

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра міжнародного туризму і готельного бізнесу

ЧЕКАЛЮК ОЛЬГА ВІТАЛІЇВНА

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**Потенціал ресторанного бізнесу у розвитку гастрономічного туризму
України**

Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа

Освітньо-професійна програма Готельно-ресторанна справа

Освітньо-кваліфікаційний рівень - бакалавр

Виконала студентка групи

ГРСЗ-41

Чекалюк О.В.

Науковий керівник:

канд. екон. наук, доцент

Оливко О.А.

ТЕРНОПІЛЬ – 2024

АНОТАЦІЯ

Ольга Чекалюк. Потенціал ресторанного бізнесу у розвитку гастрономічного туризму України. – Рукопис.

Дослідження на здобуття освітнього ступеня «бакалавр» за спеціальністю 241 – Готельно - ресторанна справа. – Західноукраїнський національний університет, Тернопіль, 2024.

На основі проведеного дослідження були розглянуті теоретичні аспекти гастрономічного туризму, його роль у соціально-економічному розвитку країни; розкрито питання розвитку гастрономічного туризму на світовому ринку, а також на ринку України; проаналізовано ринок туристичних послуг та проаналізовано туристичну інфраструктуру; окреслено ключові проблеми та визначено перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні та світі.

ANNOTATION

Olga Chekalyuk. The potential of the restaurant business in the development of gastronomic tourism in Ukraine. - Manuscript.

Research for obtaining a bachelor's degree in specialty 241 - Hotel and restaurant business. – West Ukrainian National University, Ternopil, 2024.

Based on the conducted research, the theoretical aspects of gastronomic tourism, its role in the socio-economic development of the country were considered; the issue of the development of gastronomic tourism on the world market, as well as on the market of Ukraine, is revealed; the market of tourist services was analyzed and the tourist infrastructure was analyzed; the key problems are outlined and the prospects for the development of gastronomic tourism in Ukraine and the world are determined.

ПЛАН

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТА ПРАКТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	6
1.1. Сутність, зміст та роль гастрономічного туризму у соціально- економічному розвитку країни.....	6
1.2. Гастрономічний туризм в Україні: потенціал для розвитку.....	14
1.3. Теорія та практика розвитку гастрономічного туризму на світовому ринку.....	18
Висновки до розділу 1.....	24
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	25
2.1. Аналіз тенденцій розвитку гастрономічного туризму в контексті сучасних викликів.....	25
2.2. Роль та значення стимулювання гастрономічного туризму в структурі розвитку регіональних туристичних ринків в Україні.....	30
Висновки до розділу 2.....	37
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД.....	39
Висновки до розділу 3.....	52
ВИСНОВКИ.....	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	55

ВСТУП

Актуальність дослідження. Туризм є однією з найбільш динамічних галузей економіки XXI століття. Особливо перспективним є розвиток гастрономічного туризму, який позитивно впливає на економіку, створює робочі місця та підтримує автентичну спадщину нації. Туристи прагнуть не тільки скуштувати місцеву кухню, але й зрозуміти історичні корені та особливості приготування страв.

З організаційної точки зору гастрономічний туризм включає знайомство з технологіями приготування місцевих продуктів, історією та традиціями їх споживання, а також участь туристів у приготуванні національних страв, відвідування кулінарних фестивалів та конкурсів.

Аналіз основних тенденцій розвитку світового гастрономічного туризму може бути корисним для розвитку вітчизняного туристичного ринку. У довгостроковій перспективі це сприятиме покращенню туристичного іміджу країни та збільшенню туристичного потоку.

Стратегічною метою розвитку туристичної галузі України є створення конкурентоспроможного продукту на світовому ринку, здатного задовольнити туристичні потреби населення. Це забезпечить всебічний розвиток території та її соціально-економічні переваги, зберігаючи при цьому економічну стабільність та історичну культурну спадщину.

Одним із перспективних напрямків розвитку туристичного ринку є гастрономічний туризм - спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з історією, технологією та культурою споживання національних страв і продуктів, а також із навчанням і підвищенням професійних знань у сфері кулінарії.

У західних країнах гастрономічні тури вже давно є одним із найпопулярніших видів туризму. Представники туристичних підприємств України відзначають, що гастрономічний туризм щорічно збільшує свою присутність на туристичному ринку, оскільки туристам стає все цікавіше

пізнавати країну не тільки через різні види турів, але й через знайомство з національною кухнею.

Україна, маючи багаті культурні традиції, зокрема в сфері харчування, може запропонувати численні захоплюючі гастрономічні тури як для іноземних, так і для вітчизняних туристів. Експерти вважають, що гастрономічний туризм наразі використовує лише 20% свого потенціалу і може значно збільшити обсяги в найближчому майбутньому. Послуги закладів ресторанного господарства, як однієї з основних складових туристичної інфраструктури, що забезпечує близько 20% доходів від реалізованого туру, варто розглядати не лише як засіб задоволення фізіологічних потреб у харчуванні туристів, а й як спосіб пізнання культури та традицій народу в країні перебування, а також як мету туристичної подорожі.

У працях вітчизняних науковців поняття організаційної культури з'явилося порівняно недавно, тоді як за кордоном вже давно усвідомлюють важливість її впливу на ефективність діяльності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій дозволяє стверджувати, що в цілому питання розвитку гастрономічного туризму та створення регіональних туристичних продуктів на основі національної кухні та кулінарних традицій розглядалися у працях Д.І. Басюка, Т.І. Божук, А.В. Бусигіна, І.В. Журило, І.К. Комарніцького, І.В. Космидайло, Е.В. Маслової, Л.А. Прокопчук, І.В. Сухаревої, В.К. Федорченка.

Однак, науково-теоретичному та практичному рівнях не приділялося достатньо уваги зв'язку між гастрономічними турами та розвитком закладів ресторанного господарства, не досліджувався потенціал вітчизняного ресторанного бізнесу як туристичної дестинації.

Мета і завдання дослідження. Метою кваліфікаційної роботи є наукове обґрунтування теоретичних та практичних рекомендацій щодо розвитку гастрономічного туризму в Україні з використанням потенціалу ресторанного господарства. Для досягнення мети було вирішено наступні **завдання**:

- розкрито науково-теоретичні підходи до визначення сутності та об'єктів гастрономічного туризму;

- оцінено потенціал та можливості сфери ресторанного бізнесу у розбудові сучасної туристичної інфраструктури, включаючи розвиток гастрономічного туризму в Україні;

- запропоновано заходи розвитку вітчизняного ресторанного бізнесу як перспективного напрямку гастрономічного туризму та самостійного об'єкта туристичних подорожей.

Об'єктом дослідження є ресурсний потенціал України, зокрема в галузі гастрономічного туризму.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні засади гастрономічного туризму.

Методи дослідження. У процесі дослідження використано такі методи наукового дослідження: літературний, статистичний, стохастичний методи, дедуктивний метод, логіко-структурний підхід, методи аналізу та оцінки конкурентоспроможності регіону.

Практичне значення одержаних результатів полягає у розробці й економічному обґрунтуванні розвитку гастрономічного туризму в Україні, а саме в пропозиціях щодо підвищення популярності гастрономічного туризму серед гостей країни. Запропоновані напрямки дозволяють збільшити прибуток від туристичної галузі.

Структурно кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Робота викладена на 58 аркуші друкованого тексту, містить 5 таблиць, 16 рисунків, список використаних джерел налічує 40 найменувань.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТА ПРАКТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

1.1. Сутність, зміст та роль гастрономічного туризму у соціально-економічному розвитку країни

Кулінарне мистецтво стало неодмінною частиною загальної культури суспільства, тому гастротуризм дозволяє знайомитися з історією місцевої кухні, брати участь у дегустаціях та ознайомлюватися з особливостями національних кулінарних традицій різних країн.

Гастрономічний туризм дозволяє через дегустації унікальних продуктів і страв, характерних для певного регіону, відкрити всю багатогранність місцевих традицій, пізнати менталітет та давні звичаї народів через культуру приготування та споживання їжі.

Варто зазначити, що в українській туризмології немає єдиного термінологічного визначення цього виду туризму. Використовуються такі терміни, як «кулінарний туризм», «винно-гастрономічний туризм», «гурман-туризм» та «гастрономічний туризм».

У своїх останніх публікаціях Ф.Ф. Шандор і М.П. Кляп розглядають гастрономічний туризм як один із видів туризму, відповідно до класифікації за метою подорожі [40]. Д.І. Басюк вважає, що найбільш повним є визначення «гастрономічного туризму», яке походить від слова «гастрономія» (грецьк. γαστήρ — шлунок) — наука про зв'язок між харчуванням і культурою, що відноситься до соціальних наук [15].

У той час як «кулінарія» (лат. *culina* — кухня) — це галузь прикладної діяльності, пов'язана з приготуванням їжі, що включає різноманітні технології, обладнання та рецепти і є частиною гастрономії.

Визначення категорії «гастрономічний туризм» подано в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Визначення поняття «гастрономічний туризм» [22]

Автор, джерело	Визначення
Е. Вульф [3]	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
Д.І.Басюк [1]	Гастрономічний туризм (похідний від терміну «гастроном», від грецької γαστήρ (шлунок), – наука, яка вивчає зв'язок між харчуванням та культурою та відноситься до галузі соціальних дисциплін
Т.С. Куклина [4]	Гастрономічний туризм – різновид туризму, пов'язаний з пересуванням по різних країнах з метою ознайомлення з національними стравами, продуктами, напоями
О.Р. Железова [5]	Гастрономічний туризм – новий напрямок розвитку світового туризму, яке може бути одним з можливих напрямів збереження та розвитку економіки традиційного господарства, культурної спадщини та фактором сталого розвитку територій
Г.Г.Вишневська [6]	Гастрономічний туризм – вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з виробництвом, технологією приготування та дегустацією національних страв та напоїв, а також з кулінарними традиціями народів світу
С.Є.Саламатіна [7]	Гастрономічний туризм – вид діяльності, метою якої є знайомство з етнічною кухнею країни чи регіону, основними продуктами, особливостями технології приготування страв, а також підвищення рівня знань з кулінарії
Електронний ресурс [8]	Гастрономічний туризм – це подорож країнами та континентам для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями, а також з метою спробувати унікальні для приїжджої людини страву чи Продукт

Гастрономічний туризм має ряд переваг, які суттєво вирізняють його серед інших видів (рис. 1.1).

**Рис. 1.1. Переваги гастрономічного туризму[15].**

Розвиток гастрономічного туризму в Україні має важливе значення через його соціально-економічні функції, а також гуманітарну та культурологічну вагу, які відображені на рисунку 1.2.

В ЕКОНОМІЧНІЙ СФЕРІ		
Виробництво нового туристичного продукту, створення доданої вартості, у наслідок чого здійснюється процес нагромадження цінності	Створення додаткових робочих місць та значне зростання зайнятості населення	Формування прямого і непрямого економічного ефекту від одержання доходів (виручки) туристичних підприємств, а також підприємств-партнерів – засобів розміщення, закладів ресторанного господарства, розваг та ін.
Розвиток малого і середнього бізнесу, які заповнюють нові ніші на ринку виробництва і послуг	Згладжування проблеми сезонності в туристичних регіонах, продовження туристичного сезону	Пожвавлення зовнішньої торгівлі, збільшення експортно-імпортних операцій з послугами і товарами, що є одним із основних джерел залучення іноземної валюти в країну
Необхідність підтримання наявних туристичних об'єктів у належному стані та створення нових обумовлюють мотивацію підприємців і представників органів влади (місцевої та державної) щодо інвестування коштів на реставрацію пам'яток історії та культури, природоохоронні заходи, реконструкцію матеріально-технічної бази, освітянську та виховну роботу засобами туризму		
Є важливим елементом комплексу маркетингових комунікацій для популяризації продукції місцевих товаровиробників та інших закладів сфери гостинності		
У СОЦІАЛЬНІЙ СФЕРІ		
Відпочинок, отримання позитивних емоцій і вражень під час гастрономічної подорожі сприяють відновленню фізичних сил і психологічного здоров'я людини	Організація дозвілля населення, раціоналізації вільного часу, згладжування розбіжностей та попередження конфліктів у суспільстві, формування та підвищення освітнього рівня, поширення культурних цінностей і створення нових	Збагачення соціальної інфраструктури, стимулювання розвитку науки, освіти, закладів культури, та творчих колективів, фестивального руху
У ГУМАНІТАРНІЙ ТА КУЛЬТУРОЛОГІЧНІЙ СФЕРАХ		
Забезпечення саморозвитку особистості, підвищення рівня освіти та загальної культури шляхом ознайомлення з традиціями національної гастрономії, кулінарії, стилем життя інших народів, культурною спадщиною людства та красою природи		

Рис. 1.2. Переваги розвитку гастрономічного туризму в Україні[15]

Проаналізувавши пропозицію вітчизняних туристичних операторів (табл. 1.2), можна відзначити кілька важливих аспектів. По-перше, гастрономічний туризм в Україні поки що не має масового характеру — професійними гастрономічними турами займається обмежене коло компаній. По-друге, існує диспропорція у розміщенні гастрономічних турів по Україні — більшість подорожей організовуються на Львівщині та Закарпатті, що пояснюється унікальною культурою та специфічними кулінарними традиціями цих регіонів.

Таблиця 1.2.

Пропозиція вітчизняних туроператорів гастрономічних турів по Україні[25]

Туристичне підприємство	Маршрут подорожі	Назва турпродукту
Туристична компанія «Унікальна Україна»	Мукачево – Сільце – Хмільник – Шаланки – Ботар – Ужгород – Косино – Берегово – Мукачево	«Закарпатське Божоле»
Туроператор «Галиція-тур»	м. Львів	«Від шпациру до келішка»
Туроператор «Країна UA»	Воловець – Гукливий – Міжгір'я – Нижнє Селище – Берегово – В. Бийгань – Мукачево – Гукливий	«Кулінарне Закарпаття»
Туроператор «Кандагар»	Сімферополь – Феодосія – Коктебель – Новий Світ – Масандра-Ялта – Алушка – Севастополь – Новоульянівка – Бахчисарай – Сімферополь	Винно-гастрономічний тур "Сонце в бокалі"
Тур оператор «Вир мандрів»	Львів – Чинадієво – Мукачево – Берегово – Ужгород – Лумшори – Львів	Гастрономічний тур «Закарпатський десерт»
Туроператор «Відвідай»	м. Київ	«Аристократичне чаювання»

У останні роки стала очевидною тенденція зростання туристичних потоків у регіонах, де на основі унікальних традицій активно розвиваються спеціалізовані інтерактивні туристичні продукти, такі як фестивалі та народні свята. Україна має великий потенціал для створення конкурентоспроможного туристичного продукту в галузі гастрономічного туризму на міжнародному та внутрішньому ринках (табл. 1.3).

