

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет бізнесу і права
Кафедра готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

ГАСТРОТУРИЗМ ЯК ФАКТОР СТАЛОГО РОЗВИТКУ
ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

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

Виконала: здобувачка IV курсу, 461 групи
Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)
Спеціальність: J3 Туризм та рекреація
Освітньо-професійна програма: Туризм
Лигун Софія Вячеславівна

Керівник: к. і. н., доцент Макієнко О. А.
Рецензент: Данів О. А., директор
ТОВ «Новелтревел»

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. Особливості гастрономічного туризму	6
1.1. Сутність гастрономічного туризму, його різновиди та значення в сфері туризму та рекреації	6
1.2. Ресурсна та матеріально-технічна база гастрономічного туризму	12
1.3. Специфіка організації гастрономічних турів	16
РОЗДІЛ 2. Роль гастрономічного туризму в сталому розвитку регіонів України	19
2.1. Концепція сталого розвитку та шляхи її впровадження в туристичних дестинаціях	19
2.2. Стан і проблеми регіонального розвитку гастрономічного туризму в Україні.....	27
2.3. Характеристика досвіду впровадження гастрономічного туризму на прикладі дестинації «Село Гукливий»	33
РОЗДІЛ 3. Проектування гастрономічного туру на засадах сталого розвитку туризму	37
3.1. Аналіз дестинації та цільової аудиторії туру.....	37
3.2. Розробка маршруту та програми обслуговування	43
3.3. Фінансово-економічне обґрунтування туру	47
ВИСНОВКИ.....	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	53
ДОДАТКИ	56
Додаток А	56
Додаток Б	57

ВСТУП

Актуальність теми. Туристична галузь – динамічна та високоприбуткова галузь сучасної світової економіки. Туризм виступає важливим чинником соціально-економічного розвитку дестинацій, суттєво впливає на зайнятість місцевого населення, сприяє формуванню середнього та малого бізнесу в регіонах, забезпечує зростаючі податкові надходження.

Наразі відбуваються активні процеси глобалізації туристичної діяльності, подорожі стають невід’ємною частиною життя кожного члена суспільства. Водночас спостерігаються динамічні зміни в структурі потреб туристів, що зумовлює актуалізацію нових видів та форм туристичної діяльності. Традиційні туристичні напрями та програми перебування поступаються місцем інноваційним, нестандартним, незвичним туристичним продуктам. Одним із таких продуктів можна вважати гастрономічні тури.

Сьогодні гастротури відносять до одних з найприбутковіших та найцікавіших продуктів пізнавального туризму, а сам гастротуризм виступає важливим фактором розвитку в економіці країн світу і зручним засобом поглиблення інтеграційних процесів у світі. Питаннями розвитку гастрономічного туризму займалися такі дослідники як: Д. Корж, Т. Кукліна, Г. Вишневська, І. Комарніцький, В. Корнілова та інші.

Зрештою, попри актуалізацію попиту на продукти гастротуризму рівень опрацювань його теоретичних засад все ще є досить низьким. До сьогоденішнього дня не існує єдиного визначення терміну «гастрономічний туризм», його властивостей та специфічних ознак. Необхідно докладно дослідити мотиваційне підґрунтя гастрономічних подорожей і також докладніше розібрати питання організаційних механізмів створення й реалізації гастрономічних турів.

Стратегія сталого розвитку є однією із основних та пріоритетних у будь-якій галузі промисловості, народного господарства і економіки. Її основні принципи та положення спрямовані на досягнення гармонії між ростом

економічних показників, охороною довкілля та стабільністю в соціальній сфері. Збереження навколишнього середовища, підтримка його сталості та перехід на ресурсозберігаючі технології є ключовим завданням на порядку денному. Гастротуризм відкриває нові можливості для розвитку дестинацій на засадах сталого розвитку.

Метою дипломної роботи є розкриття особливостей організації та проведення гастрономічних турів в контексті сталого розвитку туризму.

Завдання дипломної роботи:

- 1) розкрити сутність та ознаки гастрономічного туризму, його місце в системі сучасного туризму;
- 2) визначити видову структуру гастрономічного туризму;
- 3) з'ясувати особливості ресурсної та матеріально-технічної бази гастротуризму;
- 4) розкрити значення сталого розвитку в гастрономічному туризмі;
- 5) розробити проєкт гастрономічного туру на засадах сталого розвитку.

Об'єкт дослідження: гастрономічний туризм.

Предметом дослідження є організація та проведення гастрономічних турів як фактору сталого розвитку дестинацій.

Методи дослідження. У процесі написання дипломної роботи було використано такі методи дослідження: системно-структурний, картографічний, статистичний, оціночні методи, методи моделювання, економічного аналізу та ін.

Практичне значення отриманих результатів. Полягає у розробці пропозицій щодо популяризації гастрономічного туризму, економічного обґрунтування його перспектив для розвитку туристичної дестинації. Це дасть змогу розвивати занедбані (згасаючі) туристичні дестинації, використовуючи стратегії сталого розвитку, сприяючи економічному зростанню дестинацій, збереженню місцевої культурно-історичної та природної спадщини. Розроблений проєкт гастрономічного туру може зацікавити суб'єктів підприємницької діяльності.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів з дев'ятьма підрозділами, висновків, списку використаних джерел (30 найменувань), двох додатків. Загальний обсяг роботи – 57 сторінок.

РОЗДІЛ 1.

ОСОБЛИВОСТІ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність гастрономічного туризму, його різновиди та значення в сфері туризму.

Гастрономічний туризм є одним з найбільш перспективних типів туризму. За його допомогою будь-який подорожуючий має можливість без перешкод пізнати культуру будь-якої дестинації набагато глибше, ніж просто відвідавши популярні екскурсійні локації. Туристи можуть спробувати страви, якими відомі місцевості протягом великого проміжку часу. Знайшовши для себе нові смакові поєднання, люди мають змогу заглибитись в історію та культуру місцевості, проникнути в розвиток кулінарних традицій всіма своїми почуттями.

Попри те, що подорожі з гастрономічною метою як явище існують уже досить довгий час і мають значну популярність серед туристів, точного визначення терміну «гастрономічний туризм» немає й дотепер. Така унікальна риса пов'язана з тим, що гастрономічні тури зазвичай відносять до пізнавального туризму, тобто гастротуризм не виділяють як окремий вид туризму. Тож, говорячи про нього, достатньо важко сформулювати незмінну об'єктивну характеристику. У літературних напрацюваннях часто зустрічаються такі синонімічні поняття як: гурманський, харчовий, кулінарний. Серед цих понять найбільш поширеним є поняття «кулінарний туризм». Вперше його було введено у науковий обіг в 1998 р. американською дослідницею та професоркою Люсі Лонг. Перша стаття про кулінарний туризм була підготовлена у 2001 році Еріком Вольфом. У 2003 році була створена Міжнародна Асоціація з гастрономічного туризму (The International Culinary Tourism Association) [17], яку очолив Е. Вольф. Йому належить авторство «Білої книги кулінарного туризму». Отже, лише на початку ХХІ ст. почали говорити про кулінарний туризм як специфічний різновид туризму.

Всесвітня асоціація гастрономічного туризму (World Food Travel Association) пропонує визначення терміну «гастрономічний туризм» як «подорожі з метою отримання унікального досвіду, який заснований на культурі споживання їжі або напоїв; відкритті унікальних місць та їхньої культури через національну кухню» [17].

Вчені М. Холл та Р. Мітчелл дають наступне визначення: «гастрономічний туризм – це вид туризму, котрий включає відвідування виробників продуктів харчування, фестивалів їжі, ресторанів і спеціальних місць, пов'язаних з деякими продуктами харчування та дегустацією страв; спостереження за процесами виготовлення та приготування їжі» [25].

Щодо вітчизняних науковців, то Д. І. Басюк описала поняття гастрономічний туризм, як спеціалізований вид туризму, котрий пов'язаний із дегустацією та ознайомленням національними гастрономічними традиціями різних країн світу, що також є синтезом екології, виробництва та культури[1].

В. В. Корнілова визначала гастрономічний туризм як «вид туризму, який пов'язаний із ознайомленням з процесом виробництва, технологією приготування і дегустацією національних страв й напоїв, а також кулінарними традиціями народів світу» [12].

Т. С. Кукліна надає наступне визначення терміну «гастрономічний туризм»: «це різновид туризму, що взаємопов'язаний з пересуванням різними країнами з метою ознайомлення з національними стравами, продуктами, напоями» [13].

Узагальнення сучасних інтерпретацій поняття «гастрономічний туризм» представлено в таблиці 1.1

Таблиця 1.1.

Характеристика поняття «гастрономічний туризм»

Дослідник	Визначення
Всесвітня Асоціація	«Подорожі з метою отримання незамінного

гастрономічного туризму	досвіду, який заснований на культурі споживання їжі або напоїв; відкритті унікальних місць та їхньої культури через національну кухню».
Холл М. та Мітчелл Р.	«Вид туризму, який включає відвідування виробників продуктів харчування, фестивалів їжі, ресторанів та спеціальних місць, пов'язаних з деякими продуктами харчування та дегустацією страв; спостереження за процесами виготовлення та приготування їжі».
Басюк Д. І.	«Спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням і дегустацією національних кулінарних традицій країн світу, що є синтезом екології, культури і виробництва».
Кукліна Т.С	«Різновид туризму, який взаємопов'язаний з пересуванням різними країнами з метою ознайомлення з національними стравами, продуктами, напоями».
Корнілова В. В.	«Вид туризму, що пов'язаний із ознайомленням процесу виробництва, технологією приготування та дегустацією національних страв і напоїв, а також кулінарними традиціями народів світу».

Джерела інформації: [1-5].

Після логічного аналізу даних визначень маємо змогу зробити висновок про те, що гастрономічний туризм – це подорожі у певні місця чи країни, континенти, метою яких є знайомство з історією, культурою, кулінарними

традиціями за допомогою смакових вражень, споживання унікальних харчових продуктів, страв та напоїв.

Гастрономічні подорожі класифікуються за наступними критеріями:

1. Видом об'єкту інтересу;
2. За метою;
3. За регіоном;
4. За формою організації.

Класифікуючи гастрономічні тури за різновидами об'єктів інтересу, можемо виділити наступні популярні тури.

1. Винні тури. Це подорожі, які відбуваються заради того, щоб продегустувати винні напої. Деякі науковці виділили винний туризм, як різновид туризму та дали йому відповідне пояснення. Так, вказується, що «винний туризм – це спеціалізований вид туризму, який має на меті дегустацію, вживання, а також і покупку вина безпосередньо у виробника, включає в себе відвідування плантацій виноградників, дегустаційного залу чи підвалу; ресторанів, які пропонують дегустацію вина; відвідування винних фестивалів або інших спеціалізованих івентів» [10].

