

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА  
ГЕОГРАФІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
КАФЕДРА КРАЇНОЗНАВСТВА ТА ТУРИЗМУ

**ОСОБЛИВОСТІ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ: СВІТОВІ  
ТЕНДЕНЦІЇ ТА ДОСВІД УКРАЇНИ**

за спеціальністю: 242 Туризм

галузь знань: 24 Сфера обслуговування

за освітньо-професійною програмою: Туризм

на здобуття освітнього ступеня: Бакалавра

Кваліфікаційна робота бакалавра  
здобувачки денної форми навчання  
IV курсу  
групи «Організація туристичної  
діяльності»  
Дмитренко Дар'ї Радіонівни

Науковий керівник: к. геогр. н.  
Гринюк Діана Юріївна

Київ – 2025

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>Розділ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ЯК СЕГМЕНТУ ГОСТИННОСТІ</b> .....	6
1.1. Теоретичні аспекти дослідження гастрономічного туризму у туристичному обслуговуванні.....	6
1.2. Організаційні та технологічні аспекти розвитку гастрономічного туризму.....	14
1.3. Методичні підходи до проведення дослідження.....	20
<b>РОЗДІЛ 2. ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ДЕРЖАВАХ СВІТУ ТА В УКРАЇНІ</b> .....	26
2.1. Чинники розвитку гастрономічного туризму та історія його формування.....	26
2.2. Гастрономічний туризм у системі гостинності держав світу: кращі досвіди.....	32
2.3. Стан розвитку гастрономічного туризму в Україні у довоєнний період та в умовах сучасних викликів.....	42
<b>РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ТА ПРОЕКТНІ ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ З УРАХУВАННЯМ КРАЩОГО СВІТОВОГО ДОСВІДУ</b> .....	59
3.1. Розробка гастрономічного туру та проектні пропозиції з метою просування стандартів української гостинності та брендингу України у світі.....	59
3.2. Опитувальник та експертна оцінка відповідей респондентів з тематики дослідження (Google Forms).....	71
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	80
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	86
<b>ДОДАТКИ</b> .....	95

## ВСТУП

Сьогодні національна кухня виступає системою колективного уявлення щодо харчових звичок нації, що репрезентує страви і продукти, характерні для певного регіону. Поряд існує і регіональна кухня, що за власними функціями рівноцінна національній.

Зберігати найкращі звичаї національної чи регіональної кухні, повинні не тільки на рівні родини, а і на рівні підприємств харчової промисловості, закладів ресторанної сфери. Важливим завданням для українців – спираючись на світовий досвід зробити нашу кухню візитівкою гостинності усіх міст та країни, популяризувати гастрономію як форму цікавого проведення часу та спілкування, атрибутом престижу та добробуту.

Будь-який турист під час подорожей в силу фізіологічних особливостей потребує їжі та напоїв, і це є одним із його визначальних пріоритетів. Похід до ресторану або на фестиваль та дегустація якоїсь цікавої страви чи напою, формує загальні враження про поїздку, що в подальшому впливає на популярність регіону та кількість майбутніх туристів.

Куштуючи місцеву кухню, турист знайомиться із життєвим устроєм та культурою населення, дізнається про елементи його народної творчості та традиції і способи виготовлення їжі.

Дослідженням теорії і практики розвитку гастрономічного туризму займалися такі іноземні науковці, як: К. Холл, Д. Гілмор, Б. Пін, Р. Митчелл, Д. Хендерсон, Ю. Лін, Т. Пірсон, Л. Кей та ін.

Дослідження в Україні проводились: А. Бусигіною, Е. Масловою, І. Комарніцьким, В. Федорченком, Д. Басюк, Т. Соколовим, Т. Божуком, Л. Прокопчуком, Т. Шпарагою, В. Бойком, О. Любіцевою, Ф. Шандором, Г. Волковою, М. Баштовою. Авторами висвітлено історико-культурні особливості розвитку гастрономічного туризму, нюанси розроблення регіонального туристичного продукту враховуючи національні традиції.

Україна має чудові національну так і регіональні кухні які потребують популяризації з метою подальшої їх репрезентації в туризмі. Також є потреба в ґрунтовних дослідженнях історії розвитку найкращих кухонь країн світу та окремих регіонів України, що обумовлює актуальність нашої подальшої роботи.

**Метою нашої роботи** є дослідження особливостей тенденцій розвитку гастрономічного туризму в світі та Україні.

**Об'єктом** дослідження є досвід використання в гастрономічному туризмі національних кухонь окремих країн світу та України.

**Предметом** дослідження є теоретичні, методологічні та практичні аспекти розвитку гастрономічного туризму в світі та Україні.

Основними **завданнями** роботи є:

- дослідити теоретичні аспекти формування гастрономічного туризму у туристичному обслуговуванні;
- визначити методичні підходи для проведення дослідження;
- проаналізувати організаційні та технологічні аспекти розвитку гастрономічного туризму;
- визначити чинники розвитку гастрономічного туризму та історію його формування;
- розглянути гастрономічний туризм у системі гостинності держав світу та вивчити найкращі кращі досвіди;
- оцінити стан розвитку гастрономічного туризму в Україні у довоєнний період та в умовах сучасних викликів;
- розробити маршрут гастрономічного туру та проєктні пропозиції з метою просування стандартів української гостинності та брендингу України у світі;
- підготувати опитувальник та провести експертну оцінку відповідей респондентів з тематики дослідження.

Для розв'язання визначених завдань роботи та досягнення мети використовували загальнонаукові методами дослідження, зокрема: літературний, історичний, порівняння, аналізу, синтезу, аналітичний, статистичний, порівняльно-географічний, візуальний, або графічний методи, метод факторного аналізу тощо. Запропоновано спеціальні методи дослідження національних кухонь, зокрема феноменологічний, структурний методи та метод інтерпретації, спільне застосування яких сприяє вибудовуванню оригінальної концепції дослідження широкого кола питань національної кухні.

Інформаційною базою для написання роботи слугували: законодавча та нормативно-правова база України, що регламентує функціонування туристичної галузі, інформація Державної служби статистики України, роботи українських та іноземних науковців з проблематики дослідження, праці опубліковані в науковій літературі, дані науково-практичних конференцій, інформація з мережі «Інтернет».

Науковою новизною в одержаних результатах є розширення теоретичних основ, поглиблених розвідках щодо національної та регіональних українських кухонь, вдосконаленні методичних підходів і практичних рекомендацій стосовно використання української кухні в гастрономічному туризмі. Класифіковано чинники та найкращі світові досвіди розвитку гастротуристичної сфери. Систематизовано проблеми розвитку гастрономічного туризму в Україні. Запропоновано інноваційний продукт (гастрономічний тур), що дасть можливість популяризувати українську кухню та забезпечить просування її на світовий туристичний ринок. Шляхом опитування проведено дослідження ставлення українців на сьогодні до гастрономічного туризму, що дало можливість розбити відповідні висновки та рекомендації які можуть бути використані органами державної та місцевої влади, туристичними підприємствами тощо.

Структурна роботи включає три розділи, вступ, висновки, список використаної літератури, додатки. Робота містить 26 рисунків, 13 таблиць, та 8 додатків, список інформаційних джерел складається з 83 найменувань.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ЯК СЕГМЕНТУ ГОСТИННОСТІ**

### **1.1. Теоретичні аспекти дослідження гастрономічного туризму у туристичному обслуговуванні**

Їжа – це найвідоміший і найзрозуміліший національний маркер. Кожному народу притаманний власний винятковий устрій життя, із обрядами, звичаями, танцями, піснями, легендами, що спостерігається і в кулінарії. Гастрономічними звичками, пристрастями й антипатіями, способами готування їжі й прийомами подачі страв вирізняється кожен народ. Такі вподобання народів формуються протягом багатьох століть, у зв'язку із цим кухня досліджується не лише спеціалістами харчової сфери, але й медиками (геронтологами), соціологами, етнографами, істориками, спеціалістами туристичної та готельно-ресторанної галузі.

Зміст поняття «національна кухня» – розкривається в системі колективного уявлення щодо харчових звичок нації, що містить в собі представницькі страви та продукти, характерні для певного краю.

На зламі Середньовічних та Нових часів національні кухні стали затребувані в механізмах формування національних ідентичностей на рівнях повсякдення, утворення національного феномену, паралельно із явищем «високої» культури. Втім разом із національними кухнями виникають і регіональні кухні, що за своєю функцією є тотожними. Відмінності між ними необхідно шукати, переважно, в історичних подіях. Щодо неточності поняття «національна кухня» кажуть ще і кулінарні історики: «Гастрономічний осередок – це регіон, а ніяк не нація». Безперечно, деяка відповідність клімату та культурних традицій можлива

лиш на обмеженій території, тому і складаються певні правила та норми, які формулюють регіональну традиційну їжу. Народній, або селянській кухні, що має локальний характер, притаманні місцеві та доступні продукти із простими способами її обробки. Така кухня ретранслюється поколіннями через усні традиції і є сукупністю певних сімейних традицій. Народна кухня віддзеркалює, з однієї сторони, економічний стан селян, а з іншої – їх віросповідання. Народну кухню тісно пов'язують із уявленням про споконвічне та традиційне [1].

В більшій мірі національні кухні постають як анонімні, позбавлені авторства. Для національної кухні властиві репрезентативні характеристики. Для неї також є притаманним відсутність втілення у буденній гастрономічній практиці. З цим пов'язано і те, що національні кухні існують як сукупності страв-символів, а саме страв, котрі репрезентують ці культури в ситуаціях міжкультурних взаємодій та ототожнюють індивіда з представником певної культури [2].

Чинниками які формують національну кухню є розташування, клімат і рівень розвитку. Також інші фактори відгукуються в гастрономічній культурі країн Європейського регіону і роблять їх унікальними. У Грузії можна скуштувати смачнющі хачапури, а відвідуючи Італію безперечно необхідно посмакувати справжньою італійською піцою і лазанью, Австрія славиться віденським шніцелем, Іспанія зацікавить туриста своєю паельєю із морепродуктами, улюбленими круасанами славиться Франція [3].

Національна кухня на сьогодні є одним з найважливіших чинників подорожей туристів у різні країни. Обумовлено це тим, що кулінарне мистецтво міцно зберігає національні звичаї народу, які зацікавлюють представників інших країн [4].

Відповідно до статистичних даних більше третини витрат туристів припадає на їжу. Тому кухня відноситься до вагомих атрибутів якісного туристичного відпочинку [5].

Гастрономічний туризм, також відомий як кулінарний туризм, стає одним з багатообіцяючих напрямків на теперішньому туристичному ринку. Цей порівняно сучасний вид туризму, швидко набуває популярності. Подорожуючі вибирають такі тури для відкриття кухні та культури країн світу. Цей вид туризму привертає увагу людей різних вікових категорій і соціальних статусів, адже їжа є основною потребою людства. Гастрономічний туризм зосереджується на заглибленні у знання про національні кухні і традиції певних регіонів. Багато інших видів туризму також інтегрують гастрономічні елементи у свої програми.

Вважається, що поняття «гастрономічний туризм» першою запровадила в 1998 році Лусі Лонг, професор Огайського університету (США). Нею наголошено, що туристам цікаво досліджувати певні культури за допомогою місцевої їжі [10]. Зарубіжна література містить словосполучення «food tourism», «culinary tourism» та «gastronomic tourism», що так само описує цей вид туризму. Українські науковці теж не мають єдиного підходу у поняттєво-термінологічному визначенні «гастрономічний туризм». Тлумачиться гастрономічний туризм українськими вченими по різному, наприклад «кулінарний туризм», «винно-гастрономічний туризм» [6].

За даними Всесвітньої асоціації гастрономічних подорожей, гастрономічний туризм – це подорожі, які передбачають здобуття справжнього досвіду через різні культури вживання їжі та напоїв і дослідження особливих місцевостей та їх культуру через кухню різних країн [7].

У 2003 році Ерік Вольф створив Міжнародну асоціацію гастрономічного туризму, яку в подальшому було названо Всесвітня Продовольча Туристична Асоціація (World Food Travel Association). Фахівцями асоціації застосовується термін «харчовий туризм» і «кулінарний туризм» для визначення подорожі з метою дослідження «смаків» певного регіону. Прикладом є кулінарний тур, кулінарний

майстер-клас, дегустація вин, екскурсія на виробництво, візит на локальний ринок, пивний тур. Харчові тури також включають знайомство з культурою та традиціями виробництва та споживання алкогольних і безалкогольних напоїв [8].

У 2006 році, на хвилі зростаючого захоплення гастрономічним туризмом, був заснований Міжнародний інститут кулінарного туризму. Ця організація відповідає за освітні аспекти програм Міжнародної асоціації гастрономічного туризму. Окрім цього, всюди почали утворюватися туристичні агенції, що спеціалізувались на гастрономічному і етногастрономічному туризмі. Незважаючи на те, що розробниками такої концепції були науковці з США, найбільшу популярність цей напрям туризму здобув в Італії та Франції. Цим країнам притаманна багата та різноманітна гастрономічна історія, і ще всесвітньо відомі виноробні традиції. Через ці переваги Італія стала найбільшим продавцем кулінарних делікатесів, що виготовлені за традиційними національними рецептами. У XXI ст. гастрономію виведено в статус наукових дисциплін. Франція в 2004 році заснувала Інститут з досліджування смакових відчуттів, і майстерності сервірування столів. Освітня програма якого містить курси щодо технологій готування страв, а і країнознавство, культурологію, нейропсихологію смакових відчуттів, молекулярну гастрономію, та дизайн сервірування столів і подачі їжі. Кулінарна освіта французів мала такий великий успіх і потребу, що вплинуло на створення безлічі вузів по всій країні [9].

Дегустаційний туризм («Tasting Tourism/Food and Drink Tourism») є ще одним терміном для визначення цього явища. Пропозиція їжі і напоїв, пошуку/надання інформації щодо неї розглядається не як складова супутніх туристичних послуг або їх частина, а як окремий туристичний об'єкт [10; 11].

Отже, не варто ототожнювати поняття кулінарний туризм з вживанням страв у подорожі. У гастрономічному туризмі їжу вважають головною і вирішальною причиною для поїздки та виступає як: елемент

привабності в туристичній дистанції; регіональний (культурний) ідентифікатор; складовим елементом місцевого бренду і маркетингу; фактор формування «збалансованих і гармонійних» туристичних вражень; фактор синергії туристичної сфери з економікою та інфраструктурою певних місцевостей, регіонів, країн загалом.

Сучасна туризмологія немає однозначного термінологічного визначення гастрономічного туризму. Зустрічаються терміни «кулінарний туризм», «винно-гастрономічний туризм», «гурман-тури», «гастрономічний туризм». В Законі України «Про туризм» його окремим видом не виділяють, а відносять до пізнавального [12]. Кількість гастрономічних маршрутів збільшується щороку.

Гастрономічний туризм почав свій розвиток із першими мандрівками туристів початківців. Такими мандрівниками, як Льюїсом і Кларком, Марком Поло, Афанасієм Никітіним вівся опис загальних вражень від подорожі так і про місцеву їжу і те, як вона їм смакувала. Однак, окрема наука щодо цієї справи виокремилась доволі пізніше. Формальне тлумачення «кулінарний туризм» почало активно застосовуватися лиш в 2000-х роках. Ключовим рушієм цієї трансформації стало удосконалення систем зв'язку і транспорту, а саме, поширення залізничного та авіаційного сполучення та зниження ціни на ці послуги.

В сучасних економіках багатьох країн світу туризм і наразі є вагомою складовою, а їжі в цьому все більш приділяється уваги. Важливість гастротуризму було засвідчено в 2015 році під час 1-го Всесвітнього форуму продовольчого туризму ЮНВТО, що проводився в головному світовому осередку гастротуризму – в м. Сан-Себастьян (Іспанія) [13].

Основні поняття, що стосуються гастрономічного туризму, зазначено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

**Основні поняття пов'язані з гастро туризмом**

Автор	Визначення
С.Шеной [14]	Гастрономічний турист – це людина, яка часто харчується; споживає локальну їжу і напої місцевого виробництва, преференції якого превалюють до закладів вищого класу, і майже ніколи не вибирає заклади громадського харчування, які діють за системою <u>франчайзингу</u>
С.Беккерман [15]	Гастрономічна подорож – це виразні засоби, за допомогою яких мандрівник може намалювати своє уявлення про ту чи іншу країну; це з'єднання пригоди, майже <u>алхімічного</u> натхнення і повного занурення в культуру країни через осягнення тонкощів приготування їжі
К. Шпенькова, В.Сичова [16]	Гастрономічний тур – це спеціально підібрана програма кулінарного відпочинку, що включає дегустацію страв і напоїв, ознайомлення з технологією і процесом їх приготування, а також навчання у професійних кухарів. Залежно від мети поїздки тур може включати всі перераховані вище пункти, кілька заходів або один певний сегмент кулінарного туру. Нерідко гастрономічні тури включають відвідування різних кулінарних фестивалів, свят і ярмарків
Д.Басюк [17]	Гастрономічний туризм – це вид туризму, пов'язаний з ознайомленням із виробництвом, технологією приготування та дегустацією національних страв і напоїв, а також кулінарними традиціями народів світу

Джерело: розроблено на основі [14-17]

Проаналізувавши літературні джерела згрупуємо основні визначення терміну «гастрономічний туризм» (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

**Формулювання поняття «гастрономічний туризм»**

Автор	Визначення
А. Расулова [18]	це спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з історією, технологією та культурою споживання національних страв і продуктів, а також навчанням і підвищенням рівня професійних знань у сфері кулінарії
Х. Ридван [19]	туризм, який розроблений місцевими громадами для підтримання сільського господарства
Г. Жеоргхе, П. Тудораче, П. Ністорену [20]	повна або часткова поїздка для того, щоб спробувати місцеві продукти або взяти участь в заходах, які пов'язані гастрономією
Д. Дасілва [21]	будь-який досвід туризму, в якому високо цінується або споживається їжа і питво, яке відображає місцеву, регіональну та національну кухню, традиції, культуру, традиційні або кулінарні методи
Д. Басюк [22]	спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням і дегустацією національних кулінарних традицій країн світу, що є синтезом екології, культури і виробництва
С. Саламатіна [23]	вид діяльності, метою якої є знайомство з етнічною кухнею країни або регіону, основними продуктами, особливостями технології приготування страв, а також підвищення рівня знань із кулінарії
В. Глушко [24]	подорожі в країні або особливі місця для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями, з метою дегустації унікальних страв та продуктів, властиві для її країни або місцевості

Джерело: розроблено автором на основі [18-24]

Деяким чином гастрономічний туризм є складником різного виду туризму включається у туристичні тури і маршрути та стимулює місцеве підприємництво.

Гастрономічні тури виконують багато важливих функцій (табл. 1.3).

*Таблиця 1.3*

### **Функції гастрономічного туризму**

Культурно-історична	Головним мотивом культурно історичної функції є ознайомлення з традиціями споживання їжі певної місцевості.
Практично-пізнавальна	Вивчення практики виробництва та етнічного досвіду споживання продукції харчування.
Інформаційно-комунікаційна	Ознайомлення, комунікація, обмін інформацією у процесі приготування та споживання їжі.
Бізнесово-економічна	Налагодження виробничих, торгівельних та обмінних зв'язків з виробниками їжі.
Практично-прикладна	Приготування харчової продукції, проведення майстер-класів, конкурсів, семінарів тренінгів, кулінарних шкіл

Джерело: розроблено на основі [28].

Особливість гастротуризму полягає у його можливості постійно працювати не залежно пори року, що згладжує впливи сезонів та допомагає стабільно працювати харчовій та ресторанній сфері [25, 26]. Відповідно, кулінарні дистанації певних країн чи регіонів (так званих «туристичних магнітів» [27]) є основою для гастротуризму.

Дослідниками виділяється декілька видів гастрономічних турів (табл. 1.4).

Гастрономічному туризму притаманно знайомити туриста з культурними, побутовими та життєвими особливостями певних народів. Він також є допоміжним знаряддям у вивченні та пізнанні культурних спадщин країн і народів світу.

В гастротуризмі території є головним фактором, оскільки вони зумовлюють ландшапти, культурі традиції, унікальність продуктів харчування, технології їх приготування, етнічні кухні. Саме території

визначають гастрономічні ідентифікації, через це подорож розкриває специфічні культурні традиції певних місцевостей через локальні кухні.

Таблиця 1.4

### Класифікація гастрономічного туризму

Ознака класифікації	Підвид турів	Характеристика туристичної діяльності
За розташуванням туристичного місця	Сільський	Збір лісних ягід, овочів і фруктів, полювання на трюфелів або прогулянку по дорогах виноробства
	Міський	Відвідування ресторанів із дегустацією делікатесних і фірмових страв
За видом конкретного продукту або напою	Винні	Відвідування виноградників та екскурсії на виноробні господарства з дегустацією вин
	Пивні	Відвідування пивоварень, як великих так і домашніх, дегустації
	Сирні	Відвідування заводів і сирних льохів, дегустації
	Шоколадні	Відвідування шоколадних фабрик, дегустації
	Чайні	Відвідування чайних плантацій, фабрик із розфасовування продуктів збирання
	Кавові	Відвідування кавових плантацій, фабрик із розфасовування продуктів, збирання
	Агро	Відвідування агрокомплексів, фермерських угідь
	Фруктово-ягідні	Дегустація фруктів, овочів, які притаманні для цієї місцевості, країни
	Змішані	Поєднання декількох спеціалізацій
За метою подорожі	Культурно-пізнавальний	Відвідування різних екскурсій
	Оздоровчий	Дегустація чайних зборів із цілющих трав; меду в поєднанні з апітерапією, винотерапією, дієтотерапією
	Гурман	Дегустація страв та напоїв гастрономічними спеціалістами (сомельє, дегустатор)
За напрямом подорожі	Святковий	Відвідування та участь у <u>гастросвятах</u>
	Фестивальний	Відвідування та участь у <u>гастрофестивалях</u>
Особливі	Гастро-дипломатія	Організація дипломатичних прийомів на усіх рівнях з урахуванням кулінарних особливостей країн гостей та країни-організатора

Джерело: розроблено автором на основі [29].

Отже, гастрономічному туризму як досить давньому явищу притаманний поступальний розвиток. Зараз є безліч його визначень і багатьма науковцями присвячується йому праці, однак, визначення та

тлумачення цього поняття різняться. Гастрономічному туризму притаманна універсальність, оскільки абсолютно в кожній країні та місцевості загалом, є усі ресурси і можливості його розвивати.

## **1.2. Організаційні та технологічні аспекти розвитку гастрономічного туризму**

Зростаючий попит в світі на послуги гастрономічного туризму здебільшого зумовлений тим, що кожна країна має відповідні туристичні ресурси. До них належать як діючі заклади у ресторанному господарстві так і можливість проведення гастрономічних заходів, є і відповідні об'єкти у гастрономічній та кулінарній спадщині.

Гастрономічна і кулінарна спадщина є додатковою запорукою захисту унікальної національної та автентичної кулінарної технології і гастрономічних атрибутів країн; популяризує та розвиває гастрономічний туризм, як окремої країни та регіону, а також і в цілому світі.

Основні форми організації гастрономічних подорожей передбачають: гастротур, екскурсія, гастрономічний фестиваль, гастрономічний захід та інші форми туризму, в яких гастротуризм є окремим елементом (табл. 1.5) [30].

Набір продуктів, що використовуються при формуванні гастрономічного бренду, мають бути особливі, інакше бренд буде не захищеним і делокалізованим. Через це, надважливим завданням є вибір місцевих природних ресурсів, котрі можуть перетворюватись в туристичний продукт, що зможе асоціювати з тими чи іншими регіонами.

Об'єктами в гастрономічному туризмі можуть виступати: країна із розвиненою і популярною національними кухнями; регіон, відомий на весь світ; знаменитий ресторан, визнаний ресторанными гідами чи нагороджений міжнародною відзнакою; підприємство виробник харчової продукції; локальна харчова система; кулінарна школа; гастрономічний івент (фестиваль, ярмарок, виставка, майстер-клас).

### Формами організації гастрономічного туризму

Форми	Приклади організації	Напрями впливу на територіальні громади
Гастротури, екскурсії	«Сировинні» тури, екскурсії на екоферми	Розвиток транспортної інфраструктури, розширення мережі закладів готельно-ресторанного господарства
Гастрономічні фестивалі	«Свято пампуха» (Львів), «Свято сиру і вина» (Львів), «День кавуна» (Херсон)	Стимулювання підприємницької активності, туристичний брендинг
Гастрономічні заходи	Майстер-класи, ярмарки, кулінарні конкурси	Соціально-культурний та освітній розвиток місцевих спільнот
Інші форми туризму в яких гастрономічний туризм є супутнім (або складовою частиною)	Культурні (пізнавальні) тури, екскурсії	Підвищення рівня зайнятості населення, посилення туристичної конкурентоздатності територій

Джерело: розроблено автором.

Національна і регіональна кухня є також об'єктом в гастрономічному туризмі, виступає елементом економіки вражень.

Культурна спадщина народів включає національну кухню. Кожному народу притаманний свій життєвий устрій, має свій танень, пісню, легенду, обряд, що відображається і в кулінарії.

ЮНЕСКО береже не тільки пам'ятки архітектури чи історії, а й навіть їжу. І це означає, що страви та кухні цілих народів захищається усім світом, а посягання на них засуджуються. Світова спадщина включає: узбецькі та таджицькі плови, вірменські лаваші, хорватські пряники, кімчі, неаполітанські піци, мексиканську традиційну кухню, середземноморську дієту, японську кухню, французьку гастрономічну культуру, бельгійське пиво.

Найбільші світові гастрономічні бренди знаходяться у Франції, Італії, Іспанії, саме ці країни закріпили за собою репутацію гастрономічних осередків в Європі.

Сформовано гастрономічний бренд, але ще не набув світового визнання в США, Австралії, Новій Зеландії, Великобританії, Японії, Китаї, Перу, Аргентині, Марокко тощо.

В гастрономічному туризмі важливим об'єктом є підприємство, що виробляє харчові продукти. Підприємство, що виробляє гастрономічні продукти, може розташовуватись як у місті (а саме фабрика, завод харчової промисловості), так і в сілі; бути представником величезного концерну, виробництво продукції якого вимагає кооперації із виробництвами в декількох країнах, або бути дрібним цехом із виробництва продукції з місцевої сировини.

Цікавість в туристів викликають підприємства – світові бренди, які дозволено відвідувати з екскурсіями, де є змога побачити цехи, скуштувати певний інгредієнт та готові вироби, можливо прослідкувати за технологічним процесом, етапами приготування продукції, а іноді і власноруч долучитись до процесу виробництва. Для прикладу це може бути пивоварня, виноробня, сироварня тощо.

Рекреаційним ресурсом може бути і фермерське господарство, яке виробляє сільськогосподарські продукти і бере участь в гастрономічному туризмі. Для прикладу таким господарством є пасіка (розведення бджіл).

Плантація (аграрне господарство), що вирощує певні сільськогосподарські продукти. На плантаціях вирощують рослинну продукцію: чай, каву, гриби (у тому числі трюфелі), ягоди, фрукти тощо. Включення їх у рекреаційні ресурси відбувається за умови організації на них туристичних екскурсій.

Відомі бренди організують гастрономічні івенти для просування своєї продукції та реклами компанії, це різновид офлайн-комунікацій, що дозволяє ближче познайомитися із своїми споживачами, отримати їх лояльність.

Ресторанна індустрія використовує три види комунікації з гостями – за допомогою їжі (особлива страва, делікатесний продукт, нове поєднання смаків), напоїв (бари або винні карти) та івентів.

Деякі заклади використовують дитячі зони та заходи. А хороший дитячий івент є королем комунікації.

Одними з найліпших способів знайомства з гастрономічним туризмом є фестивалі. Івент – це «Театр їжі». Метою гастрономічного фестивалю – дати можливість подорожуючому отримати насолоду від особливої страви певної національності. При цьому не обов'язково, куштуються якісь рідкісні, екзотичні страви або велику кількість різних страв. Важливою є насолода від місцевої рецептури, що протягом століть вбирала в себе кулінарну традицію і звичай місцевих жителів.

До гастрономічних івентів відносять:

- фестиваль сезонної продукції;
- фестиваль напоїв (вино, пиво, кава);
- фестиваль кулінарного мистецтва.

Фестиваль з однієї сторони сприяє розвитку сільськогосподарського виробництва, з іншої допомагає розвивати індустрію гостинності, та залучати туристів до певних дистанцій.

Всесвітньо відомий фестиваль «Октоберфест», що проходить в Мюнхені уже понад двісті років. Франція відома фестивалем молодих вин, що проходить уже понад сто років. У П'ємонті в Італії проводиться «Міжнародний фестиваль Білого Трюфелю».

Гастрономічні фестивалі та свята відіграють важливу роль у розвитку гастротуризму. Вони надають додаткові можливості для бізнесів, домашнім господарствам, малим виробникам харчової продукції та ресторанам, що в подальшому сприяє зростанню національної економіки. Цифрові технології в галузі гастротуризму є багатограними і зараз швидко прогресують. Дослідження новітньої практики використання digital-технологій дозволяє визначити найефективніші з них, для прикладу:

- відеоекскурсія з елементами доповненої реальності;;
- відеоконференція (відеопрезентація), онлайн майстер-клас;
- «коробка смаку» (taste boxes), або дегустаційний сет, що доставляються поштою;
- застосування VR-гарнітур (шолом віртуальної реальності) (Google Card Boards тощо);
- додаток з функцією віртуального гіда.

На рисунку 1.1 показано рівень інтерактивної та реальної замученості туриста.

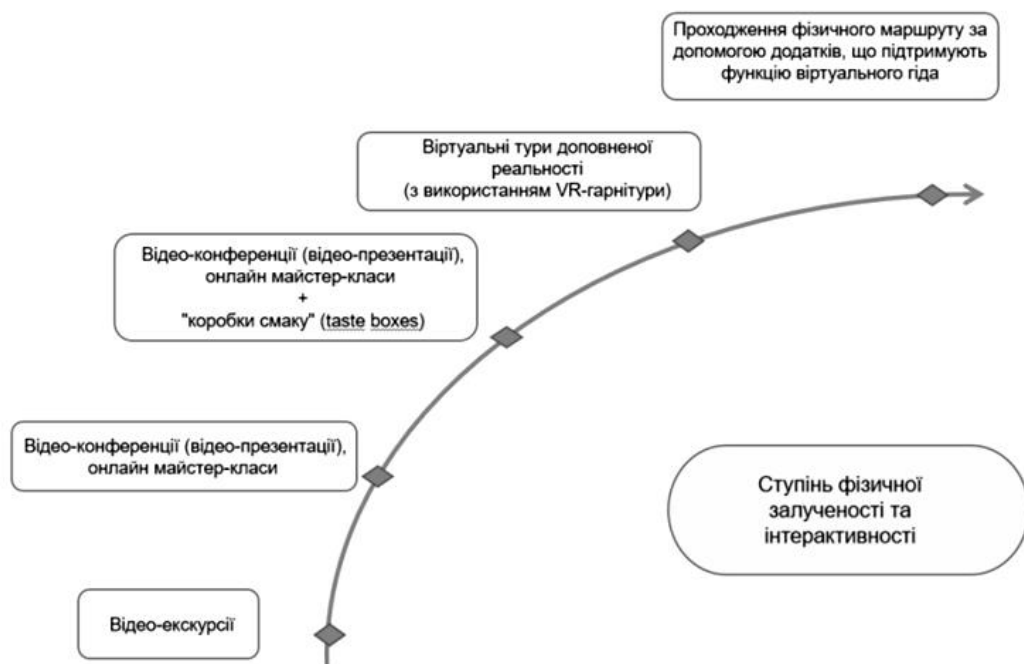


Рис. 1.1 Ступінь фізичної залученості та інтерактивності продуктів віртуального гастро туризму. Складено автором на основі [31]

Міждисциплінарний напрямок створення та просування віртуального гіда в гастротуризмі знаходиться на етапі становлення.

