

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
ГЕОГРАФІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ГЕОГРАФІЇ УКРАЇНИ**

УДК 338.486

На правах рукопису

**Аналіз ресурсних можливостей міста Житомир
для розвитку гастрономічного туризму**

Галузь знань **10** – Природничі науки

Спеціальність **106** – Географія

Освітня програма **Економічна географія**

Кваліфікаційна робота бакалавра
Дзюбка Олександра Віталійовича

Науковий керівник:

к. геогр. н, доцент

Купач Тетяна Геннадіївна

КИЇВ – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Гастрономічний туризм	5
1. 1. Визначення гастрономічного туризму та його місце у загальній класифікації.....	5
1.2. Фактори стримування та сприяння розвитку гастрономічного туризму.....	9
1.3 Аналіз сучасного стану гастрономічного туризму в Україні.....	14
РОЗДІЛ 2. Регіональні особливості розвитку гастрономічного туризму (на прикладі міста Житомир)	18
2.1. Рекреаційний аналіз м. Житомир.....	18
2.2. Аналіз історико культурної спадщини регіону Житомирського Полісся.....	24
2.3. Аналіз системи закладів харчування та закладів гостинності м. Житомир.....	27
РОЗДІЛ 3. Перспективи розвитку гастрономічного туризму в м. Житомир	33
3.1. Конкуренентоспроможність міста Житомир в розвитку гастрономічного туризму.....	33
3.2. Туристична пропозиція.....	37
ВИСНОВКИ	41
СПИСОК ДЖЕРЕЛ	45
ДОДАТКИ	49

ВСТУП

Актуальність теми: тема гастрономічного туризму в Україні є досить важливою, оскільки цей вид туризму стрімко розвивається у всьому світі і має свої особливості які відрізняють між собою країни. Місто Житомир, як центр регіону і велике місто має потенціал у представленні гастрономічних та кулінарних особливостей локальної кухні, а отже має перспективу з точки зору розвитку гастрономічного туризм. Вивчення ресурсів гастрономічного туризму, зокрема, місцевої кухні, продуктів харчування та традицій у приготуванні або вживанні їжі, вирощування особливих культур або розведення особливих порід худоби, спосіб підготовки до приготування та технологія приготування страв, традиції у поширенні (свята, фестивалі, ярмарки), реєстрація географічних зазначень та організація на основі таких атракцій туристичних пропозицій дає можливість залучити велику кількість нових туристів.

Мета роботи полягає в аналіз ресурсних можливостей міста Житомир для розвитку гастрономічного туризму та визначення перспектив для розвитку.

Завдання бакалаврської роботи:

1. Проаналізувати теоретичні основи гастрономічного туризму та його місце в структурі сучасної туристичної галузі.
2. Вивчити зарубіжний та український досвід розвитку гастрономічного туризму.
3. Дослідити кулінарні традиції та гастрономічні ресурси Житомира та Житомирської області.
4. Проаналізувати сучасний стан гастрономічного туризму в Житомирі (рівень розвитку інфраструктури, наявність гастрономічних фестивалів, туристичних маршрутів, закладів громадського харчування тощо).

5. Виявити проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в місті Житомир.

6. Розробити рекомендації щодо популяризації гастрономічного туризму в Житомирі, зокрема пропозиції щодо створення гастрономічних маршрутів, фестивалів та промоційних заходів.

7. Сформулювати висновки та пропозиції на основі проведеного дослідження.

Об'єкт дослідження: місто Житомир - (місцеві гастрономічні, кулінарні, етнографічні, культурні технології щодо приготування страв) .

Предмет дослідження: дослідити чинний стан гастрономічного туризму в м.Житомир та вказати можливі шляхи розвитку.

Методологічною основою роботи є праці вітчизняних та зарубіжних дослідників гастрономічного туризму, зокрема, роботи Гладчука О. П. Агапова І. М., Нестерчук І. К. та інших. Методами дослідження є: методи соціологічних опитувань, методи SWOT-аналізу, методики розробки туристичних пропозицій.

Структурно робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків.

РОЗДІЛ 1. ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ

1.1 Визначення гастрономічного туризму та його місце у загальній класифікації.

Гастрономічний туризм - це досить сучасний вид туризму який знайомить людей з новими місцями та різноманітними культурами, традиціями та особливості національної кухні різних країн. Головне завдання людей які обирають гастрономічний туризм це дегустація різноманітних та унікальних продуктів, властиві саме для даної місцевості та включають в себе особливу культуру та історію створення страви. [1]

Гастрономія - це можливість оживити й урізноманітнити туризм, це другий подих для туристів через те що гастрономічний туризм знайомить людей з культурою їжі, всі люблять смачно поїсти ! Особливо коли їжа має свою історію та естетику. Завдяки цьому туристи отримують неймовірне задоволення цілісної картини, коли людина під час культурної подорожі знайомиться з історією міста та поринає в це все завдяки національним стравам. Якщо спиратись на терміни то гастрономічний туризм це різновид туризму, пов'язаний з відвідуванням рідних країн з метою ознайомитись з культурними та національними стравами (це може бути як продукти, напої, страви). В момент таких турів , споживач відвідує ресторани, бари, кафе з національною кухнею, бере участь в гастрономічних подіях (пов'язаних з традицією тієї чи іншої країни), приготування місцевих страв, дізнатист рецепт та історію національної страви або напою. Також, важливою частиною гастрономічного туризму є дегустація, турист дегустує страви та подорожує по місцям вирощування, збору та виробництва продуктів які його цікавлять.

Гастрономічний туризм це:

- ресторанні тури відвідування найвідоміших та популярних закладів.

- тури по сільських місцевостях для дегустації кухні та продуктів, що виробляють у даному регіоні;
- тур з метою відвідування гастрономічної виставки, ярмарки, шоу;
- освітній тур, мета якого - навчання в спеціалізованих закладах кулінарного профілю, відвідування курсів та майстер-класів;
- комбінований тур - поєднує риси кількох попередніх турів;

Тому, гастрономічний туризм поєднаний з різними видами діяльності та включає численні зацікавлені сторони (включаючи установи державного сектору, приватні компанії, окремі підприємства, навчальні заклади, організації громадянського суспільства тощо), інші види туризму/альтернативного туризму, економічний, соціальний, культурний та екологічний контекст місця призначення та досвід відвідувачів: по суті кулінарний туризм володіє додатковим характером до інших видів економічної діяльності та туризму. Продукти кулінарного туризму часто стикаються з іншими видами туристичної діяльності, наприклад : заходи , фестивалі, конференц-туризм, агротуризм , культурний та природний туризм. Тому гастрономія є важливою частиною будь-якої туристичної діяльності в туристичних напрямках. Особливо для туристів, для яких головною мотивацією є культура, кулінарія та яскраве занурення в культуру. [3]

Не менш важливим є транспортна система, без цього неможливо уявити сучасний процес подорожування. Завдяки транспортній системі, подорож стає більш комфортною та швидкою. Гастрономічний складний туризм є частиною будь якого туру, через те що масовий тур включає в себе якісне, швидке та недороге харчування туристів під час проведення туру. Все залежить від туру та його ціни, більш креативні та цікаві тури включають в обід місцеві страви, за допомогою яких у туриста з'являються інтерес до подальшого знайомства з місцевою культурою та гастрономічними традиціями. Коли ж головна мета туриста це ознайомлення з національною кухнею та напоями конкретної території, то він стає самостійним мотивом для подальшої подорожі.

