

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет бізнесу і права

Кафедра готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

**ГАСТРОНОМІЧНІ ФЕСТИВАЛІ ТА ЇХ ЗНАЧЕННЯ
ДЛЯ БРЕНДИНГУ ТЕРИТОРІЇ**

Кваліфікаційна робота (проект)
на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Виконала: студентка II курсу 261-м групи
спеціальності: 242. Туризм
освітньо-професійної
програми «Туризм»
Симоньянц Світлана Миколаївна

Керівник: доц. Яровий В. Ф.

Рецензент: доц. Мельникова К. В.

Херсон – 2020

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Теоретичні аспекти дослідження гастрономічного туризму	6
1.1.Гастрономічний туризм, як складова соціально економічного розвитку	6
1.2.Механізми організації гастрономічних фестивалів для просування бредингу територій	13
1.3. Зарубіжний досвід організації гастрономічних фестивалів	15
РОЗДІЛ 2. Особливості організації гастрономічних фестивалів	23
2.1. Ресурсний потенціал та можливості організації гастрономічних фестивалів регіону	23
2.2. Розробка проекту організації гастрономічного фестивалю	28
2.3. Перспективи розвитку гастрономічно-фестивального туризму.....	35
ВИСНОВКИ	38
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	41

ВСТУП

Актуальність теми. У ХХІ ст. туризм стає важливою сферою світової економіки. Та у зв'язку з великою конкуренцією виникає необхідність розвивати різні види туризму. Останнім часом динамічно розвивається один із таких видів – гастрономічний туризм, а важливими чинниками його розвитку є гастрономічні свята та фестивалі. В розвинених країнах вони набули великої популярності. В нашій же країні тільки останні п'ять – вісім років почали започатковувати такі фестивалі, а географія їх найбільшого поширення – Західна Україна.

З огляду на це, дослідження гастрономічного туризму, аналіз факторів його виникнення і поширення, розвитку гастрономічних фестивалів та їх ролі для брендингу місцевості набуває в наш час особливої актуальності.

Питання перспектив та проблем розвитку гастрономічного туризму в Україні розглядали Бусигін А. П., Комарницький І., Мицько М. А., Русанов І. В., Федорченко В. К. В дослідженнях даних вчених розвиток гастрономічного туризму розглядався в історичному та культурному плані, як наслідок поєднання культурних традицій та національної кухні у результаті якого виникає туристичний продукт.

У вітчизняній науці вивченням взаємодії туристичної сфери та кулінарного мистецтва займаються В. Гордін, Д. Гусенова, А. Карабаєва, А. Лук'янченко, Ю. Трабская, Е. Чернова. Вони розглядають гастрономічний туризм, як засіб підвищення привабливості території та формування і просування бренду.

Мета дипломної роботи: дослідити стан розвитку гастрономічного туризму в Україні, визначити, яке значення має організація та проведення гастрономічного фестивалю для популяризації території та створення бренду, пошук інструментів розвитку гастрономічного туризму в своїй громаді.

Для досягнення даної мети були поставлені такі **завдання**:

- Розкрити сутність та напрями гастрономічного туризму.

- Проаналізувати географію і рівень поширення гастрономічних фестивалів в зарубіжних країнах та на Україні.
- Обґрунтувати доцільність використання фестивалів як ресурсу для розвитку брендингу території.
- Розробити проект фестивалю для Станіславської об'єднаної територіальної громади.

Об'єкт дослідження - гастрономічний туризм.

Предмет дослідження – гастрономічні фестивалі та їх значення для брендингу території.

З метою реалізації поставлених завдань були застосовані наступні **методи дослідження** та визначені такі підходи: *комплексний* – задля цілісного аналізу поняття гастрономічний туризм; *аналітичний* – при осмисленні та порівнянні стану розвитку туристичної сфери країн із розвинутою туристичною індустрією та України, а також при вивченні вимірів проблеми; *системний* – задля аргументації впливу систематичного проведення різних гастрономічних фестивалів на просування території, створення іміджу та залучення туристів.

Наукова новизна цієї роботи полягає в тому, що обрана мною тема гастрономічних фестивалів та їх значення для брендингу територій (особливо сільської місцевості) мало вивчена. Тому, важливо дослідити цю тему і знайти шляхи просування для сільських громад з їх неповторним колоритом, природними ресурсами та традиціями приготування місцевих страв.

Практичне значення одержаних результатів: В подальшому результати досліджень, висвітлені в цій роботі, можуть використовуватись для студентів під час вивчення таких дисциплін «Туризмологія», «Управління туристичними дестинаціями» та ін. Розроблений нами проект фестивалю «Рибний день в Станіславі» може бути започаткованим та проводитись кожного року на постійній основі, що залучить в громаду нових інвесторів, потоки туристів, створить позитивний імідж громади та стимул

для розвитку місцевого малого бізнесу, а в подальшому, підґрунтям для сталого розвитку місцевості та регіону.

Апробація результатів дослідження. В процесі роботи над темою магістерського проєкту та в результаті проведених досліджень, було обрано тему наукової статті: «Гастрономічні фестивалі в Україні та їх значення для розвитку гастрономічного туризму», яка опублікована в матеріалах ІХ Міжнародної науково-практичної конференції «Science and practice of today» (режим доступу: <https://isg-konf.com/uk/science-and-practice-of-today-ua/>). Автор отримала сертифікат учасника конференції.

Структура дипломної роботи. Робота складається із вступу, двох розділів, що включають шість підрозділів, висновків та списку використаних джерел (33 найменування). Загальний обсяг - 40 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Гастрономічний туризм, як складова соціально-економічного розвитку

Головна мета розвитку туризму в Україні це створення конкурентноспроможного продукту, який максимально задовольнить потреби туристів і забезпечить соціально-економічний розвиток країни та збереження історико-культурних надбань. Одним із найперспективніших видів туризму, який у сучасних умовах динамічно розвивається, можна назвати «гастрономічний туризм». Цей новий вид туризму має великі перспективи, а організація «гастрономічних турів» сприятиме відродженню та збереженню національних кулінарних традицій. До гастрономічної культури, як об'єкта гастрономічного туризму, можемо віднести кулінарні традиції, культуру прийняття їжі, а також звичаї та обряди, пов'язані з гастрономією. Слід відзначити, що невід'ємним елементом є древні рецептури, які передаються з покоління в покоління й часто є особливою атракцією закладів або дестинацій.

Важливість гастрономічного туризму в обміні духовними і матеріальними цінностями між різними країнами, досвідом на особистому, етнічному, державному та світовому рівнях. Так, А. Бусигін стверджує, що «гастрономічний туризм з огляду на цілу низку причин, які детально розглядаються у статті, може стати одним із найбільш перспективних напрямів туризму в Україні» [1]. Він також детально розглядає алгоритм просування цього туристичного продукту на західний ринок, акцентує увагу на «необхідності ретельного розроблення програми гастрономічних турів з урахуванням специфіки турів» [1]. В. Федорченко також обґрунтовує

необхідність розвитку гастрономічного туризму, розглядає «означену проблему на широкому культурно-історичному тлі, з огляду на роль і значення харчування в генезі світової цивілізації» [2].

Т. Кукліна вказує на «необхідність створення на туристичному ринку України такого явища, як гастрономічний туризм, який є одним із найбільш пізнавальних видів туризму і може стати чинником економічного розвитку України і важливим засобом поглиблення інтеграційних процесів між країнами світу» [3]. Слід відзначити, що в українській туризмології відсутнє єдине термінологічне визначення цього виду туризму. Є терміни «кулінарний туризм», «винно-гастрономічний туризм», «гурман-туризм», «гастрономічний туризм», «ресторанний туризм».

Вважається, що термін «кулінарний туризм» було введено у 1998 р. професором університету Bowling Green (США) Лусі Лонг. У 2001 р. Ерік Вольф написав першу статтю про кулінарний туризм у світі, пізніше він розвинув цю тему в першій книзі Міжнародної організації кулінарного туризму. У 2003 р. Ерік Вольф заснував Міжнародну асоціацію гастрономічного туризму (The International Culinary Tourism Association), яка надає широкий спектр переваг для своїх членів: навчання, розвиток і просування. Маніфест Міжнародної асоціації кулінарного туризму відображає здатність людини пізнавати культуру країни через її національну кухню: «Їжа - це квінтесенція нації, її характеру та історії» [4]. Міжнародна асоціація гастрономічного туризму в 2012 р. запропонувала вживання терміна «гастрономічний туризм» [4].

Всесвітня асоціація гастрономічного туризму (World Food Travel Association) визначає гастрономічний туризм, як «подорожі з метою отримання автентичного досвіду, заснованого на культурі споживання їжі або напоїв; відкритті унікальних місць та їхньої культури через національну кухню» [5]. Як світовий тренд гастрономічний туризм стає все більш важливим явищем не тільки соціального і культурного, але також і соціально-економічного плану. Подорожі за смаком, кулінарні шляхи і

маршрути, знайомство з новими методами кулінарії, відвідування знаменитих місць із кулінарними традиціями або відкриття місць, пов'язаних із вирощуванням, селекцією, риболовлею та іншими харчовими промислами, стає все частіше важливим мотивом для здійснення подорожей туристами.