Як зазначає Р. Растаті, суттєвим обмеженням віртуального туру є позбавлення туриста реалістичних відчуттів та неможливість зробити власноруч фото [32]. Г. Махасі відмічає, що віртуальний тур не може у повній мірі бути заміною фізичного пішохідного походу, бо відсутні реальні мультисенсорні враження [33]. Попри обмеження, такі як втрата реальних відчуттів подорожі, віртуальні тури продовжують розвиватися завдяки

підвищенню інтерактивності. Туристи все частіше стають не лише глядачами, а й активними учасниками процесу.

Перевага віртуального туру полягає в ефекті імерсивності, який занурює користувача в створене середовище. Емоційна імерсивність має особливо сильний вплив на відчуття «присутності» та сприйняття часу. Потрібно розділити поняття просторова та емоційна імерсивність. У дослідженнях, проведених Ч. Чжан, Е. Перкіс і С. Арндт показано, що емоційна імерсивність впливає на людину сильніше, а ніж просторова (до таких відчуттів належить «присутність», сприймання часу, реалістичність, залученість, емоційний аспект, сенсорні сигнали тощо) [34]. Через це, є очевидним те, що найпривабливішим для туриста є такий туристичний продукт, у якому емоційна імерсивність поєднується з мультисенсорними враженнями. У зв'язку із цим, цікавим є той туристичний продукт, що поєднує віртуальні і реальні досвіди, зокрема ІТ-продукти, які підтримують функції віртуального гіда. Під час усіх етапів виготовлення ІТ-продукта, який підтримує функції віртуальних гідів, надважливо враховувати модель прийняття технології (Technology Acceptance Model, ТАМ). Цю теорію запропонував у 90-х роках Фред Девіс, як постійно вдосконалюється науковцями [35]. ТАМ ґрунтується на судженні про те, що на наміри людей застосовувати нові технології впливає два головні фактори: сприйняття простоти застосування та сприйняття корисності [36].

Цифрова трансформація робить свій вплив на усі аспекти в суспільному житті, включаючи споживацьку поведінку, створюючи нові потреби, пов'язані з бажанням отримувати імерсивний досвід. Віртуальний гастрономічний туризм активно розвивається, з'являються нові форми, що поєднують реальні мультисенсорні відчуття з імерсивним досвідом. ІТ-продукти з функцією віртуального гіда стають дедалі важливішими в цій сфері, але все ще залишаються новими і недостатньо відомими.

У контексті даного аналізу необхідно при розробці та популяризації таких продуктів враховувати особливості інтеграції новітніх технологій

користувачами. Зокрема, методологія створення та просування віртуальних гастрономічних турів повинна включати стратегічне планування заходів, спрямованих на адаптацію інформаційних технологій, спираючись на принципи моделі їх прийняття. Оригінальність даного дослідницького проекту полягає у деталізації факторів, які визначають успішність новаторських продуктів у сфері віртуального гастрономічного туризму, а також у вдосконаленні підходів до врахування процесу прийняття нових технологій при проєктуванні та впровадженні ІТ-продуктів, що забезпечують функціонування віртуального екскурсовода.

### **1.3. Методичні підходи до проведення дослідження**

Метод – це деякий засіб вивчення певної проблематики чи задачі, інакше кажучи метод має набір певних правил, принципи та прийоми задля дослідження явища або закономірності розвитку в природі, суспільстві та мисленні тощо.

У науковому дискурсі національну кухню розглядають крізь призму загальних методів дослідження гастрономічного туризму які співпадають із загальнонауковими методами дослідження. До загальнонаукових методів, що використані в роботі віднесено: літературний, історичний, метод факторного аналізу, порівняння, аналізу, синтезу, аналітичний, статистичний, порівняльно-географічний, візуальний, або графічний, а також окремі спеціальні методи.

Сам підхід до дослідження передбачає використання комплексу методик і прийомів, які залежно від характеру та умов матеріалу адаптуються до завдань дослідження. Методика є структурованою системою дій і технічних операцій, спрямованих на досягнення поставлених цілей, зокрема теоретичного й практичного аналізу. Метод, як правило, включає набір принципів і прийомів для вивчення явищ і закономірностей у розвитку суспільства, природи чи людського мислення [37]. Дослідження

гастрономічного туризму окремих країн світу та України варто розпочати з виокремлення основних етапів роботи (рис.1.2.)



Рис. 1.2. Етапи проведення дослідження національної кухні

На кожному з визначених етапів дослідження необхідно використовувати різноманітні принципи і методи, спроможні максимально розкрити тему роботи.

Вивчаючи теоретичні аспекти розвитку гастрономічного туризму як частини туристичної пропозиції, застосовуються первинні методи збору інформації та аналізу джерел. До них належать літературний метод, систематизація даних і метод постановки проблеми.

Літературний метод зосереджується на аналізі друкованих джерел, що розкривають теоретичні засади формування й розвитку національної кухні. Цей метод передбачає опрацювання літератури, що надає попередню інформацію про культурно-гастрономічну традицію країни. Джерелами виступають книги, статті, історичні документи, законодавчі акти та інші матеріали, які слугують основою для узагальнення й аналізу еволюції національної кухні.

Систематизація інформації полягає у впорядкуванні розрізнених даних про гастрономічну традицію в єдиний концепт. Вона ґрунтується на виявленні взаємозв'язків між різними підходами до вивчення національної кухні як невід'ємної частини туристичної пропозиції країни [38].

Проводячи дослідження вивчимо фактори становлення національної кухні країни. Для цього використаємо різні методи та підходи дослідження.

Історичний метод дозволяє простежити розвиток гастрономічного туризму в хронологічній послідовності. Це забезпечує глибше розуміння сутності національної кухні та сприяє формулюванню обґрунтованих рекомендацій з її популяризації як туристичного продукту.

Факторний аналіз забезпечує дослідження взаємозв'язків між ключовими змінними впливу. Завдяки цьому методу визначаються основні чинники впливу, що дозволяє робити висновки стосовно подальшого дослідження гастрономічного туризму. Метод сприяє детальному опису національної кухні та водночас компактному представленню її головних особливостей [38].

Також при дослідженні гастрономічного туризму в певній країні, необхідно вивчити передумови формування сировинної бази та технології приготування страв, дослідити основні страви української національної кухні, виокремити основні регіональні відмінності української кухні. Для цього потрібно використовувати наступні методи.

Серед інших популярних методів виділяється порівняльний підхід, який полягає у співставленні подібних та відмінних елементів у характеристиках гастрономічних традицій. Це дозволяє аналізувати історичні особливості формування сировинної бази та технології приготування страв.

Метод аналізу спрямовує увагу на досконале вивчення кожного аспекту національної кухні через розбиття її на окремі складові елементи. Він допомагає детально дослідити найбільш популярні страви української кухні та об'єкти гастрономічного туризму, такі як кулінарні фестивалі й тематичні тури. Допоможе дослідити основні страви української національної кухні. Фестивалі і тури із залученням української національної кухні.

Протилежним до аналізу є метод синтезу, за допомогою якого об'єднуються розрізнені елементи в єдине ціле. Цей підхід допомагає виявити регіональні відмінності та багатогранність української кухні.

Аналітичний метод дає змогу детально оцінити внутрішню структуру взаємозв'язків у межах національної кухні країни. Метою цього підходу є виокремлення головних тенденцій розвитку та регіональних особливостей гастрономічної культури.

Статистичні методи – це методи які базуються на математичній статистиці, які застосовуються коли опрацьовуються експериментальні дані для підвищеного обґрунтування висновків щодо існування та розвитку національної кухні країни. При допомозі математично-статистичної методики здійснюється дослідження чинників які впливають на розвиток національних кухонь, вивчаються показники розвитку гостротуризму та соціально-економічні показники, які позначаються на формування національних кулінарних традицій.

Суть геоінформаційного методу заключається в утворенні геоінформаційної системи, що є новітнім засобом збору, зберігання і аналізу різноманітної інформації щодо території. Цей метод може виявляти рівні розвитку національних кухонь в регіонах країни, досліджувати атрибути, виявляти чинники впливу на розвиток гостротуризму. Геоінформаційні системи допомагають прийняти рішення щодо оптимізації розвитку гостротуризму в різних регіонах країни.

Порівняльно-географічний метод є традиційним і найбільш відомішим географічним методом. Допомагає порівняти географічний об'єкт, процес, явище на різноманітних територіях та в різний час. Для вивчення національних кухонь різних країн застосування цього методу має важливе значення, бо отримані дані можуть показати проблеми та перспективи розвитку.

Візуальний, або графічний, метод – за допомогою графіків, схем, діаграм, картограм можна віалізувати уявлення щодо національної кухні країни та одночасно наочно відобразити її структуру, їх питому вагу, причинно-наслідковий зв'язок тощо. Цей метод використовується із застосуванням комп'ютерних технологій.

Інтегративний метод дослідження допомагає узагальнити знання щодо характеристик, властивостей та взаємозв'язків елементів національних кухонь країн.

Слід відмітити, що існують також спеціальні методи вивчення національних кухонь. Українським науковцем Красовським С.О. запропоновано використання феноменологічного, структурного методу та методу інтерпретації як методологічне підґрунтя для вивчення національної кухні, спільне застосування яких сприяє вибудувати оригінальну концепцію у дослідженні розлогого кола питань щодо національних кухонь [39].

В сукупності ці методи сприяють виявленню зв'язків між життєвим устроєм та стравами, особливостей кулінарної культури, вивчаючи рецепти виявляти особливості харчування, пріоритетності страв та їх складових, зрозуміти технологію приготування.

На думку Норманської Ю.К. за допомогою методу семіотики можна дослідити формування в гастрономічній культурі різноманітних текстів поведінку народів, що охоплює всі сфери життя та виражається у символіці, для прикладу в ритуалах, обрядах, стереотипах. Досліджуючи гастрономічну культуру можна структурувати описи харчових норм в їх культурній обумовленості та проаналізувати механізми їх розповсюдження і функціонування в різноманітних культурно-історичних умовах, етнокультурних семіосферах, на рівні повсякденності. Гастрономічній культурі, з точки зору семіотики необхідно приділяти більше уваги для наукового аналізу та накопичення додаткових значень [40].

Семіотичні розвідки гастрономічних культур дають відповіді на питання чому їжа має так багато значень. Кулінарія говорить не лише про традиційні харчові набори певних народів, а й про спосіб готування страв, відповідно надає інформацію щодо населення, їх етнокультуру, етноментальність, життєвий устрій, міркування, відчуття. При цьому необхідно відмітити важливий суперечливий момент: як правило, зміна гастрономічних вподобань людей відбуваються в елітарних групах, котрі

можуть усвідомлено розвивати різну гастрономічну стратегію (запозичати невластиві для національної кулінарії іноземні продукти, рецепти приготування, модерні форми етикету в застіллі тощо). Як правило народна гастрономічна культура намагається підтримати і відтворити національну ідентичність, то елітарна і світська культура харчування тяжіє до пошуку новітнього, покликаною не так допомагати розвивати гастрономічну культуру, а більше направлена на фіксації особливого статусу еліт. І це неминуче впливає на поступове «просочування» перемін із верхніх в більш нижчі рівні.

Структурному методу притаманно виокремлювати певні елементи гастрономічних культур та її національних кухонь, котрі складаються з кулінарної культури, культури споживання їжі і гастрономічної рефлексії.

Феноменологічні підходи збагачують знання щодо структурних рівнів, допомагають з'ясувати специфікацію кухні етносу та її смислове наповнення.

Отже, методика вивчення національних кухонь країн – це методи, і прийоми використовуючи які буде проведене вибране дослідження. Вагомим етапом є вибір певних методів вивчення, що залежить від наявних матеріалів, умов та мети дослідження.

## РОЗДІЛ 2. ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ДЕРЖАВАХ СВІТУ ТА В УКРАЇНІ

### 2.1. Чинники розвитку гастрономічного туризму та історія його формування.

Гастрономічний туризм, який включає візити на виробництва, знайомство з технологією готування, куштування національних страв та напоїв, а ще дослідження кулінарних звичаїв різних народів, став цікавішим за останні десятиліття. Гастрономічний туризм перетворився на ключовий інструментарій у підтримці регіональних кулінарних спадщин як на місцевих, так і на міжнародних рівнях. Цьому виду туризму притаманно сприяти розвиткові місцевої гастрономічної культури та визначати найкращі національні кухні усього світу [41].

Гастрономічний турист у подорожі куштує те, що як правило не входить до його щоденного раціону, знайомиться із новими смаками та відчуттями, набуває новий досвід. В цьому процесі беруть участь усі органи чуття: смаку, нюху, зору, слуху, дотику. Завдяки цьому враження від таких подорожей лишаються довго, часто назавжди [42].

Чинники, які впливають на розвиток гастрономічного туризму, є різноманітними та багатогранними. Наявність сприятливих умов допомагає лідерству певних регіонів та держав у цій сфері, тоді як негативні чинники можуть знижувати туристичні потоки (рис. 2.1) [43].

Проаналізувавши джерела літератури та погляди науковців, сформуємо схему чинників розвитку гастро туризму.

Слід зауважити, що немає загальноприйнятих класифікацій факторів, що впливають на розвиток гастрономічного туризму, і науковці мають різні погляди на те, які чинники є найважливішими.

За ступенем впливу	Статичні (незмінні з часом)	- природно-кліматичні; - географічні; - культурно-історичні	За географічною ознакою	Фізико-географічні	- ландшафтні і кліматичні умови; - гідромереж
	Динамічні (змінні)	- політичні; - соціально-демографічні - фінансово-економічні; - матеріально-технічні		Суспільно-географічні	- географічне розміщення регіону; - населення та трудові ресурси; - інфраструктура
За характером впливу	Екстенсивні	- чисельність населення; - матеріально-технічне забезпечення; - будівництво нових об'єктів		Геополітичні	- політична стабільність і політична культура; - відсутність конфліктів; - відношення населення до іноземних туристів
	Інтенсивні	- підвищення кваліфікації персоналу; - інноваційно-інвестиційна діяльність; - розвиток професійно-кваліфікаційної структури		Історико-культурні	- наявність пам'яток; - наявність культурної спадщини
	Гальмуючі	- кризи; - милітаризація економіки; - політична нестабільність; - зростання цін, інфляція; - погіршення екології		За територіальною ознакою	Загальнодержавні
За механізмом впливу	Об'єктивні	- природно-кліматичні; - соціально-демографічні та географічні; - культурно-історичні			Регіональні
	Регулюючі	- державна політика у галузі туризму; - туристична освіта; - наявність і зміст туристичних законів	За результатами впливу	Позитивні	- політична стабільність; - зростання ВВП та реальних доходів; - розвиток інфраструктури; - впровадження інновацій; - зростання інвестицій
За змістом	Соціально-економічні	- реальні доходи нас-ня; - бюджет вільного часу; - рівень освіти, професія, соціальний статус		Негативні	- економічна криза, зростання цін, інфляція; - милітаризація економіки; - нестабільна політика; - погіршення екологічної ситуації
	Демографічні	- відновлення населення; - вікова, статева структура - сімейний стан			

Рис.2.1. Чинники, які впливають на розвиток гастрономічного туризму.

Джерело: складено автором.

Науковцями класифікуються чинники за: ступенями впливу, характерами впливу, механізмами впливу, змістом, географічними і територіальними ознаками, результатом впливу. За ступенем впливів діляться на статичні (природно-кліматичне, географічне, культурно-

історичне розміщення території) та динамічні (політичне, соціально-демографічне, фінансово-економічне, матеріально-технічне становище народу).

За характером впливу виділяють три рівня чинників: екстенсивні (щодо чисельності населення, матеріально-технічного забезпечення, будівництва нових об'єктів), інтенсивні (щодо підвищення кваліфікацій персоналу, інноваційно-інвестиційної діяльності, розвитку професійно-кваліфікаційних структур), гальмуючі (стосується криз, мілітаризації економік, політичної нестабільності, росту цін, інфляції, погіршення екологічної ситуації).

Зважаючи на географічну ознаку чинники розвитку гастротуризму у науковій літературі поділяються на чотири групи, а саме: фізико-географічні (ландшафт і клімат, гідромережа), суспільно-географічні (географія розміщення регіону, заселеність території і наявність трудових ресурсів, інфраструктури), геополітичні (щодо політичної стабільності і політичної культури, відсутності конфліктів, ставлення людей до закордонних туристів), історико-культурні (наявні історичні пам'ятки, наявна культурна спадщина).

За змістом чинники поділяються на: соціально-економічні (реальний рівень доходів людей, вільний час, якість освіти, професії, суспільний статус) та демографічні (відновлювання населення, вікові та статеві структури, сімейне становище).

Чинники, які вплинули на формування кулінарних традицій в різних регіонах України, відзначаються значною різноманітністю, серед них:

– мультикультурність регіону – різним регіонам України притаманні свої унікальні історико-культурні впливи, які збагатили кулінарні традиції. Для прикладу, на західні регіони України вплинула польська, угорська та австрійська кухні, а на південні відчутно вплинула турецька та грецька кухні;

– географічні особливості – природні багатства регіонів суттєво відзначаються на місцевих кулінарних звичаях. У прибережних областях,

зокрема в Одеській, широко поширені в стравах морепродукти. В Закарпатті культивуються традиції приготування страв з грибів і ягід, тоді як у центральних степових зонах більш популярні м'ясні страви;

– етнічний склад населення – регіон з багатонаціональними поселеннями представляє широкий діапазон кулінарної традиції. Для прикладу, Буковина та Закарпаття славиться румунськими, угорськими, ромськими, єврейськими та іншими страви;

– історичний чинник – історично змінювались державні кордони, відбувались війни, міграція це і впливало на кулінарні традиції. Для прикладу, Полтавщина зберегла кулінарну традицію українських козаків, а от, східні регіони мають здебільшого радянські кулінарні надбання. Такі чинники утворюють ландшафт багатой кулінарії, що віддзеркалює не скільки природну та культурну складову, а історичну в частині розвитку певних регіонів в Україні [44].

Перші гастрономічні туристи світу з'явилися з початком подорожей, адже вже тоді досліджуючи нові землі Марко Поло і Афанасій Никітін були здивовані місцевою кулінарною екзотикою. Дегустація їжі у далеких світах нерідко ставала одним зі способів пізнання традицій і звичаїв народів. Проте формування гастрономічного туризму у самостійну сферу відбулося значно пізніше.

Термін з'явився у 1998 році, коли в американському вищому навчальному закладі «Боулінг Грін» на факультеті культури народів вперше використано поняття «кулінарний туризм». Це стало відправною точкою для широких наукових досліджень у цій сфері [45].

Проте визначальний внесок у розвиток основ гастрономічного туризму зробили італійці, які ще задовго до появи терміну створювали спільноти за інтересами навколо теми смачної їжі та активно залучали туристів до своєї країни. Водночас гастрономія довго залишалася допоміжним аспектом подорожей, виконуючи функцію забезпечення харчуванням. Лише наприкінці XIX століття з'явилася тенденція

організувати поїздки, спрямовані саме на відвідування місць виробництва продуктів і напоїв, що викликало культурно-гастрономічний інтерес.

У Європі особливо популярними стали подорожі до швейцарських сироварень, виробництв французьких круасанів, італійських макаронів або швейцарського шоколаду. На початку ХХ століття набув розвитку гастрономічний туризм, орієнтований на культурно-пізнавальні заходи. Це могли бути святкові події або ритуальні традиції, пов'язані зі збором врожаю, приготуванням і споживанням національних страв.

Яскравими прикладами є виноградні урочистості у Франції, Італії й Іспанії, обрядові святкування врожаю зернових у Чехії та Польщі чи колоритні томатні бої в Іспанії та Португалії. У Скандинавії велику увагу привертали торжества після рибного нересту, а Масляна у країнах Східної Європи також приваблювала уїдливих мандрівників своєю гастрономічною складовою. Усі ці заходи створювали видовишно-масову атмосферу й оригінальні кулінарні практики.

Таким чином, традиційна кухня країни, її національні страви та процеси їх приготування посідають чільне місце у сучасному туристичному досвіді. Вони здатні не лише підтримувати цікавість іноземних туристів, але й сприяти притоку валюти у країну.

У 2001 році Ерік Вольф опублікував першу статтю на тему кулінарного туризму, яка пізніше стала основою для його книги під егідою Міжнародної організації кулінарного туризму. А в 2003 році він заснував Міжнародну асоціацію гастрономічного туризму (The International Culinary Tourism Association), яка пропонує своїм членам можливості навчання, розвитку та просування їхніх проєктів. У маніфесті асоціації наголошено: через національну кухню людина відкриває культуру країни, адже їжа відображає характер і історію народу. Ця асоціація підтверджує зростання популярності гастрономічного туризму численними дослідженнями та доказами, зокрема:

- кількість пошуків споживачів здійснених на веб-сайті асоціації кулінарного туризму, постійно зростає та практично зрівнялись з обсягом, досягнутим в 2008 році;

- кількість веб-сайтів, що працюють над залученням подорожуючих до ресторанів, збільшилось з 10-ти у 2003 році, до більше 170 на тепер;

- число туроператорів у гастрономічному туризмі зросла від кількох у 2003 році до більше 160 на зараз;

- більше 16 тисяч витончених екзотичних страв, що пропонується споживачам зафіксували в асоціації з початку 2003 року.

В 2006 році відбулось відкриття Міжнародного інституту кулінарного туризму, що курує освітню та навчальну компоненту програми в Міжнародній асоціації гастрономічного туризму.

З 2012 року Міжнародною асоціацією гастрономічного туризму проведено заміну терміну «кулінарний туризм» на «гастрономічний туризм», оскільки відповідно до досліджень, які були проведені в США, показали, що для звичайних американців кулінарний туризм асоціювався з елітами. Через це термін замінено для доступності та розуміння більшістю людей, а також для об'єднання в одне поняття продовольчих магазинів, вуличну торгівлю, пабів для місцевих мешканців, винних заводів, унікальних ресторанів які також задіяні в гастрономічному туризмі.

Ще більшому розвитку гастрономічного туризму сприяла поява туристичних фірм, які почали спеціалізуватися на міжнародному гастротуризмі, для прикладу «Gourmet on Tour» (в США), «The International kitchen» (у Великобританії), «Gourmet Getaways» (в Італії). Попри створення саме в США Міжнародної асоціації кулінарного туризму, головними генерувальниками ідей в гастрономічних подорожах все ж лишаються італійці, котрі успішно поєднують торгівлю і технології у виробництві з

концепцією «смачна та здорова їжа» для залучення більшої кількості подорожуючих.

Для прикладу в Італії в одному з найменших регіонів – Валле Д’Аоста в липні до програми гастрономічних свят входять: свято підсмажених на вертелі молочних поросят в Іссоні (11-12-го липня), святкова дичина в Сен-Ніколі (18-20-го липня), ярмарки Exposition du Jambon de Bosses (11-13-го липня в Бос), де пропонується сиров’ялена шинка; свято «Чорний хліб в Перлоцо» (20-го липня).

Приготовлені в дров’яних печах хліби подаються із запеченим на вогні м’ясом, є асорті з ковбасами і м’ясними виробами, полента з козлятини та сиром. В Олломоні (18-20-го липня) відбувається свято Feta a l’Apo, під час якого готуються різні страви з ослятини. В Вальпелліні (25-27-го липня) проходить свято місцевої страви «Сеппа а ла Вапелененце» – це селянський суп до якого входить хліб і сир фонтіна (скибки хліба та сиру вкладають шар за шаром у деко, додають бульйон та запікають в дров’яних печах).

В Україні після відкриття кордонів, з поглибленням євроінтеграційних процесів, пришвидшеними темпами починає розвиватись гастрономічний туризм, все більше приділяється увага гастротуризму як джерелу наповнення бюджетів різних рівнів. У 2006 році в Україні створено профільну Асоціацію сприяння гастрономічному та винному туризму.

## **2.2. Гастрономічний туризм у системі гостинності держав світу: кращі досвіди**

У 2024 році Всесвітня туристська організація ООН оприлюднила інформацію щодо кількості подорожей, загалом понад 1,4 мільярда туристів мандрували світом, а це 99% від числа туристів 2019 року, до початку пандемії. А туристичній галузі у 2024 році вдалось заробити 1,9 трлн дол., і це понад 1 тис дол. на туриста.

Європу відвідувало найбільше туристів у 2024 році – майже 750 мільйонів. Ще 316 млн подорожуючих відвідало Азію і Тихоокеанський регіон, 213 млн – Америку, 95 млн – Близький Схід, а 74 млн Африку [46].

Світовий ринок гастрономічних турів оцінюють на сьогодні в 42 млрд доларів США.

Міжнародна федерація рухів екологічного сільського господарства (далі – IFOAM) у своєму звіті в 2020 році оцінила світові обсяги вирощування органічних продуктів які з 2000 року зростають протягом кожних 5-ти років в двічі. А обсяги світового ринку органічних продуктів у лютому 2020 року становив понад 80 мільярдів доларів США [47].

Міжнародною туристською кулінарною асоціацією в 2021 році запропоновано проводити розрахунок «індексу готовності» до прийому гастрономічних подорожуючих. Цей індекс показав, що найбільшу готовність серед країн світу має Шотландія (отримала 79 бали із 100), Канада (67 бали із 100), при цьому основні напрями були орієнтовані на сільськогосподарські сектори. Найменші рівні спроможності до готовності продемонстровано в Південній Африці (28 зі 100) [48].

В усіх країнах світу сприяють розвитку гасрттуризму, однак кожна країна має власне уявлення щодо цього, свою кухню і свої методи задля її популяризації. Гастрономічний туризм, як і будь-який інший вид туризму, має свої особливості в кожному регіоні, що дає можливість приваблювати та приймати велику кількість подорожуючих.

Вживання певних термінів в мовленні свідчить про їх популярність та актуальність. В рамках вивчення теми проведемо невелике дослідження. За запитом в пошуковій системі «Google» слів українською мовою «гастрономічний тур» база видає 1,7 млн. результатів, на слова англійською «Food Tour» видає 4 600 млн. результатів, італійською мовою «gastronomic tour» 50,6 млн. результатів, французською «tournée gastronomique» 58,5 млн. результатів, польською «wycieczka kulinarna» понад 5,6 млн. результатів. Проведені дослідження в мережі «Інтернет» підтверджують високу

вживаність слів «гастрономічний тур», особливо в англійській мові. Разом з тим, вказує на низьку популярність цього терміну в українській мові.

Проведемо характеристику світового гастрономічного туризму за такими регіонами:

1. Європейським;
2. Азійсько-Тихоокеанським;
3. Американським;
4. Африканським.

Обглянемо лідерів в гастрономічному туризмі у кожному з регіонів. Почнемо звісно з Європейського (див. рис 2.2). Цей регіон найбільше приваблює гастрономічних туристів, котрі хочуть скуштувати та розкрити європейську кулінарію.

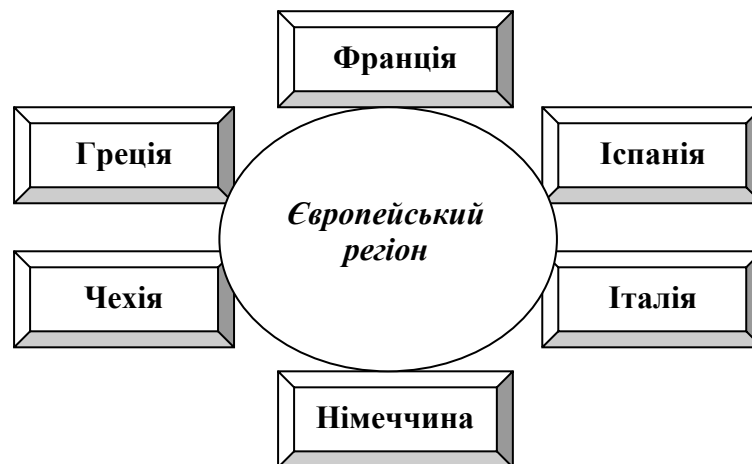


Рис. 2.2 Найбільш відвідувані країни в Європейському регіоні

Джерело: складено автором.

Найпопулярніша країна у 2024 році з посеред європейських країн є Франція (100 млн туристів) та Іспанія (98 мільйонів). Що пов'язано з проведенням у Франції літніх Олімпійських ігор, представленням після реставрації собору Паризької Богоматері та 80-річчям висадки союзників у Нормандії.

**Французьку кухню** справедливо вважають взірцем всесвітньої кухні, критерієм вишуканості і досконалості. Ознакою величі є вміле

поєднання продуктів протягом століть, а також скрупульозне ставлення до найменших дрібниць.

Французька кухня – це національна гордість. До Франції постійно організують професійні кулінарні та винні тури. Гурманам ця країна дарує незабутні пригоди та кулінарні враження, які пов'язані не тільки з відвідуваннями найкращих ресторанів, але й відвідування відомих кулінарних шкіл і також поїздки на провінційні садиби, там де ароматні трави, свіжа риба, овочі, фрукти. В садибах подають легендарну делікатесну фуагру, зрілі та відомі на весь світ сири, показують як роблять ароматну оливкову олію тощо. Туристам дають можливість власноруч готувати страви.

У Франції є багато вищих навальних закладів де навчаються відомі на весь світ шеф-кухарі. Для прикладу в e-Cordon Bleu щороку навчається 20 тисяч студентів. В гастрономічному туризмі Франції можна виділити два напрями. Першим традиційним, або так званим загальнопоширеним напрямком в кулінарії є приготування страв, які споживаються у кожному регіоні, та відомі на весь світ. Другим, вишуканим або високим напрямком є кулінарна спадщина французького королівського двору, де полюбляли з'їсти щось смачненьке і розумілись в справжніх делікатесах [49]. Це країна гастрономічного туризму, який уже давно став окремим напрямом в туризмі та спрямований на знайомство подорожуючих з їх кулінарною спадщиною та традицією.

