

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**Факультет агротехнологій та природокористування**  
**Кафедра туризму**

До захисту допускається  
Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_  
КОВАЛЕНКО О. В.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
за другим (магістерським) рівнем вищої освіти  
на тему : «Регіональний етно-гастрономічний туризм України»

Виконав:

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Скрипка А. В.  
(прізвище, ініціали)

Група:

ТУР 2301-1м

(Науковий) керівник:

\_\_\_\_\_  
(підпис)

доцент Єпик Л.І.  
(прізвище, ініціали)

Суми – 2024

**ЗАВДАННЯ**  
на дипломну роботу студенту  
**Скрипці Артему Володимировичу**

**Тема роботи:** Регіональний етногастротуризм України

2. **Термін здачі студентом закінченої роботи на кафедрі:** 12.12.2024 р.
3. **Вихідні дані до роботи:** за результатами вивчення наукової літератури, проходження виробничої практики на базі ТА “Крокуючи крізь час”, м. Суми, Сумська область, власних досліджень розвитку гастротуризму в Україні та світі, проаналізувати та визначити проблеми гастрономічного туризму. В процесі написання кваліфікаційної (магістерської) роботи використовувались різноманітні джерела інформації, такі як: наукова література, інтернет-ресурси, наукові дослідження, інформаційні та нормативні документи.

**Перелік завдань, які будуть виконуватися в роботі:** проаналізувати сучасні підходи до визначення поняття гастрономічного туризму; охарактеризувати основні тенденції розвитку гастротуризму у світі та в Україні; надати методичні рекомендації щодо організації нових гастрономічних туристичних маршрутів.

**Керівник дипломної роботи** \_\_\_\_\_ доцент Лариса ЄПІК

**Завдання прийняв до виконання** \_\_\_\_\_ студент Артем СКРИПКА

Дата отримання завдання «05» лютого 2024 р.

## АНОТАЦІЯ

Скрипка А. В. Регіональний етногастротуризм України. ОПП «Туризм», спеціальність 242 «Туризм і рекреація», Сумський національний аграрний університет, м. Суми, 2024 р.

Тема регіонального етногастротуризму України набуває актуальності в умовах зростаючого інтересу до автентичності, культурної спадщини та унікальних гастрономічних традицій. Етногастротуризм поєднує дегустацію національних страв, знайомство з кулінарними особливостями регіонів і занурення в культурний контекст, що робить його ефективним інструментом для популяризації регіонів, розвитку місцевих громад і формування позитивного іміджу країни.

Дослідження зосереджується на аналізі історичних аспектів формування гастрономічних традицій України, сучасних тенденцій розвитку гастротуризму в країні та світі, а також на оцінці його економічного та соціального потенціалу. Особлива увага приділяється ідентифікації локальних кулінарних особливостей, які можуть стати основою для розробки туристичних маршрутів і фестивалів.

Запропоновані рекомендації щодо організації гастрономічних турів включають створення тематичних маршрутів, інтеграцію гастротуризму з іншими видами туризму, активну маркетингову підтримку, співпрацю з локальними виробниками та впровадження інноваційних технологій.

Розвиток регіонального етногастротуризму в Україні сприятиме відродженню традиційної кулінарної культури, підвищенню туристичної привабливості регіонів, стимулюванню місцевої економіки та збереженню національної спадщини для майбутніх поколінь.

Ключові слова: етногастротуризм, кулінарні традиції, гастротури, гастрономічні фестивалі.

## ABSTRACT

Skrypka A. Regional Ethnogastronomic Tourism of Ukraine. Educational and professional program of Tourism Specialty 242 Tourism and Recreation Sumy National Agrarian University, the city of Sumy 2024.

The topic of regional ethnogastronomic tourism in Ukraine is gaining relevance amid the growing interest in authenticity, cultural heritage, and unique culinary traditions. Ethnogastronomic tourism combines tasting national dishes, exploring regional culinary features, and immersing oneself in the cultural context, making it an effective tool for promoting regions, developing local communities, and shaping a positive image of the country.

The research focuses on analyzing the historical aspects of Ukrainian gastronomic traditions, current trends in the development of gastronomic tourism in the country and globally, and evaluating its economic and social potential. Special attention is given to identifying local culinary specialties that can form the basis for creating tourist routes and festivals.

The proposed recommendations for organizing gastronomic tours include developing thematic routes, integrating gastronomic tourism with other types of tourism, providing active marketing support, collaborating with local producers, and implementing innovative technologies.

The development of regional ethnogastronomic tourism in Ukraine will contribute to the revival of traditional culinary culture, enhance the tourist appeal of regions, stimulate the local economy, and preserve national heritage for future generations.

**Key words:** ethnogastronomic tourism, culinary traditions, gastronomy tours, gastronomic festivals.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	4
<b>РОЗДІЛ 1. ГАСТРОТУРИЗМ: ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ</b> .....	6
1.1. Гастротуризм: ознаки і поняття.....	6
1.2. Тенденції розвитку гастротуризму.....	11
<b>РОЗДІЛ 2. РОЗВИТОК СВІТОВОГО ТА УКРАЇНСЬКОГО ГАСТРОТУРИЗМУ</b> .....	19
2.1 Сучасний стан світового гастротуризму.....	19
2.2. Умови та організація українського гастротуризму.....	26
2.3 Дестинації гастрономічного туризму в Україні.....	35
<b>РОЗДІЛ 3. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ</b> .....	40
3.1 Розвиток гастротуризму на Сумщині.....	40
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	50
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	54

## ВСТУП

Актуальність. Регіональний етногастротуризм є однією з найбільш перспективних форм розвитку туризму в Україні. Цей напрямок, що поєднує в собі елементи культури, історії, традиційної кухні та локальної ідентичності, відкриває нові можливості для залучення туристів, сприяє збереженню культурної спадщини та формуванню позитивного іміджу регіонів країни.

Україна є країною з багатогранним культурним ландшафтом, де кожен регіон має свої унікальні кулінарні традиції. Від закарпатських бограчів до полтавських вареників, від сумських перепічок до кримськотатарських чебуреків – гастрономічне багатство країни є невичерпним джерелом натхнення для створення туристичних маршрутів. Етногастротуризм дозволяє не лише продемонструвати гастрономічні особливості, але й розкрити історію, культуру та світогляд місцевих громад.

Особливо важливим є розвиток етногастротуризму в контексті відновлення України після війни. Цей напрямок сприятиме реабілітації постраждалих регіонів, зміцненню їхньої економіки та соціальної єдності.

Актуальність даної теми підсилюється тим, що регіональний етногастротуризм є потужним інструментом для розвитку внутрішнього туризму, популяризації культурної спадщини та економічного зростання, що робить цю тему надзвичайно актуальною для сучасної України. Для цього необхідно не тільки проаналізувати наявні гастротуристичні маршрути, а й виявити нові напрями.

**Мета роботи:** систематизувати сучасні визначення гастрономічного туризму та надати практичні рекомендації щодо розвитку регіональних гастрономічних маршрутів.

**Об'єкт дослідження:** гастрономічний туризм як окремий вид туристичної діяльності.

**Предмет дослідження:** регіональний етногастротуризм України.

**Завдання дослідження:**

- проаналізувати сучасні підходи до визначення поняття гастрономічного туризму;
- охарактеризувати основні тенденції розвитку гостротуризму у світі та в Україні;
- надати методичні рекомендації щодо організації нових гастрономічних туристичних маршрутів.

**Методи дослідження.** У роботі використовувалися загальнонаукові методи дослідження – порівняння, аналіз, синтез, узагальнення.

**Аналіз останніх публікацій і досліджень.** Проблематиці дослідження сутності та значення гастрономії в сфері туризму присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема: Е. Маслова, Д. Басюк, В. Бойка, В. Маховки, О. Любіцевої, Н. Бакало, Т. Сокол, З. Каноністової, Г. Вишневської та інших.

**Апробація результатів дослідження.**

1. Скрипка А., Єпик Л. Перспективи розвитку етногастрономічного туризму в Україні. 2-ий міжнародний науково-практичний форум «Індустрія гостинності: стан, тенденції розвитку та перспективи галузі в умовах євроінтеграційних та військових викликів» 17-19 квітня 2024 року на базі кафедри туризму Національного університету «Львівська політехніка». С.258-260.

2. Єпик Л.І., Скрипка А.В. Регіональний етногастрономічний туризм України. Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі. Тези доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції 5 листопада 2024 р. Харків. С.337-338.

**Структура та обсяг роботи.** Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи – 53 с.

## **РОЗДІЛ 1. ГАСТРОТУРИЗМ: ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ**

### **1.1 Гастротуризм: ознаки і поняття**

Туризм, індустрія туризму та індустрія туризму мають ряд характерних ознак. Вона більше економічно, соціально та морально пов'язана з політичною та гуманітарною сферою.

Туризм часто пов'язаний з тимчасовими поїздками громадян України, іноземців з країн, де вони постійно проживають, з метою оздоровлення, навчання, професійної чи підприємницької діяльності, спорту, релігійних культів або з іншою метою без працевлаштування чи роботи в тих країнах, або місцях, де вони тимчасово проживають. Відповідні оголошення залучають до роботи туроператорів і турагентів, які займаються туризмом.

Відповідно до українського законодавства подорожування - це тимчасовий виїзд з певного місця проживання для оздоровлення, пізнавальних цілей, у службових справах або з іншими цілями без оплати заходів у місці перебування. Відповідно до закону, туристом вважається людина, що подорожує у межах України або за кордон з законною метою на строк від доби до року, не займаючись оплачуваною роботою, і зобов'язана залишити визначене місцезнаходження або країну по завершенню строку призначення.

А.В. Бабкін зазначає, що як у вітчизняній, так і в міжнародній літературі існує багато різних підходів до визначення туризму. Серед них можна побачити:

- короткочасні переміщення людей, які залишають звичне оточення і тимчасово залишаються в місцях туристичної привабливості;
- складна соціально-економічна структура, заснована на багатогалузевому виробничому комплексі, відомому як індустрія туризму;
- частина місцевого ринку, яка співпрацює з підприємствами та організаціями для пропозиції продуктів, що задовольняють потреби туристів;

- тимчасовий виїзд з місця постійного проживання у вільний від роботи час для оздоровлення, отримання знань, професійного зростання, спорту, релігійних, підприємницьких, навчальних та інших цілей на строк від 24 років до 6 місяців без виконання робіт з оплатою праці. місце перебування.

Туризм є важливою частиною економіки багатьох країн, яка має значний вплив на створення нових робочих місць та зменшення кількості безробітних. Туристи сьогодні мають більше можливостей і вільного часу, щоб витратити більше грошей, тому вони готові витратити багато грошей на відпочинок. Туризм дає можливість ненадовго відволіктися від повсякденної рутини та поринути у світ нових вражень та пригод. Сьогодні все більше мандрівників шукають нових вражень, і однією з привабливих можливостей для цього стає гастротуризм [2, с. 121-122].

Їжа є і була, тому що цього потребує здоров'я, фізичні здібності, працездатність і здатність бажати ряд її корисних звичок і харчування. Забезпечення людей продуктами, які розглядаються насамперед через гастрономію, яка виконує цю функцію.

Згідно з дослідженнями, більше третини туристів витрачають на їжу. Тому місцева кухня є важливим чинником, що впливає на якість відпочинку в туристичній зоні.

У туристичному плані гастрономія – це симбіоз якісного обслуговування з пропозицією свіжої їжі та цікавими подіями, які розкривають кулінарні традиції регіону, місцеві продукти та творчий підхід і майстерність кухарів. На думку Н.В. Корнілова, гастрономія є сполучною ланкою між минулим і культурою і від них до соціальних дисциплін.

Сьогодні гастрономія стала невидимою частиною пізнання життя, культури та традицій різних країн і регіонів. Він поєднує традиційні цінності з новими тенденціями в туризмі: збереження культурних традицій, автентичності, способу життя та культурного збагачення. Сьогодні все більшої популярності набувають кулінарні чи гастрономічні тури, особливо в такі країни, як Великобританія та Франція, Італія та Іспанія, Австрія. Він

набирає обертів у країнах з екзотичною кухнею, таких як Перу та Японія, Індія та Китай, Мексика та інші країни арабського світу, включаючи Туреччину та Єгипет.

На сучасному етапі розвитку туристичної науки немає єдиного визначення гастрономічного туризму. Кілька понять, таких як «кулінарний туризм», «винно-гастротуризм», «подорож для гурманів» і «гастротуризм». З кожним роком збільшується кількість маршрутів, спрямованих на гастротуризм.

Популярність гастрономічних турів пояснюється не тільки знанням традиційних видів туризму, а й пляжним відпочинком. Туристи все частіше обирають гастротуризм, тому що, наприклад, багато інформації можна знайти через інтернет-ресурси, не виходячи з дому. Проте спробувати автентичні страви, аналогів яким важко знайти в інших країнах, можна лише в їхніх відомих кулінарних районах чи місцях, відомих своєю гастрономічною спадщиною.

Основна мета гастрономічних турів – пізнання унікальності місцевої кухні. Йдеться не лише про дегустацію рідкісних чи екзотичних страв чи широкий асортимент страв, а й про занурення в місцеву кулінарну традицію, яка зберігалася століттями та відображає звичаї, кулінарні прийоми та спосіб життя місцевого населення.

У 1998 році американська дослідниця Люсі Лонг вперше ввела термін «гастротуризм», а в 2003 році Ерік Вольф заснував Глобальну асоціацію гастрономічного туризму (GFTA). Ця організація об'єднує понад 50 тисяч експертів із 139 країн світу та щорічно проводить міжнародну гастрономічну конференцію.

Термін «гастротуризм» має два основних склади. Перш за все, це гастрономічний горщик, який стосується кулінарних страв, фестивалів вина та їжі, кулінарних шоу. Інші склади – це пам'ятки, які включають місцеві ресторани, гастрономічні тури, дегустаційні зали, пивоварні, винні підвали та музеї, присвячені гастрономії [15, с. 41-42].

З тих пір «гастротуризм» набув популярності в індустрії туризму. Влітку 2012 року Всесвітня туристична організація (UNWTO) офіційно рекомендувала використовувати цей термін.

