


**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ МАРІУПОЛЬСЬКИЙ  
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ  
УПРАВЛІННЯ КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ ТА ТУРИЗМУ**

До захисту допустити:  
Завідувач кафедри

д.е.н., професор \_\_\_\_\_ 

Балабаниць А.В.

(підпис)

(ПІБ завідувача кафедри)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**«СТАН ТА МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО  
ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ»**

Кваліфікаційна робота здобувача  
вищої освіти першого  
(бакалаврського) рівня вищої  
освіти освітньо-професійної  
програми 242

«Туризм і рекреація» Бурмістрова В.А

(прізвище, ім'я, по батькові здобувача вищої освіти)

Науковий керівник:

Аракелова І.О., к.е.н., доцент кафедри  
маркетингу та туризму

(прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання.)

Рецензент:

Чернишов О.Ю. к.е.н., доцент, доцент  
кафедри економіки та  
бізнестехнологій, Національний  
авіаційний університет

Кваліфікаційна робота захищена  
з оцінкою добре

Секретар ЕК \_\_\_\_\_ 

«\_17» червень 2024\_ р.

Київ - 2024 рік

**МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ**  
**КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ ТА ТУРИЗМУ**

Освітній ступінь «Бакалавр»

Шифр та назва спеціальності 242 – Туризм і рекреація

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри д.е.н., професор  
(науковий ступінь, вчене звання)



Балабаниць А.В.

(ПП завідувача кафедри)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 р.

**ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ**

Бурмістрової Вероніки Андріївни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Стан та можливості розвитку гастрономічного туризму в Україні

Керівник роботи Аракелова Інна олександрівна, к.е.н., доцент,  
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом Маріупольського державного університету від «16» лютого 2024 року № 30

2. Строк подання студентом роботи 11.05.2024 р.

3. Вихідні дані до роботи (мета, об'єкт, предмет)

**Метою кваліфікаційної роботи є** дослідження поточного стану гастрономічного туризму в Україні та в світі, визначення його основних характеристик, особливостей, тенденцій розвитку та визначення можливостей його подальшого розвитку.

**Об'єктом дослідження є** теоретичні та практичні аспекти розвитку гастрономічного туризму, як складової туристичної індустрії.

**Предметом дослідження** гастрономічний туризм, як напрям розвитку туристичної індустрії та використання його основних тенденцій в діяльності ТОВ «СкайТревел»

4. Зміст роботи (перелік питань, які потрібно розробити)

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Основні концепції та підходи до визначення гастрономічного туризму 1.2.

Історія та особливості становлення гастротуризму в різних регіонах світу

1.3. Вплив гастрономічного туризму на розвиток туристичної індустрії країни

Висновки до розділу 1

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Аналіз особливостей розвитку гастрономічного туризму в Україні

2.2. Дослідження діяльності ТОВ «Скай Тревел» як суб'єкту туристичного ринку

2.3. Оцінка ступеня використання гастрономічного туризму в діяльності досліджуваного підприємства

Висновки до розділу 2

## РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ ГАСТРОНОМІЧНИХ ТУРІВ ДЛЯ ТОВ «СКАЙ ТРЕВЕЛ»







3.1. Шляхи розвитку гастрономічного туризму в Україні

3.2. Розробка нового гастрономічного туру по Україні

Висновки до розділу 3

## ВИСНОВКИ

### 4. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Аракелова І.О. - кандидат економічних наук, доцент	 11.03.2024	05.04.2024 
2	Аракелова І.О. - кандидат економічних наук, доцент	 09.04.2024	22.04.2024 
3	Аракелова І.О. - кандидат економічних наук, доцент	23.04.2024 	02.05.2024 

5. Дата видачі завдання 19.02.2024

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір теми кваліфікаційної роботи	до 19.02.2024	виконано
2	Затвердження теми кваліфікаційної роботи та наукового керівника	19.02.2024	виконано
3	Консультація з науковим керівником	Постійно	виконано
4	Робота з науковою літературою. Визначення плану кваліфікаційної роботи	до 19.02.2024	виконано
5	Переддипломна практика	19.02.2024-08.03.2024	виконано
6	Робота над теоретичною частиною кваліфікаційної роботи	11.03.2024-05.04.2024	виконано
7	Подання на перевірку теоретичної частини кваліфікаційної роботи науковому керівнику	До 08.04.2024	виконано
8	Робота над аналітичною частиною кваліфікаційної роботи	08.04.2024-22.04.2024	виконано
9	Подання на перевірку аналітичної частини кваліфікаційної роботи науковому керівнику	До 22.04.2024	виконано
10	Робота над рекомендаційною частиною кваліфікаційної роботи	23.04.2024-03.05.2023	виконано
11	Подання на перевірку рекомендаційної частини кваліфікаційної роботи науковому керівнику	до 06.05.2024	виконано
12	Попередній захист кваліфікаційної роботи		виконано
13	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру	до 11.05.2024	виконано
14	Захист кваліфікаційної роботи	17.06.2024 – 18.06.2024	виконано

Здобувач

  
 ( підпис )

Бурмістрова В.А.  
 (прізвище та ініціали)

Науковий керівник роботи

  
 ( підпис )

Аракелова І.О.  
 (прізвище та ніціали)

## ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ .....	3
1.1. Основні концепції та підходи до визначення гастрономічного туризму.....	9
1.2. Історія та особливості становлення гастротуризму в різних регіонах світу .....	20
1.3. Вплив гастрономічного туризму на розвиток туристичної індустрії України.....	29
Висновки до розділу 1 .....	38
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ .....	40
2.1. Аналіз особливостей розвитку гастрономічного туризму в Україні....	40
2.2. Дослідження діяльності ТОВ «Скай Тревел» як суб'єкту туристичного ринку .....	46
2.3. Оцінка ступеня використання гастрономічного туризму в діяльності досліджуваного підприємства .....	56
Висновки до розділу 2 .....	62
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ ГАСТРОНОМІЧНИХ ТУРІВ ДЛЯ ТОВ «СКАЙ ТРЕВЕЛ» .....	60
3.1. Шляхи розвитку гастрономічного туризму в Україні.....	65
3.2. Розробка нового гастрономічного туру по Україні.....	71
Висновки до розділу 3 .....	81
ВИСНОВКИ.....	83
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	82



## ВСТУП

Актуальність дослідження. Гастрономічний туризм стає все більш популярним напрямком у світі подорожей, пропонуючи унікальний спосіб дослідження культур через їх кулінарні традиції. Це явище не тільки дозволяє мандрівникам насолоджуватися автентичними стравами та напоями, але й сприяє глибшому розумінню культурних особливостей різних народів. Гастрономічний туризм стає важливим інструментом для збереження національної ідентичності, адже через кухню можна передати історію, звичаї та традиції народу. Наприклад, багато країн використовують свої кулінарні особливості як важливий елемент культурного бренду, що приваблює туристів з усього світу.

Одним з ключових аспектів гастрономічного туризму є його здатність просувати місцеві продукти і підтримувати регіональні економіки. Кулінарні фестивалі, майстер-класи з приготування національних страв, дегустаційні тури по виноградниках або фермах дозволяють туристам не тільки скуштувати унікальні продукти, але й дізнатися про процес їх виготовлення, історію та культурний контекст. Це сприяє розвитку малого та середнього бізнесу, стимулюючи виробництво локальних продуктів та створюючи нові робочі місця.

Гастрономічний туризм також сприяє культурному обміну між народами, адже через спільне харчування та обговорення кулінарних традицій виникає можливість для взаємного розуміння та поваги. Мандрівники можуть перейняти кулінарні техніки, рецепти та ідеї, які вони можуть застосувати вдома, розширюючи тим самим культурні горизонти своїх країн. Це створює позитивний вплив на суспільство, адже збагачення культурного досвіду веде до більш толерантного та відкритого суспільства.

Вивчення гастрономічного туризму дозволяє оцінити його вплив на економіку, культуру та суспільство. Аналіз економічних аспектів показує, що

цей вид туризму може стати значним джерелом доходу для регіонів, сприяючи розвитку туристичної інфраструктури і підвищенню привабливості місцевих громад. Крім того, дослідження культурного впливу гастрономічного туризму показує, що він може сприяти збереженню і відродженню традиційних рецептів, кулінарних технік та гастрономічних практик, які могли б бути забуті без інтересу туристів.

Теоретичним підґрунтям для дослідження послуговували праці таких авторів, як В. Антоненко, В. Басова, А. Голод, Д.І. Басюк, В. Глушко, М.Ф., які аналізували різні елементи гастрономічного туризму, його розвиток та вплив на суспільно-економічні структури. В. Басова досліджував роль гастрономічного туризму у збереженні культурної спадщини та його економічний потенціал. А. Голод зосереджувався на впливі гастрономічного туризму на регіональний розвиток, підкреслюючи значення локальних продуктів та кулінарних традицій. Басюк, В. вивчав соціокультурні аспекти гастрономічного туризму, акцентуючи увагу на міжкультурному обміні та взаємодії через гастрономію.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження поточного стану гастрономічного туризму в Україні та в світі, визначення його основних характеристик, особливостей, тенденцій розвитку та визначення можливостей його подальшого розвитку.

Об'єктом дослідження є теоретичні та практичні аспекти розвитку гастрономічного туризму, як складової туристичної індустрії.

Предметом дослідження гастрономічний туризм, як напрям розвитку туристичної індустрії та використання його основних тенденцій в діяльності ТОВ «СкайТревел»

Для досягнення поставленої мети потрібно вирішити низку завдань:

- проаналізувати основні тенденції та напрямки розвитку гастрономічного туризму в світі та Україні;



- вивчити вплив гастрономічного туризму на економіку і культуру різних країн;
- розглянути можливості і методи просування гастрономічного туризму на прикладі успішних регіонів;
- дослідити діяльність ТОВ «СкайТревел», як суб'єкту туристичного ринку;
- розробити рекомендації для ефективної інтеграції гастрономічного туризму у загальну стратегію розвитку туристичної галузі.

Методи дослідження. У процесі роботи використовувалися як теоретичні методи (аналіз наукової літератури, статистичний аналіз), так і емпіричні методи (анкетування, інтерв'ювання, кейс-стаді), які дозволили здобути глибше розуміння ролі гастрономічного туризму у глобальному культурному та економічному контексті.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, восьми параграфів, висновку та списку літератури українською мовою.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ**

### **1.1. Основні концепції та підходи до визначення гастрономічного туризму**

Гастрономічний туризм, або кулінарний туризм, - це сфера туризму, яка набуває все більшої популярності в сучасному світі. Цей вид туризму базується на вивченні культури та історії через місцеву кухню, їжу та напої, а також включає в себе участь у кулінарних заходах, дегустацію страв і вин, відвідування кулінарних місць та знайомство з процесом виробництва їжі. Гастрономічний туризм можна розглядати з різних наукових підходів, таких як культурологічний, антропологічний, економічний та психологічний.

Культурологічний підхід розглядає гастрономічний туризм як форму культурного туризму, де їжа виступає як ключовий елемент пізнання традицій та цінностей відвідуваного місця. Цей підхід дозволяє розглядати кулінарні традиції як важливу частину національної та регіональної культури, що привертає туристів [14, с. 66].

Економічний підхід розглядає гастрономічний туризм як сектор економіки, що генерує доходи, стимулює розвиток місцевих громад та створює робочі місця. Цей аспект особливо важливий для регіонів, де гастрономічний туризм є ключовим напрямком розвитку туристичної індустрії.

Психологічний підхід досліджує мотивації та очікування гастрономічних туристів, їхні емоції та враження від подорожей. Він вивчає, які фактори впливають на вибір кулінарних маршрутів, які емоції викликають відвідування ресторанів та кулінарних заходів, а також які очікування мають туристи від гастрономічного туризму.

На практиці гастрономічний туризм включає в себе різноманітні активності та події. Дегустація їжі та напоїв є основним елементом, який дозволяє туристам спробувати автентичні страви та вина регіону.

Відвідування кулінарних місць, таких як ресторани, кафе, ринки, виноробні та пивоварні, дозволяє пізнати різноманітність кулінарних пропозицій. Участь у кулінарних заходах, таких як майстер-класи з приготування страв, фестивалі та кулінарні шоу, створює можливості для активної взаємодії та вивчення нових кулінарних традицій.

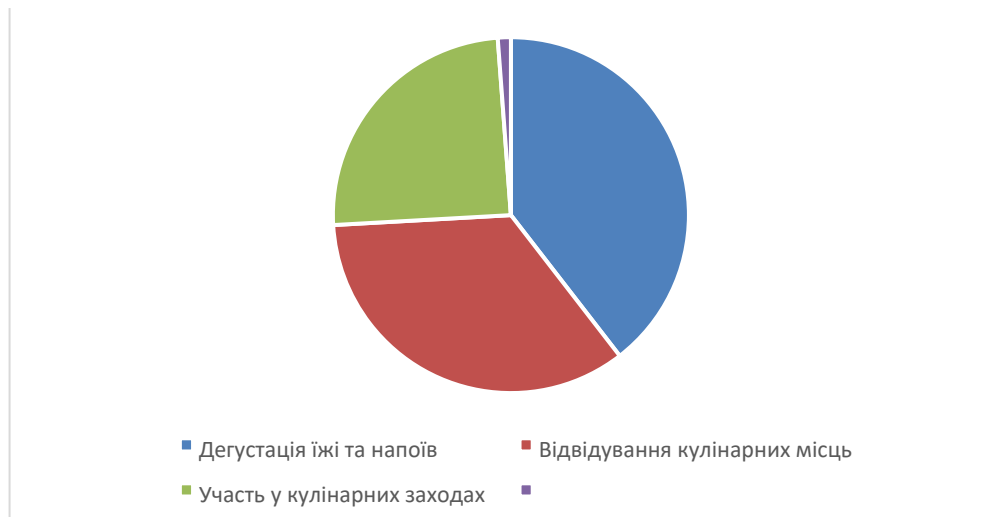


Рис. 1.1 Активності гастрономічного туризму

Ознайомлення з процесом виробництва їжі є ще одним важливим аспектом гастрономічного туризму. Відвідування ферм, заводів з переробки продуктів харчування та інших місць, де виготовляються місцеві продукти, дозволяє туристам отримати унікальне уявлення про те, як виробляється та збирається їжа.

Крім того, гастрономічний туризм сприяє зближенню з місцевою культурою та історією. Через їжу та кулінарні традиції туристи отримують можливість краще зрозуміти місцеве населення, його цінності та спосіб життя. З погляду теорії розвитку гастрономічного туризму важливо розглянути такі концепції, як теорія автентичності, яка досліджує поняття «справжності» кулінарних вражень для туристів, теорія конструювання місця, що вивчає процес формування місць призначення як гастрономічних дестинацій, теорія мереж, що аналізує взаємодію акторів гастрономічного туризму, та теорія

стійкості, що вивчає вплив гастрономічного туризму на навколишнє середовище та місцеві громади [3, с. 132].

Загалом, гастрономічний туризм виступає як важлива галузь туристичної індустрії, яка поєднує в собі елементи культурного пізнання, розвитку економіки та активного відпочинку. Цей вид туризму не лише збагачує культурний досвід туристів, а й сприяє розвитку місцевих громад та підтримці традиційного способу життя.

У сучасному світі гастрономічний туризм (гастротуризм) стає дедалі популярнішим видом відпочинку. Мандрівники прагнуть не лише побачити визначні пам'ятки та познайомитися з культурою нових місць, але й скуштувати їхню автентичну кухню. Це явище є частиною глобального тренду, коли туристи все більше цінують не тільки зовнішні аспекти подорожі, а й глибоко вбудовані культурні та гастрономічні взаємозв'язки. Гастрономічні враження стають важливим аспектом подорожі, що відкриває нові можливості для розвитку туристичної галузі та сприяє культурному обміну.

Їжа є не лише елементарною біологічною потребою, але й ключовим аспектом культури та ідентичності народу. Кожна кухня відображає історію, традиції, вірування та цінності певного народу чи регіону. Спробувавши місцеві страви, турист має можливість отримати глибше розуміння культури та способу життя місцевого населення. Гастрономічні тури дозволяють не лише скуштувати нові страви, але й брати участь у кулінарних майстер-класах, фестивалях та інших заходах, що сприяють культурному обміну та взаєморозумінню між людьми з різних країн.

Одним із головних мотивів для подорожей багатьох туристів є саме гастрономія. Вони прагнуть відвідати місця, де можна скуштувати унікальні страви, які неможливо знайти вдома або які стали символом певної культури. Такі страви не лише задовольняють голод, а й створюють пам'ятні враження та змушують туристів знову й знову повертатися до цих місць [18, с. 175].

Гастрономічна культура є ключовим фактором туристичної привабливості для багатьох країн та регіонів. Наприклад, Франція відома своєю вишуканою кухнею, що включає у себе широкий асортимент сиру, вина, м'ясних страв та випічки. Французька кухня є символом елегантності та смаку, що приваблює багатьох гурманів. Італійська кухня, зокрема, відома своєю піцою, пастою та морозивом гел'ято, що стали популярними у всьому світі. Таїландська кухня славиться своїми гострими та ароматними стравами, де основними складовими є рис, морепродукти та ароматні спеції. Українська кухня, з своїми борщами, варениками, салатами та виносними стравами, також має свою власну неповторну палітру смаків, яка приваблює туристів з усього світу.

Гастрономічний туризм це сучасний і динамічний сегмент туристичної індустрії, що набуває все більшої популярності серед подорожуючих. Цей вид туризму базується на експериментах з смаками, вивченні культурних традицій та взаємодії з місцевими продуктами і кухнею. Розглянемо різноманітні формати гастрономічного туризму, які надають туристам можливість насолоджуватися аутентичними кулінарними досвідами у різних куточках світу.

Перший формат - ресторани високої кухні. Це елітні заклади, де пропонуються вишукані страви, приготовані з добірних інгредієнтів талановитими шеф-кухарями. Такі ресторани славляться своєю елегантною атмосферою та високим рівнем обслуговування. Серед найвідоміших прикладів можна відзначити Michelin-зіркові ресторани, де кожна страву стає справжнім шедевром смаку та представляє собою гармонійне поєднання текстур та ароматів.

Другий формат - тематичні ресторани. Вони пропонують не лише страви певної кухні, але й автентичну атмосферу, що переносить гостей у певну країну, регіон або навіть епоху. Тут відбуваються тематичні вечори, де кожен детально продуманий елемент створює унікальний настрій. Прикладами таких

ресторанів є заклади італійської кухні зі своїми бездоганними пастами та піццями, ресторани в стилі Середньовіччя з екзотичними стравами або навіть ресторани з роботами-офіціантами, які додатково підсилюють ефект [5, с. 47].

Третій формат - дегустаційні тури. Це унікальна можливість відвідати виноробні заводи, пивоварні, сироварні, шоколадні фабрики тощо, де туристи можуть не лише оглянути процес виробництва, але й спробувати продукцію з рук власників чи майстрів. Такі тури зазвичай включають дегустаційні сесії, де можна оцінити якість і смак місцевих продуктів. Прикладами є винні тури по Тоскани, дегустації пива в Чехії чи шоколадні тури в Бельгії, де гості можуть побачити і скуштувати найкращі зразки цих продуктів.

Таблиця 1.1

## Різноманіття форматів гастрономічного туризму

Формат	Опис	Приклади
Ресторани високої кухні	Вишукані страви, приготовані з добірних інгредієнтів талановитими шеф-кухарями, елегантна атмосфера, високий рівень обслуговування.	Michelin-зіркові ресторани, авторські ресторани відомих шеф-кухарів
Тематичні ресторани	Кухня певної країни, регіону або епохи, автентична атмосфера, тематичні розваги.	Ресторани італійської кухні, ресторани в стилі Середньовіччя, ресторани з роботами-офіціантами
Дегустаційні тури	Відвідування виноробних заводів, пивоварень, сироварень, шоколадної фабрики з дегустацією продукції та екскурсіями по виробництву.	Винні тури Тоскани, дегустація пива в Чехії, шоколадні тури в Бельгії
Кулінарні майстер-класи	Навчання приготування традиційних страв під керівництвом досвідченого кухаря, можливість спробувати власні кулінарні шедеври.	Майстер-класи з приготування пасти, уроки тайської кухні, пекарські майстер-класи

Гастрономічні фестивалі	Святкування їжі та напоїв певного регіону або країни з дегустаціями, конкурсами, концертами та іншими розвагами.	Октоберфест в Мюнхені, фестиваль вуличної їжі в Бангкоку, фестиваль шоколаду в Брюсселі
Вулична їжа	Спробувати автентичні страви місцевої кухні за доступними цінами в невимушеній атмосфері.	Фалафель в Єгипті, тако в Мексиці, булочки бао в Китаї

Продовження таблиці 1.1

Гастрономічні тури на велосипедах	Поєднання екскурсій по мальовничих місцях та дегустація місцевих продуктів.	Велосипедні тури по виноградниках Тоскани, велоподорожі по Провансу з дегустацією сирів
Гастрономічні круїзи	Подорож на кораблі з відвідуванням портів, дегустаціями місцевих страв та екскурсіями.	Річкові круїзи по Європі з дегустаціями вин, гастрономічні круїзи по Карибському морю

Четвертий формат - кулінарні майстер-класи. Це навчання приготування традиційних страв під керівництвом досвідченого кухаря. Туристи отримують можливість не лише спостерігати за процесом приготування, але й самі брати участь у створенні кулінарних шедеврів. Такі майстер-класи можуть бути різноманітні, від уроків тайської кухні до пекарських майстер-класів з виготовлення французьких багетів [1, с. 233].

П'ятий формат - гастрономічні фестивалі. Це святкування їжі та напоїв певного регіону або країни. Тут можна спробувати різноманітні страви та напої, взяти участь у дегустаціях, конкурсах, відвідати майстер-класи та насолоджуватися музичними виступами та іншими розвагами. Прикладами є відомий Октоберфест у Мюнхені, фестиваль вуличної їжі в Бангкоку або фестиваль шоколаду в Брюсселі, де можна насолоджуватися широким вибором десертів.

Шостий формат - вулична їжа. Це можливість спробувати автентичні страви місцевої кухні за доступними цінами в невимушеній атмосфері вуличних ринків та кафе. Такі місця часто вважаються справжнім джерелом

кулінарних відкриттів, де можна сміливо експериментувати з новими смаками. Прикладами такої вуличної кухні є фалафель в Єгипті, тако в Мексиці, булочки бао в Китаї та багато інших.