Окрім всесвітньо відомої кулінарії, Франція славиться найвідомішим кулінарним путівником в світі – Michelin, Le Guide Rouge. Червоним Гідом Мішлен – найвідомішим та найвпливовішим ресторанним рейтинговим виданням, оцінюється міжнародне кулінарне мистецтво та присвоюються зірки, якими пишаються найкращі заклади світу.

**Іспанія** відома своєю багатогранною кухнею, яка є результатом впливу різних культур і історичних епох. Кулінарні традиції цієї країни формувалися під впливом фінікійців із їхніми пряними соусами, греків, що

принесли оливкову олію, маврів із горіхами, спеціями та рисом, а також американських інгредієнтів, таких як помідори, какао, ваніль і картопля.

Гастрономічний туризм в Іспанії стає дедалі популярнішим завдяки різноманітності традиційних і сучасних страв, які отримали міжнародне визнання. Унікальна іспанська кухня славиться багатим вибором м'ясних і рибних страв [50]. Серед найвідоміших – паелья з шафраном, гаспачо, прохолодний томатний суп, тортилья – іспанський омлет із яєць, картоплі та цибулі. Тапас – це невеликі закуски до пива чи вина, що уособлюють атмосферу місцевих барів. Особливе місце в гастрономії займає хамон із його популярними видами – серрано та іберіко. Також варто скуштувати фабаду Астурії – насичене м'ясне рагу з квасолею [51]. У Мадриді знаходиться один із найбільших рибних ринків світу після Токіо, що є чудовим місцем для любителів морепродуктів [52]. Іспанія також відома своїми сортами сирів яких налічується понад 100.

**Італія** не поступається Іспанії в кулінарній вишуканості й давно заслужила репутацію країни зі смачною кухнею. Туристи з усього світу прагнуть спробувати традиційні італійські страви саме в їхньому автентичному виконанні. Регіони Ломбардія, Тоскана, Лаціо й Венето є основними напрямками гастрономічного туризму, завдяки численним ресторанам зіркового рівня та історичним пам'яткам Риму чи затишними провулками Венеції. Італія активно розвиває гастротуризм через кулінарні школи та фестивалі. Тутешня кухня – справжній рай для гурманів: вино, різноманіття сирів, прошутто, паста, піца й навіть рідкісні трюфелі.

**Німеччина** також займає почесне місце серед країн із унікальною гастрономічною спадщиною. Попри асоціації з ковбасками, пивом і квашеною капустою, тут досить популярний винний туризм. Країна виробляє близько 9 мільйонів галонів вина на рік і має такі відомі маршрути як «Німецька винна дорога» чи «Саксонський винний шлях». Найвідомішим же святом Німеччини залишається Октоберфест у Мюнхені – грандіозний пивний фестиваль, який щороку збирає мільйони відвідувачів. Тут

знайомлять із локальним пивом яке подають у літрових кухлях, доповнюють смак традиційними баварськими сосисками й кренделями.

**Чехія** – ще одна країна, де гастрономічний туризм зосереджений навколо пива, яке вважається одним із найкращих у світі. Тут створені пивні маршрути, що включають відвідування міст як-от Пльзень, Крушовіце та Прага.

**Греція** зачаровує не лише античною історією й пейзажами, а й своєю простою та натуральною кухнею. Її автентичність виражається в простоті рецептів, де головну роль відіграє свіжість продуктів: оливки, морепродукти, хліб, овочі. Обіднє застілля є найважливішим де можна побачити безліч страв та закусок. Якраз в Афінах є біля 20 мішленівських ресторанів. Для прикладу, «Funky Gourmet» або «Botrini`s», тут можна скуштувати шедеври високої грецької і середземноморської кулінарії [53].

Наступним розглянемо Азійсько-Тихоокеанський регіон (рис.2.3).

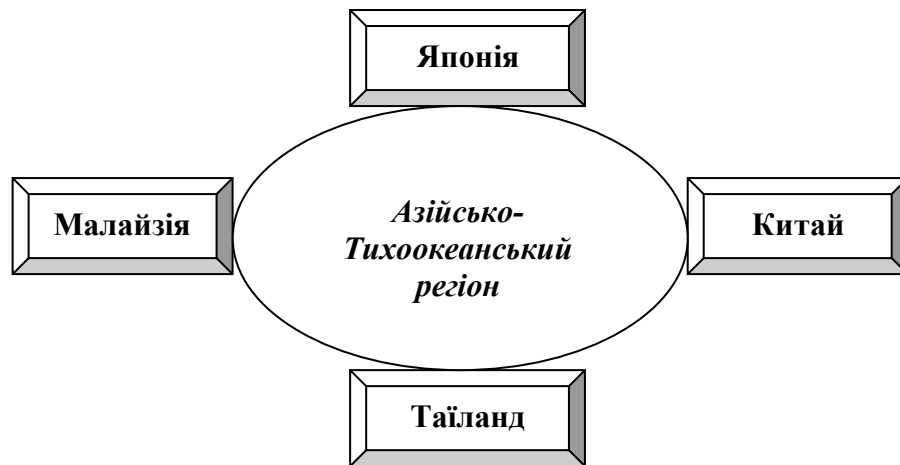


Рис. 2.3 Найбільш відвідувані країни Азійсько-Тихоокеанського регіону  
Джерело: складено автором.

Щороку Японію відвідує майже 100 млн туристів. **Японська** кухня є однією з найунікальніших і найсамобутніших у світі. Її основна характеристика – простота, з мінімумом теплової обробки та максимальним збереженням природного вигляду та смаку продуктів. Японці дотримуються принципів здорового харчування, тому не готують їжу наперед, їдять маленькими порціями і прагнуть уникати шкідливих продуктів, а також смажених та дуже жирних страв.

Історично, через специфіку гірської місцевості, японці не мали можливості утримувати домашню худобу через відсутність пасовищ. Ця проблема змусила звернути увагу мешканців островів на море. Так риба, морепродукти й водорості стали основою їхнього раціону. Якщо риба компенсувала дефіцит тваринних білків, то такі продукти, як бамбукові пагони, коріння лотоса і численні види водоростей, стали важливим доповненням до широкого асортименту рослинної їжі.

Серед овочів найбільше популярні капуста, огірки, редиска, ріпа, баклажани, картопля, соя та бамбукові пагони. Овочі найчастіше піддаються мінімальній обробці або споживаються сирими. Це склалось історично, через відсутність на островах стабільних джерел палива, що і привчило японців до мінімальної теплової обробки продуктів та навіть до сиродіння.

Традиційна японська трапеза включає велику кількість маленьких порцій страв із різними продуктами. Найпопулярніші з них: суші, рисові пиріжки моті, гречана локшина соба, локшина удон, риба та морепродукти. Також популярні супи, як-от набе (варіанти сукіякі, шябу-шябу), місо-суп або рамен. М'яса в Японії традиційно споживають мало, тому м'ясні страви здебільшого запозичені з інших культур або вважались делікатесом для еліт.

**Китайська** кухня є більш калорійною та насиченою порівняно з раціоном українців. У ній багато солодких і гострих смаків. У туристів, що відвідують Китай в результаті різкої зміни харчування можуть виникнути проблеми зі шлунком, тож їм варто мати із собою відповідні ліки. Китайці розпочинають трапезу з холодних м'ясних закусок, потім подають рибу чи морепродукти, гаряче м'ясо, овочі та суп. У Китаї замість ножів і виделок використовують палички для їжі, які чудово підходять для невеликих шматочків продуктів. На півночі країни замість рису подають локшину чи парові булочки. Китай славиться чайними традиціями – чаювання тут справжнє мистецтво. Крім того, у раціоні китайців багато страв із риби, морепродуктів, домашньої птиці, яловичини та баранини.

**Таїланд** є ще одним яскравим представником азіатської кухні. Ця країна приваблює дедалі більше туристів завдяки своїм кулінарним особливостям. Основу тайської кухні складають рис, локшина, морепродукти й тропічні фрукти. Тайці обожують гостру їжу, яка може здатися надто пекучою для необізнаних мандрівників.

Різні регіони **Малайзії** відомі своїми унікальними стравами, такими як насі лемак, насі даганг, насі керабу, керопок лекор (рибна ковбаса), темпояк, лакса та інші. Насі лемак – рис зварений на кокосовому молоці та листі пандану.

Розглянемо Американський регіон (рис.2.4).

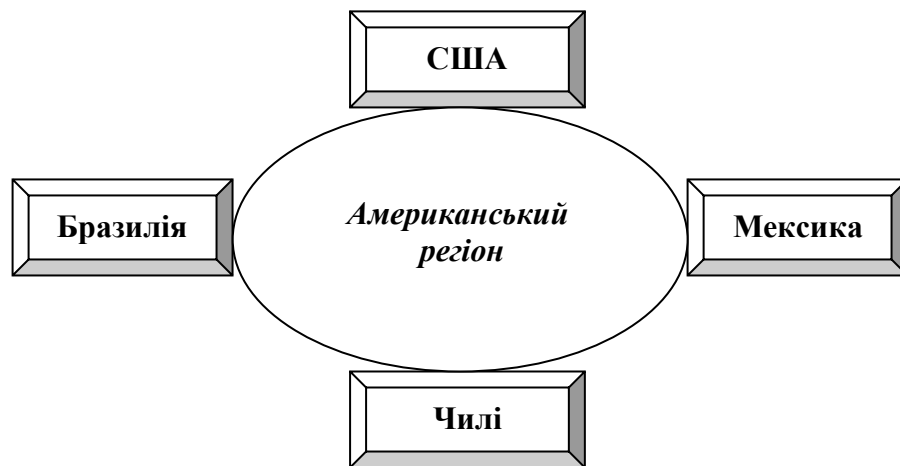


Рис. 2.4 Найбільш відвідувані країни Американського регіону  
Джерело: складено автором

**Американська** кухня (США) відображає національний стиль життя, що характеризує їх раціоналістичність, стандартизацію й масовість. Тут популярними є консерва, стейк, бургер, ячня, ковбаси, смажені курчата та картопля, бутерброди та напої – від віскі й пива до газованих напоїв на кшталт кока-коли.

Будь-яке велике місто має китайську і японську, іспанську та мексиканську, ірландську та індійську, грецьку і єврейську кухню, причому такі заклади там, як то кажуть, на кожному кроці. Багато людей там обідають декілька раз протягом тижня.

**Мексика** кухня вражає різноманітністю ароматів. В ній переплітається індіанська кухня з чудовими пахощами та спеціями іспанської, азіатської та східних кухонь. Тут є соуси сальса і молі, кукурудза, що набуває різні форм (звичайна тортілья та «тверде пиво»), освіжаючі шоколадні напої атоле, парові кнедлики тамале з пікантними або солодкими начинками. На ринку, полиці ламаються від гір тропічних фруктів та незнайомих овочів. Використовується старовинна методика готування в листках та у глиняній посуді. Свинина, яловичина, козлятина, ягнятина або звичайна курка під час такого приготування перевтілюється не тільки у корисну страву, але і в смачну насолоду. Моря і озера забезпечують широкий асортимент риби та морепродуктів. Родзинкою у мексиканській кухні є простота і майже необмежена кількість варіантів та комбінацій у застосуванні продуктів. Найвідомішими стравами є: тако (кукурудзяні коржики наповнені м'ясом чи рибою, овочами та сальсою), моле (запечений перець фарширований сиром), тамалі (кукурудзяне борошно за фаршем, запечене в кукурудзяному листі), енчіладес (запіканка із кукурудзяними коржами, які зазвичай наповнюють м'ясом, сиром, овочами, морепродуктами, яйцями або бананами, а часто – картоплею та сиром), позоле (густий суп із кукурудзи, квасолі, м'яса). При подачі в суп додається свіжа капуста, редиска, подрібнена цибуля, перець чилі та кінза з орегано), касаділля (тортилья, яку фарширують сиром, овочами чи м'ясом і підсмажують на сковороді, допоки сир не розплавиться), чуррос (десерт). Текіла вважається найвідомішим світовим напоєм Мексики який став великим послом мексиканської культури.

Національна кухня **Чилі** приваблює власним колоритом, місцевими традиціями та впливом країн Європи і Близького Сходу. Тут можна скуштувати безліч оригінальних страв, основу яких складають: морепродукти, кукурудза, рис, картопля, ямса та інші овочі.

**Бразилію** – країну розташовану в Південній Америці з її унікальним кліматом та великою кількістю делікатесів знають туристи гурмани. Там

можна посмакувати найрізноманітнішими овочами і фруктами, скуштувати м'ясо екзотичної дикої фауни, морепродукти та живність річок. Туристи мають змогу завітати до найкращих бразильських кулінарних шкіл, а також спробувати власноруч приготувати страви бразильської національної кухні (найвідоміші з яких фейжоада, фарофа з маніоки, ватапа з молюсків).

І також, звісно оглянемо найвідвідуваніші країни Африканського регіону (рис. 2.5).

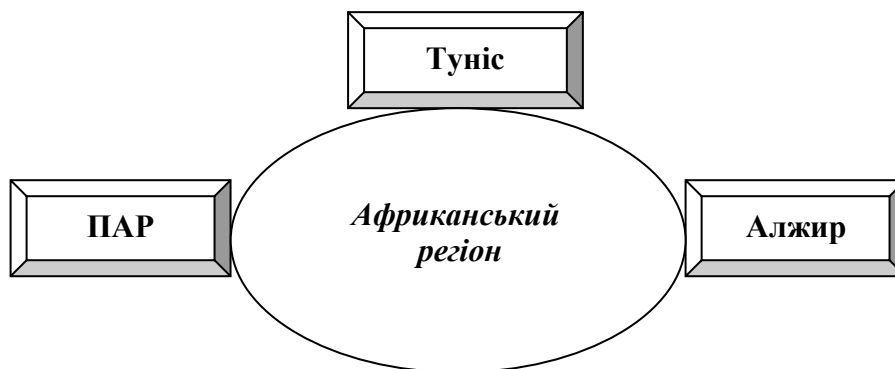


Рис. 2.5 Найвідвідуваніші країни Африканського регіону

Джерело: складено автором.

Африканський континент відомий тим, що тут готують їжу, яку не можливо спробувати більше ніде. Історично в цьому регіоні відбувався найменший кулінарний вплив з боку інших країн, тому тут збереглися традиції із використання автентичних та екзотичних продуктів, наприклад м'яса екзотичних тварин: мавп, антилоп, крокодилів або броненосців. Для звичайного туриста овочі там теж будуть цікаві, наприклад використовують бамію, кореня імбиру і маніоки.

Традиційною центральноафриканською стравою є бамбара (готуючи солодку рисову кашу у неї додають арахісову олією). Готують також арахісові супи, супи з маніоки з м'яса або риби – фуфу. Традиційну та унікальну кухню з місцевої продукції пропонують туристам місцеві жителі, так і заклади ресторанної сфери.

Інші Африканські регіони славляться традиційними стравами з жовтих або зелених бананів, різноманітними коржиками, лавашами, рисом.

До Африки потрапила велика кількість спецій з арабських країн, а з Європи – олії з оливок та соняшника, а також вина, і ці інгредієнти прикрасили африканську кухню, їжа стала смачніша з більше вираженим смаком.

Отже, найбагатшим досвідом з питань розвитку гастрономічного туризму володіє Європейський регіон, оскільки він є найпопулярніший та найвідвідуваніший з поміж інших. Але разом з тим, кожному регіону характерна гастрономічна особливість, власні кухні та підходи до розвитку гостротуризму, чим вони і приваблюють туристів.

### **2.3. Стан розвитку гастрономічного туризму в Україні у довоєнний період та в умовах сучасних викликів**

*Зрідка трапляється смак, коли хочеться зупинити час і безконечно насолоджуватись моментом. Закрити очі і уявляти людину чи цілу культуру, що його створила. Так можна відчутти й Україну. Ігор Лильо – доктор історичних наук, дослідник історії їжі*

Національна кухня України є потужним показником приналежності народу до природи, демонструє його життєвий устрій, релігійну приналежність та культуру. Кухня є важливим елементом культури певного етносу, демонструє його особливість, несхожість та відмінність від інших. Потрібно признати, що кухня етносів практично не схильна до змін, що вказує на «чистоту» і навіть архаїчність традицій. Ця особливість етнічної кухні робить її безцінним ресурсом для розвитку гостротуризму в Україні.

Українська народна мудрість говорить «Ми – те, що ми їмо». І звісно, цікавим є те звідки походять кулінарні страви: від предків (закладено генетично) чи просто від наших гастрономічних уподобань. Ставлення

українців до смаку, свіжості і краси страв мабуть передалось через багатовіковий досвід.

На сьогодні в усьому світі так і в Україні набувають популярності крафтові та фермерські продукти. Споживачі погоджуються навіть більше платити за натуральну та смачну їжу. У зв'язку із останніми подіями в українців загострилась потреба в пошуку та поверненні до «свого» колись забутого. Українці цікавляться старовинними рецептами. В останні роки кількість прихильників української кухні, так і видання кулінарних книг із кулінарною спадщиною, постійно збільшується. Адже їжа – це не просто фізична матерія, а і згусток інформації, який закладався нашими пращурами під час її приготування і так само закладається зараз сучасними господарями.

Одним і тим самим продуктам в різних регіонах України використовуючи різні технології обробки, зберігання і приготування надають різні смаки та форми. Технологія приготування, зберігання і навіть використання продуктів протягом року відпрацьовувалась століттями. Збирання урожаю (збіжжя, овочів, фруктів), заготівля м'яса, риби, грибів, диких ягід проводилась в окремі періоди, а використовувались раціонально і рівномірно, щоб урізноманітнювати раціон і забезпечувати виживання у неврожайні або складні життєві періоди.

Для усіх давніх українців землеробів, незалежно від етнічної приналежності, традиційною їжею були продукти хліборобства. Головне місце в харчуванні займали страви із борошна та крупи. Різноманіття продуктів, методів готування та етнічних традицій кухарів сприяло появі смачних і неординарних страв, які дійшли до нашого часу, а деякі і забулись.

Згідно з етнографічними дослідженнями, українська кухня включає понад чотири тисячі рецептів різних страв, що містять м'ясо, рибу, овочі, яйця та молочні продукти. Найпопулярніші страви в Україні їх географія та опис наведені в Додатках А та Б.

До початку повномасштабної війни з росією науковцями відзначається активізація гастрономічного туризму в Україні. Популярними стали винні тури в Закарпатську, Одеську, Херсонську та Миколаївську області. Україну відносять до 5-рки найбільш перспективних європейських держав з розвитку винних турів, які, до того ж, можуть бути всесезонними. Українськими дослідниками зазначається, що найефективнішим є поєднання винних та сільських турів. Спостерігається зростаючий попит на гурман-тури в напрямках етнотуризм та сільський зелений туризм [54].

Українці поєднуючи традиції, крафтовий підхід і сучасні технології мають значний потенціал для розвитку гастрономічного туризму. Це відкриває можливості для залучення туристів з різних країн і забезпечує сталий розвиток локальних кулінарних спільнот. У сучасних умовах гастротуризм в Україні прогресує, інтегруючи традиції з актуальними тенденціями [55]. Незважаючи на усі сучасні проблеми в умовах війни внутрішні туристи шукають емоційного відновлення і нові враження. Культуру гастрономії можна віднести до важливих елементів цього процесу: люди не тільки подорожують по Україні, а й занурюються в місцеву традиційну культуру.

Останніми роками спостерігається зацікавлення українців кулінарією, цьому сприяли кулінарні шоу на телебаченні, кулінарні канали, постійні онлайн та офлайн майстер-класи для професійних кухарів та початківців, розвиток закладів ресторанної сфери тощо.

Також необхідно відмітити зростаючий інтерес міжнародної спільноти до української кухні внаслідок міграції українців. Різноманіття та багата історія української кухні починають все більше приваблювати іноземців, що забезпечує перспективи для розвитку гастрономічного туризму, особливо після закінчення війни. Страви на кшталт борщу, вареників, дерунів та медових десертів набувають популярності та підкорюють міжнародні

конкурси і фестивалі, створюючи образ України, як країни, що має унікальну гастрономічну культуру, яка заслуговує на популяризацію [56].

Туризм в Україні є важливим елементом в національній економіці та соціально-культурному житті нашої країни. Наразі він переживає складні періоди розвитку в умовах негативних впливів пандемії та війни, адаптується до мінливого внутрішнього так і зовнішнього середовища. Активний розвиток туристичної інфраструктури дещо призупинився.

Для проведення ґрунтовного та правильного аналізу туристичної галузі та розвитку гастрономічного туризму в Україні проведемо аналіз статистичних показників цієї галузі.

Відповідно до наявних даних, зокрема офіційного сайту Державної служби статистики та Національної туристичної організації України за 2017-2022 роки (інформація за 2023-2024 роки на сайтах відсутня) вивчено показники діяльності суб'єктів господарювання, що надавали послуги з забезпечення стравами і напоями в Україні, проведемо аналіз туристичного потоку, досліджено мету подорожей, проаналізовано кількість поїздок за кордон та в середині країни.

Проведений аналіз потоку туристів у 2017-2020 роках показав, що 82-90 відсотків усіх поїздок припадає на виїзний туризм. У 2019 році 5,5 млн осіб надали перевагу закордонному відпочинку (див. табл. 2.1).

На внутрішній туризм припадає лише 10 відсотків, що є дуже негативним показником. Для порівняння 95 відсотків жителів США віддають перевагу внутрішньому туризму, аналогічна ситуація в більшості туристично розвинених країнах.

*Таблиця 2.1*

**Аналіз кількості туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами в Україні у 2017-2020 рр.**

(осіб)

Вид туризму	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік	Відхилення 2018/2017 року, осіб	Відхилення 2019/2018 року, осіб	Відхилення 2020/2019 року, осіб
<i>в'їзні туристи</i>	39 605	75 945	86 840	11 964	36 340	10 895	-74 876
<i>виїзні туристи</i>	2 289 854	4 024 703	5 524 866	2 125 702	1 734 849	1 500 163	-3 399 164

<i>внутрішні туристи</i>	476 967	456 799	520 391	222 612	-20 168	63 592	-297 779
<b>РАЗОМ</b>	<b>2 806 426</b>	<b>4 557 447</b>	<b>6 132 097</b>	<b>2 360 278</b>	<b>1 751 021</b>	<b>1 574 650</b>	<b>-3 771 819</b>

Джерело: складено автором на основі [56].

Менше 1 % у загальній кількості подорожей складає в'їзний туризм, зокрема кількість прибулих в Україну туристів у 2019 році складала 86,8 тис осіб, а у 2020 році лише 12 тис осіб. Для порівняння маленьку Японію відвідує в рік понад 30 млн закордонних туристів.

У 2020 році кількість усіх подорожей скоротилась більше ніж в двічі.

Аналіз кількості туристів за видами поїздок у 2019-2020 роках показав, що 95 відсотків припадає на відпочинок та дозвілля – 5,8 млн осіб у 2019 році, та у 2020 році 2,3 млн. осіб (див. табл. 2.2).

*Таблиця 2.2*

**Аналіз кількості туристів за видами поїздок у 2019-2020 рр.**

(осіб)

	2019 рік						2020 рік					
	Усього	у тому числі за метою поїздки					Усього	у тому числі за метою поїздки				
		Службові, ділові	Дозвілля, відпочинок	Лікування	Спортивний туризм	інша		Службові, ділові	Дозвілля, відпочинок	Лікування	Спортивний туризм	інша
<i>в'їзні туристи</i>	86 840	5 324	61 027	2 812	194	17 483	11 964	481	8 596	271	256	2 360
<i>виїзні туристи</i>	5 524 866	91 778	5 407 575	18 255	1 599	5 659	2 125 702	15 087	2 107 907	736	525	1 447
<i>внутрішні туристи</i>	520 391	174 069	293 043	44 862	2 453	5 964	222 612	45 630	152 768	16 914	757	6 543
<b>РАЗОМ</b>	<b>6 132 097</b>	<b>271 171</b>	<b>5 761 645</b>	<b>65 929</b>	<b>4 246</b>	<b>29 106</b>	<b>2 360 278</b>	<b>61 198</b>	<b>2 269 271</b>	<b>17 921</b>	<b>1 538</b>	<b>10 350</b>

Джерело: складено автором на основі [56].

На службові відрядження у 2019 році припадало 271,2 тис поїздок, з яких 174,1 внутрішні. Поїздки пов'язані із лікуванням, спортом та іншою метою не перевищують 2 % від загальної кількості подорожей.

Отже, проведений аналіз свідчить про низьку туристичну активність українців, орієнтацію їх в основному на закордонний відпочинок та непривабливість України для закордонного туриста. Такий стан справ потребує проведення титанічної роботи, в першу чергу з боку держави, бізнесу, турагентів та інших зацікавлених сторін для зміни ситуації.

Державною агенцією розвитку туризму (ДАРТ) проведено опитування яке показало, що з початком повномасштабної війни більше 45% українців мандрували Україною. Протягом останніх років 26% респондентів подорожували країною 1-2 рази, 12% – 3-5 разів, а 7% більше 5 разів. Цікавим є те, що більша половина респондентів (54%) полюбляє міський туризм та піші прогулянки. Зросла популярність подієвого туризму, 23% опитаних це підтвердило, а 22% – вибирають гастрономічні тури по країні. Загалом, активний відпочинок обирали 16% опитаних, а екотуризмом цікавиться – 11% [57]. Нині туристична галузь в більшій мір виживає за рахунок внутрішнього туризму [58].

У 2022 році в Україні налічувалось 50 7211 суб'єктів господарювання що надавали послуги з забезпечення стравами і напоями, які давали роботу 149 455 працівникам, обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) складав 29 853 854,7 тис. гривень. У 2020 році загальна кількість суб'єктів господарювання складала – 62 348 одиниць, що найбільше за аналізований період (див. табл. 2.3).

Починаючи з 2020 року кількість закладів щорічно зменшувалась. Суттєво скоротилась у 2022 році в порівнянні з 2019 роком і кількість працівників на 83,1 тис чоловік.

Скорочення кількості суб'єктів господарювання та їх прибутків пов'язане із пандемією та початком повномасштабної війни з РФ, які негативно вплинули на туристичну галузь.

*Таблиця 2.3*

**Показники діяльності суб'єктів господарювання що надавали послуги з забезпечення стравами і напоями в Україні у 2017–2022 рр. (за видами економічної діяльності)**

Клас економічної діяльності	Код за КВЕД	Рік	Кількість суб'єктів господарювання*, одиниць	Кількість зайнятих працівників, осіб	Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг), тис. грн	Чистий прибуток (збиток), тис. грн
Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування	56.10	2017	38545	139574	27 699 868,5	405 025,5
		2018	41860	172355	36 821 629,9	405 999,2
		2019	48398	185443	47 954 049,6	931 701,1
		2020	51069	167735	45 725 958,3	-320 818,2
		2021	50271	170726	72 085 276,6	524 553,8

		2022	42190	123707	15 579 398,5	-2 410 718,8
<b>Постачання інших готових страв</b>	<b>56.29</b>	2017	4243	25929	6 575 490,3	13 625,5
		2018	4361	30839	8 258 105,6	109 616,9
		2019	4570	28515	8 880 845,9	120 403,2
		2020	3982	21858	6 052 486,7	-92 469,4
		2021	3607	22255	9 671 937,7	31 725,4
		2022	2910	14292	13 301 846,8	73 669,9
<b>Обслуговування напоями</b>	<b>56.30</b>	2017	6428	15676	1 754 298,2	41 743,8
		2018	6604	18510	2 260 071,1	8 852,1
		2019	7038	18557	2 654 817,6	-3 465,4
		2020	7297	17018	2 394 044,1	-50 391,8
		2021	6855	16286	3 791 455,2	-88 824,6
		2022	5621	11456	972 609,4	-17 360,9
<b>Разом</b>		<b>2017</b>	<b>49 216</b>	<b>181 179</b>	<b>36 029 657,0</b>	<b>460 394,8</b>
		<b>2018</b>	<b>52 825</b>	<b>221 704</b>	<b>47 339 806,6</b>	<b>524 468,2</b>
		<b>2019</b>	<b>60 006</b>	<b>232 515</b>	<b>59 489 713,1</b>	<b>1 048 638,9</b>
		<b>2020</b>	<b>62 348</b>	<b>206 611</b>	<b>54 172 489,1</b>	<b>-463 679,4</b>
		<b>2021</b>	<b>60 733</b>	<b>209 267</b>	<b>85 548 669,5</b>	<b>467 454,6</b>
		<b>2022</b>	<b>50 721</b>	<b>149 455</b>	<b>29 853 854,7</b>	<b>-2 354 409,8</b>

Джерело: складено автором на основі [59].

Туристична інфраструктура включає заклади ресторанного господарства, що забезпечують більше 20% доходу у вартості туру, що задовольняють фізіологічні потреби туристів у харчуванні, так і є способом донести інформацію про культуру, традиції населення країни перебування. Україна має багато цікавих та концептуальних закладів ресторанного господарства, що є популярними серед гастрономічних туристів (див. Додаток В).

Туристична інфраструктура включає заклади ресторанного господарства, що забезпечують більше 20% доходу у вартості туру, що задовольняють фізіологічні потреби туристів у харчуванні, так і є способом донести інформацію про культуру, традиції населення країни перебування. Україна має багато цікавих та концептуальних закладів ресторанного господарства, що є популярними серед гастрономічних туристів (див. Додаток В).

Місце витрат на туристичні послуги в структурі сукупних витрат домогосподарств України наведені в табл. 2.4.

*Таблиця 2.4*

**Місце витрат на туристичні послуги в структурі сукупних витрат домогосподарств України**

Роки	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Сукупні витрати в середньому за місяць у розрахунку на одне домогосподарство, грн.</b>	<b>7139</b>	<b>8309</b>	<b>9670</b>	<b>9524</b>	<b>11243</b>
<b>У тому числі:</b>	<b>відсотків</b>				
транспорт	3,7	3,7	4,8	4	4,5
відпочинок і культура	1,8	1,8	1,6	1,5	1,7
ресторани та готелі	2,4	2,4	2,6	1,6	1,8

Джерело: складено автором на основі [59].

Сукупні витрати в середньому за місяць у розрахунку на одне домогосподарство у 2021 році склали 11,2 тис грн, що на 4 тис грн більше у порівнянні з 2017 роком. Частка витрат населення на ресторани та готелі протягом 2017-2019 році була стабільною 2,4-2,6 %, однак у 2020 та 2021 роках зменшилась до 1,6 та 1,8 % відповідно. Зменшувались витрати на відпочинок і культуру з 1,8 % у 2017 році, до 1,5 % у 2020 році.

Аналіз грошових витрат домогосподарств на відпочинок, культуру, ресторани та готелі у середньому за місяць та відображено в таблиці 2.5.