Таблиця 1.3.

Кулінарні фестивалі України як об'єкти гастрономічного туризму[25]

№ з/п	Назва заходу	Місце та період проведення	№ з/п	Назва заходу	Місце та період проведення
1.	Фестиваль хліба	с. Острів Обирок, Чернігівська обл., серпень	10.	Свято полтавської галушки, вареників	м. Полтава, кінець червня
2.	Фестиваль кавуна	м. Гола Пристань, Херсонська обл., серпень	11.	Фестиваль меду	м. Мукачеве, Закарпаття, вересень
3.	Фестиваль «Берлибашський бануш»	с. Костилівка, Закарпатська обл., травень	12.	Фестиваль сливового леквару	с. Геча, Березівського р-ну, Закарпаття, кінець серпня
4.	Фестиваль свинини	м. Миргород, Полтавська обл., травень	13.	Фестиваль пива	м. Львів, м. Київ, жовтень
5.	Фестиваль березового соку	с. Банпіль-Підгірний, Чернівецька обл., травень	14.	Фестиваль коропа "КоронФест"	с. Коропець, Монастирського р-ну, Тернопільська обл.
6.	Фестиваль дерунів	м. Коростень, Житомирська обл., вересень	15.	Гастрономічний фестиваль «Львів на тарілці»	м. Львів
7.	Фестиваль «Медовий Спас»	м. Коломия, Івано-Франківська обл., серпень	16.	Свято кави «На каву до Львова»	м. Львів
8.	Фестиваль вуличної їжі	м. Київ, листопад	17.	Свято шоколаду	м. Львів, лютий
9.	Фестиваль моло-дого вина та меду «Закарпатське Божоле»	м. Ужгород, листопад	18.	Фестиваль-ярмарок «Гуцульська бринза»	м. Рахів, на Закарпатська обл., вересень

Світове об'єднання гастрономічних міст «Delice», яке об'єднує понад 20 регіональних центрів і столиць, свідчить про значний потенціал розвитку гастрономічного туризму. Ці міста відзначаються унікальними кулінарними традиціями і регулярно організовують різноманітні гастрономічні фестивалі [1]. На сьогоднішній день існують компанії, такі як Gourmet On Tour, The International Kitchen, Gourmet Getaways, які спеціалізуються на наданні подібних послуг. Вони пропонують можливість відвідати кулінарні події, де учасники можуть самі створити шедеври під керівництвом майстрів кулінарної мистецтва та перейняти їхню майстерність [5].

Особливу увагу заслуговує сфера ресторанного бізнесу, яка може бути самостійним об'єктом туристичних подорожей, включаючи:

1. Заклади ресторанного господарства, варті окремого відвідування:
 - а) Ресторани, що відзначені зірками Мішлен та інших кулінарних рейтингів, таких як Zagat, Le Pudlo, Gaultmillau, Lebey і Le Bottin Gourmand.
 - б) Ресторани з відомою авторською кухнею від світово відомих шеф-кухарів, таких як Ален Дюкасс, Гордон Рамзі, Джеймі Олівер, Хестон Блюменталь, Нобуюкі Нобу Мацухіса, які володіють кількома ресторанами, у тому числі зі зірками Мішлен.

в) Ресторани з унікальною концепцією, розташуванням або атмосферою, наприклад, ресторан The Red Sea Star (Ейлат, Ізраїль), що знаходиться під водою, або Gajumaru (Острів Окінава, Японія), розташований серед гілок дерева.

г) Ресторани, визнані кращими у світі згідно з рейтингами таких видань, як "Restaurant" та San Pellegrino's 50 Best Restaurants.

д) Ресторани, які пропонують специфічний асортимент страв у оригінальній презентації, наприклад, Noma (Данія) з їжею, яка включає мох, лишайник і кістковий мозок, або El Celler de Can Roca (Іспанія), який має величезну винну колекцію.

2. Фестивалі вуличної їжі, де представлені різноманітні заклади ресторанного господарства з різних кулінарних напрямків.

3. Фестивалі та професійні конкурси серед фахівців ресторанного бізнесу, такі як кухарі, кондитери, пекарі, баристи, бармени, вітол'є (фуміл'є) та майстри з карвінгу.

Ресторани зі зірками Мішлен знаходяться у всьому світі, проте Франція має найбільшу кількість таких закладів, включаючи 22,4% від загальної кількості титулованих ресторанів у світі. У Японії особливо високий рівень три- та двозіркових ресторанів, зокрема в м. Токіо, де є 8 тризіркових, 25 двозіркових та 117 однозіркових закладів.

Аналіз підтвердив значний потенціал ресторанного бізнесу у формуванні гастрономічних туристичних подорожей. Особливу увагу заслуговує ініціатива «Шоу високої кухні», організована київським клубом «Маріо», де брали участь відомі кухарі зі світовим іменем, шість з яких володіють зірками Мішлен. У контексті пропозицій вітчизняних туроператорів особливе місце займає ресторанний тур Львовом, програма якого передбачає відвідування і дегустацію закладів мережі ресторанів «ФЕСТ», таких як «Гасова лампа», «Мазох», «Криївка», «Найдорожча ресторація Галичини» та «Дім легенд».

Цей аналіз підкреслив необхідність виокремлення концепції «ресторанного туру» як окремого виду гастрономічного туризму. Основною метою такого туру є ознайомлення з ексклюзивною кухнею та концепцією найвідоміших та

популярних ресторанів, задоволення гастрономічних потреб та отримання неповторних кулінарних вражень.

Підґрунтям розвитку ресторанних турів є зростання туристичної і гастрономічної культури, а також відмітний процес насичення стандартними все «включено» турпоїздками. Справжні цінителі харчування бажають спробувати страви в оригінальному вигляді, приготовані майстрами своєї справи.

Сприяння в організації гастрономічних подорожей може стати ключовим чинником для підтримки туристичного інтересу, що сприяє збільшенню тривалості перебування туристів. Це також може стати додатковим напрямом для бізнесу для домашніх господарств і малих виробництв продуктів харчування.

Створення унікальних концепцій закладів ресторанного господарства за тематикою, стилем, дизайном, формами та методами обслуговування, у тому числі еторесторанів, є ключовим напрямком для представлення найкращих традицій української та світової кухні. Це дозволяє створювати унікальні пропозиції, які привертають як внутрішніх, так і міжнародних гостей, сприяючи розвитку гастрономічного туризму.

Сприяння виведенню рівня обслуговування у закладах ресторанного господарства України до світових стандартів є важливим кроком для покращення якості обслуговування та задоволення потреб сучасного туриста. Це включає тренінги, сертифікацію персоналу, впровадження сучасних підходів до обслуговування гостей.

Створення умов для вільної конкуренції між вітчизняними закладами за відзнаки та винагороди світових ресторанних рейтингів сприяє підвищенню якості та інноваційності у сфері ресторанного бізнесу в Україні. Це також залучає увагу міжнародної аудиторії до української гастрономії.

Підвищення професійного та творчого потенціалу шеф-кухарів і сприяння формуванню вітчизняної високої авторської кухні є важливими для створення унікальних кулінарних вражень для гостей. Це включає підтримку та розвиток талановитих кулінарів, що дозволяє створювати нові, інноваційні страви та концепції.

Впровадження новітніх технологій у виробництво, обслуговування, управління закладами ресторанного господарства є важливим для забезпечення ефективності і конкурентоспроможності підприємств. Це може охоплювати використання сучасних систем керування, інноваційні кухонні технології, а також підвищення енергоефективності та сталість закладів.

Пропозиція Басюка Д.І. щодо створення національного проекту «Українська національна кухня» є важливим кроком для підвищення привабливості України як гастрономічного туристичного напрямку[14].

Основні аспекти цього проекту включають:

а) Національний реєстр закладів ресторанного господарства: Цей реєстр буде об'єднувати заклади, які відповідають високим стандартам обслуговування та пропонують авторські страви високої кухні, включаючи національні гастрономічні традиції. Це дозволить туристам та місцевим мешканцям легко знаходити і відвідувати такі заклади.

б) Гастрономічний путівник українськими регіонами: Цей путівник буде включати визначні заклади ресторанного господарства різних регіонів України. Він дозволить туристам систематизувати свої кулінарні подорожі і дослідження.

с) Календар гастрономічних фестивалів, семінарів та конференцій: Цей календар буде сприяти популяризації гастрономічних заходів, які включають у себе майстер-класи, дегустації та обмін досвідом між професіоналами галузі.

д) Перелік майстер-класів національних гастрономічних традицій: Ці майстер-класи будуть спрямовані на освіту та практику, сприяючи збереженню та передачі національних кулінарних традицій майстрами та науковцями.

е) Тематичний сайт: Створення такого сайту дозволить інтенсифікувати інформаційні комунікаційні процеси, забезпечуючи доступ до актуальної інформації про гастрономічний туризм в Україні, включаючи новини, події та рекомендації для відвідувачів.

Ці ініціативи сприятимуть створенню конкурентоспроможного гастрономічного продукту України, який привертатиме увагу як внутрішніх, так і зарубіжних туристів. Важливо також зазначити, що державна підтримка цих

ініціатив у формі створення відповідної правової бази, підтримки якості та безпеки продукції, а також залучення освітнього та наукового потенціалу галузі є ключовими для їх успішного втілення.

Ці напрямки спрямовані на створення умов для розвитку гастрономічного туризму в Україні, залучення нових туристичних потоків та підвищення якості обслуговування та пропозицій у сфері ресторанного господарства.

1.2. Гастрономічний туризм в Україні: потенціал для розвитку

Гастрономічний туризм сьогодні є важливою складовою туристичної промисловості, яка привертає все більше уваги як відпочивальників, так і професіоналів туристичного бізнесу. Цей вид туризму не лише сприяє відкриттю нових кулінарних переживань, але й дозволяє поглибити знання про місцеву культуру через їжу, яка є важливим аспектом культурного досвіду.

Основні аспекти гастрономічного туризму включають:

1. Відвідування національних ресторанів: Туристи мають можливість скуштувати традиційні страви та напої, які є унікальними для конкретного регіону. Це дозволяє не лише насолодитися смаками, але й поглибити розуміння місцевої культури через їжу.
2. Участь у гастрономічних фестивалях: Такі заходи збирають професіоналів і любителів кулінарного мистецтва з усього світу, пропонуючи унікальні можливості спробувати нові страви, навчитися їх готувати та ділитися досвідом.
3. Знайомство з історією та рецептурами: Відвідування музеїв гастрономії, майстер-класів з місцевими шеф-кухарами або екскурсій, присвячених історії кулінарії, дозволяє туристам поглибити свої знання про місцеві традиції та кухню.
4. Дегустаційні зали і винні погребі: Відвідування місцевих винних підприємств, сировинних ринків чи дегустаційних залів, де пропонуються місцеві вина, сири, меди та інші місцеві продукти, дає можливість спробувати і оцінити автентичність місцевих продуктів.

5. Апробація оригінальних технологій харчування: Деякі гастрономічні тури включають в себе відвідування спа-курортів або здоров'язберігаючих місць, де туристи можуть оцінити особливості місцевих дієтичних рекомендацій та методів приготування їжі, які використовуються для лікування та оздоровлення.

Гастрономічний туризм в Україні може бути особливо привабливим, оскільки країна має багату кулінарну спадщину з унікальними стравами та традиціями. Розвиток цього сегменту туризму сприятиме не лише збільшенню числа туристів, а й підвищенню інтересу до культурного спадку України в цілому[2].

Гастрономічний туризм в Україні дійсно має значний потенціал для розвитку, враховуючи унікальність місцевої кухні, культурні особливості та доступність продуктів харчування.

Ключові аспекти, які підкреслюють важливість гастротуризму в Україні:

- Культурна та кулінарна різноманітність: Україна є країною з багатою культурною спадщиною та різноманітними кулінарними традиціями. Від Сходу до Заходу, від Півночі до Півдня, кожен регіон має свої унікальні страви, які відображають місцеві історію, кліматичні умови та культурні впливи.

- Продуктова база: В Україні широко розвинене сільське господарство, що забезпечує високу якість місцевих продуктів — від свіжих овочів і фруктів до м'яса, сиру та меду. Це створює ідеальні умови для розвитку гастрономічних турів, де туристи можуть скуштувати натуральні продукти безпосередньо від виробника.

- Культурне спадщина та традиції: Гастротуризм дозволяє туристам не лише скуштувати страви, а й поглибити розуміння місцевої культури через кулінарію. Відвідування фестивалів, майстер-класів з приготування страв, дегустаційних екскурсій — все це надає можливість поглибити культурний досвід.

- Економічні переваги: Гастрономічний туризм стимулює розвиток місцевої економіки через підтримку місцевих виробників і постачальників продуктів, а також через створення нових робочих місць у сфері обслуговування та туризму.

- Маркетинговий потенціал: Правильно організовані гастрономічні тури можуть стати ефективним маркетинговим інструментом для просування туристичного продукту України як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках.

Враховуючи ці переваги, розвиток гастротуризму є не лише підтримкою туристичної галузі, а й засобом збереження та просування культурної спадщини України у світі.

У природі України знаходиться різноманіття, що стимулює розвиток різних видів сільського господарства та харчової промисловості. Окрім історичних та культурних аспектів, до цього сприяють природно-географічні фактори, такі як клімат, типи ґрунтів, рельєф, водні та лісові ресурси.

Розвиток гастротуризму в Україні підтримують такі сприятливі чинники:

1. Різноманітні кліматичні зони, що спеціалізуються на виробництві унікальних продуктів.
2. Багата історико-культурна спадщина, що створює можливості для відродження стародавніх рецептів та приготування вишуканих страв.
3. Унікальні кулінарні традиції та звичаї на регіональному рівні.
4. Наявність туристичних атракцій та рекреаційних ресурсів.
5. Багатонаціональний склад населення з різноманітними кулінарними традиціями.
6. Розвиток сфери виробництва та переробки сільськогосподарської продукції.

Національні науковці підтверджують активний розвиток гастротуризму в Україні. Туристичні потоки зростають там, де пропонуються інтерактивні туристичні послуги на основі місцевих звичаїв та традицій, таких як фестивалі та народні свята. Гастрономічні події значно підвищують інтерес до гастротуризму.

Фестивалі є одними з найкращих заходів для знайомства з гастрономічним туризмом. Щорічно в Україні організовуються численні заходи, присвячені традиціям і гастрономічному досвіду. Вони проходять у різних частинах країни

і дозволяють туристам іммерсивно втягнутися у місцеву атмосферу, скуштувавши традиційні страви. Незважаючи на виклики сучасності, український гастротуризм є молодим, але перспективним напрямом, що має потенціал для поступового розвитку.

