 2016 році і є вже 23 за рахунком (із 24). В експозиції враховані інтереси місцевого населення, де, крім зірок першої величини різного часу, представлені відомі особи та знаменитості Туреччини. Туристи можуть послухати місцеві легенди про створення смачного «локуму», однієї з найдавніших солодких страв у світі, яка бере свій початок з 15 століття (Додаток Д). Час зупинки 20 хвилин.

Наступною ділянкою гастрономічної екскурсії є Çicek Pasajı або Квітковий пасаж, що знаходиться за адресою Hüseyinağa Mah. İstiklal Cad. Saitpaşa Geçidi No:176, 34435 Beyoğlu. Квітковий пасаж, внутрішній двір

будівлі Сіте-де-Пера, колись був улюбленим місцем для місцевих продавців квітів. Сьогодні жвавий район є домом для багатьох ресторанів, таверн і магазинів. Ціль зупинки, яка триває 20 хвилин, подивитися прикрашену будівлю в паризькому стилі, яка колись була квітковим аукціоном, і дізнайтеся більше про її історію, а також спробувати національний турецький «Raki», анісовий дистильований напій, який сягає давніх часів, виготовлений з винограду, слив або інжиру.

Після пасажу туристи переходять до наступної зупинки – Музею Dogancaу, який можна знайти за адресою Hüseyinağa, Balo Sk. No:42, 34435 Beyoğlu. Музей Dogancaу, перший музей сучасного мистецтва в Туреччині, офіційно відкрив свої двері для публіки в 2004 році. Він розташований в історичній 150-річній п'ятиповерховій будівлі, розташованій в самому центрі жвавого стамбульського району Бейоглу. Музей надає загальний огляд невеликої частини плідної творчості Бурхана Доганчая, одного з провідних художників Туреччини. Ця міні-ретроспектива охоплює п'ять десятиліть художньої еволюції Доганчая, починаючи з його ранніх фігуративних картин і закінчуючи роботами, натхненними стінами, а також фотографіями. В одній кімнаті музею представлені роботи його батька Аділа Доганчая. Неподалік від музею Доганчай можна помилуватися старовинним ринком, де колись невелика кількість рибалок продавала свіжу рибу місцевим жителям. Можна насолодитися смаком «Midye Dolma», фаршированих мідіями з ароматним рисом і травами, і дізнатися, як це пов'язано з історією міста. Зупинка триває 30 хвилин.

Далі за програмою йде рибний ринок Balık Pazari, що знаходиться за адресою Fermeveciler Cad. No:35 34420 Beyoğlu. Це унікальне місце для туриста, бо тут є змога не тільки подивитися на морських жителів, але й пообідати в рибному ресторані за приємну ціну, яких тут достатня кількість. Крім того, тільки на рибному ринку можна знайти смачну унікальну їжу, наприклад, рибний сендвіч, який називають балик екмек, а також кокореч або

фаршировані мідії. Бонусом для туристів також є можливість пройтися одним із найстаріших переходів у цьому районі та помилуватися дивовижними скульптурами, які виходять на вулицю, дізнайтеся про коріння пахлави, зробленої з тіста філо та начиненої подрібненими горіхами, і почути про те, як Греція та Туреччина досі вирішують, кому саме належить оригінальний рецепт (Додаток Е). Час зупинки триває 25 хвилин.

Наступною зупинкою є Ліцей Галатасарай, елітний середній навчальний заклад, за адресою Kuloğlu, İstiklal Cd. No:159, 34430 Beyoğlu. За більше ніж п'ять віків існування в його стінах пройшли навчання багатьох відомих державних діячів та представників інтелектуальної еліти країни. В 1481 р. султан Баязид II відкрив тут філіал Дворцової школи Топкапи, назвав його Галата Сарайи Ендеруну Хумайуну (Galata Sarayı Enderunu Humayunu – Дворцова імперська школа в Галаті). По легенді першим керівником школи став некий Гюль-баба, шейх ордена Бекташи, хобі якого було розводити троянди червоного і жовтого кольору (з тих пор фірмових кольору цього навчального закладу). Султан Абдул-Азіз після своєї подорожі в Європу (1867), наводячись під сильним враженням від європейської системи освіти, заснував (1868) по образу французьких ліцеїв на базі Дворцової школи Галатасарай Мектеб-и Султанісі школу. З відміною султаната і проголошенням Республіки Туреччина (1923) назву школи змінили на Галатасарайський Ліцей. Заняття в ліцеї проводяться на французькій та турецькій мовах, а диплом відповідає французькому ступеню бакалавра і дає можливість вступити в будь-який університет Франції без іспитів. Туристи на цій локації відвідають старий традиційний магазин, розташований на 150-річному ринку, і відкриють для себе історію марципану на обідніх столах султана. Зупинка триває 20 хвилин.