На відпочинок, культуру, ресторани та готелі одне домогосподарство у 2017-2021 рр. витрачало від 270 до 380 грн у середньому за місяць, або 1,5-1,9% від сукупних споживчих витрат. Такі витрати протягом 2017-2019 років зростали, а у 2020 році через пандемію скоротились, а у 2021 році дещо збільшились. Частка витрат на ресторани та готелі є незначною і складає 1,7-2,8% від сукупних споживчих витрат. На харчування поза домом витрати склали 1,2-2 %, а це 120-180 грн щомісячно.

Таблиця 2.5

**Грошові витрати домогосподарств на відпочинок, культуру, ресторани та готелі (у середньому за місяць)**

	у середньому на домогосподарство (грн.)					у % до сукупних витрат				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
Відпочинок і культура	117,7	146	156	144	184	1,6	1,8	1,6	1,5	1,9
Ресторани та готелі, з них:	152,4	201,1	252,3	148	199	2,3	2,4	2,8	1,7	2,1
<i>харчування поза домом</i>	<i>121</i>	<i>144,5</i>	<i>180,4</i>	<i>105,6</i>	<i>130</i>	<i>1,7</i>	<i>1,7</i>	<i>2</i>	<i>1,2</i>	<i>1,4</i>
<i>витрати на оплату путівок на бази відпочинку тощо</i>	<i>12,7</i>	<i>16</i>	<i>17,5</i>	<i>7,88</i>	<i>13,86</i>	<i>0,2</i>	<i>0,2</i>	<i>0,2</i>	<i>0,1</i>	<i>0,1</i>

Споживчі сукупні витрати	6634	7655	9670	9524	9610	92,9	92	90,1	90,1	91
--------------------------	------	------	------	------	------	------	----	------	------	----

Джерело: складено автором на основі [59].

Отже, через світову пандемію та воєнні дії показники пов'язані з гастрономічним туризмом в Україні погіршилися, і відповідно очікувати їх покращення в найближчі роки не приходиться.

SWOT-аналіз є ефективним засобом у стратегічному управлінні, що допомагає структурувати вплив внутрішніх та зовнішніх факторів, які мають вплив на розвиток гостротуризму в державі. У таблиці 2.6 представлено сильні та слабкі сторони гастрономічної туристичної сфери в Україні [60].

SWOT-аналіз показує, що туристична інфраструктура так і туристичні послуги в Україні слабо розвинені, та їх якість переважно не відповідає стандартам світового туристичного ринку, який потребує створення і популяризації конкурентоспроможних гастрономічних туристичних продуктів. Такий стан справ потребує ефективних та відповідальних дій від органів державної влади так і місцевого самоврядування по формуванню політики надання підтримки туристичній галузі.

Аналізуючи пропозиції українських туроператорів можна зробити висновки, що в гастрономічному туризмі в Україні відбуваються початкові кроки. Для успішного розвитку в цьому напрямі важливо розробити та активно просувати гастрономічні тури, які використовують місцеву сировину, харчові продукти та напої. Необхідно також створювати концептуальні заклади (ресторани, кафе, бари тощо), щоб підкреслити автентичні національні кулінарні традиції.

*Таблиця 2.6*

SWOT – аналіз гастрономічного туризму в Україні

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>Вигідне географічне та геополітичне розташування України.</p> <p>Різноманітні <u>природно-кліматичні</u> умови.</p> <p>Багата історико-культурна спадщина для відродження стародавніх рецептів та способів приготування вишуканих страв.</p> <p>Унікальні кулінарні традиції та звичаї в регіональному аспекті.</p> <p>Наявність туристичних атракцій та рекреаційних ресурсів.</p> <p>Багатонаціональний склад населення країни з відповідними кулінарними традиціями.</p> <p>Розвиток сфери виробництва і переробки сільськогосподарської продукції.</p>	<p>Відсутність розвинутої транспортної та туристичної інфраструктури у багатьох регіонах країни.</p> <p>Недосконалість рекламної та маркетингової стратегії на зовнішніх та внутрішньому ринках.</p> <p>Відсутність централізованого підходу до розвитку <u>гастротуризму</u> в Україні.</p> <p>Недостатній рівень стимулювання залучених регіональних виробників продуктів харчування до сфери <u>гастротуризму</u>.</p> <p>Недостатня фінансова підтримка для розвитку <u>гастротуризму</u> зі сторони держави.</p> <p>Дефіцит кваліфікованих кадрів у сфері <u>гастротуризму</u>.</p> <p>Невідповідність якості пропонованих послуг міжнародним стандартам та високому рівню цін</p>
Можливості	Загрози
<p><u>Брендвання</u> регіональної кухні та <u>позиціонування</u> на міжнародному ринку <u>гастротуризму</u> як унікального виду рекреації.</p> <p>Становлення традицій різноманітних гастрономічних фестивалів, проведення тематичних регіональних святкових заходів.</p> <p>Створення привабливого туристичного іміджу України на зовнішніх ринках за рахунок популяризації <u>гастротуризму</u>.</p> <p>Формування єдиної інформаційної бази та реєстру гастрономічних маршрутів.</p> <p>Розвиток продуктової номенклатури для <u>гастротуризму</u>.</p> <p>Соціально-економічний розвиток сільської місцевості.</p> <p>Створення музеїв їжі, дегустаційних залів, відновлення фабрик та заводів, які виготовляють продукти харчування і як результат створення гастрономічного продукту.</p>	<p>Послаблення конкурентних переваг вигідного геополітичного розташування України внаслідок тривалої військової агресії.</p> <p>Високе конкурентне середовище серед придатних <u>дестинацій</u> для формування гастрономічних турів.</p> <p>Зниження платоспроможності та якості життя населення в період військового стану.</p> <p>Високий рівень зношення об'єктів туристичної інфраструктури.</p> <p>Цінові ризики для суб'єктів туристичної діяльності на розвиток нового виду туризму.</p> <p>Нерентабельність туристичного потоку через низький рівень доходів.</p> <p>Низький рівень інвестиційної привабливості туристичної сфери.</p> <p>Вплив пандемії та карантинних обмежень на активізацію розвитку <u>внутрішнього гастротуризму</u></p>

Джерело: складено на основі [61–66]

SWOT-аналіз вказує на те, що українську національну кухню можна використовувати для стимулювання зростання туристичних потоків і сприяти розвитку гастротуризму як окремого туристичного напрямку.

Останніми роками спостерігається зацікавлення українців кулінарією, цьому сприяли кулінарні шоу на телебаченні, кулінарні канали, постійні онлайн та офлайн майстер-класи для професійних кухарів та початківців, розвиток закладів ресторанної сфери тощо.

У липні 2022 року український борщ включено до переліку об'єктів нематеріальної культурної спадщини, яка потребує охорони ЮНЕСКО.

Відповідно до ст. 12 Конвенції ЮНЕСКО про охорону нематеріальної культурної спадщини, яку Україна ратифікувала у 2008 році було створено Національний перелік елементів нематеріальної культурної спадщини України. Наразі, на 24.03.2025 року у перелік включає 109 елементів, з яких 27 щодо технології приготування українських традиційних страв та напоїв (див. Додаток Г). До цього переліку віднесено: культуру приготування українського борщу; традицію готування яворівських пирогів; знання та практику готування сахновщинських короваїв; знання, вміння і практику готування і вживання біляївської рибної юшки; бузинник – десертну страву приготовану на бузині; традицію готування обрядової страви «крупки»; гуцульську бриндзю; культуру готування і споживання плацинди у селах долини річки Фрумушика; сливовий леквар – традиції готування і культура вживання на Закарпатті; традиційні обрядові хліби Вінниччини; традиції готування обрядового хліба до Дня Святого Георгія в селі Криничне; готування українських традиційних «Голубці»; обряд з готування зливаної каші; обрядовий напій «Варена»; традицію готування фруктової сушки у селах Охтирщини; традицію готування і споживання каші «Зозуля»; культура традиційної гуцульської сирної пластики; культура приготування «Засипаної капусти»; звичаї та технологію готування святкових та поминальних каш у м. Авдіївка; випічка весільних утят у селі Річки; обряд готування «Зелеківська зливанка»; традицію готування і споживання пісних голубців з картоплі; традицію готування затірки в с. Криві Луки; традицію готування ет аякляків (караїмських пиріжків із м'ясом); практику і культуру готування «чіберек» та «янтик» – традиційно кримськотатарських страв; кавову традицію кримських татар.

У 2016 році Україна посіла 20 місце в рейтингу найсмачніших кухонь світу за версією Yonderbound (найбільша спільнота туристів в світі), що провела опитування. За підсумками 2022 року українська кухня посіла 41 місце в світі за версією популярного путівника Taste Atlas [67]. Як свідчать

результати рейтингів Україна здатна пропонувати конкурентоспроможний туристичний продукт, для розвитку гастрономічного туризму.

До початку пандемії та повномасштабної війни з РФ набували популярності винні тури по Закарпаттю, Одеській, Херсонській та Миколаївській областях. Потрібно відмітити, що Україна входить в п'ятірку країн Європи, зі значними перспективи вами розвитку винного туризму [68].

Також в Україні були популярні фестивалі, зокрема фестиваль борщу, найкращий організували в с. Борщів Тернопільської області. Фестиваль сала щорічно заманювали туристів в Петриківку Дніпропетровської області. На закарпатських та волинських фестивалях пекли найсмачніші домашні ковбаси. В Коростині кожного року проводились фестивалі дерунів. Гоцульщина славилась фестивалем «Берлибаський банош». Полтава щорічно приймала гостей на фестивалі галушок. В місті Луцьк щорічно організували фестиваль національної кухні, основною стравою були вареники.

Загадані фестивалі склали малу частину заходів, що організувались до пандемії та повномасштабної війни в Україні (див. Додаток Д). Нажаль на сьогодні більшість фестивалів не відбувається.

Останні дослідження туристичних потоків показують, що їх кількість зростає в тих регіонах, де відбуваються фестивалі їжі та народні свята. В Україні створено багато автентичних туристичних продуктів на основі гастрономічних фестивалів, однак їх недостатньо.

До найцікавіших гастротурів Україною можна віднести «Сировинний тур Закарпаттям», «Смачне Закарпаття», «Кулінарне Закарпаття», «Хмільний Львів», «Полтавські галушки», «Прогулянка по-одеськи» тощо (Додаток Ж).

Провівши аналіз доступних гастрономічних турів, що пропонують вітчизняні туроператори, можна визначити певні недоліки галузі:

- обмеженим колом підприємств розробляється та здійснюється професійне забезпечення гастрономічних турів;

- більша частина турів пропонується до Закарпаття та Львівщини;  
 - наразі гастрономічний туризм не сформувався в окремий напрямок туризму, оскільки в більшості випадків дегустація національної кухні туристами відбувається в подорожах, які пов'язані з іншими видами туризму.

Розглянемо динаміку відвідування гастрономічних фестивалів та інших гастрономічних подій в Україні з 2010 по 2023 рр. (рис. 2.6).

**Кількість туристів, що відвідували гастрономічні події в Україні у 2010-2023 рр.**

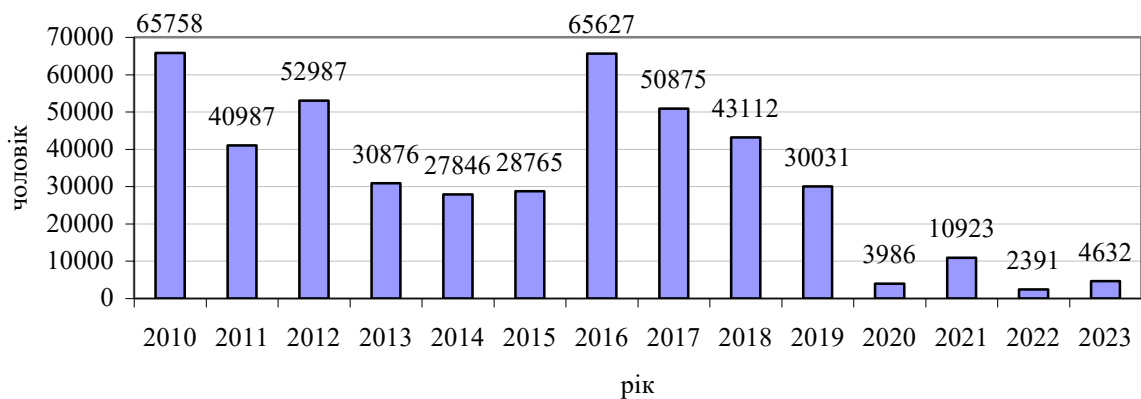


Рис. 2.6 Кількість туристів, що відвідували гастрономічні події в Україні у 2010-2023 рр.

Джерело: складено автором на основі [59].

Аналізуючи рисунок 2.6 можна відмітити, що відвідуваність фестивалів і туристичних заходів знизилася у 2014-2015 роках через складну економічну та політичну ситуацію в Україні, військові дії на сході і анексію Кримського півострова. У цей період стало менше приїздити туристів з інших країн, що призвело до зменшення відвідувань таких подій. З 2016 до 2020 року відзначається поступове зростання потоку відвідувачів. У 2020-2021 роках майже усі фестивалі були скасовані через COVID-19, хоча деякі місцеві заходи все ж відбулися. У 2022 році через початок повномасштабної війни РФ та введення воєнного стану рівень відвідуваності залишився низьким.

Розглядаючи вікову структуру туристів, що беруть участь в гастрономічних фестивалях (рис. 2.7), можна відзначити, що найбільш активними учасниками таких заходів є молодь віком 25-36 років.

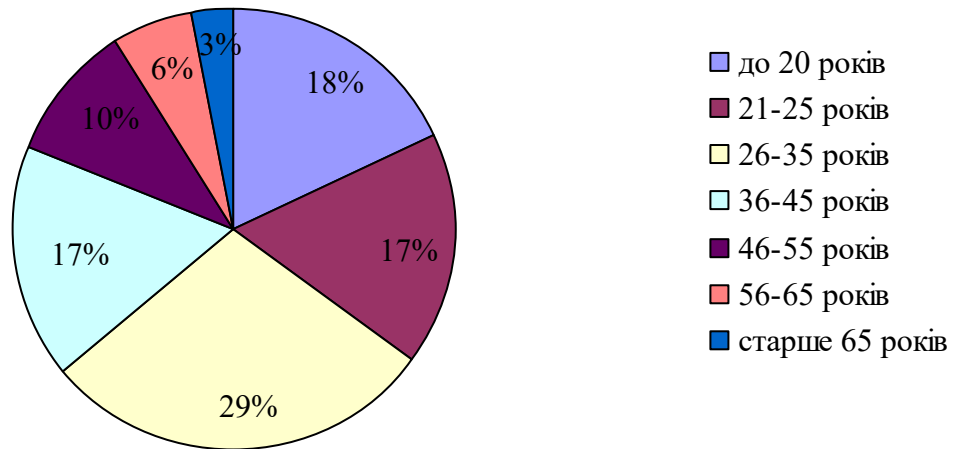


Рис. 2.7 Віковий склад відвідувачів гастрономічних фестивалів

Джерело: складено автором на основі [59].

Гастрономічні фестивалі відіграють важливу роль у формуванні туристичної привабливості окремого міста, регіону та цілої країни. Вони не тільки надають унікальну можливість скуштувати місцеві страви, але й стають магнітом для туристів, пропонуючи їм шанс поринути в святкову атмосферу та приєднатись до готування страв. Ці заходи завжди привертають увагу туристів своїм захопливим контентом і можливістю зануритися в культурні та кулінарні традиції місцевих жителів. Такі фестивалі відіграють ключову роль у популяризації туристичних напрямків і сприяють розвитку місцевої інфраструктури та економіки завдяки збільшенню кількості відвідувачів.

Отже, в Україні до війни активно організовувалось багато гастрономічних заходів, проводилось понад сотня гастрономічних фестивалів, присвячених вину, сиру, дерунам, салу, карпу, тушкованому півню, вареникам, шашликам, шоколаду, полуниці, березовому соку, кавуну, хлібу та іншим продуктам. Завдяки цьому країна мала значний потенціал для розвитку гастрономічного туризму, що приносив важливі соціальні та економічні вигоди місцевим виробникам напоїв і харчових продуктів. Для

туристичних агенцій цей напрям відкривав нові можливості для розширення спектра послуг та створення унікальних турів, здатних залучити більше клієнтів. Це також підвищувало конкурентоспроможність агентств на ринку, привертаючи увагу подорожуючих, котрі зацікавлені не лише в культурній спадщині, а й у кулінарних традиціях країни. Україно-російська війна це надзвичайно складне випробування для туристичної сфери та гастрономічного туризму безпосередньо. Через війну галузь стикається зі скороченням доходів, згідно з даними Державного агентства розвитку туризму, прибутки у 2022 році зменшилися на 34 %. Від цього також страждає культурна спадщина України. Міністерством культури та інформаційної політики України проінформовано, що з початку війни і до початку 2025 року в культурній спадщині зруйновано та пошкоджено 1260 об'єктів. Музейний фонд України налічує приблизно 12 млн експонатів, з яких понад 1,4 млн предметів перебувають під окупацією або викрадені. Деякі колекції втрачено назавжди. Ця ситуація підкреслює нагальну потребу в діджиталізації культурної спадщини та музейного фонду країни [69].

Війна змусила багато підприємств гостротуризму припинити свою діяльність через кілька причин. По-перше, ведення бізнесу стало неможливим на окупованих територіях або в зонах постійних обстрілів. По-друге, спостерігалось зниження попиту як з боку українців, так і іноземних туристів. По-третє, порушилися логістичні зв'язки з партнерами. Внаслідок ракетних та дронівих обстрілів у прифронтових регіонах, таких як Харків, Дніпро та Одеса, постраждали офіси турагентств і туроператорів, при цьому окремий облік цих збитків на даний момент не ведеться.

Протягом 2023 року кількість туристичних підприємств в Україні зменшилася на 36% у порівнянні з попереднім роком. Державне агентство з розвитку туризму України (ДАРТ) повідомляє, що доходи від туризму в 2022 році знизилися майже на 31%, особливо через втрату всіх прибутків від в'їзного туризму, спричинену військовими діями. У цей період податкові

надходження від туроператорів скоротилися на 35%, а доходи від туристичних агентств, які перераховувалися до державного бюджету 2022 року стали меншими на 27% у порівнянні з 2021 роком.

Зменшення доходів від туристичного збору в 2022 році спостерігалось у 14 областях України, що перебували або перебувають у зоні бойових дій або тимчасово окуповані. Наприклад, Херсонська область втратила 95% збору, Миколаївська – 90%, Донецька – 83%, Луганська – 80%, Одеська – 80%, Запорізька – 78%, Харківська – 61%, Сумська – 58%, місто Київ – 54%, Чернігівська – 53%, Київська – 43%, Житомирська – 24%, а Дніпропетровська та Рівненська області 15%. Це значне падіння свідчить про погіршення стану туристичної галузі.

У 2024 році, за оцінками експертів, туристичний сектор зменшився приблизно на 30% у порівнянні з довоєнними показниками. Податкові надходження у 2023 році скоротилися на 29% порівняно з роком раніше.

Обсяги реалізації в готельному секторі (тимчасове розміщення) зменшилися з 20 120,5 млн грн у 2021 році до 7 830,8 млн грн у 2022 році. У сфері громадського харчування спостерігалось скорочення з 87 164,9 млн грн у 2021 році до 30 350,6 млн грн у 2022 році. Рентабельність операційної діяльності підприємств у секторі тимчасового розміщення знизилася з 25,3 % до – 22,3 %, а у закладах харчування – з 3,5 % до – 5,5 %.

Попри непрості умови в туристичній галузі, зокрема у сфері гастротуризму, туристичний потенціал нашої країни залишається значним.

Отже, відновлення індустрії гастротуризму зумовлене швидкістю відновлення як загальної, так і туристичної інфраструктури, а також рівнем життя у державі, що стимулюватиме розвиток як внутрішнього, так і зовнішнього туризму. Післявоєнний період характеризується істотними викликами для різних секторів, включаючи готелі та харчову промисловість.

### **РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ТА ПРОЕКТНІ ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ З УРАХУВАННЯМ КРАЩОГО СВІТОВОГО ДОСВІДУ**

#### **3.1. Розробка гастрономічного туру та проектні пропозиції з метою просування стандартів української гостинності та брендингу України у світі**

Туризм в Україні є однією із складових частин національної економіки і соціально-культурного життя нашої держави. Як показав аналіз, сьогодні туристична галузь переживає складний період становлення в умовах ринку, адаптації до мінливих умов як в середині країни, так і за кордоном, негативних впливів пандемії та війни. Гастрономічний туризм

перебуває на стадії зародження, хоча враховуючи здобутки регіональних етнічних та національних кухонь, має непогані перспективи для подальшого розвитку. Наразі туроператори пропонують в основному гастрономічні тури по Києву, Львову, Одесі, Закарпатській та Полтавській областях України, і в більшості випадків вони є однотипними, оскільки передбачають екскурсії по одним і тим же гастрономічним дистанціям. Тому нами запропоновано новий гастрономічний тур, у регіоні де поки цей напрям туризму не є популярним. Назвали його «Етнічна кухня поліщуків» – пізнавально-гастрономічний тур в межах Рівненської області.

Рівненські землі мають багату історію та цікаву етнічну кухню, сформовану її етнічними мешканцями – поліщуками, що дозволяє їм стати осередком гастрономічного туризму. Як показав наш аналіз, в Рівненській області нажаль поки відсутні фестивалі їжі.

Тур розрахований на молодих людей та людей старше 40 років із середніми доходами, тривалістю – 3 дні та 2 ночі.

Цей тур буде сезонний та передбачатиме поїздки в періоди з початку квітня по вересень. Вартуватиме поїздка – 3 570 грн. в розрахунку на 1 людину (табл. 3.1).

*Таблиця 3.1*

**Розрахунок витрат на організацію пізнавально-гастрономічного туру для групи з 15 людей та одного супроводжуючого і водія**

Екскурсія «Дубенський замок»	100 грн (ціна вхідного квитка на одну особу) * 15 + 200 грн (екскурсійні послуги) = 1700 грн
Майстер-клас з приготування мацика, дегустація сиров'яленої м'ясної продукції	70 грн (вартість майстер-класу та дегустації) * 16 = 1120
Проживання в агросадбі «Хутір Касень»	200 грн (вартість ночівлі та харчування на одну особу) * 15 + 200 (проживання гіда) + 200 (проживання водія) = 3400 грн
Апітерапія	150 грн (вартість дегустація меду, екскурсії пасікою та повного процесу апітерапії на одну особу) * 15 = 2250 грн
Екскурсія на підприємстві «Рівень»	80 грн (екскурсія заводом та дегустація пива) * 15 = 1200 грн
Музей бурштину	50 грн (вартість вхідного квитка до музею) * 15 + 160 грн (екскурсійна програма) = 910 грн
Проживання в готелі «Мир»	1040 грн (вартість двохмісного номеру категорії стандарт) * 8 + 600 грн (ціна за додаткове місце для водія) + 16,69 (туристичний збір) * 17 = 9203,73
Майстер-клас з приготування мацика та пальцемпханної ковбаси, дегустація сиров'яленої м'ясної продукції	150 грн (вартість майстер-класу та дегустації) * 15 = 2250
Екскурсія на підприємстві «Пригощайся»	100 грн (вартість екскурсії та дегустації) * 15 = 1500 грн
Екскурсія Гошанським парком	150 грн
Транспортні витрати	12 000 грн
Загальна вартість послуг	1700+1120+3400+2250+1200+910+9 203,73+2250+1500+150+ 12 000= 35683,73 грн
Податки та винагорода співробітників	
Врахуємо до витрат податки та адміністративні витрати 20%	35 683,73 * 0,2 = 7136,75 грн
Винагорода гіда 10 %	35 683,73 * 0,1 = 3 568,3 грн
Винагорода туроператора 20%	35 683,73 * 0,2 = 7 136,75 грн
Вартість туру на 1 людину	3 570 грн

Джерело: складено автором

Форма маршруту – комбінована: м. Київ – м. Дубно – с. Таракаїв – с. Повча – с. Зоря – смт Клевань – м. Рівне – смт Гоща – м. Київ. Програмою туру передбачається відвідати десять місць.

Плануємо відвідати такі об'єкти: агросадбибу «Хутір Касень», садбибу-пасіку яку тримає Дмитро Шабако, заглянемо до пивзаводу «Рівень», Музею бурштину, підприємства «Дубровецький мацик», заводу продуктових товарів «Пригощайся». Також завітаємо до: Дубенського замку,

Тараканівського форту, Тунеля кохання, Гощанського парку пам'ятки садово-паркового мистецтва (рис. 3.1).

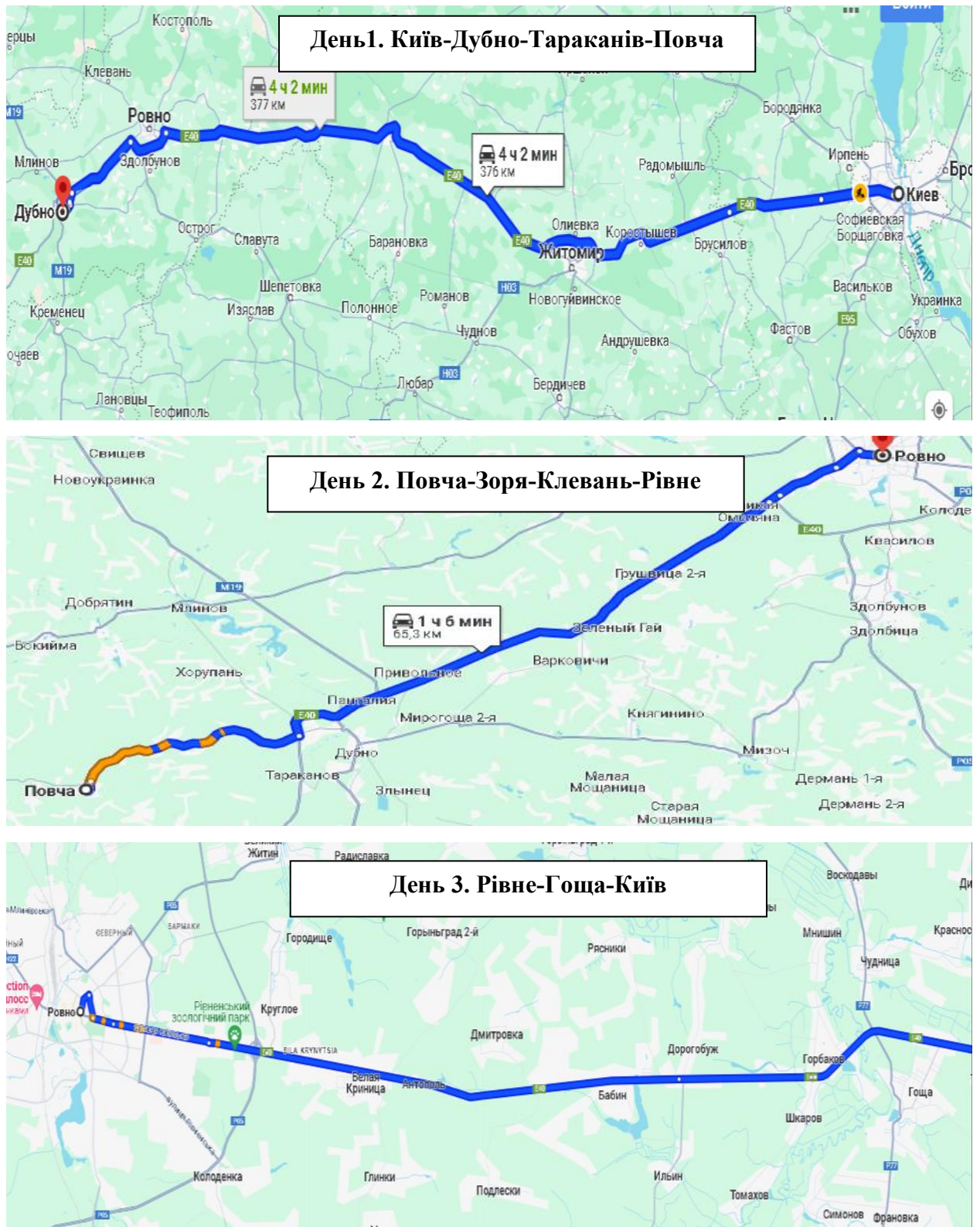


Рис. 3.1. Маршрут туру «Етнічна кухня поліщуків».

Джерело: складено автором

У пізнавально-гастрономічному турі «Етнічна кухня поліщуків» передбачено цікаві візити до пам'яток історії, архітектури та природи в

Рівненській області, екскурсії і майстер-клас з варіння пива на виробничому підприємстві, дегустація місцевих солодоців та делікатесів («мацик», «пальцемпхана ковбаса»), відвідини музею, ночівля в агросадибі вівчарського господарства, навіть апітерапія і дегустація різних блюд і напоїв поліщуків. Час та місця відвідин визначимо у програмі туру «Етнічна кухня поліщуків» (Додаток 3).

До вартості туру включено: ночівлю в агро-садибі і готелі; транспортні послуги; екскурсію по Дубенському замку та Тараканівському форту, овецій фермі, по Тунелю кохання, на підприємствах «Рівень», «Поліські делікатеси», «Пригощайся», квиток в Музей бурштину та Гоцанський парком; вартість сніданків і вечерь; вартість оветерапії і апітерапії; дегустацію молочних продуктів, меду, пива, горілки - «бурштинівки», сиров'ялених продуктів та солодоців.

До вартості туру не включено вартість їжі в ресторанах, сувеніри та додаткових екскурсій.

Дубенський замок є найдавнішою спорудою міста Дубно. Збудували замок за часів князівства Острозьких в XV ст., а у XVII ст. був перетворений на їх основну резиденцію. Будівлю оформлено відповідно до середньовічного стилю, замок має пишне оздоблення залів і палаців. Поряд протікає річка Іква, води якої заповнювали за потреби рови навколо, і робили замок неприступною фортецею. Дубенський замок пам'ятає навали кримських татар, штурми козацьких, польських, російських, французьких та шведських військ у XVII-XVIII ст. Він лишився неушкодженим в часи Північної війни та Французько-російської війни 1812 року, вцілів під час повстань організованих Тадеушем Костюшком. Замок ніколи не був захоплений.

Екскурсія замком передбачає його огляд за участі екскурсовода та обід у ресторації «Terrace Grill». Ресторан пропонує страви регіональної кухні, та делікатеси, що споживали за часів князів Острозьких [70].

Тараканівський форт є оборонною фортецею, зведеною у 70-80-х роках ХІХ ст. з метою охорони західних кордонів. Він знаходиться поблизу села Тараканів, в мальовничих місцях біля річки Ікви. Фортеця побудована у формі ромба, мала житлові та військові приміщення, була електрифікована, мала водопровід, каналізацію, вентиляцію, зв'язок, їдальню, медичний пункт тощо. Основні бої тут відбувались під час І Світової війни, відіграла важливу роль при Брусилівському прориві [71].