2. Етногастрономічні тури. Це гастрономічні подорожі, метою яких є знайомство зі специфічними стравами, якими відома певна місцевість, котрі виготовляють місцеві мешканці. Іншими словами – це національні й етнічні страви, напої. Етнічні подорожі користуються популярністю в тих країнах, де існує власна багатовікова історія і культурні традиції.

3. Кавові тури. Це подорожі з метою яких є відвідування кав'ярень, дегустація різних видів кавових напоїв, кавові майстер-класи, а також прийняття участі в процесах приготування кавових напоїв.

4. Сирні тури. Це подорожі, котрі включають у себе дегустації багатьох видів та сортів сиру. Це може відбуватися як в закладах ресторанного господарства, так і у виробничих підприємствах – сироварнях. Також сюди відносять відвідування сирних фестивалів й виставок.

5. Подорожі з метою споживання морепродуктів. У даних турах люди як правило подорожують до приморських населених пунктів аби спробувати свіжих морських продуктів. Такий вид гастрономічного туризму популярний у приморських країнах та на островах.

6. Фруктові тури. Це різновид гастротурів, який передбачає відвідування фруктових садів, плантацій, щоб дегустувати свіжі плоди.

7. Змішані або комбіновані тури. Вони передбачають поєднання різних видів гастрономічного туризму, які було вказано вище.

За місцями відвідування гастрономічний туризм розділяють на гастрономічні тури до таких регіонів як:

1. Європейський;
2. Африканський;
3. Азійсько-Тихоокеанський;
4. Американський.

Згідно цієї класифікації можемо дати характеристику гастрономічним турам за регіонами.

Як приклад, розглянемо Європейський регіон гастротуризму. Цей регіон приймає найбільшу кількість гастротуристів, що бажають отримати нові смакові враження. Найбільш відвідуваними країнами даного регіону є Франція, Іспанія, Італія, Греція, Німеччина, Чехія.

Будь-який регіон має свої певні особливості, котрі в нашому випадку впливають на формування гастрономії. У європейському регіоні такими є географічне розташування, сприятливий клімат, різноманітна природа та високий рівень соціально-економічного розвитку.

Як відомо, Європа знаходиться у чотирьох кліматичних поясах, а саме – субтропічний, помірний-морський, помірно-континентальний, субарктичний. Через таку велику протяжність території виникають відмінності у гастрономії країн Європи. Різний клімат є причиною формування відмінностей у продуктах харчування. Також важливими є рівень соціально-

економічного розвитку, культурні та історичні відмінності країн регіону, які визначають появу відмінностей у гастрономічній культурі регіонів.

Для європейських гастротуристів різні країни привабливі своїми історичними гастрономічними традиціями і стравами. Так, зокрема, Італія асоціюється з піцою та пастою, що мають свою особливу технологію приготування. У Франції це традиційний цибулевий суп, качине конфі й багато видів вина. У країні є свої винні регіони – Шампань, Ельзас, Бордо, Прованс. Також кухня Франції внесена до нематеріальної спадщини ЮНЕСКО. В Іспанії користуються популярністю серед туристів такі страви як паелья, гаспачо, теруельський мігас.

Проте в основному гастрономічні тури поділяють за їх метою та формою організації. Виділяють такі чотири різновиди:

1. Тури, мета яких отримати гастрономічні враження на території сільської місцевості. Такий вид гастротурів передбачає дегустацію традиційних домашніх страв, які були приготовані місцевими жителями.

2. Подорожі, що мають на меті отримання гастрономічних вражень за допомогою відвідування закладів ресторанного господарства. В такі тури включають дегустацію страв високої кухні в ресторанах, кафе тощо.

3. Подієвий (івентивний) вид гастрономічного туризму. В такі подорожі перш за все включають культурні заходи, що зв'язані із гастрономією, - гастрономічні виставки, фестивалі, ярмарки.

4. Комбінований вид. Є поєднанням двох або більше видів, які були перелічені вище.

Здатність гастрономічного туризму виявляти цінності та культурний досвід кожного народу можна розглядати як один із засобів створювати нові культурні комунікації, що в свою чергу є проявом міжкультурних контактів. Наслідком подібних міжкультурних комунікацій ми бачимо обмін культурними цінностями (матеріальні, духовні, ментальні) між туристами різних країн та регіонів.

Отже, туризм наразі є однією найважливіших сфер світової економіки. Він виступає соціально-економічним та культурним феноменом, який здійснює значний вплив на життя людства. Серед різноманітних видів сучасного туризму виділяється гастрономічний туризм. Цей різновид дозвілля включає споживання унікальних продуктів харчування, напоїв та страв. Через своє видове різноманіття гастротуризм має можливість бути цікавим різним категоріям населення. Тож можемо зробити висновок, що гастрономічний туризм має право називатись одним із найперспективніших різновидів туризму.

1.2. Ресурсна та матеріально-технічна база гастрономічного туризму.

Гастрономічний туризм надалі все більше набуває популярності серед поціновувачів подорожей, які мають бажання досліджувати культуру й кухню різних країн. Проте для вдалого розвитку гастрономічного туризму потрібна якісна ресурсна та матеріально-технічна база.

Ресурсна та матеріально-технічна база гастрономічного туризму – це перш за все сукупність об'єктів, послуг, продуктів та певних можливостей, що пропонуються туристам в гастротурах. Ця база відносить до себе ресторани, кав'ярні, фермерські ринки, винні погреби, кулінарні майстер-класи, екскурсії на сільськогосподарські господарства та інші місця та види діяльності, що дозволяють туристам ознайомитися з місцевою кухнею і культурою через їжу.

Спробуємо узгодити наявність окремих рекреаційних ресурсів території із формуванням основних цільових груп гастрономічного туризму в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2.

Рекреаційні ресурси й орієнтовні цільові групи гастрономічного туризму

№	Групи видів рекреаційних ресурсів	Види рекреаційних ресурсів	Орієнтовні цільові групи*
---	-----------------------------------	----------------------------	---------------------------

1.	Кухні світу.	- Популярні та відомі в світі національні кухні; - Регіональні специфічні національні кухні; - Світові екзотичні кухні.	А, Б, Г, Д
2.	Відомі DESTИНАЦІЇ із виробництвом харчових продуктів.	- Місцевості, відомі в світі завдяки створеним у них унікальним продуктам високої якості; - Екологічно чисті зони, в яких вирощують і самостійно виготовляють органічні харчові продукти.	Б, В, Г
3.	Підприємства з виробництва гастрономічної продукції.	- Підприємства харчової промисловості, які відомі у світі брендом своєї продукції; - Підприємства-виробники визначеної продукції, на яких проводять екскурсії і дегустації; - Фермерські господарства по виробленню товарної сільськогосподарської продукції, що беруть участь в гастрономічному туризмі; - Аграрні господарства, де провадяться екскурсії.	А, Б, Г, Д
4.	Окремі заклади ресторанного	- Ресторани, занесені до відомих ресторанних	Б, В, Г

	господарства.	рейтингів; - Ресторани, котрі були визначені найкращими в світі по версії престижних фахових видань; - Ресторани, які відомі високою авторською кулінарією; - Ресторани, які мають унікальну концепцію та місце розташування.	
5.	«Ресторанні міста»	- Місця, які відомі базою закладів з різними видами, форматами та стилями кухні.	А, Б, В, Г, Д
6.	Кулінарні, гастрономічні заходи.	- Гастрономічні фестивалі; - Ярмарки та виставки гастрономічної тематики; - Кулінарні майстер-класи та дегустації; - Наукові заходи (конференції), присвячені гастрономічній тематиці.	А, В, Г, Д
7.	Навчально-освітні заклади кулінарного напрямку.	- Кулінарні школи; - Спеціалізовані кулінарні центри; - Кулінарні курси.	Г

* Примітки.

В.І Новикова запропонувала орієнтовні цільові групи подорожуючих за кулінарною метою:

«А – туристи, які мають бажання долучитися до культури країни чи регіону, заглибитися в етнічні традиції завдяки національній, місцевій кухні; ті, які шукають альтернативу традиційному туризму;

Б – туристи-гурмани, що здатні подорожувати в інші регіони і країни, щоб отримати задоволення своїх вишуканих кулінарних смаків і витонченості в представленні естетично обдуманих страв;

В – туристи, котрі бажають внести різноманітність до раціону;

Г – туристи-професіонали, ті чия діяльність пов'язана з приготуванням й вживанням їжі; для навчання і набуття нових знань, отримання професійних навичок і досвіду, підвищення професійного рівня та кваліфікації;

Д – представники туристичних компаній, які зацікавлені в організації власних гастротурів, а також в розширенні свого бізнесу».

Джерело інформації: [16].

При організації туристичних подорожей не менш важливе значення має матеріально-технічна база дестинацій.

Матеріально-технічна база туризму – це сукупність туристичних споруд, технічного устаткування та транспортних засобів. В туризмі матеріально-технічна база описується як окремий вид послуг та поділяється на:

- об'єкти розміщення і їх обладнання;
- обладнання з надання туристичних послуг;
- об'єкти рекреації та їх облаштування;
- об'єкти гастрономії та їх оснащення;
- засоби туристичного транспорту, їх комплектування.

В нашому випадку ми звернемо увагу на сфери, що задіяні саме в гастрономічному туризмі.

Об'єкти гастрономії та їх оснащення несуть собою мету задовольнити потреби туристів в харчуванні під час їх перебування поза межами свого постійного місця проживання.

Об'єкти сфери розміщення надають туристам можливість знаходитись понад добу за межами постійного місця проживання.

Засоби туристичного транспорту та їх комплектування надають можливість переміщатися від постійного до тимчасового місця проживання – туристичного регіону, тобто дестинації.

Обладнання з надання туристичних послуг – це технічне оснащення туристичних агенцій, системи бронювання, організації заходів бізнесу.

Успішні приклади формування ресурсної та матеріально-технічної бази гастрономічного туризму можна побачити в таких країнах, як Італія, Франція, Іспанія, Японія, в яких кухня вважається однією з основних складових культури. Тут розвинуті ресторани з мішленівськими зірками, традиційні ринки, дегустаційні тури та інші заклади, які пропонують унікальні гастрономічні враження.

Отже, ресурсні та матеріально-технічні засоби в гостротуризмі є сукупністю матеріальних (приміщення, обладнання, устаткування) та нематеріальних (традиції, технології, культурне надбання) об'єктів, необхідних для організації та проведення гастрономічної подорожі. Вони виступають специфічними джерелами благ та умовами їх споживання для гастрономічного туриста.

1.4. Специфіка формування гастрономічних турів.

Кожен туристичний продукт є результатом послідовних робіт по створенню та плануванню туристичної діяльності. Проектування туру має стійкий алгоритм дій, які відзначаються особливим характером. Проте кожен новий розроблений спеціалістами тур несе в собі унікальний набір послуг, для успішної реалізації яких важливо враховувати специфіки цільової аудиторії, мети подорожі, маршруту та програми обслуговування, ресурсної та матеріально-технічної бази дестинації.