Президент Міжнародного еногастрономічного центру, член експертної ради по гастрономічному туризму Всесвітньої туристичної організації ООН, Л. Гелібтерман до гастрономічного туризму також відносить спеціальні винні і гастрономічні тури; об'єкти гастрономічного туризму (сироварні, спеціалізовані музеї, виноробні, пивоварні тощо); заклади з регіональною кухнею; відвідування кулінарних курсів при готелях та спеціальних кулінарних шкіл ; візит до фермерських господарств; відвідування фермерських ринків; продовольчі виставки і ярмарки; гастрономічні і винні, пивні та коктейльні фестивалі.[1]

Людей які обожають гастрономічний туризм називають - фудді, такі люди готові здолати перешкоду в тисячі кілометрів щоб спробувати неймовірні та ексклюзивні страви чи продукти, представляють дуже обмежений сегмент споживачів туристичних послуг зроблений для прихильників slow food (повільної їжі). Найцікавіше , що більше всього прихильників такого виду подорожей проживають в Європі (а саме Німеччина та Англія). Мода на гастрономічний туризм зародилась в Європі, через стрімке зростання популярності зумовленої змінами та пізнанням нових традицій та культур споживання їжі, поширення практики fast food (швидкого харчування), що відтворює бажання відчутти нові смаки і познайомитись з стравами інших кухонь , це головний мотив людей які обожають гастрономічні подорожі.

Також існує так званий спротив гастрономічній уніфікації (спроба зробити їжу однаковою всюди). Це викликає протест у багатьох людей, через що вони починають більше цікавитись своїм корінням, власною історією та національною кухнею. Один з найкращих способів краще пізнати себе - звернутись до національної або регіональної кухні, через те що вона ж частиною культурної спадщини. Такий інтерес допомагає людям зберігати свої кулінарні традиції та заохочує місцевих жителів розвивати гастрономічний туризм. Все це робить гастрономічний туризм на важливу складову частину економіки кожної країни, що створює інфраструктуру гостинності і збільшує

кількість робочих місць, впливає на фактор збереження національних культурних традицій і в деяких випадках навіть відродити погано розвинуті райони. На зацікавленість до гастрономічного туризму впливає ступінь популярності та імідж розкручених гастрономічних марок та регіонів. Розглянемо в приклад країни Середземномор'я, такі як Франція, Італія, Іспанія, гастрономія цих країн внесена до надбань світової нематеріальної культурної спадщини. Кухня цих країн максимально самобутня та яскрава, кожен житель нашої планети знає смак популярних французьких круасанів або насичені італійські спагетті.

В 42 мільярди доларів оцінюють обсяг світового ринку гастрономічного туризму. Знову таки, лідерами в Європі виділяють Францію, Іспанію та Італію. Але незважаючи на популярність цих країн, туристи з різних куточків світу відвідують й інші країни з багатою кулінарною традицією, такі як: Китай, Японія, Корея, Індія. Якщо взяти до прикладу Токіо (місто в Японії), в місті налічується 217 мішленівських ресторанів. Таку популярність Токіо отримало через неймовірно цікаву культуру та незвичайну кухню, я б з задоволенням спробував справжні суші та відвідав чайні церемонії з матчою. Останнім часом європейці придивляються до Латинської та Південної Америки, знову таки через автентичну історію та запальні страви.

Проект «Гастрономічне креативне місто» є одним з впливів на розвиток гастрономічного туризму, що реалізується в рамках програми «Мережа Креативних Міст ЮНЕСКО», яке було розроблено у 2005 р. на базі загальної Декларації ЮНЕСКО про культурне різноманіття та ініціативи всесвітнього альянсу Культурного Різноманіття (2002 року).

Світовий туристичний ринок активно розвивається та глобалізується, що робить туризм важливою складовою сучасного цивілізованого суспільства. Його вплив на економіку багатьох країн постійно зростає, оскільки туристична галузь сприяє збільшенню валового внутрішнього продукту, створює нові робочі місця на місцевому рівні та стимулює розвиток інфраструктури. Тому, завдяки такому швидкому розвитку

збільшується зацікавленість до етнічної й унікальної їжі, кулінарних традицій, цікавих продуктів та напоїв, і це, у свою чергу, впливає на розвиток гастрономічного туризму.

1.2. Фактори стримування та сприяння розвитку гастрономічного туризму

Розвиток будь якого виду туризму залежить від багатьох факторів, які можуть як сприяти його зростанню, так і гальмувати цей процес. Перш за все можна сказати за природні та кліматичні умови, які можуть впливати як позитивно так і негативно. Мальовничі ландшафти та гарні природні об'єкти приваблюють туристів та створюють неймовірну атмосферу. Водночас природні чинники можуть негативно вплинути наприклад: стихійні лиха, екологічні катастрофи та неочікувані зміни клімату. Але в сучасному світі люди намагається знайти красу у будь якому об'єкті, особливо природному. Тому навіть в цього негативного чиннику є фанати, люди які шукають екстремальні види туризму щоб відвідати неймовірні або рідкісні екологічні катастрофи. Другий фактор - Демографічний. У двадцятому столітті чисельність населення планети збільшилось в 5 разів; внаслідок іноземних мандрівників які подорожували по різним країнам. До демографічних факторів, крім загального зростання народонаселення, варто віднести й урбанізацію, тобто збільшення частки міського населення за рахунок скорочення чисельності сільських жителів. Звідси висновок: через те що міське населення частіше подорожує, то цей процес веде до швидкого розвитку міжнародного туризму. [7]

Наступний чинник це Економічна ситуація. Високий рівень заробітку населення дозволяє людям частіше подорожувати та відпочивати, тобто зростає попит на подорожі. Також, коли економіка країни досить розвинута то інвестори вкладають гроші у розвиток туристичної інфраструктури, таким

чином роблять країну доступнішою для відвідування (тобто збільшення готелів, ресторанів, кафе та інших цікавих місць). Але цей чинник має і негативну сторону, якщо в країні присутня економічна криза або інфляція, високі ціни на ресурси (паливо, продукти, проживання та транспортні послуги), то ці проблеми можуть стримувати розвиток галузей та зменшити кількість туристів/інвесторів. Не менш важливою є політична стабільність та безпека, через те що туристи подорожуючи частіше обирають безпечні країни для відпочинку. Також, відсутність військових конфліктів, стабільна та міцна економіка, без віз або спрощення отримання візових процедур стимулює зростанню туризму.

Соціальні та демографічні фактори: розвиток урбанізації, збільшення рівня освіти та пізнання інших культур - це все збільшує бажання в туристів подорожувати та пізнавати культуру. В той же час з мінусів можна відмітити культурні особливості, деякі країни досить холодно зустрічають туристів. До прикладу можна взяти Японію, в цій країні туристів люблять та приймають, але японці ніколи не зможу підпустити близько до себе іноземців через їх строгість та культурну особливість. Також в соціальні мінуси можна віднести високий рівень злочинності та соціальна напруженість.