Це місце оточене таємницями і містичними історіями, одна з яких говорить що колись тут заблукала група НКВС та безвісти пропала. Людям посправді чуються потойбічні звуки, спостерігають тіні та дивні переміщення речей.

Село Повча Рівненської області славиться незвичайною агросадибою «Хутір Касень». Знаходиться вона на Повчаській височині, навколо дика природа з крутими схилами, пагорбами та ярами, що дає можливість господарям садиби тримати овечу ферму. Пропонують туристам комфортні кімнати з опаленням, електрикою, є Інтернет та гаряча вода. Можна попаритись в лазні та поплавати в басейні під відкритим небом, покататись на велосипеді. Цікаво туристам допомогати господарям на фермі доглядати овець, доїти їх, кормити та проводити час з ними, дегустувати продукцію (молоко, сир). Є можливість купити молочну продукцію, мед, чай з дикоростучих лікарських трав. Туристи забезпечуються повноцінним сніданками, обідами та вечерями з екологічно чистої продукції ферми та свіжої городини. Є можливість збирати поряд ягоди та гриби, оскільки господарство побудоване недалеко від лісу. Також, є кози, коні, незвичайні кучеряві свині та пасіки з бджолами [72].

Дмитро Шабака – віце-президент асоціації апітерпевтів України. У своєму рідному м. Сарни, що в Рівненській області, облаштував пасіку, та кімнату де організовує сеанс апітерапії. Під час апітерапії споживається мед, пилок, прополіс, маточне молоко, організовується відпочинок або сон на спеціальних лежаках над вулицями, практикується лікування через укуси

бджоли. Такі процедури нормалізують тиск, покращують роботу серця та кровоносної системи, очищують легені, сповільнюються процеси старіння і взагалі покращується як фізичний так і психічний стан людини.

Пан Дмитро не тільки лікує але і навчає догляду за бджолами, показує процедуру відбору меду. Можна купити свіжий мед та інші продукти бджільництва [73].

Одним із найромантичніших і красивіших місць в Україні рахується - тунель кохання, який розташований поряд із с. Клевань в Рівненській області. Його довжина майже чотири кілометри. Тунель утворився на залізничній дорозі, які була збудована в часи СРСР для військових потреб, і маскувалась деревами навколо. З роками колії перестали використовувати для військових потреб, а цивільний поїзд, що кожного дня тут проходить, ніби вистриг із дерев овальний тунель. Це місце облюбували закохані, сюди приїздить багато туристів, бо це і чудова фотолокація в Україні [74].

Рівненську пивоварню створено чеською родиною у XIX ст., і був названий «Паровий пивоварний завод «Бергшлоссь». Пиво заводу «Рівень» виділяється серед іншого своїм іскристим смаком. Ознакою якості є срібна нагорода Міжнародного професійного конкурсу пива отримана заводом у 2000 році. Готується пиво темних та світних сортів, а саме: «Бергшлосс», «Жигулівське», «Празьке», та «Рівень». Також виготовляється мінеральна та солодкі води.

Екскурсія передбачає ознайомлення з технологіями варіння пива, огляд різноманітних заводських цехів та обладнання, і звичайно, провести дегустацію пивної продукції. Туристи можуть купити свіжозоране пиво в магазині або барі «Рівень», які поруч із заводом [75].

Рівненщина – бурштинова земля. Тільки північні території Рівненщини багаті на ці «сонячні камінці». Музей бурштину знаходиться в обласному центрі, і функціонує при бурштиновому підприємстві. Експозиція музею представлена безліччю цікавих знахідок та виробів із бурштину, наприклад є камінець вік якого оцінюється в 40 мільйонів років,

є цінні екземпляри з комахами в середині та камінь який важить майже два кілограми. Найдавнішим виробом із бурштину є диск-амулет, вік якого понад 2,5 тис. років.

Музей, також пропонує відвідувачам скуштувати оригінальний напій «бурштинівку», що готується із міцної горілки, яка настоюється на дрібних камінцях бурштину. Горілка набирає цікавого бурштинового смаку, набуває яскравого, золотисто-бурштинового кольору та цілющих властивостей. Магазин поряд з музеєм продає бурштинові витвори мистецтва та «бурштинівку» [76].

Підприємство «Поліські делікатеси», що працює на Рівненщині пропонує мацик – це унікальна сиров'ялена м'ясна продукція, яка готується поліщуками з давніх часів. За смаком та харчовими властивостями є конкурентним з іспанським хамоном. Також, Поліська земля славиться «пальцемпханою» ковбасою, яка готується за схожою технологією, що і мацик. Підприємство «Поліські делікатеси» є одним з найліпших виробників багатьох м'ясних делікатесів, використовує при цьому старовинну технологію сирого в'ялення. Підприємство готує мацики зі свинини, курятини та різними наповнювачами, додає: вино, часник, гриби. Екскурсію та майстер-клас з виготовлення мацика та «пальцемпханої» ковбаси проводить власник підприємства пані Людмила. Під час екскурсії підприємством, проводиться дегустація мацика та «пальцемпханої» ковбаси. На сьогодні середні ціни таких продуктів від 700 грн за кілограм, а купити делікатес можна на виробництві [77].

Найкращим виробником солодоців регіону є Гощанське підприємство «Пригощайся». Підприємство виробляє печиво, консервацію, зефір, шоколадні цукерки з горіхів та сухофруктів (понад 30 видів) тощо. Із сухофруктів використовують: банан, грушу, яблука, інжир, чорнослив, курагу та інші. Підприємство організовує цікаву екскурсію, демонструє виробничі процеси проводить дегустацію свіжих цукерок та зефіру. Підприємство має магазин, що пропонує широкий вибір солодоців [78].

Цікавою пам'яткою садово-паркового мистецтва є Гошанський парк, що пов'язаний із сімейством пана Валевського, котрий мешкав в Гоші у ХІХ ст. Парк має рідкісні рослини: дволопатеви́й гінкга і болотяний дуб, а також дивовижні ландшафти. В паркові збереглися відомі будівлі: садиби Валевських, старої Михайлівської церкви та жіночого монастиря [79].

Отже, запропонований гастрономічний тур «Етнічна кухня поліщуків» є інноваційним продуктом, що розкриває надбання етнічної кухні поліщуків, які проживають на території сучасної Рівненської області. Тур розроблений для молоді та людей середньої вікової категорії, що цікавляться національною кухнею, і пропонує відвідати історичні та природні дистанації, а також об'єкти гастрономічної сфери. Тур дає можливість дослідити процеси виробництва оригінальних етнічних страв і напоїв, скуштувати їх, купити сувеніри та продукти, отримати нові враження та емоції.

Гастрономічний туризм в Україні зараз перебуває на початковій стадії розвитку. Хоча багато регіонів мають цікаві ідеї і маршрути, їм часто бракує цілісного підходу, що робить цей вид туризму поки не дуже популярним. Проте, якщо оцінювати перспективи, можна з упевненістю сказати, що розвиток гастрономічного туризму в Україні не тільки необхідний, але й цілком можливий.

Україна славиться своєю багатонаціональністю та унікальними національними кухнями, які є важливими ресурсами у розвитку гастрономічного туризму. Щоб ефективно використати цей потенціал, важливо створити гастрономічні бренди кожного регіону, а також національні харчові марки, які демонструють високу якість українських продуктів.

У сучасному конкурентному середовищі туристичний ринок формує та просуває бренди, що допомагає ефективніше залучати туристів. Бренд дозволяє ідентифікувати та виділити цікаві дистанації з посеред інших, демонструючи її унікальність і створюючи позитивні образи та асоціації.

На наш погляд, культурна спадщина та місцева культура відіграє ключову роль у створенні бренду території, оскільки відображає життєву позицію та устрій місцевих людей, а також традицію і звичай, які там панують. Це дає змогу туристам проникнутись атмосферою регіону та пізнати його краще [80].

Дослідження показує, що основа поняття «бренд території» полягає в приверненні уваги до унікальних особливостей, характерних для певного місця. Ці ресурси мають високу конкурентоспроможність і сприяють формуванню цілісного образу про цю територію. Крім того, територіальний бренд є важливим інструментом для розвитку туристичної дистанції, адже він активно залучає туристів і покращує імідж регіону.

Відомі символи окремих регіонів, які нині виступають територіальними брендами громад нашої країни [81]. Наприклад, вишня стала символом гастрономії Подільського регіону завдяки ініціативі гастродослідниці вінницької кухні Олени Павлової. Цей фрукт відіграє ключову роль у багатьох стравах, включаючи борщ із вишнями, баранину з кісткою у вишневому соусі, бургери «Подільські» з вишнями та мармуровими котлетами, вишневе желе, штрудлі, торт і настоянка на вишні. В цілому до ексклюзивного вишневого меню входить більше 20 страв та напоїв, яке активно запроваджують вінницькі ресторатори у своїх закладах. Вишня як гастрономічний символ міського стандарту гостинності була обрана не випадково. Це дерево зустрічається майже в кожному дворіку Вінниці. У місті є район Вишенька, а також Вишня є назвою садиби видатного хірурга Миколи Пирогова, де в другій половині XIX століття вирувало культурно-мистецьке життя Вінниці. Основний аргумент для вибору вишні – це її значення в Подільській кухні. Її використовували для випічки, приготування основних страв, напоїв і просто сушили для перекусу взимку, як насіння (табл. 3.2) [82].

*Таблиця 3.2*

**Гастрономічний бренд Вінниччини на основі місцевого продукту**

№	Параметр	Результат дослідження
1	Основний інгредієнт гастрономічного бренду	Вишня
2	Мета	1. Створення неповторного компонента у міському стандарті гостинності Вінниці. 2. Розробка гастрономічного меню, що не лише втілює смаки «Подільської кухні», але й підкреслює її гостинність і виражає кулінарну унікальність міста. 3. Додавання розділу із стравами на основі вишень до основного меню та його відзначення як «Меню Подільської кухні»
3	Обґрунтування обраної мети	Вишня – це універсальний продукт, що смакує і до м'яса, і як солодощі. Сушеними, в'яленими, мороженими, заспиртованими й вкритими шоколадом вишні можна використовувати у будь-якій страві. Крім цього, Вінниця – це «вишневий пояс» України, місто просто потопає у вишнях. Більше того, побутує чимало бувальщин, прислів'ї і прикмет, пов'язаних із вишнею
4	Засновники бренду	Олена Павлова, гастрогідеса і дослідниця Подільської кухні; Інна Кривешко, голова ГО «Вінниця асоціація гостинності «ХлібСіль»»
5	Основні страви гастрономічного бренду	Борщ на вишні, баранина на кістці під вишневим соусом, бургер «Подільський» з вишнею та мармуровою котлетою, вишневий драглі, штрудлі, торти та настоянки (загалом, понад 20 страв і напоїв)
6	Ресторанні заклади, реалізатори задуму	Ресторація «Гостинний пан», історичний паб «Кінь у протигазі», кафе «Львівська цукерня», ресторани «RICH», «Трофей», «Mont Blanc», «Батискаф», «Red Zeppelin», «Georgian Factory», «АССА»

Джерело: сформовано автором на основі [82]

Гастрономічний бренд є явищем, яке завдяки самоідентифікації інгредієнтів місцевої кухні та популяризації локальних автентичних страв створює привабливий імідж. Згодом, спираючись на культурно-історичну унікальність, природно-географічні особливості та ресурсний потенціал, це призводить до зростання популярності місця і збільшення туристичного потоку.

Отже, у процесі розвитку туристичної діяльності важливо враховувати особливості брендування територій, що передбачає формування туристичного бренду. Це стає дієвим інструментом для збільшення потоку туристів і задоволення потреб як відвідувачів, так і місцевої спільноти.

Багатонаціональність та етнічне різноманіття України створюють виняткові можливості для розвитку гастротуризму і формування унікальних

брендів. Аналіз гастрономічних брендів різних регіонів України виявив, що в цілому їх можна класифікувати на декілька головних груп (рис. 3.2) [83].

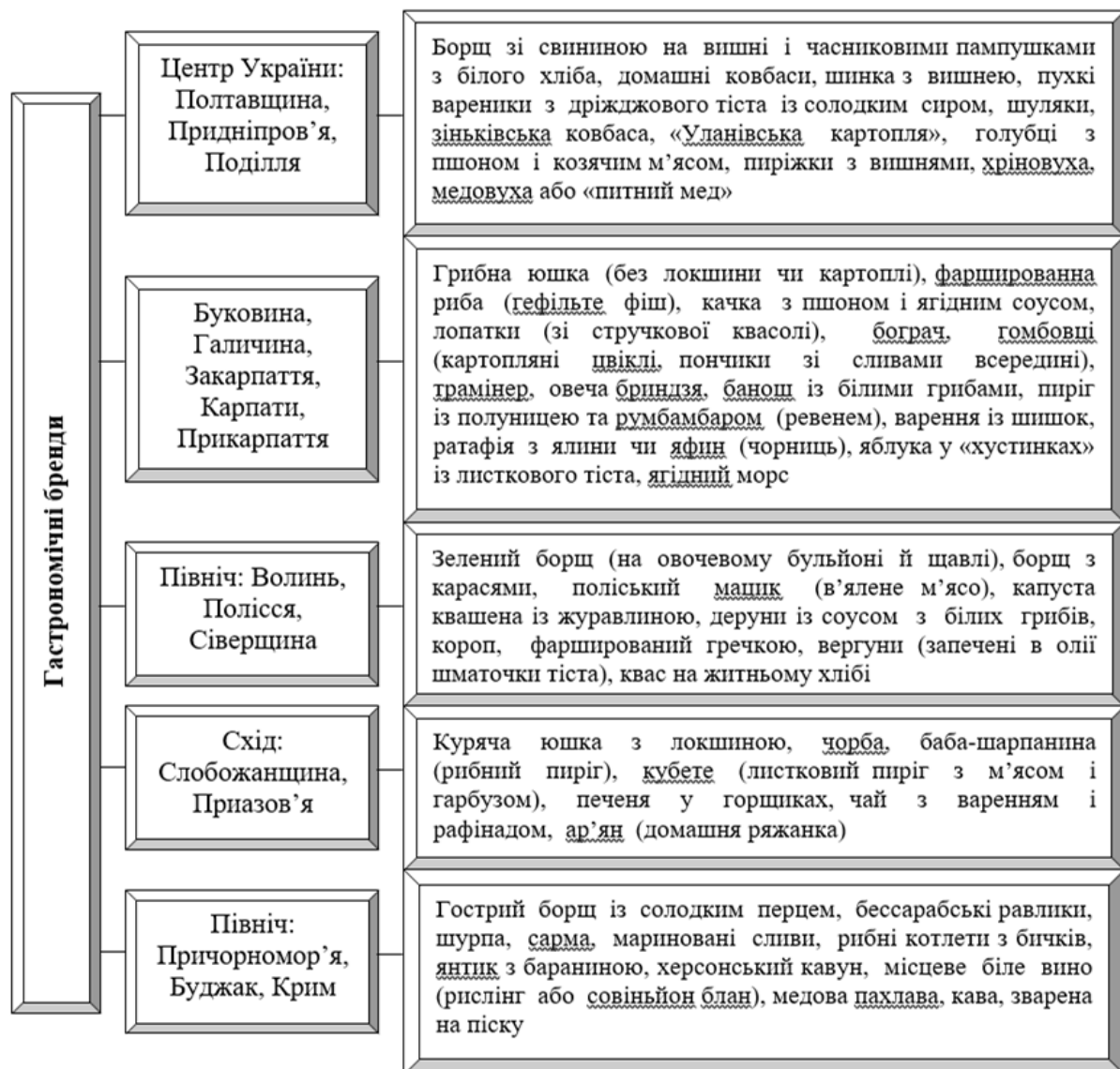


Рис. 3.2. Гастрономічні бренди регіонів України

Джерело: складено автором

Як видно з рисунка 3.2, при відборі критеріїв для визначення гастрономічних брендів регіонів України використовувався продуктний принцип. Цей принцип базується на різноманітних категоріях, включаючи рослинні продукти, борошняні вироби, рибу і м'ясо, напої, а також інші страви, такі як солодощі і спеції.

До елементів гастрономічних брендів включають місцеву кухню, різноманітні заходи, громадське харчування, фермерське та лісове

господарство, промислові підприємства, а також кулінарні традиції корінного населення.

На сьогодні, щоб активізувати розвиток гастрономічного туризму, варто розробити відповідне маркетингове забезпечення, яке включатиме:

- розробка брендингу регіонів і напрямків з урахуванням можливостей для організації гастрономічних турів;
- створення інформаційних веб-ресурсів, що висвітлюють гастро-туристичні можливості регіону;
- інтеграція гастрономічного туризму як ключового елемента у плани та програми регіонального розвитку туризму;
- посилення міжнародного співробітництва у сфері гастрономічного туризму [83].

Впровадження таких підходів та рекомендацій для органів влади, місцевого самоврядування і туристичних підприємств може значно посилити розвиток гастрономічного туризму. Тим не менш, варто врахувати, що для підвищення конкурентоспроможності дистанцій необхідна їх диверсифікація. Водночас лише гастрономічний туризм не вирішить всіх соціально-економічних проблем місцевих громад і не забезпечить приток туристів у значному обсязі. Потрібна комплексна програма соціально-економічного розвитку територіальних громад з урахуванням їх потенціалу та регіональної специфіки.

### **3.2. Опитувальник та експертна оцінка відповідей респондентів з тематики дослідження (Google Forms).**

З метою вивчення ставлення українців до гастрономічного туризму, підготовлено Опитувальник (щодо ролі, важливості та спеціалізації гастрономічного туризму України) (див. Додаток К).

Опитування проведено за допомогою Google Forms. Респондентами були студенти та працюючі, люди які відносяться до середнього класу, отримують щомісячний дохід в розмірі 30-40 тис гривень.

Опитування проводилось з 29.03.2025 по 10.04.2025, відповіді надали 143 респонденти.

Форма опитувальника на першій сторінці містила назву та коротку інформацію щодо поняття терміну „Гастрономічний туризм”. Опитувальник містив 15 запитань, щодо української кухні як бренду, вподобань видів та місць відпочинку в Україні, частоти гастрономічних подорожей, найулюбленіших (цікавих) гастрономічних турів, впливу факторів на вибір сезону для подорожей, перешкод та обмежень для гастрономічних подорожей в Україні, готовності поїхати у гастрономічну подорож Україною та закордон у 2025 році та допустимих витрат під час таких подорожей.

На основі отриманих результатів опитування сформовано діаграми. Аналіз отриманих відповідей вказав на ряд проблем та тенденцій в гастрономічному туризмі.

Отже, відповідно до результатів нашого опитування 94 % респондентів вважають українську кухню важливим елементом у визначені бренду й іміджу регіону, і лише 4 % опитаних рахують її мало важливим аспектом, а 2% відповіли, що взагалі з цим не погоджуються (див. рис. 3.3). При цьому 66 % опитаних рахують, що в Україні є унікальні гастрономічні бренди, однак 34 % з цим незгідні (див. рис. 3.4).

Чи вважаєте ви українську кухню важливими елементом у визначенні бренду й іміджу регіону?

143 відповіді

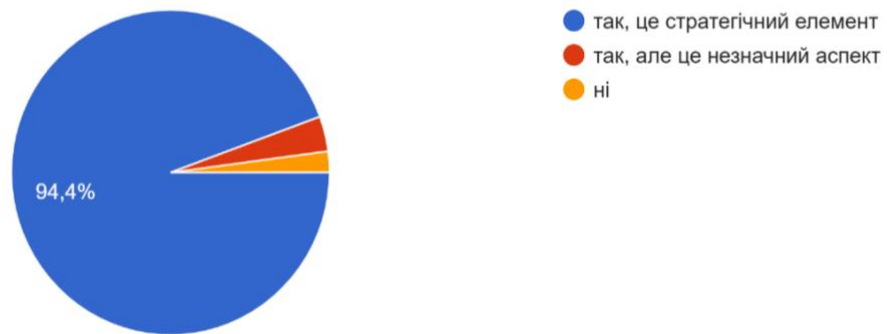


Рис. 3.3. Важливість української кухні у визначенні бренду й іміджу регіону.  
Джерело: складено автором на основі Google Форми

Чи сформовано в Україні унікальний гастрономічний бренд?

143 відповіді

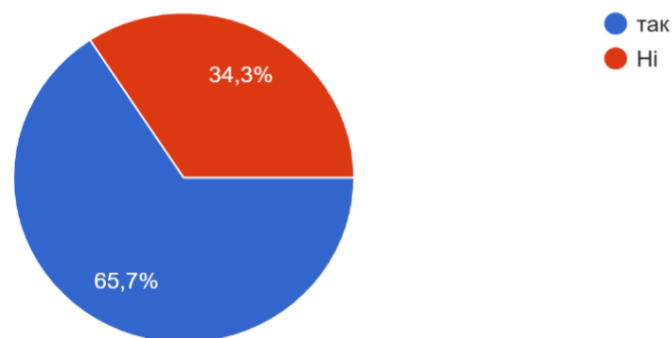


Рис. 3.4. Існування в Україні унікального гастрономічного бренду.  
Джерело: складено автором на основі Google Форми

Проаналізувавши ці дві діаграми, можна зробити висновок, що респонденти вірять, що Україна має значний потенціал у розвитку гастрономічного туризму. При цьому країні потрібно більше працювати в напрямку розвитку територіальних гастрономічних брендів.

На питання які регіони чи міста вам цікаві для гастрономічних подорожей, то більшість, а це 104 голосів (73 %) віддали за Закарпаття, на другому місці м. Львів 64 відповіді (45%), на третьому Бессарабія 57 (40%), а м. Одеса, м. Київ, Полісся та Південь набрали 107 відповідей, що свідчить про їх незначну популярність. Низький рівень голосів за південь, звісно пов'язаних із війною, яка в цьому регіоні є більш інтенсивною (див. рис. 3.5).

Який регіон чи місто в Україні вам цікаве в плані гастрономічної подорожі? (Можна обрати кілька відповідей)

143 відповіді

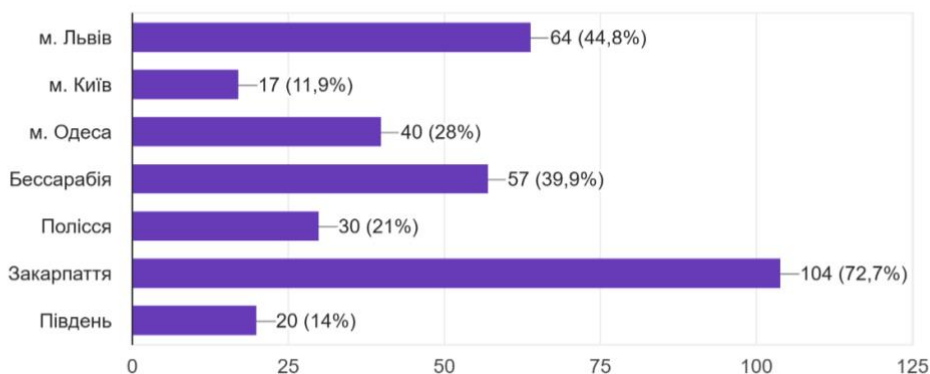


Рис. 3.5. Міста та регіони України цікаві для гастрономічної подорожі.

Джерело: складено автором на основі Google Форми

На питання який вид відпочину в Україні вам цікавий, 92 відповідей (або 55 %) отримав подієвий туризм (заходи, фестивалі), високу оцінку отримав гастрономічний туризм 77 (54 %), що майже на рівні з пішими прогулянками 79 (55 %). Культурний туризм та відпочинок на пляжі отримав 53 та 37 відповідей відповідно (див. рис. 3.6).

Якому виду відпочинку в Україні ви надаєте перевагу зараз? (Можна обрати кілька відповідей)

143 відповіді

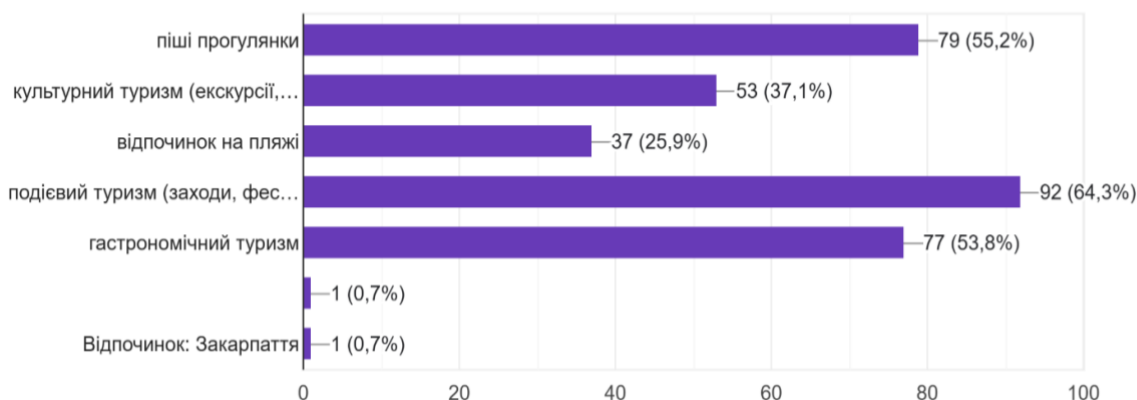


Рис. 3.6. Найпопулярніші види відпочинку українців.

Джерело: складено автором на основі Google Форми

При виборі місця подорожі в респондентів їх найбільше ціуавить природа 98 або 69 % відповідей, на високому рівні є місцева кухня – 85 або 60 % відповідей. На одному рівні відповіді на питання щодо цінової доступності і бюджеті подорожі, культурної спадщини та історичних пам'яток, безпеки та стабільності регіону, місцевої культури,

відомості/популярності місць, розвиненості крафтового виробництва (див. рис. 3.7).

На що ви звертаєте увагу при виборі місця подорожі? (Можна обрати кілька відповідей)

143 відповіді

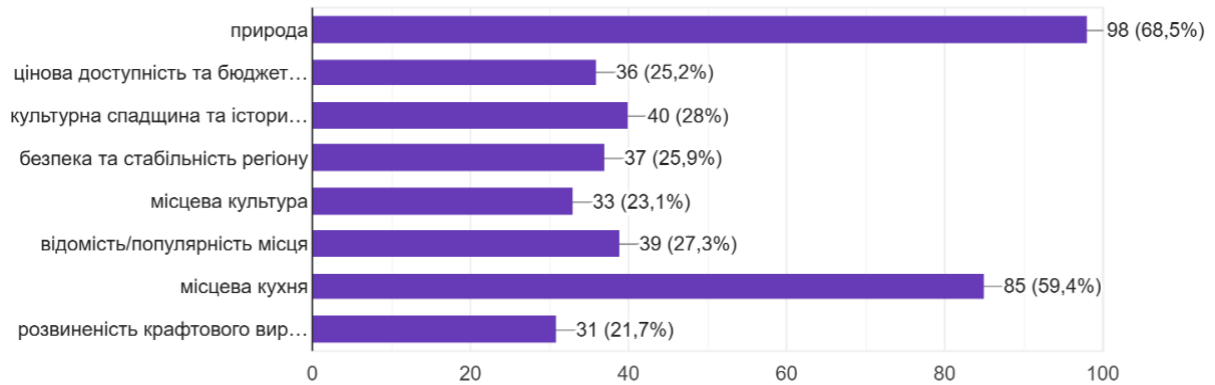


Рис. 3.7.

Джерело: складено автором на основі Google Форми

Більше половини опитаних, а це 56 % 1-2 рази за життя здійснювали гастрономічну подорож в інший регіон, водночас 27 % жодного разу не робили цього, а 10 % подорожували 3-5 разів, майже 8 % робили це більше 5 разів (див. рис. 3.8).

Скільки разів за життя ви відвідували інший регіон України з гастрономічною метою?

143 відповіді

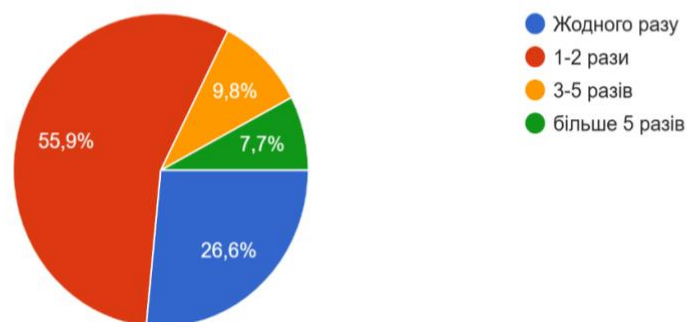


Рис. 3.8. Частота гастрономічних подорожей по Україні.

Джерело: складено автором на основі Google Форми

Такі результати свідчать про низьку активність українців в гастрономічному туризмі.

Найцікавішими гастрономічними турами серед опитаних є сирний та м'ясний, що отримали 61 та 62 відповідей або відповідно по 43 %. Популярними є також винний, рибний, кавовий/чайний, шоколадний, агро,

змішаний. Мало цікавий медовий, фруктовো-ягідний, цигарковий, пивний та алкогольний (див. рис. 3.9).

Який тур гастрономічного туризму вам цікавий? (Можна обрати кілька відповідей)

143 відповіді

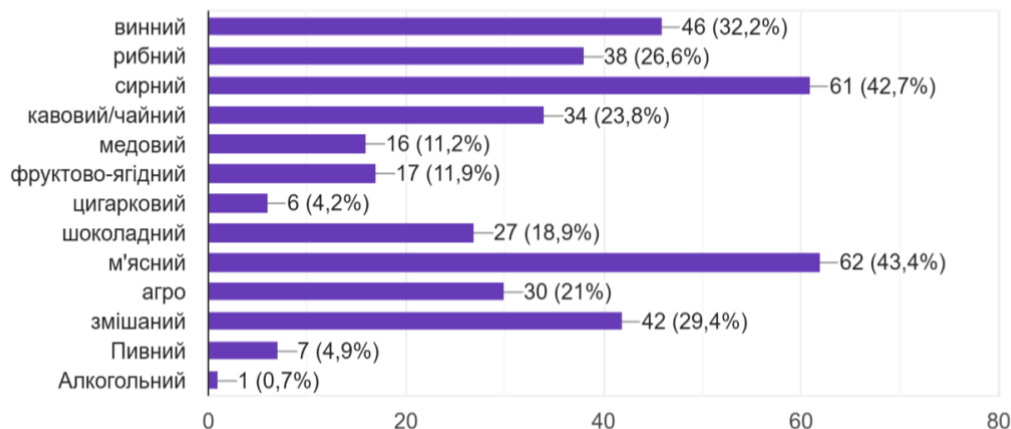


Рис. 3.9. Найцікавіші гастрономічні тури.

Джерело: складено автором на основі Google Форми

Найбільше на вибір сезону для подорожі опитаних впливає відпустка/канікули 120 відповідей або 84 %, погодні умови на другому місці, ціни є найменш впливовим фактором (див. рис. 3.10).