Сьомий формат - гастрономічні тури на велосипедах. Це поєднання активного відпочинку та кулінарних насолод. Туристи мають можливість під час велосипедних екскурсій відвідати мальовничі місця, смакувати місцеві продукти та дізнаватися про їх виробництво. Прикладами таких турів є велосипедні тури по виноградниках Тоскани, велоподорозжі по Провансу з дегустацією сирів чи інші кулінарні маршрути.

Восьмий формат - гастрономічні круїзи. Це подорожі на кораблі з відвідуванням різних портів, де гостям пропонується дегустувати місцеві страви та напої, відвідувати місцеві ринки та кулінарні заклади. Такі круїзи дозволяють насолоджуватися не лише кулінарними враженнями, але й відкривати для себе нові культурні аспекти різних регіонів. Прикладами є річкові круїзи по Європі з дегустаціями вин, гастрономічні круїзи по Карибському морю, де гості можуть насолоджуватися морськими делікатесами.

Гастрономічний туризм є важливою галуззю сучасної індустрії подорожей, яка сприяє зближенню культур, розвитку місцевих економік та підтримці традиційного гастрономічного досвіду. Він відкриває нові можливості для туристів досліджувати світ через смаки, а також сприяє збагаченню культурного обміну та взаєморозумінню між народами.

Гастрономічний туризм є важливим аспектом сучасної туристичної індустрії, який зосереджується на дослідженні кулінарних традицій та дегустації місцевих страв. Цей напрямок туризму набуває все більшої популярності, оскільки сприяє більш глибокому відчуттю інших культур та співпраці між країнами.

Психологія туризму вивчає вплив різних аспектів подорожей на психіку та емоційний стан туристів. Вплив гастрономічних вражень на задоволення та



спогади туристів є однією з ключових областей досліджень у цій галузі. Досягнення нових смакових відчуттів, відкриття нових культурних аспектів та соціальні взаємодії під час прийому їжі мають значний вплив на загальний досвід подорожей.

Одним із важливих аспектів гастрономічного туризму є нові смакові відчуття. Дегустація місцевих страв і напоїв може стати джерелом приємних відчуттів та емоцій завдяки різноманітності смаків та ароматів. Новий кулінарний досвід може стимулювати мозок, викликаючи відчуття задоволення та ейфорії. Психологічні дослідження показують, що позитивні смакові враження можуть зберігатися в пам'яті на довгий час і сприяти формуванню позитивних спогадів про подорож.

Крім того, гастрономічні враження можуть допомогти відкрити нові культурні горизонти. Кулінарні традиції відображають культурні та історичні аспекти кожної нації. Спробувавши місцеві страви, туристи можуть краще зрозуміти звичаї та цінності народів, яких вони відвідують. Це може призвести до почуття єднання з іншою культурою та розширення кругозору, що є важливим аспектом культурного взаєморозуміння [21, с. 190].

Соціальний аспект гастрономічного туризму також відіграє велику роль у формуванні досвіду подорожей. Часто туристи споживають їжу разом з друзями, родиною або новими знайомими, що сприяє спілкуванню та обміну досвідом. Такі соціальні взаємодії можуть призвести до позитивних емоцій та почуття єднання з іншими людьми, що робить подорожі більш насиченими та запам'ятовуються.

Одним із ключових аспектів вивчення впливу гастрономічних вражень на спогади туристів є їхня емоційна складова. Позитивні емоції, пов'язані з гастрономічними враженнями, можуть бути сильним стимулом для формування яскравих та тривалих спогадів. Смачні страви та приємні моменти під час прийому їжі можуть створити яскраві емоційні враження, які залишаються в пам'яті на довгий час.

Також важливою характеристикою є унікальність гастрономічного досвіду. Туристи запам'ятовують не лише смаки та аромати, але й самі унікальність та незвичайність цих вражень. Це пов'язано з тим, що унікальні гастрономічні враження відрізняються від щоденного досвіду та викликають більше емоцій та вражень. Наприклад, турист, який спробував місцевий екзотичний десерт або страву зі специфічними інгредієнтами, запам'ятовує цей досвід як щось неповторне та цікаве.

Гастрономічні враження також можуть мати особисті асоціації для туристів. Страви, які нагадують про дитинство, сімейні традиції або особисті події, можуть викликати сильні емоції та стати частиною особистих спогадів. Наприклад, турист, який спробував страву, схожу на ту, що готувала його бабуся, може відчутти зв'язок з рідними та запам'ятати цей момент як важливий у своєму досвіді подорожей.

Не менш важливим аспектом є вплив гастрономічних вражень на поведінку туристів. Ці враження можуть впливати на вибір напрямку подорожі. Туристи, які цікавляться гастрономічними враженнями, можуть обирати місця, де вони мають можливість спробувати місцеву кухню та відкрити для себе нові смаки та традиції. Крім того, гастрономічні враження можуть впливати на планування подорожі, оскільки туристи можуть шукати інформацію про ресторани, кулінарні тури та інші гастрономічні події в місці призначення. Це може призводити до зміни розкладу подорожі та витрат на харчування та розваги.

Гастрономія, як важливий аспект культури та розвитку туризму, заслуговує на увагу з наукової точки зору, особливо коли йдеться про її вплив на місцеві економіки. Гастрономічний туризм, як феномен, що поєднує в собі мистецтво приготування та споживання їжі з відвідуванням нових місць та вивченням культурних аспектів, стає суттєвим стимулятором розвитку місцевих господарств [7, с. 82].

З погляду соціально-економічних теорій, гастрономічний туризм визначається кількома ключовими аспектами. Перш за все, теорія кластерів підкреслює важливість співпраці між підприємствами, пов'язаними з харчовою промисловістю, що призводить до створення нових робочих місць та підвищення економічних показників регіону. Такий симбіоз сприяє інтеграції та підтримці місцевих виробників, ресторанів, готелів та інших суб'єктів гастрономічного сектору.

Друга теорія, яка варто розглянути, - це теорія автентичності. Вона підкреслює значення подання автентичного досвіду для туристів через кухню та страви регіону. Автентичні страви та стилі приготування, передані з покоління в покоління, відображають культурні та історичні аспекти регіону, що залучає увагу туристів та сприяє економічному зростанню через збільшення туристичного потоку.

Третя теорія, яка важлива для розуміння впливу гастрономічного туризму на місцеві економіки, - це теорія стійкості. Стійкий гастрономічний туризм включає в себе використання місцевих продуктів, підтримку місцевих виробників та екологічно чисті методи готування їжі. Це сприяє збереженню природних ресурсів, підвищенню якості продуктів та залучає увагу туристів, які цінують сталість та екологічні аспекти.

На практичному рівні існує безліч прикладів успішного впливу гастрономічного туризму на місцеві економіки. Наприклад, регіон Тоскани в Італії завдяки своїй відомій кухні зумів створити нові робочі місця та залучити туристів, що позитивно впливає на господарське становище регіону. Аналогічно, Прованс у Франції та Ліма в Перу використовують свою гастрономічну привабливість для залучення інвестицій та розвитку малого та середнього бізнесу, що сприяє загальному економічному зростанню.

Гастрономія та культура є нерозривними складовими кожного народу, віддзеркалюючи його історію, традиції та цінності. Гастрономічні тури стають не просто шляхом спілкування з місцевими стравами, але й можливістю

глибокого пізнання культурного досвіду регіону. Поєднання гастрономічного туризму з різноманітними сферами подорожей, такими як пригодницький туризм та екотуризм, розширює можливості подорожуючих, надаючи їм можливість не лише насолодитися стравами, а й поглибити своє розуміння місцевої культури та природних особливостей.

Початкова частина гастрономічного туризму часто включає в себе відвідування музеїв та виставок, присвячених місцевій кухні. Це дозволяє туристам ознайомитися з історією страв, їхніми традиціями та значенням у культурному контексті. Наприклад, відвідування музею сиру у Франції чи майстер-клас з приготування паєлли в Іспанії допомагають уявити кулінарну спадщину країни в живому форматі. Дегустації місцевих продуктів, від вин до сирів і оливкової олії, також є невід'ємною частиною цього досвіду, дозволяючи не лише смакувати, але і розуміти відмінності та унікальність місцевих інгредієнтів.

Зараз гастрономічний туризм все частіше поєднується з активним відпочинком. Туристи можуть обирати маршрути, які проходять через фермерські господарства чи виноробні регіони, де вони можуть не лише насолоджуватися краєвидами, але й дізнаватися про процес виробництва місцевих продуктів. Поєднання кулінарних вражень з активними заняттями, такими як піші маршрути, велосипедні прогулянки або рафтинг, додає нових емоцій та сприяє більш глибокому відчуттю місцевого досвіду.

Таблиця 1.2

## Синергія з іншими видами туризму

Вид туризму	Можливі напрямки синергії
Культурний туризм	Відвідування музеїв, присвячених національній кухні; дегустації місцевих продуктів; участь у кулінарних майстеркласах.
Пригодницький туризм	Пеші маршрути через фермерські господарства; дегустація вин у виноробних регіонах; екскурсії на рибальські села.

Екотуризм	Відвідування екоферм; дегустація сезонних продуктів; участь у майстеркласах з приготування еко- страв.
-----------	--

Екотуризм також нерозривно пов'язаний з гастрономічним туризмом у сучасному світі. Зростаюча свідомість про екологічні питання та прагнення споживачів до здорового харчування змушують гастрономічні тури ставати більш екологічно спрямованими. Відвідування екоферм, де вирощуються органічні продукти, дозволяє туристам не лише насолоджуватися смачними стравами, але й бути впевненими в їхній якості та екологічності. Участь у майстер-класах з приготування еко-страв вчить туристів новим прийомам готування, а також сприяє поширенню усвідомлення про важливість екологічних практик у кулінарії [19, с. 37].

У підсумку, гастрономічний туризм не лише дозволяє насолоджуватися смачною їжею та вишуканими напоями, але й стає мостиком для спілкування між культурами та підтримки екологічних цінностей. Поєднання гастрономії з різними сферами туризму відкриває безліч можливостей для подорожуючих, розширюючи їхні горизонти і поглиблюючи розуміння різноманітності нашого світу через його смаки, запахи та текстури.

## **1.2. Історія та особливості становлення гастротуризму в різних регіонах світу**

Гастрономічний туризм є однією з цікавих форм подорожей, що зосереджена на дослідженні кулінарних традицій та дегустації місцевої їжі. Це напрямок, який має глибокі історичні корені і постійно розвивається. Початки гастрономічного туризму можна відстежити ще з епохи Великих географічних відкриттів у XV столітті, коли європейські мандрівники почали досліджувати нові землі. Вони не лише вивчали нові території та знайомилися з екзотичними продуктами та спеціями, а й дегустували місцеві страви, що стало важливою частиною їхнього досвіду.

У XVII-XVIII століттях почалася ера Гран-турів, коли аристократи та заможні мандрівники здійснювали подорожі Європою для освіти та культурного розвитку. Вони не лише відвідували визначні місця та мистецькі галереї, а й активно дегустували місцеві страви, щоб познайомитися з місцевою кухнею. Це сприяло розширенню їхніх кулінарних горизонтів та збагаченню досвіду подорожей.

Також варто зазначити вплив подорожей письменників, які не лише описували свої враження від нових країн та культур, а й акцентували увагу на місцевій кухні. Марко Поло, наприклад, у своїх творах детально описував кулінарні особливості країн, які відвідував, що сприяло поширенню інтересу до кулінарного досвіду під час подорожей [2, с. 64].

З розвитком промислової революції в XIX столітті подорожі стали більш доступними для широкого кола людей завдяки розвитку транспорту. Це сприяло популяризації гастрономічних подорожей, коли люди не лише мандрували для відпочинку, а й активно досліджували місцеву кухню. Поява перших путівників, які містили інформацію про місцеві ресторани та страви, полегшила планування гастрономічних маршрутів. Крім того, популярність курортів, які пропонували не лише лікувальні процедури, а й багату кулінарну традицію, також зростає.

У XX столітті гастрономічний туризм отримав новий поштовх розвитку завдяки міжнародним кулінарним виставкам та зростанню впливу кулінарних ЗМІ. Виставки, такі як Всесвітня виставка в Парижі 1900 року, демонстрували кулінарні традиції різних країн, що популяризувало нові продукти та страви. Поява кулінарних журналів, телешоу та книг розширила обізнаність громадськості щодо кулінарного світу, стимулюючи інтерес до гастрономічного туризму. Також важливим чинником стали гастрономічні фестивалі, які стали не лише майданчиком для показу місцевих кулінарних традицій, а й приваблювали туристів з усього світу.

Міграція людей відігравала значну роль у формуванні кулінарних традицій та гастрономічної культури різних народів на протязі всієї історії людства. Цей процес впливав на розвиток кулінарного мистецтва, змішування страв та інгредієнтів, а також сприяв появі нових методів приготування їжі.

Ще з давніх часів люди мігрували з метою поліпшення свого життя, здобуття нових можливостей та пошуку їжі. Ці міграції сприяли культурному обміну, у тому числі й у гастрономічній сфері. Наприклад, римляни, завойовуючи нові території, запозичували кулінарні традиції та рецепти зі своїх підданих народів, що призводило до збагачення їхнього кулінарного досвіду. Подібно, араби завдяки торгівлі та поширенню ісламу по всьому світу впливали на кулінарну культуру інших народів, вводячи нові продукти та спеції у їхню їжу.

Одним з найяскравіших прикладів змішування кулінарних традицій є піца. Ця страва, яка тепер асоціюється з італійською кухнею, має давнє походження від римських та грецьких страв. Римляни споживали пласкі хліби з різними начинками, такими як сир, оливки, та інші інгредієнти, тоді як греки також мали подібні страви з овочевою начинкою. При переході томатів з Америки до Європи завдяки колонізації, вони стали ключовим інгредієнтом у рецепті піци [12, с. 138].

Іншим прикладом є суші, традиційна японська страва, яка має своє коріння в рибній кухні Південно-Східної Азії. Рис, ферментований оцтом, був поширеним продуктом у регіоні, і японці використали цей інгредієнт, додаючи до нього сир та рибу, що сприяло виникненню суші, відомої у всьому світі.

Не можна не згадати і про бургери, символ американської кухні, які також мають європейське коріння. Саме в Німеччині почали готувати м'ясні котлети з яловичого фаршу, які в подальшому стали ключовим елементом у бургерах. З появою іммігрантів з Європи до США цей рецепт став популярним, а вплив американської культури поширив його по всьому світу.

Вплив культурних міграцій на гастротуризм є надзвичайно важливим. Гастрономічні тури стали популярними серед людей, які хочуть не лише подорожувати, а й відчувати аутентичні страви різних культур. Такі подорожі дозволяють людям не лише скуштувати нові страви, а й дізнатися про їхнє походження, історію та традиції.

Гастротуризм та вплив традиційних кухонь на нього є важливою темою для розгляду в контексті сучасних гастрономічних тенденцій. Традиційні кухні світу, такі як французька, італійська, китайська та індійська, є ключовими чинниками, що залучають туристів та створюють унікальні гастрономічні враження. Кожна з цих кухонь має свої особливості, які визначаються історією, культурою, кліматом та доступними продуктами регіону.

Французька кухня є однією з найвідоміших та найбільш впливових у світі гастрономії. Вона характеризується вишуканістю, використанням високоякісних продуктів і техніками готування, що вимагають великої майстерності. Гастрономічні тури до Франції часто включають дегустації вин, сирів, патісері та інших делікатесів, а також відвідування ресторанів з мішленівськими зірками та участь у кулінарних майстер-класах. Це дозволяє туристам поглибити свої знання про французьку кухню, оцінити різноманіття страв та відчувати справжню кулінарну атмосферу цієї країни [9].

Італійська кухня, яка також має великий вплив на гастротуризм, відома своєю простотою, автентичністю та використанням свіжих інгредієнтів. Гастрономічні тури до Італії часто включають дегустації вин, оливкової олії, сирів та м'ясних виробів, а також відвідування фермерських ринків та майстер-класи з приготування піци та інших страв. Це дозволяє туристам насолодитися смаками італійської кухні, вивчити традиції приготування страв і познайомитися з місцевою культурою гастрономії.

Китайська кухня, з своїм величезним різноманіттям регіональних стилів готування та унікальними смаковими комбінаціями, привертає увагу



гастрономічних мандрівників з усього світу. Гастрономічні тури до Китаю можуть включати дегустації страв зі Східного та Західного регіонів, відвідування чайних церемоній, майстер-класи з приготування традиційних страв, таких як пельмені та локшина, а також знайомство з місцевими кулінарними традиціями.

Індійська кухня, зі своїми багатими ароматами, пряними спеціями та великим різноманіттям страв привертає туристів, які прагнуть відкрити для себе нові смакові враження. Гастрономічні тури до Індії можуть включати дегустації страв з різних регіонів країни, відвідування вегетаріанських ресторанів та участь у фестивалях їжі. Це дозволяє туристам пізнати багатство індійської кухні, оцінити різноманіття страв і спробувати екзотичні інгредієнти та спеції.

Історія гастрономічних традицій свідчить про те, як харчування та культура споживання їжі відображають соціальні, економічні та культурні зміни у суспільстві. Ця еволюція відбувалася через різні історичні періоди та відома як гастрономічний туризм - дослідження кухонь різних регіонів світу як частини культурної спадщини та подорожі заради гастрономічних вражень.

Початок цієї подорожі можна віднести до Середньовіччя в Європі, коли харчування було символом статусу та багатства. Феодална система сприяла розкішним бенкетам, де екзотичні страви слугували показником соціального статусу. Водночас, прості люди харчувалися більш просто, ґрунтуючи свій раціон на місцевих продуктах. Перехід до епохи Відродження відзначився зростанням інтересу до вишуканої кухні, з'явою кулінарних книг та особистих кухарів для знаті. Промислова революція призвела до масової урбанізації, зміни у виробництві їжі та втрати регіональної автентичності гастрономічних традицій [15, с. 241].

У давній Азії, їжа мала не лише поживну, але й духовну цінність, пов'язану з релігією та філософією. Середньовіччя відзначилося розквітом торгівлі та обміном культурними впливами, що призвело до нових інгредієнтів

та кулінарних технік. З приходом європейських колонізаторів гастрономічна карта Азії зазнала значних змін, ідеї та продукти були запозичені та перетворені під впливом європейських стандартів.

В Америці до приходу європейців корінні народи мали різноманітні гастрономічні традиції, ґрунтуючись на місцевих продуктах. Колоніальний період призвів до змін у харчовій культурі, де європейські продукти витіснили традиційну їжу корінних народів. Сьогодні гастрономічний туризм переживає бурхливий розвиток, пропонуючи подорожуючим унікальні смакові враження та знайомство з кухнями світу.

Ця еволюція гастрономічних традицій свідчить про важливі аспекти соціокультурного розвитку суспільства. Від періоду розкішних бенкетів для еліти до сучасного розмаїття страв та кухонь у всесвітньому масштабі, гастрономічний туризм став важливою складовою подорожей та культурного обміну. Одним із ключових напрямків є розвиток автентичного гастротуризму, який стимулює збереження та відтворення традиційної кухні, сприяючи розвитку місцевої економіки та туристичного потенціалу регіонів.

Гастрономічний туризм є невід'ємною складовою сучасного туристичного ринку, зосередженим на експлорації кулінарних традицій та культурних аспектів різних регіонів світу. Цей вид туризму стає все більш популярним, оскільки подорожуючи, люди не просто бачать та відчують нові місця, але й отримують можливість насолодитися аутентичними стравами та напоями, які є втіленням місцевої культури та традицій. Кожен регіон світу має свою унікальну гастрономічну спадщину, яка розкривається через смаки, аромати та історії страв, сплетених з природними умовами, історичними подіями та культурними впливами.

Один з найбільш визначних регіонів гастрономічного туризму – Тоскана в Італії. Цей регіон славиться своєю простотою та свіжістю кухні, яка базується на використанні місцевих продуктів. Оливкова олія, вина, сири,

свіжі овочі та фрукти є невід’ємною частиною тосканських страв. Місцева кухня також відома м’ясними стравами, наприклад, рїстобїф пофлорентїйськи, які готуються з використанням місцевого м’яса та традиційних приправ. Крім того, Тоскана відома своїми винами, серед яких виділяють К’янтї та Брунелло ді Монтальчіно, які завоювали світову славу своїм смаком та якістю.

Таблиця 1.3

## Регіональні особливості гастрономічного туризму

Регіон	Унікальні гастрономічні характеристики	Приклади популярних страв та напоїв
Тоскана	Середземноморська кухня з акцентом на свіжі, сезонні продукти. Використання оливкової олії, хліба, сирів, овочів, фруктів, м’яса та дичини.	Страви. Рїстобїф пофлорентїйськи, паста паппарделле з м’ясним рагу, суп аквакотта, овочевий салат панцанелла. Напої. К’янтї, брунелло ді Монтальчіно, віно санто.
Бордо	Відомий своїми виноробними традиціями та вишуканою кухнею. Використання багатих соусів, трюфелів, фуа-гра, морепродуктів.	Страви. Канард а л’оранж, стейк антрекот, устриці. Напої: Бордоські вина (каберне совїньйон, мерло, семийон), коньяк.
Кїото	Традиційна японська кухня з акцентом на свіжість, сезонність та естетику подачі. Використання рису, морепродуктів, соєвого соусу, водоростей, імбиру, васабі.	Страви. Суші, сашимї, темпура, рамен, якиторї. Напої. Зелений чай, матча, sake.

Ще одним епіцентром гастрономічного туризму є Бордо у Франції. Цей регіон відомий своїми винами, особливо каберне совїньйон, мерло та семийон. Вина Бордо славляться своєю складністю та витонченістю смаку, завдяки унікальним ґрунтам та кліматичним умовам. Місцева кухня Бордо відома за використання багатих соусів, трюфелів, фуа-гра та різноманітних морепродуктів. Серед популярних страв можна виділити канард а л’оранж

(качка в апельсиновому соусі) та стейк антрекот, які відображають вишуканість та розкіш бордоської кухні [10, с. 190].