Далі туристична група переміщується до Церкви Святого Антонія Падуанського, що знаходиться за адресою Tomtom, İstiklal Cd. No:171, 34433 Beyoğlu. Є найбільшою церквою римо-католицької церкви в Стамбулі.

Службу в церкві проводять італійські священники. Ця церква є прикладом релігійної толерантності Туреччини. Тут можна скуштувати спеціально зварену та приготовану турецьку класичну каву та символ гостинності країни. Зупинка триває 15 хвилин.

Наступною ділянкою є *Avgıra Pasajı*, що знаходиться за адресою *Hüseyinağa, Meşrutiyet Cd. No:8, 34435 Beyoğlu*. Дзеркальний брат близнюк паризького Пасажу Шуазель та шматок Європи у серці Стамбула. Європейський пасаж знаходиться поруч із ліцеєм Галатасарай у центрі історичного ядра Стамбула. Тут продають текстиль, кераміку, всілякі лампи, листівки, фотографії, вінілові платівки та інші цікаві речі. Але для гастрономічного туру найбільш цікавим тут буде велика різноманітність сухофрукти та горіхів, які займають особливе місце у турецькій кулінарній культурі і з часом утворили свої особливі традиції. Тут можна знайти: фундук, арахіс, фісташки, кедрові горіхи, смажений нут, родзинки, сливи, гарбузове та соняшникове насіння, насіння кавуна та дині, абрикоси, абрикосові кісточки, кукурудзу. Зупинка триває 25 хвилин.

Останньою зупинкою у цій гастрономічній екскурсії є *Aga хаммам* за адресою *Kuloğlu, Turnacıbaşı Cd. No:48, 34433 Beyoğlu*. *Aga хамам* став першою турецькою лазнею у Стамбулі. Він був побудований за наказом імператора імперії Османа Фатіха Султана Мехмеда, який здійснив переворот в історії держави численними завоюваннями і взяттям Константинополя. Локація найкраще підходить на кінець, адже допомагає відпочити після насиченого дня та відновити сили. Тут можна випити трохи води, чаю, чашку шербету (холодного підсолодженого фруктового соку) і перекусити національними турецькими стравами. Також можна відпочити у приватній кімнаті. Туристи можуть самостійно визначити час, що проведуть на цій ділянці, адже вона є кінцевою.

Наостанок гід відповідає на всі запитання, що виникли під час дня та не були вирішені, дізнається про враження туристів від гастрономічної програми, надає необхідну додаткову інформацію та прощається з туристичною групою.

Отже, гастрономічний туризм в Туреччині все ще не розвинутий на високому рівні і має свою низку проблем, такі як: середній стан налагодженості співпраці підприємств, політичні фактори, стереотипний туристичний імідж країни, вплив пандемії COVID – 2019 у останні два роки. Для їх вирішення необхідно задіяти усі наявні ресурси та переглянути загальний туристичних напрямків країни.

Проте країна також має низку потенційних шляхів покращення ситуації на ринку гастрономічного туризму та перспективні шляхи розвитку на найближчі 5-10 років. Серед них є такі: можливість розвитку слаборозвинених туристичних регіонів, запровадження гастрономічного туристичного маркетингу, екологічний гастротуризм, потенціал для надання нового туристичного досвіду, розвиток фаст-фуду на вулицях міст. Концентрування на даних напрямках діяльності призведе до зростання значення гастрономічного туризму у секторі турецької економіки.

У ході написання дипломної роботи було розроблено інноваційну гастрономічну екскурсію – «Вибуховий смак Стамбулу», мета якої ознайомитися з найкращими гастролокаціями найбільшого міста Туреччини.