Одним з найважливіших факторів для залучення туристів є привабливість території. Культурна та історична спадщина створює унікальність територій та допомагає зацікавити туристів. Регіони з багатою історією, архітектурними спорудами, цікавими музеями та культурними традиціями є більш привабливими для рекреацій. [6]

Останній позитивний чинник це - технологічний розвиток, новітні транспортні технології та їх зручність для людей. В сучасному світі немає проблеми для придбання квитків на потяг або тролейбус. Також, зручно бронювати готелі, шукати інформацію про місцеві пам'ятки, це все робить подорожі швидшими та комфортнішими для людей. Проте в цьому чиннику є і свої мінуси, прогресивний розвиток технологічних можливостей збільшив можливість Кіберзагроз та атак. Вже сьогодні можна знайти купу випадків,

коли люди забронювали готель/номер, надіслали передплату та були обманутими. Також збільшилась кількість шахраїв які ламають сайти та отримують персональні дані відвідувачів.

Важливість визначення факторів стратегії розвитку гастрономічного туризму обумовлена тим, що більша кількість позитивних факторів призводить до того, що окремі регіони займають лідируючі позиції. Негативні фактори ,в свою чергу, знижують важливість розвитку гастрономічного туризму. Гастрономічний туризм має хороші умови для розвитку завдяки гастрономічним особливостям різних країн. Дуже важливим моментом є - безпека, особливо в сучасних умовах. Ці фактори забезпечують збалансоване управління підприємствами та організаціями, а також сталий розвиток туристичних дестинацій.

В сучасному світі ,здебільшого з одноманітними послугами, важливіші можливості для створення вартості полягає в наданні досвіду. Враження та досвід є однією з основних економічних пропозицій поряд із сировиною, товарами та послугами. Крім товарів та послуг, які на пряму впливають на настрій туристів, учасники індустрії туризму працюють над тим щоб наситити ці послуги своїм досвідом. Оскільки частина продуктів залежать від чуттєвого сприйняття, тому до таких товарів можна віднести гастрономічний туризм, люди отримують задоволення через смакові рецептори.[4]

Щодо історії створення визначення «гастрономічного туризму», чіткого визначення не існує, термін «кулінарний туризм» вводили на початку 2000-х років Л. Лонг, професор Університету Огайо, США. Як свідчать американські дослідники, люди розуміють різні визначення схожі за змістом як food tourism, culinary tourism ао gastronomy tourism. Гастрономічний туризм розглядають як самостійне явище і важлива складова будь якого туризму з огляду на важливу потребу людей - харчуватись. В першу чергу туризм об'єднує культурні , екологічні та економічні чинники, що дозволяє отримати задоволення від

процесу прийому їжі, також знайомить з гастрономічними традиціями країн, оскільки гастрономія є важливим елементом культури народу.

Об'єктами кулінарного туризму є:

- Країни, в яких кухня є найбільш розвинутою на світовій арені. Серед країн можна відзначити: Японію, Францію, Італію, Німеччину, Іспанію, Мексику. Також, в цей список почали потрапляти інші країни - Данія, Норвегія, Сінгапур.

- Регіони які відзначились через свою продукцію. Наприклад, такі регіони Франції, як Бордо та Шампань включені в класифікацію Appellation d'Origine Controle (назва продуктів за місцем їх виробництва) і відомі своїми унікальними винами. Також в приклад можна привести Голландський сир, або італійські приправи.

- Так звані «міста-ресторани». Основним напрямком таких міст є - заклади, які пропонують туристам різноманітні страви різних кухонь, стилів та форматів. Наприклад: Париж, Рим, Лондон та Барселона (Armesto-López & Martín, 2006).[2]

Щодо ресурсів, одним з найважливіших можна навазатр Природні ресурси. Різноманітність кліматичних умов, різні типу ґрунтів, рельєфу, також водні та лісові ресурси сприяють вирощуванню унікальних сільськогосподарських культур і продуктів, також природні ресурси підкреслюють особливість території. До прикладу можна порівняти Одесу та Закарпаття, території мають різні ресурси та курорти. Люди які воліють відпочити на морі, звисно ж ,оберуть Одесу. Закарпаття ж відоме завдяки своїм горам ,виноградниками та виноробством, а також виробництвом сиру та м'ясних делікатесів .

Наступний це Економічний ресурс. Високий рівень заробітку населення сприяє збільшенню попиту на подорожі . Інвестиції у свою чергу розвивають інфраструктуру, що покращує враження та комфорти туристів а також роблять країну доступнішою для відвідування.

Згідно дослідження UNCTAD існують чотири базові групи для розвитку економіки:

- Культурна спадщина: це культурні пам'ятки (ремесла та фестивалі) культурні пам'ятки(сюди відносять бібліотеки, музеї);
- Мистецтво: сюди відносять мистецтво (скульптура, фотографія тощо); виконавче мистецтво (вокал, драматичне мистецтво, тощо);
- Медіа: публікації та видавництво; аудіовізуальні твори (фільми, телебачення, радіомовлення); нові медіа (цифровий контент, відеоігри тощо);
- Креатив: дизайн (архітектура, іграшки, ювелірні вироби); креативні послуги (реклама, цифрові й культурні послуги).[8]

Культурна спадщина, варто відзначити що Україна є однією з топ 5 країн Європи, де винний туризм має дуже високий розвиток і є активним у всі сезони. Основні центри де розповсюджений винний тур - Одеса, Херсон та Миколаїв. На думку дослідників, Україна ідеально підходить для винного та сільського туризму, де є змога спробувати традиційні страви та продегустувати різні вина, також дізнатись про традицію етногруп та набути навичок у ремеслі. Найпопулярніші гастрономічні фестивалі в Україні: «закарпатське Божоле» яке знаходиться в Ужгороді, «Біле вино» яке знаходиться в місті Берегово, Закарпатська область, гастрономічний фестиваль вина та меду «Сонячний напій» в місті Ужгород, Закарпатська область , « Фестиваль ріплянки» село Колочава, Закарпатська область, «Гуцульська бринза» місто Рахів, Закарпатська область, Полтавської галушки - місто Полтава, свято Шоколаду - місто Львів, фестиваль дерунів яке знаходиться в місті Коростень, Житомирська область, гастротур фестиваль «Бульбяні пироги бойківські» Івана-Франківська область. [9]

Потенціал для розвитку гастрономічного туризму постійно зростає, що обумовлено постійною зміною смаків туристів. Цей вид туризму

зосереджений на дослідженні місця призначення через його харчові та культурні традиції. Гастрономічний туризм перетворився на один із найдинамічніших і культурно збагачувальних сегментів світової індустрії, цей вид туризму прогресує з неймовірною швидкістю.

Сучасні мандрівки вже не можуть повністю задовольнити потреби туристів, сьогодні вже недостатньо поглянути на визначні пам'ятки. Сьогодні туристи прагнуть захоплюючих вражень, які дозволять їм глибоко поринути в місцеву культуру. Всесвітня харчова туристична асоціація (WFTA) підкреслює - кулінарна мандрівка є високо оціненою серед відвідувачів. Глобальний звіт від WFTA про гастрономічний туризм показала, що більш ніж 80% мандрівників вважають що їжа та напої є важливим фактором при виборі місця проведення туризму. Також, важливим показником потенціалу є зростання видів напрямків орієнтованих на їжу. Як вже було вказано, після розвитку гастрономічного туризму в містах (Барселона, Токіо та Лондоні та ін.) зросла кількість відвідувачів, а міста в свою чергу отримали популярність через гастрономічні різноманіття. Тому гастрономічний туризм є максимально актуальним в сучасному світі.

1.3 Аналіз сучасного стану гастрономічного туризму в Україні

Туризм в Україні розвивався з неймовірною швидкістю та знайомив туристів з культурою та смачними стравами. Проте, після пандемії та повномасштабного вторгнення розвивати гастрономічний туризм в Україні стало набагато складніше.