Кіото, стародавнє місто в Японії, також привертає багато туристів заради своєї витонченої кухні та культурних традицій. Японська кухня в Кіото відома своєю свіжістю, сезонністю та естетикою подачі страв. Рис, морепродукти, соєвий соус, імбир та васабі є основою багатьох японських страв. Серед популярних страв можна відзначити суші, сашімі, темпура, рамен та якиторі. Традиційні напої, такі як зелений чай, матча та саке, доповнюють японську кухню, роблячи її повніше та різноманітнішою для туристів.

Загальна тенденція розвитку гастрономічного туризму свідчить про зростання інтересу до автентичних кулінарних вражень та пошуку унікальних смаків у різних куточках світу. Подорожуючи з метою відкриття нових кулінарних горизонтів, туристи також вносять свій вклад у розвиток місцевої гастрономічної культури та стимулюють розвиток сільськогосподарських та кулінарних галузей у відповідних регіонах.

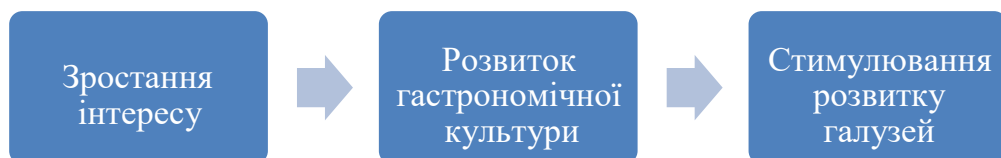


Рис. 1.2 Загальна тенденція розвитку гастрономічного туризму

Глобалізація, як процес зростаючої взаємопов'язаності та інтеграції на світовому рівні, має значний вплив на поширення національних кухонь. Цей феномен можна розглядати як двосторонню монету зі своїми позитивними та негативними аспектами. З одного боку, глобалізація сприяє популяризації нових інгредієнтів, страв та кулінарних традицій, роблячи світ більш смачним

та різноманітним. З іншого боку, вона може призвести до гомогенізації смаків та втрати автентичності деяких кухонь.

Зростання міграції - один із ключових аспектів, що впливає на поширення національних кухонь. Люди, мігруючи з різних куточків світу, приносять з собою свої кулінарні традиції та інгредієнти. Це сприяє популяризації нових страв та смаків, а також розширює доступність інгредієнтів, які раніше були недоступні в певних регіонах. Наприклад, піца, родом з Італії, стала однією з найпопулярніших страв у світі завдяки міграції італійців [4, с. 175].

Таблиця 1.4

## Вплив глобалізації на поширення національних кухонь

Фактор	Позитивний вплив	Негативний вплив
Зростання міграції	Популяризація нових інгредієнтів, страв та кулінарних традицій	Зникнення деяких кулінарних традицій
Розвиток туризму	Збільшення попиту на автентичну їжу	Комерціалізація та стандартизація їжі
Вдосконалення транспортних технологій	Доступність інгредієнтів з усього світу	Зниження використання місцевих продуктів
Розширення ЗМІ	Поширення інформації про різні кухні	Популяризація «західної» їжі
Економічна глобалізація	Зростання популярності ресторанів з міжнародною кухнею	Зниження конкурентоспроможності місцевих ресторанів

Розвиток туризму також відіграв важливу роль у поширенні національних кухонь. Туристи, подорожуючи до інших країн, прагнуть спробувати місцеву їжу, щоб краще познайомитися з культурою. Це призвело до зростання попиту на автентичну їжу, що стимулює розвиток ресторанів, які пропонують традиційні страви. Транспортні технології також мають велике значення у поширенні національних кухонь. Вдосконалення транспорту дозволяє транспортувати інгредієнти з усього світу, що робить доступними продукти, які раніше були недоступні через географічні бар'єри. Такі тропічні

фрукти, як манго та ананас, тепер можна знайти в супермаркетах по всьому світу.

Популярність ЗМІ також впливає на поширення національних кухонь. Кулінарні шоу, рецепти та блоги дозволяють людям знайомитися з різними кухнями світу, що може призвести до зацікавленості до нових страв або їх приготуванні вдома [6, с. 282].

Економічна глобалізація також має великий вплив на кулінарну сферу. Зростання популярності ресторанів з міжнародною кухнею дозволяє людям спробувати різні кухні світу, не виїжджаючи з дому. Однак це може призвести до зниження конкурентоспроможності місцевих ресторанів, які не можуть конкурувати з цінами та маркетинговими бюджетами міжнародних ланцюгів.

Узагальнюючи, глобалізація сприяє розширенню національних кухонь через популяризацію нових інгредієнтів та страв, а також розвиток ресторанної галузі. Проте вона також може призвести до гомогенізації смаків та втрати автентичності деяких кухонь. Тому важливо зберігати різноманітність і культурний контекст у кулінарній сфері, забезпечуючи баланс між глобальними тенденціями та збереженням унікальних традицій.

### **1.3. Вплив гастрономічного туризму на розвиток туристичної індустрії України**

Гастрономічний туризм в Україні представляє собою феномен, який активно розвивається та знаходить велике зацікавлення як серед внутрішніх, так і міжнародних туристів. Цей вид туризму базується на кулінарних враженнях та включає в себе не лише відвідування ресторанів та кулінарних майстерень, але й пізнавальні екскурсії до місцевих фермерських господарств, ярмарків та участь у майстер-класах з приготування страв [8, с. 47].

Зростання популярності гастрономічного туризму в Україні можна пояснити кількома ключовими факторами. По-перше, спостерігається загальний тренд до пошуку автентичних та унікальних вражень серед туристів,

які бажають не лише відпочити, а й насолодитися місцевою культурою та традиціями. Гастрономічні тури дозволяють їм зануритися у світ місцевих страв, випробувати нові смаки та відкрити для себе унікальні інгредієнти та рецепти.

Таблиця 1.5

## Економічний вплив

Показник	Вплив
Доходи від туризму	Зростання витрат туристів на харчування, проживання, транспорт, екскурсії та інші послуги.
Робочі місця	Створення нових робочих місць у сфері ресторанного господарства, готельності, транспорту, сільського господарства та інших галузей.
Розвиток сільського господарства	Стимулювання виробництва локальних продуктів харчування, що може призвести до зростання доходів фермерів та створення нових робочих місць у сільській місцевості.
Розвиток інших галузей	Зростання попиту на сувеніри, транспортні послуги, розважальні заходи та інші товари й послуги.
Податкові надходження	Зростання податкових надходжень від туристичної індустрії.

Другим важливим фактором є активний розвиток ресторанної індустрії в Україні. Останні роки позначилися нарощуванням кількості ресторанів, які спеціалізуються на місцевій кухні та використанні стародавніх рецептів. Це створює додаткові можливості для гастрономічних турів та збільшує їх привабливість для туристів.

Третім фактором, що сприяє розвитку гастрономічного туризму, є покращення транспортної інфраструктури. Завдяки розвитку авіаційних та залізничних маршрутів, туристи можуть легко дістатися до різних регіонів країни, де пропонуються цікаві кулінарні маршрути та програми.

Одним із значущих позитивних аспектів розвитку гастрономічного туризму є його вплив на економіку країни. Спостерігається зростання доходів

від туризму завдяки активній участі туристів у кулінарних заходах та споживанні місцевих страв у ресторанах. За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), гастрономічні туристи витрачають на 20-50% більше коштів у порівнянні з іншими категоріями туристів, що сприяє збільшенню туристичного обороту та прибутку для країни в цілому [11, с. 199].

Помітним ефектом розвитку цього виду туризму є також створення нових робочих місць. Зокрема, ресторанна галузь зазнає підйому завдяки зростанню попиту на місцеву кухню та кулінарні експерименти. Україна налічує понад 300 тисяч закладів громадського харчування, які працевлаштовують мільйони людей та забезпечують їм достойний рівень доходу.

Крім того, гастрономічний туризм сприяє розвитку сільського господарства. Попит туристів на місцеві продукти харчування стимулює фермерські господарства вирощувати якісні та органічні продукти, що підвищує їхню прибутковість та стимулює розвиток цієї галузі. Наприклад, унікальні страви, які відомі по всьому світу, такі як український борщ, вареники, сало та інші, стають об'єктом підвищеного попиту серед туристів, що сприяє розвитку місцевого сільськогосподарського сектору.

Розвиток гастрономічного туризму також має позитивний вплив на інші галузі економіки. Зростає попит на сувеніри, транспортні послуги, розважальні заходи та інші товари й послуги, що сприяє розвитку ремесел, транспортних компаній та культурно-розважальних закладів.

Важливим аспектом розвитку гастрономічного туризму є збільшення податкових надходжень для державного бюджету. Зростання доходів від туризму призводить до збільшення податкових надходжень, які можуть бути використані для фінансування різноманітних державних програм, включаючи розвиток інфраструктури, освіти, охорони здоров'я та культурних заходів. У цілому, гастрономічний туризм в Україні є перспективним напрямом розвитку туристичної індустрії, який має значний потенціал для стимулювання



економічного зростання, створення нових робочих місць та підвищення привабливості країни для міжнародних та внутрішніх туристів.

Гастрономічний туризм є не лише способом стимулювання економічного розвитку та популяризації культурної спадщини, але й важливим чинником у створенні нових робочих місць в Україні. Цей вид туризму впливає на різні галузі економіки, включаючи ресторанний бізнес, готельне господарство та сільське господарство [20, с. 69].

У сфері ресторанного бізнесу гастрономічний туризм призводить до зростання попиту на кваліфікований персонал. Відкриття нових ресторанів, кафе та інших закладів харчування стає потребою для задоволення попиту туристів на якісні страви та аутентичні кулінарні враження. Це, в свою чергу, створює додаткові робочі місця для кухарів, офіціантів, барменів, менеджерів і кухарів-кондитерів. Розширення меню та підвищення рівня обслуговування потребує фахівців з маркетингу, реклами, PR, сомельє, ентомологів та експертів з винної культури.

У готельній галузі гастрономічний туризм також має важливе значення. Збільшення кількості туристів, що цікавляться гастрономічними враженнями, призводить до підвищення попиту на готельні послуги. Це стимулює відкриття нових готелів та ресторанів у готелях, що, в свою чергу, створює нові робочі місця для персоналу готелю, включаючи адміністраторів, кухарів, офіціантів та менеджерів. Організація гастрономічних фестивалів, дегустацій та майстеркласів також потребує додаткового персоналу, що сприяє збільшенню кількості робочих місць у цій галузі.

У сільському господарстві гастрономічний туризм відіграє важливу роль у підтримці місцевої економіки та забезпеченні нових можливостей для розвитку. Зростання попиту на локальні продукти харчування веде до збільшення виробництва та переробки сільськогосподарської продукції.



Рис. 1.3 Вплив гастрономічного туризму на готельну галузь

Це створює нові робочі місця в аграрному секторі для агрономів, садівників, тваринників та фахівців з переробки продуктів. Розвиток агротуризму також сприяє створенню нових робочих місць у сільській місцевості через організацію дегустацій, майстер-класів та екскурсій на фермах та селянських господарствах.

Таким чином, гастрономічний туризм має комплексний вплив на економіку України. Він сприяє розвитку ресторанного бізнесу та готельної галузі, збільшує попит на місцеві сільськогосподарські продукти та створює нові можливості для зайнятості. Підтримка гастрономічного туризму є важливим кроком у розвитку туристичної індустрії країни та сприяє збільшенню конкурентоспроможності на міжнародному рівні.

Гастрономічний туризм є одним зі сприятливих сегментів для залучення інвестицій в економіку України. Його розвиток стимулює збільшення туристичних потоків, зростання фінансових надходжень та сприяє створенню нових робочих місць. Інвестиційні можливості в цій сфері включають розвиток

інфраструктури, виробництво та переробку продуктів харчування, підготовку кадрів та маркетингові заходи [17, с. 64].

Щодо інфраструктури, інвестиції необхідні для будівництва та модернізації ресторанів, кафе, барів, еко-ферм та інших об'єктів, пов'язаних з харчуванням. Це включає у себе не лише фізичне створення приміщень, але й впровадження новітніх технологій у готельно-ресторанному бізнесі, а також навчання персоналу щодо їх ефективного використання.

У сфері продуктів харчування інвестиції спрямовуються на розвиток локального виробництва, виготовлення крафтових продуктів, підвищення якості та безпеки продукції через впровадження новітніх технологій та стандартів. Також важливо підтримувати та розвивати органічне землеробство та фермерські господарства, що створює сприятливі умови для розвитку гастрономічного туризму.

Освіта та кадрові ресурси також потребують інвестицій для підготовки кваліфікованих працівників. Це охоплює не лише навчання кухарів та офіціантів, але й підготовку сомельє, екскурсоводів, фахівців з маркетингу та інших спеціалістів, які мають значний вплив на якість та привабливість гастрономічного туризму.

Маркетинг та просування грають важливу роль у приверненні туристів. Інвестиції в ці сфери включають створення та реалізацію маркетингових кампаній, участь у міжнародних виставках та фестивалях, а також формування привабливого іміджу країни як гастрономічного напрямку.

Переваги інвестування в гастрономічний туризм України очевидні. Країна має великий потенціал у цій сфері завдяки своїм унікальним кулінарним традиціям, різноманітним регіональним кухням та високоякісним продуктам харчування. Зростаючий попит на гастрономічний туризм у світі також гарантує стабільний потік туристів, що зацікавлені відкрити для себе нові кулінарні враження.

Державна підтримка гастрономічного туризму в Україні сприяє його розвитку шляхом надання податкових пільг, кредитування та грантових програм. Це стимулює інвесторів до активнішої участі в цій сфері, що призводить до збільшення обсягів інвестицій та розвитку нових проектів.

Інвестиційні проекти в гастрономічному туризмі можуть включати створення гастрономічних маршрутів по різних регіонах країни, розробку тематичних гастрономічних фестивалів, будівництво еко-ферм та агротуристичних комплексів, а також відкриття кулінарних шкіл та виробництво сувенірної продукції, пов'язаної з гастрономією.

Загалом, інвестування в гастрономічний туризм України є перспективним напрямком розвитку, оскільки воно сприяє створенню нових можливостей для економіки країни, підвищує конкурентоспроможність туристичного сектора та сприяє загальному економічному оздоровленню регіонів [13, с. 83].

Розвиток гастрономічного туризму в Україні стає предметом активної дискусії та досліджень у зв'язку з його значним потенціалом для економічного зростання, створення нових робочих місць та просування української культури на міжнародному рівні. Один із ключових факторів, що сприяє розвитку гастрономічного туризму, - це вдосконалення інфраструктури, що включає в себе розвиток транспортної мережі та готельного бізнесу.

Почнемо з транспортної мережі. Для того, щоб задовольнити потреби гастрономічних туристів, необхідна добре розвинена транспортна інфраструктура, що забезпечує зручне та швидке пересування між різними регіонами країни. Це означає не лише покращення стану існуючих автомобільних доріг та будівництво нових, які з'єднують популярні туристичні дестинації, але й оновлення залізничного транспорту з метою скорочення часу поїздки та розширення маршрутної мережі. Крім того, важливе значення має розвиток авіап перевезень, що включає збільшення

кількості рейсів до та з українських міст, особливо тих, що пропонують гастрономічні тури.

Готельний бізнес також є ключовим аспектом гастрономічного туризму. Розміщення гастрономічних туристів потребує наявності готелів, які пропонують високий рівень комфорту та якісне харчування. Готелі повинні мати комфортні номери, що відповідають сучасним стандартам, а також ресторани, які пропонують страви української кухні та кухні інших країн світу. Додаткові послуги, такі як організація дегустацій, майстер-класів з приготування їжі та екскурсій до місцевих ферм та виробників продуктів харчування, також можуть бути привабливими для гастрономічних туристів.

Важливо зазначити, що розвиток інфраструктури має низку переваг для гастрономічного туризму в Україні. По-перше, він сприяє збільшенню туристичних потоків завдяки зручному та швидкому пересуванню, а також комфортним умовам проживання. Це робить Україну більш привабливою для гастрономічних туристів з усього світу. По-друге, розвиток інфраструктури підтримує місцевий бізнес, стимулюючи зростання економіки, створення нових робочих місць та сприяючи розвитку малого та середнього підприємництва. Нарешті, гастрономічний туризм дає можливість продемонструвати українську культуру та кухню світу, що сприяє позитивному іміджу країни на міжнародній арені.

Загалом, розвиток інфраструктури, зокрема транспортної мережі та готельного бізнесу, є важливим фактором для подальшого розвитку гастрономічного туризму в Україні. Вдосконалення умов пересування та проживання дозволить збільшити туристичні потоки, підтримати місцевий бізнес та підняти імідж країни на світовій арені.

Гастрономічний туризм в Україні відіграє значну роль у збереженні та популяризації культурної спадщини країни. Цей вид туризму не лише дозволяє туристам насолоджуватися унікальними кулінарними традиціями різних

регіонів, а й сприяє розвитку міжкультурного діалогу, обміну знаннями та створенню нових кулінарних інновацій.

Збереження культурної спадщини є однією з ключових переваг гастрономічного туризму. Це відбувається через декілька механізмів. Поперше, гастрономічні фестивалі та заходи надають можливість публіці ознайомитися з традиційними рецептами та стравами, які передаються з покоління в покоління. Це допомагає зберегти ці кулінарні скарби від забуття та популяризувати серед нових поколінь. По-друге, майстер-класи та інші освітні заходи в рамках гастрономічних турів дозволяють туристам не лише спробувати, але й навчитися готувати традиційні страви, що сприяє передачі кулінарних знань та навичок від носіїв автентичних рецептів до ширшого кола зацікавлених осіб. Крім того, гастрономічні фестивалі часто супроводжуються ярмарками та виставками, де можна придбати локальні продукти, вироби ручної роботи та сувеніри, що сприяє розвитку місцевих ремесел і знайомить туристів з унікальною культурою та традиціями регіону [16].

Розширення культурної спадщини через гастрономічний туризм відбувається завдяки інноваціям в гастрономії. Шеф-кухарі та ресторатори, прагнучи привернути увагу туристів, шукають нові способи представити традиційні страви в сучасному форматі, що може призвести до створення нових страв та рецептів, які збагачують культурну спадщину регіону. Крім того, гастрономічні фестивалі та заходи збирають людей з різних культур, що сприяє обміну знаннями, досвідом та ідеями, а це може призвести до запозичення кулінарних традицій та створення нових гібридних страв, які відображають різноманіття культур.

Приклади гастрономічних заходів в Україні також ілюструють важливість цього напрямку. Фестиваль «Гуцульська ватра» в ІваноФранківську пропонує не лише дегустації страв, але й майстер-класи з приготування традиційних страв та інші культурні заходи. Фестиваль «Одеса. Food. Market» об'єднує кухарів та рестораторів з різних регіонів,

демонструючи різноманіття кулінарних традицій країни. Гастрономічний тур «Шляхами українських борщів» дозволяє туристам ознайомитися з різними рецептами борщу та іншими традиційними стравами з різних регіонів України.

### **Висновки до розділу 1**

Перший розділ дослідження роботи присвячений теоретичним аспектам розвитку гастрономічного туризму, що є важливою галуззю сучасної туристичної індустрії. Під час аналізу основних концепцій та підходів до визначення гастрономічного туризму було виявлено, що це не лише подорожі для задоволення смакових відчуттів, але й унікальний спосіб пізнання культури, історії та традицій інших народів через їхню кухню та кулінарні звичаї.

Гастрономічний туризм є важливим аспектом сучасної туристичної індустрії, оскільки він об'єднує в собі культурні, соціальні та економічні аспекти. За різними концепціями його визначають як подорожі, спрямовані на вивчення та споживання страв і напоїв, що є унікальними для певного регіону, або як поєднання гастрономічного досвіду з туристичними подорожами.

Одним із головних мотивів для подорожей багатьох туристів є саме гастрономія. Вони прагнуть відвідати місця, де можна скуштувати унікальні страви, які неможливо знайти вдома або які стали символом певної культури.

При дослідженні історії та становлення гастротуризму в світі виявлено, що цей вид туризму має глибокі корені і знаходить свої витоки в традиціях харчування та гостинності різних народів. З плином часу він еволюціонував від простих гастрономічних подорожей до цілеспрямованого туризму з акцентом на культурні та кулінарні аспекти. Зростання доступності подорожей у XIX столітті та розвиток транспортних технологій значно вплинули на популяризацію цього виду подорожей, а сучасні кулінарні виставки та ЗМІ додатково стимулювали інтерес до гастрономічного досвіду.

Ключовим фактором у формуванні гастрономічних традицій був культурний обмін, спричинений міграцією людей. Вплив міграції сприяв поширенню кулінарних традицій, змішуванню страв та інгредієнтів, що врешті-решт привело до створення нових кулінарних шедеврів, таких як піца, суші та бургери. Різні регіони світу мають свої особливості в розвитку гастротуризму, враховуючи місцеві кулінарні традиції, інгредієнти та страви, що роблять їх унікальними для туристів.

Глобалізація має значний вплив на поширення національних кухонь, сприяючи популяризації нових інгредієнтів та страв, але водночас викликає ризик втрати автентичності кулінарних традицій. Важливо зберігати різноманітність і культурний контекст у кулінарній сфері, забезпечуючи баланс між глобальними тенденціями та збереженням унікальних традицій.

Україна, як країна з багатою культурною спадщиною і різноманітними кулінарними традиціями, також відчуває вплив гастрономічного туризму на свій розвиток. Гостинність українців, унікальні страви та напої, здатні привернути увагу туристів з усього світу.

Економічний вплив гастрономічного туризму значний. Він сприяє зростанню доходів від туризму, створенню нових робочих місць у різних галузях, розвитку сільського господарства та інших пов'язаних з ним секторів. Зростання попиту на місцеву кухню та кулінарні експерименти стимулює розвиток ресторанної галузі. За даними UNWTO, гастрономічні туристи витрачають на 20-50% більше коштів, ніж інші категорії туристів, що збільшує туристичний оборот і прибуток для країни в цілому.

Таким чином, гастрономічний туризм в Україні є перспективним напрямком розвитку туристичної індустрії, який має значний потенціал для економічного зростання та підвищення привабливості країни для міжнародних та внутрішніх туристів. Його розвиток сприяє популяризації культурної спадщини України, створенню нових кулінарних інновацій та



підтримці місцевої економіки, що в цілому підвищує конкурентоспроможність країни на міжнародному рівні.