Найбільша активність у цій сфері спостерігається влітку та восени, коли відбуваються численні гастрономічні події.

Гастрономічні фестивалі та свята в Україні є присвяченими різноманітним стравам, напоям, ягодам, овочам, меду, солодощам і багато іншому. Найбільша активність таких подій спостерігається у Західній Україні, зокрема в Закарпатській та Львівській областях, а також у місті Києві.

Щодо популярності ресторанів національної кухні в Україні, українська кухня займає перше місце з часткою 36,8%. На другому місці розташувалася французька кухня (21%), а італійська, кавказька та японська кухні мають по 7,9%, решта 18,5% припадає на інші національні кухні.

Гастрономічний туризм в Україні можна класифікувати за різними видами, такими як екскурсійні гастротури, майстер-класи з приготування національних страв, пивні тури, відвідування крафтових виробництв, гастрономічні фестивалі та винні тури з дегустацією.

Останні декілька років гастрономічний туризм активно розвивається як повноцінний туристичний напрямок. Він відіграє важливу роль у системі гостинності по всьому світу, дозволяючи туристам насолоджуватися місцевою кухнею і відкривати нові аспекти культури країни, яку вони відвідують. Гастротуризм сприяє популяризації нематеріальної культурної спадщини та сприйняттю культурних особливостей через смакові відчуття.

Україна має значний потенціал для розвитку гастрономічного туризму, завдяки своїй багатій культурно-історичній спадщині та різноманітній українській кухні. На території країни представлено широке розмаїття національних страв і продуктів, які привертають увагу туристів, що прагнуть отримати нові враження і краще пізнати Україну. Таким чином, Україна має всі шанси стати лідером у галузі гастротуризму.

При виборі місця відпочинку туристи часто звертають увагу на харчування, і гастрономічне різноманіття стає важливою конкурентною перевагою України. Однак на сьогоднішній день інфраструктура гастротуризму в країні потребує розширення. Необхідно збільшувати кількість національних пекарень, кафе та ресторанів, а також створювати гастрономічні музеї та дегустаційні зали. Ці кроки в розвитку гастрономічного туризму можливі завдяки підтримці з боку держави, створенню сприятливого інвестиційного клімату та залученню іноземних інвесторів.

Отже, гастрономічний туризм є важливою складовою сталого розвитку туристичної сфери України, здатною генерувати значні економічні і соціальні вигоди для учасників туристичного ринку.

1.3. Теорія та практика розвитку гастрономічного туризму на світовому ринку

Гастрономічний туризм набуває все більшої популярності по всьому світу, що спонукає ряд країн створювати спеціалізовані турфірми і агентства. Наприклад, у США існують такі відомі агентства, як «Gourmet on Tour» і «The International Kitchen», в Австралії — «Gourmet Getaways». У 1999 році в Іспанії було створено перше butik-агентство «A taste of Spain» («Смак Іспанії»), яке спеціалізується на організації інноваційних і ексклюзивних кулінарних турів, включаючи кулінарні майстер-класи, семінари з продуктів харчування та дегустації по всій країні.

У світі існують численні відомі гастрономічні напрямки, такі як Іспанія, Франція, Італія, Греція, Бельгія, Португалія, США (зокрема, Каліфорнія), Бразилія, Перу, Мексика, Нова Зеландія, Південна Африка, Австралія, Чилі, Малайзія, Японія, Індонезія, Китай та Сінгапур. Наприклад, середземноморська дієта Іспанії, Греції, Італії та Марокко була включена до списку нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО, підтверджуючи важливість гастрономічних традицій цих країн для світової культури.

Франція вважається лідером серед європейських країн у гастрономічному туризмі. У цій країні популярністю користуються 22 з 27 регіонів, які відомі своїми кулінарними традиціями. Наприклад, Рона Альпи, Прованс, Шампань-Арденни, Бургундія, Ельзас, Пуату Шаранта, Бретань, Аквітанія, Лангедок, Лотарингія, Нормандія та центральний Іль-де-Франс славляться своїми унікальними стравами і продуктами[2].

Гастрономічний туризм відкриває нові горизонти для подорожуючих, дозволяючи їм не лише спробувати автентичні страви, але й зануритися в місцеву культуру через кулінарні традиції країни.

Італія і Іспанія дійсно відомі своєю вишуканою кухнею і відіграють значну роль у гастрономічному туризмі.

Італія вважається першою країною, що активно розвивала ідею гастрономічних турів, поєднуючи торговельні виробництва із залученням туристів через їжу. Відповідно до Національного управління туризму Італії, не менше 10% туристів відвідують країну саме для участі у гастрономічних турах та дегустаціях вин. Регіони, які особливо приваблюють гастротуристів, включають Тоскану, Венетто, Ломбардію та Лацію. Ці місця відомі своїми ресторанами, які мають зірки Мішлен, що підтверджує їх високу кулінарну майстерність. Італія активно підтримує розвиток гастрономічного туризму шляхом організації фестивалів, кулінарних шкіл та надання високоякісних навичок у приготуванні страв[4].

Іспанія, зі своєю багатою кулінарною спадщиною, також займає вагомую позицію у гастрономічному туризмі. Місцеві страви, такі як гаспаччо, хамон та паелья, приваблюють тисячі туристів щороку. Особливо відома іспанська традиція «ir de tapas», яка передбачає відвідування різних ресторанів і барів для спробування різноманітних закусок і напоїв протягом однієї вечорі. Іспанія активно підтримує розвиток гастротуризму через державну політику, спрямовану на збільшення туристичного потоку і розвиток кулінарних ініціатив.

Обидві країни є не лише місцями для смакування чудової їжі, а й центрами культурного і кулінарного туризму, які пропонують незабутні враження для всіх шанувальників гастрономії.

Швейцарія відома своєю високою якістю продуктів і напоїв, таких як сир, вино і шоколад, які є популярними у всьому світі. Хоча вона не є провідною туристичною місцевістю через високі ціни, швейцарські бренди у гастрономічному туризмі займають вагомую позицію.

Швеція активно просувається як центр гастрономічного туризму завдяки інноваційному проєкту «Швеція – нова кулінарна нація». Цей проєкт організований через офіси компанії VisitSweden, розташовані у різних країнах світу, що сприяє просуванню шведської кухні та її унікальних страв. Кожна країна має можливість познайомитися з регіональними особливостями шведської кухні, що сприяє розвитку гастрономічного бренду країни[13].

Гонконг відомий своєю розвинутою гастрономічною сценою, яка включає більше 14 000 кафе і ресторанів. Місто привертає шеф-кухарів з усього світу, які приїжджають сюди для вдосконалення своїх кулінарних навичок. Гонконг вважається «всесвітнім ярмарком їжі» і є гастрономічною столицею азійської частини світу.

За даними International Culinary Асоціації туризму (ICTE), серед інших популярних гастрономічних напрямків є Онтаріо (Канада), Шотландія, Індія, Китай, Таїланд, В'єтнам, Південна Австралія, Нова Зеландія, Перу, Альберта (Канада) і Техас (США). Ці країни приваблюють туристів, перш за все, завдяки бажанню спробувати місцеві страви та насолодитися їхньою культурною спадщиною через гастрономічний туризм[12].

На сьогодні гастрономічний туризм охоплює широкий спектр галузей харчової та туристичної індустрії, включаючи виробників сільськогосподарської продукції, переробні підприємства, ресторани, готелі, роздрібну торгівлю, сектор комерції та гастрономічну освіту. Цей різноманітний підхід демонструє широкі можливості для туристів, які хочуть насолоджуватися місцевою кухнею та культурою під час подорожей.

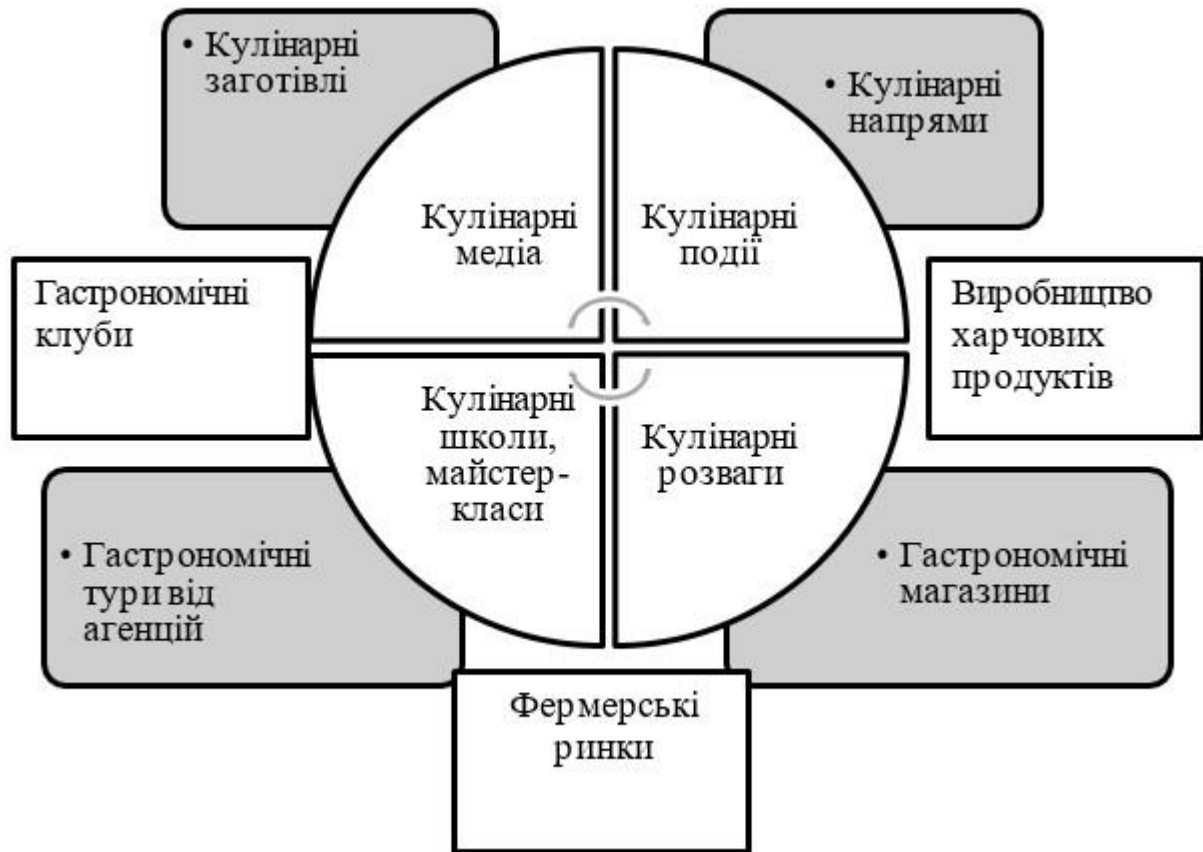


Рис. 1.3. Різноманітність категорій гастрономічного туризму [15]

Перелік послуг гастрономічного туризму в кожній країні або регіоні залежить від наявних там туристичних ресурсів. Цей перелік може включати такі складові:

1. Ресторанні господарства: місця, де можна скуштувати місцеві страви та стилі кухні.
2. Заклади торгівлі локальними продуктами харчування: ринки, магазини або ярмарки, де продаються місцеві продукти.
3. Культурна та кулінарна спадщина: історичні об'єкти, музеї, маршрути або екскурсії, що присвячені місцевій кухні та традиціям.
4. Гастрономічні події та фестивалі: свята, які об'єднують кулінарію, мистецтво та культуру.

Ці складові можуть варіюватися в залежності від країни або регіону, але вони створюють унікальні можливості для туристів насолодитися аутентичними гастрономічними враженнями під час подорожей.

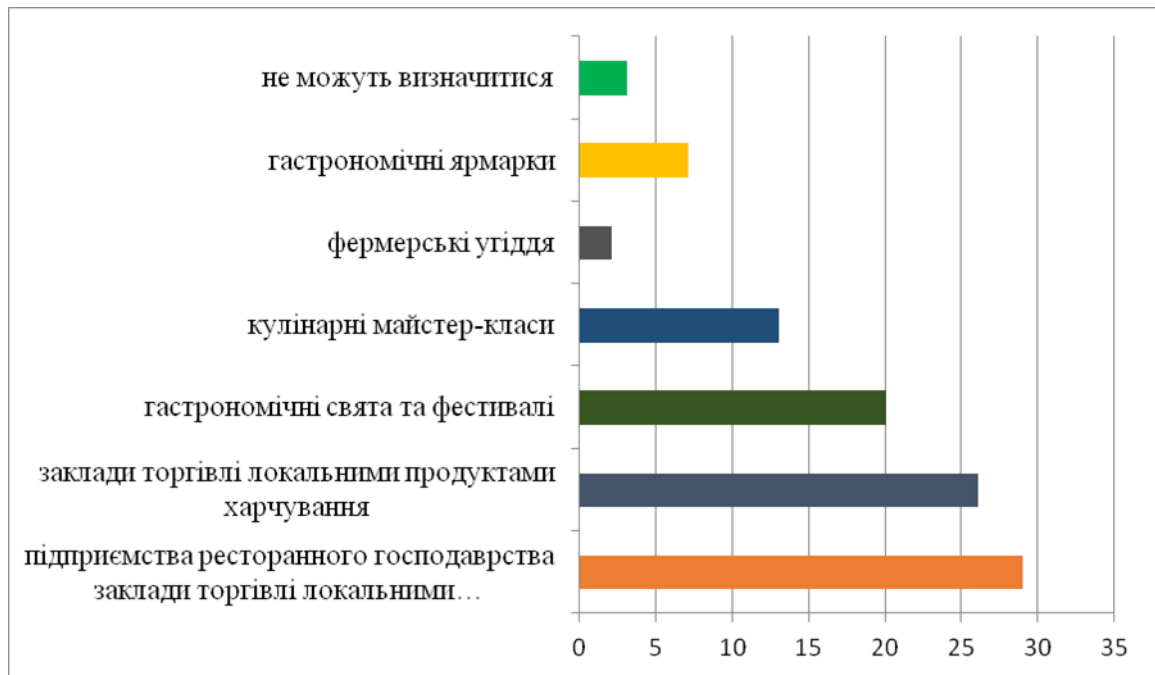


Рис. 1.4. Об'єкти гастрономічного туризму, які користуються попитом у туристів [17]

Великою популярністю серед туристів користуються так звані «гастрономічні міста». Основний критерій визначення таких місць - це наявність ресторанів, які пропонують різноманітні види кухонь, стилів та форматів. Прикладами таких міст є Нью-Йорк, Лондон, Париж, Токіо, Рим, Брюссель, Гонконг, Барселона, Сан-Франциско та Новий Орлеан. Для отримання статусу «гастрономічного міста» необхідно відповідати наступним критеріям:

- місто повинне мати унікальну кухню, яка визначає його харчову культуру;
- наявність достатньої кількості мешканців та туристів, готових витратити кошти на ресторани;
- статус найкращих ресторанів має бути справжнім, без копій чи «зірок другого рівня»;
- наявність певної кількості ресторанів вищого класу, які відповідають найвищим стандартам якості, декору та розкіші;
- відомі підприємства, які славляться своєю кулінарною продукцією, такі як монастирські пивоварні «Андекс» та «Етталь» у Верхній Баварії (Німеччина);
- освітні заклади, що спеціалізуються на кулінарному мистецтві, наприклад, Французька академія кулінарного мистецтва La Cordon Bleu та Вища школа італійської кухні;

- організація кулінарних заходів, таких як Різдвяні ярмарки у Кельні, Дрездені, Нюрнберзі (Німеччина) та Будапешті (Угорщина);

- видатні ресторани, що відомі своєю вишуканістю, якістю та оригінальністю, такі як «Ла Пергола» у Римі (Італія), «Фет Дак» у Брей (Великобританія) та «Коджу» у Токіо (Японія), які мають статус трьох зірок в ресторанному гіді «Мішлен».