В той же час, засновник Міжнародної асоціації гастрономічного туризму Е. Вульф дає таке визначення: «Гастрономічний туризм - це пошук і насолода унікальною, незабутньою їжею і напоями як на іншому кінці Землі, так і на сусідній вулиці, адже, крім подорожей по своїй країні або всьому світі, ми також можемо стати гастрономічними туристами у своєму регіоні, місті чи навіть районі» [5].

Так, Х. Ридван під терміном «гастрономічний туризм» розуміє «туризм, який розроблений місцевими громадами для підтримання сільського господарства» [6, с.18]. Г. Жеоргхе, П. Тудораче, П. Ністорену розуміють під цим терміном «повну або часткову поїздку для того, щоби спробувати місцеві продукти або взяти участь у заходах, які пов'язані з гастрономією» [7, с.12]. Броеж трактує поняття «гастрономічний туризм» як «новий досвід, який шукають туристи, а саме - гастрономічний відпочинок, тури із садівництва та гастрономії» [8, с.249]. Д. Дасілва під зазначеним терміном розуміє «будь-який досвід туризму, в якому високо цінується і/або споживається їжа і питво, яке відображає місцеву, регіональну або національну кухню, традиції, культуру, традиційні або кулінарні методи» [9, с.8]. С. Саламатіна дає таке визначення цього виду туризму: «гастрономічний туризм - вид діяльності, метою якої є знайомство з етнічною кухнею країни або регіону, основними продуктами, особливостями технології приготування страв, а також підвищення рівня знань із кулінарії» [10, с.326].

Згідно з С.Ю. Гатауліною, «гастрономічний туризм - вид туризму, основною метою якого є знайомство з кухнею тієї чи іншої країни. Цей вид туризму має великі перспективи, а розроблення подібних маршрутів сприятиме відродженню кулінарних традицій» [11].

За Христовим Т.Т. та Драчевою О.Л. «гастрономічний туризм - туризм, коли туристи та відвідувачі, які планують частково або повністю спробувати кухню певної місцевості або здійснити заходи, пов'язані з гастрономією, відвідують певні дестинації» [12].

В.С. Ковешніков під гастрономічним туризмом розуміє «спеціальні винні і гастрономічні тури; відвідування об'єктів гастрономічного туризму (спеціалізовані музеї, сироварні, винокурні, броварні тощо); відвідування ресторанів з регіональною кухнею; відвідування кулінарних курсів при готелях, а також спеціалізованих кулінарних центрах і школах; відвідування фермерських господарств; відвідування сільськогосподарських (фермерських) ринків; продовольчі виставки та ярмарки; гастрономічні та винні (пивні тощо) фестивалі тощо» [13].

Т.С. Кукліна вважає, що «гастрономічний туризм - це подорожі в різні місця планети для ознайомлення з місцевими кулінарними традиціями й особливостями національної або регіональної кухні. Головна мета відпочивальників, які вибирають гастрономічний туризм, полягає в дегустації унікальних продуктів і страв, властивих винятково цій місцевості, а гастрономічні тури - спеціально розроблені тематичні програми, що можуть включати як дегустації вишуканої їжі, так і навчання в гастрономічних школах будь-якої спрямованості» [3]. На думку Д.І. Басюк, «найбільш вичерпним є визначення гастрономічного туризму як похідного від терміна «гастрономія» (грецьк. $\sigma\tau\omicron\mu\acute{\alpha}\chi\iota$ - шлунок) - науки, що вивчає зв'язок між харчуванням та культурою, належить до галузі соціальних дисциплін. Тоді як кулінарія (лат. $coqu\grave{e}$ - кухня) - галузь прикладної діяльності, пов'язаної з приготуванням їжі, що включає комплекс технологій, обладнання та рецептів і є частиною гастрономії» [14].

Гастрономічний туризм можна трактувати також як один з різновидів культурного туризму, адже гастрономія є визнаним елементом культури. Окрім того, гастрономічний туризм має тісні зв'язки з такими видами туризму, як подієвий, етнічний, агротуризм. Важливим аспектом розвитку

гастрономічного туризму є можливість його поєднання з ресторанним господарством. Слід відзначити, що невід'ємним елементом є древні рецептури, які передаються з покоління в покоління й часто є особливою атракцією закладів або дестинацій. Відповідно, гастрономічний туризм можна вважати допоміжним інструментом пізнання культурної спадщини країн та регіонів світу, оскільки страви національної кухні є одним з елементів, що відображають спосіб життя, світогляд, традиції етносів.

Отже, проаналізувавши визначення науковців, можна дійти висновку, що гастрономічний туризм - це подорожі в країни або особливі місця для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями з метою дегустації унікальних страв та продуктів, властивих тільки для цієї країни або місцевості.

В літературі [15; 16] прийнято класифікувати гастрономічні подорожі, в першу чергу, за місцем проведення: сільські та міські гастрономічні тури. Проте при класифікації гастрономічних турів ознаковою має бути не лише географічна характеристика, а й мета туру. Доцільно класифікувати гастрономічні тури виходячи з їх програмного забезпечення. Так, наприклад, поєднання гастрономічного з елементами фестивального чітко прослідковується під час проведення таких святкових заходів як Різдво, Масляниця, Паска тощо. При розробці гастрономічних турів туроператорам слід брати до уваги ієнтивні особливості регіону. Доцільними вважаємо гастрономічні програми, де можна скуштувати класичні різдвяні страви народів світу. Наприклад, у США, Франції, Німеччині, Великобританії характерною різдвяною стравою є індичка. У країнах Східної Європи до різдвяного столу слід подавати запеченого коропа. Для Північної Європи традиційним є свинина чи оленина. Характерною різдвяною стравою в Україні здавна вважалась кутя - пшенична або ячмінна каша з медом, горіхами, цукром, ізюмом. В Білорусії на Свят вечір готують сочиво, а в Росії ситу кашу. В Україні, Росії, Білорусії здавна святкують Масляну - веселі проводи зими, осяяні радісним очікуванням близького тепла, весняного

оновлення природи. Навіть млинці, неодмінний атрибут масниці, мали ритуальне значення: круглі, рум'яні, гарячі, вони являли собою символ сонця, яке все яскравіше розгоралося, подовжуючи дні.

Як окремий вид туризму гастрономічний туризм має такі особливі риси:

- умови для його розвитку мають абсолютно всі країни, регіони й території;
- гастрономічний туризм не має характеру сезонного відпочинку;
- гастрономічний туризм тією чи іншою мірою є складовим елементом усіх турів, але, на відміну від інших видів туризму, знайомство з національною кухнею стає головним мотивом, метою та елементом гастрономічної подорожі;
- просування місцевих господарств і виробників продовольчих товарів є невід'ємною частиною будь-якого гастрономічного туру [17; 18].

Власне, універсальність та соціальне значення гастрономічного туризму зумовлюють його основні переваги на місцевому рівні.

Основними формами організації гастрономічного туризму є гастротури, екскурсії, гастрономічні фестивалі, гастрономічні заходи та інші форми туризму, в яких гастрономічний туризм є супутнім (або складовою частиною).

Гастрономічний туризм з огляду на свою специфіку має особливе значення для розвитку локальних дестинацій, що в умовах децентралізації стають чинниками конкурентоспроможності територіальних громад. В сучасних умовах окремі територіальні громади, що володіють значними туристичними ресурсами, завдяки останнім законодавчим змінам отримали можливість більш ефективно управляти їх використанням, зокрема, через організацію сільського, екологічного та гастрономічного туризму, а також через підтримку створення спеціалізованих закладів розміщення, а саме агроосель. Однак у вітчизняних умовах важливим є питання не стільки обґрунтування адміністративних механізмів, скільки фінансового

забезпечення заходів щодо модернізації сфери туризму та гостинності регіону.

Незважаючи на тривалий період формування інституційних засад розвитку туризму в Україні, наявне інституційне середовище ще досі не можна вважати збалансованим і несуперечливим. Водночас започатковані процеси децентралізації створюють нові можливості для розвитку гастрономічного туризму на рівні місцевих громад. Особливо перспективним є його розвиток на базі садиб сільського туризму, які можуть забезпечити суттєві додаткові доходи до місцевих бюджетів невеликих громад, на території яких не розташовані промислові підприємства. Але для успішного розвитку туризму на локальному рівні необхідним є подальше вдосконалення нормативно-правового забезпечення рекреаційно-туристичної діяльності в Україні.

Для активізації розвитку гастрономічного туризму доречним є розроблення відповідного маркетингового забезпечення, яке би включало:

- брендинг регіонів і дестинацій з урахуванням перспектив організації гастрономічних турів;
- створення інформаційних веб-ресурсів, присвячених гастро-туристичним ресурсам регіону;
- включення гастрономічного туризму як пріоритетної складової частини туристичної сфери у структуру стратегій та програм регіонального розвитку туризму;
- активізація міжнародного співробітництва у сфері розвитку гастрономічного туризму [19].

Застосування таких підходів і впровадження їх у вигляді рекомендації для органів влади та місцевого самоврядування, а також туристичних підприємств дасть змогу суттєво активізувати розвиток гастрономічного туризму.