## **РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

### **2.1. Аналіз особливостей розвитку гастрономічного туризму в Україні**

Гастрономічний туризм в Україні має багату історію, тісно пов'язану з розвитком культури та національних традицій. Коріння цього виду туризму сягає глибини століть, коли подорожі часто супроводжувалися дегустацією місцевих страв та напоїв. Важливо зазначити, що гастрономічний туризм є не лише частиною туристичної індустрії, але й невід'ємною складовою культурного обміну, сприяючи розумінню та повазі до різних народів та їхніх традицій.

У часи Київської Русі, подорожуючі купці та дипломати знайомилися з кулінарними традиціями різних регіонів. Відомі літописи згадують про пишні бенкети та гостинність українців, що стали своєрідним символом епохи. Зустрічі з місцевими жителями, обмін культурними традиціями та знаннями про місцеві страви стали важливими аспектами дипломатичних місій та торгових подорожей. Саме в цей час формувалася українська кухня як синтез кулінарних традицій різних народів, що проживали на території Київської Русі [37].

Козацька епоха з її волелюбним духом та багатими кулінарними традиціями також сприяла розвитку гастрономічного туризму. Козацькі страви, такі як куліш, вареники та юшка, стали відомі далеко за межами України. Гостинність козаків, їхні традиції бенкетування та приготування страв на відкритому вогні стали справжньою легендою, що приваблювала подорожуючих.

З розвитком залізничного транспорту та зростанням популярності туризму в ХІХ столітті гастрономічний туризм в Україні набув нового виміру. Відкривалися ресторани та трактири, які пропонували страви різних регіонів країни. З'явилися кулінарні путівники, які рекомендували туристам найкращі місця для дегустації місцевих делікатесів. Розвиток інфраструктури сприяв популяризації української кухні серед іноземних туристів, що посилювало культурний обмін та взаємозбагачення.

Україна має багату та різноманітну кулінарну спадщину, адже на її території протягом століть проживали різні народи. Це призвело до формування унікальних регіональних кухонь, кожна з яких має свої особливості та страви. Західна Україна славиться своїми гуцульськими стравами, зокрема баношем та гуцульським борщем, які відрізняються специфічними інгредієнтами та способами приготування. Центральна Україна відома своїми традиційними варениками з різними начинками, серед яких особливо популярні вареники з вишнею та картоплею. Східна Україна пропонує туристам скуштувати кулінарні шедеври, як-от східний борщ з буряком та капустою [42].

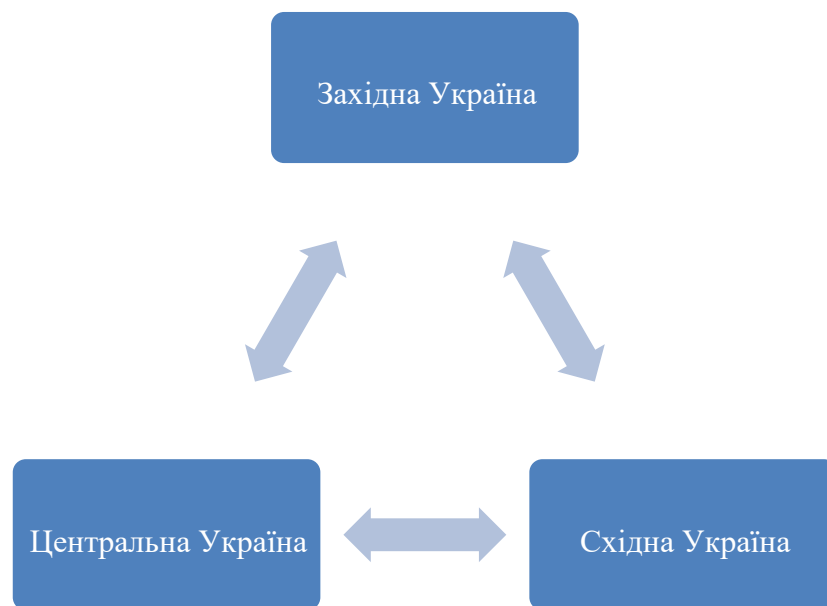


Рис. 2.1. Основні регіони кулінарної спадщини України

В Україні щорічно проводяться численні гастрономічні фестивалі, які приваблюють туристів з усього світу. Ці фестивалі дають можливість познайомитися з традиційними стравами та напоями, а також з народними ремеслами та фольклором. Наприклад, фестиваль борщу в Полтаві, фестиваль вареників у Черкасах, фестиваль сала у Львові стали вже традиційними подіями, які збирають тисячі гостей. Такі заходи сприяють збереженню кулінарної спадщини, популяризації української культури та зміцненню національної ідентичності.

В Україні з'являється все більше автентичних ресторанів, які пропонують страви, приготовлені за стародавніми рецептами. Ці ресторани дають можливість не лише скуштувати смачну їжу, але й відчутти атмосферу української гостинності. Важливим аспектом діяльності таких закладів є використання локальних продуктів та традиційних методів приготування страв, що дозволяє зберегти автентичність смаку та якість їжі. Гастрономічні тури, які організовують такі ресторани, включають не лише дегустацію страв, але й майстер-класи з приготування, екскурсії на ферми та до виробників місцевих продуктів.

Крім традиційних страв, українська кухня активно розвивається та модернізується, інтегруючи сучасні тенденції гастрономії. Сучасні шефкухарі експериментують з традиційними рецептами, додаючи нові інгредієнти та техніки приготування, що дозволяє створювати унікальні кулінарні шедеври. Такий підхід не лише привертає увагу до української кухні, але й сприяє її популяризації на міжнародній арені. Важливим аспектом є розвиток гастрономічних турів, які включають відвідування сучасних ресторанів, знайомство з місцевими традиціями та культурою [23, с. 83].

Варто зазначити, що гастрономічний туризм сприяє розвитку місцевої економіки, створюючи нові робочі місця та підтримуючи місцевих виробників продуктів харчування. Туристи, які приїжджають до України з метою ознайомлення з національною кухнею, витрачають кошти на проживання,

харчування, екскурсії та сувеніри, що позитивно впливає на розвиток регіонів. Крім того, гастрономічний туризм сприяє збереженню культурної спадщини, підтримуючи традиційні ремесла та кулінарні практики.

Україна володіє значним потенціалом для розвитку гастрономічного туризму, який ґрунтується на різноманітті кулінарних традицій, унікальних продуктах харчування та багатій культурній спадщині. Кожен регіон країни має свої особливості та переваги, що робить його цікавим для туристів, які прагнуть дослідити автентичну кухню та місцеву культуру.

Західний регіон України славиться автентичною українською кухнею з впливами сусідніх країн. Це регіон, де кулінарні традиції переплітаються з культурною спадщиною, створюючи унікальні страви, які стали символами місцевої кухні. Вареники, борщ, деруни, кров'янка та банош - це лише деякі з них. Вареники можуть бути з різними начинками: картоплею, сиром, капустою, вишнями або іншими фруктами. Борщ, який має безліч варіацій, в кожному куточку Західної України має свої особливості. Деруни, зроблені з тертої картоплі, зазвичай подаються зі сметаною. Кров'янка, ковбаса з кров'ю, є традиційною стравою, яка популярна в Карпатах. Банош, страва з кукурудзяної крупи, приготована на сметані або вершках, часто подається з бринзою та шкварками.

Окрім страв, західний регіон також відомий своїми гастрономічними фестивалями, які приваблюють численних туристів. У Львові проходить «Львівська кава», що знайомить відвідувачів з кавовою культурою міста, пропонує дегустації різних сортів кави та різноманітні майстер-класи. Ще один популярний фестиваль у Львові - «Гастрофест», який представляє різноманіття української кухні з різних регіонів країни. «Свято шоколаду» у Львові дозволяє насолодитися шоколадними виробами з усього світу, а також взяти участь у майстер-класах з приготування шоколаду. В Ужгороді проводиться «Varenyky Fest», присвячений вареникам з різними начинками, де можна не тільки скуштувати цю страву, але й взяти участь у кулінарних

змаганнях. «Гуцульська забава» у Верховині - це фестиваль, який знайомить туристів з гуцульською кухнею та культурою, де можна скуштувати традиційні гуцульські страви та насолодитися народними танцями і музикою.

Центральний регіон України відомий своїми родючими землями та багатими кулінарними традиціями. Полтавська галушка, київська перепічка, кролевецькі кренделі - ці страви стали символами центральної України. Полтавська галушка - це маленькі шматочки тіста, відварені у воді або бульйоні, які подаються зі сметаною або маслом. Київська перепічка - це традиційна українська випічка, що стала популярною в Києві та поза його межами. Кролевецькі кренделі - це солодкі хлібобулочні вироби, які мають унікальний смак і аромат [25, с. 13].

До популярних гастрономічних фестивалів центрального регіону належать «Фестиваль українського борщу» в селі Яготин, де можна спробувати борщ за різними рецептами з різних регіонів України. Цей фестиваль привертає увагу численних туристів та місцевих жителів, які хочуть насолодитися різноманітним смаком цієї культової української страви. «Фестиваль меду» в селі Пищики дозволяє відвідувачам придбати різні сорти меду та продукти бджільництва, а також дізнатися більше про процес виробництва меду та його користь для здоров'я. «Фестиваль випічки» в місті Полтава представляє різноманітні вироби з тіста, серед яких можна знайти традиційні українські пиріжки, булочки та інші ласощі. «Фестиваль ковбаси» в місті Миргород - це місце, де можна скуштувати ковбаси з різних регіонів України, познайомитися з технологією їх виготовлення та насолодитися атмосферою свята.

Східний регіон України пропонує туристам знайомство з кухнею, що поєднує в собі українські, російські та татарські кулінарні традиції. Вареники з вишнями, пельмені, кумис, чебуреки - це лише деякі з традиційних страв, які можна скуштувати в цьому регіоні. Вареники з вишнями - це десертна страва, яку люблять як місцеві жителі, так і туристи. Пельмені, які походять з Росії,

стали популярними в Україні та мають свої особливості приготування. Кумис, напій з кобилячого молока, традиційно вживається в татарських громадах. Чебуреки, смажені пиріжки з м'ясом, є ще однією популярною стравою в східному регіоні.

До популярних гастрономічних фестивалів східного регіону належать «Фестиваль риби» в місті Харків, де можна скуштувати рибні страви з різних країн світу. Цей фестиваль приваблює численних любителів риби та морепродуктів, які хочуть насолодитися різноманіттям смаків та ароматів. «Фестиваль м'яса» в місті Донецьк представляє різні види м'яса та способи його приготування, від традиційних до сучасних технік. «Фестиваль пива» в місті Краматорськ дозволяє відвідувачам спробувати пиво з місцевих пивоварень та насолодитися атмосферою свята, де можна дізнатися більше про процес пивоваріння та насолодитися живою музикою [26, с. 132].

Південний регіон України славиться своєю кухнею з чорноморськими морепродуктами, овочами та фруктами. Оселедець з цибулею, чорноморські мідії, рапани, долма, кавун - ці страви стали невід'ємною частиною кухні південного регіону. Оселедець з цибулею є популярною закускою, яка часто подається до святкових столів. Чорноморські мідії та рапани - це морепродукти, які можна знайти в багатьох ресторанах південного узбережжя. Долма, страва з виноградною лля, наповнена рисом та м'ясом, є популярною в південних регіонах, де мешкають грецькі та турецькі громади. Кавун, який вирощується на півдні України, є символом літнього сезону та часто використовується в різних кулінарних рецептах.

До популярних гастрономічних фестивалів південного регіону належать «Фестиваль чорноморської кухні» в місті Одеса, де можна скуштувати страви з риби та морепродуктів, а також насолодитися культурною програмою з музикою та танцями. «Фестиваль вина та сиру» в місті Херсон представляє вина з українських виноробень та сири з місцевих ферм, де можна насолодитися дегустацією та придбати улюблені продукти. «Фестиваль дині»

в місті Херсон дозволяє відвідувачам спробувати різні сорти дині та страви з неї, а також дізнатися більше про вирощування цього фрукта та його користь для здоров'я [28, с. 23].

Підсумовуючи, Україна має величезний потенціал для розвитку гастрономічного туризму завдяки своєму багатому кулінарному спадку та різноманіттю регіональних страв. Кожен регіон країни має свої унікальні кулінарні традиції та фестивалі, які приваблюють туристів з усього світу.

## **2.2. Дослідження діяльності ТОВ «Скай Тревел» як суб'єкту туристичного ринку**

Підприємство, яке буде розглядатись у даній роботі – це туристичне агентство «Скай Тревел», директором якого є Корф Валентина Олександрівна. Воно було засновано в 2012 році в місті Донецьк, але у 2014 році розпочало свою діяльність у Києві за адресою: м.Київ, вул. Січових Стрільців 79, оф.1, 04050. І вже у 2016 році підприємство отримало туроператорську ліцензію на організацію, просування та реалізацію туристичних продуктів.

Метою створення туристичного агентства «Скай Тревел» є надання широкого спектру туристичних послуг. Діяльність підприємства охоплює складання турів та формування комплексних послуг для клієнтів як за кордоном, так і в межах України. Крім цього, метою є повна та всебічна інформація про можливості відпочинку і подорожей для клієнтів у всіх доступних турах, курортах та туристичних центрах, а також організація продажу туристичних продуктів та послуг, враховуючи специфіку та потреби туристичного ринку [29, с. 62].

«Скай Тревел» є товариством з обмеженою відповідальністю (ТОВ) згідно з організаційно-правовою формою. Ця комерційна організація утворена шляхом об'єднання внесків не менше ніж двох громадян або юридичних осіб з метою здійснення спільної господарської діяльності. Учасники ТОВ не

несуть особистої відповідальності за його зобов'язання та ризики. Ця форма власності є найпоширенішою серед туристичних операторів.

Установчі документи турагентства ТОВ «Скай Тревел»:

- Статут ТОВ;
- Положення про структурні підрозділи;
- Ліцензія на право провадження туropolераторської діяльності (Додаток А);
- Виписка з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань (Додаток Б);
- Витяг з реєстру платників єдиного податку (Додаток В);
- Трудовий договір;
- Правила внутрішнього розпорядку;
- Угоди з партнерами;

Документи для роботи з клієнтами:

- Договір про туристичне обслуговування (контракт) між турфірмою та клієнтом;
- Туристична путівка;
- Туристичний ваучер;
- Проїзні документи;
- Розписка про отримання документів та пам'ятка туриста.

В своїй діяльності «Скай Тревел» також керується законодавством України, Законами України: «Про власність», «Про підприємства в Україні», «Про підприємництво».

Основними видами діяльності, згідно КВЕДів «Скай Тревел» є:

- Надання туристичних послуг;
- Оптова та роздрібна торгівля ;
- Фінансове посередництво;



- Консультування з питань туристичної діяльності;
- Дослідження кон'юнктури ринку;
- Поліграфічна діяльність;
- Інформатизація та рекламна діяльність;

Головними функціями туристичного агентства є:

1. Обслуговувальна функція - охоплює обслуговування клієнтів під час продажу турпакетів, забезпечення зв'язку та надання додаткових послуг під час подорожі.

2. Маркетингова функція - включає в себе аналіз туристичного ринку та потреб клієнтів, проведення рекламних заходів, а також просування турпродукту через мережу турагенцій.

3. Гарантійна функція - полягає у забезпеченні туристів гарантією на надання передоплачених послуг відповідно до визначених стандартів якості та безпеки. Це здійснюється через контроль якості та надійності туристичного обслуговування.

4. Функція комплектування - включає в себе складання туристичного пакету, а також розрахунок його вартості та встановлення тарифів на додаткові послуги, що надаються туристам під час подорожі.

5. Координаційна функція - це організація управління діяльністю підприємства з метою забезпечення її безперервності та ефективності. Головною метою є забезпечення гармонійної роботи всіх учасників туристичної індустрії [24].

Невід'ємною частиною також є організаційна структура та взаємодія підрозділів підприємства. Під структурою управління організацією розуміється впорядкована сукупність взаємопов'язаних елементів, що є між собою у стійких відносинах, що забезпечують функціонування та розвиток організації як єдиного цілого.

Організаційна структура компанії залежить від цілей і завдань, що стоять перед нею, та визначається розміщенням у просторі структурних підрозділів, які розташовані на одній території та об'єднуються в єдине ціле внаслідок підпорядкування спільному керівництву.

Залежно від типу взаємозв'язків між учасниками процесу управління можна виділити такі різновиди структур управління: лінійна, лінійнофункціональна, функціональна, матрична, комбінована та дивізійна структури.

Організаційна структура ТОВ «Скай Тревел» представлена на рис. 2.2.

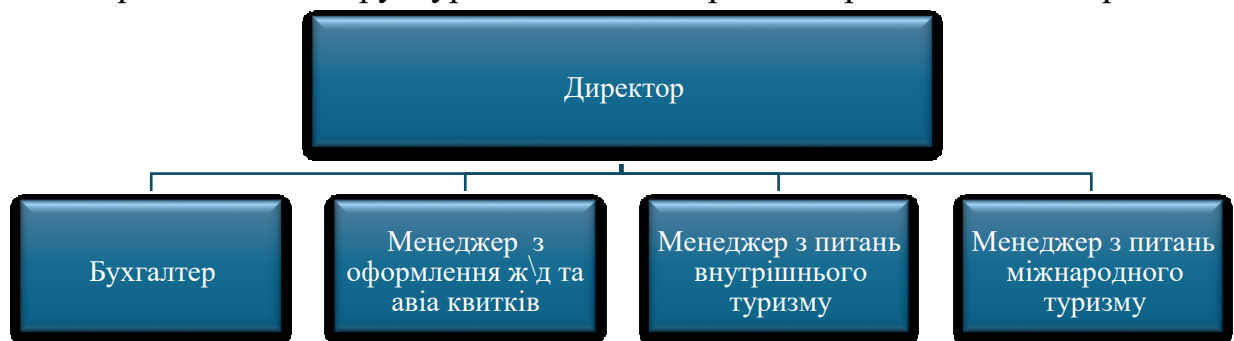


Рис.2.2. Організаційна структура ТОВ «Скай Тревел»

Видом організаційної структури туристичної агенції ТОВ «Скай Тревел» є проста лінійна структура. У цієї структури немає підрозділів, а кількість працівників вбирається у норми керованості директора. Повна відповідальність за роботу за всіма функціями управління доручається на директора.

Підприємство створене у відповідності зі статтями 1 та 5 Закону України «Про підприємства в Україні» з метою підвищення матеріального культурного рівня життя населення України шляхом насичення споживчого ринку товарами та послугами а також впровадження досягнень науково-технічного та соціального прогресу, створення додаткових робочих місць та підвищення рівня зайнятості в Україні на підставі вільного вибору діяльності [27].

Підприємство є юридичною особою: має відокремлене майно, право від свого імені укладати угоди, набувати майнові та немайнові права, нести обов'язки, виступати в суді, арбітражному чи третейському суді в якості позивача, відповідача, третьої особи та інші ознаки юридичної особи.

Фінансово-економічну діяльність ТОВ «Скай Тревел» за 2022-2023 рр можна охарактеризувати за допомогою табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Аналіз динаміки основних показників діяльності підприємства туристичного бізнесу «Скай Тревел»

Найменування показника	2022	2023	Темп росту
Обсяг реалізованих послуг, продукції (у грошових, натуральних од.)	136	294	116.18 %
Кількість туристів або споживачів туристичного продукту, люд.	374	890	138.50 %
Загальна кількість днів туру, дн.	2829	7513	165.77 %
Середня вартість спожитого туристичного продукту, тис. грн.	10 774,3	36 969,7	243.14 %
Чистий дохід від реалізації, тис. грн.	701,1	1 240,6	77.89%
Операційні витрати, тис. грн.	452,0	757,0	67.52%
Операційні витрати на 1 грн. реалізованого продукту, послуги, грн.	0,64	0,61	-4.69%
Середня кількість працівників, люд.	5	5	-
Середня кількість туристів на одного працівника, люд.	75	178	137.33 %
Валовий прибуток, тис. грн.	251,1	537,2	113.55 %

Чистий прибуток, тис. грн.	251,1	537,2	113.55 %
----------------------------	-------	-------	-------------

Аналізуючи приведені дані можна зробити висновок, що ТОВ «Скай Тревел» працює не стабільно, але має прибуток. Обсяг реалізованих послуг збільшився на 158 од. при незмінній чисельності працівників. Чистий прибуток підприємства на кінець 2023 року склав 537,2 тис.грн., порівняно з 2022 роком який складав 251,1 тис.грн, тобто він покращився. Збільшувались такі показники, як валові витрати та валові доходи.

Аналізуючи економічні показники підприємства «Скай Тревел» виходить, що в діяльності фірми зберігаються позитивні тенденції, чистий дохід від реалізації продукції (послуг) збільшився з 701,1 тис. грн. в 2022 році до 1240,6 тис. грн. в 2023 році.

Також, важливою складовою фінансового аналізу для будь-якого підприємства є аналіз динаміки активів, який допомагає визначити, як ефективно використовуються ресурси та як фінансове становище компанії змінюється з часом [31, с. 10].

Однією з головних причин проведення аналізу активів є оцінка фінансової стійкості підприємства. Активи відображають ресурси, якими володіє компанія, та її можливість виконувати фінансові зобов'язання. Аналіз динаміки активів підприємства «Скай Тревел» допоможе з'ясувати, як ця здатність змінюється з часом та дати оцінки фінансової стійкості підприємства (табл. 2.2.)