Спробуємо виокремити особливості саме гастрономічних турів, що значно впливають на процес організації подорожей:

1) гастрономія – це головний мотив, мета та елемент гастрономічної подорожі, хоча кулінарний (харчовий) туризм певною мірою є складовим елементом всіх турів (основна послуга – організація харчування);

2) абсолютно всі країни мають належні умови для розвитку гастро-туристичної сфери, що є особливістю цього виду туризму та відмінною від інших;

3) гастрономічні тури не мають сезонних обмежень, тож для будь-якого часу впродовж року можна підібрати відповідну подорож;

4) в процесі формування вражень у гастрономічному туризмі задіяно, крім слуху та зору, ще й такі відчуття людини як смак і запах;

5) в гастротуризмі присутня можливість поєднання інформативної частини туру з практично-орієнтованою діяльністю – майстер-класи, кулінарні шоу, фестивалі.

6) відбувається розвиток місцевих господарств та просування виробників продовольчих товарів, продовольчої інфраструктури, й загалом національних і регіональних кулінарних традицій.

Під час створення гастрономічних турів їх розробникам важливо враховувати деякі ключові аспекти:

1. Локалізація гастротуристичних ресурсів. Страви та напої, що були обрані як об'єкти інтересу, повинні відображати культуру й традиції місцевого населення. Це дозволить людям отримати аутентичний досвід, детальніше й глибше дізнатись про кулінарні особливості регіону.

2. Вибір закладів харчування та наявність майстер-класів. Потрібно включати до програми туру візити до місцевих ресторанів, проведення кулінарних майстер-класів, щоб туристи мали змогу вивчати місцеві кулінарні традиції і пізнавати секрети приготування страв.

3. Організація екскурсій та дегустацій. Гастрономічні тури повинні включати екскурсії на ринки, виноробні та ферми, щоб туристи мали можливість спробувати місцеві продукти, напої та познайомитися з процесом їх виробництва.

Отже, створення гастрономічних турів потребує комплексного підходу та співпраці з великою кількістю ділових партнерів, в тому числі місцевими експертами з кулінарії. Але це може стати неперевершеним та цікавим досвідом для туристів, котрі люблять поєднувати подорожі зі смачними враженнями.

Таким чином, познайомившись із сучасними теоретичними розробками в сфері гастрономічного туризму, можемо зробити наступні висновки.

1. Гастрономічний туризм являє собою подорожі до певних дестинацій з метою ознайомлення з історією, кулінарними традиціями і культурою народів через смакові враження. Цей тип туризму передбачає споживання особливих для певної місцевості харчових продуктів, страв і напоїв.

2. Через своє багате видове різноманіття гастротуризм приваблює різні категорії споживачів. До популярних видів туризму за об'єктами інтересу відносять – етнічний, винний, кавовий, сирний, фруктовий тощо. Гастрономічний туризм класифікують також за популярними регіонами: Європейський, Азійсько-Тихоокеанський, Африканський, Американський.

3. Як ресурсну та матеріально-технічну базу гастротуризму розглядають комплекс об'єктів, послуг, продуктів і можливостей, які запропоновані туристам у межах туру. Все це включає в себе ресторани, кав'ярні, винні погреби, фермерські ринки, екскурсії на сільськогосподарські господарства, кулінарні майстер-класи, іншими словами те, що дає змогу туристам ознайомитися з місцевою кухнею і культурою через їжу. Наявність значної рекреаційно-ресурсної бази є способом привернути увагу гастрономічних туристів до певної дестинації, що відома своєю особливою кулінарною спадщиною, а правильне функціонування матеріально-технічної бази має закласти належні умови для створення вражень.

4. Низка переваг в організації та створенні туристичного продукту перетворює гастрономічний туризм на один із найперспективніших типів туризму.

РОЗДІЛ 2.

РОЛЬ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ У СТАЛОМУ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

2.1. Концепція сталого розвитку та шляхи її впровадження в туристичних дестинаціях.

Ключовою метою в сфері гастрономічного туризму є гарантія сталого розвитку дестинацій, яка являє собою збалансоване забезпечення потреб людей, захист навколишнього середовища і задоволення сталого розвитку місцевих спільнот.

Уперше визначення «сталий туризм» було вжито в 1980-х роках, коли фахівці туристичної сфери працювали з «Комісією Брундтланд» (Міжнародна комісія з довкілля та розвитку). Причині появи концепції «сталий туризм» передували такі основні проблеми: з одного боку, потреба розвивати нові, більш прибуткові сфери туризму, а з іншого, – необхідність якомога краще зберегти природні ресурси, через їх обмежену кількість.

Від початку 1990-х років поняття «сталий туризм» розпочали використовувати значно частіше, а «Конвенція з питань біологічного різноманіття» та «План дій XXI», підписані в 1992 році, підкреслили необхідність додати туризм до «складових міжнародної політики захисту довкілля» [21].

Існує багато підходів щодо визначення поняття сталого розвитку, але звернемо увагу на такі:

1. Всесвітній банк: «сталий розвиток – це управління сукупним капіталом суспільства в інтересах збереження та примноження людських можливостей».

2. В.І. Данилов-Данильян: «сталий розвиток – це такий розвиток, при якому вплив на природне середовище залишається в рамках господарської ємкості біосфери, так, що не руйнується природна основа для відтворення життя людини» [10].

3. Х. Дейлі: «сталий розвиток – це розвиток без росту».

4. А. Г. Гранбергом: «сталий розвиток – це стійкий збалансований соціально-економічний розвиток, який не руйнує навколишнє природне середовище та забезпечує безперервний прогрес суспільства» [9].

Найпоширенішим та найбільш прийнятним є визначення сталого розвитку з доповіді Світової комісії із нагальних питань довкілля та розвитку «Наше спільне майбутнє», де під «сталим розвитком» розуміють поступ, який задовольняє потреби сьогодення та зберігає таку саму можливість для майбутніх поколінь.

У концепції сталого розвитку своє місце знайшла туристична діяльність.

Всесвітня Туристична Організація запропонувала власне визначення «сталого туризму», під яким розуміють: «туристичну діяльність, за якої управління всіма ресурсами проходить таким чином, що економічні, соціальні, естетичні потреби задовольняються та зберігається культурна складова, екологічні процеси, біологічне різноманіття та системи підтримки життя». Сталий розвиток означає відмову від короткотермінового мислення та підхід до планування, яке враховує ідеї та інтереси усіх стейкхолдерів – туристів, бізнесу, влади та місцевих жителів [15].

Правила й принципи розвитку сталого туризму можна використати з усіма формами туризму і типами розміщення, включаючи глобальний туризм та інші туристичні продукти. Принципи сталості торкаються економічних, соціокультурних і екологічних аспектів розвитку туризму. Необхідно збалансувати всі ці аспекти для досягнення довготривалої сталості.

Концепція сталого розвитку охоплює три основні складові: екологічну, соціальну та економічну.

Екологічна складова зосереджена на збереженні цілості природних систем. Головне значення – це життєдіяльність екосистем, від якої залежить стабільність усієї біосфери.

Соціальна складова зорієнтована на населення й передбачає збереження стабільності культурних та соціальних систем, в тому числі зменшення

конфліктів поміж людьми, які мають руйнівні наслідки. Важливою складовою є правильний розподіл благ, а також збереження історико-культурної спадщини.

Економічна складова орієнтована на теорії приросту сукупного прибутку, який створюється за умови збереження загального капіталу, який виробляє цей дохід. Вона має за мету правильно використовувати обмежені природні ресурси, енергозберігаючі технології, реалізовувати відповідні форми капіталу.

Сталий розвиток туризму передбачає існування певних принципів, що забезпечують гармонію між соціальними, економічними і екологічними аспектами розвитку. Основними принципами сталого розвитку визначають:

- збереження природних та культурних ресурсів;
- соціальну відповідальність;
- економічну ефективність;
- врахування потреб туристів;
- здійснення екологічних заходів;
- розумну інфраструктуру [26-28, 30].

Сталий туризм – це форма туризму, при якій застосовується доцільне вживання ресурсів навколишнього середовища, підтримуються соціальні та культурні особливості спільнот, що проживають там, гарантується життєздатність довготривалих економічних процесів з огляду на їх вигоду для зацікавлених осіб. Сталий розвиток туризму передбачає загальний баланс екологічних, економічних і соціально-культурних ефектів від туризму, також позитивний вплив відвідувачів один на одного.

Одним з головних критеріїв сталого розвитку залишається збереження навколишнього середовища [24]. Туристична діяльність може виказувати сильну дію на довкілля, тож важливо охороняти його та ефективно використовувати ресурси. Окрім цього, потрібно підготувати транспортні засоби, які є екологічно чистими й забезпечити відновлювальні енергетичні

ресурси, покращити ефективність використання цих ресурсів і зменшити отримання відходів, що можуть забруднити довкілля.

Окрім покращення якості життя місцевих мешканців, сталий розвиток туризму передбачає та гарантує стабільну роботу, збільшення доходів людей. Досить важливим є те, що при плануванні туристичних заходів потрібно забезпечувати розвиток місцевих підприємств та участь місцевого населення у вирішенні проблем [30].

Економічний успіх цієї сфери забезпечує соціальний та екологічний аспект сталого розвитку туризму. Зазвичай цього можна досягнути шляхом підтримки бізнесу та розвитку інфраструктури, який розвивається в сфері туризму. Також важливим є підтримка локальних господарств, що формує нові можливості задля розвитку, у свою чергу це гарантує стабільність економіки і покращення рівня життя місцевих людей.

Пріоритетом розвитку сталого туризму зазвичай вважають забезпечення найважливіших життєвих потреб та цілей людини, через впровадження методів розвитку туризму як особливого типу діяльності. У той час управління загальними видами ресурсів передбачається так, аби задовольнити економічні, соціальні та естетичні потреби із збереженням цінностей культури та економіки і також уникнути негативних наслідків щодо біологічного різноманіття та його життєзабезпечення.

Таблиця 2.1.