Що впливає на ваш вибір сезону для подорожей (у тому числі гастрономічних)

Україною? (Можна обрати кілька відповідей)

143 відповіді

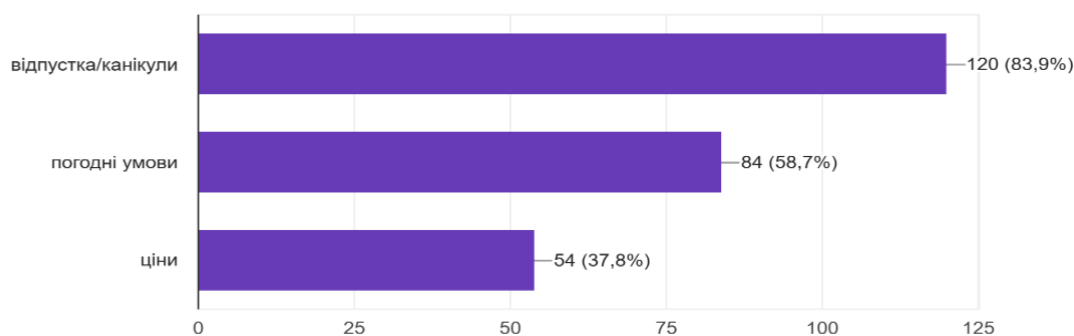


Рис. 3.10. Фактори вибору сезону для подорожі.

Джерело: складено автором на основі Google Форми

На запитання щодо перешкод та обмежень для гастрономічний подорожей в умовах воєнного стану це є втрата доступу до морських курортів 88 відповідей (62 %) та логістика доїзду – 85 відповідей (60 %), безпека відповідно 70 або 49 %, найменше турбує респондентів фінансові витрати. Один власний варіант відповіді вибрали – „ТЦК” (див. рис. 3.11).

Які перешкоди або обмеження ви бачите для гастрономічних подорожей в Україні в умовах воєнного стану? (Можна обрати кілька відповідей)

143 відповіді

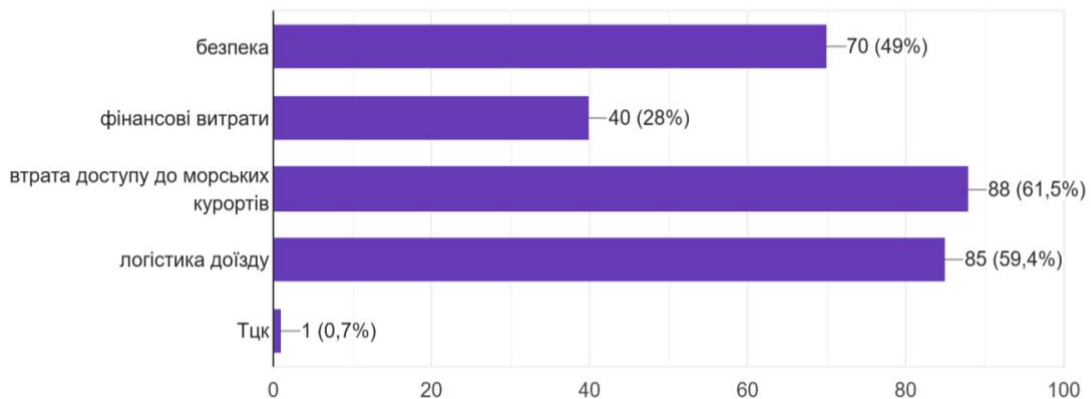


Рис. 3.11. Перешкоди та обмеження для гастрономічних подорожей.  
Джерело: складено автором на основі Google Форми

Найбільш активно подорожують респонденти влітку 127 відповідей або 89%. (див. рис. 3.12)

Чи подорожуєте ви більше активно в певну пору року? (Можна обрати кілька відповідей)

143 відповіді

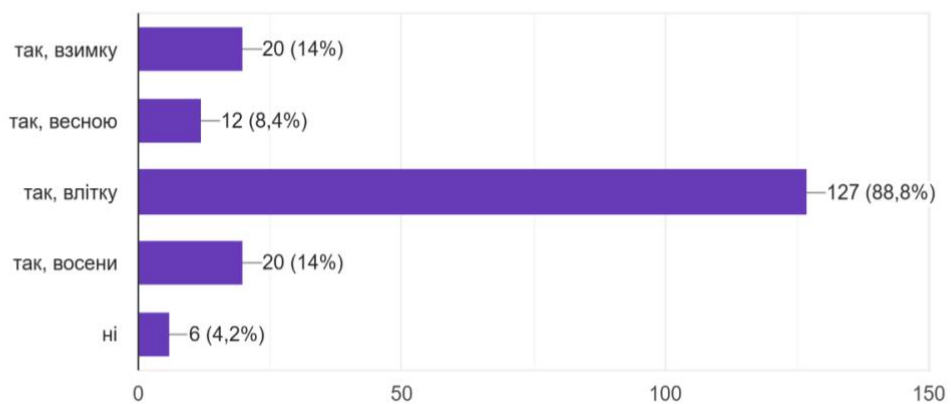


Рис. 3.12. Найпопулярніша пора року для подорожей.  
Джерело: складено автором на основі Google Форми

У майже половини респондентів ставлення до подорожей не змінилось, 24 % опитаних зазначили, що подорожують задля підтримки економіки країни, 15 % уникають подорожей через небезпеку, 8 % - не подорожує через брак коштів, 6 % не вважає за доцільне подорожувати під час війни (див. рис. 3.13).

Оберіть твердження щодо ставлення до гастрономічних подорожей в Україні під час воєнного стану, з яким ви найбільше згодні?

143 відповіді



Рис. 3.13. Ставлення до гастрономічних подорожей в Україні під час воєнного стану. Джерело: складено автором на основі Google Форми

Позитивні очікування демонструє діаграма щодо готовності вирушити в гастрономічну подорож у 2025 році, мріють це зробити 83 % опитаних (див. рис. 3.14).

Чи готові ви поїхати у гастрономічну подорож Україною у 2025 році?

143 відповіді

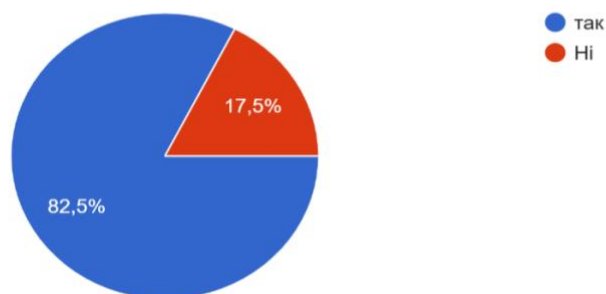


Рис. 3.14. Готовність вирушити у гастрономічну подорож Україною у 2025 році. Джерело: складено автором на основі Google Форми

У 2025 році закордон з метою гастрономічного туру готові вирушити 59 % опитаних, 41 % не готові це зробити (див. рис. 3.15).

Чи готові ви поїхати в гастрономічну подорож закордон у 2025 році?

143 відповіді

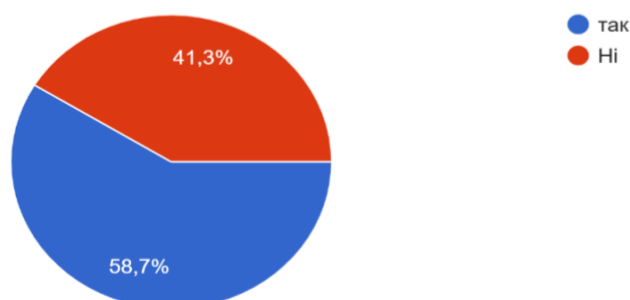


Рис. 3.15. Готовність вирушити у гастрономічну подорож закордон у 2025 році. Джерело: складено автором на основі Google Форми

Кожен другий опитаний готовий витратити на гастрономічну подорож в Україні від 5 до 10 тис.грн, кожен п'ятий може собі дозволити витрати 1-3 тис. грн, а 13 % респондентів готові заплатити від 10 до 30 тис.грн, лише 5 % можуть на таку подорож витратити понад 30 тис гривень. Не готові сьогодні витратити кошти та таку подорож 11 % опитаних (див. рис. 3.16).

Скільки ви готові витратити гривень на гастрономічну подорож в Україні?

143 відповіді

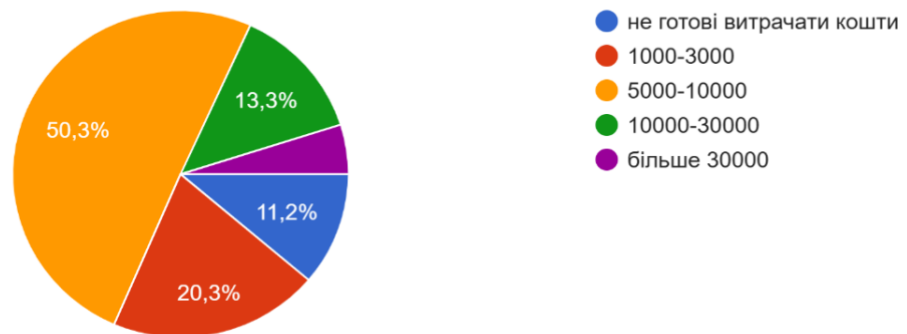


Рис. 3.16. Можливі витрати на гастрономічну подорож в Україні.

Джерело: складено автором на основі Google Форми

На гастрономічну подорож закордон 44 % респондентів готові витратити 10-30 тис.грн, а більше 30 тис. грн – 13 %, при цьому 33 % опитаних зараз не готові витратити кошти на це (див. рис. 3.17).

Скільки ви готові витратити гривень на гастрономічну подорож закордоном?

143 відповіді

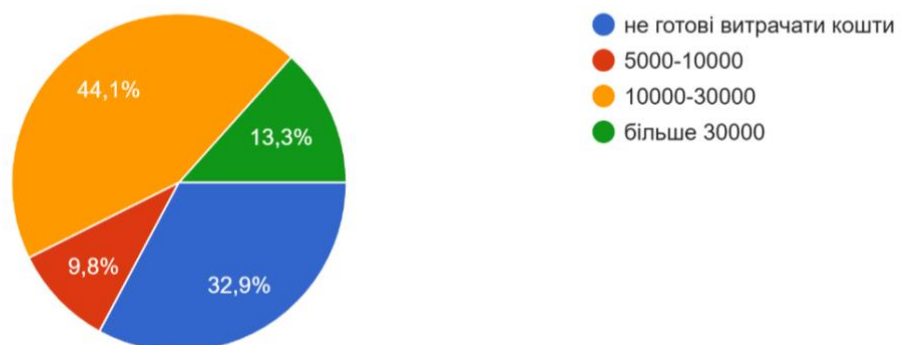


Рис. 3.17. Можливі витрати на гастрономічну подорож закордоном.

Джерело: складено автором на основі Google Форми

Отже, проведене дослідження підтверджує те, що українці цікавляться гастрономічним туризмом, однак на наскільки активно як би хотілося. Україна має унікальну кухню, яка здатна розвивати туризм в Україні і бути брендом певного регіону. Найбільше цікавлять респондентів безпечні та водночас популярні місця, а це Закарпаття і м. Львів. Цікавить в першу чергу природа, а потім уже місцева кухня, культура тощо.

Повномасштабна війна негативно вплинула на подорожі українців як по території України так і за кордон. Через активні бойові дії на Сході та Півдні країни, більшістю опитаних на розглядається варіант гастрономічної подорожі на Південь до моря, наприклад, до Одеси, Херсонської чи Миколаївської області, та інших узбережних міст. Через обмеження у виїзді закордон більшість відмовляється від планів гастрономічної подорожі.

В усіх запитаннях, що ставились найменше проблемними для опитаних є фінансові питання. Важливе значення має безпека та логістика подорожі.

Отже, українці попри війну готові вирушати в гастрономічні подорожі як Україною та к і закордон, їм цікавий цей вид туризму. Як стверджував французький економіст Сей пропозиція породжує попит. Отже, органам державної влади та місцевого самоврядування, українській туристичній, ресторанній, харчовій галузі потрібно пропонувати гастрономічні цікавинки, створювати гастрономічні бренди, дистанції, популяризувати національну та регіональні кухні, що позитивно вплине на розвиток туризму в Україні, збільшення доходів господарюючих суб'єктів та наповнення бюджетів усіх рівнів.

## **ВИСНОВКИ**

Національна кухня – це нематеріальна культурна спадщина країни. Вона є національними кулінарними традиціями, сукупністю страв типових для народу, а також характеризує рівень розвитку нації. Національна кухня є одним із важливіших факторів приваблення закордонних туристів в країну.

У ході роботи вивчено теоретичні аспекти дослідження гастротуризму в обслуговуванні туристів. Гастрономічний туризм – явище з давніми коренями, яке продовжує активно розвиватися й сьогодні. Наразі існує чимало визначень цього поняття, і багато науковців присвячують йому свої праці та дослідження. Цей вид туризму вважається одним із найбільш універсальних, оскільки кожна країна чи окремих регіон володіють необхідними ресурсами та можливостями для його вдосконалення. Гастрономічний туризм залишається актуальним, адже кулінарія постійно пропонує нові смаки та комбінації, а люди завжди прагнуть відкривати для себе щось незвичайне. В українському законодавстві немає визначення «гастрономічний туризм», оскільки це є досить новий вид туристичних послуг та і судження вчених відрізняються, відсутні глобальні та комплексні праці щодо національної та етнічних кухонь України. Проведено класифікацію та визначено основні функції гастро туризму.

Запропоновано методи наукового дослідження національної кухні та її використання в туризмі, зокрема: літературний, історичний, метод факторного аналізу, порівняння, аналізу, синтезу, аналітичний, статистичний, порівняльно-географічний, візуальний, або графічний, методи тощо. Використано спеціальні методи дослідження національної кухні, зокрема феноменологічний, структурний методи та метод інтерпретації, спільне застосування яких сприяє вибудовуванню оригінальної концепції дослідження широкого кола питань національної кухні.

Розглянуто організаційні та технологічні аспекти розвитку гастрономічного туризму в Україні та світі. Об'єктами в гастрономічному туризмі на сьогодні виступають: країна із розвиненою і популярною

національними кухнями; регіон, відомий на весь світ; знаменитий ресторан, визнаний ресторанными гідами чи нагороджений міжнародною відзнакою; підприємство виробник харчової продукції; локальна харчова система; кулінарна школа; гастрономічний івент (фестиваль, ярмарок, виставка, майстер-клас). Гастрономічна і кулінарна спадщина є додатковою запорукою захисту унікальної національної та автентичної кулінарної технології і гастрономічних атрибутів країн; популяризує та розвиває гастрономічний туризм, як окремої країни та регіону, а також і в цілому світі. Основні форми організації гастрономічних подорожей передбачають гастротур, екскурсія, гастрономічний фестиваль, гастрономічний захід та інші форми туризму, в яких гастротуризм є окремим елементом.

Узагальнено чинники розвитку гастрономічного туризму та історія його формування. Чинники, які впливають на розвиток гастрономічного туризму, є різноманітними та багатограними. Наявність сприятливих умов допомагає лідерству певних регіонів та держав у цій сфері, тоді як негативні чинники можуть знижувати туристичні потоки. Проаналізувавши джерела літератури та погляди науковців, сформували схему чинників розвитку гастро туризму. Чинники класифіковано за: ступенями впливу, характерами впливу, механізмами впливу, змістом, географічними і територіальними ознаками, результатом впливу тощо.

Перші гастрономічні туристи світу з'явилися з початком подорожей, адже вже тоді досліджуючи нові землі були здивовані місцевою кулінарною екзотикою. Дегустація їжі у далеких світах нерідко ставала одним зі способів пізнання традицій і звичаїв народів. Проте формування гастрономічного туризму у самостійну сферу відбулося значно пізніше.

Попри велику роботу у розвитку та популяризації гастротуризму в США, головними генерувальниками ідей в гастрономічних подорожах все ж лишаються італійці, котрі успішно поєднують торгівлю і технології у виробництві з концепцією «смачна та здорова їжа» для залучення більшої кількості подорожуючих.

В роботі досліджено найкращі досвіди гастрономічного туризму в системі гостинності держав світу. На сьогодні найбільш розвинений гастрономічний туризм в тих місцях, де немає привабливих історичних та культурних пам'яток, однак гастротуризм перетворив їх на культурні пам'ятки. Проаналізовано чотири гастрономічні регіони (Європейський, Азійсько-Тихоокеанський, Американський та Африканський). Проаналізовано країни лідери з найбільш розвиненим гастрономічним туризмом у кожному регіоні, розглянуто їх національну кухню через призму приготування та споживання страв.

Проаналізовано сучасний стан гастрономічного туризму в Україні у довоєнний період та в умовах сучасних викликів. В Україні є значний потенціал для розвитку гастротуризму. Традиційну українську кухню представлено різними та цікавими стравами, які не готуються іншими народами, що можуть підкорити багатьох гурманів у світі.

Кожному регіону в кухні притаманні свої особливі страви, сформовані під впливом клімату та історичних обставин, проте в усі українці полюблять готувати вареники, борщі, кутю, каші, надають перевагу свинині, полюбляють сало, готують паску, пироги, малюють писанки тощо.

Проаналізовано святкову та обрядову їжу, яка відзначається вишуканістю та різноманіттям. Етнічна кухня зберегла своє виняткове місце у сімейно-побутовій та обрядовій культурі (вона є особливою на весіллях, хрестинах, поминках), в релігійних ритуалах (на Святий Вечір, Великдень, Спаса та ін.). Окремі страви набувають традиційної національної символіки. Таким символом для всіх без виключення етнічних груп українців став хліб – що символізує основу життя, та його благополуччя. Українська національна кухня вміло використовує продукцію тваринництва та рослинництва, застосовує при цьому багату базу рецептів та методик приготування страв, що опирається на тисячолітній досвід нації.

Проведений аналіз свідчить про низьку туристичну активність українців, орієнтацію їх в основному на закордонний відпочинок та непривабливість України для закордонного туриста. В Україні спостерігається скорочення кількості суб'єктів господарювання, що задіяні в гостротуризмі та їх прибутків, кількість гастрономічних фестивалів та заходів, що пов'язане із пандемією та початком повномасштабної війни з РФ, які негативно вплинули на туристичну галузь.

При цьому, SWOT-аналіз вказує на те, що українську кухню можна використовувати для стимулювання зростання туристичних потоків і сприяти розвитку гостротуризму як окремого туристичного напрямку.

Аналізуючи пропозиції українських туроператорів можна зробити висновки, що в гастрономічному туризмі в Україні відбуваються початкові кроки. Для успішного розвитку в цьому напрямі важливо розробити та активно просувати гастрономічні тури, які використовують місцеву сировину, харчові продукти та напої. Необхідно також створювати концептуальні заклади (ресторани, кафе, бари тощо), щоб підкреслити автентичні національні кулінарні традиції.

Отже, українська національна кухня є потужним ресурсом для розвитку туризму. Проте як свідчить наш аналіз, туристична галузь сьогодні переживає не найкращі часи, потребує популяризації та вжиття реальних заходів для розвитку у тому числі і гастрономічного туризму.

У зв'язку із цим запропоновано новий інноваційний гастрономічний тур по Рівнеській області під назвою «Етнічна кухня поліщуків». Регіон має потужний потенціал для розвитку гастрономічного туризму. Традиційна українська кухня тут характеризується різноманіттям цікавих страв, наявність хороших туристичних дистанцій, що можуть допомогти знайти багато прихильників як в Україні так і в світі. Запропоновано відвідати такі об'єкти: агросадибу «Хутір Касень», садибу-пасіку яку тримає Дмитро Шабако, заглянемо до пивзаводу «Рівень», Музею бурштину, підприємства «Дубровецький мацик», заводу продуктових товарів «Пригощайся». Також

завітаємо до: Дубенського замку, Тараканівського форту, Тунеля кохання, Гоцанського парку пам'ятки садово-паркового мистецтва тощо. В ході розробки туру було пораховано окремі вартості надаваних послуг та визначено собівартість туру, ціну туру на одного туриста.

У процесі розвитку туристичної діяльності важливо враховувати особливості брендування територій, що передбачає формування туристичного бренду. Це стає дієвим інструментом для збільшення потоку туристів і задоволення потреб як відвідувачів, так і місцевої спільноти. Багатонаціональність та етнічне різноманіття України створюють виняткові можливості для розвитку гастротуризму і формування унікальних брендів.

Підготовлено Опитувальник для визначення ставлення українців до гастрономічного туризму. Опитування проведено за допомогою Google Forms. Аналіз отриманих відповідей вказав на ряд проблем та тенденцій в гастрономічному туризмі. Відповідно до результатів нашого опитування більше 90% респондентів вважають українську кухню важливим елементом у визначенні бренду й іміджу регіону, а більше 70 % опитаних рахують, що в Україні є унікальні гастрономічні бренди. Найбільше цікавлять респондентів безпечні та водночас популярні місця, а це Закарпаття і м. Львів. Цікавить в першу чергу природа, а потім уже місцева кухня, культура тощо. У зв'язку із повномасштабною війною, що негативно вплинула на подорожі українців як по території України так і за кордон., більшістю опитаних не розглядається варіант гастрономічної подорожі на Південь або закордон. Найменше проблемними для опитаних є фінансові питання. Важливе значення має безпека та логістика подорожі. Найцікавішими гастрономічними турами серед опитаних є сирний та м'ясний, мало цікавий медовий, фруктово-ягідний, цигарковий, пивний та алкогольний. В цілому гастрономічний туризм цікавий українцям, однак ще не дуже поширений, що потребує розвитку відповідної туристичної інфраструктури та його популяризації.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Бродель Ф. Матеріальна цивілізація, економіка і капіталізм, XV-XVIII ст. URL: <http://demoscope.ru/weekly/knigi/brodel/brodel.pdf> (дата звернення: 11.02.2025)

2. Стельмах О.А., Агєєнко О.Г., Коваленко К.Ю. Перспективи розвитку ресторанної галузі в етнотуризмі // Розвиток туристичного бізнесу. Міжнар. наук-практ.конф. 17-19 березня 2011 р. Донецьк, ДонНУЕТ, 2011, С. 160-161.

3. Манов М.А., Зуєва Т.В.Тези доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції-фестивалю «Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації» (м. Київ, 14-15 листопада 2019 р.)

4. Неїленко С., Русавська В Кулінарна етнологія: навч. посіб. / С. Неїленко, В. Русавська. Київ, Видавництво Ліра-К, 2020, 612 с.

5. Плюта О.П. «Гастрономічна культура» і «національна кухня» як поняття гуманітарних досліджень їжі. «Молодий вчений» № 7 (47) липень, 2017 р. с. 159-163

6. Лепкий М.І., Левчук О.І. Гастрономічний туризм як інструмент брендингу регіонів України. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2024 рік. Том 9. № 1. с.62-68

7. Спеціалізований туризм: навч. посіб. / Богатирьова, Г. А. та ін.. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2021. 173 с.

8. What is Food Tourism. URL: <https://worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism> (дата звернення: 10.02.2025).

9. Ніколюк О.В., Барачна О. К., Крук С. В. Сучасні тенденції та особливості розвитку гастрономічного туризму. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2024. Том 9. № 1. С. 224 – 228.

10. Boniface P. Tasting tourism: travelling for food and drink. London; New York: Routledge. 2003. 175 p. URL: <https://www.taylorfrancis.com/books/9781315241777/Salvoni> (дата звернення: 10.02.2025).

11. Frances. Tasting Tourism: Food Consumption and the Touristic Experience. 2019. URL: <https://medium.com/@thefastfoodist/tasting-tourism-food-consumption-and-the-touristic-experience-e3fa686172e8> (дата звернення: 12.02.2025).

12. Законі України «Про туризм» URL: <http://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 12.02.2025).

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

14. Sajna S.Shenoy. Food tourism and the culinary tourist. A thesis presented to the Graduate School of Clemson University. Advisor Dr. William C. Norman, 2005. – 210 p

15. Беккерман С.В отпуск на кухню // Огонёк. – 2007. – С. 38.

16. Шпенькова К.С., Сичева В.О. Умови розвитку гастрономічного туризму // Концепт. – 2014. – № 07. URL: <http://e-koncept.ru/2014/14198>. (дата звернення: 11.02.2025).

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

18. Расулова А. Потенціал ресторанного бізнесу у розвитку гастрономічного туризму України. Економіка і держава. 2015. Вип. 5. С. 78–83.

19. H. Ridvan Yurtseven. Sustainable Gastronomic Tourism in Gokseada (Imbros): Local and Authentic Perspectives, International Journal of Humanities and Social Science, Vol. 1. №. 18. P. 17-26.

20. Бідзіля Ю. Проблема міжкультурної комунікації в поліетнічному інформаційному просторі (на прикладі Закарпаття). Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: філологія. 2009. Вип.21. С.125-134.

21. Dasilva, D. Assessing The Economic Potential For Culinary Tourism In Suriname: A Value Chain Approach. Caribbean Centre for Competitiveness. St. Augustine, Trinidad and Tobago. URL: <http://www.surinamecompete.org/wpcontent/uploads/2016/01>.

22. Басюк Д. Еногастрономічний туризм в Україні: тенденції та перспективи розвитку. Сталий розвиток України: проблеми і перспективи: Збірник матеріалів за результатами IV науково-практичної конференції

студентів та молодих вчених. Кам'янець-Подільський: Медобори-2006, 2016. С.121-123.

23. Саламатіна С.Є. Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму на півдні Одещини. Наукові праці Одеської національної академії харчових технологій. 2014. Вип. 46. С. 325–329.

24. Глушко В.О. Гастрономічний туризм як окремий вид у туризмі: поняття, сутність, класифікація. Торгівля і ринок України. 2016. Вип. 39-40. С. 166-175.

25. Підгірна В.Н., Єремія Г. І., Хникіна М. В. Аналіз тенденцій гастрономічного туризму: міжнародний досвід та Україна. Економіка та суспільство. 2022. №37. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-72>

26. Потьомкін Л. М., Дишкантюк О. В., Жосан В. Д. Аналіз факторів зовнішнього середовища на розвиток ресторанного господарства Одещини в аспекті гастрономічного туризму. Economy digitalization in a pandemic conditions: processes, strategies, technologies: international scientific conference. Latvia: “Baltija Publishing”. 2021. С. 53–57. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-028-5-12>.

27. Сіра Е.О., Каролоп О.О., Загнибіда Р.П. Різноманітність культур у ресторанному бізнесі, вплив на розвиток гастрономічного туризму: проблеми та перспективи. Економіка та суспільство. 2024. № 61. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-154>

28. Момонт Т.В. Основні фактори розвитку ринку туристичних послуг. Економіка. Управління. Інновації. Серія «Економічні науки». – 2012. № 1. – 193 с.

29. Божидарник Т. Міжнародний туризм / Т. Божидарник: Підручник. Київ, Центр навчальної літератури, 2019, 312 с.

30. Коркуна О.І., Никига О.В., Підвальна О.Г. Гастрономічний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територіальних громад. Економічний простір. 2020. №155. С.40-43.

31. Якименко-Терещенко Н. В., Чайка Т. Ю., Маслюк Ю. В. Віртуальні гіді в гастрономічному туризмі: перспективи розвитку та впровадження. Електронний науково-практичний журнал. 2024. № 11. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-11-03-05>

32. Rastani, R. (2020). Virtual Tour: Tourism in the Time of Corona. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research: 6th International Conference on Social and Political Sciences*. Vol. 510. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201219.074>

33. Makhasi, G. (2023). Actual and virtual food heritage walking tour for building better citizenship understanding (insight from Indonesia). *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*. <https://doi.org/10.1108/JCHMSD-07-2022-0110>.

34. Zhang, C., Perkis, A., & Arndt, S. (2017). Spatial Immersion versus Emotional Immersion, Which is More Immersive? *Ninth International Conference on Quality of Multimedia Experience (QoMEX)*, 1-6. <https://doi.org/10.1109/QoMEX.2017.7965655>.

35. Davis, F., Granic, A. (2023). *The Technology Acceptance Model: 30 Years of TAM*. Cham: Publisher Springer.

36. Marikyan, D., & Papagiannidis, S. (2023). *Technology Acceptance Model: A review*. In S. Papagiannidis (Ed), *Theory Hub Book*. Retrieved from <http://open.ncl.ac.uk> / ISBN: 9781739604400.

37. Стеченко Д.М. *Методологія наукових досліджень: підр. / Д.М. Стеченко, О.С. Чмир. – [2-ге вид. перероб. і доп.]*. Київ, Знання, 2007, 88. с.

38. Грабченко А.І., Федорович В.О., Гаращенко Я.М. *Методи наукових досліджень: Навч. посібник*. Харків, НТУ «ХП», 2009, 142 с.

39. Красовський С.О. Національна кухня як складник гастрономічної культури етносу: сутність і методи дослідження. *Культура і сучасність: альманах*. 2021. № 1. С. 30-35.

40. Норманська Ю. До проблеми аналізу семіотики гастрономічної культури. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-probleme-analiza-semiotikigastronomicheskoy-kultury> (дата звернення: 10.04.2025).

41. Костиця І. О., Білецька О. О. Гастрономічний туризм як інструмент культурного брендингу України. Питання культурології. 2021. № (38). С. 301–313. DOI: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.38.2021.247174>

42. FoodTravel UA – Маркетплейс гастрономічних подорожей Україною та світом. <https://market.foodtravel.com.ua/>

43. Лепкий М. І., Левчук О. І. Гастрономічний туризм як інструмент брендингу регіонів України. Інновації та технології в сфері послуг і харчування. 2024. № 3 (13). С. 62–68. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.3\(13\).2024.10](https://doi.org/10.32782/2708-4949.3(13).2024.10)

44. Корнілова В. В., Корнілова Н. В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. Ефективна економіка. 2018. № 2. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6112> (дата звернення: 10.02.2025)

45. Підгірна В. Н. Аналіз тенденцій гастрономічного туризму: міжнародний досвід та Україна. Економіка та суспільство. Випуск № 37 / 2022 DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-72>

46. Туризм відновлює допандемічні показники. Понад 1,4 мільярда людей подорожували світом у 2024 році. <https://www.village.com.ua/village/life/edu-news/359227-turizm-vidnovlyue-dopandemichni-pokazniki-ponad-1-4-milyarda-lyudey-podorozhuvali-svitom-u-2024-rotsi>

47. Ставська Ю.В. Гастрономічний туризм як популярний напрямок у туристичній індустрії. Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики, 2023, № 2. DOI: 10.37128/2411-4413-2023-2-10

48. World Food Travel Association (2022). worldfoodtravel.org. Retrieved from: <https://www.worldfoodtravel.org> [in English].