Таблиця 2.2

## Аналіз динаміки та структури активів ТОВ «Скай Тревел» за 2021-2023рр.

№	Показники	2022	2023	Абсолютне відхилення тис. грн	Відносне відхилення %
1	Активи підприємства, всього, тис. грн	2173,2	3055,8	882,6	+40,6

2	Необоротні активи, тис. грн	0	0	-	-
3	Оборотні активи, тис. грн	2173,2	3055,8	882,6	+40,6
3.1.	Дебіторська заборгованість, тис. грн	248	1,8	-246,2	-99,3
3.2.	Інша поточна дебіторська заборгованість	1844,6	2340,7	496,1	+26,9
3.3.	Грошові кошти та їх еквіваленти, тис. грн.	80,6	713,3	632,7	+784,9

Аналіз вказує на стійкий розвиток компанії та ефективне управління її фінансовими ресурсами. Загальні активи підприємства зросли на 882,6 тис. грн або на 40,6%, переважно за рахунок збільшення грошових коштів та їх еквівалентів. Варто відзначити суттєве зменшення дебіторської заборгованості на 99,3%, що свідчить про оптимізацію управління фінансовими потоками компанії. Інша поточна дебіторська заборгованість зросла на 26,9%, що може бути наслідком збільшення обсягів реалізації товарів або послуг. Грошові кошти та їх еквіваленти значно збільшились, що свідчить про покращення ліквідності підприємства та можливості ефективнішого управління фінансовими ресурсами.

Аналіз туристичних потоків є ключовим етапом при розробці стратегій розвитку туристичної індустрії та прийнятті управлінських рішень. Результати аналізу вказують на напрямки та масштаби руху туристів, їхні вподобання, динаміку змін та тенденції в розвитку ринку туризму. Здійснення аналізу дозволяє виявити потенційні можливості для розвитку туристичних послуг та привернення нових сегментів туристичного ринку. На основі аналізу туристичних потоків можна зробити висновок про необхідність адаптації туристичної інфраструктури до змін попиту та популярних напрямків подорожей. Також важливо враховувати соціально-економічні та екологічні наслідки масового туризму та розробляти стратегії збалансованого розвитку, спрямовані на збереження природних та культурних ресурсів [33, с. 70].

Важливо відзначити, що постійний моніторинг туристичних потоків є важливим інструментом для адаптації та вдосконалення стратегій управління

в сфері туризму з метою забезпечення сталого розвитку та задоволення потреб як місцевого населення, так і туристів.

Підприємство здійснює такі види туризму та тури як:

- Виїзний (міжнародний) туризм: індивідуальні та групові тури в більш ніж 30 країн світу. Провідними напрямками діяльності є організація турів в наступні країни: Чорногорію, Францію, Грузію, Німеччина, Греція, Італія, Мальдіви, Мексика, Іспанія, ОАЕ, США, Туреччина та інші. Бронювання готелів та приватних апартаментів, трансфери, оренда автотранспорту, організація екскурсій.

- Внутрішній туризм: Відпочинок в Карпатах та екскурсійні програми по

Західній Україні. (табл.2.4)

Таблиця 2.4.

Аналіз туристичних потоків за видами туризму

Напрямок туризму	А галітичний період		
	2021	2022	2023
Кількість туристів			
Внутрішній	29	21	20
Виїзний	589	353	870
Разом туристів, люд.	618	374	890
Кількість днів туру			
Внутрішній	257	180	120
Виїзний	5258	2649	7393
Разом туроднів, дн.	5515	2829	7513

Аналіз туристичних потоків за видами туризму за період з 2021 по 2023 рік дає можливість оцінити тенденції та динаміку руху туристів відповідно до їхніх напрямків подорожей.

Загальна кількість туристів, що користуються внутрішнім туризмом, вказує на стійкий та помірний спад з 29 люд. у 2021 році до 20 люд. у 2023 році. Цей спад може бути наслідком різних факторів, таких як зміни в економіці країни, зміни в умовах подорожування або зміна попиту та пропозиції на внутрішні туристичні пропозиції.

У той же час, кількість виїзних туристів значно зросла з 589 люд. у 2021 році до 870 люд. у 2023 році. Це свідчить про значний імпульсивний ріст популярності виїзного туризму.

Щодо кількості днів туру, варто відзначити, що в середньому виїзні туристи проводять більше часу у подорожі, ніж туристи, що користуються внутрішнім туризмом. Тому що виїзний туризм спрямований на довгостроковий відпочинок або подорожі з побутуванням, тоді як внутрішні туристи зазвичай обирають короткострокові подорожі або відвідують місцеві атракції [34, с. 82].

Таким чином, динаміка туристичних потоків за видами туризму вказує на зміни в уподобаннях та попиті туристів, а також на тенденції у розвитку туристичної галузі в країні. Чимало важливу роль відіграє також туристичний потік за країнами перебування. Перш за все, турагентства використовують інформацію про туристичний потік для планування маршрутів та створення туристичних пакетів. Популярність країн серед подорожуючих дозволяє агентствам пропонувати привабливі та вигідні тури, що відповідають попиту.

Додатково, аналіз потоку туристів допомагає турфірмам керувати своїми маркетинговими зусиллями. Розуміння уподобань та інтересів клієнтів дозволяє ефективно спрямовувати рекламу та просувати тури до популярних країн.

Далі можна розглянути таблицю динаміки туристичних потоків за країнами відправлення ТОВ «Скай Тревел» (табл.2.5)

Таблиця 2.5

Аналіз динаміки туристичних потоків за країнами відправлення

Назва країни	Аналітичний період		
	2021	2022	2023
Домініканська Республіка	4	6	39
Франція	4	13	9
Грузія	8	-	5
Німеччина	7	14	2
Греція	36	-	57
Італія	4	4	4
Казахстан	2	-	-
Малайзія	5	-	-
Мальдіви	9	6	39
Мексика	4	-	8
Чорногорія	12	5	29
Іспанія	46	-	44
Таїланд	2	5	-
ОАЕ	30	21	85
Туреччина	229	207	280
Єгипет	131	60	189
США	5	5	5
Австрія	12	-	-
Болгарія	13	-	12
Хорватія	8	-	18
Чехія	2	-	-

Продовження таблиці 2.5

Ліван	-	2	-
Польща	-	3	-
Румунія	-	2	-
Вірменія	-	-	14
Кіпр	-	-	6
Португалія	-	-	6
Сейшельські острови	-	-	5
Південна Африка	-	-	2
Зімбабве	-	-	10
Сполучене Королівство Великої Британії та Північної Ірландії	-	-	2
Разом туристів (споживачів туристичного продукту), люд.	573	353	870



Згідно з аналізом серед країн відправлення, Домініканська Республіка відзначається найбільш значним зростанням кількості туристів, що обирають її як напрямок подорожі, з 4 люд. у 2021 році до 39 люд. у 2023 році [35, с. 28].

### **2.3. Оцінка ступеня використання гастрономічного туризму в діяльності досліджуваного підприємства**

ТОВ «Скай Тревел» – це провідна туристична компанія, що спеціалізується на широкому спектрі туристичних послуг, зокрема на організації гастрономічних турів. Ця компанія здобула високу репутацію серед туристів завдяки своїм ретельно спланованим маршрутам та програмам, які дозволяють мандрівникам зануритися у світ кулінарних традицій різних країн та регіонів. [36, с. 400].

Існуючі програми гастрономічного туризму від ТОВ «Скай Тревел» охоплюють різноманітні напрямки та тематики, що задовольняють смаки найвибагливіших гурманів. Компанія пропонує тури до країн з багатою кулінарною спадщиною, таких як Італія, Франція, Іспанія, Грузія, Греція, Китай та Японія. Кожен з цих напрямків славиться своїми унікальними гастрономічними традиціями, які туристи можуть відчутти на власному досвіді через дегустації, екскурсії та майстер-класи. Наприклад, в Італії туристи мають можливість скуштувати справжню італійську пасту та піцу, відвідати виноробні в Тоскані, де проводяться дегустації вин, а також навчитися готувати традиційні італійські страви на майстер-класах.

ТОВ «Скай Тревел» також організовує тематичні гастрономічні тури, що дозволяють зануритися в певний аспект кулінарії. Серед таких турів особливо популярні винні тури, сирні тури, шоколадні тури, кавові тури та тури до пивоварень. Винні тури, наприклад, включають відвідування знаменитих виноробних регіонів, таких як Бордо у Франції чи Ріоха в Іспанії, де туристи

можуть не лише дегустувати різноманітні вина, але й дізнатися про процес їхнього виробництва.

Сирні тури дають можливість відвідати фермерські господарства, де виробляються різноманітні сири, та навчитися розрізняти їхні смакові нюанси. Шоколадні тури включають екскурсії на шоколадні фабрики, де можна дізнатися про процес виробництва шоколаду та скуштувати найкращі сорти цього солодкого делікатесу. Кавові тури пропонують відвідування плантацій кави та майстер-класи з приготування різних видів кави. Тури до пивоварень дозволяють відвідати відомі пивоварні, де можна спостерігати за процесом виготовлення пива та брати участь у дегустаціях різних сортів цього напою [38, с. 33].

Гастрономічні тури по Україні також займають важливе місце в асортименті послуг ТОВ «Скай Тревел». Ці тури пропонують знайомство з місцевою кухнею різних регіонів країни, дегустації традиційних страв, відвідування фермерських господарств та майстер-класи з приготування національних страв. Туристи мають можливість скуштувати борщ, вареники, сало, банош та інші страви української кухні. Крім того, гастрономічні тури по Україні включають відвідування місцевих фестивалів та ярмарків, де можна скуштувати різноманітні страви та напої.

Програми гастрономічного туризму ТОВ «Скай Тревел» включають різноманітні елементи, що роблять ці тури цікавими та насиченими. Одним з основних елементів програм є дегустації, які дозволяють туристам скуштувати різноманітні страви, напої та продукти. Дегустації вин, сирів, шоколаду, кави та традиційних страв надають можливість не лише насолодитися смаком, але й дізнатися більше про культуру та традиції країни чи регіону.

Екскурсії також є важливою частиною програм гастрономічного туризму. Відвідування фермерських господарств, виноробних заводів, пивоварень, ресторанів та ринків дозволяє туристам побачити, як виробляються ті чи інші продукти, поспілкуватися з виробниками та дізнатися

багато цікавого про процеси виробництва. Наприклад, під час екскурсії на виноробний завод туристи можуть спостерігати за процесом виготовлення вина, дізнатися про технології його виробництва та зберігання, а також взяти участь у дегустації різних сортів вина [30].

Майстер-класи з приготування традиційних страв є ще одним важливим елементом програм гастрономічного туризму. Під час майстер-класів туристи можуть навчитися готувати національні страви під керівництвом досвідчених шеф-кухарів. Це не лише цікаво, але й корисно, оскільки після повернення додому туристи можуть повторити рецепти та здивувати своїх близьких новими кулінарними навичками.

Інші гастрономічні події, такі як фестивалі, ярмарки та кулінарні шоу, також включаються до програм гастрономічного туризму ТОВ «Скай Тревел». Відвідування таких подій дозволяє туристам відчувати атмосферу свята, скуштувати різноманітні страви та напої, а також взяти участь у різноманітних кулінарних заходах.

Маршрути програм гастрономічного туризму ТОВ «Скай Тревел» розроблені з урахуванням інтересів туристів, сезонності, географічних особливостей та інфраструктури. Компанія пропонує програми для різних категорій туристів, від гурманів до любителів простої їжі. Також враховуються сезонні продукти та події, що дозволяє створювати унікальні маршрути залежно від пори року. Географічні особливості різних регіонів та країн також враховуються при розробці маршрутів, що дозволяє зробити подорожі максимально цікавими та насиченими. Крім того, маршрути прокладені з урахуванням наявності готелів, ресторанів та транспортної мережі, що забезпечує комфорт та зручність під час подорожі [39, с. 37].

Оцінка ефективності програм гастрономічного туризму ТОВ «Скай Тревел» показує, що ці програми користуються великою популярністю серед туристів. Кількість туристів, що беруть участь у гастрономічних турах, зросла з 2021 року на 30%, що свідчить про зростаючу популярність цього виду

туризму серед клієнтів компанії. Відгуки туристів про гастрономічні тури ТОВ «Скай Тревел» переважно позитивні. Туристи відзначають високу якість програм, професіоналізм гідів, смачну їжу та незабутні враження.

Рентабельність програм гастрономічного туризму ТОВ «Скай Тревел» також знаходиться на задовільному рівні. Ці програми приносять компанії стабільний прибуток, що свідчить про їхню економічну ефективність. Успіх гастрономічного туризму значною мірою залежить від професіоналізму організаторів, які вміють створювати цікаві та насичені програми, що задовольняють потреби та очікування туристів.

Аналіз туристичних потоків за видами туризму за період з 2021 по 2023 рік дає можливість оцінити тенденції та динаміку руху туристів відповідно до їхніх напрямків подорожей. Згідно з цими даними, у внутрішньому туризмі спостерігається стійкий та помірний спад з 29 осіб у 2021 році до 20 осіб у 2023 році. Це може бути наслідком різних факторів, таких як зміни в економіці країни, зміни в умовах подорожування або зміна попиту та пропозиції на внутрішні туристичні пропозиції. Зміни в економічному становищі країни можуть впливати на платоспроможність населення, що, в свою чергу, впливає на їхні можливості подорожувати в межах країни. Крім того, розвиток транспортної інфраструктури, умови проживання та якість туристичних послуг можуть також відігравати важливу роль у виборі напрямків для подорожей [32].

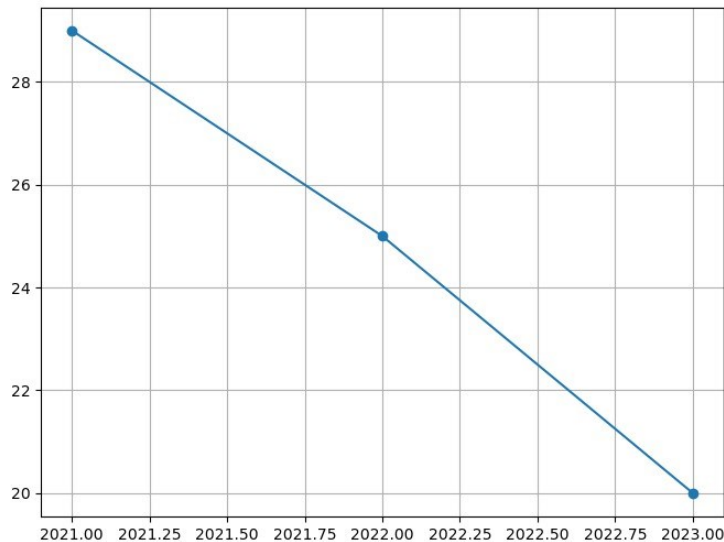


Рис. 2.3. Динаміка туристичного потоку у внутрішньому туризмі (2021-2023)

На противагу цьому, виїзний туризм значно зріс з 589 осіб у 2021 році до 870 осіб у 2023 році, що свідчить про значний імпульсивний ріст популярності виїзного туризму. Це може бути пов'язано з багатьма факторами, включаючи зростання доходів населення, розвиток міжнародних транспортних сполучень, зниження вартості авіаперельотів та інші сприятливі умови для виїзного туризму. Крім того, інформаційні технології та соціальні мережі сприяють популяризації міжнародних туристичних напрямків, що також може впливати на зростання попиту на виїзні подорожі.

Домініканська Республіка відзначається найбільш значним зростанням кількості туристів, що обирають її як напрямок подорожі, з 4 осіб у 2021 році до 39 осіб у 2023 році. Це може бути пов'язано з привабливими умовами для відпочинку, такими як теплий клімат, красиві пляжі та високий рівень туристичних послуг. Інші напрямки, як-от Греція, ОАЕ, Туреччина та Єгипет, також демонструють значне зростання популярності. Це свідчить про те, що туристи все більше шукають нові враження та можливості для відпочинку за межами своєї країни, і ці напрямки задовольняють їхні очікування.

Водночас спостерігається спад попиту на тури до Грузії, Німеччини, Італії, Іспанії та деяких інших країн. Це може бути зумовлено різними

факторами, такими як зміни у туристичних вподобаннях, політична ситуація, економічні умови та інші аспекти, що впливають на рішення туристів обирати ті чи інші напрямки [40, с. 312].

В асортименті агентства "Скай Тревел" є близько 100 різних турів, з них 20 % турів спеціалізуються на гастрономічному туризмі.

Гастрономічні тури, що пропонується «СкайТревел», включають подорожі Україною (10 турів) та закордонні напрямки (10 турів). У внутрішніх гастрономічних турах є подорожі в Закарпаття з відвідуванням винних заводів, тури на Полтавщину з дегустацією місцевої кухні, кулінарні майстер-класи в Львові. Закордонні тури включають винні тури в Італії, Франції, дегустаційні тури по Іспанії.

Підприємством було проведено опитування серед 500 своїх клієнтів і 40% висловили зацікавленість у саме гастрономічних турах, більшість зацікавлених клієнтів - люди віком від 30 до 50 років, з середнім та високим доходом.

Окрім цього потрібно відмітити, що на вебсайті агентства є окремий розділ, присвячений гастрономічним турам і «СкайТревел» активно рекламує гастрономічні тури в власних соціальних мережах, зокрема на Facebook та Instagram.

Також зазначимо, що ТОВ «СкайТревел» співпрацює з 15 місцевими ресторанами та 10 виробниками вин в Україні, регулярно бере участь у місцевих гастрономічних фестивалях, таких як "Львівський кавовий фестиваль", "Закарпатське божоле".

Крім того, ТОВ «Скай Тревел» включає гастрономічні екскурсії до програм загальних турів, що дозволяє туристам отримати комплексні враження від подорожей. Наприклад, екскурсія до ринку та дегустація місцевих продуктів у рамках туру до Праги надає можливість туристам побачити, як виглядає місцевий ринок, скуштувати свіжі продукти та дізнатися більше про традиційну чеську кухню. Відвідування винних заводів та

дегустація вин у рамках туру до Тоскани дозволяє туристам не тільки насолодитися чудовими краєвидами, але й скуштувати відомі тосканські вина та дізнатися більше про процес їх виробництва [41, с. 83].

Співпраця з місцевими ресторанами та кафе також є важливою складовою гастрономічного туризму, що пропонує ТОВ «Скай Тревел». Компанія надає туристам спеціальні знижки або ексклюзивні пропозиції у партнерських ресторанах, що робить подорожі ще більш привабливими. Це дозволяє туристам відвідати популярні місцеві заклади, скуштувати традиційні страви та насолодитися високоякісним обслуговуванням. Наприклад, туристи можуть отримати спеціальні знижки на дегустацію вин у місцевих винних барах або скористатися ексклюзивними пропозиціями на обіди в популярних ресторанах.

## **Висновки до розділу 2**

Проведений аналіз розвитку гастрономічного туризму в Україні виявив низку ключових тенденцій та особливостей, що характеризують цей напрямок. Гастрономічний туризм набирає популярності як серед внутрішніх, так і серед іноземних туристів, що свідчить про значний потенціал для розвитку даної галузі. Основними факторами, що сприяють цьому, є багатство кулінарної спадщини України, різноманітність регіональних кухонь та наявність численних гастрономічних фестивалів та заходів.

Аналіз особливостей розвитку гастрономічного туризму в Україні показав, що важливими елементами успішного просування цього напрямку є розвиток інфраструктури, навчання та підвищення кваліфікації персоналу, а також активна співпраця з місцевими виробниками продуктів та ресторанами. Важливу роль відіграє також створення унікальних гастрономічних маршрутів, які поєднують кулінарні враження з культурними та історичними екскурсіями. Це дозволяє туристам глибше зануритися в культуру країни через її кухню та традиції.

За результатами аналізу діяльності підприємства сформовано такі висновки:

ТОВ «Скай Тревел» працює не стабільно, але має прибуток. Обсяг реалізованих послуг збільшився на 158 од. при незмінній чисельності працівників. Чистий прибуток підприємства на кінець 2023 року склав 537,2 тис.грн., порівняно з 2022 роком який складав 251,1 тис.грн, тобто він покращився. Збільшувались й такі показники, як валові витрати та валові доходи.

В діяльності фірми зберігаються позитивні тенденції, чистий дохід від реалізації продукції (послуг) збільшився з 701,1 тис. грн. в 2022 році до 1240,6 тис. грн. в 2023 році.

Загальна кількість туристів, що користуються внутрішнім туризмом, вказує на стійкий та помірний спад з 29 люд. у 2021 році до 20 люд. у 2023 році. У той же час, кількість виїзних туристів значно зросла з 589 люд. у 2021 році до 870 люд. у 2023 році. Це свідчить про значний імпульсивний ріст популярності виїзного туризму. Крім того, аналіз динаміки туристичних потоків за країнами відправлення вказує на різноманітні тенденції в уподобаннях туристів та на вплив зовнішніх факторів на туристичний ринок.

Оцінка ступеня використання гастрономічного туризму в діяльності досліджуваного підприємства, ТОВ «Скай Тревел», продемонструвала, що компанія активно використовує цей напрямок у своїх маркетингових стратегіях. ТОВ «Скай Тревел» успішно реалізує тематичні тури та пропонує близько 100 різних турів, з яких 20% спеціалізуються на гастрономічному туризмі і включають гастрономічні екскурсії в загальні програми подорожей, співпрацює з місцевими ресторанами та кафе, а також організовує гастрономічні фестивалі та заходи. Використання гастрономічного туризму дозволяє компанії залучати нових клієнтів, підвищувати лояльність існуючих та створювати конкурентні переваги на ринку туристичних послуг.



Аналіз підприємства виявив, що маршрути гастрономічного туризму створюються з урахуванням інтересів туристів, сезонності, географічних особливостей та інфраструктури. ТОВ «Скай Тревел» пропонує програми для різних груп туристів, зважаючи на сезонні продукти та події для створення унікальних маршрутів в залежності від пори року. При розробці маршрутів враховуються географічні особливості різних регіонів і країн, що робить подорожі максимально цікавими та насиченими. Також маршрути плануються з урахуванням наявності готелів, ресторанів та транспортної мережі, забезпечуючи комфорт та зручність під час подорожі.

Таким чином, гастрономічний туризм є перспективним напрямком для розвитку туризму в Україні. Його активне використання підприємствами туристичної галузі, такими як ТОВ «Скай Тревел», сприяє не лише збільшенню кількості туристів, але й підвищенню їх задоволення від подорожей. Впровадження нових підходів та інновацій у гастрономічному туризмі може стати важливим фактором успішного розвитку туристичної індустрії в Україні в цілому.