1.2. Механізми організації гастрономічних фестивалів для просування брендингу територій

Згідно з останніми дослідженнями, найбільшими темпами гастрономічний туризм розвивається у тих регіонах, де на основі самотніх місцевих традицій проводяться народні свята та фестивалі. Саме гастрономічні фестивалі й свята можуть розвивати інтерес до гастрономічного туризму, а також стати вагомою підтримкою для місцевого бізнесу та домашніх господарств. Це, у свою чергу, сприятиме розвитку національної економіки. Україна, як і інші країни, під впливом історичних подій втратила багато пам'яток архітектури. Проте зберегла нематеріальні цінності — українську гостинність та культуру. Один із найцікавіших елементів нематеріальної культурної спадщини - українська кухня.

Україна - це країна родючих земель, якісних та смачних продуктів харчування. Дані переваги можна використовувати у розробці брендингу територій. Популяризація місцевих продуктів (наприклад, вина, фруктів та овочів, риби та м'яса, сирів) може бути вагомою причиною для організації фестивалів та масових свят на території, де вони вирощуються або виробляються. Такі події принесуть користь економічному розвитку території, зайнятості місцевого населення та зростанню туристичних потоків. Подібні гастрономічні фестивалі обмежені в часі. Вони зазвичай проводяться раз на рік. Під час таких фестивалів проводяться дегустація та закупівля продуктів, пов'язаних з територією, де захід проводиться. На додаток до позитивного іміджу території, який приваблює туристів, вони інформують жителів регіону чи території, де відбувається виробництво, просуваючи при цьому стабільну місцеву економіку, що сприяє розвитку громади. Доходи від подібних фестивалів зазвичай здійснюються протягом самих фестивалів із придбанням продукції. Однак у перспективі вони можуть бути доповнені додатковими елементами з подальшою комерціалізацією [20].

Українська кухня налічує понад чотири тисячі рецептів різноманітних страв.

Це м'ясні, рибні, овочеві, страви із молочних продуктів, борошна тощо. Рецепти деяких страв, способи обробки і приготування продуктів запозичено в інших народів. Але, незважаючи на вплив інших культур та традицій, українська кухня змогла зберегти своєрідність і властивий лише їй колорит, завдяки чому по-праву завоювала визнання у всьому світі.

З електронного ресурсу дізнаємось, що: «У 2016 р. Україна увійшла до топ-20 країн із найсмачнішою в світі кухнею за версією Yonderbound, однієї з найбільших спільнот про подорожі у світі, яка організувала опитування серед своїх користувачів та авторів із проханням назвати кращі кухні світу. Кажуть, що свій внесок до такого результату зробили борщ і вареники» [21].

Україна здатна запропонувати конкурентоспроможний турпродукт, пов'язаний саме з гастрономічним туризмом. Прикладом можуть бути винні тури Закарпаттям, Одеською, Херсонською та Миколаївською областями, які останнім часом набувають популярності. «Україна входить до п'ятірки країн Європи, де винний туризм має значні перспективи розвитку і є всесезонним» [22].

«До найбільш цікавих для туристів гастрономічних турів Україною відносять "Сиро-винний тур Закарпаттям", "Смачне Закарпаття", "Кулінарне Закарпаття", "Хмільний Львів", "Полтавські галушки", "Прогулянка по одеськи", "Фестиваль їжі у Луцьку і Тунель Кохання" тощо» [23].

З року в рік кількість гастрономічних фестивалів в Україні стрімко зростає. Найбільш активний сезон проведення таких свят — це літо й осінь.

Серед гастрономічних фестивалів і свят можемо виділити фестивалі національної кухні, вуличної та міської їжі; фестивалі, присвячені певній страві (борщ, галушки, деруни, голубці тощо), ягодам (черешня, чорниця, полуниця тощо) та овочам (гарбуз, огірок, помідор, кавун); фестивалі алкогольних напоїв (вино, пиво, медовуха), меду й солодошів та інші.

Отже, українська кухня може виступати суттєвим фактором стимулювання туристичних потоків.

В сучасних умовах, коли реформа децентралізації дала територіальним громадам більше можливостей для вирішення питань розвитку своєї території, постало питання про створення стратегії розвитку та власного бренду. Тому в території сформувалася потреба мати відмінну ідентичність і вміло про неї розповідати. Тепер мобільність людей, капіталу та ідей у світі інтенсивніша, ніж будь-коли раніше, тож лише за умов продуманого територіального маркетингу та брендингу територіальні громади мають можливість гідно конкурувати за ресурси, інвестиції, мешканців і партнерів. Це допоможе не лише заявити про свою унікальність, а й ефективно сприятиме економічному розвитку.

Сьогодні, як ніколи, постало питання про розвиток туристичної привабливості українських громад. Україна позиціонується як країна родючих земель, країна якісних та смачних продуктів харчування. Цей загальний контекст може допомогти в пошуку стратегії брендингу локальних громад. Брендування території навколо продуктів харчування — цілком робочий варіант, від якого має зиск багато місцевих стейкхолдерів. Особливо перспективи цієї стратегії помітні на прикладах організації фестивалів їжі. Пропоную детально розглянути результати подібної діяльності, у тому числі на прикладах європейських громад.

1.3. Зарубіжний досвід організації гастрономічних фестивалів

Кожен народ має свій неповторний уклад життя, свої обряди, звичаї, танці, пісні, легенди, що проявляються і в кулінарії. Гастрономічні звички, способи готування їжі й прийоми подачі страв склалися в кожного народу протягом століть. Саме тому кулінарне мистецтво в країнах світу є об'єктом вивчення не тільки істориків, а й фахівців туристичного й готельно-ресторанного бізнесу. Активний розвиток туризму на сучасному етапі

викликає нагальну потребу глибше вивчати особливості харчування різних народів, кулінарні традиції та специфіку обслуговування іноземних туристів в закладах гостинності [24].

Різноманітні гастрономічні програми і тури включають відвідування та участь в різноманітних святах і фестивалях, що є популярною туристичною атракцією. Проаналізуємо популярні гастрономічні фестивалі зарубіжних країн, що являються потужним туристичним ресурсом на сучасному етапі.

Кожен рік у Мюнхені проводиться свято «Октоберфест», за яким закріпилася честь найголовнішого пивного фестивалю у світі. Починається він в кінці вересня і продовжується до середини жовтня. Пивний фестиваль має більше ніж 200-річну історію, яка бере свій початок з весілля короля Людовика I і принцеси Терези. Саме тоді жителі Мюнхену були запрошені на галявину біля кордонів міста, де було встановлено декілька пивних наметів. Зараз на галявині, якій присвоїли ім'я принцеси Терези, кожен рік зводяться 14 великих пивних шатрів, які вміщують до 100 тис. чол. Тут також встановлюються традиційні каруселі, колесо огляду та численні атракціони. За два тижні Октоберфест відвідують біля 5 млн. гостей [25].

З 4 по 6 жовтня у виноробному регіоні Мор проходять традиційні дні вина. На декілька днів центральна вулиця міста перейменовується у «Винну», відкриваються винні погреба, фасади будинків прикрашають прапорами. У день відкриття туристи, які приїхали на фестиваль, спостерігають за театралізованою ходою, присвяченою збору врожаю. До програми культурних заходів входять також: вибір Королеви вина, Міжнародний фестиваль духових оркестрів, численні концерти живої музики та феєрверки.

Місячний гастрономічний фестиваль у Дебреціні стартує 15 жовтня. Фестиваль відомий, передусім, своїми делікатесами – стравами з гусячої печінки, олениною у брусничному соусі, майстерно запеченими карпами та іншим. Застілля супроводжується концертами живої музики, показами національних фільмів та театральних вистав.

За даними Національного управління Італії з туризму, не менше 10% туристів прибувають до Апеннінського півострова для участі в різноманітних гастрономічних турне [26]. Так, щорічно в Італії у Перуджі з 19 по 27 жовтня проходить фестиваль «Єврошоколад». В цей час в маленькому містечку збираються тисячі любителів солодоців зі всієї Європи. Окрім простих туристів, які їдуть на фестиваль, щоб покуштувати нові сорти італійського шоколаду і відпочити, у Перуджу приїздять сотні експертів, які оцінюють виготовлений шоколад. Організатори «Єврошоколаду» проводять різноманітні семінари, конкурси, живі концерти та інші цікаві заходи. На свято приїздять не менше восьмидесяти тисяч туристів. Місце проведення найбільшого в світі шоколадного свята обрано не випадково: маленька Перуджа – батьківщина компанії «Перуджина», найвідоміша в Італії і є одним з найкращих в світі шоколадних виробників. В той час, як професіонали кондитерського мистецтва обмінюються думками на семінарах, на гостей очікують дегустації популярних ласощів.

В сербському містечку Турія, на північ від Белграда, м'ясики готують ковбасу завдовжки 2022 м. Виріб демонструють, а потім і продають на традиційному фестивалі ковбаси, який щороку відбувається в Турії. Кожен із гостей свята може придбати шматок двокілометрового виробу – купують переважно по метру. Фестиваль ковбаси в місті Турія проводиться наприкінці зими вже 25 років. Починався він, як змагання між кількома друзями. Крім свята ковбаси, в Сербії проводять також фестивалі сиру і дині [25].

В Таїланді, на о. Пхукет, проходить щорічний фестиваль вегетаріанців (Phuket Vegetarian Festival). Учасники фестивалю вірять, що екстремальний пірсинг, ходіння по вогню та інші способи нанесення собі тілесних пошкоджень забезпечать їм милість богів.