В останні роки гастрономічні тури включають відвідування різноманітних кулінарних фестивалів, свят та ярмарків по всьому світу. Наприклад, існує багато фестивалів, присвячених фруктам та овочам, а також незвичайні фестивалі, присвячені цибулі. «Цибульний ринок» у Берні (Швейцарія), цибульний ярмарок у Веймарі (Німеччина) та цибульний фестиваль у Вальсі (Іспанія) — лише кілька з них. Не менш популярні і фестивалі, присвячені часнику.

Наприклад, протягом понад тридцяти років «Фестиваль часнику» у містечку Гілрой (США) знайомить гостей із усього світу з унікальними рецептами, що використовують цей продукт. На острові Уайт (Великобританія) щорічно відбувається «Isle of Wight Garlic Festival», який поєднує музичний фестиваль, театралізовані вистави та сільський ярмарок, і був ініційований фермером Коліном Босуеллом.

Крім того, існують великі і відомі фестивалі, присвячені пиву та вину. Найвідомішими з них є легендарний пивний фестиваль «Oktoberfest» у Мюнхені (Німеччина), який проводиться з 1810 року, а також Міжнародний пивний фестиваль у Берліні (Німеччина) та різні пивні фестивалі у Портленді (США), Сінгапурі, Таллінні (Естонія), Сіетлі (США) та Жатце (Чехія).

В сучасному світі рибні фестивалі набули значного поширення. У графстві Уельс (Великобританія), щорічно у жовтні відбувається «Тиждень молюсків та креветок». У містечку О-Грове (Іспанія) з 1963 року проводиться Seafood Festival, де тисячі людей збираються, щоб скуштувати свіжі морепродукти, такі як креветки, омари, устриці, мідії, гребінці та інші.

Найбільша в світі виставка шоколаду Salon du Chocolat в Парижі об'єднує кондитерів з різних країн, таких як Бельгія, США, Італія, Швейцарія, Японія.

Відвідувачі фестивалю можуть насолоджуватися виставкою шоколаду, дегустаціями, майстер-класами для дорослих та дітей, а також конференцією, присвяченою шоколаду, та шоколадним фешн-шоу.

Кулінарія стає важливим мотивом вибору туристичного напрямку, оскільки гастрономічні бренди, такі як пармська шинка, італійська паста, грецька мусака та інші, збагачують імідж країни та залучають багато туристів. Гастрономічний туризм є одним з найбільш динамічних сегментів туристичного ринку світу, що сприяє економічному розвитку та збереженню культурної спадщини.

Досвід країн світу підтверджує, що гастрономічний туризм варто активно розвивати і вдосконалювати.

Висновки до розділу 1

Гастрономічний туризм стає особливо актуальним в контексті зменшення часу на відпочинок, що спонукає туристів шукати продукт, який надає максимум вражень за мінімальний час. Цей напрямок туризму володіє значними перспективами розвитку і сприяє відродженню національних кулінарних традицій.

Україна активно впроваджує гастрономічний туризм, що обумовлено унікальними можливостями країни для цього напрямку: багата кулінарна історія, традиції та різноманітні рецепти з усього світу. Українська кухня налічує понад 4 тисячі рецептів страв з м'яса, риби, овочів, яєць та молочних продуктів, що свідчить про великий потенціал для розвитку гастротуризму.

Ресторанна галузь України відіграє ключову роль у формуванні якості життя, забезпеченні здоров'я населення та створенні туристичного іміджу регіонів. Незважаючи на поточні виклики, такі як пандемія, яка негативно позначилася на розвитку ресторанного бізнесу і платоспроможності населення, існують значні можливості для подальшого розвитку гастрономічного туризму в Україні. Вирішення проблеми з кадрами та набуття досвіду у гастрономічному бізнесі відіграють важливу роль у цьому процесі.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Аналіз тенденцій розвитку гастрономічного туризму в контексті сучасних викликів

Гастрономічний туризм, без сумніву, є важливим сегментом туристичної індустрії, що впливає на економіку, соціальний розвиток та культурний обмін між країнами. Він сприяє розвитку ресторанного бізнесу, створенню нових робочих місць та підприємств, а також популяризує місцеві кулінарні традиції. Особливо він цікавий для туристів, які шукають враження через нові смаки та кулінарні враження кожної країни.

Однак розвиток гастрономічного туризму несе певні виклики із собою, зокрема в контексті глобальних проблем, таких як пандемія COVID-19 і геополітичні конфлікти. Ці чинники переформували міжнародні тенденції туристичного ринку і вплинули на мобільність туристів та споживчі звички.

Гастрономічний туризм приваблює не лише любителів харчування, а й пізнавальних туристів, які цікавляться культурою, історією та традиціями. Він є важливим інструментом для популяризації культурного спадщини кожної країни через її національну кухню, яка часто виступає як «туристичний магніт».

Загалом, розвиток гастрономічного туризму вимагає уваги до інфраструктури, освіти і культурних програм, що сприяють збереженню та популяризації кулінарних традицій і підтримці сектору харчової промисловості.

Кулінарний туризм, або гастрономічний туризм, є сучасним явищем, яке зростає в популярності серед туристів у всьому світі. Цей напрямок туризму відіграє важливу роль у формуванні подорожі, надаючи туристам можливість не лише насолоджуватися місцевою кухнею, але й поглиблювати знання про культуру країни, яку вони відвідують.

Статистика підтверджує значення харчування у туристичному досвіді:

1. Витрати на харчування: За даними «Global Data Consumer Survey», чверть загальних витрат туристів припадає на харчування. Це показує,

що туристи приділяють велику увагу їжі під час подорожі і готові витратити значні кошти на це.

2. Вплив харчування на враження від подорожі: 83% людей вважають, що їжа допомагає формувати їхню подорож і залишає незабутнє враження. Це свідчить про те, що кулінарний аспект подорожі має значний емоційний вплив на туристів.
3. Вплив на покупки вдома: 62% людей, які спробували місцеву їжу та напої за кордоном, починають купувати їх вдома. Це сприяє популяризації іноземних кулінарних традицій і впливає на споживчі звички вдома.
4. Експерименти з їжею: За останні роки 93% туристів спробували принаймні один новий для себе вид їжі чи напою, що підкреслює інтерес до кулінарних вражень під час подорожі.
5. Культурне збагачення: 81% опитаних туристів вважають, що їжа допомагає дізнатись та зрозуміти культуру країни, яку вони відвідують. Це робить гастрономічний туризм важливим інструментом культурного обміну[21].

За останні десятиліття гастрономічний туризм став доступнішим і популярним для різних груп туристів, що сприяє його подальшому розвитку і інтеграції в туристичні маршрути. Цей напрямок туризму не лише підтримує місцеві господарства, а й сприяє збереженню і популяризації культурної спадщини через харчові традиції кожної країни[9].

Гастрономічний туризм відрізняється від інших видів туризму декількома важливими особливостями, які роблять його особливо привабливим для туристів і сприяють його розвитку:

- Потенціал у всіх країнах: Гастротуризм має потенціал для розвитку практично в усіх країнах, де є розвинута туристична інфраструктура. Це дозволяє різним країнам використовувати свої унікальні кулінарні традиції для приваблення туристів.

- Складова туристичних маршрутів: Гастрономічний туризм існує як важлива складова усіх видів туристичних маршрутів. Він додає цінності і

привабливості до подорожей, створюючи синергетичний ефект з іншими видами туризму, такими як культурний, природний або історичний.

- Безсезонність: Гастрономічний туризм може успішно функціонувати у будь-яку пору року. Це нивелює вплив сезонності і забезпечує стабільність бізнесу в галузі гастрономічних послуг та туристичних об'єктів.

- Промоція крафтових продуктів: Гастрономічні тури є ефективним засобом просування крафтових продуктів, які виробляються на місцях. Це сприяє розвитку місцевих садиб, підприємств і фірм, що займаються харчовою промисловістю, та залучає увагу до місцевих кулінарних особливостей.

Приміром визнання і популяризації гастрономічного туризму є премія «The World's 50 Best Restaurants 2021 awards», де відбираються найкращі ресторани світу за участю міжнародних експертів із числа шеф-кухарів, рестораторів і критиків. Це свідчить про високий інтерес до кулінарних вражень у світі та їхню впливовість на глобальному рівні.

На основі представленої інформації, можна виокремити кілька найвизначніших ресторанів світу, які отримали високі нагороди за їхній внесок у гастрономічну сцену та унікальність кухонних підходів:

✓ Noma (Данія): Ресторан, який отримував золоту медаль на премії «The World's 50 Best Restaurants». Відкритий у 2004 році шеф-кухарем Рене Редцепі. Спеціалізується на скандинавській кухні, використовуючи екологічно чисті, сезонні продукти з регіону.

✓ Geranium (Данія): Знаходиться у Копенгагені і є одним з провідних ресторанів скандинавської кухні. Керуючі Расмус Кофед і Сорен Ледет вважаються одними з найкращих шеф-кухарів Данії. Сервірує страви тільки з натуральних, свіжих продуктів без використання консервантів.

✓ Asador Etxebarri (Іспанія): Розташований в сільському кам'яному будинку в Іспанії. Спеціалізується на приготуванні страв на відкритому вогнищі з використанням різних видів дров та вугілля. Відомий своєю традиційною кухнею та особливим підходом до готування на грилі.

- ✓ Central Restaurante (Перу): П'ятизірковий ресторан шеф-кухаря Віргіліо Мартінеса Веліса. Спеціалізується на дослідженні та інтеграції корінних перуанських інгредієнтів у своє меню. Відомий своєю сучасною інтерпретацією перуанської кухні та теплою атмосферою[13].

Ці ресторани не лише підтверджують свою високу майстерність та інноваційність у гастрономічній сцені, але й стають справжніми кулінарними призами для гурманів та туристів з усього світу. Вони підтримують і розвивають свої унікальні традиції та підходи до готування, що робить їх визнаними лідерами в світі гастрономії.

На жаль, жоден з ресторанів України не зміг потрапити навіть до Топ-100. На наш погляд, найбільш яскравим і основним фактором успіху згаданих ресторанів є вміння поєднання національної кухні з вишуканим стилем ф'южн. Вдосконалення технологій, поширення кулінарних знань, постійний розвиток і навчання є ключовими аспектами для всіх видатних шеф-кухарів. Отже, вітчизняним рестораторам варто не слідувати західному впливу і не обмежуватися лише стравами відомих французької, італійської, японської чи інших кухонь, але інтегрувати корінні українські кулінарні традиції та продукти, модернізуючи старовинні рецепти з унікальним та сучасним підходом до рідної кухні. Звичайно, симбіоз різних кухонь і нестандартні рішення є важливими для досягнення успіху, але необхідно пильнувати і про якість продуктів - це фундаментальний принцип.

Крім самих страв, велике значення має загальна атмосфера. Багато відомих ресторанів віддають перевагу спокійному інтер'єру, що відповідає стилю «лофт», «прованс» або «мінімалізм». Такий сучасний дизайн створює ефект затишку та гостинності, що підкреслює престиж обраного закладу і не відволікає від гастрономічного задоволення. Основою будь-якого виду обслуговування є професіоналізм персоналу. Навіть у ресторані з п'ятьма зірками «Мішлен» можна псувати враження через непрофесійне обслуговування, а відповідно - і підсилювати позитивні емоції за рахунок якісного сервісу.

Ці фактори дійсно є ключовими у створенні престижного та популярного ресторану. Проте для глобального визнання і якісного розвитку гастрономічної сфери, на наш погляд, також потрібно зростання загальної туристичної інфраструктури.

Проаналізувавши досвід розвинених країн у галузі ресторанного бізнесу та розглянувши особливості вітчизняної гастрономії, можна виділити основні правила успішного ведення ресторанного бізнесу в Україні:

- Якість продукції: Вона повинна бути на вищому рівні, з урахуванням сучасних стандартів безпеки і якості.

- Грамотне поєднання автентичності і сучасних тенденцій: Важливо зберегти традиційні українські рецепти і продукти, але представити їх у сучасному інтерпретаційному ключі.

- Стильний інтер'єр: Інтер'єр ресторану повинен відповідати сучасним трендам і створювати комфортну атмосферу для відпочинку і насолоди стравами.

- Професійний сервіс: Високий рівень обслуговування є важливою складовою успіху будь-якого ресторану. Від дружнього та ефективного обслуговування залежить задоволення гостей.

- Розвиток туристичної інфраструктури: Розвиток гастрономічної сфери і туристичної інфраструктури є взаємопов'язаним процесом. Гастрономічні об'єкти можуть стати ключовими атракціями для туристів і сприяти розвитку туристичного потоку.

Український гастротуризм, хоч і є ще молодим, має значний потенціал для поступового розвитку. Кожен туристичний регіон України може відкрити свою унікальність через гастрономічні фестивалі та події, що пропонують місцеву їжу і культурні враження.

2.2. Роль та значення стимулювання гастрономічного туризму в структурі розвитку регіональних туристичних ринків в Україні

Туризм і гастрономічна сфера в Україні визнані як ключові компоненти економіки країни в цілому, а також у її регіонах. Кожен рік приносить зростання туристичної активності і розвиток різноманітних напрямків. Один з таких напрямків - гастрономічний туризм, що зосереджує увагу туристів на місцевій кухні, її кулінарних досягненнях або просто цікавих особливостях.