### **РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ОРГАНІЗАЦІЇ ГАСТРОНОМІЧНИХ ТУРІВ ДЛЯ ТОВ «СКАЙ ТРЕВЕЛ»**

#### **3.1. Шляхи розвитку гастрономічного туризму в Україні**

Інтеграція місцевої кухні у тури є перспективним напрямком розвитку гастрономічного туризму в Україні. Цей підхід дозволяє не лише популяризувати національну кухню, але й сприяти розвитку локальної економіки, знайомити туристів з культурою та традиціями регіонів. Розвиток гастрономічного туризму може стати вагомим фактором підвищення привабливості України як туристичної дестинації [57, с. 24].

Розробка тематичних гастрономічних турів є одним із ключових аспектів інтеграції місцевої кухні у туристичну галузь. Різноманітність тематик таких турів дозволяє охопити різні аспекти української кулінарної спадщини. Наприклад, винні тури можуть включати відвідування місцевих виноробних господарств, дегустації вин та екскурсії по виноградниках. Сирні тури можуть передбачати візити до сироварень, майстер-класи з виготовлення сиру та дегустації. Тури до пекарень можуть включати ознайомлення з процесом випікання традиційного українського хліба та інших випічок, участь у майстер-класах. Тури до фермерських господарств нададуть можливість туристам познайомитися з виробництвом місцевих продуктів, відвідати ферми, садиби та спробувати натуральні продукти прямо з грядки або стійла. Тури до етнографічних комплексів дозволять глибше зануритися у культуру та побут різних регіонів України, побачити традиційні страви та методи їх приготування.

Особливу увагу слід приділити регіональним особливостям української кухні. Кожен регіон має свої унікальні кулінарні традиції та продукти, що можуть стати основою для розробки індивідуальних гастрономічних турів.

Наприклад, у Поділлі можна організувати тури, що включають відвідування місцевих виноробів та дегустації подільських вин.



Рис. 3.1 Розподіл тематичних гастрономічних турів

У Галичині – тури, що знайомлять з традиційною галичанською кухнею, включаючи відомі страви як вареники, борщ з грибами, страви з капусти та картоплі. На Слобожанщині можна організувати тури, що включають відвідування місцевих пекарень та кондитерських, майстер-класи з виготовлення солодоців. У Південній Україні – тури, що знайомлять з морепродуктами та рибними стравами, характерними для цього регіону.

Співпраця з місцевими виробниками є важливою складовою успішної інтеграції місцевої кухні у тури. Це не лише гарантує автентичність та високу якість їжі та напоїв, але й сприяє розвитку місцевих підприємств. Співпраця з рестораторами, фермерами, виноробами дозволяє створити унікальні тури, що включають відвідування місцевих господарств, участь у процесі виробництва та дегустації продуктів [46].

Для ефективної інтеграції місцевої кухні у тури важливо укласти партнерські угоди з туроператорами та турагентствами. Це дозволить включити гастрономічні тури у їхні пакети пропозицій, що розширить аудиторію потенційних туристів. Спільні маркетингові кампанії допоможуть просувати гастрономічні тури на внутрішньому та міжнародному ринках. Участь у туристичних виставках та ярмарках дасть можливість презентувати гастрономічні тури та українську кухню широкій аудиторії, залучити нових партнерів та туристів.

Використання онлайн-платформ та соціальних мереж є невід'ємною частиною сучасного маркетингу. Створення веб-сайту та онлайн-платформи, де можна представити інформацію про гастрономічні тури, забронювати тури, ознайомитися з відгуками туристів, значно спростить процес організації та популяризації гастрономічних турів. Активна присутність у соціальних мережах дозволить оперативно публікувати інформацію про гастрономічні тури, рецепти українських страв, фото та відео з турів, залучаючи тим самим нових туристів. Використання онлайн-реклами дозволить ефективно досягати цільової аудиторії, збільшувати кількість бронювань та підвищувати впізнаваність гастрономічних турів.

Підготовка кваліфікованих кадрів є важливою складовою успішної інтеграції місцевої кухні у тури. Гіди, що мають знання про українську кухню, історію кулінарних традицій, місцеві продукти та особливості регіональних кухонь, зможуть цікаво та інформативно проводити гастрономічні тури. Кухарі, що вміють готувати автентичні українські страви з використанням сезонних та локальних продуктів, забезпечать високу якість їжі, що пропонується туристам. Підтримка проведення професійних конкурсів кухарів та кулінарних фестивалів сприятиме підвищенню кваліфікації кадрів, популяризації української кухні та залученню нових туристів [56, с. 63].

Створення сприятливого регуляторного середовища є необхідною умовою для розвитку гастрономічного туризму. Розробка стандартів та норм

для гастрономічних турів гарантуватиме їх якість та безпеку, сприятиме формуванню довіри туристів до таких турів. Спрощення процедур отримання дозволів та ліцензій для організації гастрономічних турів зменшить адміністративні бар'єри та полегшить запуск нових проектів у цій сфері. Надання податкових пільг підприємствам, що організують гастрономічні тури, стимулюватиме їх розвиток та залучення інвестицій.

Партнерство з локальними виробниками є ключовим фактором успіху гастрономічних турів. Співпраця з місцевими фермерами, виноробнями та ресторанами дає можливість туристичним агентствам пропонувати клієнтам автентичні гастрономічні враження, що сприяє розвитку туризму в регіоні. Це не лише створює унікальні та незабутні враження для туристів, але й підтримує місцеву економіку, сприяє збереженню традицій та забезпечує екологічну стійкість.

Перш за все, перед тим як розпочати пошук партнерів, «Скай Тревел» має чітко визначити цільову аудиторію своїх гастрономічних турів. Це допоможе агентству сформувавши тематику турів та підібрати відповідних партнерів. Наприклад, якщо агентство планує пропонувати тури для вегетаріанців, слід шукати партнерів серед фермерів, що вирощують органічні овочі та фрукти, а також ресторанів, що пропонують вегетаріанські страви. Цей підхід дозволяє створити гармонійний і тематично цілісний туристичний продукт, що відповідає очікуванням клієнтів.

Для пошуку потенційних партнерів «Скай Тревел» може використовувати різні канали. Одним з найефективніших є Інтернет-ресурси, де розміщені профілі фермерів, виноробень та ресторанів. Це може бути як спеціалізовані платформи, так і соціальні мережі, де фермери та виробники рекламують свою продукцію. Галузеві виставки та конференції також є важливим джерелом контактів, де можна безпосередньо спілкуватися з потенційними партнерами, оцінити їх продукцію та домовитися про

співпрацю. Крім того, рекомендації від інших туристичних агентств та організацій можуть стати цінним ресурсом для пошуку надійних партнерів.

При відборі партнерів «Скай Тревел» має звернути увагу на декілька важливих аспектів. Насамперед, це якість продукції та послуг, що пропонують партнери. Важливо переконатися, що продукти та послуги відповідають високим стандартам якості та можуть задовольнити вимоги туристів. Репутація партнерів на ринку також грає ключову роль, адже позитивні відгуки та довіра з боку клієнтів є показниками надійності та професіоналізму. Відповідність цінностей та принципів партнерів цінностям та принципам «Скай Тревел» також є важливим критерієм, адже це забезпечить гармонійне співробітництво та взаєморозуміння.

Укладення партнерських угод є наступним важливим кроком у співпраці. «Скай Тревел» має укласти з кожним партнером письмову угоду, яка чітко визначає обов'язки та відповідальності сторін, умови оплати, механізми вирішення спорів та термін дії угоди. Важливо, щоб угода була справедливою та вигідною для обох сторін, оскільки це сприятиме тривалому та продуктивному співробітництву. Чітке визначення всіх умов у письмовій угоді дозволить уникнути непорозумінь та конфліктів у майбутньому.

Спільне просування є ще одним важливим аспектом успішного партнерства. «Скай Тревел» та його партнери мають спільно просувати гастрономічні тури. Це можна робити за допомогою спільних рекламних кампаній, участі у туристичних виставках та конференціях, розміщення інформації про тури на веб-сайтах та у соціальних мережах партнерів. Спільне просування допоможе збільшити охоплення аудиторії та зробити тури «Скай Тревел» більш популярними. Спільні маркетингові зусилля сприяють створенню сильного бренду та приверненню уваги ширшої аудиторії.

Контроль якості є ще одним елементом співпраці з партнерами. «Скай Тревел» має регулярно контролювати якість послуг, що надаються партнерами. Це можна робити за допомогою відвідування місць, що включені

до турів, збору відгуків від туристів, проведення опитувань партнерів. Контроль якості допоможе агентству підтримувати високий рівень своїх турів та задовольняти потреби клієнтів. Регулярний моніторинг та оцінка якості дозволяють вчасно виявляти та виправляти недоліки, забезпечуючи постійне вдосконалення продукту [48, с. 15].

Постійний розвиток співпраці є ще одним важливим аспектом успіху. «Скай Тревел» має постійно розвивати співпрацю з партнерами. Це можна робити за допомогою регулярних зустрічей та обміну інформацією, розробки спільних нових турів та продуктів, участі у спільних навчальних заходах. Постійний розвиток співпраці допоможе агентству та його партнерам залишатися конкурентоспроможними на ринку. Взаємне навчання та обмін досвідом сприяють інноваціям та вдосконаленню послуг, що пропонуються туристам.

Партнерство з локальними виробниками може суттєво покращити якість гастрономічних турів «Скай Тревел» та зробити їх більш привабливими для клієнтів. Співпраця з місцевими виробниками дозволяє агентству пропонувати унікальні та автентичні гастрономічні враження, що відповідають очікуванням сучасних туристів. Крім того, це сприяє розвитку місцевої економіки, підтримці малих підприємств та збереженню традиційної культури.

Автентичність гастрономічних вражень є одним з головних чинників, що приваблюють туристів. Місцеві фермери, виноробні та ресторани пропонують продукти та страви, які є невід'ємною частиною регіональної культури та традицій. Співпраця з такими виробниками дозволяє туристичним агентствам створювати тури, що пропонують туристам можливість спробувати справжні місцеві делікатеси, дізнатися про історію їх походження та способи приготування. Це створює незабутні враження та сприяє позитивному іміджу агентства.

Підтримка місцевої економіки є ще одним важливим аспектом співпраці з локальними виробниками. Закупівля продукції у місцевих фермерів та

виноробень сприяє розвитку місцевого бізнесу, створенню нових робочих місць та підвищенню рівня життя в регіоні. Крім того, це сприяє збереженню екологічної стійкості, оскільки місцеві виробники часто використовують екологічно чисті методи виробництва та дбайливо ставляться до природних ресурсів [51, с. 8].

Партнерство з локальними виробниками також сприяє збереженню традиційної культури та ремесел. Місцеві фермери та ремісники часто володіють унікальними знаннями та навичками, що передаються з покоління в покоління. Співпраця з ними дозволяє зберегти ці традиції та зробити їх доступними для ширшої аудиторії. Туристи, що відвідують такі тури, отримують можливість не лише насолодитися місцевими стравами, але й дізнатися більше про культурну спадщину регіону, взяти участь у майстеркласах та спробувати власноруч виготовити традиційні вироби.

На додаток, партнерство з локальними виробниками сприяє розвитку сталого туризму. Використання місцевих продуктів та послуг знижує вплив на навколишнє середовище, зменшує кількість транспортних викидів та підтримує екологічну стійкість. Це особливо важливо в умовах сучасних глобальних екологічних викликів, коли все більше туристів звертають увагу на екологічність та стійкість своїх подорожей.

### **3.2. Розробка нового гастрономічного туру по Україні**

Україна, з її багатовіковою історією та самобутньою культурою, володіє унікальним гастрономічним потенціалом. Різноманіття регіональних кухонь, багатство місцевих продуктів та автентичні кулінарні традиції роблять країну привабливою дестинацією для гастрономічного туризму. Цей напрямок туризму має на меті не лише знайомство з місцевими стравами та напоями, але й глибоке занурення у культурний контекст регіонів, що сприяє ширшому розумінню місцевих традицій та звичаїв.



В сучасному глобалізованому світі туристи все частіше шукають не лише стандартні екскурсії та відпочинок, а й нові, унікальні враження. Одним з таких нових напрямків є гастрономічний туризм, який поєднує подорожі з дегустацією страв та напоїв, характерних для певної місцевості. Україна має значний потенціал у цьому напрямку завдяки своїй багатій культурній спадщині та різноманіттю регіональних кухонь [49].

Для розширення та збагачення пропозицій гастрономічного туризму в Україні пропонується новий туристичний маршрут, що поєднує автентичну кухню з незабутніми враженнями. Маршрут охоплює три регіони: Львівщину, Закарпаття та Поділля. Кожен з цих регіонів має свої особливості, які відображаються в кулінарних традиціях, та може запропонувати туристам унікальні гастрономічні враження.

Львівщина славиться своєю кавовою культурою, львівським сирником, шоколадом та іншими солодощами. Львів, як один з найстаріших міст України, має багату історію та культуру, яка відображається в місцевій кухні. Кава тут не просто напій, а частина культурного спадку міста. Відвідування львівських кав'ярень дозволяє не лише насолодитися чудовою кавою, але й відчутти атмосферу старовинного міста. Львівський сирник, який став символом міста, виготовляється за унікальною рецептурою та має неповторний смак. Львівські шоколадні майстерні пропонують широкий асортимент шоколадних виробів, виготовлених за традиційними рецептами.



Рис. 3.2 Культурні аспекти Львова

Закарпаття відоме своїми унікальними виноробними традиціями. Цей регіон, розташований у передгір'ях Карпат, має ідеальні умови для вирощування винограду. Закарпатські вина відрізняються своєю високою якістю та неповторним смаком, завдяки унікальному мікроклімату та особливим ґрунтам. Відвідування виноробних заводів Закарпаття дозволяє не лише скуштувати місцеві вина, але й дізнатися більше про процес їх виробництва та історію виноробства в регіоні. Крім вин, Закарпаття славиться своїми сирами, які виготовляються за традиційними рецептами з використанням місцевого молока [53, с. 83].

Поділля – це регіон, багатий на традиційні страви з м'яса, картоплі, овочів та випічки. Подільська кухня відрізняється своєю простотою та водночас насиченістю смаків. Традиційні страви, такі як вареники, деруни, галушки, готуються з місцевих продуктів за старовинними рецептами. Відвідування Поділля дозволяє не лише скуштувати ці страви, але й взяти участь у їх приготуванні під керівництвом досвідчених кухарів. Місцеві ринки пропонують широкий вибір свіжих продуктів, серед яких можна знайти не лише овочі та фрукти, але й м'ясо, молочні продукти, випічку.

Новий туристичний маршрут, що поєднує ці три регіони, дозволяє туристам зануритися у багатий світ української кухні та культури. Програма туру передбачає різноманітні активності, що включають екскурсії, дегустації, майстер-класи та пікніки. Це дозволяє туристам не лише скуштувати традиційні страви, але й дізнатися більше про їх історію, процес приготування та культурний контекст.

Перший день туру починається з прибуття до Львова та поселення в готель «Львів». Відразу після цього на туристів чекає екскурсія по старовинному центру міста, під час якої вони зможуть ознайомитися з історією та архітектурою Львова. Відвідування львівської кав'ярні дозволить відчути атмосферу міста та насолодитися чудовою кавою. Далі на туристів чекає майстер-клас з приготування львівського сирника у ресторані «Валентино», де вони зможуть власноруч виготовити цей смачний десерт. Завершується день дегустацією львівських шоколадів у «Львівській майстерні шоколаду», які славляться своїм неповторним смаком.

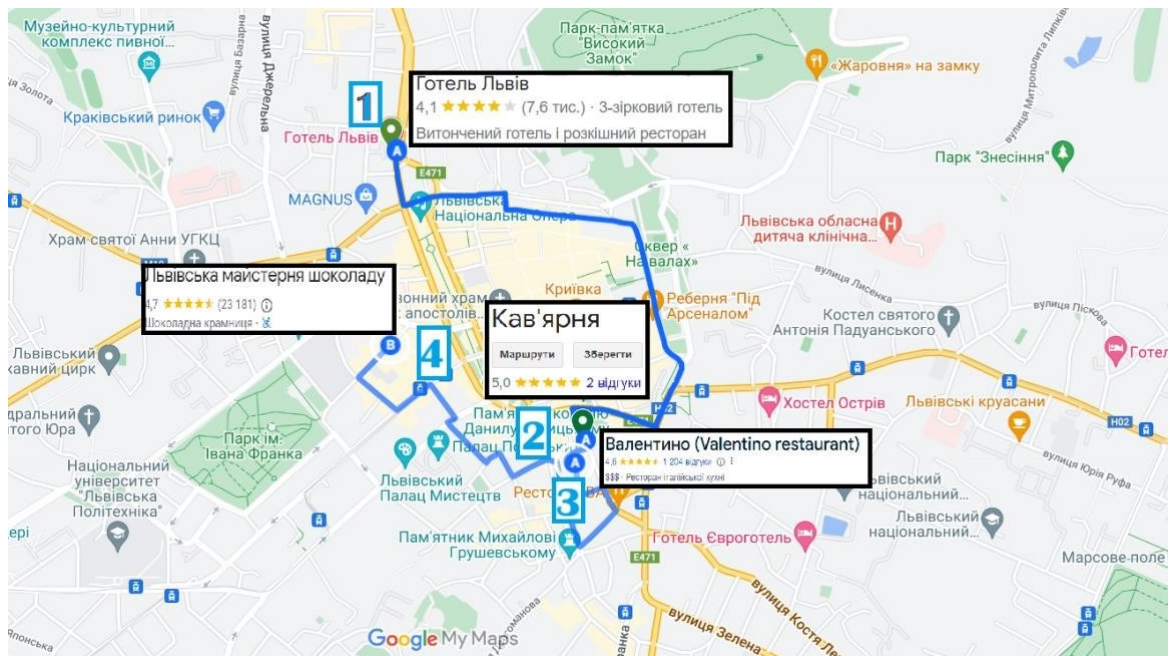


Рис. 3.3. Маршрут першого дня туру

Другий день розпочинається з відвідування одного з найвідоміших львівських ресторанів «Ber Nar Dyn», де туристи зможуть спробувати традиційні українські страви. Після цього вони вирушають до Закарпаття, де їх чекає поселення в готель «Камелот». Далі на туристів чекає екскурсія на виноробний завод Шато «Чизай», де вони зможуть дізнатися більше про процес виробництва вин та взяти участь у дегустації.

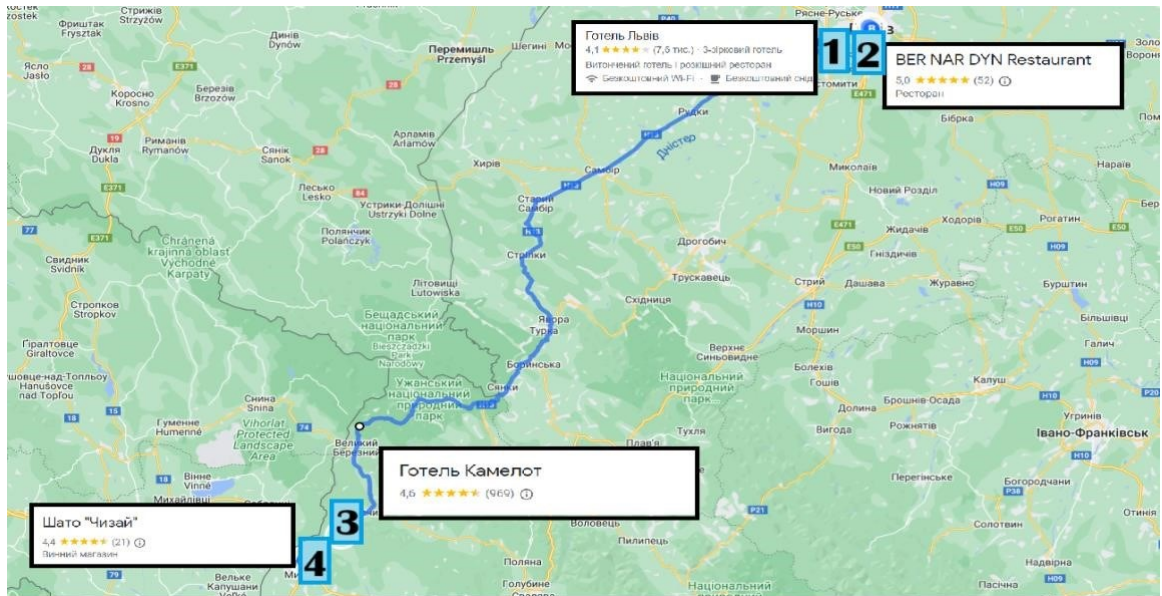


Рис. 3.4. Маршрут другого дня туру

На третій день передбачено відвідування сироварні Весела Стайня «Csiga Viga», де туристи зможуть ознайомитися з процесом виготовлення сиру та скуштувати різні види місцевих сирів. Після цього на них чекає похід в гору Явірник, де вони зможуть насолодитися красою Карпат та взяти участь у пікніку з традиційними українськими стравами.