Фестиваль триває дев'ять днів, починаючи з дев'ятого дня дев'ятого місяця за місячним календарем. В цей період буддисти дотримуються строгої вегетаріанської дієти, носять білий одяг і дотримуються інших 10

правил, які дозволяють їм очистити тіло і розум. Не дивлячись на те, що фестиваль є одним із яскравих видовищ в світі, влада Таїланду рекомендує туристам із слабкими нервами утримуватися від відвідування даного заходу.

Одне із найяскравіших свят в кінці лютого проходить в «лимонній столиці» Франції – Ментоні. Це фестиваль лимонів, присвячений збору урожаю цитрусових. Цитрусові паради – це вози з великими інсталяціями із фруктів, фольклорним святом, змаганням музичних команд і дегустаціями. Паради в Ментоні бувають денні і нічні. Денні паради проходять 17, 24 лютого і 2 березня, а нічні 21 і 29 лютого. Паралельно в ці дні в Ментоні відкриваються виставки цитрусових і орхідей [27].

Схожий захід проходить в червні – щорічний фестиваль ананасів в провінції Лампанг. В Таїланді дуже поважають цей фрукт, тому що він багатий на життєво важливі вітаміни групи А, В, С. В ананасі присутній фермент бромелін, який розщеплює жири. Цей фрукт приймають в їжу для покращення роботи щитовидної залози, печінки, нирок. Фестиваль ананаса – це свято, під час якого пісні і танці не вщухають і продовжуються три дні. Головною стравою на святкуванні звісно ж є солодкий і соковитий ананас. Обов'язково проходить сільськогосподарська виставка-ярмарок, семінар виробників, переробників ананасів. В останній день проходить конкурс «Міс Ананас» та інші змагання.

Щорічно в кінці літа на острові Уайт в Англії проходить Часниковий фестиваль - Isle of Wight Garlic Festival. Втім, це фестиваль не тільки часнику, а ще й гарної музики. На острові Уайт знаходиться одна з найбільших в Англії ферм по вирощуванню часнику. Чудовий часниково-музичний фестиваль, що поєднує в собі хепенінги 60-х і сільський ярмарок, почав проводити саме господар цієї ферми - Колін Босуелл (Colin Boswell). Фестиваль швидко завоював серця місцевих жителів, а незабаром його стали відвідувати та дізналися про нього туристи. Вони з'їжджаються з усіх куточків планети, щоб послухати гарну музику і насолодитися всілякими стравами з часнику, часом вишуканими і оригінальними. Адже крім

традиційних страв - супів, соусів, солінь і пирогів, на фестивалі можна спробувати часникове пиво і навіть морозиво зі смаком часнику. Так що навіть ті, хто в повсякденному житті не їсть багато часнику через його запах, на фестивалі забувають про свої упередження і їдять його, скільки влізе. Шоу харчування і розваги в кращому вигляді. Величезний масив їди, щоб задовольнити будь-який смак і вік. Кулінарні демонстрації від кращих шеф-кухарів острова, дитячі конференсьє, стрільба з лука і гігантський розважальний захід. Крім того, жива музика на великій сцені, у великому наметі пиво і тюки соломи, так що ви можете розслабитися і насолодитися атмосферою.

В Іспанії відзначають одне з найвеселіших і незвичайних свят в світі. Екстремальний гастрономічний фестиваль «La Tomatina», який проводиться уже багато років в місті Буньйоль. Щорічно в останній тиждень серпня в іспанському містечку починається грандіозна битва помідорами, яка триває тиждень. Початок традиції кидання помідорами був покладений в 1945 році. Вважається, що перша битва помідорами сталася між друзями, в процесі бійки на фестивалі. У період правління Франко свято було заборонено, як таке, що не має релігійної значущості, але фестиваль було відроджено в 1970-х роках. На це побоїсько, що відбувається щороку в Буньйолі, нині з'їжджається близько 30 тисяч люду. Щоправда, навряд чи учасники встигають поласувати своєю соковитою зброєю.

У ніч перед томатним боєм проводиться конкурс з приготування паельї - національної страви, схожої на плов. Кульмінація заходу - масова перестрілка помідорами. Сотні тисяч снарядів, десятки тисяч бійців з числа відвідувачів - після битви вулиці міста покриваються густим шаром гаспачо. Крім нього, на La Tomatina представлена традиційна валенсійська кухня, хода з фесрверками та вуличні вечірки. Тим, хто зважився взяти участь у битві, організатори рекомендують прихопити із собою захисні спортивні окуляри та рукавички. При підготовці до фестивалю власники магазинів закривають великими пластиковими щитами вікна своїх закладів, щоб

захистити їх від майбутнього божевілля, в ході якого використовується більше 100 тон помідорів. Сигналом для початку помідорного побоїща служить спеціальна петарда, яка запускається о 10 годині з міської ратуші. На вулиці виїжджають вантажівки зі "снарядами" і починається довгоочікувана перестрілка. Правила вимагають, щоб перед кидком помідор був розчавлений, інакше це загрожує травмами. Також за правилами не можна приносити з собою на Ла Томатина інші предмети. Хаос триває рівно годину, після чого водомети роблять залп, подаючи сигнал до завершення битви, а потім змивають рідину з вулиць. За лічені хвилини вулиці Буньйоля перетворюються в томатні ріки. Вважається, що це свято проводиться на честь покровителя міста Святого Луї Бертрана і Богоматері-захисниці. Більшість молодих відвідувачів бронюють дешеве житло в Валенсії і потім відправляються на поїзді в Буньйоль на весь день.

Ідея проведення цього фестивалю дуже цікава і актуальна для нашого південного регіону, особливо Херсонщини. Адже, кожного року наш край вирощує масу томатної продукції, яку не завжди вдається вчасно реалізувати. Тож, такий фестиваль дав би змогу знайти застосування цьому овочу.

Враховуючи зарубіжний досвід останні роки в Україні проводиться все більше різноманітних кулінарних заходів і гастрономічних свят. У селі Костилівка Рахівського району Закарпаття святкують фестиваль «Берлибашський банош». Мешканці села одягаються посвятковому і готують різні гуцульські страви. Серед них головною гастрономічною принадою для гостей із Закарпаття, інших областей України, сусідньої Румунії є смачний та поживний банош. Це страва із сметани та кукурудзяного борошна. На святі її можна куштувати безкоштовно, як і інші численні страви, що їх готують господині та господарі із п'ятнадцяти вулиць села. Крім бринзи, вурди (овечого сиру), тут пропонують ріпу із шкварками, мелайний пиріг, гурку, домашню ковбаску, кремзлики, вареники по-костилівськи, голубці, а також власноруч приготівлені яфінівку, горіхівку, грушівку, навіть «берлибашський коньяк» – міцний напій, настояний на різних гірських

травах. Дегустація супроводжується святковою програмою з виступами народних колективів із Закарпаття та Румунії. Співають місцеві молодіці, головною вулицею села йде імпровізоване весілля з молодятами на конях, гості можуть оглянути виставки пасок та вишиванок.

Подібні карпатські села, де роботи практично немає, а туризм тільки починає розвиватися, виживають за допомогою таких фестивалів. І кожне з них намагається представити свою «родзинку» туристам. Осіння пора традиційно вважається в Карпатах часом свят. Насамперед тому, що з верхів повертаються з отарами чоловіки – батьки, сини. Радість зустрічі виливається в гучні святкування. Господарі демонструють свої набутки і майстерність. Уміння якнайшвидше постригти вівцю, здоїти її та зробити добру бринзу прирівнюється до володіння найбільшими статками, найбагатшими маєтками. Закарпатський Рахів і сьогодні живе вівчарством, бринзою, залежними від них порами року.

Однією з тутешніх ознак осені є фестиваль «Гуцульська бриндзя». Щорічне дводенне дійство гуцули влаштовують ось уже впродовж кількох сторіч. Бриндзя — так ласкаво й ніжно називають бринзу гуцули. Для них це не тільки продукт, страва, гастрономічний додаток (це лише одне із багатьох її втілень). Існуючи споконвіку, відколи вівці пасуться в Карпатських горах, а вівчарі йдуть на полонини, бринза визначає побут і спосіб життя горян. Фестиваль-ярмарок співпадає по часу із відзначенням річниці заснування Рахова. Основною темою фестивалю «Гуцульська бринза» в Рахові є дегустація сиру, який привозять представники різних громад Рахівського району. Метою проведення фестивалю є відродження давніх традицій проведення осінніх ярмарків, коли на продаж і на показ виставляли не тільки продукти, а й вироби з овечої шерсті. Жінки і чоловіки, одягнені у яскравий національний одяг (у кожного села – власний крій костюмів), виходять на головну вулицю. Такий парад відбувається під звуки цимбал. Колона прямує до місця, де власне і відбувається фестиваль-ярмарок – урочище «Буркут». Ця величезна виставка-продаж, виставка-дегустація розташовується на схилі

гори. Гості кушують млинці, вареники, ковбаси, бограч і овечий сир – бринзу, будз, вурду, мачанку (топлена бринза, в яку мокають хліб) – з медом, кмином, васильком. Власне, сир з овечого молока і є головним героєм фестивалю. Рядами стоять завітчані столи з безліччю та розмаїттям сирів, залежно від кухні та традицій села.