Географічне розташування відіграє важливу роль у формуванні гастрономії, відставання від самих провінцій, культури, традицій, місцевих продуктів і способів приготування їжі, які створюють гастрономічну ідентичність регіону. Унікальні традиції та особливості певного регіону приваблюють туристів, які хочуть поринути в незабутній гастрономічний тур. Для таких поїздок розповсюджуються програми, які включають дегустацію приготованих страв з кулінарними майстер-класами. Для справжніх гурманів пропонується дегустація екзотики.

Таким чином, термін «гастротуризм» включає діяльність туристів, які планують свою подорож повністю або частково з метою скуштувати місцеві продукти та взяти участь у гастрономічних заходах. У ХХ столітті набув популярності гастрономічний та візуальний туризм, який зосереджувався на ритуальних, етно-релігійних та місцевих святах, піднесених готовою та їстівною їжею, зокрема, різних селянських культур та приготуванням традиційних страв.

Автентична місцева їжа та харчові технології з цікавими та ефективними сторонами при наданні послуг туристам. Це можливість познайомитися та скуштувати місцеві та кулінарні традиції країн світу [7, с. 70-71].

Гастротуризм – це подорож для гурманів, поціновувачів справжньої їжі, які за смачним рецептом будуть їздити довго і далеко, не менше 5 разів на рік. Туристи звичайні можуть насолодитися цим за 1 годину.

Гастрономічні тури надають можливість кожному, хто хоче:

1. Навчитися та стати експертом ;
2. Брати участь у фестивалях їжі (вуличної, автентичної тощо);
3. Ознайомитися з виробником;
4. Отримати насолоду від страв національної кухні;

## 5. Побачити поєднання різних страв.

Гастротури залучають різні категорії туристів, а саме: - людей, які втомилися від традиційного споглядання;

- тим, хто хоче урізноманітнити свій раціон новими кулінарними пропозиціями;

- Гурмани (кулінарні туристи);

- Професіонал, це професіонал, який працює на власників вашого бізнесу (шеф-кухарі, сомельє, ресторатори, дегустатори, блогери), який використовує їхні навички;

- Співробітники туристичних компаній, які віддадуть перевагу створенню власних гастрономічних турів.

Організація туризму пропонує унікальний досвід, заснований на традиціях також відкриває можливості для вивчення місцевої кухні. Гастрономічні тури можна розділити на два основних види: сільські (або «зелені») і міські. Основна відмінність полягає в тому, що туристи, які їдуть у сільську місцевість, сумують за екологічним продуктом, який їм потрібен. «Зелені» тури покликані активізувати діяльність: збирання урожаю певних культур, екскурсія по виноградним полям.

Ресторани для гурманів можуть відкрити відвідування на нових підприємствах громадського харчування де виробляють продукти, готують вишукані страви. Подорожуючі, наприклад французи, дуже люблять прогулянки по виноградниках, збір винограду та дегустацію вин.

Ви поїдете в Голландію, Швейцарію та Італію, де туристи зможуть дізнатися про особливості виробництва вина та пива. Пивні тури в Австрію, Чехію чи Німеччину залишають надзвичайно позитивне враження не лише від різноманітності пива, а й від відвідування не пивоварень, відомих пабів та фестивалів.

Мандрівники в паста турі, а це чоловіки з Італії, можуть звернутися в кращі ресторани, туристи можуть поїхати в готелі, можуть побачити вишукані страви і щоденні [19, с. 103-105].

Зараз є бізнес-проекти в екологічній сфері, гастрономічному туризмі та екскурсійних турах. Національна кухня – новинка для світової культури. Мандрівники, туристичні маркетингові компанії поступово зацівлюються цим туристичним напрямом. Безумовно, гастротуризм залежить від рівня культури, побуту і особливостей життя певних районів світу. Гастрономія – це специфічна особливість матеріальної культури.

Регіон та світ живуть гастрономією, місцевою культурою та місцевою культурою.

## 1.2. Тенденції розвитку гастротуризму

Розвиток туризму загалом залежить від ряду умов, серед яких природно-географічні, історичні, політичні, соціально-економічні та демографічні фактори, склалися у суспільства.

М. Жукова запропонувала визначити моменти найбільшого впливу на функціонування гастротуризму на такі напрями:

- 1) такі, що не залежать від роботи туристичних агентів і підприємств;
- 2) такі, що залежать від туроператорів і туристичної системи.

Останніми роками культура харчування зазнала змін, темп життя прискорюється, і все більше людей споживають їжу за межами свого регіону. Інтерес до їжі зростає у всьому світі, що призводить до активного розвитку гастротуризму. Аналіз цієї тенденції надав можливість більш детально вивчити питання моментів, які мають значення для гастроподорожей.

Статичні чинники залишаються незмінними з часом. До цієї категорії належать культурно-історичні, географічні та природно-кліматичні фактори, які також можна вважати причинами розвитку гастрономічного туризму.

Інші фактори, навпаки, змінюються в реальному часі і включають економіку, політичну та правову систему, соціальний та демографічний моменти. Саме динамічні чинники є найбільш істотними, оскільки піддаються цілісному врегулюванню [12, с. 254-257].

Статичні моменти варто вивчати якомога детальніше, особливо культурні та історичні моменти які є формуючими для формування гастрокультури.

Інтерес потенційних туристів до культурних цінностей напрямків продовжує зростати, що підтверджується збільшенням цікавості до зеленого та етнотуризму. За допомогою етнотуризму відбувається перше знайомство подорожуючих із історичними та культурними аспектами життя певної території. Гастротури дозволяють насолодитися їжею та напоями, а й поринути у особливості місцевої культури під час гастрономічних заходів, які часто представлені в рамках традиційних кулінарних заходів.

Окремо необхідно вивчати все, що відносяться до економіки, насамперед, економічна ситуація в державі, рівень життя людей, його купівельна спроможність, а також розвиток інфраструктури.

До політико-правових факторів належать стан правової бази, політична стабільність країни, міжнародні відносини, візовий режим тощо.

Соціальні чинники включають у себе можливість відпочинку, мотивування громадян, доступність освітнього та культурного розвитку, якість життя населення, а також робочий та час відпочинку.

Демографічні чинники стосуються відтворення населення, особливостей його населення, його віку та національно-етнічної структури [6, с. 110-113].

На особливу увагу заслуговують політико-правові чинники, що є досить впливовими нині. Це стосується військово-політичної ситуації в державі, що підвищує рівень небезпеки для подорожуючих. Необхідно удосконалити нормативно-правову базу, що у свою чергу забезпечило розвиток усіх напрямів туристичної діяльності у тому числі і гастротуризму.

Закон України «Про туризм» врегульовує принципові моменти та реалії проведення туристичної діяльності в країні і наразі підлягає змінам і доповненням. Це робиться з метою гармонізації національних правових норм

із міжнародними стандартами та оптимізації сфери державного врегулювання сфери туризму.

Важливим аспектом для туристичної індустрії регіону є розробка стратегії його розвитку. Основною метою цієї стратегії є створення конкурентоспроможного гастрономічного туристичного продукту, який максимально відповідатиме запитам туристів на ринку. Документація стратегічного розвитку формується окремо для загальної стратегії розвитку туризму в країні, а також у вигляді специфічних стратегій для окремих регіонів або туристичних центрів.

Інфраструктурні чинники є одними з найважливіших для розвитку гастрономічних подорожей. До традиційних транспортних і екскурсійних маршрутів, а також засобів розміщення, особливі вимоги ставляться до закладів громадського харчування та кулінарних заходів, у яких беруть участь туристи в рамках програми.

Соціальні фактори гастрономічного туризму ґрунтуються на потребах споживачів туристичних послуг та впливі соціального середовища на реалізацію туристичної діяльності на різних рівнях. Людина повинна їсти, а її задоволення в поєднанні з іншими потребами, такими як релакс, пізнання нового, насолода від безпеки - все це повинно стати змістом будь-якої гастрономічної подорожі.

Виокремлення аспектів довготривалого поширення гастрономічних подорожей є надзвичайно важливим, оскільки наявність позитивних чинників сприяє лідерству певних регіонів, тоді як небажані наслідки призведуть до втрати цікавості до такого виду подорожування [11, с. 337-338].

Основні чинники, що впливають на просування гастротурів:

- туристичний ресурс завдяки якому можна розвивати певні туристичні напрями;
- маркетинг, який надасть уявлення про активність туристичних послуг на певному ринку;

– моменти споживчих переваг, що сприяють задоволенню туристичних потреб.

Потенціал туристичної роботи поділяємо:

а) специфіка наявного туристичного потенціалу:

- сфера громадського харчування;
- сфера послуг розміщення (розвиток курортного будівництва та мотельного бізнесу);
- сфера транспортних послуг (розвиток транспортної системи);
- сектор розважальних послуг (привабливість розважальної інфраструктури);

б) фактори доступності ресурсів:

- якість спеціальних закладів харчування;
- кількість кімнатних номерів;
- розважальні заклади;
- транспортні засоби тощо.

Маркетинговий осередок - це наявні суб'єкти і реальні сили у туристичні організації. Він значною мірою характеризує діяльність туристичної фірми і є важливим при виборі напрямів маркетингової діяльності.

Керівництво туристичної фірми має детально вивчити та оцінити зовнішнє та внутрішнє середовище, ресурси, характеристики та можливості фірми, а також орієнтири розвитку та її місце у системі надання туристичного супроводу.

Зовнішні чинники поділяються на три категорії: особливості що формують прямий вплив, опосередкований вплив та ті, що є межами формуючими прямий вплив.

Для гастротуризму мають значення наступні моменти – долучення туристів до продуктів і страв етнічної кухні, моменти довезення та розташування подорожуючих, наявність вільних місць, можливість

замовлення прокату транспорту та супроводжувальних послуг [23, с. 123-125].

Серед основних компонентів найближчого оточення туристичної компанії можна виділити споживачів, конкурентів, сусідів і контактних осіб. Суспільство контактів туристичних компаній складається з різних інститутів, таких як фінансове середовище, ЗМІ, спільнота, окрема людина.

Зростає цікавість до специфічних подорожей, особливо гастрономічні, які передбачають відвідування унікальних місць, не пов'язаних зі стандартними туристичними маршрутами.

Індустрія туризму залежить від постачання різноманітних ресурсів, таких як фінансова підтримка для реконструкції, реставрації та ремонту; матеріальні ресурси, пов'язані з будівництвом та обладнанням готелів і ресторанів національної кухні, а також наявність підприємств, що виробляють меблі, сантехніку та інше обладнання. Конкуренти формують стратегію, цілі та завдання розвитку як туристичної компанії, так і регіону в цілому. Важливо відзначити, що будь яка туристична агенція, у розумінні основної інституційної та виробничої одиниці, якщо вона не має виключної позиції на туристичному ринку, буде добиватися для себе ексклюзивних умов співпраці із подорожуючими та всіма супроводжувальними організаціями. Навіть інколи подібні моменти приводять до нечесної конкуренції як-от маніпулювання цінами, незадоволена якість виконання контрактів, перехоплення замовлень та інше [29, с. 258-259].

- Суміжні до туристичної галузі організації: вони забезпечують туристичні компанії всіма необхідними ресурсами для організації туристичних поїздок. До суміжних суб'єктів належать: засоби розміщення, транспортні компанії, екскурсійні бюро, організації, що надають туристичні довідково-інформаційні послуги, туристично-посередницькі фірми, комерційні компанії, підприємства громадського харчування тощо.

- Стан економіки: характеристики національної валюти, ціни, тарифи та податки вашої банківської політики. Цей фактор використовується, щоб

знайти правильний для вас. Цей пансіонат є туристичним місцем. Дуже реалістичне житло, яке є туристичним напрямком: коли споживачі мають у своєму розпорядженні більше грошей, що може збільшити попит на подорожі. Рівномірність розподілу доходу важлива при купівлі туристичних послуг: чим рівномірніший розподіл, тим більше ви можете також використовувати туристичні об'єкти та підприємства. Поточний стан туристичної організації, оскільки коливання курсу валют може істотно вплинути на вартість товарів і послуг.

- Високотехнологічний прогрес: характеризує рівень розвитку науки і техніки в галузі туризму. І це нові технології, це той самий розумний дім" в плані готелів, Wi-Fi, IT, молекулярної кухні. Фактори нових технологій стосуються нових технологій, особливо для відкриття можливостей для розробки нових товарів і послуг.

- Політична ситуація: можна подорожувати до туристичного місця, яке відвідують відвідувачі з інших країн і регіонів. Політик і туристичний гід, оскільки це впливає на інвестиційні потоки.

- Життя суспільства: включає традиції, які дотримуються в певній країні чи регіоні, особливо щодо жінок, різних рас, молоді, людей похилого віку та релігії, що особливо важливо під час відвідування мусульманських країн.

- Міжнародні події: цей набір факторів, його характеристики включають цю країну або її значення в умовах глобального туризму.

Ступінь одночасного впливу цього фактора відображається на складності зовнішнього середовища. Зовнішні зміни, зокрема бурхливий розвиток науково-технічного прогресу. Для туристичних поїздок ви знайдете відповідне місце для вашої місцевості, мобільність середовища може змінюватися в залежності від кількості різної інформації [24].

Факторами туристичного продовольчого забезпечення є:

- Присутність місцевого населення, чия кухня може використовуватися для харчування.

- Наявність археологічної та культурологічної спадщини в регіоні.
- Наявність визначних природних об'єктів.
- Рекреаційна складова (курорти, джерела тощо).
- Активна комерційна діяльність в регіоні.
- Місця для розваг і спорту.

Необхідною умовою розвитку гастрономічних подорожей є наявність міжкультурної співпраці, яка реалізується не тільки через споглядання та вивчення, а й через дегустацію традиційних кулінарних виробів та напоїв.

Безпека також багатогранно впливає на розвиток гастрономічних подорожей. У туристичній безпеці можна виділити різні види безпеки (політичну, фінансову, екологічну, інформаційну, безпеку туристичних послуг, безпеку туристичних об'єктів і обладнання тощо), але найбільш актуальними на сьогодні є медичний та соціальний супровід.

Тому має сенс відокремити наступні характерні ознаки гастрономічної подорожі:

- Дотримання санітарно-гігієнічних норм і всіх вимог у момент приготування і зберігання їжі та напоїв, дотримання інструкцій щодо особливостей споживання певних продуктів є важливими аспектами що гарантують якість і безпечність гастрономічних подорожей.