Український туристичний ринок перебуває на ранній стадії розвитку. Стан ринку туристичних послуг є «конкурентнорозміщеним» в контексті економічної ситуації країни і відображає широкий спектр економічних, політичних і соціальних процесів, що відбуваються в державі і відтворюють процеси формування суспільства та його життя [17].

Основна мета гастрономічного туризму полягає в вивченні вікових традицій і національного духу народу через приготування і споживання різноманітних страв. Їжа дозволяє краще зрозуміти менталітет людей і особливості їхнього життя.

На сьогоднішній день існує багато організованих гастрономічних подорожей. Під час таких турів турист може:

- Спробувати особливі страви національної кухні.
- Брати участь в різних гастрономічних та кулінарних фестивалях.
- Ознайомитися з рецептурою та історичними тонкощами національної кухні в залежності від сезонних особливостей.
- Спробувати свої сили в приготуванні національних кулінарних шедеврів.

За даними опитування Міжнародної асоціації кулінарного туризму «UNWTO», 18% гастрономічних туристів обирають цей вид подорожі заради високої культури кухні, 46% віддають перевагу гастротуризму, щоб скуштувати автентичну кухню, ще 35% подорожують для того, щоб смакувати місцеві продукти. При цьому 22% з опитаних вибирають гастрономічні подорожі як бюджетну можливість для відпочинку [2].

У 2015 році «UNWTO» виділила гастротуризм як окрему ланку. З того часу гастрономія на офіційному рівні стала визнаним елементом нематеріальної спадщини і культури, і термін «food tourism» набув широкого використання [2].

Гастротуризм включає будь-які туристичні активності, що пов'язані з гастрономією. Цей вид туризму умовно поділяється на два напрямки: сільський (зелений) та міський. Сільський включає збір ягід, грибів у лісі, овочів і фруктів на спеціалізованих фермах, а також прогулянки на виноробнях та інші сільські активності. Міський напрямок охоплює відвідування гастрономічних фестивалів, фермерських ринків, кафе, ресторанів і місцевих продуктових виробників.

За спрямуванням гастротуризм поділяється на наступні види:

1. Освітній туризм: ці тури орієнтовані на навчання і удосконалення навичок приготування їжі. Вони адресовані професіоналам у сфері кулінарії і можуть включати курси, школи, семінари та виставки. Прикладом є навчання у школі «Le Cordon Bleu» у Парижі[16].
2. Ресторанний туризм: мета таких турів - відвідування популярних ресторанів для відчуття особливостей місцевої кухні і смакування ексклюзивних страв. Це можуть бути як дорогі елітні заклади, так і затишні кав'ярні.
3. Подієвий туризм: орієнтований на участь у культурних і громадських заходах з гастрономічною тематикою, таких як шоу, виставки, фестивалі, ярмарки та інші святкові заходи. Наприклад, фестивалі в місті Луцьку, що проводяться на території замку Любарта.
4. Монотур: тури, спрямовані на ознайомлення з одним продуктом, таким як сир, вино, риба, пиво та інші.
5. Екотур або екологічний туризм: мета - відвідування екологічно чистих регіонів і виробництва, де використовують органічні продукти. Наприклад, равликові ферми у Львівській області.
6. Комбіновані тури: поєднують у собі один або декілька видів гастротуризму.

Ці види туризму дозволяють туристам насолоджуватися культурою, традиціями і особливостями місцевої кухні у різних куточках світу.

Гастротуризм має кілька особливих рис, які відрізняють його від інших видів туризму:

- ✓ Глобальний характер: кулінарно-гастрономічний туризм розвивається в усіх країнах світу, враховуючи місцеві традиції та кулінарні особливості.
- ✓ Несезонність: відмінність гастротуризму полягає в тому, що його можна здійснювати протягом усього року, без обмежень залежно від сезону.
- ✓ Центральна роль кухні: у відмінну від інших туристичних послуг, головною метою гастрономічного туризму є ознайомлення з місцевою кухнею та її особливостями.

Україна також активно розвиває гастрономічний туризм, що підтверджує створення в 2013 році Асоціації сприяння розвитку гастрономічного та винного туризму. Це об'єднання включає заклади освіти, туристичні організації, готелі та ресторани, що спільно працюють над популяризацією оригінальної кулінарної та винної продукції України. Їхні завдання включають створення та просування гастрономічних і винних маршрутів, а також підтримку національних кулінарних традицій як в Україні, так і за кордоном (рис. 2.1).

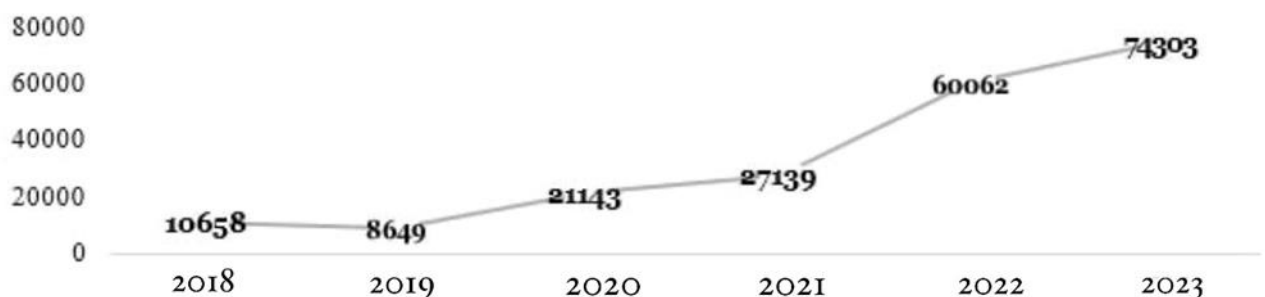


Рис. 2.1. Динаміка відвідуваності іноземними туристами України за період 2018- 2023 рр. [25]

Також важливим для аналізу є не лише іноземні туристи, але й внутрішні. За аналізом рисунка 2.2, загалом можна зазначити, що внутрішні тури мають стабільний попит і спостерігається тенденція до зростання.

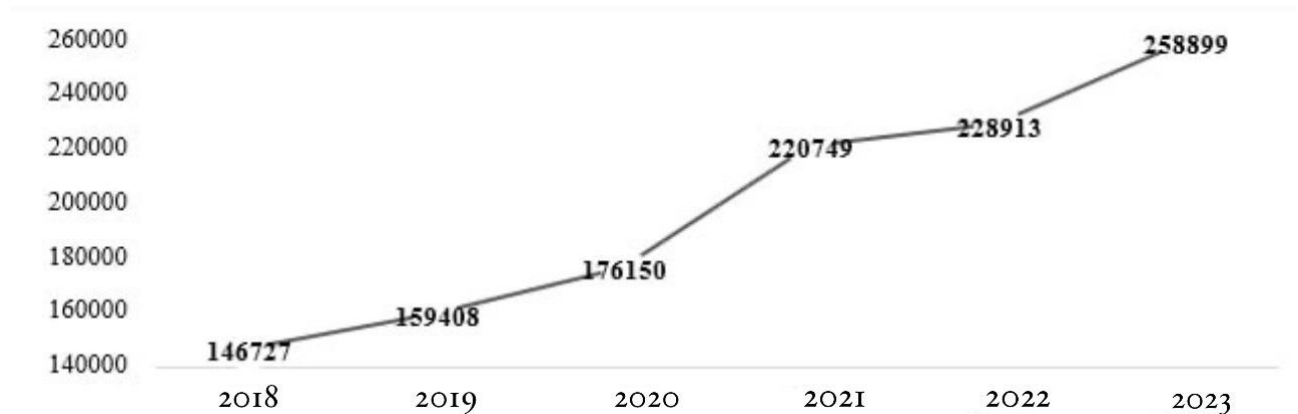


Рис. 2.2. Динаміка внутрішніх туристів країни за період 2018-2023 рр. [25]

Дана статистика підтверджує той факт, що кількість туристів в Україні щороку зростає. Це свідчить про необхідність розвитку різних видів туризму, включаючи гастротуризм, який стає все популярнішим. Перша причина цього зростання полягає в тому, що все більше людей виходять за межі дому для споживання їжі та пошуку нових кулінарних вражень. Друга причина пов'язана з глобалізацією, яка скорочує відстані і дозволяє доступ до продуктів з різних кліматичних зон у супермаркетах. Одночасно глобалізація збуджує інтерес до власних генетичних та культурних корінь. Сьогодні людство активно шукає свою самобутню ідентичність, в тому числі шляхом вивчення національного кулінарного колориту [8].

Гастрономічний туризм відіграє важливу роль у економіці країни, забезпечуючи інфраструктурну базу і нові робочі місця, сприяючи збереженню національних культурних традицій. ЮНЕСКО визнає гастрономію частиною культурної та історичної спадщини людства. Популяризація гастротуризму сприяє не лише економіці, а й соціальному та культурному розвитку, залучаючи туристів і покращуючи інфраструктуру.

В Україні активно розробляється концепція гастрономічного туризму, яка буде включена до загальнодержавної стратегії розвитку туризму та курортів до 2026 року. 2018 рік був оголошений роком гастротуризму в Україні, що супроводжувалося численними тематичними заходами. Ресторатори та експерти підкреслюють, що гастротуризм є одним із найперспективніших видів туризму в Україні, який може ефективно представити країну на міжнародному рівні.

Дослідження підтверджують, що туристичні потоки значно зростають в регіонах, де організовуються різноманітні інтерактивні туристичні продукти: тематичні ярмарки, фестивалі, народні свята. В Україні активно проводяться різноманітні гастрономічні тури, що сприяє формуванню конкурентоспроможного гастрономічного туристичного продукту як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках.

Найбільш значну роль на ринку гастротуризму в Україні відіграють Західна та Центральна частини країни: Закарпатська та Львівська області, міста Київ, Луцьк та Львів (рис. 2.3).



Рис. 2.3. Зосередження гастрономічних фестивалів за регіонами[24]

На сьогоднішній день гастрономічний туризм є одним із найбільш популярних напрямів в Україні. Виділяються такі основні маршрути:

- Сиро-винний тур Закарпаттям: цей маршрут включає в себе не лише дегустацію місцевих вин, а й сирів, що виробляються в цьому регіоні.

- Полтавські галушки: туристи мають можливість спробувати та вивчити процес приготування традиційного полтавського національного страви - галушок.

- Хмільний Львів: на цьому маршруті можна дізнатися про традиції виготовлення пива в Львові, спробувати різноманітні сорти місцевого пива та оцінити місцеву кухню.

- Прогулянки по-Одеськи: тут туристи можуть насолоджуватися морськими делікатесами та відчувати атмосферу гостинності Одеси.

- Фестиваль пива та м'яса у Луцьку: цей захід включає в себе ярмарки місцевих продуктів, майстер-класи з кулінарії та культурні заходи.

Загалом, світовий ринок гастрономічного туризму оцінюється в 42 мільярди доларів. У Європі особливо популярними є такі напрями:

- Італія: з її регіонами, такими як Ломбардія, Тоскана, Лація і Венетто, які відомі своєю високоякісною кухнею та архітектурою.

- Франція: вважається гастрономічною столицею Європи зі своєю вишуканою кухнею та світовими кулінарними школами.

Гастрономічний туризм в цих країнах здобуває популярність завдяки культурним традиціям і високому рівню гастрономічних знань та навичок.

Іспанія з кожним роком набирає обертів у гастрономічному туризмі, приваблюючи все більше туристів своїми кулінарними традиціями. У цій країні особливо цінуються регіональні варіанти страв, які можуть суттєво відрізнятися від місця до місця. Наприклад, відома іспанська традиція «ir de tapas» дозволяє туристам на одній вечері відвідати кілька ресторанів і барів, спробувати різноманітні закуски і напої.

У Іспанії гастрономічний туризм інтегрований у будь-яку туристичну програму, що дозволяє країні ефективно приваблювати відвідувачів. Наприклад,

кулінарні школи, де можна вивчити іспанську кухню, та різноманітні фестивалі з їжею пропонують унікальні можливості для туристів.

У світі також популярні такі гастрономічні напрями:

- Болгарія: винні тури, що включають прогулянки виноградниками і дегустації місцевих вин.

- Швейцарія та Нідерланди: сирні тури, які дозволяють туристам вивчити процес виробництва місцевих сирів.

- Австрія, Чехія, Німеччина та Бельгія: пивні тури з відвідуванням пивоварень та участю у відомих пивних фестивалях.

На острові Гонконг гастрономічний туризм є важливою галуззю, оскільки місто привертає багатьох шеф-кухарів для удосконалення їхніх навичок. З більш ніж 14,000 кафе та ресторанів Гонконг став відомим як «країна для гурманів», де є можливість смакувати страви з різних кухонь світу [10, 16].

Гастрономічний туризм в Японії, Індії, Таїланді та Південній Кореї набуває все більшої популярності серед міжнародних туристів. Ці країни славляться своєю унікальною кухнею, яка приваблює любителів смачної їжі з усього світу.

У Японії гастрономічний туризм орієнтується на такі традиційні страви, як суші, сашімі, рамен і традиційний японський чай. Також популярні щоденні ринки з місцевими продуктами та ресторани з місцевою кухнею, де туристи можуть спробувати автентичні страви.

В Індії гастрономічний туризм включає в себе багато регіональних варіацій кухні, таких як південноіндійська вегетаріанська кухня, пікантна північна кухня та багаті смаки західної Індії. Туристи також можуть відвідати ринки спецій, кулінарні шоу та фестивалі їжі.

Таїланд славиться своєю вишуканою та різноманітною кухнею, яка включає пад тай, том ям, морепродукти, фрукти та інші місцеві страви. Гастрономічні туристи в Таїланді можуть відвідати вуличні їжі, навчальні класи з приготування тайських страв, а також ексклюзивні ресторани з видовищними кулінарними шоу.

Південна Корея також приваблює гастрономічних туристів своєю традиційною кухнею, включаючи барбекю (корейський барбекю), бібімбап (суміш різних інгредієнтів з рисом) і кімчі (квашені овочі). Туристи можуть відвідувати ринки, ресторани та фудкорти з автентичною кухнею Південної Кореї.

Крім цього, в Латинській Америці, зокрема в Перу та Мексиці, гастрономічний туризм стає все популярнішим. Перу славиться своєю найвищою кухнею, такою як цевіче (сирі морепродукти), ломо сальтадо (пароване м'ясо зі смаженими картоплею) і андські страви. У Мексиці гастрономічні туристи можуть насолоджуватися традиційними мексиканськими стравами, такими як такос, молекулярна кухня та місцеві десерти.

Всі ці країни активно розвивають гастрономічний туризм, що дозволяє їм показати свою унікальну культуру та кулінарні традиції світовому співтовариству.