Covid-19 та війна суттєво вплинули на спад розвитку гастрономічного туризму. Попри це, існують інші проблеми, до яких можна віднести такі негативні чинники:

- низький рівень розвитку розважальної та туристичної інфраструктури та транспортної складової;
- відсутня відповідність міжнародним;
- занедбаний стан пам'яток культурної спадщини, що не дозволяє активно використовувати їх в туристичних цілях;
- низький рівень фахової підготовки спеціалістів у даній галузі.[10]

Гастрономічний туризм в Україні розвивається як один із новітніх і водночас перспективних напрямів туристичної діяльності, що поєднує відвідування різних місцевостей із знайомством із національною кухнею, місцевими традиціями приготування страв і культурою споживання їжі. На сьогоднішній день ця форма туризму починає відігравати важливу роль у формуванні позитивного іміджу України як туристичної дестинації, що має автентичні кулінарні традиції. Основною перевагою України в цьому напрямі є виняткова регіональна різноманітність: від гуцульської кухні Карпат із її традиційними сирами, м'ясними виробами та настоянками до південних регіонів, де на гастрономічну культуру вплинули багатонаціональні особливості. У центральній і східній частинах України також формуються власні кулінарні стилі, які мають історичне підґрунтя й зберегли багато рецептур з минулого. На практиці гастрономічний туризм проявляється у вигляді локальних фестивалів, тематичних маршрутів, дегустаційних турів, а також візитів на ферми, виноробні чи майстер-класи у крафтових виробників. У Львові традиційно проводиться фестиваль сиру та вина, який приваблює туристів не тільки з інших міст України, а й з-за кордону. Закарпаття щороку проводить фестивалі, присвячені бринзі, винам та угорській кухні, які стали важливою частиною місцевої туристичної стратегії. Такі події стимулюють розвиток суміжних галузей - готельного бізнесу, транспорту, виробництва локальних продуктів, а також посилюють впізнаваність регіону.

Разом із позитивними змінами варто відзначити і наявні труднощі. Перш за все, в Україні досі не сформована єдина державна політика розвитку гастрономічного туризму. У більшості випадків реалізація проєктів залежить від ініціативи місцевих органів влади, ентузіастів або бізнесу. Через це відсутня належна координація між туристичними операторами, виробниками сільськогосподарської продукції, закладами харчування та закладами розміщення. Крім того, досить слабким залишається рівень просування гастрономічного туризму на міжнародному ринку.

На ринку туристичних послуг гастрономічний туризм представлений фрагментарно. Деякі туроператори пропонують кулінарні тури, однак вони часто не мають глибокого тематичного наповнення, а гастрономічна частина обмежується традиційними обідами або відвідуванням ресторанів без акценту на унікальні локальні продукти. Також можна спостерігати дефіцит кваліфікованих гідів, які б спеціалізувалися на гастрономічній тематиці та володіли знаннями про історію кулінарної спадщини регіонів. Проте зростаючий попит на унікальні враження, включно з гастрономічними, свідчить про потенціал цієї сфери. У майбутньому важливо забезпечити розробку спеціалізованих маршрутів, сертифікацію гастрономічних туристичних продуктів, створення тематичних кластерів і розвиток партнерств між громадами, рестораторами, виробниками та туроператорами. Також доцільно активізувати участь у міжнародних ярмарках і кулінарних виставках, що дозволить краще інтегрувати українську гастрономічну спадщину у глобальний ринок. [12]

У своїй праці Лугін О. В. (2021) розглядав цей напрямок туризму має значний потенціал для розвитку, особливо в контексті популяризації національної кухні та культурної спадщини країни. Автор підкреслює важливість інтеграції гастрономічного туризму в загальну туристичну індустрію, що сприятиме створенню нових туристичних продуктів та

маршрутів, орієнтованих на кулінарні традиції різних регіонів України. У цьому контексті туристичні компанії відіграють ключову роль у розвитку гастрономічного туризму. Платформа Tourzavod, яка об'єднує провідних туроператорів України, пропонує широкий спектр турів, включаючи гастрономічні маршрути, що дозволяє туристам ознайомитися з кулінарними особливостями різних регіонів країни. Це свідчить про зростаючий попит на гастрономічні тури та готовність туристичних компаній адаптувати свої пропозиції до нових тенденцій ринку.[12,13]

Найбільші туроператори України

- Anex – 26%
- Join UP! – 23%
- TUI – 14%
- Coral Travel – 10%
- Pegas Touristik – 7,5%
- TEZ Tour – 5%
- Компас – 4,5%
- TPG – 4%

Рейтинг країн. Основні країни:

- Туреччина – 66%
- Єгипет – 27% [11]

РОЗДІЛ 2. Регіональні особливості розвитку гастрономічного туризму (на прикладі міста Житомир)

2.1. Рекреаційний аналіз території м. Житомир

Житомир це місто яке має статус обласного значення і вирізняється економікою яка не залежить виключно від одного підприємства чи окремої галузі. Така економічна структура сприяє створення умови для розвитку нових виробництв і появи додаткових робочих місць(у сфері послуг, яка є частиною третинного сектора).

Якщо казати про розвиток туристичної інфраструктури то місто Житомир значною мірою базується на наявних природних і культурно-історичних ресурсах, які слугують основою для її вдосконалення. До найпривабливіших елементів природно-заповідного фонду міста належать такі парки як : парк імені Юрія Гагаріна, що є пам'яткою садово-паркового мистецтва місцевого значення; геологічна пам'ятка "Голова Чацького"; а також скеля "Чотири брати", яка також входить до переліку об'єктів місцевого значення. У культурній спадщини , Житомир включеним до Державного реєстру історичних міст України. На його території розташовані об'єкти історико-культурного значення 11 з них мають статус національного значення. Туристична привабливість Житомира проявлена в унікальній атракції , зокрема приватних колекцій, які вирізняються своєю рідкісністю. Серед новітніх культурно-туристичних ініціатив можна сказати про приватний музей традиційного інструменту під назвою "Ремісничий двір", розташований на вулиці Богдана Хмельницького, 42. Заклад функціонує вже два десятиліття, цей музей не має аналогів в Україні. У межах спеціалізованих павільйонів і виставкових просторів можна ознайомитися з багатотисячною колекцією експонатів, дізнатися історію кожного предмета, особливості його використання в побуті, а також

особисто потримати знаряддя, що датуються навіть поза минулим століттям. [14]

Наступним цікавим культурним місцем можна відзначити Gnatyuk Art Center, він знаходиться на вулиці Великій Бердичівській, 24. Це найбільший арт-простір Житомира, площею 550 м². У цьому центрі регулярно проводяться масштабні мистецькі заходи, презентації, виставки та творчі зустрічі з митцями з різних куточків області. Важливо, що доступ до більшості таких подій є відкритим для всіх охочих, це значно підвищує культурну інклюзивність та доступність арт проектів в у місті. [15]