## **ВИСНОВКИ**

Нас сьогоднішній день гастрономія грає важливу роль у розвитку туризму. Гастрономія – частина культури; вона відображує традиції та цінності нації. Сьогодні гастрономічний туризм – це один із перспективних напрямків розвитку ринку туристичних послуг, різновид спеціалізованого туризму, синтез екології, культури та виробництва.

Головна мета будь-якого гастрономічного туру – познайомитися з особливостями кухні тієї чи іншої країни. При цьому важливо дізнатися особливості місцевої рецептури, які віками вбирали в себе традиції й звичаї місцевих жителів, їх культуру приготування їжі. Гастрономічний туризм може поєднувати у собі кілька видів туризму - це пізнавальний, подієвий та діловий.

Цільова аудиторія даного виду туризму включає у себе людей, які люблять постійно вносити щось нове у свій раціон, схильні до експериментів та необмежені в коштах. Середній вік туриста-гурмана – 34 роки, інтерес до таких поїздок однаково виявляють і чоловіки, і жінки.

Гастрономічний туризм як самостійний вид туризму почав свій розвиток відносно недавно. Його історія становлення починається с 1998 року, коли вперше був введений термін «кулінарний туризм», і триває донині. У 2003 році

було засновано Міжнародну асоціацію гастрономічного туризму (The International Culinary Tourism Association), яка у 2012 році була перейменована на Всесвітню асоціацію продовольчих подорожей (World Food Travel Association). Головною метою асоціації є популяризація та просування напрямків розвитку гастрономічного туризму у світі.

Сьогодні все більше спостерігається тенденція до збільшення попиту на гастрономічні тури та розвиток даного виду туризму на території багатьох країн. Світовими лідерами з розвитку гастрономічного туризму є такі країни, як: Франція, Таїланд, Чехія, Німеччина, Китай, Японія, країни Середземного моря.

Вважається, що турецька кухня є третьою у світі за різноманітністю після французької та китайської. Вона несе в собі сліди як і османської культури, традицій і звичаїв, так анатолійської, що зробило її унікальною й найбільш привабливою для розвитку гастрономічного туризму на території країни. Секрет її унікальності полягає в особливому географічному положенню країни, значній площі території, м'якому кліматі, насиченості історичними подіями.

Регіонально Туреччина поділяється на 7 частин, що зумовлює особливості національної кухні в кожному з них. Це позитивно впливає на розвиток кулінарного туризму в країні, адже дає можливість як і окремо досліджувати різні локації країни, так і поєднувати їх в одну насичену подорож.

Більшість внутрішніх та іноземних туристів у пошуках гастророзваг приїжджають до таких міст як Стамбул, Газіантеп, Ізмир, Хатай, Адана, Мерсин, що робить їх світовими центрами гастрономічного туризму.

Звичайно, попри високий гастротуристичний потенціал країни, все ще існують деякі проблеми, що гальмують розвиток даного виду туризму: середній стан налагодженості співпраці підприємств, політичні фактори,

стереотипний туристичний імідж країни, вплив пандемії COVID – 2019 у останні два роки. На їх вирішення покладені зусилля Міністерства туризму та культури Туреччини в останні роки, тому можна очікувати їх розв'язання у найближчому майбутньому.

Серед потенційних шляхів покращення стану галузі можна виділити такі: можливість розвитку слаборозвинених туристичних регіонів, запровадження гастрономічного туристичного маркетингу, екологічний гастротуризм, потенціал для надання нового туристичного досвіду, розвиток фаст-фуду на вулицях міст.

У ході виконання роботи було розроблено авторську інноваційну гастрономічну екскурсію «Вибуховий смак Стамбулу», що включає в себе відвідування і оцінку 13 найкращих кулінарних локацій Стамбула та дегустацію місцевої кухні. Загальна тривалість екскурсії складає 6 годин, а протяжність – 6 км. Тип визначається як пішохідний гастрономічно-пізнавальний. Цільовою аудиторією є туристи молодого та середнього віку, з високим достатком та активним способом життя. Приблизна вартість екскурсії складає 100\$ на людину.