- Перебування на території інших країн, особливо із нехарактерним для Європи кліматом несе додаткові ризики для туристів. Споживання їжі нехарактерної для більшості туристів може спричинити несподівані захворювання і це повинно враховуватися при організації гастротурів.

- Дотриманні правил поведінки під час перебування на території інших країн пов'язане із культурними, релігійними та іншими особливостями повинно бути постійним. Це стосується і особливостей спілкування із місцевим населенням яке може мати певну специфіку.

Наголосимо, що питання безпечного перебування під час організації гастротурів стосується не тільки туристів а й надавачів послуг і повинно

вирішуватися комплексно і з урахуванням інтересів усіх задіяних у програмі туру [4, с. 74-75].

Таким чином, на основі аналізу наукової літератури та досліджень які стосуються розвитку гастрономічного туризму можна виокремити специфічні моменти які тим чи іншим чином мають вплив на гастротури: постійні – пов'язані із особливостями культурного, історичного та географічного положення і змінні – пов'язані із особливостями розвитку економіки, політичного режиму та законодавчої бази. Принагідно зауважимо не необхідність врахування туристичних можливостей регіону, маркетингових та споживацьких факторів.

Сприятливими умовами для розвитку гастротуризму є кулінарна спадщина, включно з розвиненою інфраструктурою, фермами з продукцією місцевих виробників, щорічних гастрономічних заходів та фестивалів, а також різноманітного вибору ресторанів [10].

Більшість країн мають достатні моменти для започаткування гастротуризму дякуючи своїм національним або регіональним гастрономічним особливостям. На сьогодні актуальним залишається питання створення максимальних безпекових заходів для всіх без виключення подорожуючих і тих хто бере безпосередню участь у обслуговуванні турів.

## РОЗДІЛ 2. РОЗВИТОК СВІТОВОГО ТА УКРАЇНСЬКОГО ГАСТРОТУРИЗМУ

### 2.1 Сучасний стан світового гастротуризму

За останнє десятиліття швидкими темпами розвивається гастротуризм. Все більше і більше туристів обирають подорож, щоб відчутти місцеву кухню. Їжа вважається відображенням культури країни та її народу і тому є додатковим засобом привернення уваги до туристичних місць.

Незважаючи на значну кількість досліджень, присвячених цій темі, досі немає єдиного визначення терміну «гастротуризм». У зарубіжній літературі також використовуються такі терміни, як «gastronomy tourism», «culinary tourism» і «food tourism».

Гастротуризм тісно пов'язаний із сільським туризмом, який також має кулінарну складову. Проте у сільських туристичних подорожах основним мотивом подорожі є ознайомлення із сільським укладом, особливостями щоденності і релакс від спілкування із живою природою.

Гастроподорож є одним із перспективних напрямків розвитку індустрії туризму. Це інноваційний підхід до подорожей, який фокусується на пошуку незвичних смакових відчуттів і оригінальних способів приготування. Мова саме про знання оригінальних і унікальних технологій які застосовуються у виготовленні наїдків і напоїв. Особливий інтерес завжди викликають традиції споживання їжі.

Автентична їжа є головним моментом приваблення вітчизняних та іноземних туристів. Дякуючи місцевим особливостям і культурним традиціям, збереженим у кулінарному мистецтві, гастрономічні пропозиції завжди викликають інтерес у різних категорій подорожуючих [1, с. 130-131].

Кожний народ має свої традиції, ритуали, спосіб життя та легенди, які проявляються на кухні. У кожній культурі протягом століть складалися власні етногастрономічні традиції, звички та унікальні методи приготування та споживання їжі. Саме тому етногастрономія є об'єктом дослідження не

лише кулінарних фахівців, а й представників соціології, історії, етнографії, медицини, готельно-ресторанної справи, туризму тощо.

Набір продуктів харчування, які застосовуються у національній кухні, є наслідком використання наявних культур і продуктів саме на даній території. В результаті – місцеве приготування характеризується унікальністю і специфічністю, які відображаються в стравах, створюючи унікальні смаки.

Етногастрономія є невід'ємною частиною автентичності. На сьогодні кухня поєднує в собі найкращі риси страв різних народів світу. Наприклад, грузинські шашлики, український борщ, в'єтнамські фо-бо, вірменська долма, японські суші, американські гамбургери та хот-доги, азербайджанська пахлава, італійські спагетті та піца – ці страви частково втратили свою автентичність та здобули світове визнання завдяки своїй унікальності. Стрімкий розвиток подорожей привів до необхідності вивчення особливостей етно-гастрономічних традицій різних культур [13, с. 35-36].

Усі країни, що розвивають міжнародний в'їзний туризм, хочуть застосовувати автентичну кухню в якості унікального товару для продажу. Найпопулярнішими напрямками гастрономічного туризму у напрямі європейського макрорегіону є такі країни як Іспанія, Франція, Італія та Греція де має поширення популярна нині середземноморська дієта.

Характерною ознакою французької кухні є використання на свіжих продуктів, де якість і характеристики кожного інгредієнта повинні зберігатися навіть після термічної обробки. Важливим є гармонійне поєднання, а не просто змішування продуктів, тому французькі кухарі винайшли соуси та вдосконалили їх.

Римський вплив і досі відчувається у французькій кухні протягом, саме римляни надали стравам великої винахідливості. Французи подарували світові багато кулінарних термінів, таких як лангет і соус, антрекот і майонез, суфле і омлет і багато чого іншого.

Багато страв французької кухні завоювали світову популярність, і в цій країні здавна є поняття гурман і гурме. Однією із визнаних чеснот і досі

залишається кулінарний талант і світська розмова під час споживання їжі. Головні подукти кухні – рибні, м'ясні та рослинні - приготування яких вважається мистецтвом. Багато страв названо на честь французьких провінцій або імен їх творців, наприклад, торт наполеон або сойс майонез.

З метою додання особливого смаку стравам часто використовують алкогольні напої. Яскравою особливістю французької кухні є широке використання алкогольних напоїв у приготуванні різноманітних страв. Під час варіння спирт зникає, але страва отримує неперевершений смак. Найбільш використовуваними є напівсухі та сухі вина.

При використанні білого вина важливо, щоб воно не було солодким. Кисле вино прокип'ячують додатково і тільки тоді використовують. Сучасна кухня також використовують херес і портвейн, а іноді замінює їх напівсолодкими напоями [33].

Часто використовується сидр при приготуванні риби, а для м'ясних – тільки вино і червоне, тому що страви із риби смакують саме так. Міцні напої типу коньяку чи кальвадосу використовують для фламбування - особливого способу приготування м'яса, коли готову страву перед подачею поливають спиртом і ставлять на вогонь. Він перетворює вечерю в захоплююче видовище, коли стіл прикрашає гаряче м'ясне блюдо.

До тонкощів французької кухні відноситься також використання спецій. Як правило, їх додають у вигляді пучка трав, які після варіння виймають з каструлі. Традиційний букет під назвою «гарні» складається з лаврового листа, чебрецю і петрушки. Спеції використовують в обмежених кількостях, для посилення смакових якостей, і найбільш використовуваними є розмарин, селера, також естрагон і цибуля-порей.

Сьогодні Франція є провідною країною у сфері «винного» туризму: туристичні подорожі охоплюють історичну і гастрономічну складову. Подорожуючи проживають у старовинних французьких замках, наприклад у Бордо чи Шампані. смакують місцевими блюдами із продуктів характерних

для даної місцевості і мають можливість доторкнутися і до історії, і до автентичної культури даного регіону.

Автентичні продукти харчування Італії відомі у всьому світі. Гурмани з різних куточків світу приїжджають в цю країну, щоб скуштувати традиційні страви і отримати певні навички у їх виготовленні від місцевих кулінарів. Дані, що оприлюднені Національним управлінням по туризму в Італії близько 5 відсоткам подорожуючим цікава саме аутентична кухня.

20 регіонів має у своєму складі Італія, кожен з яких має свої кулінарні традиції. Північ готує страви використовуючи рис та вершкове масло, південь — пасту та оливкову олію. Італійці активно розвивають гастротуризм, започатковують навчання кулінарії та конкурси чи фестивалі кулінарної майстерності. Починаючи із 2015 року цікавість до гастротуризму в Італії стабільно зростає, і цей сектор наповнює державний бюджет щорічно 5 мільярдами євро [25].

Згідно із дослідженнями організації «Coldiretti» існує цілий ряд провінцій девикористовують традиційну їжу щоденно. Італійці зберігвають уявлення про вдалий відпочинок як про такий, де можна насолодитися смачними блюдами вкупі із смачним і доречним до страв вином. Приоритет – традиційним блюдам, відомим із дитинства .

Італійські смаколики давно стали інтернаціональною кулінарною традицією - важко знайти місто без італійського ресторану, що пропонує традиційну пасту та мокачино. Піца заповолонила світ і важко знайти місце на карті де б її не виготовляли, привносячи навіть певні автентичні продукти. Мокачино та мокко - це напої, без яких не уявляють життя багато людей у світі, батьківщиною яких також є Італія. Але відомими стравами та продуктами особливості італійської національної кухні не обмежуються. Сильною стороною італійської кулінарії є ставлення до їжі, процес її приготування та культура прийому їжі.

У Німеччині також розвинений винний туризм. Країна виробляє в середньому щорічно 9 мільйонів галонів Ріслінгу, надзвичайного білого вина

із витонченим смаком. 88% вирощуваного винограду – білі сорти Kerner, Scheurebe, Bacchus, Ruhlander, Moriot-Muscat, Faber, Huxelrebe, Guthedel.

Винний туризм у Німеччині стосується трьох основних виноробних регіонів, які є славою і гордістю країни. Два з них мають знамениті винні шляхи: «Німецький винний шлях» (Deutsche Weinstrasse) у Пфальці та «Саксонський винний шлях». «Німецький винний шлях» тягнеться на 85 км, починаючи від містечка Швайген-Рехтенбах на півдні і закінчуючи біля міста Боккенхайм. Це неймовірно красивий маршрут, де давньоримські поселення, руїни фортець і старовинних замків чергуються з пагорбами, вкритими мигдалевими деревами, а також плантаціями фігових дерев, ківі, лимонів і виноградників.

Туристичний маршрут «Винний шлях Саксонії» має протяжність 55 кілометрів між містами Пірна, Дісбар-Зойсліц і Мейсен, уздовж долини Ельби, де панує м'який і сонячний клімат. На цьому маршруті є ще два цікаві маршрути: «Винний шлях Саксонії» і Міжнародний веломаршрут уздовж Ельби [20, с. 30-31].

Традиційні рецепти середземноморської дієти базуються на великій кількості продуктів рослинного походження, включаючи фрукти, овочі, хліб, крупи, квасолю, горіхи та насіння, а також невелику кількість риби, птиці, сиру та йогурту. Також важливими аспектами є помірне споживання червоного вина та вживання оливок і олії з них. У Середземноморському басейні кожна країна має свою неповторну кухню. В Іспанії популярні паелья, шинка, тапас, а також іспанський сир і вино. Основними напрямками гастротуризму в є Андалусія, Валенсія та Каталонія.

Кухня Греції має акцент на різноманітності сирів, приготованими за різними і незвичними рецептами. Риба, морепродукти, баранина та м'ясо кіз складають основу місцевих блюд. Острів Крит відомий цікавим поєднанням листкового тіста із сиром і різними овочами.

Харчові джерела Туреччини заслуговують на особливу увагу через її розташування, і це привносить у кухню країни унікальний характер. Однією

з найбільш очевидних рис цієї культури є кава. Справжня кава у Туреччині представлена різноманітністю рецептів, фірмових страв, способів подачі та вибору сорту. У 2013 році турецька кава була визнана надзвичайною цінністю і була включена до спеціального каталогу.

Польща, країни Балтії, Румунія популярні у гастротурах. Польська кухня – це переважно ситні страви із м'яса, а найпопулярнішими продуктами є солоні овочі, гриби, ковбаси.

Румунська кухня відрізняється багатством м'ясних, рибних і овочевих страв. Румуни особливо цінують яловичину, телятину та курятину, які використовуються в багатьох традиційних рецептах. Тушковані овочі також займають важливе місце в місцевій гастрономії, додаючи стравам насиченого смаку. Серед найпопулярніших страв варто відзначити долму, м'ясо, приготоване на грилі, та різноманітні види тукану—блюдо з курки, або іншого м'яса. Надзвичайну увагу заслуговує халаме, що є варіацією гуляшу з телятини, який подають із ніжним білим соусом.

Крім цих м'ясних страв, в румунській кухні значне місце займають рибні страви, особливо у прибережних регіонах країни, де свіжі дари моря входять до щоденного раціону. Щодо приготування, румуни надають перевагу запіканню та тушкуванню, що дозволяє зберегти всі корисні властивості продуктів і насичити страви неповторними ароматами. Оригінальне поєднання спецій, таких як кріп, чабер та часник, надає румунським стравам особливого смаку. Це робить їх привабливими для гастрономічного туризму, адже кожна страва розкриває традиції та колорит країни.

Азіатська кухня славиться різними кулінарними шедеврами на основі морепродуктів і риби, рису і м'яса, а також численними гострими соусами. У Китаї їжа складається з овочів, зерна, м'яса, водоростей, птиці та морських безхребетних. Найвідоміші китайські страви - качка по-пекінськи, смажений рис і столітні яйця [27, с. 34-36].

Основа гарної тайської кухні - рис і локшина, які подаються до гострих страв. Традиційною стравою є рис кхао ніу мамванг, солодкий рис з кокосовим молоком і манго. Серед туристів популярний Као Пхат – смажений рис з рибою, крабом, овочами та яйцями.

Японська кухня, яка відображає унікальну індивідуальність країни, також визнана на міжнародному рівні. Японська кухня характеризується використанням свіжих і сирих продуктів. Основними інгредієнтами японської кухні є рис, морепродукти, соєві боби, квасоля і м'ясо

Сьогодні гастрономічні традиції відіграють ключову роль у розвитку міжнародного туризму, ставши важливим інструментом залучення мандрівників. Багато країн Євразії активно використовують гастрономічний туризм для збільшення потоку туристів, пропонуючи їм унікальні кулінарні досвіди. Гастротуризм набув великої популярності в багатьох країнах і ці країни активно розвивають свою кулінарну привабливість.