На фестивалі можна побачити безпосередній процес приготування бринзи, змагання на кращого полонинського кухаря та спробувати його страви. Виготовлення сиру – це виключно чоловіча робота. Попри етнографічний антураж, фестиваль, розрахований передусім на туристів, має неабияке практичне значення: він сприяє відродженню вівчарства, приваблює в регіон інвесторів та сприяє розвитку туризму.

Аналіз навіть невеликого переліку гастрономічних свят і фестивалів країн світу дозволяє зробити висновок, що цей вид туризму має великі перспективи. Розробка і впровадження гастрономічних фестивальних програм органами влади різних рівнів, туристичними агенціями та всіма зацікавленими особами сприятиме активізації потоків іноземних туристів в Україну.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ГАСТРОНОМІЧНИХ ФЕСТИВАЛІВ

2.1. Ресурсний потенціал та можливості організації гастрономічних фестивалів регіону

Передумовами розвитку гастрономічних фестивалів в Україні є як зовнішні, так і внутрішні чинники. До основних внутрішніх чинників належать інфраструктурне і технічне забезпечення, сезонність, сприяння розвитку місцевим ремеслам і творчим етноколективам, активність суб'єктів туристичного бізнесу, зростання інформованості споживачів і зміна їх уподобань, підвищення значущості засобів масової інформації в рекламі і просуванні культурномасових заходів та цільових етнофестивальних турів, забезпеченість кваліфікованими кадрами, зростання ролі координації діяльності в сфері туризму і культури.

Розглянемо докладніше ресурсний потенціал та можливість організації саме гастрономічних фестивалів у Південному регіоні України, зокрема на Херсонщині. Миколаївська, Одеська та Херсонська області мають схожі географічні, природно-кліматичні, історичні та соціокультурні умови розвитку та специфічні особливості, за якими вони відрізняються від інших регіонів України.

Сільські території Південного регіону у порівнянні з іншими регіонами, мають більшу частку сільського населення, ніж у середньому по Україні, та меншою його щільністю і середньою кількістю населення адміністративних районів. Кількість міст у складі адміністративно-територіальних одиниць Південного регіону, у тому числі міст обласного значення, свідчать про середній рівень урбанізованості регіону.

У жодній із трьох областей розвиток сільських територій, аграрного сектору економіки не віднесено до першочергових пріоритетів. Якщо в Миколаївській та Херсонській областях перевагу надано сільському розвитку порівняно, наприклад, із розвитком туристичної галузі, то в стратегії Одеської області розвиток високопродуктивного аграрного виробництва поступається за своїм місцем якісному розвитку туристично-рекреаційної інфраструктури [28; 29; 30].

Загалом сільські території Південного регіону активно позиціонуються за туристичним брендом у його оздоровчо-рекреаційному та туристичному вимірах, що пояснюється належністю певної частки цих територій до приморської прибережної смуги. Але в межах 50 км доступності цієї смуги перебуває незначна частка сільських територій, тому більшість цих територій, що входять до адміністративних районів, які мають вихід до морського узбережжя, не є привабливими в оздоровчо-рекреаційному аспекті.

Далеко не універсальним та успішним у ціннісному вимірі, як це рекламується, є бренд сільських територій Південного району, як територій гастрономічного туризму та його різновиду – винного туризму. Дійсно, виноградні насадження культивуються в 13 адміністративних районах Херсонської, 12 районах Одеської та 7 районах Миколаївської областей [31, с. 227–246]. Проте винний туризм активно розвинуто в їх окремих місцях, таких як село Шабо з його Центром культури вина (Одеської області); село Коблеве, яке крім цього відоме, як курорт (Миколаївської області); село Веселе, де функціонує «Виноробне господарство князя П.М. Трубецького» (Херсонської області). Що стосується гастрономічного туризму, який пов'язаний з подорожжю країнами з метою ознайомлення з національними стравами, екзотичними продуктами та ексклюзивними напоями, то місцями його дислокації є Франція, Італія, Іспанія, Австрія, Японія, Китай, Індія, країни арабського світу. Трішки краща ситуація з організацією гастрономічних фестивалів та турів в Західному регіоні України. Тому

привабливість туристичного бренду за його винно-гастрономічним напрямом щодо сільських територій Південного регіону є відносною. Проте поширення гастрономічного туризму у сільському просторі має під собою певне підґрунтя, а його розвиток сприяв би наповненню бюджетів сільських громад.

За моїм переконанням, базовим брендом сільських територій має бути агропродовольчий бренд, пов'язаний із продукцією, що вирощується на даних територіях, та стравами, що готуються з місцевих продуктів. Це підвищить рівень та якість життя населення та сприятиме сталому розвитку регіону. Херсонщина завжди славилася своєю сільськогосподарською продукцією. А наші кавуни та томати споживали по всій країні, а за радянських часів в усіх куточках бувших республік.

В місті Гола Пристань уміло використали місцевий продукт, започаткувавши щорічний гастрономічний фестиваль «Український кавун – солодке диво». На фестивалі обирають найбільший кавун, а за останні роки ще й додали конкурс на найбільшу диню та гарбуз. Доповнюють програму свята виступи творчих колективів, ярмарок-продаж сільськогосподарської та сувенірної продукції. Тож, кавун вже став брендом Голої Пристані і Херсонщини.

У 2018 році на фестивалі кавуна «Солодке диво» гостювали представники історично-розважального комплексу «Зелені хутори Таврії». Усім бажаючим вони пропонували прийняти участь в майстер-класі з гончарства, своїми руками виготовити монету, дегустувати кавуновий мед - бекмес, придбати натуральне запашне мило, національний посуд та інші керамічні вироби, обереги, ляльки-мотанки, вироби з дерева та скла, українські віночки. Але родзинкою свята стала дегустація кавунового меду – бекмесу.

Уперше бекмес презентували гостям Всеукраїнського свята «Український кавун — солодке диво» в місті Гола Пристань у далекому 2005 році. Тоді мед із кавунів представники «Зелених хуторів Таврії» варили на

вогнищі у величезному казані та пропонували скуштувати учасникам фестивалю. Щоб приготувати літр бекмесу, потрібно 12 кавунів середнього розміру. Кавуновий мед на Херсонщині роблять за старовинним рецептом, адже для наших предків бекмес був заміником сучасних цукерок. Зазвичай, бекмес – східний десерт, готують шляхом випарювання фруктового або ягідного соку до отримання густої маси. Для створення солодоців використовуються найрізноманітніші види фруктів, ягід і навіть овочів, а от на Херсонщині бекмес готують з кавуна.

Директор бази «Зелені хутори Таврії» Олександр Долинко вирішив старовиний рецепт використати для створення міні-заводу по виготовленню кавунового бекмесу. Для цього він взяв із сином-фермером пільговий кредит за обласною програмою розвитку харчової та переробної галузі. І, на даний час, міні-підприємство вже випускає тону солодкого продукту, з реалізацією якої проблем немає. Адже, майже кожен, хто приїжджає на «Зелені хутори» у таврійському степу, бажає прихопити з собою баночку запашного кавунового меду. Окрім того, ведуться перемовини із серйозним замовником - одна з київських фірм планує купувати та реалізовувати через свою мережу в столиці не менше центнера бекмесу. Питання тільки в сертифікації цього смачнющого та корисного продукту, якою Олександр Долинко зараз і займається.

Головне, що для виготовлення бекмесу згодяться будь-які кавуни: і деформовані, і занадто маленькі, які зазвичай залишають на баштані перегнивати після збирання кондиційної ягоди. Тож для фермерів це можливість перетворити відходи на якісний товар, що дасть додатковий прибуток.

Цього року у турецькому Стамбулі пройшла середземноморська виставка туризму та курортів “Emitt” 2020. У виставці взяли участь і представники Херсонської області, які пригощали охочих унікальним херсонським смаколиком – кавуновим бекмесом. І херсонський бекмес прийшовся до смаку іноземним дегустаторам. Тож реклама херсонського

продукту, а разом з ним і громади, де цей продукт вирощують та переробляють, відбулася.

Однією із основних страв українців є український борщ. У кожній місцевості він готується по різному і має різний смак. Для збереження народних традицій приготування цієї страви та для популяризації нашої нематеріальної культурної спадщини Херсонський обласний Центр народної творчості організував проведення щорічного кулінарного фестивалю «Таврія Борщ». В цьому році він проводився в третє і всіх учасників гостинно приймала "Чумацька криниця". У конкурсі взяли участь 26 різнорідних борщів, зварених учасниками майже зі всієї Херсонщини. Крім того, організатори зварили два борщі для гостей. Це – класичний український та вегетаріанський.

Дислокація проведення цього заходу часто змінюється та незмінним залишається умова приготування борщу на відкритому вогні у великому казані. Кожна громада, яка приймає участь у конкурсі борщу, повинна яскраво презентувати свою страву. Оцінюється борщ компетентним журі за різними номінаціями: старовинний рецепт, оригінальний рецепт тощо.

Під час проведення фестивалю на протязі дня працюють виставки виробів декоративно-ужиткового мистецтва, виставка-продаж сувенірної продукції та на подіумі свої виступи пропонують творчі колективи області. Після проведення гастрономічного фестивалю «Таврія Борщ» Херсонський обласний Центр народної творчості опубліковує збірку рецептів борщів, які були представлені громадами.