Під час виконання дипломної роботи були виконані такі поставлені завдання: проаналізовано державну політику у сфері гастрономічного туризму в Туреччині; досліджено умови та стратегії розвитку гастрономічного туризму в регіонах; визначено чинники розвитку гастрономічного туризму в Туреччині; проведена оцінка сучасного стану розвитку гастрономічного туризму в Туреччині; проаналізовано гастрономічну географію туризму в країні; визначено перспективні напрями та центри розвитку гастрономічного туризму в Туреччині; розроблено інноваційний гастротуристичний продукт.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Allen G. J., Albala K. Encyclopedia of the Food and Drink Industries. The Business of Food. 2010. P. 112.
2. Alternative tourism in Turkey. URL: <https://www.researchgate.net/project/Alternative-tourism-in-Turkey>
3. Brokaj M. The Impact of the Gastronomic Offer in Choosing Tourism Destination. Academic Journal of Interdisciplinary Studies MCSER Publishing. 2014. P.249-258.
4. Creativity in gastronomic activities. URL: [https://www.researchgate.net/publication/361100752\\_Creativity\\_in\\_gastronomic\\_activities](https://www.researchgate.net/publication/361100752_Creativity_in_gastronomic_activities)

5. Current trends on food tourism approaches through a conceptual framework of food tourism management. URL: <https://www.researchgate.net/publication/358447756> Current trends on food tourism approaches through a conceptual framework of food tourism management
6. Dasilva D. Assessing The Economic Potential For Culinary Tourism In Suriname. 2015. URL: <http://www.surinamecompete.org/wpcontent/uploads/2016/01/Assessing-The-Economic-Potential-Of-CulinaryTourism-Revised.pdf>
7. Designing gastronomic identity-based food tours. URL: <https://www.researchgate.net/publication/359930918> Designing gastronomic identity-based food tours
8. Exploring the impact of COVID-19 on tourism: transformational potential and implications for a sustainable recovery of the travel and leisure industry. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2666518221000206>
9. Exploring The Role Of Gastronomy In Tourism. URL: <https://www.researchgate.net/publication/337757319> Exploring The Role Of Gastronomy In Tourism
10. Food Tourism and Hospitality Perspectives. URL: <https://www.researchgate.net/publication/354312164> Food Tourism and Hospitality Perspectives
11. Food tourism offerings. URL: <https://www.researchgate.net/publication/345529529> Food tourism offerings
12. Gastro tourism potential and perspectives for turkey. URL: <https://www.researchgate.net/publication/334770645> GASTRO TOURISM POTENTIAL AND PERSPECTIVES FOR TURKEY -A THEORETICAL APPROACH

13. Gastronomic tourism innovations. URL:  
[https://www.researchgate.net/publication/331224915\\_Gastronomic\\_tourism\\_innovations](https://www.researchgate.net/publication/331224915_Gastronomic_tourism_innovations)
14. Gastronomic tourism, a differential factor. URL:  
[https://www.researchgate.net/publication/322871482\\_Gastronomic\\_tourism\\_a\\_differential\\_factor](https://www.researchgate.net/publication/322871482_Gastronomic_tourism_a_differential_factor)
15. Gastronomic Tourism: A Theoretical Construct. URL:  
[https://www.researchgate.net/publication/355792568\\_Gastronomic\\_Tourism\\_A\\_Theoretical\\_Construct](https://www.researchgate.net/publication/355792568_Gastronomic_Tourism_A_Theoretical_Construct)
16. Gastronomy tourism potential of Sinop (Turkey) destination. URL:  
[https://www.researchgate.net/publication/322096856\\_Gastronomy\\_tourism\\_potential\\_of\\_Sinop\\_Turkey\\_destination](https://www.researchgate.net/publication/322096856_Gastronomy_tourism_potential_of_Sinop_Turkey_destination)
17. Geographical Indication Gastronomic Products of the Black Sea Region. URL:  
[https://www.researchgate.net/publication/348877048\\_Geographical\\_Indication\\_Gastronomic\\_Products\\_of\\_the\\_Black\\_Sea\\_Region](https://www.researchgate.net/publication/348877048_Geographical_Indication_Gastronomic_Products_of_the_Black_Sea_Region)
18. Globalization vs. local. The role of street food in the urban food system. URL:  
[https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567115002920?ref=pdf\\_download&fr=RR-2&rr=717570152c49b33c](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567115002920?ref=pdf_download&fr=RR-2&rr=717570152c49b33c)
19. Historical evolution of gastronomic tourism. URL:  
[https://ebrary.net/146921/travel/historical\\_evolution\\_gastronomic\\_tourism](https://ebrary.net/146921/travel/historical_evolution_gastronomic_tourism)
20. Historical Evolution of Gastronomic Tourism. URL:  
[https://www.researchgate.net/publication/340183656\\_Historical\\_Evolution\\_of\\_Gastronomic\\_Tourism](https://www.researchgate.net/publication/340183656_Historical_Evolution_of_Gastronomic_Tourism)
21. Impact of Restaurants in the Development of Gastronomic Tourism. URL:  
[https://www.researchgate.net/publication/342256478\\_Impact\\_of\\_Restaurants\\_in\\_the\\_Development\\_of\\_Gastronomic\\_Tourism](https://www.researchgate.net/publication/342256478_Impact_of_Restaurants_in_the_Development_of_Gastronomic_Tourism)