Сьогодні до цього списку кулінарних шедеврів входять такі кулінарні надбання, як середземноморська дієта, французька культура харчування, вірменський лаваш та турецька кава. Грузія, зі свого боку, зберігає традиційний метод приготування вина в глиняних глеках, що також було визнано унікальним надбанням світової кулінарної спадщини.

Цей підхід не лише допомагає зберегти культурні традиції через залучення туристів, зацікавлених у знайомстві з автентичними смаками та технологіями приготування страв. Успішні приклади таких країн можуть стати орієнтиром і для інших держав, які прагнуть розвивати свій гастротуристичний потенціал, демонструючи культурне розмаїття через кухню [34].

У розробці та створенні туристичного продукту етно-фуд важливо залучати різних зацікавлених сторін туристичної дестинації, таких як кухарі, виробники продуктів харчування, ресторатори, фермери, рибалки, власники готелів та представники державного управління.

Одним із успішних прикладів такої співпраці є Міжнародна асоціація гастрономічних міст Деліс, яка об'єднує понад 20 регіональних столиць і туристичних центрів, відомих своїми автентичними кулінарними традиціями. Наголошуючи на унікальності кулінарних традицій, це об'єднання організовує різноманітні етно-фуд-фестивалі.

Учасники цієї організації вважають, що послуги гостинності є основою ідентичності та культурної ідентичності регіону та відіграють важливу роль у формуванні якісного бренду життя та туризму, а також забезпеченні здоров'я людей.

Плідною є співпраця учасників харчової галузі в рамках міжнародної організації «Euro-toques», яка була заснована в 1986 році в Бельгії (м. Брюссель) і об'єднує понад 3500 кухарів з 18 країн Європи. Європейський Союз визнав цю організацію захисником і охоронцем високоякісної їжі, а одним із головних завдань є охорона та збереження європейської кулінарної спадщини.

Серед найбільш привабливих у гастрономічному відношенні країн виділяються Франція (Західна Європа), Японія (Східна Азія) і США (Північна Америка). Перспективними напрямками гастрономічного туризму є Італія, Іспанія (Південна Європа) і Таїланд (Південно-Східна Азія).

Тому перспективним моментом надання послуг стає гастротуризм, поєднання знання культурних традицій і дегустації унікальних страв. Усі країни мають необхідні ресурси для гастроподорожей, які відбуваються в усі пори року [32, с. 240-241].

Різноманітність світу вивчається через традиції харчування, які історично сформовані, зумовлені різними факторами: географічним положенням, економічними умовами, релігійними віруваннями, звичаями та культурними традиціями.

## 2.2. Умови та організація українського гастротуризму

Стратегічною метою формування українського етногастротуризму є створення та популяризація унікальної туристичної пропозиції, що поєднує багатство національних традицій, культури та гастрономії, з акцентом на місцеві продукти та рецепти, що передають неповторний колорит кожного регіону України. Розвиток етногастротуризму спрямований на формування стійкого туристичного бренду країни, який базується на культурній спадщині та природних ресурсах, а також на підтримку місцевих виробників, фермерів і кулінарних майстрів [21].

У рамках цієї стратегії важливо досягти кількох основних цілей:

- Збереження автентичних рецептів, традиційних страв та напоїв, що були характерні для різних етнографічних груп України. Це дозволить відтворити національну ідентичність через гастрономічний досвід, який стане основою для етнотуристичних маршрутів.
- Розвиток гастротуризму сприятиме зростанню попиту на місцеві продукти, що дозволить розвивати сільські території, підвищити економічну активність в регіонах та забезпечити сталий розвиток сільських громад.
- Створення та модернізація туристичної інфраструктури, включаючи гастрономічні маршрути, фермерські ринки, культурні та кулінарні фестивалі, ресторани та кафе, що спеціалізуються на національній кухні, а також розвиток сервісів для туристів.
- Привернення уваги іноземних туристів до української культури та гастрономії через організацію гастрономічних фестивалів, участь у міжнародних виставках, онлайн-просування та створення промо-матеріалів, що підкреслюють унікальність української кухні.
- Проведення майстер-класів, кулінарних турів та культурних заходів, що допоможуть туристам зануритися в традиції, навчитися готувати національні страви та зрозуміти роль гастрономії в українському способі життя.

- Розробка і просування етногастрономічних турів, які з'єднують різні регіони України, дозволяючи туристам не тільки познайомитися з місцевою кухнею, але й дослідити культуру, історію та традиції кожного окремого регіону.

Досягнення цих цілей не лише дозволить зберегти та відновити національні кулінарні традиції, а й сприятиме розвитку туризму в Україні як важливої складової економіки, підвищенню привабливості країни на міжнародній арені та створенню нових робочих місць у галузі туризму та сільського господарства.

Важливим аспектом цієї стратегії є збереження економічної стабільності, а також охорона та популяризація історико-культурної спадщини країни. Розвиток туризму має базуватися на принципах сталого використання природних і культурних ресурсів, що дозволить зберегти автентичність українських традицій, історичних пам'яток та природних об'єктів для майбутніх поколінь.

Окрім цього, інвестиції в інфраструктуру та розвиток нових туристичних напрямків поліпшать рівень життя населення. Активна співпраця з міжнародними партнерами та впровадження кращих світових практик сприятимуть інтеграції України у глобальний туристичний ринок, роблячи країну привабливою для відвідувачів з усього світу. Одним із найбільш перспективних та динамічних сегментів ринку туризму та громадського харчування в сучасних умовах є гастроподорожі. Такі подорожі є доволі перспективними з точки зору збільшення цікавості і збереження українських автентичних способів приготування і вживання їжі [5].

Автентична кухня України, а також мова, мистецтво та література становлять культурну спадщину країни. Вона формувалася протягом кількох століть і відображає важливі історико-культурну неповторність генези української нації, його звичаї та традиції. Саме тому національні страви різних національностей відіграють важливу роль у залученні іноземних туристів до країни.

У зрівнянні з багатьма регіонами в Україні є колосальні можливості у сфері розвитку гастротуризму. Окрім історико-культурних аспектів, тут відіграють роль природно-географічні фактори, такі як погода, тип ґрунту, рельєф. України дуже різноманітна, що відкриває можливості для розвитку різних видів сільського господарства та харчової промисловості.

Принагідно зауважимо, що український гастротуризм має глибокі корені в історії та культурі країни, адже традиції української кухні є невід'ємною частиною національної ідентичності та спадщини. З давніх часів українці відомі своїми кулінарними традиціями, що поєднують багатство природних ресурсів, місцеві інгредієнти та ремесла, а також унікальні кулінарні техніки, які передавалися з покоління в покоління.

Українська гостинність завжди була однією з основних рис національної культури. Українці щедро ділилися своєю їжею з гостями, і цей принцип закладений у багатьох кулінарних звичаях. Відповідно до традицій, стіл завжди був накритий багатьма стравами, а кожен елемент їжі мав символічне значення. Наприклад, борщ, який є одним із найвідоміших українських страв, мав не тільки гастрономічне, але й культурне значення, адже символізував добробут і єдність родини.

Протягом століть українська кухня зазнавала впливу різних народів і культур. Зокрема, турецька, польська, татарська, угорська та єврейська кулінарії залишили свій відбиток на страви українців. Це призвело до створення безлічі варіантів страв, що міксують інгредієнти і технології приготування з різних культур. Вплив цих культур можна помітити в популярних українських стравах, таких як голубці, вареники, млинці, що стали частиною національної кухні.

У козацькі часи українська кухня також мала особливе значення. Козаки споживали їжу, що була пристосована до умов їхнього життя та потреби в енергії під час довгих походів. Важливими інгредієнтами були зернові культури, риба, м'ясо та овочі. Страви, як от козацький куліш чи сало,

стали символами не тільки гастрономії, але й української ідентичності. Вони часто були частиною обрядових і святкових трапез [9, с. 178-181].

Відродження інтересу до національних традицій у середині ХХ століття стало поштовхом до популяризації української кухні серед туристів. Зокрема, після здобуття незалежності України в 1991 році значно зріс інтерес до гастрономічної спадщини, а етногастрономічні тури стали важливою складовою туристичної індустрії. Це дозволило відновити культуру приготування традиційних страв, а також зберегти багато забутих рецептів, що є частиною національної спадщини.

Сьогодні гастротуризм в Україні активно розвивається, із зростаючим інтересом до автентичних страв, місцевих продуктів та гастрономічних фестивалів. Регіональні продукти, як, наприклад, гуцульський банош, кримські вина, черкаські кавуни або харківська ковбаса, мають можливість стати брендами, що просувають Україну на міжнародній арені. Гастрономічні тури, які включають дегустацію традиційних страв, знайомство з місцевими виробниками та участь у кулінарних майстер-класах, стають популярними серед туристів, і мають на меті не лише розвиток економіки, але й збереження культурних традицій [17].

Загалом, історія українського гастротуризму відображає не лише розвиток національної кухні, але й важливість збереження культурної спадщини, що допомагає збудувати новий туристичний імідж України на світовій арені.

Стан ринку туристичних послуг відображає загальний стан економіки і залежить від соціально-економічних і політичних процесів, що відбуваються в державі, які є проявом течії реформ у суспільному житті. Україна робить значні кроки у цьому напрямі незважаючи на війну.

Тривале домінування внутрішнього туризму в епоху соціалізму призвело до зростання попиту на міжнародні подорожі, що вплинуло на зміну ситуації та розширення участі України на міжнародному туристичному ринку. По-перше, країна почала активніше входити в цей ринок, а також

зросла цікавість до місць відпочинку як в Україні, так і закордоном. Україна перейшла від країни-бенефіціара, що надає обмежені послуги, до країни, яка створює туристичні потоки у напрямку виїзного туризму. Цей процес характерний для перехідного етапу в Польщі, Чехії та інших колишніх соціалістичних країнах і базується на об'єктивній соціально-економічній основі.

Мотивація щодо відвідування закордоння міняється в українців: на перше місце посідають поїздки з рекреаційно-екскурсійною метою. Залежно від динаміки інвазій можна спостерігати наявність двох «тепліх» сезонів: яскраво вираженого літа та менш активної зими. Закон України «Про туризм» вважає, що туристична діяльність є перспективною галуззю і пріоритетом у соціально-економічному та культурному розвитку.

Стратегічна мета - створенні в Україні можливостей задля максимального задоволення туристичних потреб. Втілення цієї мети має забезпечувати загальний розвиток регіонів, соціально-економічний баланс між економічним розвитком і історичним і культурним спадком.

Гастрономічний туризм має великий і потужний потенціал з точки зору популяризації історико- культурної спадщини нашої країни.

Наразі продовжено створення концепції гастрономічного туризму, яка буде представлена у вигляді дорожньої карти, яка стане частиною національного стратегічного планування розвитку туризму та курортів у перспективі. Крім того 2018 рік було оголошено роком гастрономічного туризму саме з метою підтримки цього туристичного напрямку [26].

В Україні проведено численні тематичні заходи, під час яких представники різних ресторанів та експерти підтвердили, що гастротуризм є одним із найбільш перспективних напрямків туризму, здатним представити країну на міжнародній арені. Усі дослідження свідчать, що туристичні потоки зростають у регіонах, де реалізуються різноманітні інтерактивні туристичні продукти, такі як тематичні виставки, екскурсії, народні святкування та фестивалі. Зараз, незважаючи на реалії воєнного часу,

продовжується організовуються різноманітні гастрономічні тури, що сприяє створенню конкурентоздатного та успішного туристичного продукту у сфері гастротуризму в Україні та світі.

Дослідження останніх років показують, що кількість туристів зростає у тих локаціях, які базуються на унікальних традиціях, спеціалізованих інтерактивних туристичних продуктах, таких як тури, фестивалі та народні свята. В Україні створено достатню кількість автентичних гастрономічних турів та фестивалів, які допомагають формувати конкурентоспроможний гастрономічний туристичний продукт на міжнародному та внутрішньому ринках.

Аналізуючи розміщення фестивалів, можна зробити висновок, що найбільші туристичні ресурси подієвого туризму зосереджені на заході та в центрі України, особливо в Закарпатській, Львівській та Полтавській областях, Києві, Луцьку та Львові. Саме в цих регіонах збереглося багато національних свят та автентичних традицій їх святкування, що робить їх привабливими для іноземних та вітчизняних туристів.

За останні три роки зросла кількість фестивалів їжі та їх регіональне розширення. Динамічніше розвиваються фестивалі їжі в Закарпатській, Київській та Полтавській областях.

З існуючих пропозицій щодо організації гастрономічних турів можна зробити декілька висновків. По-перше, гастротуризм не є загальновідомим, гастротури не мають необхідної різноманітності. По-друге, існує диспропорція у розподілі гастротурів в Україні: найбільше турів організовано у Львівську та Закарпатську області, що пов'язано з унікальною культурою та кулінарними традиціями цих регіонів [35, с. 56-59].

В основному, у напрямі поширення гастротуризму і його впливу на економіку та соціальну ситуацію в країні, провідні спеціалісти туристичної галузі України виділяють такі сучасні світові тенденції:

1. Ринок гастрономічного туризму зростає. Це один із найдинамічніших сегментів туристичного ринку.

2. Туристи-«гурмани» є представниками нових напрямів культурного споживання. Вони прагнуть пізнати автентичність відвідуваних місць через їжу, вони дбають про походження продуктів і визнають гастрономію цінним засобом спілкування та обміну досвідом.

3. Територія є основою продовольчого забезпечення.

4. Продукт є ключовим елементом гастрономічного туризму. Важливо визначити, які ресурси ми будемо перетворювати на туристичний продукт, щоб ідентифікувати цю територію.

5. Стабільність. Гастротуризм може вирішити культурні та екологічні проблеми, поєднуючи їх з економічними аргументами.

6. Якість. Туристичні напрямки, які прагнуть популяризувати гастротуризм, повинні працювати у всіх напрямках: популяризація автентичних продуктів, розробка конкурентоспроможної пропозиції, підвищення професіоналізму персоналу, підтримка споживачів і забезпечення відповідних послуг для підвищення рівня задоволення відвідувачів.

7. Комунікації. Туристичні напрямки повинні надавати достовірний і відповідне описання локацій гастротуризму на туристичному ринку.