Місто Житомир володіє достатньою кількістю туристичних ресурсів, що можуть стати основою для залучення мандрівників. Проте, сам факт наявності таких ресурсів не гарантує динамічного розвитку туристичної галузі. Повноцінна реалізація туристичного потенціалу можлива лише за умов ефективного функціонування відповідної інфраструктури. З огляду на це, необхідно здійснити аналіз складових туристичної інфраструктури міста, зокрема закладів, що надають послуги з розміщення та харчування туристів. Аналізуючи географічне розташування готельних об'єктів, можна зробити такі висновки: у центральній частині Житомира функціонує чотири готелі - «Reikartz Житомир», «Україна», «Гайки» та «Гостинний двір». Ще два готелі - «Домашній» і «Королівська бочка» - розміщені поблизу річки Тетерів на південному заході та південному сході міста. На перетині головних транспортних шляхів проспекту Незалежності та вулиці Перемоги знаходяться три готелі. Два об'єкти розташовані в північній частині міста («Хвиля» та «Золоте руно»), а ще один «Петроград» на північному сході. Окрім того, чотири готелі функціонують у прилеглих до Житомира населених пунктах. Тому, заклади в Житомирі можна розділити на ті що розташовані у центрі міста та орієнтовані на туристів, для яких критично важливим є зручне транспортне сполучення; та периферії міста, де заклади орієнтовані на інші сегменти споживачів. Відповідно до

інформації, розміщеної на платформі «Tripadvisor», користувачі виділили п'ятірку закладів ресторанного господарства, які, на їхню думку, є найкращими у Житомирі. До цього переліку увійшли: ресторан "Lila Hinkalna", заклад "Pleasantville BBQ PUB", ресторан "Фамілія", заклад української кухні "Varenichna Zhitomirski Stravi", а також "Львівська майстерня шоколаду". У переважній більшості заклади представляють українську, європейську та японську кухні, що свідчить про різноманітність гастрономічної пропозиції міста.

Важливим елементом інфраструктури, що впливає на привабливість туристичної дестинації, є її транспортна доступність. Житомир виступає значущим транспортним вузлом на карті України, зокрема завдяки близькому розташуванню до Києва: залізничне сполучення між містами охоплює відстань у 165 км, а автомобільне 131 км, що становить приблизно 1 годину 35 хвилин у дорозі. Місто розміщене на історично важлива артерія Київ - Брест, яка нині є частиною європейського маршруту Київ - Варшава. Суттєвою конкурентною перевагою є також те, що Житомир розташований на перспективній трасі майбутнього III Пан'європейського транспортного коридору, що має з'єднати п'ять країн - Іспанію, Францію, Німеччину, Польщу та Україну.

На даний час у місті реалізуються дві ключові програми в галузі транспорту, які координуються Управлінням транспорту та зв'язку Житомирської міської ради. Зокрема, "Програма розвитку міського електротранспорту" передбачає модернізацію інфраструктури трамвайного і тролейбусного сполучення, включно з оновленням рухомого складу. Житомир став першим містом в Україні, а також одним із перших у Європі, де в громадському транспорті було впроваджено систему електронної оплати з використанням терміналів і валідаторів. Крім того, міський автотранспорт було обладнано системою супутникового моніторингу (GPS), а на зупинках встановлено електронні табло з інформацією про час

прибуття громадського транспорту. Приватні перевізники також були зобов'язані обладнати свої транспортні засоби GPS-трекерами.[16]

В Житомирі вже сформовано певні елементи туристичної інфраструктури. Оцінити ефективність їх функціонування можна на основі аналізу ступеня залучення цих ресурсів у туристичну діяльність. Дослідження, проведене серед українських туроператорів, свідчить про наявність Житомира у складі маршрутів, які пропонуються в межах внутрішнього туризму. Одним із ключових показників, що відображають рівень розвитку міської інфраструктури та наявність туристичного потенціалу, є ставлення місцевих жителів до свого населеного пункту. Саме громада виконує роль неформальних послів міського туризму, особливо в умовах переважання неорганізованих туристичних потоків, які переважно зорієнтовані на екскурсійний формат подорожей. Для індивідуальних туристів, що подорожують без участі туроператорів, важливим джерелом інформації слугують самі мешканці міста.

У цьому контексті слід звернути увагу на результати загальноукраїнського муніципального дослідження, яке охопило 24 обласні центри країни. Його було організовано Міжнародним республіканським інститутом (МРІ) спільно з Соціологічною групою "Рейтинг" у період з 12 травня по 3 червня 2021 року. Опитування проходило шляхом особистих інтерв'ю у домогосподарствах та охопило понад 19 тисяч респондентів віком від 18 років. Згідно з отриманими даними, більшість опитаних житомирян не вважають своє місто привабливим у візуальному плані. Ба більше, навіть за наявності таких значущих об'єктів, як музей космонавтики та історичні пам'ятки, мешканці не асоціюють Житомир з унікальністю. Ці результати свідчать про наявність серйозних проблем у сфері комунікації туристичних переваг міста. Незважаючи на наявність туристичних програм від вітчизняних туроператорів і регулярні візити індивідуальних

мандрівників, рівень популярності Житомира все ще поступається більш відомим туристичним центрам.



Рис. 1 Логотип Житомиру

Станом на сьогодні міська влада вже робить певні кроки розвитку туристичної галузі. В Житомирі функціонує обласний інформаційно-туристичний центр, покликаний координувати діяльність усіх зацікавлених сторін: представників туристичного бізнесу, органів влади, місцевої громади та відвідувачів. Для підвищення впізнаваності міста була ініційована кампанія з оновлення його візуального стилю. У межах публічного конкурсу «Місто, яким бачиш його ти», проведеного у 2021 році, було затверджено офіційний логотип Житомира, розроблений рекламною агенцією «Doris Advertising». Його візуальна концепція ґрунтується на поєднанні літери «Ж» (рис. 1) та елементів традиційного поліського орнаменту. Запровадження фірмового знаку має на меті покращити візуальну ідентичність Житомира та стати основою для формування сталого бренду міста. [Житомир з'явився офіційний логотип. [17]

Незважаючи на позитивні тенденції у розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства, туристичний продукт Житомирської міської територіальної громади залишається недостатньо конкурентоспроможним. Це проявляється у невеликій кількості туристів, особливо у міжсезоння, а також у низькому рівні доходів від туристичної діяльності до місцевого

бюджету й обмежених інвестиціях у цю сферу. До ключових причин такого стану слід віднести недосконалість туристичного продукту, обмежену рекламну кампанію, недостатню розвиненість інфраструктури, незадовільну якість сервісного обслуговування, дефіцит кваліфікованих кадрів, а також відсутність ефективної взаємодії між владою, бізнесом та громадським сектором.

Впровадження кластерного підходу до розвитку туризму може стати одним із шляхів вирішення проблем пов'язаних з розвитком туризму у регіоні. Міжнародний досвід доводить, що формування туристичних кластерів на рівні регіонів сприяє створенню конкурентного туристичного продукту, підвищенню ефективності суміжних галузей економіки, впровадженню інноваційних рішень і формуванню ефективного партнерства між державними структурами та приватними підприємствами. У короткостроковій перспективі можна реалізувати низку практичних заходів, спрямованих на покращення інфраструктури. Перш за все, доцільно запровадити туристичну навігаційну систему в місті, встановити вказівники, інформаційні стенди, туристичні мапи, білборди та сітілайти. Ще одним кроком є розробка концепції туристичних візиток, заснованих на відомих місцевих брендах, таких як житомирське морозиво, шкарпетки чи алкогольна продукція, що дозволить активізувати промоцію міста на внутрішньому ринку. Найбільшою проблемою є низький рівень поінформованості туристів та житомир'ян щодо туристичного потенціалу міста. Цю ситуацію частково можна покращити шляхом впровадження цифрових рішень. Більшість гостей приїжджають самостійно, не користуючись послугами туроператорів, і потребують простої, структурованої й актуальної інформації. Для цього доцільним є створення мобільного додатку, який би акумулював усі туристичні локації, дозволив би будувати індивідуальні маршрути, залишати відгуки, додавати нові

місця й заходи, а також мав функцію персоналізованих рекомендацій та систему рейтингів.