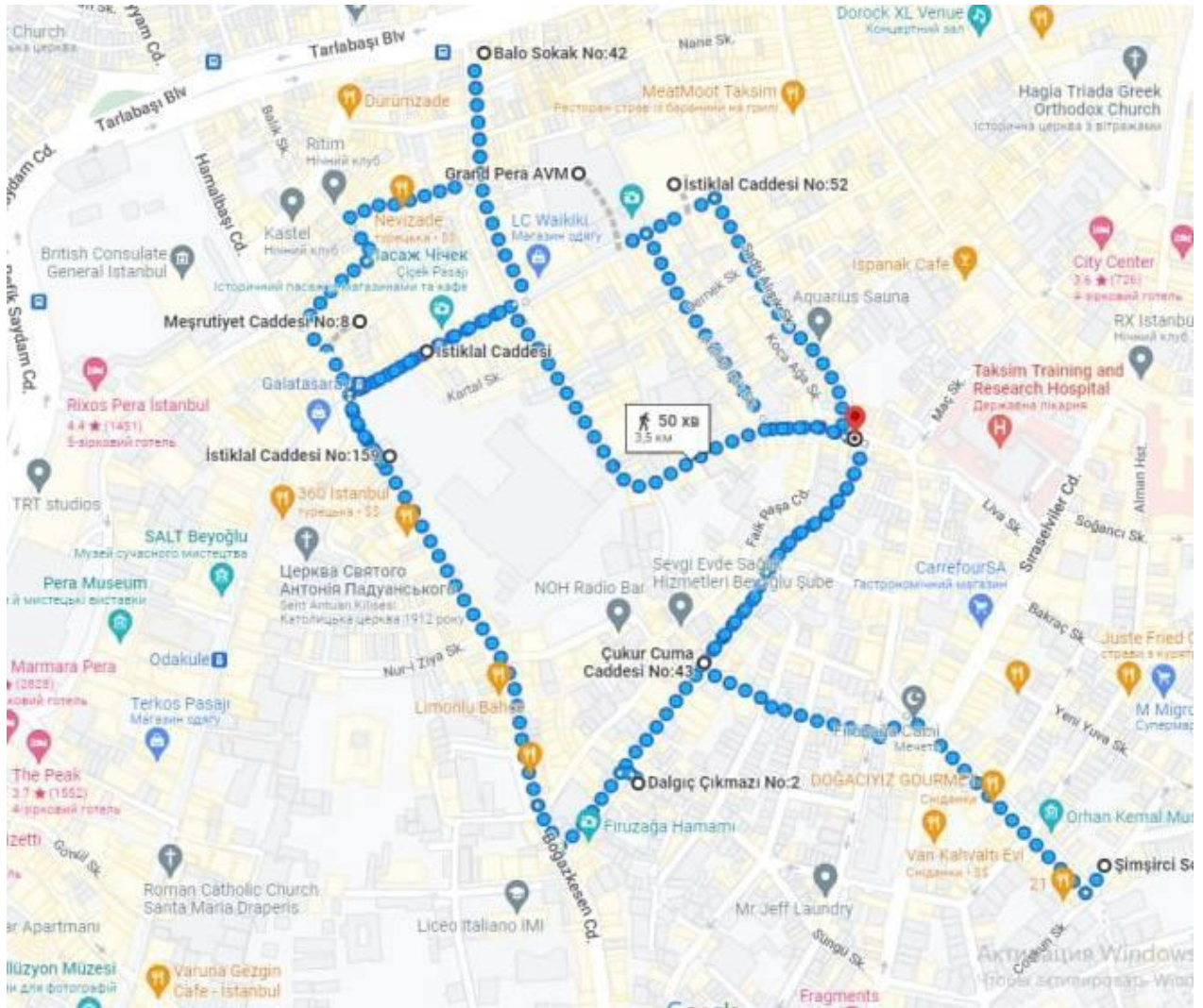
22. Impacts of COVID-19 on global tourism industry: A cross-regional comparison. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7474895/>
23. Marketing Istanbul as a culinary destination. URL: [https://www.researchgate.net/publication/324518454\\_Marketing\\_Istanbul\\_as\\_a\\_culinary\\_destination](https://www.researchgate.net/publication/324518454_Marketing_Istanbul_as_a_culinary_destination)
24. REFLECTIONS OF TURKEY'S GEOGRAPHICAL PROPERTIES ON THE REGIONAL CUISINES. URL: [https://www.researchgate.net/publication/331062373\\_REFLECTIONS\\_OF\\_TURKEY'S\\_GEOGRAPHICAL\\_PROPERTIES\\_ON\\_THE\\_REGIONAL\\_CUISINES](https://www.researchgate.net/publication/331062373_REFLECTIONS_OF_TURKEY'S_GEOGRAPHICAL_PROPERTIES_ON_THE_REGIONAL_CUISINES)
25. THE STUDY ABOUT GASTRONOMIC TOURISM AND GASTRONOMIC TOURISTS ISSUES. URL: [https://www.researchgate.net/publication/352396490\\_THE\\_STUDY\\_ABOUT\\_T\\_GASTRONOMIC\\_TOURISM\\_AND\\_GASTRONOMIC\\_TOURISTS\\_ISSUES](https://www.researchgate.net/publication/352396490_THE_STUDY_ABOUT_T_GASTRONOMIC_TOURISM_AND_GASTRONOMIC_TOURISTS_ISSUES)
26. TOURISM AND COVID-19 – UNPRECEDENTED ECONOMIC IMPACTS. URL: <https://www.unwto.org/tourism-and-covid-19-unprecedented-economic-impacts>
27. Tourists' Food Tourism Motivation, Involvement, and Engagement in Food Tourism. URL: [https://www.researchgate.net/publication/343993841\\_Tourists%27\\_Food\\_Tourism\\_Motivation\\_Involvement\\_and\\_Engagement\\_in\\_Food\\_Tourism](https://www.researchgate.net/publication/343993841_Tourists%27_Food_Tourism_Motivation_Involvement_and_Engagement_in_Food_Tourism)