8. Співпробітництво. Гастротури створюють всі: ті, хто вирощує продукцію для закладів харчування, ті, хто доставляє цю продукцію із дотриманням термінів, ті, хто безпосередньо виготовляє блюда народної кухні і ті, хто організує гастротури.

Зараз гастротуризм в Україні – це насамперед регіональне явище. На основі проведених опитувань зроблено висновок, що продукти гастротуризму зосереджені переважно на місцевих ринках і орієнтовані на них же. Поки що гастротури не є міжнародними, і, якщо, певна кількість іноземців до таких турів потрапляє – то відсоток їх незначний.

Стосовно питання про наявність співпраці між туристичним сектором та місцевими зацікавленими сторонами такими як виробники, ресторатори, ринки, більшість опитаних заявили, що така співпраця існує, але в рамках

конкретних місцевих маркетингових заходів. Тим не менше на сьогодні стійкої співпраці у цих напрямках не існує [14, с. 102-103].

Вибір гастрономічних турів у загальній кількості турів серед подорожуючих поступово змінює кількість і якість пропозицій, дозволяє створювати страви із продуктів харчування високої якості саме на місцевих ринках і це все сприяє попиту на гастротури.

Сучасна українська кухня має багату історичну історію, яка пройшла довгі етапи становлення та розвитку під впливом різноманітних факторів, серед яких особливості матеріальної і духовної культури, історико-культурний розвиток, економічні реалії, релігійна специфіка і багато чого іншого.

Українські народні наїдки та напої безперечно незвичайні і є наслідком розвитку матеріальної культури населення.

Останніми роками в українському просторі розпочалося поступове становлення цікавості до національної кухні. Кухарі і ресторани знаходять цікаві рецепти у архівах, проводять пошук серед старожилів різних регіонів і відтворюють забуті, але справжні кулінарні традиції країни.

Багато українських страв широко відомі за кордоном. Наприклад, український борщівник вважається «брендом» української кухні, але є багато інших страв, які підкреслюють самобутність України як країни з багатими традиціями та давньою історією.

Враховуючи, що Україна має величезну територію та сусідів із цікавою та різноманітною кухнею, яка вплинула на прикордонні регіони, не дивно, що кухня кожного регіону має свої особливості [3].

Таким чином, можна впевнено стверджувати, наша країна має великий потенціал для розвитку гастрономічного туризму. Наразі необхідно зосередитися на формуванні нормативно-правових положень, що регулюють цю сферу та створюють сприятливі умови для розвитку гастрономічного туризму на місцевому та міжнародному рівнях.

### 2.3 Дестинації гастрономічного туризму в Україні

Гастротуризм в Україні можна умовно поділити на кілька основних груп:

#### А) міський гастротуризм

У зв'язку з цим туристи мають можливість пізнати автентичні гастрономічні центри того чи іншого міста. Наприклад, Львів славиться своєю кавою та традиційною українською кухнею. Однією з особливостей міста є Пивний музей, на базі якого відбуваються майстерки, дегустування та вечори для любителів пива. Ресторан-музей "Гасова лампа"; Ресторан "Криївка".

На вихідні до Львова приїжджають туристи з України, Польщі, Німеччини, Італії, а також Кореї та Японії, щоб насолодитися «гастрономічними турами» у місцевих ресторанах і кафе. У Чернівцях можна скуштувати такі автентичні страви, як мамалига та десерт «Папанаші» – смажені сирні пампушки у формі бублика з чорничним варенням та наливкою.

В Одесі гурмани мають можливість скуштувати вина та коньяк на французьких заводах Boulevard та Shabat. Міський гастротуризм популярний в Україні, тому що міста, які приваблюють гастрономічних туристів, мають розвинену готельну інфраструктуру, що дозволяє туристам самостійно обирати місце проживання та маршрут подорожі.

#### б) Фестиваль кулінарного туризму

Цей напрямок дає можливість відвідувати туристам кулінарні фестивалі та свята, присвячені певним продуктам (сиру, вину, м'ясним нарізкам тощо). Щорічно в Україні проходить близько сотні кулінарних фестивалів і свят, і їх кількість має тенденцію до збільшення.

Найактивнішим місяцем для таких заходів є вересень, потім жовтень. Певна частина заходів проходить і в літні місяці. Гастрофести та святкові заходи в Україні пов'язані із різноманітними стравами: борщівнику, дзону, дзону,

вареникам, голубцям. Напої: вино, горілка, пиво; Ягоди та овочі: вишня, полуниця, помідори, огірки, кавун; Мед і цукерки [18].

В Україні проходять такі захоплюючі фестивалі:

1. «Хлібне свято» у невеличкому селищі на острові Обірок Чернігівської області. У серпні тут можна руками серпом зжати зерно, потовкти його перцем, змолоти на жорнах і випікати хліб.

2. «Свято кавуна» проходить щороку в третю суботу серпня в м. Гол Паристан Херсонської області. Гостей запрошують скуштувати дині, а обов'язковою частиною свята є зважування гігантських кавунів. Також фестиваль пропонує конкурсні програми, виставкові локації та майстерки із вирізблювання на кавунах.

3. У селищі Костилівка Рахівського району на Закарпатті відбувається «Фестиваль барлибаш бануш», де оспівують традиційну гуцульську кухню. Учасники та гості свята можуть скуштувати гуцульські страви, головною з яких є бануш, який готують виключно чоловіки використовуючи відкрите вогнище.

4. У середині червня у Ізюмі що на Харківщині відбувається «Фестиваль полуниці». Місцеві жителі вважають саме це місто столицею полуниці в Україні. Саме на цьому святі відбувається виготовлення свіжого полуничного варення яким можуть пригоститися всі бажаючі.

5. Щороку у лютому у Львові проходить «Свято шоколаду». Любителі можуть відвідати виставки шоколадних виробів від кращих представників галузі, майстерки від відомих шоколадників, а також стати свідками шоколадних виробів ручної роботи та створення безлічі надзвичайних виробів скульптурного типу з шоколадних блоків.

6. Фестиваль «Глобець» проводиться в селі Четфалова району Берхейф, де переважно проживає угорська громада. Свято капусти започаткували не так давно. Угорці роблять специфічні голубці використовуючи не свіжу, а квашену капусту, а начинкою використовують копчену свинину із різними

приправами. При запіканні використовується велика кількість чорного перцю і виноградне листя.

У сільському гастрономічному туризмі в Україні найпопулярнішими напрямками туризму є вино та сир. Нині сирний туризм в Україні активно розвивається завдяки організації майстер класів, зустрічей, форумів і фестивалівних рухів, застосуванню передових виробничих технологій. Велика кількість гастротуристів хочуть відвідати передові та відомі компанії та промислові сироварні, оскільки українські сири завоювали популярність на міжнародному ринку [30].

За офіційною інформацією, у 2020 році Україна експортувала конкурентоспроможну та якісну сирну продукцію до Казахстану, Молдови, Туркменістану, Вірменії та Азербайджану, до азійських країн - Пакистану, В'єтнаму, Бангладешу і Китаю. Приоритет у купівлі українських сирів у 2020 році віщавали Єгипет, Молдова і Казахстан.

Дуже популярний серед українців і сир. Проте задовольнити сироварів стає все важче, тому все більше фермерів в Україні виготовляють смачний та натуральний справжній сир визнаними і специфічними методами на своїх сироварнях. Місцеві сироварні працюють у Львові, Тернополі, Києві та інших областях, але флагманом саме Закарпаття посідає у цьому напрямі першість.

Споживання їжі давно вийшло за рамки простої потреби виживання. Сьогодні це стало чимось більшим: джерелом естетичного задоволення та можливістю вивчати культури інших народів. Навіть життя може не вистачити, щоб скуштувати всю їжу, яку пропонує світ, але пізнати кулінарні витвори різних національних кухонь цілком реально.

Основна мета гастрономічного туру – не тільки скуштувати різноманітні страви, але й краще зрозуміти особливості тієї чи іншої національної кухні, вловити «душу» місцевих рецептів. В Україні активно розвиваються сільські та міські гастрономічні тури. Під час сільських турів

туристи мають можливість скуштувати органічні продукти, зібрати ягоди, овочі та фрукти на полях, а також прогулятися виноградниками [36].

Унікальність гастрономічних турів полягає в тому, що можливості для їх розвитку є у всіх країнах і регіонах. Вони можуть стати важливим елементом різноманітних туристичних маршрутів. Основою гастротуризму є не стільки запропонований відпочинок, скільки ознайомлення із автентичною кухнею і насолода місцевими стравами. Ще однією особливістю цих ланцюгів є відсутність сезонності: вони сприяють розвитку виробництва та торгівлі місцевими продуктами харчування, а також популяризують національні кулінарні традиції. Але через свою специфіку гастрономічні тури не набули широкого поширення.

Україна має унікальні можливості для створення конкурентоспроможного туристичного продукту. Її кухня характеризується різноманітністю та характером завдяки мультикультурному поєднанню населення. Важливим чинником припливу туристів є українська кухня. Етнографічні дослідження вказують на понад 4000 м'ясних, рибних овочевих страв які цікаві не тільки смаковими якостями а й особливостями приготування.

Гастроподорожі поступово розвиваються незважаючи на несприятливу реальність сьогодення. Поступово стають відомими і цікавими у Закарпатті, на Одещині, у Херсоні та Миколаївській області подорожі для поціновувачів вина. Принагідно зауважимо, що до країн, де ефективно може розвивати саме внутрішній туризм Україна має всі шанси достойно увійти і вже створити певну конкуренцію. Найефективнішою формою дослідники вважають модливість поєднання дегустації вин і відпочинок у сільській місцевості. Так само зростає інтерес до гастрономічних турів у секторах етнічного туризму та туризму сільською місцевістю.

Таким чином, український гастротуризм має достатні переваги і певний потенціал для необхідного розвитку. Райони країни мають унікальні національні, культурні та природні особливості, які приваблюють туристів.

Сьогодні гастротуризм розглядається у двох аспектах: по-перше, як самостійний напрямок світового туризму, якому з кожним днем приділяється все більше уваги. По-друге, в деяких регіонах України його розвиток досі реалізується як невід'ємна частина комплексного туристичного продукту, що поєднує етнічний та культурний туризм [8, с. 291-292].

Найпопулярнішими з них є тури, які включають відвідування закладів громадського харчування, таких як ресторани, музеї, присвячені окремим продуктам харчування чи сільськогосподарським продуктам, а також ферми та інші місця національного та культурного значення. Важливо відзначити, що в закладах для гастрономічних туристів обслуговування повинно бути організовано відповідно до національних смаків для створення неповторної атмосфери.

## РОЗДІЛ 3. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

### 3.1 Розвиток гастротуризму на Сумщині

Можна виділити кілька аспектів від яких залежить розвиток гастротуризму як в Україні так і на Сумщині. Одним із головних є співпраця із іноземними інвесторами і створення відповідних умов для неї. Розвиток внутрішнього ринку і наявність на ньому відповідних за якістю товарів та послуг є навід'ємною складовою успішного розвитку гастрономічного туризму.

Важливим і необхідним компонентом є адаптування законодавчої бази туристичної сфери України до вимог ЄС. Задля цього держава повинна визнати туристичну галузь однією із пріоритетних.

Адаптація українських законів до європейських та міжнародних нормам допоможе створити правове середовище для ефективної діяльності туристичного бізнесу як на національному, і на світовому ринку. Для ефективного регулювання гастрономічного туризму важливо внести відповідні зміни до чинного законодавства, що забезпечать належне функціонування цього виду діяльності. Оскільки на сьогодні окремого законодавчого акта, що регулює гастрономічний туризм, не існує, потрібно розробити правові норми, що створять стабільні умови які дозволять, у свою чергу, створити сприятливий інвестиційний клімат.

В Україні доцільно ініціювати національний проєкт за підтримки Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства, Департаменту туризму, профільних асоціацій. Основною метою такого проєкту має стати створення єдиної інформаційної платформи, яка б забезпечувала доступ до повної бази даних про заклади громадського харчування. Ця платформа включатиме інформацію про кількість закладів, їх типи, розташування, концепції та інші ключові аспекти, що можуть зацікавити туристів [16].

Окрім цього, важливо, щоб платформа містила детальний календар гастрономічних подій, таких як свята, фестивалі, кулінарні майстер-класи, гастрономічні конференції та семінари. Це дозволить туристам і місцевим жителям легко планувати свої подорожі та відвідування, орієнтуючись на цікаві події.

Ще одним аспектом проєкту має стати просування гастрономічних турів і маршрутів, що дозволять туристам дізнатися більше про місцеві кулінарні традиції, відвідати найкращі ресторани та кафе в різних регіонах країни, а також взяти участь у дегустаціях і майстер-класах від відомих шеф-кухарів.

Створення такого національного проєкту сприятиме не лише залученню іноземних туристів, а й популяризації місцевої гастрономії серед українців. Впровадження інноваційних підходів у туристичній галузі підвищить конкурентоспроможність України на світовому ринку гастрономічного туризму, а також допоможе зміцнити імідж країни як унікальної кулінарної дестинації. Також на платформі варто розмістити інформацію про гастромузеї, підприємства харчової промисловості, де надають послуги екскурсів, працюють гастромайстерки, наявні туристичні маршрути та інші види послуг. Одним із цікавих і необхідних ресурсів вважаємо започаткування гастрокарти України із наявною на ній актуальною інформацією щодо активних туристичних гастромаршрутів, ціною на них, часовими межами функціонування і місцем знаходження.

Актуальним залишається створення мобільних карт і різних додатків для гаджетів і планшетів, що надаватиме швидкий і зручний доступ до потрібної інформації для користувачів. Формування іміджу українського гастротуризму повинно відбуватися за безпосередньої участі молодих кваліфікованих спеціалістів туристичної сфери і представників інших галузей які беруть безпосередню участь у створенні гастротуристичного продукту. Саме ці спеціалісти повинні зберігати і примножувати традиційну українську

гостинність, проводити туристичну роботу на високому рівні відповідно до сучасних стандартів якості [31, с. 160-161].

Важливо збалансувати підготовку кадрів на освітньо-кваліфікаційних рівнях, варто підвищувати престиж професій, задіяних у цій соціально значущій сфері. Необхідно підняти стандарти освіти в Україні до міжнародного рівня, щоб випускники навчальних закладів могли одразу приступати до виконання своїх обов'язків, без потреби в додатковій підготовці чи перепідготовці, яка наразі є поширеною практикою.