49. Годя І. М. Гастрономічний туризм Закарпаття: сучасний стан і перспективи. *Географія та туризм*. 2018. Вип.45. С. 36-41.
50. Іспанська кухня: національні страви і традиційні частування. URL: <https://mandry.club/cikavi-factu/ispanska-kuchnya/amp/>
51. Національні страви Іспанії. URL: <https://franklintravel.pro/2020/06/06/національні-страви-іспанії/>
52. Перспективи розвитку гастрономічного туризму в Іспанії. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/12/294>.
53. Desiyat` naismachnishih napriamkiv gastronomichnogo turizmu. [Ten most delicious areas of gastronomic tourism], available at: <https://leisure-blog.com/desyatka-samy-h-vkusny-h-napravlenij-gastroturizma>
54. Давидюк Ю. В. Гастрономічний туризм як перспективний напрям для розвитку індустрії гостинності в Україні. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2022. № 4. С. 5-13. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/itgtsse\\_2022\\_4\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/itgtsse_2022_4_3)
55. Шидловська, О. Б. Новітня ресторанна справа в індустрії гостинності / О. Б. Шидловська, Т. І. Іщенко, О. С. Дулька // *Географія та туризм*. –2023. –№71 –С. 3-8.
56. Дулька О.С. Значення гастро туризму як складової HoReCa у післявоєнному відновленні України. *Scientific journal«DEVELOPMENT SERVICE INDUSTRY MANAGEMENT»*. 2024. №4. С.66-70. URL: [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-8\(11\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-8(11))
57. Тарасовський Ю. Внутрішній туризм. URL: <https://forbes.ua/news/vnutrishniy-turizm-z-pochatku-viyni-ponad-45-ukraintsivpodorozhuvali-krainoyu-08092023-15885>
58. Основні результати діяльності Державного агентства розвитку туризму в 2023 році. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/3821292-osnovnirezultati-dialnosti-derzavnogo-agentstva-rozvitku-turizmu-v-2023-roci.html>

59. Туристичний барометр України 2021-2022. Національна туристична організація України. Київ: ГС «НТОУ», 2023. 276 с.

60. Лепкий М. І., Левчук О. І. Гастрономічний туризм як інструмент брендингу регіонів України. Інновації та технології в сфері послуг і харчування. 2024. № 3 (13). С. 62–68. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.3\(13\).2024.10](https://doi.org/10.32782/2708-4949.3(13).2024.10)

61. Коркуна О. І., Никига О. В., Підвальна О. Г. (). Гастрономічний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територіальних громад. Економічний простір. 2020. № 155. С. 40–43.

62. Корнілова В. В., Корнілова Н. В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. Ефективна економіка. 2018. № 2. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6112> (дата звернення: 10.02.2025).

63. Костиця І. О., Білецька О. О. Гастрономічний туризм як інструмент культурного брендингу України. Питання культурології. 2021. № (38). С. 301–313. DOI: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.38.2021.247174>

64. Красовський С. О. Гастрономічний туризм як актуальний тренд сучасної культури. Питання культурології. 2021. № (37). С. 169–180.

65. Matviichuk L., Lepkyi M., Dashchuk Y., Sydoruk S., Mezentseva I. Approach to formation of enogastronomic tourism based on the geographical indication system. Journal of Geology, Geography and Geoecology. 2023. № 31 (4). С. 689–701. DOI: <https://doi.org/https://doi.org/10.15421/112265>

66. Матвійчук Л., Чепурда Л., Чепурда Г. Перспективи впровадження системи управління безпечністю та якістю продукції ресторанного господарства. Інновації та технології в сфері послуг і харчування. 2022. № 2 (6). С. 9–14. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.2\(6\).2022.2](https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(6).2022.2)

67. Кухня Норвегії визнана найгіршою в світі: які страви увійшли до рейтингу 2022 року. URL: [https://zakordon.24tv.ua/rejting-naykrashhih-kuhon-svitu-2022-hto-posiv-pershe-ostannye\\_n2227109https://zakordon.24tv.ua/](https://zakordon.24tv.ua/rejting-naykrashhih-kuhon-svitu-2022-hto-posiv-pershe-ostannye_n2227109https://zakordon.24tv.ua/)

reying-naykrashhih-kuhon-svitu-2022-hto-posiv-pershe-ostannye\_n2227109  
(дата звернення: 22.02.2025)

68. Матвеев В.В. Винний туризм як рекламний фактор й інструмент для стимулювання розвитку конкурентного потенціалу виноробних підприємств України / В.В. Матвеев // Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки. Х., 2015. № 10, Ч. 4. С. 29-31 (дата звернення: 22.02.2025).

69. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. Видання десяте / за наук. ред. проф. Матвійчук Л.Ю., проф. Барського Ю.М., доц. Лепкого М.І. – Луцьк: Вежа-Друк, 2024. – 320 с.

70. Місто-твердиня над берегами Ікви. URL: [https://anga.ua/articles/tsikava\\_ukraina/dubenskyi\\_zamok.html](https://anga.ua/articles/tsikava_ukraina/dubenskyi_zamok.html) (дата звернення: 22.02.2025).

71. Тараканівський форт. URL: <https://find-way.com.ua/oblast/rivnenska/dubno/tarakanivskyi-fort-v-rivnenskii-oblasti-dubenskyi-fort-nova-dubenska-fortetsia> (дата звернення: 22.02.2025)

72. Хутір Касень. Садиба серед джунглів URL: <https://ukrainer.net/hutir-kasen/> (дата звернення: 22.02.2025)

73. Фармакологічна дія продуктів бджільництва. URL: <https://ariterariya.pp.ua/> (дата звернення: 22.02.2025)

74. Як дістатися Тунелю Коханья у Клевани URL: <https://skybooking.ua/news/yak-distatysya-do-tunelyu-kohannya/> (дата звернення: 22.02.2025)

75. Про завод «Рівень». URL: <https://riven.com.ua/achievement> (дата звернення: 26.02.2025)

76. Музей бурштину. URL: <https://rivne.travel/locations/muzej-burstinu> (дата звернення: 26.02.2025)

77. Підприємство «Поліські делікатеси» URL: <https://www.masic.ua/> (дата звернення: 26.02.2025)

78. Гощанське підприємство продтоварів «Пригощайся». URL: <https://gzpt.com.ua/> (дата звернення: 26.02.2025)

79. Сім чудес Гощанщини. Відкрий Рівненщину! URL: <https://ogo.ua/rivnenschina/vidkruy/goshchanshcununa> (дата звернення: 26.02.2025)

80. Красовський С.О. Гастрономічний туризм як актуальний тренд сучасної культури. Питання культурології. 2021. № 37. С. 169-180. DOI: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.37.2021.236018>

81. Церклевич В.С., Онищук М.І., Шпаковський С.М. Культурні детермінанти еволюції гастрономічних спеціалітетів: до питання формування гастрономічного бренду Поділля. Трансформаційна економіка. 2023. № 1 (01). С. 67-75. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2023-1-12>

82. Шуткевич О. Вишня як гастрономічний спеціалітет. URL: <https://m.day.kyiv.ua/uk/article/cuspilstvo/vyshnya-yak-gastronomichnyuspecialitet> (дата звернення: 23.03.2025).

83. Басова В., Голод А. Проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму у Західному регіоні України. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туризму в регіонах України: матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції (19-20 жовтня 2018 р., м. Львів). Львів, 2018. С. 62–64.

**ДОДАТКИ**



## Найпопулярніші страви та напої України та їх опис

Назва страви та напою	Опис
Хліб	<p>Хліб найголовніша страва українців. Хліб з давніх часів став знаком заможності і гостинності. Зустрічають хлібом-сіллю дорогого гостя. Хліб символізує життя, і присутній в усіх важливих подіях, в обрядах і звичаях. Українці готували в основному житній хліб, а пшеничний як правило по великих святах - Різдво, Пасха, весілля (це були паляниці, калачі, пироги з грибами, капустою, сиром, ягодами, горіхами (мазурки) та іншими начинками, короваї і верчі (тип калачів). Хліб споживали з рідкими стравами, картоплю, і навіть з кашею, зі свіжими огірками, фруктами, ягодами, баштанними. Кожна етноспільнота має свій рецепт приготування хліба який різниці за інгредієнтами, способами випікання і за виглядом. Наприклад, гуцули в XIX столітті пекли прісний хліб із вівсяної (коржі) і кукурудзяної муки (малаї). Через брак борошна домішували до тіста варену картоплю, і випікали хліб – ріпляник. Пізніше на Гуцульщині, Покутті та Буковині випікали вівсяний хліб. Поліщуки пекли хліб із заквашеного тіста із використанням житньої муки, такому хлібові віддають перевагу і нині. У південних і східних регіонах випікали пшеничний хліб, а в деяких причорноморських місцевостях з кукурудзяного борошна.</p>
Борщ	<p>Борщ є не просто стравою, а справжнім символом країни, можна сказати маркером, котрий виділяє нас між інших і з'єднує в один моноліт. Іноземцям ж не завжди вдається у повній мірі зрозуміти цей концепт. Одні вважають його «вареним салатом», інші «червоним супом» чи навіть «супом з буряка». Борщ дечим перегукається із самими українцями – страва одна, а готується складно та і з різних продуктів (з м'яса, риби або грибів, і різних овочів), так і наш народ складений з відмінних за етнічним походженням людей. В Україні існує три види та до 50 різновидів борщу. Червоний борщ найулюбленіший до складу якого входить понад 20 найменувань продуктів. Другим є щавлевий або зелений. Готують з листя щавлю, кропиви, картоплі, м'яса або сала та засмачують круто звареними яйцями та сметаною (сироваткою, масляною). Третім видом борщу є холодний, який готується виключно влітку. Інгредієнти: червоний буряк варений, квас, сироватка (маслянка, сметана), петрушка, кріп, цибуля, часник, круто зварене яйце. Їдять холодним (не варять), вприкуску із вареною картоплею.</p>
Вареники	<p>Святкова та обрядова страва українців з давніх часів це вареники - страва з вареного тіста з начинкою. Вареники на свята готувались як символи продовження роду, і зараз вони зберегли свої давні обрядові функції. Правда, їсти в на будні їх стали все ж таки частіше. Для начинки використовується сир, смажену капусту, варену товчену картоплю, мак, калину, вишню та інші ягоди, яблука, варену й товчену сушину, варену квасолю, горохове пюре, пшоняну чи гречану кашу й навіть борошно. Борошняна начинка є типовою для етнічних мешканців центральної України, а це Полтавщини та півдня Чернігівщини. Готують начинку зі піджарених шкварок, і киплячого смальцю, у який добавляють розмішуючи борошно. Охолодженою начиняють вареники. Такі вареники називають варениками з піском. Поліщуки так і подоляни використовували для пісної начинки - урду (гурду, вурду – готується з конопляного насіння). Вареники і зараз є найулюбленішою і найпоширенішою стравою в Україні.</p>

## Продовження Додатка Б

Сало	Сало – найпопулярніша м'ясна страва, є найціннішим у традиційній їжі продуктом. Сало як правило солять та складають в скриню, бодню, у керамічні або скляні слоїки або підвішують у полотняних торбах у коморі (взимку – на горіщі. Таким чином воно може зберігатися біля двох років. В західних районах України сало коптять. Зараз його також заморожують. Їдять сало із хлібом, огірком, помідором та часником, в прикуску із червоним борщем. Відварене або підсмажене сало подають до картоплі або каші. Салом засмажують або затовкують борщі, капустаки, супи. Смажать з картоплею і ячнею. Шкварки із сала надають смаку галушкам, вареникам, млинцям, лемішці, мамалізі тощо. Вдосталь сала рахувався серед людей справжнім добробутом: Якби я паном був, то б сало їв та ним заїдав. Сало дотепер є феноменально популярне серед українців.
Галушки	Галушки є типовою для нашої кухні страва. Готуються вони просто, з пшеничної муки замішаної з водою або сироваткою з яйцями. Прісне тісто розкачують на товщину 1-1,5 см і ріжуть полосками 2-3 см, потім відщипують шматки і варять в підсоленій воді (молоці, м'ясному або овочевому супі). Зварені на воді галушки зливають та приправляють піджаркою з олії, або смальцю зі шкварками та цибулі. Готують їх і з гречаної муки, правда трохи за іншою технологією. Галушки популярні й сьогодні, особливо в Полтавській області де навіть встановили пам'ятник галушці. Галушки з салом і борщем є певним символом української національної кухні.
Голубці	Голубці готують із пшона (етнічні українці правобережжя Півдня України, подоляни), з кукурудзяної крупи (гуцули), з гречки (жителі Полтавщини). Каші трохи відварюють та додають до них підсмажену цибулю, свинячі шкварки, а у свята – сирий м'ясний фарш, додають спеції та начиняють листя капусти, молодого листя червоного буряка, а на південному заході – молодим листям винограду. Поліщуки начиняють листя капусти сирою картоплею вимішаною з мукою. Потім закладають в каструлю або горщик, заливають водою або квасом, бульйоном з кістки чи м'яса, додають сметану і ставлять на вогонь або у добре витоплену піч.
Деруни	Деруни (драники, драчаники, терчаники) користуються популярністю і не тільки в українців. Традиційна страва поліщуків. Готуються вони із сирової натертої картоплі з додаванням ложки-дві білого борошна, яєць, тертої сирової цибулини. Смажаться оладками в олії або на смальці. Додають за бажанням начинку – сир або фарш, у піст – підсмажену на олії цибулю з грибами або просто смажену цибулю. Їдять самі, із сметаною або сметанним соусом (підсмажують цибулю та гриби, заправляють підсмаженим борошном). Поліщуки складають деруни у макітру і томлять в печі.
Драглі	Драглі (дріглі, холодець, холодне, гишки, студенець) – популярна м'ясна страва. Готують зі свинячих (телячих, яловичих) ніг (гомілок), на Волині додають домашнього півника, варять 3-4 години, на маленькому вогні. Наприкінці додають моркву, цибулю, перець та сіль. М'ясо рваними шматочками розкладають по мисках, заливають бульйоном, заправляють часником і ставлять в холодне місце. Загуслий холодець подають із хроном.
Капуста	Капуста готується як самостійна страва так і входить до інших страв. Капуста є дуже популярним продуктом. Квашену капусту віджимають, дрібно січуть, додають перець, сіль, цибулю та олію заливають окропом і тушкують поки не випарується вода, а капуста не почне підсмажуватись. Таку страву подавали самостійно, або використовували в начинку у варениках та пирогах. Також до кислої можна додавати і свіжу капусту, а влітку тушкувати тільки свіжу. Додають звисно і підсмажене м'ясо (свинину), сало, смажену домашню ковбаску, помідори та тушкують все разом. На Поділлі, Східній Галичині й Волині капусту тушкують так, щоб лишалася юшка. Таку страву місцями називають бігос (бігус).

## Продовження Додатка Б

Каша	Каша є найдавнішою і найпоширенішою слов'янською стравою. В Україні популярна пшоняна, гречана, ячмінна, пшенична, вівсяна, кукурудзяна, рисова каші. Крупу готують до варіння неоднаково: ячмінну, пшоняну, кукурудзяну, пшеничну миють, а гречану і вівсяну підсмажують до золотистого кольору. Старовинним рецептом з готування смачної розсипчастої гречаної каші передбачалось обсмажувати з додаванням трохи смальцю, а потім варити, як звичайну кашу. Круто варена каша смачилась шкварками, олією, маслом, молоком або кисляком. Рідку кашу готують з додаванням молока, сироватки, масляниці. Гречані, пшеничні й пшоняні каші готуються всіма етнічними групами України, кукурудзяна – переважно жителями південного заходу та Гуцульщини, вівсяна – в окремих районах поліщуками та бойками, ячна – також на всій території, але більшою мірою на Лівобережжі та бойками. З давніх часів найулюбленіша каша всієї України була і є гречана каша.
Ковбаса	Ковбаса – належить до страв які заготовляються в основному на припас. Колять свиней, як правило в Україні перед Різдом і Великоднем, тонкі кишки шкрябали і відмивали тоді у них накладали сире м'ясо, підчеревину, додавали сіль, часник та перець. Складену кільцем і запікають, найсмачніша звісно запечена в гарячій печі. Для довготривалого зберігання ковбасу клали в горщики, наповнювали жиром та ставили у холодне місце. На заході ковбасу також коптять використовуючи спеціальну коптильню або в комині. Ковбасу українці роблять, як правило, перед Різдом та Великоднем, вона стала атрибутом багатого столу. Кров'янка один із підвидів ковбаси попри церковні заборони їсти кров забитих тварин залишилась з дохристиянських часів улюбленою стравою українців. Для цієї самобутньої страви використовують вимиті і очищені товсті свинячі кишки, які начиняються сирію кров'ю, замішаною з вареною гречкою, салом, додають сіль та спеції, далі запікають.
Крученики	Крученики (завиваники) – святкова страва з м'яса яку готують і сьогодні. Страва поширена в центральній Україні. Шматки м'яса (завичай свинина або телятина) відбивається, солиться, перчитьсся, а потім замотують в них начинку з фаршу, смаженої цибулі, грибів. М'ясо закручують у вигляді маленького рулета, зв'язують нитками, обсмажують на смальці та кладуть у каструлю. Тушкують в м'ясному бульйоні, додають спеції та сметану чи навіть воду.
Куліш	Куліш готують з пшона. Пшоно промивають та засипають в каструлю, дають кілька картоплин, зелень, солять. В приготовлений куліш додають затерте сало з цибулею і часником. Найкращий куліш із салом, м'ясом або рибою. Готовий куліш рахувався тоді, коли пшоно зовсім розкипалося і утворювалась суцільна маса. Жителі центральної України зрідка готували й гречані кулеші (деякі райони Чернігівщини, Полтавщини),а подоляни – кукурудзяні. Подекуди поліщуки готують з пшона молочні кулеші.
Бануш	Бануш – страва гуцулів, яка дечим схожа на мамалигу. Кукурудзяну крупу варили в свіжо зібраній сметані, солили, знявши з вогню акуратно розминали, поки на поверхню не виступить масло. Заправляли бринзою або сиром. Готували як правило на свята та для гостей.
Молочні страви	Молочні страви в Україні їли щодня, окрім посту. На свіжому молоці варять кашу локшину, ним заправляють товчену картоплю. Пряжать, а потім роблять ряжанку. З молока готують кисляк, сир, сметану, масло. Сир іде як начинка до вареників, пирогів, та налисників. Сметана та масло застосовують у борщі, каші, ющі, варениках, галушках. В Карпатах де розводять овець виготовляють бринзу (бриндзю). Молоко з овець зсідають за використання глягу (глегугу) із шлунка молодого ягняти, після цього сир збирають, відціджують, солять.

Пироги	Пироги займають значне місце в традиційній кулінарії. Готують пироги 2-ох видів: печені (кисле тісто) та смажені (прісне тісто). Пекли пироги як правило з того ж тіста, що і хліб (житнього), але неодмінно вкладалась начинка (сир, квасолу, горох, картоплю, гречану кашу зі шкварками, мак, пшоно, капусту, сушину, підсмажене з цибулею м'ясо, зелену цибулю з вареними яйцями, смажену з цибулею свіжі гриби, урду, ягоди та фрукти, тощо). В пісні дні начиняли грибами, картоплею, капустою, урдою, маком, ягодами і фруктами, кашею (раніше використовували хлібну розчину), і не з житньої муки, а з пшеничної. В окремих західних регіонах таку назву мають вареники.
Квас	Квас зроду-віку був улюбленим напоєм українців. Готували різні кваси: з хліба (сирівець), буряка, фруктів, ягід, з соку берези та клену. Квас із буряків готувався наступним чином. З вимитих буряків відрізали верхні та нижні частини, тісно вкладали у діжку, заливали водою, добавляли житні сухарі, пригнічували та лишали кваситись. Як тільки заброджував, діжку переносили у холодне місце. Як правило його використовували як основу для борщу. В лісостепових районах України робили фруктовий та ягідний квас. Переважно застосовували дикі груші та яблука, терен. Плоди кілька тижнів дозрівали в кошиках, а потім пережиті вкладались щільно в діжку, на дно якої клали житню солому, заливали водою та лишали бродити теплому місці. Інколи додавали пару ложок піспи (заварена, як кисіль, житня мука). Після вкисання діжку переносили в холодне місце. Пили квас та їли плоди. Аналогічно на Поліссі квасили калину, журавлину чи брусницю.
Мед	Мед (медуха, квасний мед) є напоєм, який споживали ще в часи Київської Русі. Виробництво передбачало підготовку медової сити, додавали запарені шишки хмелю та лишали в теплому місці для бродіння, за пару днів або тижнів вживали охолодженим. В залежності від часу витримки мед був слабший або міцніший. З роками, через занепад бджільництва в Україні мед готують менше, а з ХХ ст. він стає дуже рідкісним напоєм.
Пиво	Пиво українці готували з давніх часів. До складу продуктів входив: ячмінь, хміль й солод. В середньовіччі слов'яни часто вживали пиво. З початку ХІХ ст., з піднесенням заводської броварської справи, пивоваріння в домашніх умовах зникає.
Узвар	Узвар (звар, вар, киселиця, юшка, сливки) – є найпоширенішим традиційним напоєм. Виготовляється влітку з свіжо збираних ягід; восени, взимку й навесні – із сушки груш, вишні, яблук, слив, ягід тощо.
Чай	Поширеними були в Україні і чаї з лікарських рослин (звіробій, м'ята, липа, кропива, меліса, ромашка, лаванда, материнка, чебрець), гілочок малини, вишні тощо. В окремих регіонах традиції з приготування такого чаю зберігаються і зараз.

Джерело: складено автором

Концептуальні заклади ресторанного господарства України як об'єкти гастрономічного туризму

Назва закладу, міста	Концепція закладу
Ресторан «Канапа», м. Київ	«Канапа» – ресторан української кухні, який знаходиться в дерев'яній садибі XIX століття на Андріївському узвозі у місті Київ. Заклад двічі отримував премію «Сіль» як найкращий ресторан української кухні. У 2018 році автори ресторанного путівника <u>Мішлен</u> високо оцінили шеф-кухаря ресторану «Канапа» <u>Ярослава Артюха</u> . На сайті путівника написали про те, як він модернізує традиційну українську кухню і вдихає у неї нове життя. У 2019 році відвідати «Канапу» радило британське видання <u>The Independent</u> . У 2020 році журнал «НВ» назвав заклад одним зі 100 найкращих ресторанів України.
Ресторан «Остання Барикада», м. Київ	Сам заклад характеризує себе як місце зустрічі вільних людей – представників нового покоління, народженого трьома українськими революціями. Студентська революція на граніті 1990 року, Помаранчева Революція 2004 року і революція Переваги 2014 року представлені експонатами. Тут пропонують автентичну українську кухню і напої. Одна з фішок закладу – прихованість входу, ви не побачите яскравої вивіски і покажчика. «Щоб знайти ресторан потрібно трохи поворухнутися, але не так вже й складно, як лякають багато. Спуститися на ліфті, поспілкуватися з милими україномовними дівчатами і вас пустять усередину. Ресторан запам'ятовується, атмосферний, зі своєю історією, зали виконані в різному дизайні, можете вибрати, що вам ближче. При всій прихованості людей тут більш ніж достатньо.
Кафе «Musafir», м. Київ	Це кафе кримськотатарської кухні, яке переїхало з Бахчисарая. Оформлення закладу витримано в стилі старого кримськотатарського будинку, а в меню – традиційні страви, такі як кримськотатарські чебуреки, шашлики, самси, манти і <u>Лагман</u> . Крім того, тут з певною церемонією подається кава – в джезві.
Ресторан «Спотикач», м. Київ	Ресторан «Спотикач» це, мабуть, саме київський заклад: меню складено за старовинними київським рецептами, від київського торта до котлети по-київськи, тут запропонують київський борщ і київський хліб з каштанами або прапор України з вареників, а інтер'єр відсилає до середини минулого століття. Найсмачніші вареники, які я їла в Києві – тут! А запивши їх узваром, взагалі здаються божественними.
Бodega «Два Карли», м. Одеса	В самому «серці» Південної Пальміри, в затишному та тихому дворі, знаходиться ще один колоритний, атмосферний та недорогий ресторан. Бodega «Два Карли» популярний, концептуальний заклад Одеси, в якому можна посмакувати стравами <u>бесарабської</u> кухні. В меню також представлені найкращі страви української, східноєвропейської кухні, є їжа для вегетаріанців. Бodega «Два Карли» – це найстаріший заклад в місті, заснований ще в 1830-ому році. На перший погляд – це <u>підвальчик</u> серед купи літніх ганків. Кухня настільки домашня, що навіть власна бабуся так не готує). Паштет – ніжний, ікра кабачкова і баклажанна – смачні, борщ з сальцем – ідеальний, яловичина з чорносливом – тане в роті. Ціни досить демократичні.
«Компот», м. Одеса	Один з найбільш колоритних закладів Одеси, який уособлює одеську кухню. «Компот» – це мережа кафе з французьким шармом і теплою одеською гостинністю. Її засновник – український ресторатор <u>Сава Діобкін</u> – в меню кожного свого закладу ділиться особистим досвідом кулінарного експерта і гурмана.

Сімейний ресторан «Маман», м. Одеса	Можливо, для деяких одеська кухня і звучить тривіально, але тільки не тут. Корінна одеситка, маман, не схожа на типову маму-домогосподарку, яка все життя проводить біля мартену. Ні, вона любить готувати і робить це смачно, з ентузіазмом. Але ненав'язливо і в своє задоволення, в проміжках між подорожами по світу. Кращі рецепти, кулінарні тенденції і досвід світових шеф-кухарів знаходять відображення в її стравах. Салат «Олів'є» навіть з креветками або ростбіфом, або фарширований перець, які комусь здадуться банальними і звичними, тут отримують друге життя. У «Маман» їх готують за унікальним сімейним рецептом і подають не менш оригінально.
Ресторан «Криївка», м. Львів	Яскравим прикладом концептуальних ресторанів Львова слугує «Криївка» – найкращий концептуальний ресторан Європи. За останні 2 роки «Криївку» відвідало понад 1,3 млн. осіб. І це про заклад, котрий навіть не має вивіски, а вся інформація про нього розповсюджується за допомогою сарафанного радіо. «Криївка» однією з перших в Україні використала антимаркетинг. Стати популярним закладу вдалося за рахунок цілого спектру власних традицій і особливостей. На даху будівлі, в підвалі якого знаходиться «Криївка», встановлена зенітна установка. «Криївка» працює цілодобово, в ній завжди гамірно і багато туристів.
Кав'ярня «Львівська копальня кави», м. Львів	Найбільш екстравагантний заклад зі своєю легендою є «Львівська копальня кави». Це кав'ярня-книгарня, створена над кавовою шахтою. Згідно з легендою – кава у Львові – корисна копалина, яку видобувають так само, як вугілля чи торф із надр землі. У шахті можна поблукати (встеленими кавовими зернами) мінітунелами, зустріти шахтарів та навіть побачити процес видобування цієї «копалини». Зі Львова почалась кава в Україні, тому вже стереотипно воно є містом кави.
Ресторан – «Дім легенд», м. Львів	Кожен зал закладу присвячений одній з львівських легенд. Тут є кімната часу, в якій виставлені макети Місяця, Сонця, фотографії годин, які в різний час прикрашали Ратушу. У просторі легенд про бруківку представлені зразки львівської бруківки різних періодів. Також є кімнати міських левів, книг і кімната контролю за непередбаченою погодою.
Галицька Кнайпа «Під Золотою Розою», м. Львів	Заклад інтригує, веселить, змушує клієнтів торгуватися за оплату власного обіду. Ресторан оформлений в стилі старого будинку великий єврейської сім'ї поруч з руїнами синагоги «Золота роза». У закладі домашня атмосфера: на столах скатертини ручної роботи, свічки, в інтер'єрі є швейні машинки, скрипки і мекори. Меню «Під Золотою Розою» - своєрідний літературний альманах про історію євреїв Львова. Гортаючи його, іноді складно розібратися, де закінчується історія і починається опис страви. Ціни в меню відсутні, рахунків тут також не приносять – по завершенні трапези клієнтам доводиться торгуватися з офіціантом. Ті з характерним акцентом і театральною жестикуляцією, зрозуміло, наполягають на завищеній вартості страв. До кожного замовлення подають мацу. Поскаржившись на те, що вона була дуже сухою, можна спробувати відмовитися сплачувати рахунок.
«Гасова дямпа», м. Львів	Львів подарував світові газову лампу, яка пізніше стала відома як «Віденська». Її винайшли місцеві аптекарі Ян Зег та Ігнацій Лукасевич в 1853. Цей факт став основою концепції ресторану «Гасова дямпа». Займає три поверхи старого австрійського будинку і літню терасу з краєвидом на Ратушу. Всередині приміщення – вибухи, спалахи, музика в стилі рок і гранж. За оформленням ресторан нагадує хімічну лабораторію. Напої тут подають у скляних колбах, замість таблички "зарезервовано" на стіл ставлять каністру. Настоянки, які можна купити в якості сувенірів, продають у пробірках. «Гасова дямпа» – це ще й музей: тут виставлено близько 200 старовинних газових ламп, а також копія першого такого світильника. Можна перерахувати ще безліч концептуальних ресторанів Львова, які вражають і будуть вражати туристів з усіх країн світу.

«Голодний Микола», м. Львів	Найбільший у світі ресторан галицької кухні. Окрім основного приміщення, заклад має дві бенкетні зали – велику, що розрахована на 250-300 осіб і малу – на 40-50 осіб. «Родзинка» ресторану – подвійне озеро, одна частина якого знаходиться надворі, а інша – просто в приміщенні. В озері плаває жива форель, яку кожен гість може сам зловити за допомогою вудочки, і її відразу ж йому приготують <u>кухарі</u> . Окрім риби, у закладі пропонують традиційні галицькі <u>зупки</u> , м'ясні, рибні страви, ковбаси власного виробництва, холодні та гарячі закуски, пироги, макітри з варениками, пательні з <u>баношамц</u> , <u>бігусамц</u> , великий вибір страв на компанії. Алкогольна карта починається з пива « <u>Кумпель</u> », адже поруч з рестораном знаходиться <u>Кумпельова</u> пивоварня.
«Сало», м. Львів	«Сало» - музей культового українського продукту та <u>лаунж</u> -бар водночас. Тут сало стало не просто смачним продуктом, а й певним символом іронічності та глузування над гламуром. Щодня з 10 до 18 години у Арт музеї працюють <u>аудіоекскурсії</u> . У програму екскурсії також входить і дегустація. В інтер'єрі бару відразу кидуються в очі білі дивани, що самі по собі нагадують великі рівні шматки сала, розкладені по просторій залі в стилі хай тек. «Родзинка» меню – 35 видів українського та закордонного сала, яке можна запити одним з 40 видів горілки.
«Кумпель», м. Львів	«Кумпель» Перший ресторан-пивоварня у Львові. Зайшовши в зал можна відразу побачити великі мідні чани, в яких готується живе пиво. Пиво різних сортів варять прямо в ресторані та не фільтрують, щоб зберегти всі властивості живого напою. Тут можна скоштувати традиційні світлі та темні сорти пива, а також янтарне, золотий та бронзовий ель. Читайте також Живе, <u>крафтове</u> , екзотичне: ТОП-10 місць де варто спробувати пиво у Львові Інтер'єр закладу поєднує розкіш ресторанів старого Львова з елементами пострадянського індустріального стилю.
Ресторація <u>Бачевських</u> , м. Львів	Ресторація присвячена родині <u>Бачевських</u> -засновникам першої у світі офіційної фабрики горілки, меценатам і громадським діячам. Фабрика <u>Бачевських</u> відкрита в 1782 році, стала першою фабрикою масового виробництва горілки у всьому світі. Ресторан пригоспає відвідувачів не тільки горілкою <u>Бачевських</u> , але й наливками і настоянок власного виробництва (45 видів). У ресторані відновили атмосферу європейського кабаре. Все нагадує про сім'ю <u>Бачевських</u> : рекламні плакати, етикетки, пляшки, цілі колекції тих часів. Є декілька терас, оранжерея та зали єврейської та галицької кухні.