Позитивні риси сталого туризму

Сталий туризм	
Створює задовільне середовище для природи, культури і соціальної сфери життєдіяльності суспільства.	У певних місцевостях, де робочі місця мають сезонний і непостійний характер, особливо сільських, створює умови для позитивних змін в економіці.
Стимулює прибуткові внутрішні	Гарантує чесний розподіл витрат та

галузі.	доходів, а туризм надає робочі місця особливо на місцевих і сусідніх територіях.
Надає досконале управління процесом розвитку туризму, стабільні типи нагляду за станом оточуючого середовища та знищення будь-яких поганих наслідків.	Забезпечує економічні інвестиції та покращує прибуток до країни іноземних валют.
Стимулює процеси вирішення питань так, щоб участь приймали безпосередньо всі верстви населення, включаючи місцевих людей, задля того, щоб туризм і інші ресурсно-витратні галузі мали змогу гармонійно співіснувати.	Демонструє важливе значення природних та культурних ресурсів для соціального й економічного добробуту суспільства, допомагає їх збереженню.
Сприяє активному використанню територій, які не мають сільсько-господарського призначення.	Стимулює модернізацію місцевих інфраструктури, транспорту, зв'язку та інших.
Допомагає підвищити рівень самосвідомості серед людей і надає можливість досягнути більш стійкого взаєморозуміння й тісних зв'язків поміж представників різноманітних культур.	Сприяє напрацюванням рекреаційних об'єктів, що зможуть використати не тільки місцеві жителі, а й внутрішні та міжнародні туристи. Завдяки туризму у людей є змога профінансувати та зберегти процес археологічних розкопок місцевих історичних пам'яток.

Принципи сталості стосуються охорони довкілля, економічних, соціальних, культурних сегментів розвитку туризму, вимагають встановити баланс між цими сферами, аби гарантувати його довготривалу стійкість.

Таблиця 2.2.

Види і принципи сталого туризму.

Види сталого туризму	Принципи сталого туризму
Екотуризм	Екологічно збалансоване використання природних ресурсів.
Сільський туризм	Відновлення та збереження біорізноманіття.
Зелений туризм	Залучення інвестицій з метою ліквідації завданої шкоди довкіллю.
Агротуризм	Підтримка економіки регіону без незворотнього впливу на екосистеми
М'який туризм	Залучення місцевого населення у процес екологічної орієнтації населення.

* Примітки.

Екологічний туризм – це активний або пасивний вид туристичної діяльності, направлений на охорону навколишнього середовища, відновлення пошкоджених природних комплексів та екологічних систем, раціональне використання природних ресурсів, за якого в туристів формується екологічна свідомість, культура, завдяки якому підвищується рівень екологічних навиків та знань їх практичного застосування, активно виконуються заходи зі збереження природних та ресурсних цінностей певної місцевості.

Зелений туризм являє собою форму відпочинку в приватних господарствах на сільських територіях, де використовується майно й трудові ресурси особистого фермерського, селянського або підсобного господарства, природних і рекреаційних особливостей місцевості, історичної, культурної, етнографічної спадщини дестинації.

Агротуризм є рекреаційним типом туризму, котрий сконцентрований на сільських місцевостях та передбачає застосування сільського господарства,

ціллю якого є рекреація для відпочивальників, їх активне залучення до традиційних форм господарювання.

М'який туризм – це вид туризму з мінімальним впливом, за якого керування базою ресурсів проходить таким способом, аби економічні, естетичні, соціальні потреби задовольнялися та незміною залишалася культурна складова, біологічні види, екологічні процеси та системи життєдіяльності.

Одним із напрямів розвитку туризму, що є відносно безпечним для навколишнього середовища у контексті мінімального негативного впливу та відповідає певним принципам концепції сталого розвитку територій, можна вважати сільський туризм. З огляду на глобальний розвиток економічної діяльності, планування та програмування сільського туризму для сталого розвитку є одним із нових приводів для зміцнення і відродження земель, що в інших сенсах не є конкурентоспроможними.

Сільський туризм – рекреаційний туризм, що направлений на сільські території. Він передбачає розвиток туристичних місць для відпочинку в сільській місцевості, сільськогосподарських та народних музеїв, також центрів по обслуговуванню туристів із екскурсородами та провідниками.

Сільський туризм має велику кількість економічних та соціальних функцій, які здатні сприятливо впливати на розвиток сільських дестинацій. Сільський туризм перш за все базується на природних ресурсах, сільському способі життя, культурній спадщині села, аграрній діяльності. Природні ресурси включають в себе природні ландшафти сільської місцевості – гори, озера, річки, ліси, луки тощо, культурна спадщина села в свою чергу включає традиційну сільську архітектуру, спосіб життя, місцеві ремесла та промисли, обряди та вірування, кулінарні традиції тощо.

Виходячи з цього сталий туризм має:

1. Забезпечити оптимальне застосування ресурсів навколишнього середовища, головною ціллю яких є розвиток туризму, підтримуючи важливі

екологічні процеси та допомагаючи зберігати природну спадщину й біологічне різноманіття;

2. Враховувати соціальну й культурну автентичність приймаючих спільнот, збереження їх культурної спадщини та традиційних цінностей, сприяти міжкультурному взаєморозумінню і толерантності;

3. Підтримувати життєздатність постійних економічних операцій, які формують соціально-економічні блага для кожної із зацікавлених сторін, також включаючи налагоджену зайнятість населення і можливості отримання доходу, соціальних послуг, подолання безробіття, що стане внеском у скорочення масштабів бідності [11].

Сталий розвиток у сфері туризму передбачає відповідальну, зацікавлену, усвідомлену участь всіх сторін, а також сильне політичне керівництво задля забезпечення досягнення цілей.

Отже, засади сталого розвитку туризму мають базуватись на захисті навколишнього середовища, повазі до різноманітних природних екосистем та враховувати особливості туристичних регіонів, такі як економічні, культурні, соціальні. Щоб досягти цього, необхідні постійні, безперервні процеси, такі як: моніторинг впливів, введення коригуючих і профілактичних заходів. Також потрібно враховувати відповідальність кожного туриста та підприємців. Кожен з учасників процесу має усвідомлювати наслідки та вплив своїх дій на місцеве населення та навколишнє середовище, не наносити шкоди природним і культурним ресурсам, дотримуватись правил екологічної безпеки. В свою чергу підприємці повинні будувати свій бізнес з урахуванням принципів сталого розвитку.

Завдяки цим процесам сталий розвиток туризму має змогу підтримувати високі рівні задоволеності туристів і водночас сприяти гармонійному розвитку туристичних територій. Гастрономічний туризм, у першу чергу в сільській місцевості, може стати ефективним інструментом упровадження засад сталого розвитку туристичних дестинацій.

2.2. Стан і проблеми регіонального розвитку гастрономічного туризму в Україні.

На сьогоднішній день туристичний потенціал України є розкритим недостатньо, що засвідчує низька частка туристичної галузі у структурі ВВП України. Згідно з даними Всесвітнього Економічного форуму в Давосі в 2018 році, Україна могла відзначитися лише такими показниками серед 136 країн:

1. 124-е місце в рейтингу інвестицій у туристичному бізнесі;
2. 88-е місце по привабливості для туристів;
3. 79-е місце в авіаційній інфраструктурі;
4. 81-е місце в портовій та наземній інфраструктурі;
5. 45-е місце по цінах;
6. 71-е місце в туристичному сервісі [28].

На території України туристична галузь перебуває зараз лише на стадії становлення. Але має великі перспективи вплинути на економіку країни у майбутньому. Україна має можливості для активізації туристичного бізнесу, завдяки багатим ресурсам країни: природні, рекреаційні, культурні, історичні. Окрім цього на території нашої країни знаходиться багато історичних та культурних пам'яток, рекреаційних зон, багатий рослинний і тваринний світ, різноманітна природна та культурна спадщина. Усе це є привабливим для вітчизняних та іноземних туристів і дозволяє створювати туристичні продукти, які базуються на різних видах туризму та можуть позиціонувати себе конкурентоспроможними на туристичному ринку [21].

Основними проблемами, які є перешкодою для розвитку туристичної сфери України, є чинники соціального, економічного, екологічного, управлінського характеру.

Розглянемо проблеми та досягнення туристичної галузі України на прикладі гастрономічного туризму, як одного з найперспективніших різновидів сучасного туризму в Україні.

Розвиток гастрономічного туризму в Україні сприяє вирішенню цілого ряду соціальних і економічних проблем:

- утворює додаткові робочі місця, що стають актуальними для населення різних вікових груп;
- поповнює місцеві бюджети на підставі сплати податків підприємницькими організаціями;
- розширює та удосконалює інфраструктуру ресторанного господарства;
- розвиває окремі регіони, зокрема сільську місцевість, адже найкращим місцем для існування кулінарного туризму є колоритні села та їх самобутність;
- підвищує свідомість населення щодо місцевих досягнень культури кулінарії;
- залучає освічених та компетентних туристів, що дбайливо, екологічно й свідомо ставляться до місцевих пам'яток культури, особистого здоров'я і дозвілля;
- створює позитивний імідж України на міжнародному ринку туристичних послуг тощо[23, с. 4-5].

Значним поштовхом для розвитку в Україні гастрономічного туризму стало створення в 2013 році «Асоціації сприяння розвитку гастрономічного та винного туризму в Україні». Її завдання окреслені наступним чином:

- взаємодія і об'єднання усіх організацій, що працюють у галузях туризму, готельно-ресторанного бізнесу, виноробної та харчової промисловості задля розвитку гастрономічного туризму в Україні;
- дослідження міжнародного досвіду по впровадженню такого виду туризму й налагодження світового співробітництва;
- підвищення кваліфікації працівників шляхом проходження: курси, тренінги, навчання, конкурси;
- дослідження регіонів України та розвитку в них винного та гастрономічного туризму за допомогою маркетингу ;
- пропозицій щодо покращення нормативно-правової бази; проведення екскурсій, турів, конференцій, фестивалів в Україні [8].

Упродовж останнього десятиліття її діяльність була націлена на популяризацію гастротуризму, розширенню співробітництва усіх зацікавлених у його розвитку сторін, впровадженню світового досвіду сталого розвитку у практику туристичних підприємств та дестинацій, які спеціалізуються на гастротуризмі.

Останнім часом на території України значно збільшилися показники розвитку гастрономічного туризму. На це вказує велика кількість регіональних кулінарних івентів, фестивалів, ярмарок з дегустацією страв багатьох народів світу. Такі заходи є привабливими для туристів та привертають велику їх кількість, стають найважливішою частиною програм відпочинку. Причому значна кількість гастрономічних турів припадає саме на літній сезон, що підтверджується збільшенням туристичних потоків [22, с. 126-127]. Дослідження свідчать, що туристичний попит зростає у тих регіонах, де, на основі особливих кулінарних традицій, формуються спеціалізовані туристичні продукти.

В Україні є достатньо унікальних та автентичних гастрономічних ресурсів (фестивалів, ярмарків, народних свят, локальних страв тощо), що дають початок для формування конкурентоспроможного туристичного продукту гастрономічного туризму на міжнародному та внутрішньому ринках. Найбільшою кількістю актуалізованих ресурсів для створення продуктів гастротуризму мають центральні та західні регіони України, а саме: Закарпаття, Полтавщина, Львів, Київ, Львів, Луцьк. Саме в даних регіонах України відбувається найбільша кількість гастрофестів, фудівентів та ін. автентичних заходів, що є привабливими для туристів. Крім цих заходів, вони відвідують заклади ресторанного господарства, знайомляться з українською кухнею, звичаями, культурою, традиціями.