Ключовим фактором розвитку гастрономічного туризму є вдосконалення туристичної інфраструктури. Її формування має відповідати міжнародним стандартам, що дозволить задовольнити потреби не лише українських, але й іноземних гастрономічних туристів. Це також сприятиме збільшенню надходжень до місцевих і державного бюджетів.

Для перспективного розвитку гастротуризму необхідно вирішити низку ключових питань, зокрема покращити транзитні перевезення, організувати ефективно залізничне сполучення та розвивати автомагістралі й під'їзди до гастрономічних об'єктів. Якісне перевезення туристів потребує не лише наявності автодоріг, а й постійного вдосконалення дорожньої інфраструктури. Це включає покращення транспортно-експлуатаційного стану шляхів, посилення безпечності пересування, започаткування мережі сільських шляхів і вдосконалення туристично-інформаційної системи вздовж трас.

Також важливо збільшувати кількість закладів розміщення та харчування, особливо в сільській місцевості та поблизу автомобільних шляхів. Окрім цього, варто працювати над модернізацією існуючих закладів, поліпшуючи їхню інфраструктуру та підвищуючи рівень обслуговування.

Пріоритетним напрямком для гастрономічного туризму є створення агросадиб, які дозволять туристам зануритися в сільське життя: брати участь у зборі врожаю, доглядати за тваринами, ознайомлюватися із екологічно чистими продуктами, мати можливість побачити сам процес обробки

сільськогосподарської продукції. Подібні локації можуть створюватися безпосередньо у сільських садибах або у фермеських господарствах гастрономічно привабливих регіонів до розвитку агросадиб, що принесе користь як власникам, так і місцевому туризму, а також подарує унікальний досвід самим туристам [22, с. 139-140].

Радикальних змін потребує і сфера ресторанного бізнесу. Необхідною умовою для цього повинно стати введення новітніх технологій у всі виробничі та інші процеси. Одним із цікавих напрямів кулінарного мистецтва на сьогодні стали молекулярна кухня і фьюжін. Об'єднати смакові уподобання західної і східної кухні у дусі мультикультуралізму допоможе саме останній напрям.

У цьому напрямку екзотичні інгредієнти замінюють місцевими, а кулінарні традиції різних районів реалізують з урахуванням місцевих продуктів і смакових звичок, створюючи незвичні компоненти.

Молекулярна кухня базується на використанні інновацій задля створення оригінальних страв. Вона включає обробку продуктів рідким азотом і застосування таких інноваційних технологій.

Цей підхід до ресторанного бізнесу вже здобув велику популярність у багатьох країнах світу, де демократичні ресторани стали трендом завдяки своїй доступності та зручності. В Україні ж цей формат лише починає впроваджуватися, але має великий потенціал.

Перспективи для розвитку таких ініціатив на Сумщині великі, адже поєднання швидкості обслуговування, доступності та високої якості їжі відповідає сучасним очікуванням споживачів. Крім того, демократичні ресторани можуть сприяти популяризації української кулінарної спадщини серед іноземних туристів, надаючи їм можливість скуштувати автентичні страви у сучасному, неформальному форматі. Такий підхід створює нові можливості, що робить ці заклади важливим елементом розвитку туристичної інфраструктури.

Креативні українські кухарі створюють нові, цікаві концепції в оформленні та створенні кафе.

Це не тільки нові незвичні страви, а й певні архітектурні рішення які у цілому створюють незвичну атмосферу, що дає можливість відвідувачам не тільки насолодитися вечерею, наприклад, а й просто відпочити.

Таким чином, існує значний потенціал для втілення креативних рішень, оскільки вони зацікавлюють не тільки туристів з-за кордону, а й місцевих мешканців. На сьогодні жоден український ресторан не має високих рейтингів у світі. Тим не менше в Україні до війни відбувалися кулінарні майстерки на яких виступали шеф-кухарі міжнародного рівня, включаючи володарів зірок Мішлен. Ця подія стала знаковою для українських кухарів, відкриваючи нові можливості для обміну досвідом і професійного спілкування. Українські ресторани мають всі можливості для отримання європейського і світового визнання.

У просуванні гастротуристичних DESTИНАЦІЙ важливу роль відіграє формування та популяризація бренду території. Гастрономічний аспект турпродукту значно впливає на імідж туристичної DESTИНАЦІЇ. Наразі в Україні недостатньо уваги приділяється гастрономічному брендингу. Створення власного кулінарного іміджу враховує не лише гастрономічні досягнення, але й історичну спадщину міста, його культурні цінності, місцеві традиції та легенди. Це дозволяє створити багатогранний образ, що привертає увагу туристів не лише до кухні, а й до загальної атмосфери та унікальності кожного регіону. Важливо, щоб бренд був автентичним та відображав характер і дух місцевості, адже це дозволяє туристам відчувати справжню культуру та історію через кулінарні враження.

До того ж, інтеграція елементів культурної спадщини у просування гастрономічного туризму допомагає зміцнити емоційний зв'язок відвідувачів із місцевістю, що стимулює їх повернення та позитивне розповсюдження інформації про регіон. Наприклад, фестивалі, що відображають місцеві

звичаї та свята, поєднані з презентацією національних страв, можуть стати важливими подіями для просування бренду [28, с. 80-82].

Крім цього, варто розробляти гастрономічні маршрути, що пов'язують історичні пам'ятки з унікальними закладами харчування, що відтворюють атмосферу певної епохи або події. Такий підхід дозволяє створити цілісне туристичне враження та позиціонувати територію як місце, де можна не тільки скуштувати автентичні страви, але й доторкнутися до багатой культурної спадщини.

Не слід ототожнювати кухню окремого населеного пункту з кухнею всієї країни, оскільки це може призвести до втрати гастрономічного потенціалу територіального бренду, а також кулінарної унікальності та привабливості.

На сьогодні в Україні вже з'явилися певні гастрономічні бренди в окремих містах: полтавські галушки, львівська кава, коростеньські деруни, або ніжинські огірки. Сподіваємося, що колись кожне місто і містечко буде мати свій кулінарний бренд і це сприятиме популяризації української кухні, регіонів і сприятиме покращенню економічного становища країни. Це завдання лягає на плечі місцевих органів влади, громадськості і просто небайдужих. Важливо підтримувати вже існуючі та створювати нові об'єкти гастрономічного туризму, такі як зали для дегустування, центи гастрономії, кулінарні майстерки та інше. Гастрофести мають потужну історико-культурну цінність яка є досить значною, але є потреба в покращенні тематики, удосконаленні програм та оновленні способів збереження. Гастромузеї вимагають експозиційних змінмодернізації своїх приміщень. Обслуговування в дегустаційних залах слід вивести на новий рівень, залучаючи досвідчених сомельє, барменів і офіціантів, які враховують тонкощі традицій та культуру споживання різноманітних алкогольних напоїв. Оновлення матеріально-технічної бази та впровадження сучасних технологій виробництва є нагальною потребою для багатьох підприємств

харчової промисловості. Усі об'єкти гастрономічного туризму потребують суттєвих інвестицій та продуманої маркетингової політики.

Кухня Сумщини відзначається різноманітністю страв, що ґрунтуються на багатих природних ресурсах регіону, таких як риба, гриби, ягоди, молочні продукти, м'ясо та зернові. Кулінарні традиції Сумщини сформувалися під впливом різних народів, зокрема, українців, росіян, поляків та татар, що відображається в поєднанні інгредієнтів та технологій приготування їжі. Млинці, ковбаси та пиріжки, каші мають велику популярність серед місцевих жителів та туристів. Особливої уваги заслуговують рибні страви, приготовані з річкової та озерної риби, а також локальні делікатеси, наприклад, сало.

Сумщина славиться високоякісними сільськогосподарськими продуктами, такими як мед, молочні продукти, м'ясо, а також розвиненим садівництвом. Відвідувачі можуть познайомитися з місцевими виробниками, побувати на фермах та дегустувати натуральні продукти. Відомими на Сумщині є також місцеві сироробні господарства, які виготовляють сири за традиційними рецептами. Важливими компонентами є також дегустаційні тури, що дозволяють туристам відкривати для себе смакові особливості місцевих продуктів.

Сумська область активно розвиває гастрономічні фестивалі та події, які приваблюють як місцевих жителів, так і туристів. Один із таких заходів — «Фестиваль меду та бджільництва», який щорічно проводиться в Сумах, де можна познайомитися з процесом бджільництва та скуштувати різні види меду. Також проводяться тематичні ярмарки, на яких можна придбати продукти місцевого виробництва.

У Сумській області вже розробляються спеціалізовані туристичні маршрути, що включають не лише огляд культурних та природних пам'яток, але й гастрономічні акценти. Зокрема, туристи можуть взяти участь у дегустаційних турах, що проводяться місцевими гідами, вивчаючи особливості місцевої кухні через практичні майстер-класи, відвідування

ресторанних комплексів, а також знайомство з процесами виробництва продуктів, які використовуються в традиційних стравах [17].

Для подальшого розвитку цього напрямку необхідно продовжувати вдосконалювати інфраструктуру, сприяти залученню інвестицій у розвиток сільського туризму, створення сучасних гастрономічних маршрутів та рекламу місцевих продуктів на національному та міжнародному рівнях. Програма підтримки фермерських господарств, розвиток агротуризму та створення нових гастрономічних подій можуть сприяти подальшому зростанню популярності гастрономічного туризму в Сумській області.

Різдвяний Гастрофест — це один із яскравих культурно-гастрономічних заходів Сумської області, який має на меті популяризувати місцеву кухню, продемонструвати традиції та рецепти, що збереглися в регіоні, а також підтримати місцевих виробників продуктів. Цей фестиваль, що проводиться щорічно із 2020 року, став важливою складовою гастрономічного туризму Сумщини, привертаючи увагу як місцевих жителів, так і туристів з різних куточків України.

Гастрофест зазвичай проходить у самому серці Сум — на центральних площах міста або в мальовничих природних зонах області, що додає особливого шарму події. Під відкритим небом, або у кафе кожен гість має можливість не лише скуштувати традиційні страви, але й поринути в атмосферу української гостинності. Виступи музичних колективів, народні танці, майстер-класи та культурні програми створюють святкову атмосферу, яка приваблює широке коло людей.

Основним акцентом Сумського Гастрофесту є дегустація традиційних страв Сумщини. Відвідувачі мають змогу скуштувати місцеві делікатеси, такі як вареники, борщ, млинці, куліш, а також страви з річкової риби, сало, ковбаси, сири та мед. Кожен продукт на фестивалі — це частина багатой гастрономічної спадщини регіону. Місцеві фермери та виробники також представляють свою продукцію, даючи можливість туристам придбати натуральні продукти безпосередньо у виробника.

Сумський Гастрофест активно підтримує місцевих фермерів, ремісників та кулінарів. Це дає можливість відвідувачам не лише скуштувати страви, а й побачити процес їхнього приготування. В рамках фестивалю організовуються майстер-класи з приготування традиційних страв, а також лекції та виступи, присвячені кулінарії, здоровому харчуванню та локальним продуктам. Це дозволяє глибше познайомитися з культурою та традиціями Сумщини через смак.

Окрім гастрономічних заходів, під час Гастрофесту організовуються туристичні маршрути, які дозволяють відвідати місцеві пам'ятки, фермерські господарства, сільські садиби та виноробні господарства. Це дає можливість туристам поєднати насолоду від кулінарії з пізнавальними поїздками по регіону, відчути гостинність Сумщини та познайомитися з культурною спадщиною.

Сумський Гастрофест має велике значення для місцевої кухні, стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу, залучення інвестицій у туристичну інфраструктуру. Фестиваль сприяє розвитку сільського туризму та підтримує місцевих виробників, підвищує економічну стабільність регіону.

Сумський Гастрофест має майбутнє. Після Перемоги фестиваль набиратиме популярності, привертаючи все більше уваги з боку туристів, місцевих жителів та медіа. У майбутньому можна очікувати розширення програми заходів, залучення нових учасників, розвиток нових гастрономічних напрямків і турів, а також співпраця з міжнародними гастрономічними фестивалями.

Сумський Гастрофест стає не лише гастрономічним святом, а й важливим елементом культурної та економічної стратегії розвитку Сумської області, пропонуючи унікальну можливість ознайомитися з смаками та традиціями регіону, одночасно сприяючи розвитку туризму та місцевого бізнесу.

Таким чином, гастрономічний туризм на Сумщині є перспективним напрямком для розвитку регіону, що поєднує кулінарну спадщину з сучасними туристичними тенденціями, надаючи унікальні можливості для залучення туристів та розвитку місцевої економіки.

Враховуючи, що гастрономічний туризм став глобальним явищем із власними досягненнями та усталеними традиціями, Україні важливо орієнтуватися на найкращі міжнародні практики. Це стосується роботи в галузях харчової та виноробної промисловості, ресторанного бізнесу, а також застосування сучасних екологічних технологій у вирощуванні та переробці сільськогосподарської продукції.

Треба розвивати унікальні гастрономічні маршрути та події, які б демонстрували багатство традиційної кухні. Організація кулінарних майстер-класів, дегустацій місцевих продуктів та вин, а також створення нових концептуальних закладів допоможе підкреслити унікальність кожного регіону, сприяти збереженню традиційної кулінарної спадщини та зміцнити позиції України на світовій гастрономічній мапі.

Співробітництво із італійськими, іспанськими, французькими та іншими відомими спеціалістами у галузі гастротуристичної діяльності повинно стати дієвим засобом покращання і збільшення пропозицій у цій сфері і дозволить Україні посісти провідне місце.

В Україні існують значні можливості для становлення туристичних гастромаршрутів [21].

Цьому повинні сприяти у тому числі і зміни законодавства які б стосувалися саме розвитку туризму. Необхідно продовжувати працю щодо національного проекту, що передбачає створення інформаційної платформи з повною інформацією щодо гастротурів в нашій країні. Навчання молодих спеціалістів туристичної галузі, розвиток матеріальної бази повинні враховувати досвід європейських країн і кращі досягнення вітчизняного туризму. Ресторани і елітні кафе повинні поступово впроваджувати новітні технології приготування страв, такі як фьюжін, наприклад. Завдяки таким

нововведенням повинні з'являтися незвичні і креативні ресторани і кафе тому очікується їх зростання в найближчому майбутньому. Розпочинати і продовжувати розробку та просування територіального бренду, здатного принести задоволення і зацікавити подорожуючих. Тобто, головні зусилля повинні зосереджуватися на модернізації старих і побудова нових локацій для вдалого розвитку гастротурів. Для цього повинні об'єднати свої зусилля всі зацікавлені суб'єкти.