Фестиваль дуже цікавий та яскравий, все за українськими традиціями. Нажаль, ним, в основному, опікується культурна сфера області. Кожну громаду представляють працівники культури та аматори. Вони і борщ готують, і презентують, і виставляють творчі колективи та народних майстринь. Знаю це з особистого досвіду, оскільки працюю в цій сфері і постійно наша Станіславська об'єднана територіальна громада приймає активну участь в даному фестивалі. «Таврія Борщ» має сенс на життя і в

більшому форматі ніж зараз, але для цього потрібна зацікавленість органів місцевої влади та представників бізнесу.

Цікавий приклад організації кулінарного фестивалю в сільській місцевості фестиваль «Kizim Юшка Fest». Організатором заходу є громадська організація «Трансформація». Перший рік кизимчани провели «Свято юшки» для жителів свого села. На наступний рік організатори вирішили запросити громади району. В цьому році вже третій фестиваль проводився на обласному рівні, тобто було запрошено громади з усієї Херсонщини і співорганізатором став Херсонський обласний Центр народної творчості. Нажаль, запрошення прийняти участь у заході підтримало не так вже й багато громад. А ризикнути готувати юшку, дотримуючись усіх карантинних вимог, взагалі наважились лише сім громад.

Переможцем кулінарного фестивалю «Kizim Юшка Fest - 2020» стала команда Станіславської об'єднаної територіальної громади. І конкурсна комісія, і всі учасники свята одноголосно визнали «Станіславську багату юшку» найсмачнішою!

Голова правління громадської організації «Трансформація» Альона Зелінська розповіла, що метою проведення даного фестивалю є популяризація нематеріальної культурної спадщини, збереження місцевих традицій, всебічний розвиток громади в економічному та туристичному напрямку.

2.2. Розробка проекту організації гастрономічного фестивалю

Станіславська сільська об'єднана територіальна громада включає в себе три населенні пункти: с. Софіївка, с. Широка Балка, с. Станіслав. Цієї осені до нашої громади приєднано с. Олександрівку. Всі вищевказані села розташовані на березі Дніпровського лиману. Упродовж століть свого існування наша місцевість славилася рибалками. Ще за радянських часів у

Станіслав існував рибколгосп, а його риболовецькі артільні знаходилися в Широкій Балці та Олександрівці. В село Станіслав на вихідні дні, коли працював місцевий базар, приїздили люди з навколишніх сіл, з районного центру та з міста за свіжою рибою. А торгівельні прилавки ломилися від різноманіття сушеної, в'яленої та копченої риби! І, звісно, такої юшки, яку варять станіславці, більше ніде не можливо було скуштувати!

В даний час рибним промислом займаються поодинокі рибалки, та й риби вже не так багато в лимані, як раніше. Та, натомість, рибу почали розводити в ставках приватні підприємці. Такий ставок з елітними видами риби знаходиться в Олександрівці. Зараз ведуться роботи по підготовці ставків в Софіївці для розведення малька, який в подальшому буде використовуватися для зариблення лиману.

Тож, враховуючи історію нашого рибного лиманського краю та місцеві звичаї і традиції, наша громада могла б започаткувати та в майбутньому розвивати гастрономічний фестиваль, пов'язаний з рибним промислом та з рибними стравами.

Але, для того, щоб фестиваль в подальшому набув більших масштабів, треба знаходити додаткові методи зацікавлення відвідувачів фестивалю. Для цього в нашій громаді існує великий потенціал. Розглянемо його докладніше.

В першу чергу це наші краєвиди та цікаві місця, які останнім часом привертають увагу туристів: станіславські скелі, станіславський Гранд-Каньйон, Бойдиха, урочище Золотий Мис, урочище Скелька, «місця щасливих людей» (місце, на якому проходили зйомки відомого кліпу Кузьми Скрябіна), Хабловський маяк, тощо.

На території с. Станіслав працюють приватні підприємства: швейна фабрика, консервний завод, екоферма «Лиманська коза». У туристичній сфері роблять перші кроки Олег Марчук («Скелька Тур») та Ілона Голінько (екстрем-тур «Станіславські скелі»).

Якщо у вас з'явилося бажання з вітерком проїхатися над лиманом, вас покатає на своєму позашляховику Ілона Голінько. Зупинитися в

кемпінговому містечку, спробувати станіславську юшку, пропливти під лиманськими скелями на байдарці – ці послуги вам залюбки надасть Олег Марчук. А які смачні сири, бринзу, згущене молоко та йогурт з козиного молока виготовляють на своїй еко-фермі «Лиманська коза» Олена та Валентин Білоторенки! Їх продукція за замовленнями подорожує всією Україною.

На арендованих землях Станіславської ОТГ вирощують виноград, яблука, персики агрофірма радгосп «Білозерський» та СТОВ «Енограй». Радгосп «Білозерський» має винний завод у с.Дніпровське. Неодноразово на масових святах дане підприємство влаштовувало дегустацію та продаж своєї продукції. В даний час розглядається питання надання в оренду земельної ділянки в с. Софіївка СТОВ «Енограй» для будівництва заводу по переробці фруктів і овочів та виготовлення соків, пюре, тощо.

Зазвичай не один фестиваль не проходить без виставки-продажу сувенірної продукції та виробів декоративно-ужиткового мистецтва. В цьому напрямку нам теж є що запропонувати відвідувачам. Адже в нашій громаді багато майстринь, які працюють в техніці: вишивання нитками та бісером, бісероплетіння, в'язання, декупаж, сіткоплетіння, виготовлення сувенірів та інше.

Любителів солодкого потішать вишукані торти, пиріжки, печиво від місцевих кондитерів, які працюють вдома і виготовляють на замовлення солодкі шедеври.

Хто подорожував нашим краєм, мав змогу бачити гарні малюнки (мурали) на бетонних плитах, з яких часто роблять паркан. Це попрацювали місцеві художники, яких у нас також багато. Дякуючи Станіславській школі мистецтв, яка дає початкову освіту всім дітям та молоді, деякі талановиті учні продовжують своє навчання у Херсонському Державному університеті на кафедрі образотворчого мистецтва. Тож наш край постійно поповнюється митцями. Деякі молоді художники роблять спроби писати портрети з натури.

Це йще одна додаткова послуга, яку можна надавати туристам під час проведення фестивалю і в звичайні дні.

І, звісно, яке ж свято без творчих колективів! А їх у нас достатньо, бо у сфері культури працюють чотири клубні установи (в кожному населеному пункті) та Станіславська школа мистецтв. Не кожна об'єднана територіальна громада може похизуватися колективами зі званням «народний» або «зразковий». В нашій порівняно невеликій громаді (кількість населення 9 320 чол.) працює шість колективів зі званням, а саме: Станіславський самодіяльний народний хор, вокальний народний ансамбль «Ольвія», зразковий хореографічний колектив «Міриданс», народний ансамбль народних інструментів «Колорит Стиль», зразковий оркестр духових інструментів Станіславської школи мистецтв та Олександрівський народний хор. Окрім вищеназваних колективів ще безліч аматорських, які працюють у вокальному, театральному та хореографічному жанрах. Тож ми можемо створити святкову атмосферу фестивалю навіть власними силами!

Враховуючи весь ресурсний потенціал Станіславської ОТГ, і економічний, і соціальний, і природний, і культурний, можна зробити висновок, що наша громада має змогу організації та проведення фестивалів, які допомогли б у просуванні території, створенні привабливого іміджу та бренду громади.

ПРОЕКТ ГАСТРОНОМІЧНОГО ФЕСТИВАЛЮ СТАНІСЛАВСЬКОЇ ОТГ

Назва: «Рибний день в Станіславі».

Місце локації: станіславські скелі.

Час проведення: середина вересня, щорічно.

Мета проекту: активізація і залучення місцевого населення та приватних підприємців до співпраці у створенні позитивного іміджу громади для туристів та інвесторів; збереження місцевих кулінарних традицій; розробка якісного турпродукту та бренду території.

Завдання проекту:

1. Сприяння зацікавленості населення та підприємців у наданні послуг обслуговування туристів.
2. Рекламування та просування території.
3. Створення якісно нового рівня дозвілля в громаді.
4. Відродження, збереження та популяризація приготування рибних страв.
5. Презентація робіт народних умільців та творчих колективів для широкого загалу.
6. Залучення туристів з допомогою анонсів фестивалю у ЗМІ та у соціальних мережах.

Основні етапи реалізації проекту:

1. Домовленність з органами місцевої влади про надання території для проведення фестивалю, узгодження дати.
2. Розробка логотипу та програми фестивалю, рекламного відеоролика.
3. Пошук і залучення спонсорів.