Висновки до розділу 2

Гастрономічний туризм набуває зростаючої популярності серед туристів і відіграє ключову роль у загальному туристичному секторі. Цей вид туризму сприяє розвитку і різноманітності, маючи велике значення для економіки країни і можливість приносити високі доходи до бюджету. Соціальна і культурна інфраструктура також не залишаються осторонь від його розвитку, оскільки він сприяє покращенню якості життя населення і створює можливості для спілкування та освіти в даній галузі. Гастрономічний туризм несе в собі історичну та культурну цінність для країни, що зберігає і популяризує її кулінарні традиції.

Досвід інших країн показує, що гастрономічний туризм варто активно розвивати й удосконалювати. Україна, яка багата на унікальні страви та кулінарні традиції, має значний потенціал для розвитку цього напрямку. Проте важливо підвищувати якість та популярність гастрономічного туризму у всіх

регіонах країни, оскільки наразі він неоднаково розвинений, а в деяких місцях його впровадження ще на початковому етапі.

Останні роки свідчать про активний розвиток гастрономічного туризму як повноцінного туристичного напрямку. Цей вид туризму став невід'ємною частиною глобальної системи гостинності, привертаючи різні за вподобаннями групи туристів і дозволяючи їм поглиблювати знання про культуру, традиції та кулінарію країни, що відвідують. Рейтинговий список «The World's 50 Best Restaurants 2021 awards» є свідченням популярності гастротуризму, який активно привертає увагу туристів з усього світу і сприяє культурному обміну.

Україна, з своїм багатим розмаїттям національних страв і продуктів, має великий потенціал для розвитку гастрономічного туризму. Тут представлені унікальні кулінарні традиції, які цікаві для туристів, що прагнуть отримати нові враження і глибше пізнати місцеву культуру. Розвиток гастрономічного туризму в Україні може зробити країну провідною в Європі у цьому сегменті, здатною не лише генерувати значні економічні прибутки, але й сприяти соціальному розвитку і підвищенню привабливості як туристичного напрямку.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД

Останнім часом гастрономія стала неодмінною складовою при вивченні та освоєнні різних територій разом із їхньою культурою та життєвим стилем. В наш час особливу актуальність набуває розвиток гастрономічного туризму, що базується на збалансованому підході до його впливу на соціально-економічний розвиток регіонів та країн в цілому. Особливо інтенсивно цей вид туризму розвивається за кордоном, де в країнах Європи та США він займає провідні позиції серед інших галузей туризму.

Серед країн, де гастрономічний туризм є найбільш популярним, варто відзначити Італію, Японію, Францію, Іспанію, Мексику, Грецію, Туреччину, В'єтнам та інші (рис. 3.1.). Ці країни славляться своєю місцевою кухнею, традиціями та культурою, що привертає багато туристів, які прагнуть насолодитися аутентичними смаками та ароматами. Більшість з цих країн є дуже доступними для подорожі, що робить їх особливо привабливими для мандрівників, що цінують відкриття нових кулінарних традицій та смаків [8].

1 Italy	4.72	26 Georgia	4.23	51 Egypt	3.94	76 New Zealand	3.89
2 Greece	4.68	27 Czech Republic	4.21	52 Singapore	3.94	77 Guatemala	3.89
3 Spain	4.59	28 Bulgaria	4.20	53 Afghanistan	3.94	78 El Salvador	3.88
4 Japan	4.59	29 England	4.18	54 Ecuador	3.93	79 Trinidad and Tobago	3.88
5 India	4.54	30 Thailand	4.16	55 Ethiopia	3.93	80 Wales	3.88
6 Mexico	4.53	31 Belgium	4.14	56 Belarus	3.93	81 Israel	3.85
7 Türkiye	4.52	32 Netherlands	4.10	57 Haiti	3.92	82 Azerbaijan	3.85
8 United States	4.51	33 Austria	4.09	58 Russia	3.92	83 Honduras	3.85
9 France	4.51	34 Algeria	4.07	59 North Macedonia	3.92	84 Costa Rica	3.85
10 Peru	4.51	35 Denmark	4.05	60 Cuba	3.92	85 Saudi Arabia	3.85
11 China	4.49	36 South Africa	4.03	61 Sri Lanka	3.92	86 Malta	3.84
12 Brazil	4.49	37 Syria	4.03	62 Sweden	3.91	87 Switzerland	3.82
13 Portugal	4.47	38 Bosnia & Herzegovina	3.99	63 Chile	3.91	88 Scotland	3.82
14 Poland	4.44	39 Malaysia	3.99	64 Jamaica	3.91	89 Australia	3.80
15 Germany	4.37	40 Lebanon	3.99	65 Slovenia	3.91	90 Armenia	3.80
16 Indonesia	4.37	41 Ukraine	3.98	66 Bolivia	3.91	91 Iceland	3.80
17 Croatia	4.33	42 Palestine	3.98	67 Venezuela	3.91	92 Canada	3.79
18 Argentina	4.33	43 Bangladesh	3.97	68 Albania	3.91	93 Latvia	3.79
19 South Korea	4.31	44 Lithuania	3.96	69 Northern Ireland	3.91	94 Morocco	3.69
20 Vietnam	4.31	45 Taiwan	3.96	70 Nigeria	3.91	95 Norway	3.58
21 Hungary	4.26	46 Paraguay	3.96	71 Colombia	3.90		
22 Romania	4.25	47 Pakistan	3.96	72 Finland	3.90		
23 Philippines	4.25	48 Tunisia	3.95	73 Ireland	3.90		
24 Iran	4.23	49 Uruguay	3.95	74 Cyprus	3.90		
25 Serbia	4.23	50 Slovakia	3.94	75 Estonia	3.90		



Рис. 3.1. Рейтинг найпопулярніших кухонь світу [8]

Проект "Гастропадщина України", започаткований Українським центром культурних досліджень у жовтні 2020 року, включає веб-ресурс, гастрономічну карту і гастроенциклопедію. Веб-ресурс пропонує гастрономічні маршрути, рецепти страв відомих особистостей України, а також інформацію про місцеві гастрофестивалі та історичні об'єкти (рис.3.2.). Гастроенциклопедія містить історичні аспекти гастрономічної культури, що допомагає поглибити розуміння традицій та специфіки української кухні [3].



Рис. 3.2. Гастрономічна карта України з регіональними стравами [3]

Українське вино відіграє особливу роль серед туристичних продуктів країни, які не обмежуються лише відомими брендами, такими як «Шабо», «Коблево» або «Київський завод шампанських вин». Воно втілює сімейні традиції, унікальні рецептури та високе ставлення до мистецтва виноробства. На рис. 3.3. показано, як виноробні підприємства розподілені за регіонами України.

Україна є різноманітною у всіх своїх аспектах, і кожен регіон має свої особливості та потенціал для розвитку як гастрономічного, так і винного туризму. Ми вважаємо, що зміщення споживчого попиту в бік нематеріальної культури відкриває нові можливості для появи та розвитку туристичних напрямків і брендингу тих, що вже існують. Їжа, як фізична потреба, втілює культурну самобутність та індивідуальність народу. Гастрономічний туризм, у свою чергу, дозволяє задовольнити туристичний попит на нові враження, екзотику, незвичайність і глибше розуміння місцевих традицій.

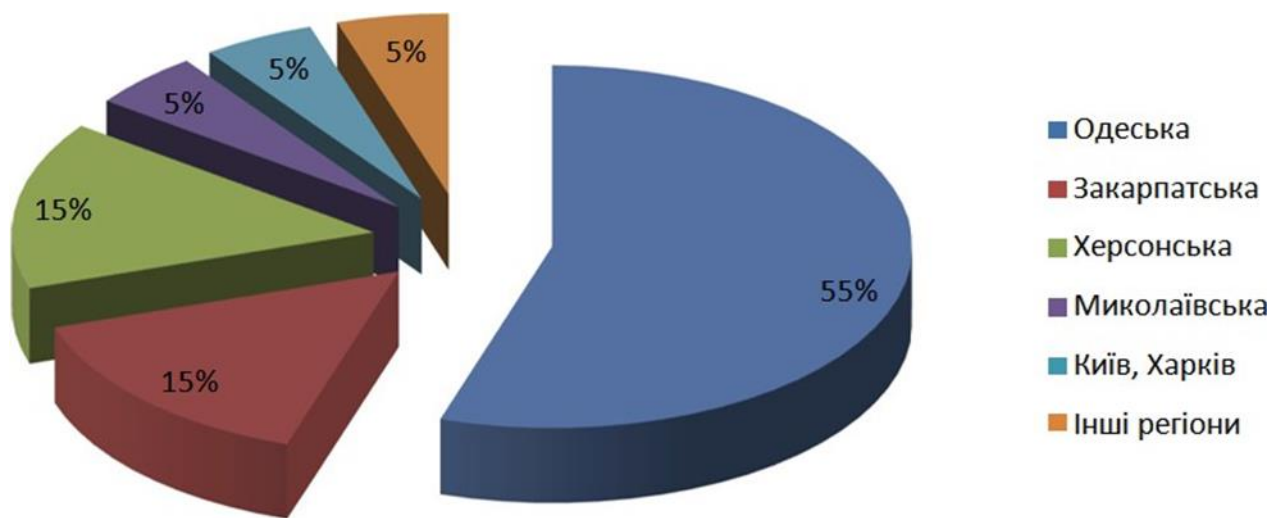


Рис. 3.3. Розподіл виробників вина за регіонами України [1]

Україна є надзвичайно різноманітною країною, і кожен регіон має свої унікальні особливості і потенціал для розвитку як гастрономічного, так і винного туризму. Зміщення споживчого попиту в бік нематеріальної культури відкриває нові можливості для появи та розвитку туристичних напрямків і підсилення брендингу існуючих.

Їжа, як основна фізична потреба, також уособлює культурну самобутність і індивідуальність народу. Гастрономічний туризм, у свою чергу, задовольняє туристичний попит на нові враження, екзотику, незвичайність та глибше розуміння місцевих традицій.

Для успішного економічного розвитку та ефективного управління гастрономічним туризмом важливим є ідентифікація, інвентаризація та аналіз потенціалу різних елементів ланцюжка вартості гастрономічного туризму. Це включає виробників у первинному та вторинному секторах, фірми, які працюють у сфері послуг, громадського харчування, розміщення, роздрібної торгівлі, організаторів гастрономічних заходів та послуг, кулінарні школи, а також природні та культурні ресурси (рис.3.4.) [6].

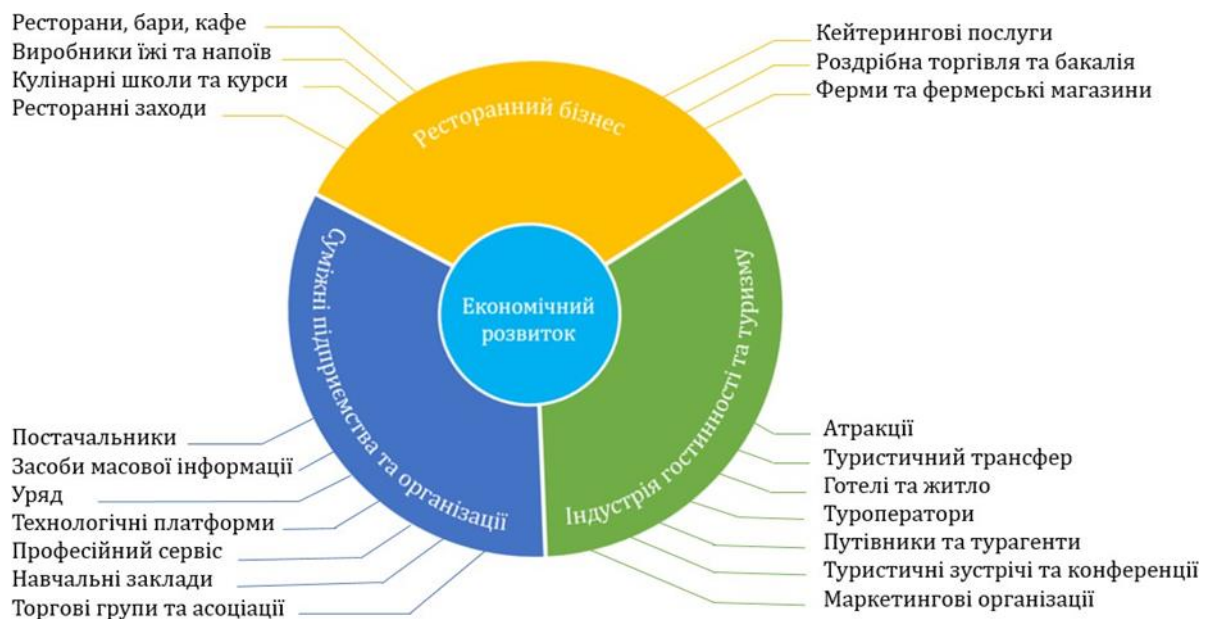


Рис. 3.4. Учасники гастрономічного туризму та вплив гастрономічного туризму на економічний розвиток регіону [6]

Об'єктами гастрономічного туризму є різноманітні країни, регіони і міста, які відомі своєю кухнею, продукцією або ресторанною культурою. Ось основні категорії об'єктів гастрономічного туризму:

- Країни з популярною кухнею: Найбільш популярними на світовій арені є країни, такі як Франція, Італія, Іспанія, Індія, Японія, Китай і Мексика. Останнім часом до цієї групи додалися інші країни, наприклад, Данія, Норвегія, Швеція, Перу і Сінгапур.

- Регіони з унікальною продукцією: Деякі регіони відомі своєю унікальною продукцією, наприклад, винні регіони Франції, такі як Бордо, Ельзас, Бургундія,

Шампань, які мають класифікацію Appellation d'Origine Controle за місцем виробництва вин. Також до цієї категорії входять місця, де виробляють сири, наприклад, міста Гауда і Едам в Нідерландах.

- Міста-ресторани: Це міста, відомі своїми ресторанами, які представляють різні кухні, стилі і формати. Серед таких міст можна відзначити Нью-Йорк, Лондон, Париж, Токіо, Рим, Брюссель, Гонконг, Барселона, Сан-Франциско та Новий Орлеан.

Критерії для отримання статусу «ресторанного» міста можна побачити на рис. 3.5.



Рис. 3.5. Критерії відповідності статусу «ресторанне місто» [5]

Державне агентство розвитку туризму України провело дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців у період з 12 листопада 2021 року по 10 грудня 2021 року. У цьому дослідженні взяли участь 23 480 респондентів (рис. 3.6.).

Згідно з результатами опитування, 38% респондентів у віці від 15 до 70 років подорожують Україною з туристичною метою. Частота таких поїздок часто становить один раз на рік [4].