2.2. Аналіз історико культурної спадщини регіону Житомирського Полісся

Житомирське Полісся яке розташоване на півночі України можна назвати унікальним регіоном через культуру та традиції. Житомир має глибокі історичні корені, що сягають часів Київської Русі. Археологічні знахідки вказують на існування стародавніх поселень, що були осередками ремесел, торгівлі та духовного життя. Протягом століть місто зазнало чимало різних державних утворень, це можна відстежити у сучасних культурних ландшафтах. Народні ремесла є основною фішкою цих поселень, також не можна не згадати про ткацтво, вишивка та гончарство. Традиційні поліські вишивки вирізняються геометричними візерунками та символічним змістом, що відображає світогляд місцевого населення. Також, місто є чудовим прикладом поліетнічного співіснування, де протягом історії мешкали представники різних національностей: українці, поляки, євреї, німці, чехи та інші. Це культурне різноманіття залишило свій слід та відтворило багато нових традицій різних народів, де перепліталися мови, релігії, звичаї та традиції.[19]

Співіснування різних етнічних груп допомогло отримати різний досвід та закріпити різні навички, таким чином збагатили культуру. Наприклад, у народному мистецтві можна простежити впливи польських та єврейських мотивів зображених на (рис2), що гармонійно поєднувалися з українськими традиціями, це проявляється в орнаментах. Через таку культурну взаємну працю було створено унікальне середовище де кожна спільнота зберігала свою ідентичність, водночас впливаючи на загальний культурний ландшафт регіону.



Рис.2 Вишивані традиції Житомирського Полісся

Щодо кулінарних традицій Житомирського Полісся, воно відображає його поліетнічну природу. Тутешні страви поєднують елементи української, польської, єврейської та інших кухонь, створюючи унікальний гастрономічний досвід. Серед традиційних страв можна відзначити поліський борщ, який готується з додаванням грибів та квашених овочів, надаючи йому особливого смаку. Також популярними є страви з картоплі, зокрема деруни та бабка, що мають свої варіації залежно від місцевих традицій, також можна відзначити зелений борщ (з додаванням щавлю чи кропиви). Наймовірно цікавою стравою є голубці, проте традиційний рецепт готували трохи інакше. Голубці не з рисом - а з тертою картоплею. Основна причина формування кулінарних традицій традиції полягає в заготівлі продуктів на зиму. Квашення овочів, соління грибів та приготування варення з лісових ягід є поширеними практиками, що

збереглися до сьогодні. Цей метод використовували для зберігання продуктів харчування, безпеку в холодну пору року, через що вони стали частиною культурною ідентичністю місцевого населення.

Якщо казати про обряди то Житомирське Полісся досить багате на обрядові традиції, що пов'язані з календарними святами та життєвими подіями. Святкування Різдва, Великодня, Івана Купала супроводжуються специфічними обрядами, піснями та танцями, що мають глибоке символічне значення. Наприклад, під час Різдва поширеною є традиція колядування (яка є дуже популярною по всій Україні), коли групи молоді обходять оселі, співаючи колядки та бажаючи господарям добробуту. Цей обряд має не лише розважальний, але й сакральний характер, символізуючи оновлення та надію на краще майбутнє. Весільні обряди також мають свої особливості, зокрема використання вишитих рушників, традиційних пісень та танців, що супроводжують кожен етап весілля. Ці елементи не лише прикрашають свято, але й виконують функцію передачі культурних цінностей та норм поведінки.

Тому, Житомирське Полісся є дуже цікавим регіоном, де історія, культура та традиції переплітаються в багатогранну мозаїку, симбіоз культур створив особливі культурні традиції. Поліетнічність, багата культурна спадщина, самобутні традиції та гастрономічна різноманітність роблять цей край особливо цінним для вивчення та збереження. Збереження та популяризація культурного надбання Житомирського Полісся стоїть досить важливим питанням в сучасному світі, через те що люди перестали сприймати Житомир як особливу та багату культурну область.[14]

2.3. Аналіз системи закладів харчування та закладів гостинності м. Житомир

Сфера ресторанного господарства та готельного бізнесу дуже важлива складова кожної економіки. Також, заклади формують імідж та комфорт міста, тому я проаналізував найпопулярніші заклади міста. Оцінка стану кожного закладу, структури, тенденцій розвитку та впливу на економіку міста дає змогу виявити сильні та слабкі сторони галузі, визначити перспективи вдосконалення сервісу та сприяти підвищенню рівня обслуговування.

Перш за все хотілось би відмітити ресторани з Українськими стравами. **Ресторан Буржуа** - у центрі міста Житомир на проспекті Миру ви можете завітати у ресторан «Буржуа». У розпорядженні гостей три банкетні зали. Інтер'єр оформлений у стилі французької класики та витриманий у світлих тонах. У залах елегантні меблі, кришталеві люстри, оздоблення ліпниною і позолотою. У меню представлені популярні страви європейської та української кухонь. Регулярно в ресторані влаштовують бенкети та фуршети.

Середня оцінка заклала: 4.8/5

Середній чек: 3/5

Наступний **ресторан Стара Губернія** - гостям пропонують класичні українські страви. У закладі акцент зробили на стравах з дичини. Фірмові страви: перепела в гарбузі, фазан під винним соусом, філе косулі під журавлиним конфітюром. Інтер'єр ресторану витриманий у стилі повітового міста кінця дев'ятнадцятого століття. Для гостей пропонують два банкетних зали, простора веранда, літній майданчик з альтанками.

Середня оцінка заклала: 4.7/5

Середній чек: 4/5

Заклад під назвою «Балувана Галя» знаходиться на вулиці Михайлівській. Інтер'єр поєднує в собі лаконічний сучасний стиль і етнічні елементи декору - м'які дивани, меблі та оздоблення з натурального дерева, стіни, стилізовані під хату-мазанку, строкатий текстиль і жива зелень. Дуже нагадує сучасний дизайн всім відомої «Пузата хата». У меню представлені популярні страви української кухні, які готують за традиційними й авторськими рецептами. Головною стравою закладу є вареники з різноманітними начинками. Фірмовими стравами є вареники з сиром і шпинатом, з копченою куркою і картоплею, з картоплею, грибами та шкварками, з сиром сулугуні, помідорами та зеленню, з м'ясом, з копченим чорносливом і капустою. Щодо солодких, заклад пропонує вареники з сиром та родзинками, з яблуками, журавлиною і корицею, а також можна покуштувати парових вареників з вишнею. Крім вареників, у закладі є широкий асортимент салатів, перших страв, пельменів, холодних закусок, десертів і солодкої випічки

Середня оцінка заклала: 4/5

Середній чек: 2/5

Наступне кафе під назвою «Полісянка» знаходиться у самому центральному районі Житомира. Заклад пропонує скуштувати різноманітний асортимент традиційних страв української кулінарії, приготованих за домашніми рецептами зі свіжих і натуральних продуктів. Колоритний інтер'єр оформлений в етнічному стилі. Також, заклад має літню терасу, тому у теплу пору року відвідувачі можуть відпочити на ній. Щодо меню, заклад пропонує традиційні поліські вареники з картоплею та шкварками, також фанатам правильного харчування можна спробувати різні салати. [18]