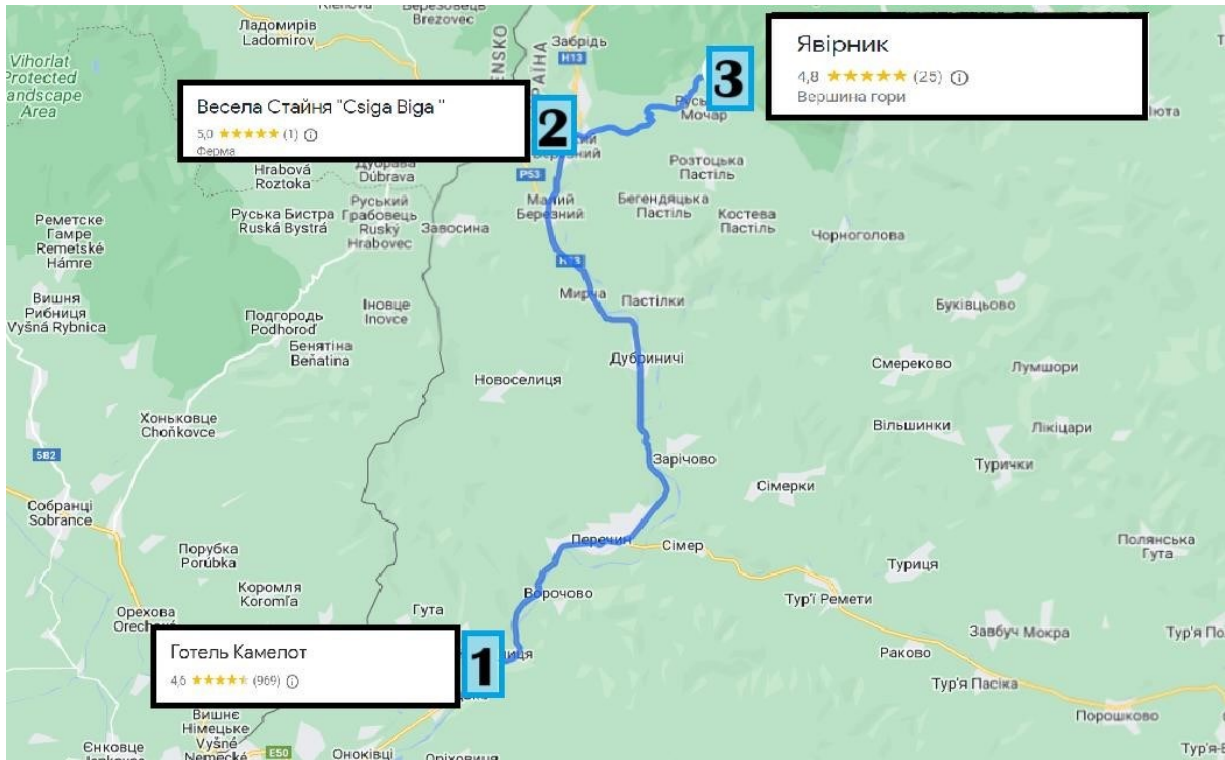


Рис. 3.5. Маршрут третього дня туру

Таблиця 3.1

## Тематичні програми

Назва програми	Опис
Винний тур	Відвідування виноробних заводів різних регіонів України, дегустація вин, знайомство з виноробними традиціями.
Сирний тур	Відвідування сироварень, дегустація сирів, знайомство з процесом виробництва сиру.
Кулінарні майстер-класи	Навчання приготування традиційних українських страв під керівництвом досвідчених кухарів.
Участь у зборі врожаю	Можливість взяти участь у зборі фруктів, ягід, овочів на місцевих фермах.

Четвертий день туру передбачає поїздку на Поділля та поселення в готель «Тамерлан». Тут на туристів чекає майстер-клас з приготування вареників у кафе «Пельмені-Вареники», під час якого вони зможуть дізнатися всі секрети приготування цієї традиційної страви. Після цього вони відвідують місцевий ринок, де можна купити свіжі продукти та познайомитися з місцевими виробниками.

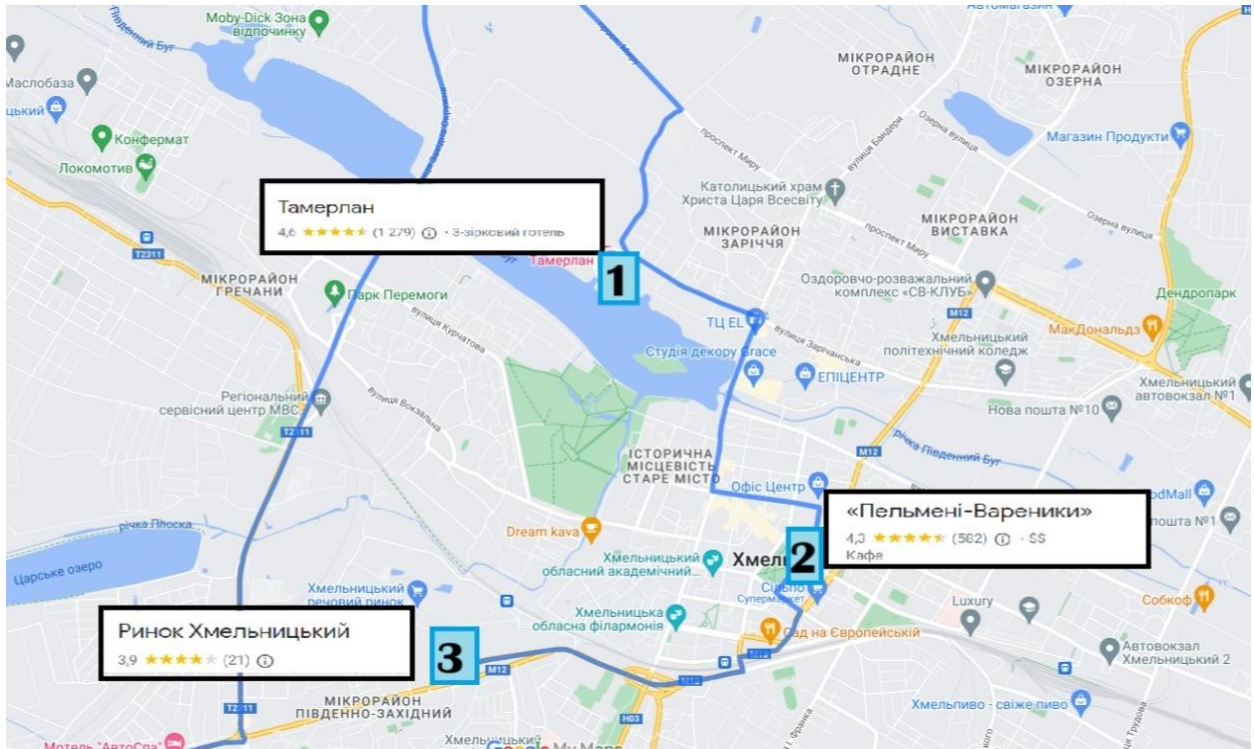


Рис 3.6. Маршрут четвертого дня туру

П'ятий день надає туристам вільний час для самостійного знайомства з містом, після чого вони вирушають у зворотний шлях.

Крім основного маршруту, пропонуються додаткові тематичні програми, що дозволяють туристам поглибити свої знання про українську кухню та культуру. Однією з таких програм є винний тур, який передбачає відвідування виноробних заводів різних регіонів України, дегустацію вин та знайомство з виноробними традиціями. Винний тур дозволяє не лише скуштувати найкращі українські вина, але й дізнатися більше про історію виноробства в країні та сучасні технології виробництва вин [59].

Іншою цікавою програмою є сирний тур, який передбачає відвідування сироварень, дегустацію сирів та знайомство з процесом виробництва сиру. Сирний тур дозволяє дізнатися більше про традиції сироваріння в Україні та скуштувати найкращі зразки місцевих сирів.

Кулінарні майстер-класи – ще одна цікава пропозиція для туристів. Під керівництвом досвідчених кухарів туристи можуть навчитися приготуванню

традиційних українських страв, таких як борщ, вареники, деруни, галушки та інші. Це не лише цікава розвага, але й чудова можливість дізнатися більше про українську кухню та спробувати свої сили у приготуванні смачних страв.

Участь у зборі врожаю – ще одна унікальна пропозиція для туристів. Вони можуть взяти участь у зборі фруктів, ягід, овочів на місцевих фермах, дізнатися більше про процес вирощування та збору врожаю, а також скуштувати свіжі продукти прямо з грядки. Це дозволяє туристам не лише побачити, як вирощуються місцеві продукти, але й відчути себе частиною місцевої спільноти.

Очікувані результати від реалізації нового гастрономічного туру є вельми позитивними. Популяризація української кухні та культури на світовому рівні сприятиме підвищенню інтересу до України як туристичної дестинації. Збільшення туристичного потоку до України матиме позитивний вплив на економіку країни, сприятиме розвитку місцевого бізнесу, особливо у сфері гостинності та виробництва продуктів харчування. Крім того, реалізація цього проекту сприятиме створенню нових робочих місць, що є важливим фактором для розвитку регіонів.

Гастрономічний туризм також сприяє збереженню та відродженню культурних традицій. Під час таких турів туристи мають можливість дізнатися більше про історію та культуру регіону, спробувати традиційні страви, дізнатися секрети їх приготування та відчути себе частиною місцевої спільноти. Це сприяє збереженню традиційних рецептів та методів приготування їжі, а також підвищенню інтересу до місцевої культури та історії [47, с. 241].

Однією з важливих складових гастрономічного туризму є розвиток місцевого виробництва продуктів харчування. Попит на традиційні місцеві продукти зростає, що сприяє розвитку місцевого аграрного сектору та харчової промисловості. Це, в свою чергу, сприяє збереженню традиційних методів виробництва та підвищенню якості продуктів. Крім того, розвиток

гастрономічного туризму сприяє підвищенню інтересу до екологічно чистих та органічних продуктів, що є важливим фактором для збереження навколишнього середовища.

Для успішного впровадження нового гастрономічного туру по Україні важливо розробити ефективну стратегію маркетингу та просування. Ця стратегія повинна охоплювати різні канали комунікації та співпрацю з ключовими партнерами. Стратегія повинна бути спрямована на підвищення обізнаності потенційних туристів про тур, стимулювання їх інтересу, генерацію попиту на послугу та підтримку лояльності клієнтів.

Основними цілями маркетингу та просування нового гастрономічного туру є підвищення обізнаності, стимулювання інтересу, генерація попиту та підтримка лояльності. Підвищення обізнаності передбачає інформування потенційних туристів про існування туру та його особливості. Стимулювання інтересу означає зацікавлення туристів унікальною пропозицією туру та його перевагами, такими як можливість скуштувати національні страви, взяти участь у кулінарних майстер-класах, відвідати відомі ресторани та кафе. Генерація попиту полягає у переконанні туристів забронювати тур, а підтримка лояльності – у забезпеченні позитивного досвіду для туристів, щоб вони рекомендували тур іншим та поверталися знову.

Для досягнення поставлених цілей пропонується наступна стратегія маркетингу та просування. Важливим елементом є створення веб-сайту. Вебсайт повинен бути інформативним та привабливим, описувати маршрут туру, його переваги, програму, ціни та можливість бронювання. Веб-сайт повинен містити фотографії та відео, що показують основні моменти туру, а також відгуки попередніх учасників [54, с. 140].

Оптимізація веб-сайту для пошукових систем (SEO-оптимізація) є критично важливою. Це включає використання ключових слів, пов'язаних з гастрономічним туризмом в Україні, поліпшення структури веб-сайту та створення контенту, що відповідає інтересам цільової аудиторії.



SEOоптимізація дозволить веб-сайту з'являтися у верхній частині результатів пошуку, що збільшить кількість відвідувачів та потенційних клієнтів.

Реклама в Інтернеті є ще одним важливим компонентом стратегії. Це може включати контекстну рекламу, таргетовану рекламу в соціальних мережах та банерну рекламу на тематичних веб-сайтах. Контекстна реклама дозволяє показувати оголошення користувачам, які шукають інформацію про гастрономічні тури або інші схожі послуги. Таргетована реклама в соціальних мережах дозволяє показувати оголошення користувачам, які відповідають цільовій аудиторії туру, наприклад, за віком, місцем проживання, інтересами тощо.

Маркетинг в соціальних мережах також відіграє важливу роль у просуванні туру. Соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram, Twitter, є потужними інструментами для залучення аудиторії. Важливо створювати цікаву та якісну контент-стратегію, що включає публікацію фотографій та відео, розповіді про страви та кулінарні традиції, організацію конкурсів та розіграшів. Це допоможе підвищити залученість користувачів та стимулювати їх до участі в турі.

Співпраця з туристичними агентствами є ще одним важливим аспектом стратегії. Туристичні агентства можуть стати потужними партнерами у просуванні туру. Участь у туристичних виставках, де можна представити тур, є чудовою можливістю для привернення уваги агентств та потенційних клієнтів. Надання агентствам інформаційних матеріалів про тур, таких як брошури, флаєри, постери, дозволить їм більш ефективно пропонувати тур своїм клієнтам.

Спільні рекламні кампанії з туристичними агентствами можуть значно підвищити ефективність просування. Співпраця у проведенні спільних рекламних акцій, участь у програмах лояльності для агентств, які пропонують тур своїм клієнтам, допоможе залучити більше туристів та збільшити бронювання [45, с. 29].

Інші канали комунікації також можуть бути корисними для просування гастрономічного туру. Публікації в ЗМІ, такі як туристичні журнали та газети, допоможуть привернути увагу до туру широкою аудиторією. Написання статей про тур, включення інформації про унікальні кулінарні події, відгуки учасників – все це допоможе створити позитивний імідж туру.

Співпраця з блогерами та інфлюенсерами також є важливим компонентом стратегії. Популярні блогери, що спеціалізуються на подорожах та кулінарії, можуть допомогти просувати тур своїм підписникам. Залучення блогерів до участі у турі, надання їм можливості поділитися своїм досвідом у своїх блогах та соціальних мережах, може значно підвищити інтерес до туру.

Участь у тематичних заходах, таких як фестивалі їжі, кулінарні майстеркласи, є ще одним ефективним способом просування туру. Ці заходи приваблюють велику кількість людей, що цікавляться гастрономією, і можуть стати чудовою можливістю для представлення туру та залучення нових клієнтів [50, с. 32].

Очікувані результати від реалізації цієї стратегії маркетингу та просування включають збільшення кількості відвідувань веб-сайту, зростання попиту на тур, підвищення кількості бронювань та збільшення доходів від туру. Крім того, реалізація стратегії допоможе створити позитивний імідж туру, що сприятиме залученню нових клієнтів та підтримці лояльності існуючих.

### **Висновки до розділу 3**

Третій розділ дослідження демонструє, що інтеграція місцевої кухні у туристичні тури є перспективним напрямком розвитку гастрономічного туризму в Україні. Цей підхід не лише популяризує національну кухню, але й сприяє розвитку локальної економіки, дозволяючи туристам глибше ознайомитися з культурою та традиціями регіонів. Розвиток гастрономічного

туризму може суттєво підвищити привабливість України як туристичної дестинації.

Розробка тематичних гастрономічних турів є ключовим аспектом інтеграції місцевої кухні у туристичну галузь. Різноманітність таких турів дозволяє охопити різні аспекти української кулінарної спадщини. Винні тури, наприклад, можуть включати відвідування місцевих виноробних господарств, дегустації вин та екскурсії по виноградниках. Сирні тури можуть передбачати візити до сироварень, майстер-класи з виготовлення сиру та дегустації. Тури до пекарень можуть включати ознайомлення з процесом випікання традиційного українського хліба та участь у майстер-класах. Відвідування фермерських господарств надасть туристам можливість познайомитися з виробництвом місцевих продуктів, відвідати ферми, садиби та спробувати натуральні продукти прямо з грядки або стійла. Тури до етнографічних комплексів дозволять глибше зануритися у культуру та побут різних регіонів України, побачити традиційні страви та методи їх приготування.

В розділі запропоновано новий гастрономічний тур Західною Україною, який охоплює основні привабливі для потенційних клієнтів місця. Тур розрахований на чотири дні та містить детальні пропозиції з визначеними зупинками.

Особливу увагу слід приділити регіональним особливостям української кухні. Кожен регіон має свої унікальні кулінарні традиції та продукти, що можуть стати основою для розробки індивідуальних гастрономічних турів. У Поділлі можна організувати тури, що включають відвідування місцевих виноробів та дегустації подільських вин. У Галичині – тури, що знайомлять з традиційною галичанською кухнею, включаючи страви як вареники, борщ з грибами, страви з капусти та картоплі. На Слобожанщині можна організувати тури з відвідуванням місцевих пекарень та кондитерських, майстер-класами з виготовлення солодощів. У Південній Україні – тури з акцентом на морепродукти та рибні страви, характерні для цього регіону.

Реалізація комплексної стратегії маркетингу та просування нового гастрономічного туру по Україні є ключовим фактором для його успішного запуску та подальшого розвитку. Стратегія, що включає створення інформативного та SEO-оптимізованого веб-сайту, активну присутність у соціальних мережах, інтернет-рекламу, співпрацю з туристичними агентствами, а також залучення блогерів та участь у тематичних заходах, забезпечує всебічне охоплення цільової аудиторії. Такі заходи сприяють підвищенню обізнаності про тур, стимулюванню інтересу до нього, генерації попиту та підтримці лояльності туристів. Внаслідок цього очікується збільшення кількості бронювань, зростання доходів та покращення іміджу туру, що в свою чергу сприятиме розвитку гастрономічного туризму в Україні. Ефективне впровадження цієї стратегії дозволить забезпечити стійкий успіх гастрономічного туру, задовольняючи потреби сучасних туристів та сприяючи популяризації національної кулінарної спадщини.

В даному розділі запропоновано новий гастрономічний тур Західною Україною, який охоплює основні привабливі для потенційних клієнтів місця. Тур розрахований на чотири дні та містить детальні пропозиції з визначеними зупинками.

## **ВИСНОВКИ**

Гастрономічний туризм відіграє значну роль у соціально-економічному розвитку країн. Завдяки цьому виду туризму розвивається туристична інфраструктура та залучаються інвестиції в галузь туризму. Однією з головних переваг гастрономічного туризму є збільшення потоку туристів, які відвідують країну, що сприяє розвитку готельного та ресторанного бізнесу, торгівлі та інших суміжних галузей. Також гастрономічний туризм сприяє зростанню продажу місцевих продуктів і стимулює розвиток місцевих виробників. Цей вид туризму позитивно впливає на розвиток культури та традицій країни. Він

дає можливість туристам глибше ознайомитися з місцевою кухнею, традиціями та історією країни. Це сприяє збереженню культурної спадщини та підтримує розвиток національної ідентичності.

Згідно поставленим в роботі задач було досліджено сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму, що зосереджуються на зацікавленості місцевими продуктами та кухнею. Туристи все більше звертають увагу на місцеві продукти та страви, що підвищує попит на гастрономічний туризм. Місцеві продукти та кулінарні традиції стають ключовими елементами програм гастрономічних турів. Гастрономічні фестивалі та заходи набувають все більшої популярності, пропонуючи туристам можливість скуштувати місцеві страви та ознайомитися з культурою та традиціями регіону. Зростає також увага туристів до здорового харчування та способу життя, і гастрономічний туризм відповідає на ці потреби, пропонуючи здорові страви та продукти.

Визначено, що гастрономічний туризм в Україні являє собою одну з найперспективніших та динамічно розвиваючих галузей туристичної індустрії країни. Цей вид туризму не лише пропонує унікальні можливості для відкриття багатогранної української кухні, але й сприяє культурному обміну, економічному зростанню та розвитку регіонів. У цьому висновку буде детально розглянуто основні аспекти, тенденції та виклики гастрономічного туризму в Україні.

Однією з головних переваг гастрономічного туризму є його здатність інтегрувати кулінарні традиції з історико-культурною спадщиною країни. Українська кухня, багата на традиційні страви, як-от борщ, вареники, сало та медовуха, є невід'ємною частиною національної ідентичності. Гастрономічні тури часто включають відвідування етнографічних музеїв, історичних місць та участь у традиційних фестивалях, що дозволяє туристам глибше зануритися в українську культуру. Такі тури також сприяють збереженню та популяризації місцевих кулінарних традицій.

Вивчаючи вплив індустрії гастрономічного туризму на розвиток економічного потенціалу країни, визначено, що саме гастрономічний туризм, як різновид туризму в Україні демонструє значний потенціал для економічного зростання. Туристи, залучені гастрономічними принадами країни, витрачають значні кошти на харчування, проживання, сувеніри та інші послуги. Це створює робочі місця, стимулює розвиток малого та середнього бізнесу, зокрема ресторанів, кафе, фермерських господарств і виробників локальних продуктів. Розвиток гастрономічного туризму також сприяє збільшенню інвестицій у туристичну інфраструктуру, покращуючи загальну привабливість України як туристичного напрямку.

Окрім цього регіональне різноманіття України є ще однією перевагою для розвитку гастрономічного туризму. Кожен регіон країни має свої унікальні кулінарні особливості та традиції. Західна Україна славиться своїми гуцульськими та бойківськими стравами, як-от бануш, кулеша, а також традиційними напоями, такими як медовуха та настоянки. Центральна Україна пропонує туристам скуштувати автентичний борщ та вареники з різними начинками. Південь та Одещина приваблюють багатством рибних страв та виноробними традиціями, що додає гастрономічному туризму ще більше привабливості. Подорожуючи різними регіонами, туристи можуть насолоджуватися різноманітністю смаків та кулінарних традицій, що створює унікальний досвід.

Гастрономічний туризм також сприяє розвитку агротуризму. Фермерські господарства, виноробні, сироварні та пасіки відкривають свої двері для туристів, пропонуючи їм можливість спробувати свіжі продукти прямо з ферми, взяти участь у процесі їх виготовлення та навіть навчитися традиційним методам приготування. Це не лише збагачує туристичний досвід, але й підтримує місцевих виробників, сприяючи сталому розвитку сільських регіонів.

Однак, розвиток гастрономічного туризму в Україні стикається з низкою викликів. Одним з них є недостатня популяризація та просування української кухні на міжнародному рівні. Для досягнення успіху в цій сфері необхідні цілеспрямовані маркетингові кампанії, участь у міжнародних гастрономічних виставках і фестивалях, а також співпраця з відомими кулінарними експертами та блогерами. Важливою складовою є створення позитивного іміджу України як гастрономічного напрямку, що вимагає залучення державних та приватних ресурсів.

Іншим викликом є недостатньо розвинена туристична інфраструктура в деяких регіонах. Відсутність якісних доріг, готелів та інших зручностей може стати серйозною перешкодою для розвитку гастрономічного туризму. Інвестиції в інфраструктуру, покращення транспортної доступності та створення комфортних умов для туристів є ключовими завданнями для подальшого розвитку цієї галузі.

На основі аналізу діяльності ТОВ «Скай Тревел», як суб'єкту туристичного бізнесу було зроблено наступні висновки: ТОВ «Скай Тревел» працює не стабільно, але має прибуток. Обсяг реалізованих послуг збільшився на 158 од. при незмінній чисельності працівників. Чистий прибуток підприємства на кінець 2023 року склав 537,2 тис.грн., порівняно з 2022 роком який складав 251,1 тис.грн, тобто він покращився. Збільшувались й такі показники, як валові витрати та валові доходи. В діяльності підприємства зберігаються позитивні тенденції, чистий дохід від реалізації продукції (послуг) збільшився з 701,1 тис. грн. в 2022 році до 1240,6 тис. грн. в 2023 році.