4. Розсилка листів із запрошенням іншим громадам та громадським організаціям.
5. Оформлення дозвільних документів в усіх інстанціях (держспоживслужба, поліція, і т.д.).
6. Запрошення представників ЗМІ.
7. Домовленість із підприємцями про участь у фестивалі («Лиманська коза», «Скелька Тур», екстрим-тур «Станіславські скелі», продуктові магазини, кафе).
8. Замовлення на місцевій швейній фабриці фестивальної продукції (екосумки, кепки, футболки з логотипом фестивалю).
9. Закупка необхідного інвентарю (бейджики, подарунки, грамоти і т.д.).
10. Залучення місцевих рибалак, керівників рибних господарств, місцевих шеф-кухарів для організації роботи «Кулінарного ряду».
11. Запрошення майстринь декоративно-ужиткового мистецтва, майстрів плетіння рибацьких сіток та установ культури до участі у виставці-продажу, майстер-класу по сіткоплетінню та концертній програмі.
12. Домовленість із власниками плавучих засобів для костюмованого параду на воді.
12. Підготовка урочистого відкриття фестивалю та театралізованої програми (написання сценарію, репетиції).
13. Домовленість з комунальним підприємством «Надія» про підготовку території, встановлення біо-туалетів, кулерів з водою.
14. Запрошення, зустріч і розміщення гостей.
15. Підготовка і обладнання майданчиків, необхідного обладнання для концертної програми (подіум, акустичне та світлове обладнання).
16. Організація відео-зйомки, фото-звіту, створення і розміщення відеоролика про захід.
17. Робота фестивалю, подальше прибирання території.
18. Проведення наступних фестивалів за відпрацьованою схемою, мультимедійність проекту.

Партнери фестивалю:

1. Органи управління районної, обласної ради та місцевого самоврядування.
2. Комунальні установи та контролюючі служби.
3. Рекламно-інформаційні служби, мас-медіа.
4. Туристичні фірми (турагенства, приватні екскурсоводи).
5. Транспортні підприємства («Іксора»).
6. Підприємства харчування і торгівлі.
7. Громадські організації, спонсори.
8. Підприємства організації дозвілля.

Програма фестивалю:

- 8.00 – Робота охоронних, медичних служб та організаторів фестивалю.
- 9.00 – Заїзд та реєстрація учасників, розміщення на території.
- 10.00 – Початок роботи атракцій:
- «Живопис на пленері»;
 - виставка-продаж сувенірної продукції;
 - «Кулінарний ряд» (приготування рибних страв на відкритому повітрі від місцевих шеф-кухарів та з інших громад);
 - «Багата станіславська юшка» - приготування юшки в казані не менше 200 л для всіх відвідувачів фестивалю.
- 11.00 - Урочисте відкриття фестивалю з елементами театралізації.
- 11.30 – Концертна програма (виступи місцевих творчих колективів та запрошених колективів).
- 12.00 – Робота атракцій:
- майстер-клас із плетіння рибацьких сіток;
 - прокат байдарок;
 - екстрим-тур «Станіславські скелі»;

- дегустація вина від виноробного заводу «Дніпровський», сирів від екоферми «Лиманська коза»;
- частування рибними стравами в «Кулінарному ряду»;
- 14.00 - Театралізована презентація юшки, пригощання відвідувачів фестивалю «Багатою станіславською юшкою».
- 15.00 – Костюмований парад на плавучих засобах по лиману.
- 17.00 – Закриття фестивалю, нагородження учасників та спонсорів.
- 18.00 – Святковий фейєрверк.
- 18.30 – Від'їзд гостей свята.
- 19.00 – Прибирання території.

Даний проект можна реалізувати на базі Станіславської ОТГ, а також він може бути легко тиражований в інших громадах, де є доступ до водних ресурсів. Завдяки тому, що фестиваль організовано у форматі тематичних атракцій, його легко компілювати і пристосовувати під різні атракції і наявні туристські ресурси. Унікальність проведення фестивалю і його багатоплановість дозволить легко проводити його в інших регіонах, залучаючи місцеві підприємства, туристські агенства та творчі об'єднання. Створений в Інтернеті сайт та програми реалізації проекту дозволять зручно здійснювати процес інформування та просування даного гастрономічного фестивалю та території, на якій він проходить.

2.3. Перспективи розвитку гастрономічно-фестивального туризму

Україна з кожним роком все більше переймає зарубіжний досвід започаткування та проведення різноманітних гастрономічних свят. Але не можна говорити, що гастрономічний туризм в нашій країні добре розвинений. В цьому напрямку ще довго треба працювати, щоб зацікавити населення, представників бізнесу, місцевих та зарубіжних туристів.

Фестивалі – це стратегічна інвестиція у комунікації та просування міст, громад або територій, як брендів. Започаткування та проведення фестивалів не тільки позитивно впливає на імідж території, а й відкриває можливості отримання додаткового поштовху до розвитку територій громад.

Стратегічна мета розвитку фестивально-гастрономічного туризму в Україні є створення конкурентоспроможного на світовому ринку продукту, який би максимально задовольнив туристські потреби населення країни, забезпечив комплексний розвиток територій та збереження економічної рівноваги і історико-культурної спадщини. Гастрономічний туризм має значні перспективи розвитку, а організація та проведення гастрономічних фестивалів сприяє відродженню національних кулінарних традицій.

В Україні заснована невелика кількість унікальних автентичних гастрономічних турів та фестивалів, які створюють передумови для формування конкурентоспроможного туристичного продукту гастрономічного туризму на міжнародному та внутрішньому ринках. Аналізуючи місцезнаходження фестивалів, можна зробити висновок, що найбільші туристичні ресурси для проведення подієвого туризму має Західна та Центральна частина України, а саме: Закарпатська та Львівська, Полтавська області та міста Київ, Львів і Луцьк. Саме в цих областях та містах збереглася значна кількість національних свят та автентичних традицій їх святкування, тому вони є найбільш привабливими для відвідування, як іноземних, так і внутрішніх туристів в Україні.

Зважаючи на представлені дані, всі регіони України за кількістю гастрономічних фестивалів та регіонального зосередження гастрономічних турів можна умовно поділити на три групи:

- такі, де відсутні гастрономічні фестивалі та тури (Луганська, Донецька, Рівненська, Чернівецька, Сумська області);
- такі, де найбільша кількість фестивалів, а також зосереджені всі існуючі гастрономічні тури, а саме: Львівська, Одеська, Київська, Івано-Франківська, Закарпатська, Полтавська;

– такі, де присутні в незначній кількості гастрономічні фестивалі та є потенціал до створення гастрономічних турів, а саме: Волинська, Хмельницька, Вінницька, Дніпропетровська, Запорізька, Миколаївська, Херсонська, Чернігівська, Черкаська, Харківська, Тернопільська, Кропивницька, Житомирська області.

З огляду на дану ситуацію щодо розвитку гастрономічно-фестивального туризму у Південному регіоні України, зокрема на Херсонщині, нагальною потребою є започаткування та проведення різних гастрономічних фестивалів. Адже наш регіон багатий ресурсами і природними, і історичними, і культурними. Аналізуючи зарубіжний досвід проведення фестивалів, у нас з'явилася цікава думка: а чому б на Херсонщині не започаткувати фестиваль «Сеньйор Помідор» (щось подібне до іспанського екстремального гастрономічного фестивалю «La Tomatina»). Мабуть, в нашій області вирощують найбільше цієї сільськогосподарської культури, ніж по всій Україні. І наші херсонські помідори завжди були в пошані у всіх регіонах країни, та й в ближньому зарубіжжі.

Також варта уваги тема рибних фестивалів. Ми живемо біля річки Дніпро та Дніпровського лиману. Окрім того в нашому краю багато малих річок, ставків і інших водоймів в яких водиться риба. А це дуже корисний продукт харчування і улюблена страва багатьох людей. Тож фестиваль «Kizim Юшка Fest», який проводять в с.Кізомис треба удосконалювати і розвивати. Проект фестивалю «Рибний день в Станіславі», який був мною розроблений, має право на життя! І йще багато різних ідей виникає, дивлячись в якому мальовничому краю ми живемо і наше багатство у нас «під ногами», а ми його іноді не помічаємо! Тож, потрібно вивчати та аналізувати наш потенціал та наші можливості і рухатись вперед для розвитку своїх громад, свого регіону та своєї країни.

ВИСНОВКИ

Нині світ стає все більш відкритим, однак, туристи шукають того досвіду, що базується на місцевій культурі та ідентичності. Спостерігається підвищення зацікавленості людей кулінарією. Можливо цьому сприяють численні телевізійні шоу-програми та майстер-класи на гастрономічну тему. Тож, гастрономія по праву посідає головне місце при вивченні туристами відвідуваної території та її культурних традицій.

Гастрономічний туризм, як важлива складова і напрям розвитку туристичної сфери бізнесу, потребує більш тісного зв'язку з ресторанним господарством і домогосподарствами, які мають великий потенціал кулінарних традицій. Тож, існує необхідність знаходити найбільш зручні методи управління кулінарним туризмом, створювати правову та нормативну базу та ефективно використовувати освітньо- науковий потенціал галузі.

Отже, гастрономічний туризм у сучасних умовах стає вагомим фактором соціально-економічного розвитку місцевих громад в умовах децентралізації. Світова практика демонструє, що гастротуризм може стати тією рушійною силою, котра пожвавить туристичну діяльність та підвищить якість життя населення у регіонах з різним потенціалом як у популярних DESTINATIONAХ, так і в депресивних периферійних районах. Головними перевагами гастрономічного туризму є його сутнісний зв'язок із задоволенням базових потреб людини, можливість розвитку незалежно від наявності на певній території атрактивних природних чи історико-культурних об'єктів.