## ВИСНОВКИ

Після опрацювання теми магістерського дослідження можемо зробити наступні висновки:

Аналіз сучасних підходів до визначення поняття гастрономічного туризму свідчить про його багатогранність і динамічний розвиток у сучасній туристичній індустрії. Гастрономічний туризм визначається як форма подорожей, основною метою яких є знайомство з місцевими кулінарними традиціями, культурою приготування їжі, а також дегустація автентичних страв та напоїв. Різноманіття трактувань цього поняття в науковій і практичній літературі зумовлене багатством його складових. До основних підходів належать:

- Культурологічний підхід, що акцентує на гастрономії як частині нематеріальної культурної спадщини.
- Економічний підхід, який розглядає гастрономічний туризм як інструмент залучення інвестицій та розвитку регіональних економік.
- Маркетинговий підхід, що фокусується на створенні унікального туристичного продукту шляхом інтеграції гастрономічних особливостей регіону.

Сучасні визначення гастрономічного туризму все частіше включають не лише споживання їжі, а й активну участь туристів у кулінарних майстер-

класах, фестивалях, екскурсіях до місць вирощування сировини та знайомств із процесами виробництва місцевих продуктів.

Аналіз тенденцій розвитку гастрономічного туризму у світі та в Україні демонструє, що цей напрям є одним із найбільш динамічних у туристичній індустрії. Він поєднує культурологічний, економічний та екологічний аспекти, забезпечуючи сталий розвиток регіонів, збереження локальної кулінарної спадщини та задоволення зростаючих запитів туристів. На глобальному рівні основними тенденціями розвитку гастротуризму є: підвищення інтересу до автентичних кулінарних традицій, що стимулює розвиток локальних продуктів і кухонь, екологічність і стійкість, які виражаються у популярності органічних, локальних продуктів і зменшенні харчових відходів, інновації, включно з використанням цифрових технологій (гастрономічні мобільні додатки, 3D-тури), що робить гастротуризм більш доступним і інтерактивним, зростання популярності гастрономічних заходів, таких як фестивалі, дегустації, кулінарні майстер-класи, винні та пивні тури, глобалізація, яка з одного боку, сприяє обміну культурними цінностями, а з іншого — підвищує цінність автентичності та унікальності локальних кухонь. В Україні гастротуризм також набуває все більшої популярності.

Основними тенденціями його розвитку є: акцент на етнокультурній спадщині, зокрема популяризація традиційних українських страв та локальних гастрономічних традицій, розвиток регіональних гастрономічних фестивалів, які стають "точками зростання" для місцевих громад і залучають туристів з інших регіонів та країн, інтеграція гастротуризму із зеленим туризмом через використання фермерських продуктів і розвиток сільської інфраструктури, формування гастрономічних маршрутів на базі унікальних регіональних кухонь, таких як гуцульська, слобожанська, бойківська.

Таким чином, розвиток гастротуризму, як у світі, так і в Україні, спрямований на створення нових вражень для туристів, збереження локальної ідентичності та стимулювання економічного розвитку регіонів. Для подальшого прогресу цього напрямку в Україні необхідно зосередитись

на вдосконаленні інфраструктури, активній маркетинговій підтримці та створенні конкурентоспроможного туристичного продукту.

Організація нових гастрономічних туристичних маршрутів є ефективним інструментом розвитку туристичної галузі, популяризації регіональної кулінарної спадщини та стимулювання економічного зростання територій. На основі аналізу особливостей гастротуризму та сучасних тенденцій у цій сфері сформовано такі ключові методичні рекомендації:

1. Дослідження гастрономічного потенціалу регіону. Важливо провести інвентаризацію місцевих кулінарних традицій, автентичних продуктів, особливих технологій приготування страв і напоїв, які можуть стати основою для туристичних маршрутів.

2. Розробка тематичних маршрутів. Ефективними є маршрути, які фокусуються на певній темі, наприклад:

- дегустація місцевих делікатесів (сири, мед, вино, пиво);
- участь у кулінарних майстер-класах;
- відвідування фермерських господарств або виробничих підприємств.

3. Інтеграція гастротуризму з іншими видами туризму. Комбінація гастрономічних заходів із культурними, природними або спортивними активностями (наприклад, екскурсії, піші прогулянки, майстер-класи) підвищує привабливість маршрутів.

4. Залучення місцевих виробників і рестораторів. Співпраця з локальними підприємствами сприяє створенню унікального туристичного продукту та забезпечує економічну вигоду для регіону.

5. Використання сучасних технологій. Цифрові платформи, мобільні додатки та інтерактивні карти дозволяють туристам легко знаходити маршрути, бронювати екскурсії та знайомитися з історією локальних страв.

6. Активна маркетингова підтримка. Реклама маршрутів через соціальні мережі, блоги, участь у туристичних виставках і фестивалях є важливою складовою їх популяризації.

7. Забезпечення якісної туристичної інфраструктури. Для комфортного перебування туристів необхідно подбати про транспорт, доступність об'єктів харчування, гідів і сувенірну продукцію, пов'язану з гастротуризмом.

8. Створення системи навчання та підготовки персоналу. Розвиток компетенцій гідів, кулінарів і організаторів турів сприятиме підвищенню якості надання послуг.

Таким чином, правильно організовані гастрономічні туристичні маршрути здатні забезпечити популяризацію регіональних кулінарних традицій, залучити туристів, розширити туристичний сезон і сприяти соціально-економічному розвитку громад. Ефективна реалізація рекомендацій сприятиме створенню конкурентоспроможного туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринках.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. Наукові праці НУХТ. 2012. № 45. С.128-132.
2. Базюк Д. Еногастрономічний туризм в Україні: тенденції та перспективи розвитку. Збірник матеріалів за результатами IV науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «Сталий розвиток України: проблеми і перспективи». Кам'янець-Подільський. 2016. С. 121-123.
3. Білецька Я.О., Дюкарева Г.І., Радченко Л.О. Маркетингові дослідження розвитку кулінарного туризму в Україні. URL: <http://elib.hduht.edu.ua/bitstream.pdf> (дата звернення 25.11.2024).
4. Бусигін А. П. Як організувати кулінарний туризм? Готельний та ресторанний бізнес. 2008. № 2. С. 74-76.
5. Головні пункти гастрономічної подорожі в Україні. URL: <Http://ipro.Kiev.Ua/Content/Golovni-Punkti-Gastronomichnoyi-Podorozhi-V-Ukrayni> (дата звернення 25.11.2024).
6. Горбань Г.П. Управління регіональним розвитком туристичної галузі: світовий досвід. 2011. С. 110-113
7. Горшкова Л.О. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2018. Вип.17. Ч.1. С. 68-71
8. Грошова О. Шляхи просування туристичного продукту на ринку. Львів, 2017. С. 291-293.
9. Гуменюк Г.М. Організація туристичних подорожей: Навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ: НАІР, 2014. 364 с.
10. Дороги вина і смаку. URL: <https://zruchno.travel/Tours/Entry?lang=ua&extId=c487196a-d2a3-56ae-a558-5cfe35ce1310> (дата звернення 25.11.2024).
11. Єпик Л., Скрипка А. Регіональний еногастрономічний туризм України. Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої

сфери, індустрії гостинності та торгівлі. Тези доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції 5 листопада 2024 р. Харків. С.337-338.

12. Кляп М. П., Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму. Вища освіта XXI століття. Київ. 2015. 334 с.

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

14. Комарніцький І. Кулінарний туризм в Україні: стан і перспективи регіонального розвитку в контексті підготовки до ЄВРО 2012. Географія та туризм. 2011. Вип.14. С.101-106.

15. Коркуна О. Гастрономічний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територіальних громад. Економічний простір. 2020. № 155. С. 40-43.

16. Корнілова В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. Електронне фахове видання «Ефективна економіка». 2018.

17. Кукліна Т. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України. URL: <http://www.sworld.com.ua/konfer30/682.pdf> (дата звернення 25.11.2024).

18. Креативна економіка: фестивалі. URL: <https://uaculture.org/texts/kreatyvna-ekonomika-festyvali> (дата звернення 25.11.2024).

19. Маслов Е. Можливість розвитку винного туризму та готельного комплексу. Вчені записки ТНУ. Серія: економіка. 2007. Т.20 (59). №1. С.102-107.

20. Матвеев В. Винний туризм як рекламний фактор й інструмент для стимулювання розвитку конкурентного потенціалу виноробних підприємств України. Науковий вісник Херсонського державного університету. Харків, 2015. № 10, Ч. 4. С. 29-31.

21. Найцікавіші гастротури України. URL: <https://ridna.ua/2016/05/najtsikavishi-hastro-tury-ukrajiny/> (дата звернення 25.11.2024).
22. Нездоймінов С. Регіональні контури кластерного розвитку винного туризму. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2014. С.136-141.
23. Омельницька В. Сучасний стан ринку послуг гастрономічного туризму України. Економічні студії. 2018. № 2. С. 121-126.
24. Офіційний сайт Асоціації Лідерів Турбізнесу України. URL: <http://www.altu.com.ua/News/> (дата звернення 25.11.2024).
25. Офіційний сайт Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму. URL: <http://www.worldfoodtravel.org> (дата звернення 25.11.2024).
26. Офіційний сайт Міжнародної асоціації гастрономічного туризму. 2014. URL: <http://www.worldfoodtravel.org> (дата звернення 25.11.2024)
27. Петранівський В., Лисик А. Етнокультурний і етнофестивальний туризм: теорія і практика. Розвиток етнотуризму: проблеми та перспективи: зб. матер. Всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених (Львів, 2-3 березня 2011 р.) Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України, Львівський інститут економіки і туризму. Львів. 2011. С.28-41.
28. Расулова А. Потенціал ресторанного бізнесу у розвитку гастрономічного туризму України. Економіка і держава. 2015. Вип. 5. С. 78-83.
29. Скрипка А., Єпик Л. Перспективи розвитку етногастрономічного туризму в Україні. 2-ий міжнародний науково-практичний форум «Індустрія гостинності: стан, тенденції розвитку та перспективи галузі в умовах євроінтеграційних та військових викликів» 17-19 квітня 2024 року на базі кафедри туризму Національного університету «Львівська політехніка». С. 258-260.

30. Сливенко В. Шляхи активізації вітчизняного гастротуризму на міжнародному туристичному ринку. Ефективна економіка. 019. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7054> (дата звернення 25.11.2024).

31. Стельмах О., Агеєнко О., Коваленко К. Перспективи розвитку ресторанної галузі в етнотуризмі. Розвиток туристичного бізнесу. Міжнар. наук-практ. конф. (м. Донецьк, 17-19 березня 2011 р.). Донецьк. 2011. С.160-161.

32. Стешенко Д., Парфіненко А. Гастрономічний туризм як чинник розвитку туристичної сфери України. Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети: Матеріали VI міжнародної науково-практичної конференції (9 листопада 2012 року). Харків. ХНУ імені В. Н. Каразіна. С. 239-241.

33. Туризм в Україні: куди їдуть найбільше і які напрями потрібно розвивати. URL: <http://expres.ua/news/2017/10/05/265404-turyzm-ukrayini-kudy-yidutnaybilshe-napryamypotribno-rozvyvaty> (дата звернення 25.11.2024).

34. Харченко Д. Дослідження гастрономічного бренду туристичної дестинації. Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка, 2018 р. С.15.

35. Федорченко В., Дьорова Т. Історія туризму в Україні. Київ. Вища школа, 2002. 195 с.

36. Черниш І., Маховка В., Максимейко Н. Гастрономія як фактор формування конкурентних переваг послуг пізнавального туризму. Економіка і регіон. 2021. № 2.

## Декларація академічної доброчесності

Я, Скрипка Артем Володимирович, студент групи ТУР 2301-1м Сумського національного аграрного університету зобов'язуюсь дотримуватися принципів академічної доброчесності під час виконання кваліфікаційної роботи. Я поінформований(а), що у разі порушення мною академічної доброчесності під час виконання кваліфікаційної роботи повинен/нна буду нести академічну та/або інші види відповідальності і до мене можуть бути застосовані заходи дисциплінарного характеру за порушення академічної доброчесності та етики академічних взаємовідносин, в тому числі, кваліфікаційна робота може бути анульована з наступним відрахуванням із університету.

Також усвідомлюю, що до мене у майбутньому може бути застосована процедура позбавлення ступеня вищої освіти та відповідної кваліфікації, якщо свідомо вчинене порушення академічної доброчесності не буде виявлено під час перевірки кваліфікаційної роботи на наявність текстових запозичень відповідно до встановленої в університеті процедури з використанням ліцензованих програмних продуктів.