Джерело: складено автором

Національний перелік елементів нематеріальної культурної спадщини України

№	Назва елементу нематеріальної культурної спадщини	Охоронний номер елементу нематеріальної культурної спадщини	Галузь нематеріальної культурної спадщини, представлена елементом нематеріальної культурної спадщини	Географічне розташування елементу нематеріальної культурної спадщини	Дата і номер рішення про включення до переліку
<b>Інвентар нематеріальної культурної спадщини</b>					
19	Культура приготування українського борщу	022н.к.с.	Звичаї, обряди, святкування; Знання та практики, що стосуються природи і Всесвіту; Традиційні ремесла	Вінницька, Волинська, Дніпропетровська, Донецька, Житомирська, Закарпатська, Запорізька, Івано-Франківська, Київська, Кіровоградська, Луганська, Львівська, Миколаївська, Одеська, Полтавська, Рівненська, Сумська, Тернопільська, Харківська, Херсонська, Хмельницька, Черкаська, Чернівецька, Чернігівська області, міста Київ та Севастополь	Наказ від 13.10.2020 № 2182
24	Традиція приготування яворівського пирога	027н.к.с.	Традиційна кухня	Місто Яворів, Яворівського району Львівської області	Наказ від 06.07.2022 № 228
26	Знання і практики приготування сахновщинського короваю	029н.к.с.	Знання та практики, що стосуються природи і Всесвіту; Традиційні ремесла	Села <del>Таведня</del> , Новодмитрівка, Огіївка, Дубові Гряди, Лебедівка, Великі Бучки, Катеринівка, Володимирівка, Шевченкове, смт.Сахновщина Сахновщинського району Харківської області	Наказ від 06.07.2022 № 228
30	Знання, вміння та практики, що стосуються приготування та споживання біляївської рибної юшки	034н.к.с.	Традиційні ремесла; Традиції, пов'язані із культурою харчування	Місто Біляївка Одеської області	Наказ від 06.07.2022 № 228
33	Бузинник – десертна страва з бузини, традиції приготування та споживання	038н.к.с.	Усні традиції та форми вираження; Знання та практики, що стосуються природи і Всесвіту; Традиційні ремесла; Інше – традиція харчування	Села <del>Плещкани</del> , Коврай, Коврай Другий, Гельмазів Гельмазівської територіальної громади Золотоніського району Черкаської області	Наказ від 06.07.2022 № 228

34	Традиція приготування обрядової страви «крупки» с. Мостове Андрушівської громади Житомирської області	039н.к.с.	Інше – обрядова страва	Село Мостове Житомирської області	Наказ від 06.07.2022 № 228
37	Гуцульська брилзда	044н.к.с.	Знання та практики, що стосуються природи і Всесвіту; Традиційні ремесла	Рахівський район Закарпатської області, частина Івано - Франківської та Чернівецької областей	Наказ від 06.07.2022 № 228
38	Культура приготування та споживання пшаници у селах долини річки Фрумушка	045н.к.с.	Звичаї, обряди, святкування; Знання та практики, що стосуються природи і Всесвіту; Традиційні ремесла	Села Нові Каплани та Василівка Болградського району, село Семисотка Білгород-Дністровського району Одеської області	Наказ від 06.07.2022 № 228
42	Сливовий деквар – традиція приготування та культура споживання на Закарпатті	050н.к.с.	Традиційні ремесла	Села Бене, Геча, Ботар та інші населені пункти Закарпатської області	Наказ від 25.07.2022 № 269
44	Традиційний обрядовий хліб Вінниччини	052н.к.с.	Звичаї, обряди, святкування	Населені пункти Вінницької області	Наказ від 23.12.2022 № 525
48	Традиція приготування та споживання обрядових хлібів до Дня Святого Георгія села Криничне	062н.к.с.	Звичаї, обряди, святкування; Традиційні ремесла	Село Криничне Болградського району Одеської області	Наказ від 17.02.2023 № 78
51	Приготування української традиційної страви «Голубці»	066н.к.с.	Звичаї, обряди, святкування; Знання та практики, що стосуються природи і Всесвіту; Традиційні ремесла; Традиційна кухня	Страва побутує на всій території сучасної України та інших країн, зокрема на території селища Голованівськ, сіл Вербова, Грузьке, Ясне, Ємилівка, Журавлинка, Цвіткове, Клинове, Красногірка, Маназурка, Межирічка, Краснопілля, Молдовка, Матвіївка, Недежлівка, Наливайка, Роздол, Розкішне, Костянтинівка, Маринопіль, Мар'янівка, Новосілка, Свірневе, Зелена Балка, Новоголованівськ, Олексіївка, Троянка, Щепидове, Олександрівка, Ковалівка Голованівського району Кіровоградської області, Волинської, Вінницької, Одеської, Луганської, Чернівецької, Радивилівської територіальної громади Дубенського району Рівненської області	Наказ від 04.05.2023 № 234 Наказ від 20.12.2023 № 719

59	Обряд приготування зливаної каші	076н.к.с.	Звичаї, обряди, святкування	Смт. Карнаухівка Дніпропетровської області	Наказ від 26.07.2023 № 403
60	Технологія приготування обрядового напою «Варена» в селі Боромля	077н.к.с.	Звичаї, обряди, святкування; Традиційні ремесла	Село Боромля Охтирського району Сумської області	Наказ від 26.07.2023 № 403
65	Традиція приготування сушки з фруктів у селах Охтирщини	086н.к.с.	Знання та практики, що стосуються природи і Всесвіту; Традиційні ремесла; Традиційна кухня; Народні промисли	Села Мала Павлівка, Качанівка, Шоми, Сіврюки, Неплатино, Кударі, Закаблуки, Бурдиха Комишанської територіальної громади, села Рибальське, Бандури, Білани, Івахи, Шаповалівка, Рубани, Гнилиця, Куземин, Грунь (частково) В'язове, Шабаласво, Молодецьке (Нестерівщина) Грунської територіальної громади, села Лантратівка, Олешня, Новопостроєне Чапаківської територіальної громади Охтирського району Сумської області	Наказ від 26.12.2023 № 768 (зі змінами, внесеними наказом від 18 січня 2024 р. № 24)
	Традиції приготування та споживання каші «Зозулі»	089н.к.с.	Знання та практики, що стосуються природи і Всесвіту; Традиційна кухня;	Села Дашківці, Зарванці, Якушинці, Лисанка, Широка Гребля, Микудинці Якушинської ТГ Вінницького району Вінницької області	Наказ від 23.02.2024 № 135
69	Культура традиційної гуцульської сирної пластики	096н.к.с.	Усні традиції та форми вираження, зокрема в мові як носії нематеріальної культурної спадщини; Звичаї, обряди, святкування; Традиційні ремесла	Традиція побутує в селах Брускур, Космач, Прокурава, Шепіт, Річка, Снідавка Косівського району та селах Криворівня, Чорний потік, Красник Верховинського району. Подібні елементи існують як в інших регіонах України, зокрема Карпатського регіону, так і в інших країнах, таких як Польща, Словаччина, Угорщина, Румунія, однак мають місцеві особливості, традицію та культуру, пов'язану з місцем побутування	Наказ від 27.05.2024 № 378
72	Культура приготування та споживання «Засипаної капустки»	099н.к.с.	Звичаї, обряди, святкування; Знання та практики, що стосуються природи та всесвіту; Традиційні ремесла; Традиційна кухня; Народні промисли	Елемент побутує у селах Руда, Гнізличів, Облазниця, Лівчиці, Ганівці, Покрівці та містах Стрий, Жидачів, Журавно, Ходорів Стрийського району Львівської області. Подібні елементи побутують і в інших частинах України, однак мають свої особливості та свою культуру, яка пов'язана з елементом.	Наказ від 24.07.2024 № 513

Інвентар нематеріальної культурної спадщини, яка потребує термінової охорони					
2	Звичай і технологія приготування святкової та поминальної каші у місті Авдіївка Донецької області	041н.к.с	Традиційні ремесла	місто Авдіївка Донецької області	Наказ від 06.07.2022 № 228
3	Випікання весільних утія у селі Річки	054н.к.с	Звичаї, обряди, святкування; Традиційні ремесла	Село Річки Річківської сільської територіальної громади Сумського району Сумської області	Наказ від 23.12.2022 № 525
4	Обряд приготування страви «Зелеківська зливанка»	055н.к.с	Усні традиції та форми вираження; Звичаї, обряди, святкування; Знання та практики, що стосуються природи і Всесвіту; Інше – народна медицина, традиційна кухня, гастрономія	Село Зелеківка Старобільського району Луганської області	Наказ від 23.12.2022 № 525
13	Пісні голубці з картоплею, традиція приготування та споживання	082н.к.с	Традиційна кухня	Село Сонячне Волноваського району Донецької області	Наказ від 12.12.2023 № 695
16	Традиція приготування затірки у селі Крива Лука	090н.к.с	Традиційна кухня	Традиція приготування затірки поширена на всій території України, зі своїми регіональними відмінностями. В поданні описано традицію, що побутує в Донецькій області, зокрема в селі Крива Лука, а також у місцях проживання вихідців з цієї місцевості – на інших територіях України та за кордоном Територія компактного проживання надазовських греків: південно-західна частина Донецької області - Донецьке Надазов'я. Найбільші сільські спільноти надазовських греків проживають у населених пунктах: - Маріупольського району: Мангуш, Ялта, Урзуф, Саргана, Чермалик, Малоанисоль, Кременівка, Старий Крим; - Волноваського району: Велика Новосілка, Багатир, Комар, Улакди, Костянтинівка, Гранітне, Старогнатівка, Бутас, Нова Каракуба, Старомлинівка; - Кальміуського району: Старобешеве, Стіда, Роздольне, Стародаспа. Великі спільноти проживають у містах Донецької області: Маріуполь, Донецьк, Волноваха, Курахово, Кальміуське, Вугледар	Наказ від 23.02.2024 № 135
17	Культурні звичаї та способи самовираження, пов'язані з обрядовим хлібом Надазовських греків (Цсатир)	109н.к.с	Звичаї, обряди, святкування; Традиційна кухня; Культурні простори		Наказ від 24.03.2025 № 268

Інвентар, що представляє культуру корінних народів України					
2	Традиція приготування ет аякдак (караїмський пиріжок з м'ясом). Досвід караїмів Мелітополя	013н.к.с.	Звичаї, обряди, святкування; Інше – національна кухня караїмів	Місто Мелітополь, Запорізька обл.	Наказ від 16.11.2018 № 995
3	Практика та культурний контекст приготування «чіберек» та «янтик» - традиційних страв кримських татар	049н.к.с.	Звичаї, обряди, святкування; Традиційні ремесла	Автономна Республіка Крим, Київська та Херсонська області, м. Київ, Львів, Вінниця, Полтава, Луцьк та Мелітополь, Запорізької області	Наказ від 25.07.2022 № 269
4	Кавова традиція кримських татар	091н.к.с.	Звичаї, обряди, святкування; Традиційні ремесла; Традиційна кухня; Культурні простори	Поширення елемента напряму пов'язане із місцями проживання кримськотатарського народу на території України. Переважна більшість кримських татар проживають в Автономній Республіці Крим. Кримські татари в невеликій кількості також проживають у Київській та Херсонській областях, у містах Києві, Львові, Вінниці, Полтаві, Луцьку, Мелітополі, Дніпрі, Дрогобичі	Наказ від 23.02.2024 № 135

Джерело: складено автором

## Гастрономічні тури по Україні

Туристичне підприємство	Маршрут подорожі	Назва туристичного продукту
Туроператор «ТурБаза»	м. Львів	«Місто з ароматом кави»
Туроператор «ТурБаза»	Львів- <del>Чинадієво</del> -Мукачево-Берегово-Нижне Селище- о. <del>Синевір</del>	«Сир-винний тур Закарпаттям»
Туроператор «Відвідай»	Львів- <del>Ужок</del> -Перечин-Середнє-Виноградів	<del>Дегустаційно</del> термальний тур «Закарпатські насолоди»
Туроператор «Галиця тур»	м. Львів	«Від шпацеру до келішка»
Туроператор «Країна UA»	Воловець- <del>Гукливиї</del> -Міжгір'я-Нижнє Селище-Берегово- <del>В.Бийгань</del> -Мукачево	«Кулінарне Закарпаття»
Туроператор «Країна UA»	Одеса-Білгород-Дністровський	«Винний тур: від А до Я»
Туроператор «Країна UA»	<del>Гоголево</del> -Диканька-Полтава- <del>Опошня</del>	«Полтавські галушки»
Туристичний сайт «igotoworld.com»	м. Львів	«Хмільний Львів»
Туристичний сайт «igotoworld.com»	м. Одеса	«Прогулянка по-одеськи!»
Туристичний сайт «igotoworld.com»	Богданівка – Полтава – Полтавська – Диканька – <del>Опішня</del> – Великі Будища – Миргород	«Полтавські витребеньки»
Туристичний сайт «igotoworld.com»	Полтавська – Гоголеве – Миргород – Полтава – <del>Диканька</del>	«Масляна на Полтавщині»
Туристичний сайт «igotoworld.com»	Кам'янка – <del>Біласовиця</del> – Підполоззя – <del>Жденієво</del> – Верхній Студений – Закарпатська – Коло- <del>чава</del> – <del>Міжгірський</del> – Міжгір'я – Львів	Гастрономічно-розважальний тур «Зимові забави»
Туристичний сайт «igotoworld.com»	Мукачево – Берегово – <del>Геча</del> – Ужгород – <del>Лум-шори</del>	«Тур на фестиваль <del>гентешей</del> в Закарпатті»
Туристичний сайт «igotoworld.com»	<del>Чинадієво</del> – Мукачево – Берегово – Нижнє Селище – Іза – Міжгір'я – <del>Келечин</del>	«Секрети закарпатської кухні»
Туристичний сайт «FLIXESS»	Львів-Свалява-Великі Луки-Берегове-Виноградів-Воловець	СИРО-ВИННИЙ ТУР ЗАКАРПАТТЯМ
Туристичний сайт «FLIXESS»	Львів-Свалява-Великі Луки-Берегове- <del>Ботар-Ведятино</del> -Хуст	ЗАКАРПАТСЬКІ ПРИГОДИ
Туристичний сайт «Wonders&Holidays»	Ужгород-Косино-Берегове-Іза	Смачне Закарпаття
Туристичний сайт «Wonders&Holidays»	м. Львів	Гастрономічний тур Львовом
Туристичний сайт «Wonders&Holidays»	м. Київ	Дуже смачний Київ
Туристичний сайт «relax»	Львів – Лавров – Спас- <del>Бусовисько</del> – Ясениця-Замкова – Розлуч – <del>Бориня</del> – Львів	ДО БОЙКІВ НА СІР + SPA

Джерело: складено автором

## Гастрономічні фестивалі за регіонами

Назва фестивалю	Час проведення	Місце проведення
<b>Вінницька область</b>		
Фестиваль борщу «Театр на город»	Вересень	с. Правилівка
<b>Волинська область</b>		
«Lutsk Food Fest»	14-15 травня	м. Луцьк
«З любов'ю до ... сала»	Жовтень	м. Луцьк
«Lutsk Food Fest»	16-17 липня	м. Луцьк
«Фестиваль національної кухні»	25 вересня	м. Луцьк
<b>Дніпропетровська область</b>		
Фестиваль «Галушки»	Травень	с. Гречане
Фестиваль кулішу «Смачна традиція козацтва»	Червень	с. Старі Кодаки
<b>Житомирська область</b>		
Міжнародний фестиваль дерунів	Друга субота вересня	м. Коростень
<b>Закарпатська область</b>		
Червоне вино»	11-15 січня	м. Мукачєво
«Конкурс різників свиней – гентешів»	Останні вихідні січня	с. Геча
«Ужгородська падачінта»	Кінець лютого	м. Ужгород
Всеукраїнський фестиваль вареників	17 березня	м. Яремче
«Біле вино»	3-5 березня	м. Берегово
Фестиваль вина і меду «Сонячний напій»	Перші субота-неділя травня	м. Ужгород
«Берлібашський бануш»	Травень	с. Костилівка
Фестиваль виноградарів і виноробів «Угочанська лоза»	Травень	м. Виноградів
Фестиваль тушкованого півня на Закарпатті	30 червня	с. Косонь
«Червона черешня»	Червень	с. Пацканьово
Фестиваль ріп'янки	Червень	с. Колочава
Фестиваль Великоберезнянського сиру «Молочна ріка»	Липень	с. Стужиня
Фестиваль чорниці «Верховинська яфіна»	5 серпня	с. Гукливе
Фестиваль голубців	Початок серпня	с. Великий Бичків
Сливовий фестиваль «Свято Леквара»	25 серпня	с. Геча
Солодке свято меду в Мукачеві	Серпень	м. Мукачеве
Фестиваль «Гуцульська бринза»	5-6 вересня	м. Рахів
«Варишське пиво»	15-18 вересня	м. Мукачеве
Фестиваль «Смажений баранчик»	Вересень	с. Лазешина
«Золотий гуляш»	Середина жовтня	с. Мужієво
Фестиваль молодого вина і меду «Закарпатське божеде»	Друга неділя листопада	м. Ужгород

<b>Івано-Франківська область</b>		
«Станиславівська мармудяда» 15 жовтня	15 жовтня	м. Івано-Франківськ
<b>Київська область</b>		
«Вулична їжа»	Червень-Серпень	м. Київ
Ярмарок «Sweets&Gifts»	17-18 грудня	м. Київ
Маркет «Всі. Свої Гастрономія. М'ясний листопад»	26-27 листопада	м. Київ
«Цукерки та Пундика»	Листопад	м. Київ
Фестиваль солодошів «SWEETS Fest»	17-18 грудня	м. Київ
Фестиваль односолодових віскі «Whisky Dram»	12 листопада	м. Київ
«Борщ Фест»	Початок жовтня	с. Чубинське
Фестиваль українського крафтового пива «Craft Beer Fest!»	14-15 жовтня	м. Київ
<b>Кропивницька область</b>		
Фестиваль полуниці	11 червня	с. Миронівка
День бджоляра	Серпень	с. Виноградівка
<b>Львівська область</b>		
Міське свято Пампуха	Початок січня	м. Львів
«Дні глінтвейну у Львові»	13-15 січня	м. Львів
«Фестиваль пива»	8-12 травня	м. Львів
«Львів на тарілці»	24-28 червня	м. Львів
«Свято Хліба»	Серпень	м. Львів
«На каву до Львова»	Вересень	м. Львів
Національне свято шоколаду	Початок жовтня	м. Львів
«Свято Сиру і Вина»	Середина жовтня	м. Львів
Фестиваль Глінтвейну	Грудень	с. Славське
<b>Одеська область</b>		
«Таки да, смачно!»	Кінець квітня-початок грудня	м. Одеса
«Свято полуниці»	21-22 травня	м. Одеса
День помідора	Серпень	м. Одеса
«Свято вина та етнічного мистецтва»	12-13 листопада	м. Болград
Фестиваль Прянощі і радощі: «Сезам відкрійся»	Листопад	м. Одеса
<b>Полтавська область</b>		
«Галушка Fest»	Кінець квітня	м. Полтава
Фестиваль полуниці	21 червня	м. Кременчук
Всеукраїнський полуничний фестиваль-ярмарок «Бідецьківський край-полуничний рай»	25 червня	с. Бідецьківка
«Свято Полтавської галушки»	Червень	м. Полтава
«Пливе шука з Кременчука»	Липень	с. Бідецьківка
«Свято миргородської свині»	Вересень	м. Миргород

<b>Тернопільська область</b>		
«Вареник і капуста-fest»	3 травня	м. Збараж
«Галицька дефіляда»	17-19 червня	м. Тернопіль
Фестиваль коропа «Коропфест»	22 липня	м. Коропці
«Борщ'їв»	Перша половина вересня	м. Борщів
<b>Харківська область</b>		
«Городской Ріспік»	18-19 червня	м. Харків
<b>Херсонська область</b>		
«Український кавун – солодке диво»	Третя субота серпня	м. Гола Пристань
«Тышо-Тышо FEST»	Вересень	м. Херсон
<b>Хмельницька область</b>		
«Проскурівські смаколики»	14-15 жовтня	м. Хмельницький
<b>Чернігівська область</b>		
«Його величність, Ніжинський огірок»	Вересень	м. Ніжин
«40-УХ»	24 серпня	м. Чернігів
Фестиваль хліба «Хліб своїми руками»	Травень, серпень	с. Мистецький хутір
«Дерун-фест»	Кінець квітня	м. Чернігів
<b>Запорізька область</b>		
Фестиваль закуток «Нас не подолати»	Вересень	м. Запоріжжя

Джерело: складено автором

## Програма туру «Етнічна кухня поліщуків»

Час	Вид діяльності	Примітка
<b>День 1.</b>		
6:30	Збір групи у м. Київ біля станції метро Житомирська	
7:00	Відправлення у м. Дубно	
9:30	Зупинка на 15-20 хвилин у с. Березівка	На місці зупинки є туалет та декілька кафетерій.
11:30	Прибуття у м. Дубно. Екскурсія Дубенським замком. Екскурсія входить у вартість туру.	Екскурсія входить у вартість туру.
12:30	Обід в ресторані «Terrace Grill» на території Дубенського замку.	Обід не входить у вартість туру.
13:30	Відправлення у с. Тараканів.	
13:50	Прибуття у с. Тараканів. Екскурсія Тараканівським фортом.	
14:40	Відправлення у с. Повча	
15:30	Прибуття у с. Повча на території Агро-садиби «Хутір-Касень». Поселення. Відвідання вівце-ферми, заняття ове-терапією та дегустація молочної продукції.	Проживання, харчування, ове-терапія та дегустація молочних продуктів входить у вартість туру. На території агро-садиби можна відвідати лазню, придбати чаї з дикорослих лікарських рослин та молочну продукцію, взяти велосипед в оренду та пограти в теніс за додаткову плату.
18:30	Вечеря від господарів хутору. Вільний час.	Вечеря входить у вартість туру
<b>День 2</b>		
8:00	Сніданок.	Виселення. Сніданок входить у вартість туру
9:00	Відправлення у м. Сарни	
10:30	Прибуття у м. Сарни, відвідання садиби Дмитра Шабакі. Апітерапія, дегустація медової продукції.	Апітерапія входить у вартість туру. Процедура апітерапії передбачає відвідання пасіки, дегустацію медової продукції, сон на вуликах. На території садиби можна придбати медову продукцію та сувеніри.
12:00	Відправлення у м. Клевань.	
12:10	Прибуття у м. Клевань. Екскурсія у Тунелі кохання. Вільний час.	Екскурсія Тунелем кохання входить у вартість туру.
13:00	Відправлення у м. Рівне	
13:30	Прибуття у м. Рівне. Обід в ресторані «БарМаки». Відправлення до Рівненської пивоварні.	Обід в ресторані не входить у вартість туру

14:40	Прибуття на територію пивзаводу «Рівень». Екскурсія пивоварнею. Дегустація пива. Вільний час. Відправлення до Музею бурштину.	Екскурсія на пивзаводі та дегустація пива входить у вартість туру. Рекомендовано відвідати магазин-бар «Рівень», де можна придбати пивну та сувенірну продукцію.
15:30	Прибуття до Рівненського музею бурштину. Екскурсія та дегустація місцевого напою « <u>бурштинівки</u> ».	Екскурсія та дегустація входить у вартість туру. Біля музею знаходиться <u>магазин</u> , де можна придбати вироби з бурштину та бурштиновий напій.
16:45	Поселення у готель «Мир». Вільний час.	Проживання та сніданок входить у вартість туру. Вечерю у готелі можна замовити за додаткову плату. Пропонуються факультативні екскурсії «культурно-архітектурний центр <u>Пересопниця</u> » (150 грн.) та «До князів <u>Острозьких</u> » (200 грн.).
<b>День 3</b>		
9:00	Сніданок. Виселення з готелю.	Сніданок входить у вартість туру
10:00	Прибуття до підприємства «Поліські делікатеси». Участь у майстер класі з приготування <u>машика</u> , дегустація сиров'яленого м'яса.	Участь у майстер-класі та дегустація <u>сиров'яленої м'ясної продукції</u> входить у вартість туру. На підприємстві можна придбати м'ясну продукцію
11:00	Відправлення у смт <u>Гоша</u>	
11:30	Прибуття до смт <u>Гоша</u> на територію підприємства «Пригощайся». Екскурсія кондитерським заводом, дегустація фірмових виробів.	Екскурсія та дегустація входить у вартість туру. При заводі діє фірмовий магазин, де можна придбати <u>кондитерськ вироби</u> .
13:10	Прибуття на територію парку пам'ятки садово-паркового мистецтва та <u>сидиби панів Валуєвських</u> екскурсія.	Екскурсія входить у вартість туру. Біля парку знаходиться супермаркет «Наш край», де можна придбати продукти в дорогу.
13:50	Обід у ресторані «Щедрий млин».	Обід у ресторані не входить у вартість туру
15:00	Відправлення у м. Київ	
17:00	Зупинка на 15-20 хвилин у с. Березівка	
19:30	Прибуття у м. Київ до станції метро Житомирська	

Джерело: складено автором

## Опитувальник щодо гастрономічного туризму

№ питання	Питання та варіант відповіді	Відповідь (+, V або ваш варіант)
<p><i>Для респондентів.</i>            Гастрономічний туризм - це подорож, мета якої є отримання автентичного досвіду через культуру споживання їжі або напоїв, пізнання унікальних місць та їхньої культури через національну або регіональну кухню. Гастрономічний туризм визначається як вид туризму, який сприяє ознайомленню з процесом виробництва, технологією приготування, дегустацією національних страв і напоїв, кулінарними традиціями певного народу.</p>		
1	<p><b>Чи вважаєте ви українську кухню важливим елементом у визначенні бренду й іміджу регіону?</b>            так, це стратегічний елемент  <i>так, але це незначний аспект</i>            ні</p>	
2	<p><b>Чи сформовано в Україні унікальний гастрономічний бренд?</b>            так            ні  <i>має значний потенціал</i></p>	
3	<p><b>Який регіон чи місто в Україні вам цікаве в плані гастрономічної подорожі? (Можна обрати кілька варіантів)</b>            м. Львів            м. Київ            м. Одеса            Бессарабія            Полісся            Закарпаття            Південь            інше</p>	
4	<p><b>Якому виду відпочинку в Україні ви надасте перевагу зараз? (Можна обрати кілька варіантів)</b>            піші прогулянки            культурний туризм (екскурсії, музеї)            відпочинок на пляжі            подієвий туризм (заходи, фестивалі)            гастрономічний туризм            інше</p>	
5	<p><b>На що ви звертаєте увагу при виборі місця подорожі? (Можна обрати кілька варіантів)</b>            природа            цінова доступність та бюджет подорожі            культурна спадщина та історичні пам'ятки            безпека та стабільність регіону            місцева культура            відомість/популярність місця            місцева кухня            розвиненість крафтового виробництва            інше</p>	
6	<p><b>Скільки разів за життя ви відвідували інший регіон України з гастрономічною метою?</b>            Жодного разу            1-2 рази            3-5 разів            більше 5 разів</p>	

7		
	<i>винний</i>	
	<i>рибний</i>	
	<i>сирний</i>	
	<i>кавовий/чайний</i>	
	<i>медовий</i>	
	<i>фруктово-ягідний</i>	
	<i>цигарковий</i>	
	<i>шоколадний</i>	
	<i>м'ясний</i>	
	<i>аеро</i>	
	<i>змішаний</i>	
	<i>інше</i>	
8	<b>Що впливає на ваш вибір сезону для подорожей (у тому числі гастрономічних) Україною? (Можна обрати кілька варіантів)</b>	
	<i>відпустка/канікули</i>	
	<i>погодні умови</i>	
	<i>ціни</i>	
	<i>інше</i>	
9	<b>Які перешкоди або обмеження ви бачите для гастрономічних подорожей в Україні в умовах воєнного стану? (Можна обрати кілька варіантів)</b>	
	<i>безпека</i>	
	<i>фінансові витрати</i>	
	<i>втрата доступу до морських курортів</i>	
	<i>логістика доїзду</i>	
	<i>інше</i>	
10	<b>Чи подорожуєте ви більше активно в певну пору року? (Можна обрати кілька варіантів)</b>	
	<i>так, взимку</i>	
	<i>так, весно</i>	
	<i>так, влітку</i>	
	<i>так, восени</i>	
	<i>ні</i>	
11	<b>Оберіть твердження щодо ставлення до гастрономічних подорожей в Україні під час воєнного стану, з яким ви найбільше згодні?</b>	
	<i>ставлення до подорожей не змінилось</i>	
	<i>не подорожую через складне матеріальне становище</i>	
	<i>продовжую подорожувати, адже вважаю, що це спосіб підтримати країну економічно</i>	
	<i>я уникаю подорожей через можливу небезпеку</i>	
	<i>не вважаю за доцільними подорожі під час воєнного стану</i>	
	<i>інше</i>	
12	<b>Чи готові ви поїхати у гастрономічну подорож Україною у 2025 році?</b>	
	<i>так</i>	
	<i>ні</i>	
13	<b>Чи готові ви поїхати в гастрономічну подорож закордон у 2025 році?</b>	
	<i>так</i>	
	<i>ні</i>	

14	<b>Скільки ви готові витратити гривень на гастрономічну подорож в Україні?</b>	
	<i>не готові витратити кошти</i>	
	<i>1000-3000</i>	
	<i>5000-10000</i>	
	<i>10000-30000</i>	
	<i>більше 30000</i>	
15	<b>Скільки ви готові витратити гривень на гастрономічну подорож закордоном?</b>	
	<i>не готові витратити кошти</i>	
	<i>1000-3000</i>	
	<i>5000-10000</i>	
	<i>10000-30000</i>	
	<i>більше 30000</i>	

Джерело: складено автором