Найвідоміші гастрономічні фестивалі на Закарпатті: «Конкурс різників свиней – гентешів» (с. Геча), «Біле вино» (м. Берегово), «Червене вино» (м. Мукачево), «Верховинська яфіна» (с. Гукливий), «Угочанська лоза» (м.

Виноградів), «Ужгородська паланчіта» (м. Ужгород), «Золотий гуляш» (с. Мужієво), «Гуцульська бринза» (м. Рахів) [9].

Одне з перших місць за чисельністю проведених гастрономічних свят та фестивалів в Україні займає м. Київ, в якому щорічно проходить близько 11 відповідних заходів. Так, у м. Києві проходить «KyivFoodandWineFestival», Фестиваль морозива, Фестиваль «Цукерки та Пундика», Фестиваль Здорової Їжі «BestFoodFest», Фестиваль солодошів «SWEETsFest», «KyivCoffeFestival», та інші.

Також численні гастрономічні атракції пропонує місто Львів. Головними гастрономічними об'єктами Львова є пиво, кава, шоколад, що створюють туристичний імідж міста. Кожного року у місті проводять 8 гастрономічних фестивалів. Зокрема, у місті проводять фестиваль вінілової музики та крафтового пива «CraftBeer&VinylMusicFestival», Національне свято шоколаду, «На каву до Львову». Також популярною серед туристів є галицька кухня, яка набула поширення у трьох державах: Україні, Словаччина, Польща, які перетворюють її на міжнародне явище [15, с. 105-106].

Слід зазначити, що кожна область України має свої гастрономічні особливості, а це в свою чергу сприяє формуванню гастротуристичного потенціалу територій, створює сприятливі умови для створення туристичного продукту, формуванню туристського інтересу до різних дестинацій. Регіони України могли б запропонувати величезну кількість різноманітних продуктів, які в свою чергу могли б бути їх гастрономічною візитівкою.

На основі регіональних гастрономічних відмінностей можна виокремити наступні гастрономічні регіони України

Таблиця 2.1.

Гастрономічні регіони України

Гастрономічний регіон	Перелік областей
Західно-Поліський	Житомирська, Рівненська, Волинська.

Подільський	Вінницька, Тернопільська, Хмельницька.
Карпатський	Львівська, Чернівецька, Івано-Франківська, Закарпатська
Центрально-Столичний	Черкаська, Чернігівська, Кіровоградська, Київська.
Північно-Східний	Полтавська, Сумська, Харківська.
Донецько-Придніпровський	Донецька, Дніпропетровська, Луганська, Запорізька.
Причорноморська	Херсон, Одеська, Миколаївська.

В Україні набули поширення різні види гастротурів, як міських, так і сільських. В основі їх виділення лежать відмінності середовища туристської активності (міського та сільського). Для міського простору характерною є несільськогосподарська економіка, розвинена промисловість та сфера послуг, наявність гарної транспортної інфраструктури, а види «міського» відпочинку можна охарактеризувати як активні, престижні, інноваційні, високотехнологічні, швидкісні та індивідуальні. Турист прагне відчутися «душу» міського простору, відчутися індивідуальну зовнішність, уловити атмосферу і головні риси побуту міського населення, осмислити технологічне і технічне впорядкування. У цьому відношенні міські гастротури слугують важливим інструментом пізнання туристом культурних традицій міського населення.

Сільський туризм передбачає проведення вільного часу в сільському середовищі, якому притаманна традиційна забудова, сільський побут, мальовничий ландшафт і т. ін. «Сільські» види відпочинку можна охарактеризувати як розслаблюючі, ностальгічні, традиційні, низькотехнологічні. До них відносять пішохідні, кінні та велопогулянки, пікніки, збиральництво, рибальство, полювання, огляд визначних пам'яток та місць, відвідування місцевих свят, участь у традиційних ремеслах і обрядах, отримання гастрономічних вражень. Гастротуризм у сільській місцевості

забезпечує підтримування місцевих культурних традицій, надання роботи для місцевих аграріїв, стимулювання безпосереднього збуту сільськогосподарської продукції, сприяє усвідомленню сільськими громадами значення місцевого середовища, більш відповідальному ставленню до його збереження. Перевагою сільських гастротурів є можливість спробувати екологічно чистий продукт.

Великою проблемою розвитку гастрономічного туризму в Україні є відсутність координації дій учасників туристичного ринку. Більшість регіонів України просувають подібні продукти харчування – сири, вина, соління, трав'яні чаї. Не частим є явище просування національного або локального продукту з наголосом на унікальність пропозиції. За відсутності узгодженого підходу, учасники ринку починають конкурувати з подібними продукціями сусідніх регіонів, і це створює проблеми розвитку гастрономічного туризму на рівні окремих регіонів та на загальнодержавному рівні.

Стратегія розвитку гастротуризму, яка орієнтується на конкретний харчовий продукт, є невірною, оскільки конкурентні переваги формуються саме завдяки різноманітності страв. Для вирішення даних проблем розвитку є потреба у створенні єдиної інформаційної бази гастротуризму. Також важливо правильно реалізовувати рекламні кампанії, що орієнтуються на пошук продукту, який стане унікальним для кожного регіону та області.

Для динамічного розвитку гастротуризму обов'язковою є підготовка висококваліфікованих кадрів у галузі обслуговування, які не лише матимуть фахову освіту в кулінарії, а також знатимуться на культурній та історичній спадщині регіону, будуть зацікавлені у відродженні національних традицій [18, с. 7].

З початком повномасштабного вторгнення в Україні простежується зниження потоків в'їзних туристів. Війна стала гальмом також для розвитку гастрономічного туризму. В багатьох областях через бойові дії на даний момент гастрономічні заходи не проходять взагалі. Але, незважаючи на це, внутрішній туризм демонструє стабільний попит на гастротуристичний

продукт. Зазвичай, кількість гастротуристів зростає саме там, де влаштовують різноманітні фестивалі, ярмарки, народні свята. Саме гастрономічні івенти можуть стати фактором підтримки інтересу до гастрономічного туризму і також додатковим підґрунтям для розвитку бізнесу фермерських господарств, місцевих виробників продуктів харчування.

2.3. Характеристика досвіду впровадження гастрономічного туризму на прикладі дестинації «Село Гукливий».

Національна або локальна кухня є одним із провідних чинників залучення туристів до певної території. Це можна пояснити тим, що в кулінарній культурі виявляються національні особливості та традиції народу, котрі цікаві представнику іншого регіону або держави. Тож гастрономічний туризм також можна назвати допоміжним інструментом для пізнання культурної спадщини, оскільки саме національна кухня є одним із елементів, що відображають традиції, спосіб життя, світогляд етносів.

В українських регіонах напрацьовано значний досвід розвитку гастрономічного туризму, який ґрунтується на традиціях національної та локальної кухні, місцевих кулінарних традицій.

Розглянемо як приклад успішного розвитку гастротуризму досвід села Гукливий, розташованого на Закарпатті – одному із популярних українських гастрономічних регіонів.

Історія села у підніжжя Боржавських полонин розпочалась у 1588 році. Зараз в адміністративному відношенні село є в складі Воловецького району Закарпатської області. Воно знаходиться у 5 км від районного центру смт. Воловець у бік смт. Міжгір'я.

Населений пункт має свої культурні та природні пам'ятки:

1. «Пам'ятник чорниці».

На території є два пам'ятники Чорниці. Один стоїть садибі «Грін-Гоф», що побудована на бункері Другої світової війни. Сьогодні там знаходиться лобі бар та погріб з Берегівськими винами. А другий пам'ятник знаходиться на спеціальному постаменті у центрі села, поблизу готельного комплексу «Наталія». На честь відкриття пам'ятника «Чорниці»(2010 р.), там щорічно проводиться всеукраїнський фестиваль «Верховинська яфіна».

2. «Залізничний міст».

Цей міст було збудовано понад 300 років тому ще при Австро-Угорщині, італійськими фахівцями з каменю та заліза. Під час Першої та Другої світових війн цей міст неодноразово підривали. Але щоразу його відновлювали. Вже у мирний час був зведений другий залізничний міст.

3. «Дерев'яна церква Святого Духа».

У Закарпатті це одна з найгарніших церков, побудованих у 18 ст., яка діє донині. Саме тут зберігся унікальний іконостас 1784 року.

4. «Водоспад «Шипіт».

Він є найбільш повноводним в Українських Карпатах, а також належить до семи природних чудес України. Саме навесні, після танення снігів та великої кількості дощів, він стає найбільш повноводним [26].

Туристичні маршрути часто проходять через село Гукливий на гору «Стій», яка висотою 1681 м над рівнем моря, бо ця гора є найвищою вершиною Боржавського хребта. Саме там була розташоване військове засекречене містечко та радіолокаційна станція. І тепер там можна побачити казарми, командний пункт, бункери, ангари.

Через Гукливий ще проходить туристичний маршрут на гору Великий Верх, висота її становить 1598 м над рівнем моря. Поряд є туристичний маршрут на гору «Пікуй», що проходить у с. Біласовиця. Висота гори Пікуй становить 1408 м над рівне моря. З даної гори відкривається вид на гори Руна, Остра та Стій.

Щорічно місцеві мешканці проводять фестиваль чорниць «Верховинська яфіна». Адже там розташовані найбільші в країні гірські

чорничні поля. Ягоду тут поважають настільки, що аж звели їй пам'ятник (єдиний в Україні).

На території проведення фесту розміщується близько 15-ти наметів. У кожному з них гості свята можуть продегустувати та придбати яфини (як запевняють організатори, ягід буває близько однієї тони), яфинівку (закарпатську горілку, настояну на чорницях), мед, тістечка, які кожна господиня старанно припрошує скуштувати. Гостей фестивалю розважають мистецькі колективи, діти можуть гратися у манежах, а батьки із задоволенням пригощатися дарами карпатських гір.

Під час святкування відвідувачі смакують свіжі ягоди чорниць, а також страви з них: гомбовці, млинці, вареники, пироги, різноманітні тістечка, варення, запиваючи все це ялиновою палинкою. А гості, які приходять у вишиванках, отримують подарунки.

Говорячи про сам фестиваль, то його гості, зазвичай, насолоджуються якісними виступами відомих гуртів «Гудацькатайстра» та «АГА», які виконували, відповідно, улюблену народну музику і легендарні хіти рок-н-ролу. Ведучими свята були одні з найкращих фахівців цієї справи – Микола Анброх і Денис Лагодін. До організації фестивалю крім мілітарі-готелю «Грін Гоф» та місцевої сільради долучалися також кафедра туризму УжНУ, Турінфоцентр Закарпаття, освітній центр «Паннонія» та Корпорація свят «НеПонял».