За останні роки спостерігається збільшення кількості гастрономічних фестивалів та регіональне розширення їх проведення. Згідно з доступними пропозиціями щодо проведення гастрономічних турів, слід зазначити, що: по-перше, гастрономічний туризм в Україні не набув масового характеру, а тури мають повторюваність за місцями маршруту; по-друге, існує диспропорція щодо місця проведення гастрономічних турів по Україні –

більшість подорожей організуються на Львівщині та Закарпатті, що пояснюється автентичною культурою та специфічними кулінарними традиціями цих регіонів.

Нажаль, не всі громади йще розуміють, що гастрономічно-фестивальний напрям в туризмі дозволяє вирішувати безліч соціально-економічних проблем, властивих не тільки туристській галузі. Фестивалі залучають додаткову кількість туристів до країни, що, в свою чергу сприяє збільшенню валютних надходжень.

Крім того, фестивальний туризм допомагає вирішити проблему сезонності, яка особливо виявляється в країнах з субтропічним кліматом, що розвивають пляжний відпочинок, а також для країн, що розвивають гірськолижний туризм. Крім того, він створює додаткові робочі місця і забезпечує зайнятість населення.

На даний момент гастрономічний туризм є найперспективнішим видом туризму на міжнародному рівні, який динамічно розвивається та сприяє залученню споживачів туристичних послуг незалежно від сезону. На жаль, фестивальному туризму в Україні не приділяється належна увага, і країна не використовує всі потенціальні ресурси для економічного розвитку пріоритетних районів. Усі заходи позиціонуються лише як культурна, спортивна чи розважальна подія та не асоціюються з підґрунтям для подієвого туризму.

Дослідження гастрономічно-фестивального туризму все ще знаходиться на ранній стадії розвитку та потребує більш детального вивчення проблем і сприяння підвищенню мотивації споживачів.

Органи місцевої влади в рамках розробки та реалізації регіональних програм сталого розвитку туризму повинні підтримувати організацію та проведення місцевих гастрономічних фестивалів, створення об'єктів гастрономічного туризму – етноресторанів, дегустаційних залів, етнічних селищ та містечок, спеціалізованих туристично-екскурсійних маршрутів, що

будуть підвищувати туристичну привабливість території та створення бренду.

Проведені дослідження свідчать, що саме територія Херсонщини має всі необхідні сприятливі умови для популяризації сільського гастрономічного туризму.

Тому, нами розроблено проект гастрономічного фестивалю для Станіславської об'єднаної територіальної громади під назвою «Рибний день в Станіславі».

Систематичне проведення цього фестивалю (а в подальшому і інших) матиме істотний вплив на економічний розвиток території громади, а саме:

- забезпечуватиме надходження прибутку до місцевого бюджету;
- допомагатиме у просуванні місцевого виробника;
- сприятиме збереженню старовинних кулінарних традицій та створенню продуктів, конкурентноспроможних на світовому ринку;
- забезпечуватиме зайнятість населення;
- слугуватиме ресурсом для створення бренду громади.

Отже, гастрономічний туризм може стати одним із головних факторів привабливості України з огляду на історично-культурні цінності та неповторний колорит нашого народу, а гурмани, які відвідують країну регулярно, зможуть знайти відповідь на питання, що спробувати в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бусигин А.П. Как организовать кулинарный туризм? / А.П. Бусигин // Гостиничный и ресторанный бизнес. - 2008. - №2. - С.74-76.
2. Федорченко В. Занимательное питание/ В. Федорченко // Гостиничный и ресторанный бизнес. - 2005. - №2. - С.86-89.
3. Кукліна Т.С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України/ Т.С. Кукліна. - URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kuklina.htm.
4. Офіційний сайт Міжнародної асоціації гастрономічного туризму. - URL: <https://worldfoodtravel.org/>.
5. Вульф Э. Что такое гастрономический туризм / Э. Вульф. - URL: <https://worldfoodtravel.org/ru/what-is-food-tourism-definition-food-tourism/>.
6. Yurtseven H.R. Sustainable Gastronomic Tourism in Gokceada (Imbros): Local and Authentic Perspectives / H.R. Yurtseven // International Journal of Humanities and Social Science. - 2011. - Vol.1. - No.18. - P.17-26.
7. Hall C.M. Tourism Business Frontiers: Consumers, Products and Industry / C.M. Hall, R. Mitchell. - URL: <https://www.globalspec.com/reference/47077/203279/chapter-16-gastronomy-food-and-wine-tourism>.
8. Brokaj M. The Impact of the Gastronomic Offer in Choosing Tourism Destination: The Case of Albania / M. Brokaj // Academic Journal of Interdisciplinary Studies MCSER Publishing. - 2014. Vol.3. - No.2. - P.249-258.
9. Dasilva D. Assessing The Economic Potential For Culinary Tourism In Suriname: A Value Chain Approach / D. Dasilva. - 2015. - URL: <http://www.surinamecompete.org/wp-content/uploads/2016/01/Assessing-The-Economic-Potential-Of-Culinary-Tourism-Revised.pdf>.

10. Саламатіна С.Є. Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму на півдні Одещини / С.Є. Саламатіна // Наукові праці ОНАХТ. - 2014. - №46. - С.325-329.
11. Гатауллина С.Ю. Анализ перспектив развития гастрономического туризма в Приморском крае / С.Ю. Гатауллина, М.Н. Томашек. - Владивосток: Издательский дом Дальневост. федерал. ун-та, 2013. - 141 с.
12. Драчева Е.Л. Гастрономический туризм: современные тенденции и перспективы / Е.Л. Драчева, Т.Т. Христов // Рос. регионы: взгляд в будущее. 2015. №3. - URL: https://tourlib.net/statti_tourism/dracheva.htm.
13. Ковешніков В.С. Винний та гастрономічний туризм: важливий потенціал розвитку економіки / В.С. Ковешніков, В.В. Гармаш // Інвестиції: практика та досвід. - 2017. - №4. - С.32-37.
14. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Д.І. Басюк // Наукові праці НУХТ. - 2012. - №45. - С.128-132.
15. Шикеринець В.В. Передумови розвитку етнотуризму в Карпатському регіоні / В.В.Шикеринець // Удосконалення механізмів державного управління соціально-економічним розвитком підприємств і галузей: 36. наук. пр. ДонДУУ. - Вип.221. - Донецьк: Технопарк, 2012. - С.250-261.
16. Макарчук С.А. Етнографія України: Навч. посіб. / С.А. Макарчук. - Львів: Світ, 2004. - 312 с.
17. Глушко В. Гастрономічний туризм як окремий вид у туризмі: поняття, сутність, класифікація. Торгівля і ринок України. 2016. Вип. 39–40. С. 166–175.
18. Расулова А. Потенціал ресторанного бізнесу у розвитку гастрономічного туризму України. Економіка і держава. 2015. Вип. 5. С. 78–83.

- 19.Басова В., Голод А. Проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму у Західному регіоні України. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туризму в регіонах України : матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції (19-20 жовтня 2018 р., м. Львів). Львів, 2018. С. 62–64.
- 20.Михальська Валерія. Локальні фестивалі їжі. Місцеве самоврядування. 2020. №2.
- 21.Українська кухня визнана однією з найкращих кухонь світу [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ridna.ua/2016/02/ukrajinskakuhnya-vyznana-odnijeyu-z-najkraschyh-kuhonsvitu/>
22. Матвеев В.В. Винний туризм як рекламний фактор й інструмент для стимулювання розвитку конкурентного потенціалу виноробних підприємств України / В.В. Матвеев // Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки. — Х., 2015. — № 10, Ч. 4. — С. 29—31.
23. Кращі гастротури по Україні в 2016 році [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://firtka.if.ua/blog/view/kراسi-gastrohuri-po-ukrainiv-2016-roci105768>
- 24.Архипов В.В. Гостинично-ресторанный сервис: Особенности культуры и традиций питания народов мира / В.В. Архипов, Е.И.Иванникова. – К.: Атика, 2005. – 216 с. .
25. Кулинарный туризм. Режим доступу: URL.: <http://www.arttrevel.ru>
26. Воробьева Э. Мировые фестивали / Э. Воробьева // Туризм и отдых. – 2007. - №37. С. 3-4.
27. Путешествие гурманов. Режим доступу: URL: <http://www.superman.ru>
28. Стратегія розвитку Миколаївської області на період до 2020 року. Миколаїв, 2015. 113 с.

29. Стратегія економічного та соціального розвитку Одеської області до 2020 року. Одеса, 2015. 66 с.
30. Стратегія розвитку Херсонської області на період до 2020 року. Херсон, 2015. 78 с.
31. Басюк Д.І. Теоретико-методологічні основи управління розвитком винного туризму в Україні: дис. д-ра екон. наук; спец.:08.00.03. Економіка та управління національним господарством / Д.І. Басюк. К.: Націон. ун-т харчових технологій, 2015. 507 с.
32. Календарний план гастрономічних фестивалів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agvt.nuft.edu.ua/kalendarnyj-plan-gastronomichnyh-festyvaliv-ukrayiny/>
33. Гастрономічні фестивалі українців [Електронний ресурс] // Виставковий центр ЛІЕТ «Тури та туристичні продукти для львів'ян та гостей міста», 2016 – Режим доступу: <http://.liet.lviv.ua/filemanager/files/file.php?file=2374>.