Оцінено ступень використання гастрономічного туризму в діяльності досліджуваного підприємства, ТОВ «Скай Тревел», аналіз продемонстрував, що компанія активно використовує цей напрямок у своїх маркетингових стратегіях. ТОВ «Скай Тревел» успішно реалізує тематичні тури та пропонує близько 100 різних турів, з яких 20% спеціалізуються на гастрономічному

туризмі і включають гастрономічні екскурсії в загальні програми подорожей, співпрацює з місцевими ресторанами та кафе, а також організовує гастрономічні фестивалі та заходи. Використання гастрономічного туризму дозволяє компанії залучати нових клієнтів, підвищувати лояльність існуючих та створювати конкурентні переваги на ринку туристичних послуг.

В третьому розділі роботи запропоновані шляхи розвитку гастрономічного туризму в Україні та розроблено новий гастрономічний тур Західною Україною. Новий туристичний маршрут, що поєднує три регіони, дозволяє туристам зануритися у багатий світ української кухні та культури. Програма туру передбачає різноманітні активності, що включають екскурсії, дегустації, майстер-класи та пікніки. Це дозволяє туристам не лише скуштувати традиційні страви, але й дізнатися більше про їх історію, процес приготування та культурний контекст.

На основі аналізу та розроблених рекомендацій потрібно зазначити, що важливим аспектом розвитку гастрономічного туризму є підвищення рівня сервісу та професійної підготовки кадрів у сфері гастрономічного туризму. Якість обслуговування відіграє важливу роль у формуванні вражень туристів та їх бажанні повернутися до країни знову. Навчальні програми для працівників ресторанів, готелів та туристичних агенцій, спрямовані на підвищення рівня їх кваліфікації, можуть значно покращити загальний рівень сервісу.

Визначено, що незважаючи на всі виклики, перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні залишаються обнадійливими. Потенціал країни в цій сфері значний, і за умови правильного підходу та інвестицій Україна може стати популярним гастрономічним напрямком не лише серед місцевих, але й іноземних туристів. Важливу роль у цьому процесі відіграє співпраця між державними структурами, приватним сектором та місцевими громадами, що дозволить створити синергію та забезпечити сталий розвиток гастрономічного туризму.





## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антоненко В. Міжнародний туризм як чинник взаємодії та взаємозбагачення культур. Філософські нариси туризму. 2019. С. 223–233.
2. 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, 2019. С. 62–64.
3. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. Наукові праці Національного університету харчових технологій. 2018. № 45. С. 128–132.
4. Глушко В. Гастрономічний туризм як окремий вид у туризмі: поняття, сутність, класифікація. Торгівля і ринок України. 2016. Вип. 39–40. С. 166–175.
5. Голод А. П., Гончаренко М. Ф., Никига О. В., Євдощенко О. В. Інноваційні засади сталого розвитку етно-гастрономічного туризму в регіоні. Менеджер. Вісник Донецького державного університету управління. Серія Економіка. 2020. № 4(89). С. 40–47.
6. Голод А., Никига О. Інноваційні фактори розвитку гастрономічного туризму у Львівській області. Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення : матеріали XII Міжнар. наук.практ. конф. (23–24 квітня 2020 р., м. Львів). Львів, 2020. С. 279–282.
7. Голод А., Никига О. Інноваційні фактори розвитку гастрономічного туризму у Львівській області. Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення. Матеріали XII Міжнар. наук.- практич. конф. (23–24 квітня 2020 р., м. Львів). Львів, 2020. С. 279–282.

8. Голод А.П., Гончаренко М.Ф., Никига О.В., Євдощенко О.В. Інноваційні засади сталого розвитку етногастрономічного туризму в регіоні. Менеджер. Вісник Донецького державного університету управління. Серія Економіка. 2020. № 4 (89). С. 40–47.
9. Корнілова В., Корнілова Н. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. Ефективна економіка. 2019. Вип. 2. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2\\_2018/37.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2018/37.pdf) (дата звернення: 29.05.2024)
10. Курбацька Л. М., Кадирус І. Г. Впровадження маркетингових інновацій в діяльність промислових підприємств // Економіка та держава. 2020. № 4. С. 187-190.
11. Нестерчук І. Гастрономічний туризм: історія, теорія і сучасні практики // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Географічні науки. 2019. Вип. 6. С. 193-199.
12. Паска М. З., Радзімовська О. В., Сенік М. Я. Територіальна організація ресторанного туризму Львівщини // Інноваційні технології в готельно-ресторанному бізнесі: матеріали X Всеукр. наук.-практ. конф. Київ: НУХТ. 2021. С. 137-138.
13. Расулова А. Потенціал ресторанного бізнесу у розвитку гастрономічного туризму України // Економіка і держава. 2015. Вип. 5. С. 78-83.
14. Рубіш М. А., Чорій М. В., Зеленська Л. В. Гастрономічний туризм як засіб активізації туристичних дестинацій // Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка»: збірник наукових праць / гол. ред. Т. В. Черничко. Мукачево: МДУ. 2020. Вип. 1(13). С. 61-66.
15. Стешенко Д. О., Парфіненко А. Ю. Гастрономічний туризм як чинник розвитку туристичної сфери України // Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети: матеріали VI міжнар. наук.-практ. конф.

Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна. 2018. С. 239-241.

16. American Express. Travel Unveils Its Top Trending Travel Destinations for 2019. 2018. URL: <https://cutt.ly/ebUfGLV> [in English].

17. Basova V., Holod A. Problemy ta perspektyvy rozvytku hastronomichnoho turyzmu u Zakhidnomu rehioni Ukrainy // Proceedings of the Suchasnyi stan, problemy ta perspektyvy rozvytku turyzmu v rehionakh Ukrainy: III Vseukr. nauk.-prakt. konf. (October 19-20, 2019, Lviv). Lviv. 2018. С. 62-64.

18. Hlushko V. Hastronomichniy turyzm yak okremiy vyd u turyzmi: poniattia, sutnist, klasyfikatsiia // Torhivlia i rynek Ukrainy. 2019. № 39-40. С. 166175.

19. Kovesnikov V. S., Harmash V. V. Vynnyi ta hastronomichniy turyzm: vazhlyvyi potentsial rozvytku ekonomiky // Investytsiyi: praktyka ta dosvid. 2019. № 4. С. 32-37.

20. Kuklina T. S. Hastronomichniy turyzm na turystychnomu rynku Ukrainy // Nauchnye trudy SWorld. 2013. Т. 44(1). С. 65-69.

21. Zakonodavstvo Ukrainy. Ofitsiinyi sait Verkhovnoi Rady Ukrainy. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws> (date of access: February 16, 2020).

22. Rasulova A. Potentsial restorannoho biznesu u rozvytku hastronomichnoho turyzmu Ukrainy [The potential of the restaurant business in the development of gastronomic tourism in Ukraine]. Ekonomika i derzhava [Economy and State], 5, pp. 78–83.

23. Аналіз світового ринку послуг гастрономічного туризму [Електронний ресурс]. URL: <http://elibrary.donnuet.edu.ua/1186/>. (дата звернення: 29.05.2024)

24. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні // Наукові праці НУХТ. 2012. № 45. С. 128-132.

25. Борщ, хамон, мяммі та хаукарль: де домівка найбільш відомих страв Європи. Інтерактивна мапа URL: <https://tsn.ua/svit/borsch-hamonmyammi-ta->

[haukarl-de-domivka-naybilshvidomih-strav-yevropi-interaktivnamapa-1191309.htm](http://haukarl-de-domivka-naybilshvidomih-strav-yevropi-interaktivnamapa-1191309.htm). (дата звернення: 29.05.2024)

26. Винна карта: огляд ринку в таблицях URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/vinna-karta-oglad-rinku-v-tablicah>. (дата звернення: 29.05.2024)

27. Вишневська Г. Г., Цегельник А. О. Гастрономічні свята та фестивалі як туристична атракція // Географія та туризм. 2012. Вип. 18. С. 55-62.

28. Все про сирний туризм в Європі : куди поїхати і які види сиру спробувати URL: <https://travelyourway.com.ua/ua/planirovanie-samostoyatelnyhputeshestvij/poleznye-melochi-v-poezdke/syrnyj-turizm-v-evrope/> (дата звернення: 29.05.2024)

29. Гастрономічна пропозиція Чернігівщини та напрями її розширення в контексті розвитку в'їзного туризму URL: <http://ir.stu.cn.ua/handle/123456789/18075?locale-attribute=uk>. (дата звернення: 29.05.2024)

30. Глушко В. О. Гастрономічний туризм як окремий вид у туризмі: поняття, сутність, класифікація // Торгівля і ринок України. 2016. Вип. 39-40.

31. Горбуліна Ю. О., Радченко О. М. Можливості використання зарубіжного досвіду організації гастрономічних турів в українській практиці // Рекреаційні ресурси та послуги гостинності в регіонах України: матеріали IV Всеукр. Інтернет-конф. (24 травня 2019 р., м. Черкаси). С. 62-70.

32. Данилюк А. М. Особливості організації програм дегустацій в гастрономічних турах // Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання» (22-23 березня 2018 року, м. Черкаси): у 2-х томах. Черкаси: Видавець Чабаненко Ю. А., 2018. Т. 2. 820 с.

33. Інформаційне видання: «Гастрономічні фестивалі українців». Матеріали зібрані та впорядковані: Виставковий центр ЛІЕТ «Тури та туристичні продукти для львів'ян та гостей міста», 2016. С. 28.

34. Кампов Н. С., Медвідь Л. І. Використання національних кулінарних традицій у розвитку гастрономічного туризму в регіоні // Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання» (23-24 березня 2017 року, м. Черкаси): у 2-х томах. Черкаси: Видавець Чабаненко Ю. А., 2017. Т. 1. 400 с.

35. Класифікація видів гастрономічного туризму URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/omelnycka2.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/omelnycka2.htm). (дата звернення: 29.05.2024)

36. Кляп М. П., Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму. Київ: Вища освіта ХХІ століття, 2011. 334 с.

37. Ковешніков В. С., Гармаш В. В. Винний та гастрономічний туризм: важливий потенціал розвитку економіки // Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 4. С. 32-37.

38. Макарчук С. А. Етнографія України: навчальний посібник. Львів: Світ, 2014. 312 с.

39. Мотузенко О., Джанкола Д. Концепції розвитку гастрономічного туризму в Україні на засадах сталого розвитку до 2026 року // Географія та туризм. Київ. 2019.

40. На Франківщині створять мережу гастрономічних маршрутів URL: <http://typical.if.ua/na-frankivshchynistvoryat-merezhu-gastronomicnikhmarshrutiv>.

41. Набруско І. Імперативний характер гастрономічних практик в рамках соціального простору сучасної людини // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Соціологія. 2016. Вип. 1. С. 10-14.

42. Нестерук І. К. Гастрономічний туризм: історія, теорія і сучасні практики. Херсон: Херсонський державний університет. 2017 URL: <https://gj.journal.kspu.edu/index.php/gj/article/view/32>. (дата звернення: 29.05.2024)
43. Саламатіна С. Є. Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму на півдні Одещини // Наукові праці ОНАХТ. 2014. № 46. С. 325-329.
44. Світ мандрівників, подорожуємо разом URL: <http://svitmandr.com.ua>. (дата звернення: 29.05.2024)
45. Стешенко Д. О., Парфіненко А. Ю. Гастрономічний туризм як чинник розвитку туристичної сфери України // Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. (9 листопада 2012 р.). Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна. С. 239-241.
46. Стенд «Гастрономічна карта України»: <https://stendtovoj.com.ua/p526219838-stend-gastronomichnakarta.html>. (дата звернення: 29.05.2024)
47. Український алкоголь: історія, тенденції та мапа виробників [Електронний ресурс]. URL: [http://obarykada.com/chasopys/alco\\_history/](http://obarykada.com/chasopys/alco_history/).
48. Агафонова Л. Г., Агафонова О. Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. Київ: Знання України, 2014. 352 с.
49. Бастракова Н. Український туристичний бізнес: сучасний стан, проблеми та перспективи // Молода економіка. 2015. № 1. С. 4-8.
50. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні // Наукові праці НУХТ. 2016. № 45. С. 128-132.
51. Расулова А. М. Потенціал ресторанного бізнесу у розвитку гастрономічного туризму України // Економіка та держава. 2015. № 5. С. 78-83.

52. Коваленко О. В., Будьонний В. Ю. Гастрономічний туризм, як перспективний напрямок розвитку регіонального туризму // Towards a Holistic Understanding: Interdisciplinary Approaches to Tackle Global Challenges and Promotion of Innovative Solutions: матеріали 1st International Scientific and Practical Internet Conference (March 14-15, 2024). Дніпро: FOP Marenichenko V. V., 2024. С. 139-140.

53. Трададенко Т., Верес К. Гастрономічний туризм: перспективні напрями // Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI ст.: матеріали 80 Міжнар. наук. конф. Молодих учених, аспірантів і студентів (10-10 квітня 2014 р.). Київ: НУХТ. 2014. Ч. 3. С. 563564.

54. Global Report on Food Tourism. World Tourism Organization (UNWTO), Madrid, Spain. 2012. 63 p.

55. Hall C. M., Sharples L. The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste // Food tourism around the world. Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, 2003. pp. 1-24.

56. World Tourism Organization (UNWTO) URL: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284414819.1>. (дата звернення: 29.05.2024)

57. Fquestion of taste URL: <https://lasombra.blogs.com/.a/6a00d8349889d469e2016767de204f970b-pi>. (дата звернення: 29.05.2024)



ДОДАТКИ

ДОДАТКИ  
Додаток А.



**МІНІСТЕРСТВО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ І ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ**  
(Мінекономрозвитку)

**НАКАЗ**

05.11.2018

№ 1615

Київ

**Про видачу ліцензії товариству  
з обмеженою відповідальністю  
"ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ  
"СКАЙ ТРЕВЕЛ"**

Відповідно до частини сьомої статті 13 Закону України "Про ліцензування видів господарської діяльності"

**НАКАЗУЮ:**

Видати товариству з обмеженою відповідальністю "ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ "СКАЙ ТРЕВЕЛ" (вул. Січових Стрільців, 79, м. Київ, 04050, ідентифікаційний код юридичної особи 39342792) ліцензію на право провадження туроператорської діяльності.

Розрахункові реквізити для внесення плати за видачу ліцензії:

рахунок отримувача – 34311896011652;

отримувач коштів – УК у Шевчен.р-ні/Шевченк.р-н/22011800;

код отримувача згідно з ЄДРПОУ – 37995466;

банк отримувача – Казначейство України (ЕАП);

код банку отримувача (МФО) – 899998.

Заступник Міністра

4501

**М. І. Тітарчук**

**ВИПИСКА**  
**з Єдиного державного реєстру юридичних осіб,**  
**фізичних осіб-підприємців та громадських формувань**

**ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ**  
**"ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ "СКАЙ ТРЕВЕЛ"**

*Ідентифікаційний код юридичної особи:*

39342792

*Місцезнаходження юридичної особи:*

04050, м.КИЇВ, ВУЛИЦЯ СІЧОВИХ СТРІЛЬЦІВ, БУДИНОК 79

*Дата та номер запису в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань:*

08.08.2014, 1 074 102 0000 050419

*Прізвище, ім'я та по батькові осіб, які мають право вчиняти юридичні дії від імені юридичної особи без довіреності, у тому числі підписувати договори, та наявність обмежень щодо представництва від імені юридичної особи або фізичної особи-підприємця:*

КОРФ ВАЛЕНТИНА ОЛЕКСАНДРІВНА (Обмеження згідно статуту) -  
керівник

**Прізвище, ім'я та по батькові осіб, які мають право вчиняти юридичні дії від імені юридичної особи без довіреності, у тому числі підписувати договори, та наявність обмежень щодо представництва від імені юридичної особи або фізичної особи-підприємця:**

відомості відсутні

**Дата та номер запису про взяття на облік, назва та ідентифікаційні коди органів статистики, Міндоходів, Пенсійного фонду України, в яких юридична особа перебуває на обліку:**

11.08.2014, ГОЛОВНЕ УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ СТАТИСТИКИ,  
21680000

11.08.2014, 265914099784, ДПІ У ШЕВЧЕНКІВСЬКОМУ РАЙОНІ ГУ ДФС У М.КИЄВІ, 39561761 (дані про взяття на облік як платника податків)

11.08.2014, 10000000240178, ДПІ У ШЕВЧЕНКІВСЬКОМУ РАЙОНІ ГУ ДФС У М.КИЄВІ, 39561761 (дані про взяття на облік як платника єдиного внеску)

Не підлягає постановці на облік в ПЕНСІЙНОМУ ФОНДІ УКРАЇНИ у зв'язку з прийняттям Закону України від 04.07.2013 № 406-VII "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України у зв'язку з проведенням адміністративної реформи"

**Дані про основний вид економічної діяльності:**

79.11 Діяльність туристичних агентств

**Дані про реєстраційний номер платника єдиного внеску:**

10000000240178

**Клас професійного ризику виробництва платника єдиного внеску за основним видом його економічної діяльності:**

7

**Дата та час видачі виписки:**

08.05.2018 11:33:27

**Внесено до реєстру:**

**Сформовано документи:**



ПЕТРУШЕВСЬКА І.В.

ПЕТРУШЕВСЬКА І.В.

## ВИТЯГ З РЕЄСТРУ ПЛАТНИКІВ ЄДИНОГО ПОДАТКУ

Код ЄДРПОУ/реєстраційний номер облікової картки платника податків або серія та номер паспорта\*

39342792

(Для фізичних осіб, які через свої релігійні переконання відмовились від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків та повідомили про це контролюючий орган і мають відмітку у паспорті)

Найменування суб'єкта господарювання або прізвище, ім'я та по батькові фізичної особи – підприємця

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ "СКАЙ ТРЕВЕЛ"

Податкова адреса суб'єкта господарювання:

УКРАЇНА, 01054, М.КИЇВ, ШЕВЧЕНКІВСЬКИЙ Р-Н, ВУЛ. ОЛЕСЯ ГОНЧАРА, БУД. 73

Місце провадження господарської діяльності:

НА ЗАМОВЛЕННЯ ПО УКРАЇНІ

Дата обрання або переходу на спрощену систему оподаткування : 08.08.2014 року

Група та ставка платника єдиного податку:  група

відсотків до розміру мінімальної заробітної плати  із реєстрацією ПДВ  
або

ставка у відсотках до доходу  без реєстрації ПДВ

Перелік видів господарської діяльності першої та другої груп згідно з КВЕД ДК 009:2010 (КВЕД-2005)

Код згідно з КВЕД	Назва згідно з КВЕД

Дата формування витягу 19.08.2014 року

Найменування контролюючого органу, що видав витяг  
2659 ДПІ У ШЕВЧЕНКІВСЬКОМУ Р-НІ ГУ Міндоходів у м.Києві

Дата видачі витягу 19.08.2014 року

Примітка.  
Витяг є чинним до внесення змін до Реєстру. Якщо до Реєстру внесені зміни щодо відомостей, які зазначені у витягу, витяг втрачає чинність.

Заступник начальника ДПІ  
у Шевченківському р-ні ГУ  
Міндоходів у м. Києві



**Башта І.І.**  
(прізвище, ініціали)

м. Київ,  
вул. Гоголівська, 15А



(044) 22-81-992  
office@ukr-centr.com.ua

Вих. № КР-39342792  
від 24.01.2019р.

Директору  
ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ СКАЙ ТРЕВЕЛ, ТОВ  
Корф В.О.

**Шановна Валентина Олександрівна!**

Організаційна комісія «Всеукраїнського галузево-аналітичного центру» (м. Київ) вітає Вас особисто та всіх робітників **ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ СКАЙ ТРЕВЕЛ, ТОВ** з поданням підприємства до нагороди «Компанія року 2018».

За результатами оцінки стабільності та інвестиційної привабливості підприємств регіону м.Київ ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ СКАЙ ТРЕВЕЛ, ТОВ віднесено до числа надійних компаній. В результаті Всеукраїнського дослідження Ваша компанію внесено до реєстру Надійних та інвестиційно привабливих підприємств під номером 48.

З урахуванням показників підприємства та аналізу галузі в цілому, компанія являється перспективною для співробітництва та інвестування. Результати аналітики представлені у відкритому доступі на сайті [www.ukr-centr.com.ua](http://www.ukr-centr.com.ua). Право використання публікації результатів для інформування клієнтів і партнерів надається згідно правил номінації.

За вагомий внесок у розвиток регіону, здобуття права першості в галузі та відмінну динаміку розвитку підприємства Асоціацією економічного співробітництва та розвитку ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ СКАЙ ТРЕВЕЛ, ТОВ рекомендовано до номінації на статус «Компанія року 2018». Статус «Компанія року» підтверджує, що Ваше підприємство є надійним партнером, престижним роботодавцем та пропонує якісні послуги.

Команда Аналітичного центру ще раз вітає Вас з цією знаковою подією та повідомляє, що Вам надається пріоритетне право отримання:

- Торгової марки та логотипу «Компанія року 2018»
- Національного сертифікату - підтвердження статусу
- Статус-нагороди «Компанія року 2018»
- Розміщення прес-релізу про нагородження в ЗМІ та на нашому сайті
- Відзнаки для кращих працівників компанії

Право отримання нагороди надається виключно кращим компаніям галузі на основі реєстру Надійних та інвестиційно привабливих підприємств і затверджується Аналітичним центром України, Асоціацією економічного співробітництва та розвитку підприємництва та компанією «International business community».

Для отримання умов номінації та переліку затверджених відзнак для Вашого підприємства просимо відповісти на e-mail, або зв'яжіться з працівником відділу по роботі з корпоративними клієнтами,

**Лисенко Русланом Петровичем**  
**+38 (044) 228-19-92**  
[sv@ukr-centr.com.ua](mailto:sv@ukr-centr.com.ua)

З повагою,  
Генеральний директор  
Майсак В.Г.

CALI S TA  
LUXURY RESORT

LLC Travel Company  
"Sky Travel"

UKRAINE, KYIV



BEST BOOKER  
2021

# НЕЙМОВІРНА НОВИНА!

НАШЕ ПІДПРИЄМСТВО ВІДЗНАЧЕНО ЗВАННЯМ

ТОВ ТК «СКАЙ ТРЕВЕЛ»



## «ЛІДЕР РОКУ 2018»

за результатами загальнодержавного  
рейтингування Національного бізнес-рейтингу