*дата*

*підпис*



<b>Плотнікова Марія, Присяжнюк Оксана. РЕАЛІЗАЦІЯ ІДЕЇ «РОДОВА САДИБА» ЯК ТЕНДЕНЦІЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ В УМОВАХ ВІЙНИ . . . . .</b>	<b>227</b>
<b>Хільчевська Ірина, Холодько Анастасія. СИНЕРГІЯ ГАСТРОНОМІЇ ТА ОЗДОРОВЛЕННЯ ЯК СУЧАСНИЙ ТРЕНД В ТУРИЗМІ . . . . .</b>	<b>253</b>
<b>Скрипка Артем, Єпик Лариса. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕТНОГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ . . . . .</b>	<b>258</b>
<b>Терлецька Оксана, Кушнір Леся. ТУРИЗМ В УКРАЇНІ У ВІЙСЬКОВИХ УМОВАХ: ВИКЛИКИ, МОЖЛИВОСТІ ТА БЕЗПЕКА . . . . .</b>	<b>262</b>
<b>Єпик Даниїл, Єпик Лариса. ТУРИСТИЧНІ ДЕСТИНАЦІЇ У КІНО ТА КОМП'ЮТЕРНИХ ІГРАХ . . . . .</b>	<b>266</b>
<b>Єпик Лариса. ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЙ У ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ. . . . .</b>	<b>270</b>
<b>Курило Олександр, Єпик Лариса. ЕКОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ. . . . .</b>	<b>273</b>
<b>Єпик Лариса, Мелешко Сергій. РОЛЬ КОМУНІКАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УСПІШНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА . . . . .</b>	<b>277</b>
<b>Лаврик Олександр. ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА ВІДНОВЛЕННЯ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД: ОСНОВНІ НАПРЯМИ . . . . .</b>	<b>282</b>
<b>Марія Ладичук. ЛОКАЛЬНИЙ ТУРИЗМ: ПРІОРИТЕТНІСТЬ РОЗВИТКУ В УМОВАХ ВІЙНИ . . . . .</b>	<b>285</b>
<b>Сергій Задворний. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ДЛЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ЗА МІЖДИСЦИПЛІНАРНИМИ ОСВІТНІМИ ПРОГРАМАМИ . . . . .</b>	<b>293</b>
<b>Луцик Марія, Сирота Альона. СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ СЛОВЕНІЇ ЯК ПРИКЛАД ДЛЯ УКРАЇНИ . . . . .</b>	<b>302</b>
<b>Роїк Оксана, Паздерська Лідія. РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ . . . . .</b>	<b>307</b>

**ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ  
ЕТНОГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

**Скряпка Артем Володимирович,**  
здобувач освіти магістерського рівня,  
Сумський національний аграрний університет, Суми  
**Єпик Лариса Іванівна,**  
к.іст.н, доц., доцент кафедри туризму,  
Сумський національний аграрний університет, Суми

*Охарактеризовано основні напрями і перспективи розвитку етногастротуризму в Україні. Узагальнено засоби і методи сприяння розвитку гастротуризму*

*Ключові слова: етногастротуризм, гастрофести, гастрономічні маршрути.*

*The main trends and prospects for the development of ethnogastronomy in Ukraine are characterized. Means and methods of promoting the development of gastronomy are summarized*

*Key words: ethnogastronomy, gastrofests, gastronomic routes.*

Етногастрономічний туризм, який поєднує у собі культурні та гастрономічні враження, стає все більш популярним у світі. Україна, з багатою культурною спадщиною та унікальною кулінарною традицією, має значний потенціал для розвитку цього напрямку туризму. У цій статті

258

розглянемо перспективи розвитку етногастрономічного туризму в Україні та шляхи його реалізації.

Одним із головних завдань етногастрономічного туризму є продовження популяризації української кухні. Українська кухня багата на різноманітні страви з натуральних та місцевих продуктів, які є не тільки смачними, але й корисними. Продовження популяризації цієї кухні серед туристів, організація гастрономічних фестивалів та майстер-класів з приготування страв сприятимуть збільшенню інтересу до етногастрономічного туризму в Україні.

Крім того це сприяє розвитку інфраструктури для туристів. Створення спеціалізованих гастрономічних маршрутів, етногастрономічних комплексів та ресторанів, які пропонують автентичні українські страви та атмосферу, є важливим кроком у розвитку етногастрономічного туризму. Такі місця приваблятимуть як місцевих, так і зарубіжних туристів [2].

Відбувається партнерство з місцевими господарствами та фермерськими господарствами. Співпраця з місцевими фермерськими господарствами для забезпечення якісних та органічних продуктів для ресторанів та гастрономічних об'єктів сприятиме розвитку етногастрономічного туризму. Відвідувачі зможуть смакувати страви, приготовані з місцевих інгредієнтів, і дізнатися про традиції їх вирощування та приготування.

Гастротуризм приває організації мистецьких та культурних подій, таких як проведення мистецьких заходів та фольклорних виставок, де будуть представлені не лише страви, але й народні звичаї, традиційні музичні і танцювальні вистави які познайомлять зі звичаями та традиціями народу, а також дозволять насолодитися українською музикою, танцями та мистецтвом. Одним з ефективних методів організації подій у сфері етногастротуризму є проведення гастрономічних

фестивалів та ярмарків. Під час таких заходів відбувається демонстрація традиційних страв, майстер-класи з приготування страв, конкурси на кращий рецепт та інші заходи, спрямовані на залучення уваги до місцеві куліні та продукти [1].

Крім того, важливим елементом організації подій у етногастрономії є створення тематичних екскурсій та кулінарних турів. Під час таких турів учасники мають змогу відвідати місцеві ресторани та кафе, де можна спробувати традиційні страви, а також відвідати місцевих виробників та ринки, де можна пробити місцеві продукти.

Організація подій у сфері етногастрономії вимагає тісного співробітництва з місцевими громадами, рестораторами, кухарями та іншими зацікавленими сторонами. Важливо враховувати потреби та побажання як місцевого населення, так і туристів, забезпечуючи необхідні умови від культурного та гастрономічного досвіду.

Популяризації гастрономічного спадку співпраця з туристичними агентствами та туроператорами. Створення пакетів етногастрономічних турів та програм для туристів, що включають у себе відвіди до місцевих гастрономічних об'єктів, майстер-класів з приготування страв, дегустації місцевих продуктів та участь у традиційних святах та фестивалях, сприятиме залученню більшої кількості туристів.

Активне використання маркетингових інструментів, таких як соціальні медіа, веб-сайти, рекламні кампанії та інші, дозволять привернути увагу до етногастрономічних атракцій України серед туристів з різних країн світу. Одним з найважливіших аспектів маркетингу в етногастрономії є прискладення потенціуму продукту. Це означає виділення унікальних особливостей культурної спадщини та гастрономічних традицій регіону, які роблять його привабливим для відвідувачів. Маркетингові стратегії повинні

260

акцентувати увагу на аутентичності та якості етногастрономічних пропозицій [2].

Для успішного просування етногастрономізму необхідно також використовувати інтегративні маркетингові інструменти, такі як веб-сайти, соціальні медіа, та пошукову оптимізацію. Це дозволить досягти більшої аудиторії та залучити потенційних туристів з усього світу.

Створення привабливого образу та бренду етногастрономічного туризму є ще одним важливим завданням маркетингістів. Це може включати розробку логотипів, слоганів та ідентичності бренду, що відображає його унікальність та цінності.

Крім того, ефективні маркетингові стратегії в етногастрономії включають участь у виставках, фестивалях та гастрономічних заходах, спонсорство та партнерство з місцевими виробниками та рестораторами, а також створення пакетів турів та спеціальних пропозицій для туристів.

Загалом, використання маркетингових стратегій дозволяє ефективно просуванню етногастрономізму як у внутрішньому, так і на міжнародному ринку, залучаючи увагу та інтерес до унікальної культурної та гастрономічної спадщини регіону [2].

Важливим є також залучення професійних гастрономічних експертів та кулінарів для організації майстер-класів, тренінгів та кулінарних заходів спрямованих підвищення якості обслуговування та створення неопторних гастрономічних вражень для туристів.

Таким чином, етногастрономічний туризм в Україні має великий потенціал для розвитку. Здійснення комплексу заходів з популяризації української куліні та культури, партнерство з місцевими господарствами та туристичними агентствами, а також активне використання маркетингових інструментів

261

дозволять залучити більше туристів та сприятиме розвитку галузі.

#### Література:

1. Крижаневич С. Гастрономічний туризм як аутентичний бренд сучасної України. URL: [http://www.ekonomika.net/publication/31424249\\_GASTRONOMICNI\\_TURIZM\\_KAK\\_AKTUALNOI\\_BREND\\_SUCASNOI\\_KRAJINI](http://www.ekonomika.net/publication/31424249_GASTRONOMICNI_TURIZM_KAK_AKTUALNOI_BREND_SUCASNOI_KRAJINI) (дата звернення 29.03.24)
2. Славенко В, Довгаль А., Кривенко К. Шляхи адаптації етногастрономічного туризму на міжнародному туристичному ринку. URL: [http://www.ekonomika.net/publication/31424249\\_GASTRONOMICNI\\_TURIZM\\_KAK\\_AKTUALNOI\\_BREND\\_SUCASNOI\\_KRAJINI](http://www.ekonomika.net/publication/31424249_GASTRONOMICNI_TURIZM_KAK_AKTUALNOI_BREND_SUCASNOI_KRAJINI) (дата звернення 29.03.24)

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
Департамент науки і освіти Харківської обласної державної адміністрації  
Державний біотехнологічний університет,  
Факультет управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю  
Харківська торгово-промислова палата  
Краківський економічний університет (Польща)  
Резекненська академія технологій (Латвія)  
Варшавський університет наук про життя (Польща)  
Азербайджанський університет кооперації (Азербайджан)  
Стамбульський університет Айдин (Туреччина)  
Батумський державний університет імені Шота Руставелі (Грузія)  
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»  
Сумський національний аграрний університет  
Державний вищий навчальний заклад «Ужгородський національний  
університет»  
Полтавський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр  
Міністерства внутрішніх справ України



**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ  
АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ,  
ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ТА ТОРГІВЛІ**

**Тези доповідей  
III Міжнародної науково-практичної конференції**

*5 листопада 2024 р.*

Харків

---

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
Департамент науки і освіти Харківської обласної державної адміністрації  
Державний біотехнологічний університет,  
Факультет управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю  
Харківська торгово-промислова палата  
Краківський економічний університет (Польща)  
Резекненська академія технологій (Латвія)  
Варшавський університет наук про життя (Польща)  
Азербайджанський університет кооперації (Азербайджан)  
Стамбульський університет Айдин (Туреччина)  
Батумський державний університет імені Шота Руставелі (Грузія)  
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»  
Сумський національний аграрний університет  
Державний вищий навчальний заклад «Ужгородський національний  
університет»  
Полтавський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр  
Міністерства внутрішніх справ України

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ  
АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ,  
ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ТА ТОРГІВЛІ**

**Тези доповідей  
III Міжнародної науково-практичної конференції**

*5 листопада 2024 р.*

Харків  
ДБТУ  
2024

<b>Акмен В.О., Сорокіна С.В., Пенкіна Н.М.</b> Дослідження нових тенденцій розвитку туристичних напрямків	310
<b>Андренко І.Б.</b> Концепція Connected Room	312
<b>Андренко І.Б., Ясинська А.О.</b> Інтеграція послуг астролога в готельний бізнес	314
<b>Белєвцова А.О., Омельченко Г.Ю.</b> Виклики та перспективи оздоровчого туризму в Україні	316
<b>Бондаренко Т., Мерчанський В.В.</b> Фактори невизначеності на туристичному ринку	318
<b>Бочан І.О.</b> Місце і роль туристичних послуг у системі економічного розвитку країни	320
<b>Гонта О.І.</b> Європейські практики індустрії MICE: досвід для України	322
<b>Грїбнік А.В.</b> Вплив глобалізації та євроінтеграції на вітчизняну туристичну галузь	324
<b>Древаль Д., Мерчанський В.В.</b> Інноваційні технології маркетингу в туризмі	326
<b>Єпик Л.І., Козирь К.А.</b> Аналіз культурно-мистецьких фестивалів Сумської області	328
<b>Єпик Л.І., Авершина Д.С.</b> Сучасні тенденції та тренди в туристичній діяльності	329
<b>Єпик Л.І., Войтенко І.О.</b> Культурно-пізнавальний туризм: сучасний стан і перспективи	331
<b>Єпик Л.І., Петренко Н.М.</b> Історичне краєзнавство в туристичній діяльності	333
<b>Єпик Л.І., Набієва Д.В.</b> Сучасні напрямки рекреаційного туризму в Україні	335
<b>Єпик Л.І., Скрипка А.В.</b> Регіональний етногастрономічний туризм України	337
<b>Животенко В.О., Богдан Я.С.</b> Основні аспекти реалізації соціально-економічної політики в туристичній сфері	338
<b>Каленська Г.О., Омельченко Г.Ю.</b> Патріотичний туризм: чому українці обирають подорожі місцями історії та героїзму	340
<b>Коваленко О.В.</b> Розвиток інноваційних технологій у туристській діяльності	343
<b>Куценко М.С.</b> Цифровізація в розвитку туризму	345
<b>Ликов В., Мерчанський В.В.</b> Спеціальні стратегії розвитку туризму	347
<b>Ловкайтес В.С.</b> Нові можливості стратегічного менеджменту в туризмі в контексті цифрової трансформації	349

## РЕГІОНАЛЬНИЙ ЕТНОГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ УКРАЇНИ

Єпик Л.І., канд. іст. наук, доц.  
Скрипка А.В., магістрант  
Сумський національний аграрний університет,  
м. Суми, Україна

Регіональний етногастрономічний туризм в Україні є важливою частиною національного туризму, що поєднує культурне занурення у традиції та кухню різних областей країни. Кожен регіон має унікальні кулінарні традиції, які відображають історичні, географічні та етнічні особливості, створюючи неповторну атмосферу для мандрівників.

Західна Україна славиться гуцульською та бойківською кухнею, де домінують страви з м'яса, овочів та молочних продуктів. Відомі страви, такі як банош, грибна юшка, вареники з картоплею та бринза, є символами Карпатського регіону [1].

Центральна Україна, зокрема Київщина та Полтавщина, славиться своїми борщами, варениками та стравами з печі. Борщ – це не просто страва, а культурний символ, який об'єднує покоління українців [2].

Південна Україна привертає увагу туристів поєднанням багатой чорноморської кухні та страв, властивих багатонаціональній Одещині. Тут можна скуштувати рибні страви, а також відчути вплив грецької, болгарської та єврейської кухонь. Східна Україна, зокрема Харківщина та Донеччина, відома більш ситною та м'ясною кухнею.

Північні регіони, зокрема Чернігівщина та Сумщина, зберегли традиційні рецепти круп'яних страв, печива та запіканок. Регіон славиться стравами з гречки, пшона та інших круп, які здавна були основою місцевої кухні [2].

Етногастрономічний туризм в Україні є не лише можливістю скуштувати різноманітні страви, а й зануритися в культуру та історію регіонів. Фестивалі їжі, ярмарки та гастрономічні тури дають змогу мандрівникам відчути справжній дух української гостинності та автентичності.

### Список використаних джерел

1. Вертелецька, О. В. Гастрономічний туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку. *Туризм і гостинність*. 2021. № 4. С. 50–56.
2. Пархоменко, В. Гастрономічний туризм як новий напрям розвитку регіонального туризму в Україні. *Економіка і регіон*. 2022. № 3. С. 35–42.