Цей фестиваль, демонструє багатство та різноманіття української кухні і допомагає отримати додатковий заробіток у літній сезон, як місцевим з найближчих сіл, так і населенню інших районів, а пам'ятник ягоді, встановлений завдяки зусиллям українського народу, підкреслюють глобальну важливість та впізнаваність української гастрономії. Тож DESTINATION може слугувати успішним прикладом впровадження концепції сталого розвитку в гастрономічному туризмі України.

Провівши аналіз ролі гастрономічного туризму у сталому розвитку в даному розділі, можна зробити такі висновки.

1. Ключовою метою у сфері гастрономічного туризму є забезпечення сталого розвитку туризму, що являє собою збалансоване задоволення потреб туристів, захист навколишнього середовища та забезпечення сталого розвитку місцевих спільнот.

2. Сталий туризм – це туристична діяльність, за якої управління всіма ресурсами відбувається таким чином, що економічні, естетичні, соціальні потреби задовольняються та зберігається культурна складова, біологічне різноманіття, екологічні процеси і системи підтримки життя. Концепція сталого розвитку охоплює три основні складові: екологічну, соціальну та економічну.

3. Різноманітні дослідження показують, що туристичний попит зростає у тих регіонах, де, на основі особливих кулінарних традицій, формуються спеціалізовані продукти в сфері гастротуризму.

4. У індустрії туризму України останнім часом відбувається активний розвиток гастрономічного туризму, бо для цього є унікальні умови та можливості: багата кулінарна історія, звичаї та традиції. Успішним прикладом впровадження принципів сталого туризму можна вважати досвід закарпатської дестинації «Село Гукливий».

РОЗДІЛ 3.

ПРОЄКТУВАННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРУ НА ЗАСАДАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

3.1. Аналіз цільової аудиторії та дестинації.

Розробка туру включає в себе реалізацію низки етапів організаційної роботи, вивчення, підготовки та розробки різних технологічних документів. При створенні турів важливо дотримуватися вимог встановлених законодавством, які вказані у таких нормативних документах:

- Закон України «Про туризм» від 18.11.2003 р. № 1282-IV,
- Кодекс цивільного захисту України від 02.10.2012 р. № 5403-VI,
- ДСТУ 28681.1-95 «Туристично-екскурсійне обслуговування.

Проектування туристичних послуг» (введено в дію як держстандарт України з 01.01. 1997 р.),

- ДСТУ 28681.3-95 «Туристично-екскурсійне обслуговування.

Туристичні послуги: вимоги і забезпечення безпеки туристів та екскурсантів».

До технічних вимог належать:

- вимоги до документів (карта, схема маршруту, паспорт);
- вимоги інженерні, гідрологічні, геологічні характеристики місцевості;
- паспорт туристичних об'єктів, туристичне спорядження, інструкції тощо.

До технологічних вимог відносять:

- вимоги, встановленні технологічними інструкціями;
- вимоги, котрі передбачені в технологічних картках надання туристичних послуг;
- вимоги, які встановлені державними стандартами;
- вимоги, що передбачені галузевими технологічними нормами.

Формування туристичного продукту – це місткий процес перетворення наявних ресурсів на готовий туристичний продукт. Тому розробка туру спирається на банк даних, який охоплює інформацію стосовно цільової аудиторії і відповідно наявних рекреаційних ресурсів, матеріально-технічної бази й інфраструктури. До такого банку даних важливо включити об'єкти показу та дозвілля, перелік підприємств та закладів, які надають послуги гостинності, різні варіанти інфраструктурного забезпечення.

Зазвичай процес розробки нового туристичного продукту має наступні етапи:

1. Генерація та відбір ідей щодо нового турпродукту.
2. Розроблення концепції нового туристичного продукту.
3. Пошук та відбір ділових партнерів.
4. Формування програми туру та його документальне оформлення.
5. Встановлення ціни на тур.
6. Підготовка персоналу.
7. Експериментальна перевірка туру.
8. Просування туру на ринок.

Варто відзначити, що проектування туру є процесом створення продукту масового попиту. Проте сам продукт реалізується індивідуально, так як він обов'язково має бути варіативним, надаючи туристам змогу обрати компоненти програми обслуговування, засобів розміщення та транспортування за урахуванням індивідуальних побажань людей.

Підготовка гастрономічних турів до виходу на туристичний ринок потребує спеціалізованого розуміння у галузі гастрономії, уваги до деталей роботи і бажання створити для учасників незабутні враження від кулінарної подорожі. При створенні гастрономічного туру найголовнішим завданням для організаторів стає поєднання кулінарії та культурної програми в одному. Для такої мети варто детально дізнатись про кулінарні традиції та національні страви країни (регіону), куди готується подорож. Можна

проконсультуватися із місцевими експертами, шеф-кухарями чи гідами. Після цього важливо підібрати найкращі ресторани, кулінарні майстер-класи та екскурсії, котрі дозволять туристам покращити свої знання та отримати враження від місцевої кухні. Це також, зазвичай, включає відвідування місцевих ринків, фермерських господарств та винних погребів. Якщо передбачається знайомство з технологією виробництва будь-якого продукту, то краще демонструвати справжній сімейний бізнес – справу, яка передавалася з покоління в покоління. Гостям слід показувати весь процес: від збору сировини до фінальної дегустації продукту. Доцільно забезпечити участь туристів у різних гастрономічних заходах – фестивалях, карнавалах, святах. Івенти користуються великою увагою споживачів туристичних послуг.

Зрештою, особливу увагу варто приділити індивідуальним побажанням і дієтичним обмеження кожного учасника гастрономічного туру, задля забезпечення комфортну та смачної подорожі для кожного.

Слід врахувати мотиви кожного з учасників гастрономічної подорожі та приділити більше уваги формуванню цільової аудиторії туру.

За оцінкою дослідників, основними категоріями гастрономічних туристів виступають:

1) туристи-гурмани. Для них бажаними виступають індивідуальні винні й гастрономічні тури для професіоналів VIP-класу;

2) туристи, що зазвичай прагнуть одержати якомога більше емоцій, обираючи для цього економний відпочинок (бюджетні екскурсійні тури з дегустацію регіональних блюд та напоїв, традиційні фольклорні вечори, дегустацію вин у невеликих виноробнях);

3) туристи, які прагнуть відкрити вже відвідувану ними раніше країну але на цей раз з “гастрономічної” точки зору (тематичні групові тури підвищеної комфортності й розширеної програми поїздки);

4) туристи, які бажають заглибитися в культуру країни за допомогою

вивчення національної кухні;

5) туристи, котрі використовують гастрономічний туризм з метою навчання та отримання професійних навичок;

6) представники туристичних фірм, які подорожують з метою вивчення даного напрямку туризму [19].

Отже, кожна категорія гастротуристів націлена на споживання унікального набору ресурсів, використання певних інфраструктурних об'єктів, реалізацію специфічного набору послуг у програмі перебування.

Для пропонованого туру цільовою аудиторією обрано групу внутрішніх туристів, які, обираючи економний відпочинок (бюджетні екскурсійні тури з дегустацією регіональних блюд та напоїв), прагнуть отримати новий кулінарний досвід, забагати свої знання про національну культуру, пережити яскраві емоції.

Гастрономічний туризм, як вказувалося вище, без перешкод може розвиватися в будь-якій країні чи регіоні. Це є його основною перевагою над багатьма іншими видами туризму.

Водночас при виборі дестинації для проектування гастротуристичного продукту важливою умовою є наявність цікавих гастрономічних атракцій, зокрема, фестивалів, свят, що пов'язані з дегустацією їжі та напоїв.

На Півдні України перспективним регіоном для впровадження нових гастротуристичних продуктів наразі вважаємо Одеську область.

Одеська область – це найбільший регіон України. Розташований у Південній частині України, що має вихід до Чорного моря, межує з Румунією і Молдовою. Одеська область має адміністративні кордони з Вінницькою, Кіровоградською та Миколаївською областями. Центром області є місто Одеса, до складу області також входять Змієві острови.

Одеська область – третій за відвідуваністю туристами регіон України. Регіон багатий природні ресурси, історію та культуру, різні події, має розвинуту інфраструктуру відпочинку. За даними сайту Одеської

облдержадміністрації, у 2018 році область відвідало близько 7 мільйонів туристів [4]. Найбільш популярні туристичні напрями в області: Одеса, Затока, Білгород-Дністровський та Ізмаїл.

Перевагою Одеської області є наявність прибережного доступу. Основні переваги даної місцевості – це морське узбережжя (приблизно 300 км), грязі, мінеральні джерела. У Чорне море тут впадають Дунай (Кільський лиман) та Дністер. До плавнів Дунаю та Дністра належать озера Кафр, Катлабуг, Саф'ян і Ялпуг. В області є 15 лиманів, найбільші з них прісноводні Дністровський, солоні Куяльницький, Тилигульський, Шаганський та Арибайський [4]. Усі вони багаті на цілющі грязі.

Територія Одеської області населена представниками багатьох народів (румуни, молдавани, болгар, греки та ін.), які зберігають свої культурні традиції, обряди, вірування. Серед об'єктів культурного надбання регіону є також своєрідна кулінарна спадщина. Наприклад, Одеса – це одне із міст України з великою кількістю гастрономічних заходів. Там проводять один із найбільш відомих фестивалів «Свято полуниці», котрий відбувається кожного року наприкінці травня.

Водночас на території області знаходиться чимало невеликих населених пунктів, які могли б привабити туристів своїми гастрономічними атракціями. Для цих DESTИНАЦІЙ гастротуризм міг би стати важливим фактором соціально-економічного розвитку, засобом подолання депресивних явищ в житті місцевого населення.

В якості DESTИНАЦІЙ для розробки проєкту туру було обрано села Каракурт і Табаки Болградського району. Село Табаки було засновано арнаутами – албанськими переселенцями з Добруджі у 1811 р. За переписом населення 2001 р. в селі мешкали 2707 осіб. Нині в селі компактно проживає албанська спільнота. Тут досі говорять албанською мовою й шанують національні традиції. В школі вивчається албанська мова, діють різноманітні фольклорні гуртки, підтримується зв'язок з Албанією. Подібним чином зберігає свою етнічну ідентичність й населене болгарами село Табаки.

Взагалі, якщо поглянути на ці дестинації з точки зору туриста, то можна побачити класичне депресивне село, яке не має жодних привабливих атракцій. Більше того, самі назви сіл у пересічного туриста здатна викликати неоднозначні асоціації. Утім, на нашу думку, засобами гастротуризму можна забезпечити поступальний розвиток населених пунктів.

На основі проведення SWOT-аналізу (див. додаток А), було виділено головні перешкоди та можливості для розвитку дестинацій. Селам Каракурт і Табаки не вистачає нового бачення для вирішення проблем туристичного розвитку, тому нами було запропоновано план їх вирішення.

Отже, звернемо увагу на пріоритетні цілі реалізації сталого розвитку туризму у подібних сільських місцевостях.