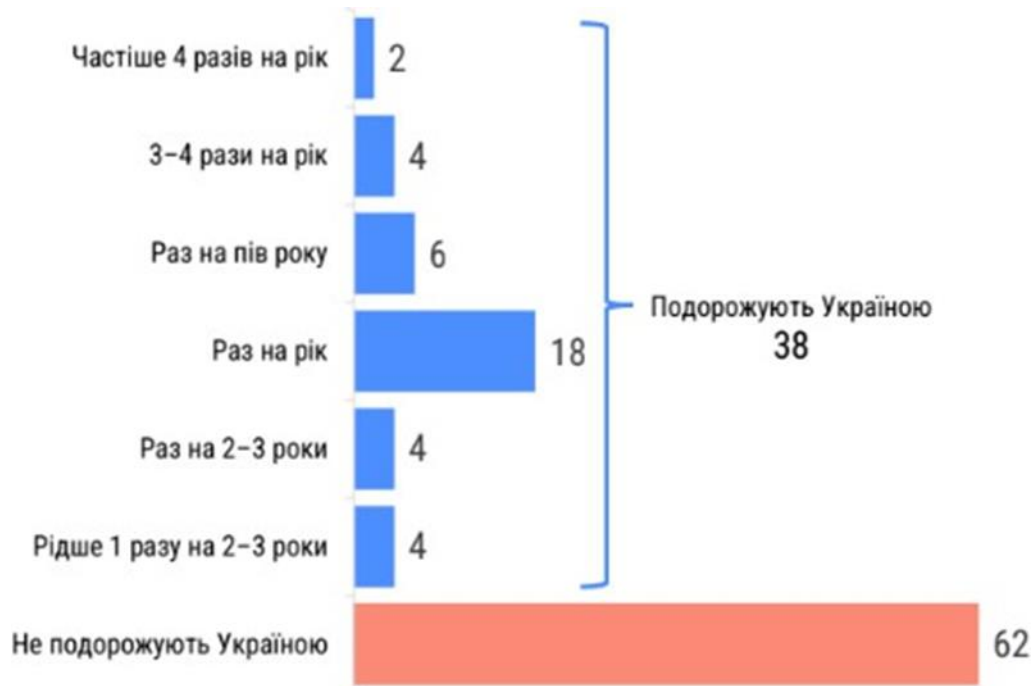


Рис. 3.6. Залученість українців до внутрішнього туризму (%) [4]

Дане опитування відобразило рівень залученості українців до внутрішнього туризму залежно від області їх проживання. Основні результати за табл.3.1: Київщина показала найвищий рівень туристичної активності з середнім відсотком 63% респондентів, які подорожують по Україні. Чернівецька область виявилася на другому місці з 60% респондентів, які подорожують з туристичною метою. Львівщина слідує з результатом 54%. На Харківщині 43% опитаних виявились туристично активними.

Ці дані відображають різноманітність інтересів українців у внутрішньому туризмі та різницю у рівні туристичної активності в залежності від регіону проживання.

Таблиця 3.1

Залученість українців до внутрішнього туризму в залежності від області проживання респондентів (%)

Області України і місто Київ	Частка українців, що залучені до внутрішнього туризму				Не подорожують Україною
	Подорожують Україною	Зокрема подорожують			
		Раз на пів року або частіше	Раз на рік	Раз на 2-3 роки або рідше	
Київська (без Києва)	63	24	27	12	37
Чернівецька	60	22	29	9	40
Львівська	54	23	19	12	46
Полтавська	49	15	25	9	51
Дніпропетровська	47	12	25	10	53
Хмельницька	45	16	23	6	55
Харківська	43	11	21	11	57
Одеська	41	12	17	12	59
Рівненська	39	9	20	10	61
Донецька	38	9	20	9	62
м. Київ	38	16	16	6	62
Луганська	36	11	15	10	64
Херсонська	36	10	15	11	64
Вінницька	32	9	16	7	68
Волинська	32	8	14	10	68
Миколаївська	32	11	15	6	68
Івано-Франківська	31	13	11	7	69
Чернігівська	31	9	15	7	69
Закарпатська	27	12	11	4	73
Тернопільська	27	6	17	4	73
Запорізька	25	10	11	4	75
Кіровоградська	21	5	13	3	79
Черкаська	21	4	14	3	79
Сумська	19	5	9	5	81
Житомирська	17	4	9	4	83

За даними опитування про види відпочинку в Україні, респонденти вибирають наступні типи відпочинку (рис. 3.7.): Пляжний туризм здобув перевагу серед 48% опитаних. Екскурсійний туризм займає друге місце з відповідями 31% респондентів. Відпочинок на гірсько-лижних курортах популярний серед 17% опитаних. Гастрономічний туризм згадали лише 3% опитаних респондентів [4].

Ці результати вказують на значний інтерес українців до пляжного туризму, що є найбільш популярним типом відпочинку в Україні.

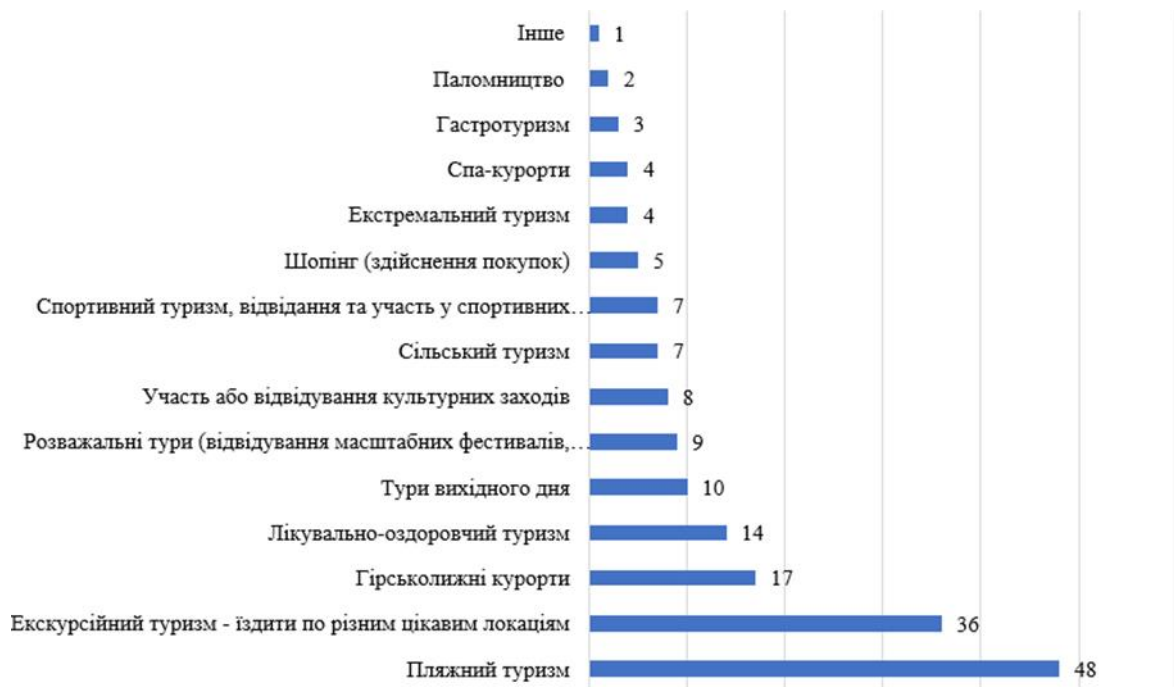


Рис. 3.7. Критерії відповідності статусу «ресторанне місто» [5]

Згідно з результатами дослідження, відповіді на запитання про улюблені види відпочинку в Україні суттєво відрізняються в залежності від вікової групи туристів:

- Молодші вікові групи (25-34 роки): Вони найчастіше обирають пляжний туризм, що показали 48% відповідей загалом. Молоді люди також можуть виявляти інтерес до гастрономічного туризму, оскільки цей вид відпочинку є цікавим для них.

- Старші вікові групи: Для старших респондентів (наприклад, віком понад 50 років) пріоритетними є екскурсійний туризм та лікувально-оздоровчий відпочинок.

Гастрономічний туризм також може бути привабливим для опитуваних у зрілому віці, оскільки він дозволяє насолоджуватися кулінарними враженнями та культурою регіону. Ці відмінності в популярних видах відпочинку відображають різні інтереси та потреби різних вікових груп туристів в Україні.

Таблиця 3.2

Яким видам відпочинку надають перевагу в Україні в залежності від віку респондентів (%) [4]

Види відпочинку	Частка респондентів за віком				
	15-24	25-34	35-44	45-54	55-70
Пляжний туризм	49	52	54	47	37
Екскурсійний туризм	33	35	36	39	38
Гірськолижні курорти	22	25	18	12	7
Лікувально-оздоровчий туризм	6	9	12	16	26
Тури вихідного дня	8	11	11	12	8
Розважальні тури (відвідування фестивалів, концертів)	14	12	8	7	4
Спортивний туризм (відвідування та участь у спортивних заходах)	12	8	8	6	4
Участь та відвідування культурних заходів	9	9	7	8	7
Шопінг-тури	9	7	5	3	2
Сільський зелений туризм	5	6	7	7	8
Спа-курорти	5	4	5	4	4
Екстремальний туризм	7	4	3	3	1
Гастротуризм	3	4	3	2	1
Паломництво	1	1	2	3	4
Інше	1	1	1	2	3

Різноманітність відпочинкових уподобань українських туристів значно залежить від їх місця проживання, що відображається в їх відповідях на питання про улюблені види відпочинку. Наприклад, жителі західних областей та Києва віддають перевагу прогулянкам, відвідуванню музеїв та пам'яток архітектури, а також активному відпочинку, такому як лижі, сноуборд і велосипеди. У той час як жителі Сходу України частіше насолоджуються пляжним відпочинком та екскурсіями. Найбільшу частку гастротуризму виявлено серед жителів Києва та Східних регіонів [4].

У контексті нашого дослідження і зазначеної географічної різноманітності у виборі напрямку подорожі, варто звернути увагу на кореляцію цих показників з кількістю підприємств, що надають послуги харчування. За статистичними даними з сайту PRO Платформа ефективного регулювання, найбільша концентрація підприємств ресторанного господарства спостерігається в різних регіонах України станом на 2023 рік (рисунок 3.8). Наприклад, Київ налічує 8,122

заклади, а Одеська область та Львівщина відповідно мають 3,622 та 3,506 закладів. Харківська область займає четверте місце з 2,999 закладами [7].

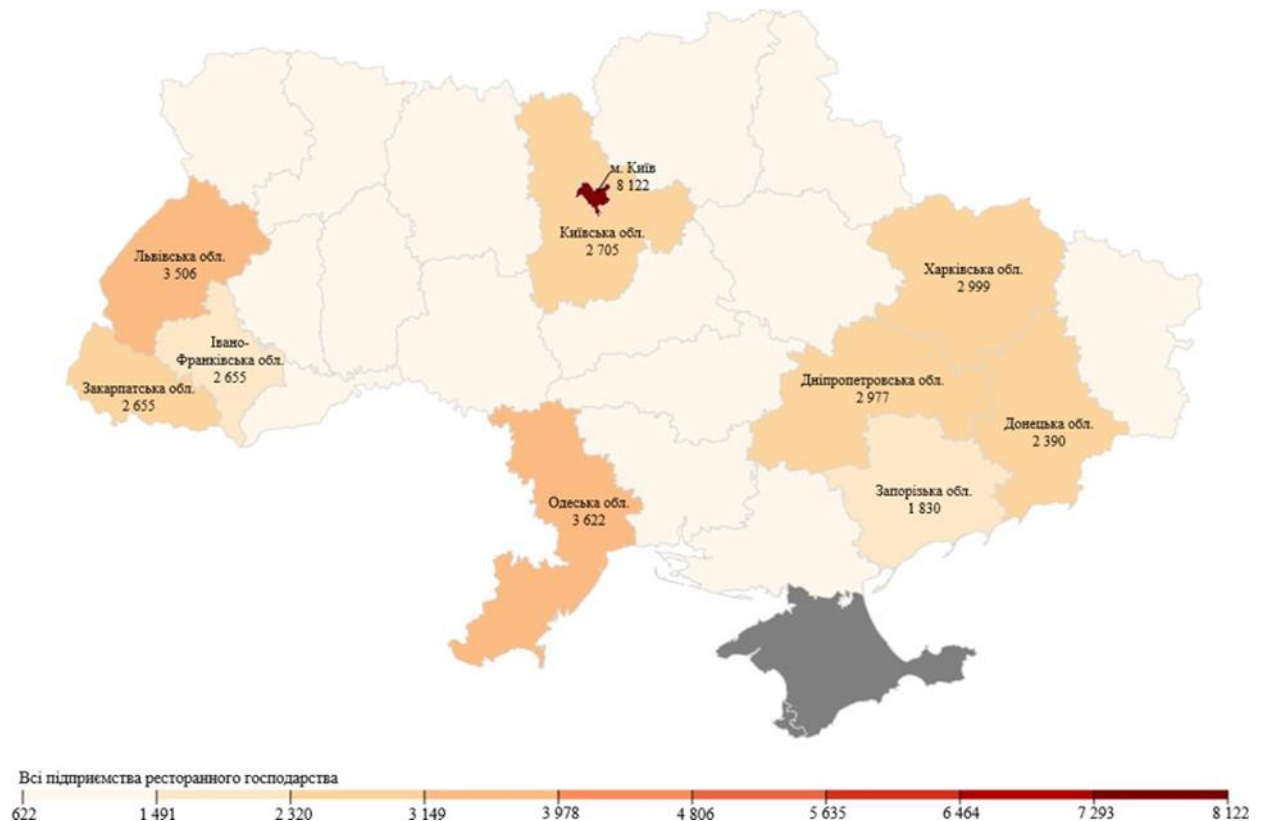


Рис. 3.8. Кількість підприємств ресторанного господарства за регіонами України станом на 2023 рік [7]

Ці дані демонструють, що ресторанний бізнес продовжує активно розвиватись у різних регіонах України, незважаючи на внутрішні виклики, включаючи воєнний стан в деяких з них.

На шляху розвитку гастрономічного туризму в Україні існує кілька значних проблем. Найбільші перешкоди, які традиційно визнаються, включають:

✓ Транспортна віддаленість і погане сполучення: Багато місць відпочинку в Україні знаходяться віддалено від основних транспортних маршрутів. Дороги, особливо в сільських районах, часто знаходяться у поганому стані, що ускладнює доступність та зручність пересування туристів.

✓ Рекреаційна невлаштованість: Багато об'єктів туризму не відповідають сучасним вимогам та очікуванням сучасного туриста. Це

стосується якісної інфраструктури для відпочинку, комфортного розміщення та послуг.

✓ Низький рівень надання послуг: Деякі регіони мають обмежену кількість готелів, ресторанів та інших туристичних послуг. Це може обмежувати привабливість місцевих гастрономічних пропозицій для відвідувачів.