Середня оцінка заклала: 4/5

Середній чек: 1/5

Наступними хотілось би відмітити Італійську кухню, в Житомирі досить багато закладів з цією кухнею. Італійська кухня є дуже популярною, кожен з нас хоча б раз куштував піцу або пасту. Перший заклад знаходиться на території готелю під назвою «Reikartz Житомир» розташований ресторан «**Primavera**», ресторан розташований за адресою площі Замкова 5/8 . Гостям пропонують традиційні страви італійської та інтернаціональної кухонь. На сніданок заклад пропонує типові сніданки «шведського столу», в обідній час готують комплексні бізнес-ланчі. Елегантний інтер'єр оформлений у стилі сучасної класики. Щоп'ятниці влаштовують музичні вечори. [18]

Середня оцінка заклала: 5/5

Середній чек: 3/5

Піцерія яка має досить хороші оцінки на сайті tomato під назвою «**Mario**» займає перший поверх торгового центру «Дитячий Світ», розташованого на вулиці Івана Кочерги. Заклад зустрічає гостей яскравий інтер'єр, оформлений в європейському стилі. Стіни піцерії прикрашають розписи із зображенням пейзажів Венеції. Заклад пропонує смачну справжню італійську піци, яку випікають у печі на очах у відвідувачів. У меню представлені більше 20 видів різноманітних піц , а також популярні італійські страви. Важливим плюсом є наявність дитячого меню. Заклад часто влаштовує кулінарні майстер-класи для дітей. [18]

Середня оцінка заклала: 4,7/5

Середній чек: 3/5

Також, не менш важливою та актуальною є азійська кухню, суші та роли це найпопулярніша кухня у всьому світі, тому я відібрав найпопулярніші заклади в Житомирі.

Osama sushi - це один з найпопулярніших мереж по всій Україні, тому ця доставка не обійшла і місто Житомир. Заклад має популярність через свої помірні ціни, в той час як в звичайних закладах середній сет на 3-4 роли коштує від 1000 грн, осама пропонує сети по 400-700 грн. [20]

Середня оцінка заклала: 4/5

Середній чек: 2/5

Наступний заклад дуже популярний серед житомир'ян під назвою "**Черепаха**". Суши-бар доповнений сучасним стилем і традиційною японською кухнею. Меню дуже різноманітне. У відвідувачів є можливість вибрати з понад 50 видів суші та ролів, а також свіжа риба сашімі, японські салати. В асортименті страв можна скуштувати фірмові макі суші, традиційний рис і локшину з овочами або з м'ясом, а також страви, які кухарі готують на спеціальній китайській сковороді вок.[21]

Середня оцінка заклала: 5/5

Середній чек: 4/5

Наступних хотів би розглянути готелі міста Житомир. Для цього я відібрав 5 готелів різної цінової категорії, розраховуючи та оцінюючи їх по критеріям: ціна за 3 доби проживання та загальна оцінка.

Першим на черзі буде неймовірно дорогий готель під назвою «**Chudodiyev Park Hotel**». Щодо їжі та напоїв, в готель можна замовити доставку продуктів, фрукти, овочі, алкоголь. Також в самому готелі є власні сніданки у номер, барбекю, дитяче меню. База відпочинку розташована у сільській місцевості Полісся, поруч є озеро та ліс. В 25 хв від центра Житомиру. Усі котеджі оформлені у класичному стилі і мають зони відпочинку з телевізором та безкоштовним вайфаєм. У деяких люкс котеджах є власна сауна. Гості можуть скуштувати українські страви, приготовані у дров'яній печі. На території бази відпочинку працює бар, облаштовано дитячий майданчик.

Також, на території бази можна займатись різними видами рекреації, ловити рибу у водоймі, катання на велосипедах та прогулянка в лісі. Автостоянка безкоштовна. [22]

Оцінка готелю: 8,8/10

Ціна за 3 доби: 16.500 грн

Наступний готель під назвою «**Фільварок Кмитів**» розміщений в Житомирській області у місті Кошаріща. В послуги готелю входить смачний сніданок, безкоштовна парковка на території, ресторан, безкоштовний вай фай .

Деякі номери мають балкони з чудовим видом з вікна. В кожному номері є окрема ванна кімната, яку укомплектовано душем та безкоштовними туалетно-косметичними засобами. Усі номери мають телевизор із плоским екраном і кондиціонером, деякі номери виділяються відкритими терасами. У помешканні Фільварок Кмитів номери укомплектовані постільною білизною та рушниками.

Гостям помешкання Фільварок Кмитів пропонують варіанти сніданку представлені у меню. Персонал стійки реєстрації володіє такими мовами - англійська та українська , також надасть гостям практичні поради про околиці помешкання. [22]

Оцінка готелю: 9,3/10

Ціна за 3 доби: 5,400 грн

Наступний готель «**Hermes**» має хороші відгуки. У помешканні Hermes, яке розміщено прямо у центрі Житомира, працює ресторан. Серед іншого до розпорядження гостей входить сад та бар. До розпорядження гостей входить безкоштовний Wi-Fi та приватна безкоштовна парковка. Готель оснащений телевизором із плоским екраном із кабельними каналами. Окрему ванну кімнату укомплектовано душем, безкоштовними туалетно-косметичними засобами та феном. Також у номерах є всі необхідні рушники та постільна білизна. В готелі присутні сніданки, варіанти яких можна переглянути в меню. Працівники володіють українською, англійською ,італійською та польською мовами, тому з легкістю зможуть заселити та відповісти на будь які питання. [22]

Оцінка готелю: 7.1/10

Ціна за 3 доби: 6,300 грн

Таким чином у місті функціонує 32 заклади, до яких входять ресторани, кафе, їдальні, що представляють різні гастрономічні напрямки - від української до європейської та азійської кухні. Вартість середнього обіду в таких закладах коливається в межах 200–500 грн за обід, що є доступним для середньостатистичного відвідувача. Щодо готельної інфраструктури, на території Житомира працюють 16 готелів, в цю кількість входять готелі розташовані в центрі міста та на його околицях. Проживання в готелях різного рівня комфортності задовольняє багатьох туристів від економ-варіантів до готелів бізнес-класу. Середня вартість добового перебування у готелі становить від 800 до 1500 грн залежно від категорії закладу та його розташування.

РОЗДІЛ 3. Перспективи розвитку гастрономічного туризму в м. Житомир

3.1. Конкуренентоспроможність міста Житомир в розвитку гастрономічного туризму

Для проведення аналізу конкурентоспроможності міста Житомир, я створив опитування в якому хотів дізнатись чи знайомі люди з гастрономічними традиціями в місті та чи знають місцеві якісь відомі заклади. Також, метою опитування було дослідити чи відвідували люди гастрономічні тури у місті Житомир.