Ціль 1: створення умов для відпочинку.

Природні можливості надають сприятливі умови для розвитку в селі екологічного туризму. Навіть у такій місцевості, де відсутні визначні історико-культурні пам'ятки та привабливі атракції, є варіанти як створити умови для ековідпочинку й розміщення туристів.

Ціль 2: розбудова та покращення туристичної інфраструктури.

Збільшення туристичного потоку сприятиме інвестиційній привабливості та покращенню інфраструктури. Часто можна зустріти приклади успішних дестинацій у депресивних регіонах, які навчились по максимуму використовувати свій потенціал, будувати туристичні зв'язки та створювати вдалі туристичні продукти.

Ціль 3: формування туристичного продукту.

Туризм має позитивний вплив на регіони, є потужним інструментом для розвитку місцевих спільнот. Він спроможний розвивати суміжні галузі, створювати потенціал для нових покращень. Розвиток туристичних продуктів надає можливість для посилення регіональних зв'язків.

Таким чином, для проєктування туру на засадах сталого розвитку туризму було обрано села Каракурт і Табаки Болградського району Одеської області, які мають усі ознаки депресивного населеного пункту. Проведений SWOT-аналіз

розвитку сіл дозволив виділити можливості та обмеження для туристичної діяльності у вказаній місцевості. Вважаємо, що гастрономічний туризм, орієнтований на цільову аудиторію бюджетних внутрішніх туристів, зможе надати нового імпульсу соціально-економічному розвитку населених пунктів

3.2. Розробка маршруту та програми обслуговування.

Для розробки маршруту гастрономічного туру було обрано дестинації Одеської області України, які мають широкий спектр гастрономічних туристичних атракцій і при цьому відповідають важливим вимогам безпеки туристичних подорожей в умовах діючого воєнного стану в державі.

Такий тур може бути цікавим для категорії бюджетних внутрішніх, забезпечити новий туристопотік до депресивних місцевостей та принести додаткові фінансові надходження туристичним підприємствам.

Пропонуємо назву для гастрономічного туру «Гастрономічний спадок Одещини».

Мета гастрономічного туру:

- познайомити учасників з місцевою гастрономічною культурою, історією і традиціями;
- надати можливість відчувати незвичні та оригінальні смаки, отримати нові емоції та враження;
- забезпечити учасникам цікавий і захоплюючий гастротуристичний досвід;
- сприяти розвитку сталого туризму в регіоні.

Основні завдання туру:

1. Ознайомлення з визначними гастрономічними об'єктами регіону, заглиблення в багатонаціональну історію та культуру;
2. Відвідування гастрономічних об'єктів та заходів з екскурсійним супроводом;
3. Набуття нового гастротуристичного досвіду шляхом участі в масових гастрономічних заходах, майстер-класах.

Таблиця 3.1.

Загальна характеристика туру

<i>Критерій</i>	<i>Опис</i>
Вид туру	Гастрономічний тур
Назва туру	Гастрономічний спадок Одещини
Вид пересування	Автобусно-пішохідний
Тривалість	4 дні, 3 ночі
Протяжність	237 км
Харчування	Сніданок, вечеря
Маршрут	Одеса – с. Каракурт – с. Табаки – Одеса
Кількість туристів	10-15

Під час реалізації програми туру відвідувачі матимуть змогу проїхати південною частиною Одеської області.

На основі маршрутизації атракційних пунктів проєктованої гастрономічної подорожі було запропоновано наступну схему маршруту:

1. Маршрут подорожі розпочнеться з міста Одеса. Початковим пунктом є залізничний вокзал, куди туристи прибудуть нічним потягом. В місті вони пробудуть два дні та дві ночі. Там їх чекає один з найвідоміших фестивалів Одещини – «Свято полуниці». Окрім дегустації полуниці, відвідувачі матимуть змогу прийняти участь у майстер-класах з приготування страв із полуниці та купити різноманітні її сорти. Для розширення уявлень про історію та культуру Одеси у туристів буде змога побувати на оглядовій екскурсії у центрі міста.

2. Наступною зупинкою стане село Каракурт Болградського району Одеської області. Тут передбачена коротка оглядова екскурсія, яка познайомить учасників з історією поселення. Туристи також стануть учасниками фестивалю національної албанської кухні, де зможуть продегустувати національні страви Албанії.

3. Черговий пункт маршруту – село Табаки Болградського району Одеської області. Тут компактно проживає болгарська громада. У селі під час екскурсії до фермерського господарства туристи познайомляться із місцевим сироварінням, а також зможуть продегустувати різні види сиру з коров'ячого, козячого й овечого молока, спробувати самотужки приготувати бринзу.

4. Маршрут подорожі завершується в місті Одеса.

Графічне відображення схеми туристичного маршруту представлено в додатку Б.

Отже, для реалізації запропоновано маршрут гастрономічного туру територією Одеської області України, який достатньо забезпечує рівень гастрономічної атрактивності, а також відповідає підвищеним вимогам безпеки в умовах воєнного часу. В перспективі його учасниками можуть стати бюджетні гастротуристи, які мають на меті одержати як можна більше вражень, обравши економний відпочинок.

Формування програмного обслуговування в туризмі полягає у розробленні та наданні комплексу послуг, що зможе гарантувати продуману рекреаційну діяльність туриста у рівному відношенні з його потребами та у відповідності до мети подорожування. Щодо програмного забезпечення, до нього відносять передусім обов'язкові послуги, які включені до складу туристичного пакету, а саме – транспортування, розміщення та харчування, також різні види програмних заходів, що орієнтуються на індивідуальні побажання й вподобання туристів (додаткові послуги). Усі послуги мають бути зафіксованими у програмі перебування туристів, що в свою чергу являє собою розписаний за днями та годинами перелік надання послуг.

При формуванні гастрономічного туру було підготовлено орієнтовний графік перебування туристів на маршруті.

Розглянемо програму тура «Гастрономічний спадок Одещини» більш детально у таблиці.

Таблиця 3.2.

Програма туру

День	Опис
День 1	07:00 – зустріч туристів і трансфер від залізничного вокзалу Одеси. 08:00-10:00 – заселення до готелю «RibasRoomsOdesa», сніданок. 11:00 -13:00 – оглядова екскурсія та майстер-клас у музеї шоколаду. 14:00-19:00 – вільний час. 19:00 – вечеря в ресторані «Фарширована риба». 20:00 – вільний час у місті.
День 2	08:30-09:00 – сніданок в ресторані «Benedikt». 09:30-11.30 – прогулянка історичним центром міста, оглядова екскурсія. 12:00-17:00 – участь у фестивалі «Свято полуниці». 18:00 – вечеря в ресторані «Дача». 19:00 – вільний час.
День 3	08:00 – сніданок, виселення з готелю, виїзд до села Каракурт. 11:00-12:00 – коротка оглядова екскурсія (знайомство з історією села). 12:00-17:00 – участь у гастрономічному фестивалі «Українська Албанія». 18:00-18:30 – трансфер до готелю «Інзов», вечеря у готелі.
День 4	09:00 – сніданок у готелі, виселення, трансфер до села Табаки. 11:00-14:00 – екскурсія до сироварні, майстер-класи з приготування бринзи, дегустація. 15:00 – трансфер до вокзалу в Одесі.

Таким чином, проєктований гастрономічний тур дозволяє раціонально поєднати гастрономічну та культурно-пізнавальну програми. Розроблені маршрут і програма туру є оптимальними, збалансованими й враховують ресурсні та інфраструктурні можливості DESTINACIY, дозволяють реалізувати цікавий та незабутній туристичний досвід для туристів.

3.4. Фінансово-економічне обґрунтування туру.

Одним із важливих етапів у процесі формування проєкту туру є фінансово-економічне обґрунтування туристичних послуг. Фінансово-економічне обґрунтування дозволяє передбачити можливі доходи та витрати, які допомагають реалізувати подорож із бажаним прибутком. Для економічного аналізу потрібно розрахувати витрати на послуги, які являються необхідними для здійснення подорожі. Встановлення ціни на тур є обов'язковою частиною для оптимальної роботи туристичної фірми.

На ціноутворення впливають маркетингова стратегія, розвиненість ринку туристичних послуг, попит. Ціна зазвичай коливається в залежності від класу обслуговування, виду подорожі та сезону. Найбільше на ціну впливають послуги в турі, спрямовані на задоволення потреб туристів.

Для розрахунку вартості туру скористаємося наступною формулою:

$$W = \frac{C + D + П + Н + З + K}{Ч + Р},$$

Де W – це вартість туристичного пакета з розрахунку на одного туриста.

C – вартість основних послуг, що вказані в турі.

D – вартість додаткових послуг, які можуть бути включені до програми по бажанню туриста.

П – податки та інші обов'язкові сплати.

Н – прибуток для туристичного оператора.

З – знижки, які можуть бути надані туроператором на окремі види послуг.

K – комісійна винагорода турагента.

Ч – число туристів.

Р – кількість осіб, котрі супроводжують групу за даним маршрутом.

Щоб визначитись з ціною туру, ми не будемо брати до уваги такі показники як: З, K.

Послуги, які надаються в турі «Гастрономічний спадок Одещини»:

- оренда мікро-автобуса Mercedes Sprinter, який розрахований на 18 людей. Оренда – 9,5 грн./км;

- бронювання екскурсії у музеї шоколаду – 250 грн./квиток;
- послуги розміщення, готелі «RibasRoomsOdesa», «Інзов». Послуга включає оренду двомісного номеру. Сніданок у вигляді шведського столу. Включений у вартість туру;
- послуги гіда: керування групою –2000 грн./день.

Таблиця 3.4.1

Витрати на послуги розміщення під час туру

№	Місце	Вартість проживання, грн. (доба)	
		Готель «RibasRoomsOdesa»	Готель «Інзов»
1	Одеса	950	
2	Табаки		800

Під час першої зупинки у місті Одеса передбачено розміщення у готелі «RibasRoomsOdesa». Вартість розміщення за добу у даному готелі складає 950 грн., за дві доби – 1900 грн. Наступний пункт – село Табаки, готель «Інзов». Вартість розміщення у даному готелі за добу складає 800 грн.

Таблиця 3.4.2

Витрати на послуги перевезення під час туру

№	Вид транспорту	Вартість перевезення за 1км у грн.
1	мікроавтобус	9,5

При реалізації запропонованого туру буде раціонально використати транспортний засіб, який під час всієї подорожі буде належати туристичній групі, аби туристи постійно могли комфортно переміщуватися до потрібних їм об'єктів дестинацій. Вартість перевезення обійдеться приблизно в 2250 грн. на день (тобто 10 тис. грн. разом).

Таблиця 3.4.3.