✓ Нестача цілісних туристичних пропозицій: Часто відсутня інтеграція гастрономічних пропозицій у загальну туристичну продукцію регіонів. Відсутність комплексних пропозицій може ускладнювати організацію інтересних маршрутів для туристів.

✓ Методичне забезпечення та цілеспрямована діяльність: Необхідно більше уваги приділяти розробці методичного забезпечення та координації діяльності у галузі гастрономічного туризму. Це допоможе створити чіткі напрямки розвитку і підвищити якість послуг.

Ці проблеми необхідно вирішувати для того, щоб зробити гастрономічний туризм в Україні більш конкурентоспроможним і привабливим для місцевих та зарубіжних туристів.

Серед пріоритетних напрямків розвитку гастрономічного туризму в Україні можна виділити наступні:

- Вдосконалення нормативно-правового забезпечення: Необхідно активно працювати над удосконаленням законодавства, що регулює гастрономічний туризм, для створення сприятливого і прозорого регуляторного середовища.

- Створення сприятливих умов для розвитку гастрономічного туризму: Зокрема, це включає розвиток інфраструктури, покращення якості послуг та створення умов для інвестицій у гастрономічний сектор.

- Підтримка пріоритетних напрямів діяльності: Наприклад, шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання, що стосуються гастрономічного туризму.

- Збільшення бюджетних витрат: Необхідно збільшити інвестиції у розробку та реалізацію програм розвитку гастрономічного туризму, а також активну

популяризацію та ефективну рекламу у внутрішньому та зовнішньому туристичному ринках.

- Удосконалення статистичного обліку та звітності: Важливо вдосконалити систему статистичного обліку для збору і аналізу даних у сфері гастрономічного туризму, що дозволить ефективно керувати і розвивати цей напрямок.

Ці заходи спрямовані на створення сприятливих умов для зростання гастрономічного туризму в Україні, що потенційно може значно збільшити привабливість країни для туристів і позитивно вплинути на її економічний розвиток.



Рис. 3.9. Основні проблеми розвитку гастрономічного туризму України

На основі вказаних стратегічних напрямків розвитку гастрономічного туризму в повоєнній Україні (рис.3.9.), кожен з них включає в себе конкретні стратегічні цілі та завдання, які необхідно виконати для досягнення цих цілей:

- Створення туристичного продукту для гастрономічного туризму: Розробка маршрутів гастрономічного туризму, оновлення існуючих маршрутів.

- Проведення кулінарних майстер-класів, дегустацій та екскурсій до місцевих фермерських господарств та ресторанів.

- Започаткування нових гастрономічних фестивалів та ярмарків.

- Покращення інфраструктури готельно-ресторанного господарства: Залучення інвестицій для відкриття нових ресторанів, кафе та продуктових ринків.

- Розробка програм підтримки для малих та середніх підприємств, що беруть участь у створенні гастрономічних турів.

- Забезпечення доступності місцевих продуктів для ресторанів та готелів для підсилення промоції локаворської кухні.

- Відновлення та покращення транспортної мережі: Відновлення дорожнього покриття у зонах, що постраждали від конфлікту.

- Установлення дорожніх знаків для полегшення орієнтації у туристичних маршрутах.

- Покращення доріг у сільській місцевості, особливо на маршрутах гастрономічного туризму.

- Розширення паркувальних майданчиків для автомобілів та туристичних автобусів.

- Створення гастрономічних брендів та їх просування: Промоція вітчизняних регіональних продуктів та кулінарних традицій на національному та міжнародному рівнях.

- Розробка та впровадження програм збереження та розвитку традиційної гастрономії.

- Створення гастрономічних брендів регіонів як ключових гастрономічних пунктів призначення.

- Підготовка висококваліфікованих кадрів в гастрономічному обслуговуванні: Проведення курсів підвищення кваліфікації та семінарів для працівників гастрономічного сектору.

- Розвиток системи сертифікації в гастрономічному туризмі.

- Створення науково-дослідних центрів для підтримки інновацій в гастрономічному секторі.

- Партнерство з університетами та вищими навчальними закладами для забезпечення спеціалізованої освіти в галузі гастрономічного туризму.

Ці стратегічні напрямки спрямовані на забезпечення стійкого та комплексного розвитку гастрономічного туризму в Україні, підвищення його привабливості для місцевих та іноземних туристів і відновлення економічного потенціалу країни після конфлікту.

Висновки до розділу 3

Отже, проведене дослідження підтверджує, що гастрономічний туризм може справді виступати як драйвер економічного та соціального розвитку України. Він відкриває можливості для створення живої конкурентоспроможності туристичних напрямків та підприємств, підвищення якості та кількості робочих місць, а також покращення якості життя місцевого населення. Розвиток гастрономічного туризму також сприяє розширенню можливостей місцевих спільнот та зацікавлених осіб у плануванні та управлінні туристичними ініціативами.

Крім того, підвищення обізнаності населення про наявність та можливості використання локальних ресурсів допоможе зберігати культурно-історичну спадщину та традиції. Такий підхід також сприятиме у покращенні іміджу України на міжнародній арені, що відіграє важливу роль у залученні більшої кількості туристів та інвестицій в країну.

Для успішного розвитку гастрономічного туризму в Україні важливо враховувати не лише специфічні проблеми цієї галузі, але й загальні соціально-економічні виклики країни. Окрім необхідної законодавчої бази, ключовими факторами успіху є ефективна реклама та інформаційне забезпечення, які можуть значно підсилити гастрономічний туризм як потужний інструмент для відновлення туристичної інфраструктури та збільшення доходів бюджету.

ВИСНОВКИ

Гастрономічний туризм є потужним інструментом для розвитку туристичного сектору, що демонструється за закордонним досвідом. Розвиток цього напрямку сприяє підвищенню впізнаваності туристичної дестинації та збільшенню її конкурентоспроможності, що приваблює більше туристів. Важливими факторами успіху гастрономічного туризму є різноманітність та доступність гастрономічних турів, які включають організацію кулінарних заходів, використання рекламних інструментів, наприклад, довідники з продуктів харчування та кулінарних страв, а також залучення кваліфікованих фахівців і експертів.

На сьогоднішній день в Україні гастрономічний туризм має великий потенціал, однак він ще не досить розвинутий. У місті Києві, хоча воно є одним з лідерів гастрономічного туризму в країні, представлені лише обмежені кількості гастрономічних турів, які не в змозі задовольнити зростаючий попит на цей вид туризму. Основні проблеми, які перешкоджають його розвитку, включають відсутність досвіду у місцевих туристичних операторів у організації гастрономічних турів, високу вартість таких турів, неефективне рекламне просування та недостатність співпраці між туристичними компаніями та підприємствами готельного та ресторанного бізнесу.

Для подальшого розвитку гастротуризму в Україні рекомендується зосередитися на наступних напрямках:

1. Організація гастрономічних заходів: Запровадження більшого числа гастрономічних фестивалів, тематичних вечірок і майстер-класів, що дозволить поглибити культурні враження туристів.
2. Реклама та маркетинг: Використання різноманітних рекламних інструментів для просування гастрономічних турів на міжнародному ринку, включаючи соціальні медіа, друковані видання та участь у виставках та конференціях.

3. Розвиток співпраці: Залучення туристичних операторів, готелів, ресторанів та інших суб'єктів господарювання до спільної роботи для створення і просування нових гастрономічних турів.
4. Підвищення кваліфікації персоналу: Організація курсів та тренінгів для персоналу готелів і ресторанів щодо обслуговування гастрономічних туристів та продажу місцевих страв.

Ці заходи допоможуть не лише збільшити привабливість для гастрономічних туристів, а й позитивно позначаться на розвитку економіки та підвищенні іміджу міста як туристичної дестинації.

Отже, гастрономічний туризм в Україні відкриває широкі перспективи для сталого розвитку туристичного сектору, сприяючи в цілому позитивному впливу на економіку та соціокультурний розвиток країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Allen, Gary J.; Albala, Ken (2010-10-30). The Business of Food: Encyclopedia of the Food and Drink Industries. ABC-CLIO, pp. 112.
2. Balabanyts A, Kondratenko I., Matsuka V., Nesterchuk I., Pivnova L., Skarha O. Tools and Development Drivers for the Gastro- nomic Tourism. Economic Affairs. 2022. Vol. 67, №4. P. 579-587. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/34684/1/EAv67n4x.pdf>
3. Basiuk D. I. «Innovative development of gastronomic tourism in Ukraine» / Basiuk D. I. // Naukovi pratsi NUKhT.– 2012.– vol.45.– p. 128–132.
4. C. Michael Hall and Richard Mitchell Tourism Bu- siness Frontiers: Consumers, Products and Industry [Елек- тронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.glo- balspec.com/reference/47077/203279/chapter-16-gastro- nomy- food-and-wine-tourism>
5. List of Michelin starred restaurants [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Michelin_starred_restaurants
6. Long, Lucy (2004). Culinary Tourism. The Univer- sity Press of Kentucky. p. 20.
7. McKercher, Bob; Okumus, Fevzi and Okumus, Bendegul (2008) 'Food Tourism as a Viable Market Segment: It's All How You Cook the Numbers!', Journal of Travel & Tourism Marketing, 25: 2, 137—148.
8. Sajna S.Shenoy. Food tourism and the culinary tourist. A thesis presented to the Graduate School of Clemson University. Advisor Dr.William C.Norman, 2005. —210 p.
9. Start Business Challenge. URL: <https://sbc.regulation.gov.ua/statistics/restaurant-map>
10. Tasteatlas Awards 2022. World's Best Cuisines. URL: <https://www.tasteatlas.com/best/cuisines>
11. Wolf, Erik (2006). Culinary Tourism: The Hidden Harvest. Kendall/Hunt Publishing.

12. World Food Travel Association (WFTA). URL: <https://www.worldfoodtravel.org/cpages/home>.
13. World Tourism organization. Global Report on Food tourism, UNWTO, Madrid. 2012. URL: https://www.academia.edu/22622217/Global_Report_on_Food_Tourism_WTO
14. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Басюк Д. І. // Наукові праці НУХТ.– 2012.– № 45.– С. 128–132.
15. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Д.І. Басюк // Наукові праці НУХТ — 2012. — № 45. — С. 128—132.
16. Васюк І. «Гастрономічні особливості Франції». URL: <http://svitmandr.com.ua/гастрономічні-особливості-франції/>
17. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики: монографія / за ред. Д.І. Басюк. Вінниця: ПП «ТД «Едельвейс і К», 2017. 316 с.
18. Вишневецька Г.Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму. // Географія та туризм. — Вип. 14. — 2011. — С. 100—115.
19. Гапоненко Г. І., Євтушенко О. В., Шамара І. М. Холодок В.Д. Основні тенденції розвитку ресторанного господарства України в сучасних умовах. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. 2021. № 14. С. 132-141. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-14-13>
20. Гастрономічні фестивалі українців. Виставковий центр ЛІЕТ «Тури та туристичні продукти для львів'ян та гостей міста». URL: <http://.liet.lviv.ua/filemanager/files/file.php?file=2374> .
21. Гастроспадщина України: Проєкт Українського центру культурних досліджень. URL: <https://gastroheritage.com.ua/ua>

22. Глушко В. О. Гастрономічний туризм як окремий вид в туризмі: поняття, сутність, класифікація / Глушко В. О. // Торгівля і ринок України.— 2016.— Вип. 39–40.— С. 166–175.
23. Головні пункти гастрономічної подорожі в Україні / [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://i-pro.kiev.ua/content/golovni-punkti-gastronomichnoyi-podorozhi-v-ukrayini>
24. Звіт за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців». Державне агентство розвитку туризму : веб-сайт. URL: <https://www.tourism.gov.ua/statistic>.
25. Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму URL:
http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm
26. Кляп М.П., Шандар Ф.Ф. Навчальний посібник «Сучасні різновиди туризму». URL:
https://pidru4niki.com/1584072043514/turizm/suchasni_riznovidi_turizmu
27. Ковешніков В. С. Винний та гастрономічний туризм: важливий потенціал розвитку економіки / Ковешніков В. С., Гармаш В. В.// Інвестиції: практика та досвід.— 2017.— № 4.— С. 32–37.
28. Ковешніков В.С., Гармаш В.В. «Винний та гастрономічний туризм: важливий потенціал розвитку економіки». Інвестиції: практика та досвід. 2017. №4. С. 32-37.
29. Комарніцький І.О. Кулінарний туризм в Україні: стан і перспективи регіонального розвитку в контексті Євро-2012 // Географія та туризм. — Вип. 14. — 2011. — С. 100—115.
30. Корнілова В. В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму / Корнілова В. В., Корнілова Н. В. // Ефективна економіка.— 2018.— № 2.— URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6112>.
31. Кукліна Т.С. «Гастрономічний туризм на туристичному ринку України» URL: <https://www.sworld.com.ua/konfer30/682.pdf>

32. Любіцева О.О. Педагогічні та рекреаційні технології в сучасній індустрії дозвілля. Міжнародна науково-практична конференція. Київський національний університет культури і мистецтв «Туристичний ринок України». URL: https://tourlib.net/statti_ukr/lubiceva.htm
33. Перший в Україні ресторанний тур — "Від шпацеру до келішка" [Електронний ресурс]. — Режим дос- тупу: <http://www.okraina.com.ua/tours/excursion/pershiy-v-ukrayini-restoranniy-tur-vid-shpatseru-do-kelishka.html>
34. Рябко А., Батиченко С. Національний університет харчових технологій. М. Київ. «Гонконг — гастрономічна столиця Азії». URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/27837/1/118-121.pdf>
35. Статут громадської спілки «Асоціація сприяння розвитку винного та гастрономічного туризму в Україні». URL: <http://awgt.nuft.edu.ua/page/view/statut>.
36. Стрішенець О. М. Маркетингове дослідження фінансово-економічних результатів та стратегічних позицій виробників кавової продукції в Україні. Український журнал прикладної економіки. 2018. №3. Том 3. С. 219-227.
37. Стрішенець О.М. Маркетингове дослідження фінансово-економічних результатів та стратегічних позицій виробників кавової продукції в Україні. Український журнал прикладної економіки. 2018. Том. 3. №3. С. 219–227.
38. Фесенко Г. О. Гастротуризм як актуальний тренд сучасного розвитку сфери туризму в Україні.— URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/5_2021/202.pdf.
39. Шандор Ф.Ф. Сучасні різновиди туризму: підручник / Ф.Ф. Шандор, М.П. Кляп. — К.: Знання, 2013. — 334 с.
40. Шандор, Ф. Ф. Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму: підручник. К.: Знання, 2013. 334 с.