28. Wolf E. Culinary Tourism. Travel & Tourism Marketing. 2006. P. 137—148.
29. World Food Travel Association (WFTA). URL: <https://www.worldfoodtravel.org/cpages/home>.
30. Архипов В. Особливості культури і традицій харчування народів світу / ред. В. Архипов, О. Іванникова. – Київ, 2005.
31. Басюк Д. І. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики : монографія. Вінниця : ПП «ТД «Едельвейс і К», 2017. С. 324 – 325.

- 32.Вишневецька Г. Г. потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму. Географія та туризм. 2011. № 14. С. 100—115.
- 33.Вишневецька Г.Г. Гастрономічні свята та фестивалі як туристична атракція. Географія та туризм. 18-те вид. 2012. С. 30-36.
- 34.Гастрономічний туризм. Сайт про смачні. URL: <http://www.gastrotur.ru>
- 35.Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму. Київ : Знання, 2011. 224 с.
36. Культурний шлях Європи. Віа Регіа. URL: <http://www.viaregia.com.ua>.
- 37.Офіційний сайт Міжнародної асоціації гастрономічного туризму. 2014. URL: <http://www.worldfoodtravel.org>
- 38.Шандор Ф.Ф. Сучасні різновиди туризму. Київ. 2013. 334 с.

## ДОДАТКИ

Додаток А

Маршрут інноваційного гастрономічного туру «Вибуховий смак Стамбулу»



Додаток Б

Традиційний турецький круглий хліб, що подається з сиром



Додаток В

Турецьке національне блюдо борек



Додаток Г

Турецьке національне блюдо долма





Турецький десерт лукум



Турецький національний десерт пахлава с тіста філо