Компоненти ціноутворення туру

Основні послуги	Вартість
2 ночі в готелі«RibasRoomsOdesa».	1900*15 (28500) грн.
1 ніч в готелі «Ізнов».	800*15 (12000) грн.
Транспортне обслуговування по всьому маршруту комфортабельним мікроавтобусом зі зручностями: кондиціонер, мультимедійна система, телевізор.	10000 грн.
Вхідний квиток в туристичний об'єкт.	250*15 (3750) грн.
Послуги гіда	8000 грн.

Отже, вартість набору послуг в запропонованому турі на групу з 15 людей становить 62250 грн., із урахуванням прибутку туроператора, податкових зборів і сплат – 87150 грн., тобто 5810 грн. на одну особу.

Розроблений тур «Гастрономічний спадок Одещини» орієнтується на використання гастрономії південного регіону України. Одещина приваблює туристів своїми традиціями, кухнею, та атмосферою, тож на сьогодні гастрономічні тури тут користуються досить великою популярністю. Представлений гастрономічний тур включає в себе тематичні дегустації, фестивалі, ознайомлення з процесом виготовлення продуктів харчування. Тур має продуманий маршрут і також програму перебування, є економічно обґрунтованим, тому цілком може бути привабливим для споживачів й придатним для реалізації на туристичному ринку.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження можна зробити наступні висновки.

1. Зміст поняття «гастрономічний туризм» є недостатньо окресленим у науковій літературі. Сьогодні для позначення його змісту поширені наступні синонімічні поняття – «кулінарний туризм», «харчовий туризм», «винно-гастрономічний туризм», «гурманський туризм».

2. На основі визначення специфічних ознак гастрономічних подорожей було запропоновано наступне визначення. Гастрономічний туризм – це подорожі в певні дестинації з метою ознайомлення з культурою, історією, кулінарними традиціями народів через смакові відчуття.

3. Враховуючи широкий спектр напрямів гастротуризму, він може бути привабливим для різних категорій споживачів. Серед найпоширеніших видів туризму за об'єктами інтересу виділяють – етнічний, винний, кавовий, сирний, фруктовий. Гастрономічний туризм класифікують також за регіонами: Європейський, Азійсько-Тихоокеанський, Африканський, Американський.

4. Як ресурсну та матеріально-технічну базу гастротуризму розглядають комплекс об'єктів, послуг, продуктів і можливостей, які запропоновані туристам у межах туру. Серед них ресторани, кав'ярні, винні погреби, фермерські ринки, екскурсії на сільськогосподарські господарства, кулінарні майстер-класи, іншими словами те, що дає змогу туристам ознайомитися з місцевою кухнею та культурою через їжу. Наявність значної рекреаційно-ресурсної бази є способом привернути увагу гастрономічних туристів до певної дестинації, що відома своєю особливою кулінарною спадщиною, а правильне функціонування матеріально-технічної бази має закласти належні умови для створення вражень.

5. Низка переваг в створенні та організації гастрономічних подорожей перетворює їх на один з найперспективніших різновидів туризму. Ці

подорожі можливі до будь-яких регіонів, вони не мають сезонних обмежень, дозволяють більш ефективно впливати на формування туристських вражень.

6. Впровадження концепції сталого розвитку в гастрономічний туризм сприятиме розвитку економіки держави, збереженню історичної та культурної спадщини регіонів, розбудові туристичної інфраструктури, залученню туристів до нових DESTINATION.

7. Формування гастрономічних турів має свою специфіку, пов'язану з особливостями ресурсної та матеріально-технічної бази подібних подорожей, розробкою маршрутів та складанням програми перебування туристів. Їх відмінності багато в чому визначаються цільовою аудиторією різних видів гастрономічних турів. При розробці гастрономічного туру головним завданням для організаторів стає об'єднання культурно-пізнавальної програми та кулінарних традицій в одному продукті.

8. В Україні є значний потенціал розвитку гастрономічного туризму. Особливо помітно на територіях, де сформувалася оригінальна кулінарна традиція, існує велике розмаїття національних страв і продуктів, цікавих для шукачів нових гастрономічних вражень, які бажають краще познайомитися з культурою країни або регіону. Тож Україна має чимало шансів стати провідною країною в Європі з розвинутою системою гастрономічного туризму, що буде здатна створити значні економічні та соціальні блага для учасників туристичного ринку. Для цього необхідно вирішити низку організаційних та управлінських проблем у розвитку туристичної галузі. Зокрема, слід розробити спеціалізовані продукти в сфері гастротуризму.

9. Одещина приваблює туристів своїми традиціями, кухнею, локальною атмосферою, тож на сьогодні гастротури тут користуються досить великою популярністю. Збереження кулінарної спадщини заохочуватиме продовження традиційних рецептів та способів приготування їжі, що дасть змогу зберегти гастрономічну спадщину Одеського регіону. Засоби гастрономічного туризму можуть посприяти відродженню депресивних населених пунктів, надати нового імпульсу їх соціально-економічному розвитку.

10. Розроблений тур «Гастрономічний спадок Одещини» орієнтується на використання гастрономії південного регіону України. Представлений гастрономічний тур, розрахований на бюджетних туристів, включає в себе тематичні дегустації, фестивалі, ознайомлення з процесом виготовлення продуктів харчування. Тур має продуманий маршрут та насичену програму перебування, він є економічно обґрунтованим, тому може бути привабливим для споживачів й придатним для реалізації на туристичному ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. *Наукові праці НУХТ*. 2012. № 45. С. 128-132.
2. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики. Монографія. За наук. ред. Д. І. Басюк. Вінниця: ПП ТД «Едельвейс і К», 2017. 316 с.
3. Гастрономічний туризм: поняття та особливості. URL: <https://tourkazka.com/hastronomichnyy-turyzm-ponyattya-ta-osoblyvosti/>
4. Географія Одеської області. URL: <https://surl.li/jvcokc>
5. Готель «Золота Пáva». URL: <https://hotels24.ua/uk/Berehove/Hotel-Zolota-Pava-2847.html>
6. Готельно-ресторанний комплекс «New Continent». URL: <https://new-continent.com.ua>
7. Грідін О.В., Заїка С.О. Інноваційний розвиток туристичної сфери України: стан, проблеми, перспективи. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі*: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. URL: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/15534/1/AKTUAL_NI_%20PROBLEMY_HOSTYNNOSTI_22-261-262.pdf
8. Громадські спілки "Асоціація сприяння розвитку винного та гастрономічного туризму в Україні". URL: <http://awgt.nuft.edu.ua/page/view/statut>
9. Данилов-Данильян В.И. Устойчивое развитие: теоретико-методологический анализ). *Экономика и математические методы*. 2003. Т. 39. №2. С. 123-135.
10. Дороги вина і смаку Закарпаття. URL: <https://tuca.com.ua/дорога-вина-та-смаку-у-закарпатті/>
11. Зінько Ю. Збереження і сталий розвиток Карпат: навчальний посібник зі сталого туризму / Зінько Ю., Рутинський М., Кудла Н. К., 2008. 60 с.

12. Корнілова В.В., Корнілова Н.В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. *Ефективна економіка*. 2018. №2. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kornilova.htm
13. Кукліна Т. С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України. URL: <http://www.sworld.com.ua/konfer30/682.pdf>. Заголовок з титулу екрану.
14. Методы обоснования программ устойчивого развития сельских территорий: монография / под ред. В.И. Фролова. СПб. гос. архит.-строит. ун-т., 2011. 464 с.
15. Мірзодаєва Т. В., Батиченко С. П., Батун В. Є. Вітчизняна практика розвитку гастрономічного туризму. *Часопис картографії*. 2019. С. 100-110. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/7221dd02-21f5-4a1e-8105-8bfeb3b507c7/content>
16. Новикова В.І. Ресурсно-рекреаційна база для гастрономічних подорожей. *Рекреаційні ресурси та послуги гостинності в регіонах України*: мат-ли IV Всеукр. інтернет-конф. URL: <http://eprints.cdu.edu.ua/1888/1/zbirthnik%202.pdf>
17. Офіційний сайт Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму. URL: <http://www.worldfoodtravel.org>.
18. Павліха Н.В., Цимбалюк І.О., Савчук А.Ю. Сталий розвиток туризму та рекреації: сучасні виклики й перспективи для України: монографія. Луцьк: Вежа-Друк, 2022. 211 с.
19. Патійчук В.О. Особливості організації гастрономічних турів. *Рекреаційно-туристичний потенціал регіонів України: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку*: Матеріали I Всеукр. науково-практ. Інтернет-конф. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/patijchuk.htm
20. Статистична служба України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
21. Стратегія розвитку туризму і курортів до 2026 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text>

22. Туристичні послуги і туроператорська діяльність: конспект лекцій для студентів денної та заочної форми навчання / Упорядники: С.М. Калініченко, С.О. Заїка. Харків: ДБТУ, 2023 108 с.
23. Фесенко Г. О. Гастротуризм як актуальний тренд сучасного розвитку сфери туризму в Україні. *Ефективна економіка*. 2021. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2021/202.pdf
24. Яхно Т. П., Мартинюк У. А. Перспективні напрями розвитку вітчизняного гастротуризму в умовах євроінтеграції. *Регіональна економіка*. 2020. №4 (98). С. 125-130.
25. Hall, M.C., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., Cambourne, B., Food tourism around the world: development, management and markets. Butterworth Heinemann: Elsevier, 2003.
26. Huklyvyi. URL: <https://woodhotel.com.ua/huklyvyi>
27. Making Tourism More Sustainable. A Guide for Policy Makers, UNEP and UNWTO. URL: <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>.
28. The world economic forum [Електронний ресурс]. URL: <https://www.weforum.org/>. Заголовок з екрану.
29. Zaika S.O., Kharchevnikova L.S. The role of innovations in the development of tourism. *Глобалізація та розвиток інноваційних систем: тенденції, виклики, перспективи*: матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф.
30. Zaika S.O. Main factors of sustainable enterprise development. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством*: Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної конференції.

ДОДАТОК А

Матриця SWOT-аналізу туристичних дестинацій

	Сильні сторони	Слабкі сторони
Можливості	Вдале географічне розташування та високій потенціал складових сприяють подальшому розвитку. Необхідні залучення інвестицій як з боку держави, так і з боку приватного капіталу.	Досить великий перелік напрямків діяльності в регіоні дає простір для впровадження інвестиційних проектів різних напрямків (транспортних, виробничих, будівельних, туристичних галузей), але його низька розвиненість та занедбаність можуть стати критичними.
Загрози	Занепад деяких складових, таких, як агропромисловий комплекс, науково-дослідницька структура, дорожня інфраструктура може призвести до незбалансованого розвитку та неефективного використання наявних ресурсів.	Нерівномірність розвитку складових господарського комплексу регіону, відсутність підтримки на законодавчому рівні збалансованого розвитку може призвести до нових проблем економіко-екологічного та соціального характеру.

ДОДАТОК Б

Схема маршруту гастрономічного туру