Опитування було проведено серед мешканців м. Житомир та студентів географічного факультету в кількості 27 осіб. Анкетування допомогло зібрати інформацію про уподобання споживачів, частоту відвідування закладів громадського харчування та критерії, якими вони керуються під час вибору місця для відпочинку чи харчування. Респонденти зазначали, що перевагу надають тим закладам, які поєднують доступні ціни, високу якість обслуговування, смачну кухню та зручне розташування. В основному кореспонденти згадували такі заклади: ресторан «Балувана Галя», ресторан «Babuin», «Тбілісі» та «Буржуа». В наступному питанні кореспонденти мали вказати страву або продукт який асоціюється в них з містом Житомир, в основному були згадані такі страви - сирники, мед, шаурма, пиво «Радомишльське». З опитування також стало відомо, що люди не дуже цікавляться локальними гастрономічними особливостями, я зробив такий висновок через те що більшість опитаних не мають детального уявлення про можливості гастрономічного туризму в місті та не змогли вказати популярні заклади. Таблиці та результати опитування можна переглянути в (додатках 1).

Отже, опитування показало що студенти географічного факультету та жителі Житомиру не мають чіткого інтересу до гастрономічних традицій і Житомирі, зокрема до традицій Полісся. Водночас, місто Житомир все ще має деякі асоціації та згадки про цікаві заклади. Місто ще не повною мірою реалізувало свій потенціал у сфері гастрономічного туризму, що створює передумови для подальшого розвитку цієї сфери. Відсутність хорошої реклами закладів та гастрономічних турів, робить місто закритим від туристів. Можна згадати лише про один гастрономічний тур в місті Житомир, який провів Євген Клопотенко 26 квітня 2025 року.[23]

Наступним кроком я б хотів розібратись щодо недоліків та переваг розвитку гастрономічного туризму в Житомирі, тому я обрав SWOT аналіз як методі дослідження.

Таблиця 1. Аналіз слабких та сильних сторін гастрономічного туризму в Житомирі

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> - Унікальна кухня. - Автентичні продукти. - Ресурсні можливості. 	<ul style="list-style-type: none"> - Відсутність хорошого маркетолога. - Відсутність гастрономічних маршрутів та пропозицій. - Слабка взаємодія між учасниками ринку. - Мала кількість цікавих закладів.

Однією з найбільших переваг, які вказані в таблиці 1, міста Житомир є унікальна кухня, у контексті гастрономічного туризму місто поєднує в собі унікальні елементи української, польської та єврейської кухні. Також місто має багато автентичних продуктів, зокрема місцевим морозивом, фабрика Рудь з морозивом та напівфабрикатами, житомирською горілкою, пивом Радомишльським, тощо. Наступною перевагою є ресурсна можливість, Житомир має достатньо локацій для створення

гастромаршрутів та організації фестивалів, а також потенціал для розвитку малого бізнесу в галузі крафтового виробництва продуктів. Наприклад, Житомир дуже відомий своїми ковбасами, медом, молочною продукцією та неймовірно смачними солодощами від компанії «Житомирські Ласоці». Тільки цих продуктів та компаній вистачає щоб почати проводити гастрономічні подорожі по Житомиру.

Не дивлячись на те що Житомир має всі потрібні ресурси, в місті є досить багато слабких сторін. Перш за все впливає відсутність професійного маркетолога або маркетингових стратегій, які допомогли б вивести заклади та гастрономічні тури на новий рівень. Не відходячи від цієї теми також хотілось би згадати дизайнерів закладів, це теж дуже важливий показник який впливає на відвідування закладу. Також, відсутність хоч якихось гастрономічних маршрутів і пропозицій ускладнює створення цілісного туристичного продукту. Наступним можна відмітити слабку взаємодію між суб'єктами ринку, не на весь попит є пропозиція, на жаль цікавих закладів не так багато і більшу частину можна знайти по рекомендаціям з соцмереж. Це пов'язано з тим що в інтернеті зазвичай застаріла інформація.

Таблиця 2. Аналіз слабких та можливостей та загроз гастрономічного туризму в Житомирі

Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> - розвиток гастрономічних фестивалів. - Гастрономічні тури. - Відкриття цікавих закладів. - Залучення інвесторів. - Хороша реклама. 	<ul style="list-style-type: none"> - Конкуренція з іншими регіонами. - Втрата кулінарної автентичності на фоні інших кухонь світу . - Економічна нестабільність - Війна. - Відтік молоді та фахівців з регіону.

В результаті зазначених в таблиці 2 можливостей та загроз можна розібрати їх ретельно. Житомир має хороший потенціал для гастрономічних фестивалів та туризм, через достатню кількість цікавих закладів, а головне цікаву кухню, яка поєднує в собі українську та польську культури. Одним із прикладів проведення гастрономічного майстер-класу є візит Євгена Клопотенка до міста Житомир. Також, на Житомирській трасі є ягідна ферма «Озеряна» яка влітку зустрічає з спілими ягодами. Де туристи можуть скуштувати полуницю та лохину прямо з грядки. На мою думку, перспективною правою можна вважати і запуск гастрономічних турів (приклад мого гастрономічного туру буде наведений в пункті 3.1). Це чудова можливість познайомити гостей не тільки з традиційними стравами Житомирщини але й спробувати як готують інші страви різних країн (наприклад, переглянувши популярні заклади Житомиру можна зробити висновок що люди люблять грузинську, італійську та японську кухні). А для того щоб розвивати гастрономічний туризм в місті потрібно залучати інвесторів, які будуть надавати кошти для розвитку закладів та виділяти гроші на людей які будуть влаштовувати ці тури. А для залучення більшої кількості людей потрібно знайти професійних маркетологів, які можуть зацікавити людей на відвідування гастрономічних турів та закладів. Потрібно орієнтуватись на соціальні мережі та внутрішній ринок, для кращої реклами.

Проте, на відповідь можливостям існують ряд зовнішніх факторів, що можуть негативно впливати на розвиток цього напрямку. Серед них основною проблемою є конкуренція з іншими містами та регіонами. Місто Житомир хоч і має яскраву культуру та кулінарні традиції, проте споживачі обирають ,в основному, такі міста як Одеса, Закарпаття та Львів. Через те що в цих містах більше якісних та популярних закладів. Також ці міста виграють через велику кількість різноманітних турів (гастрономічними включно). Ну і головною перевагою цих міст є хороший маркетинг, через

що такі міста, як Одеса, залишаються надовго гастрономічними гігантами серед інших міст України. Наступною загрозою може стати втрата кулінарної автентичності, через підлаштування кухні та стандартів під масовий попит. Тому з часом, в першу чергу будуть розвиватись заклади з популярною кухнею, такі як японська чи американська. Економічна нестабільність, повномасштабна війна, а також міграція молоді та кваліфікованих кадрів це все ускладнює можливості розвитку закладів та залучення інвесторів, через те що люди просто бояться йти на ризики пов'язані з війною та відсутністю достатнього попиту.

3.2. Туристична пропозиція

На основі зібраної інформації про місто Житомир, я вирішив розробити власний гастрономічний тур по цікавим закладам міста, щоб познайомити туристів з різними закладами міста та національною кухнею Житомиру. Серед закладів будуть такі кухні : азійська, грузинська та основна національна Українська. Головною метою туру є - відмітити основні цікаві заклади та познайомити з традиційними Поліськими стравами. Розроблений тур з програмою представлений в (схемі 1.).

Тур розрахований на двадцятьох осіб, загалом туристи буду відвідувати 7 закладів (готелі та майстер-класи включно) протягом 3 днів. Тур розроблений таким чином, щоб під час подорожі можна було відвідати велику кількість закладів (від 2 закладів на день), повний розрахунок туру представлений в таблиці 3. На схемі зображений маршрут розрахований на всю подорож. Синім кольором - позначається маршрут, від Києва до Житомиру та шляхи від готелю до закладів.

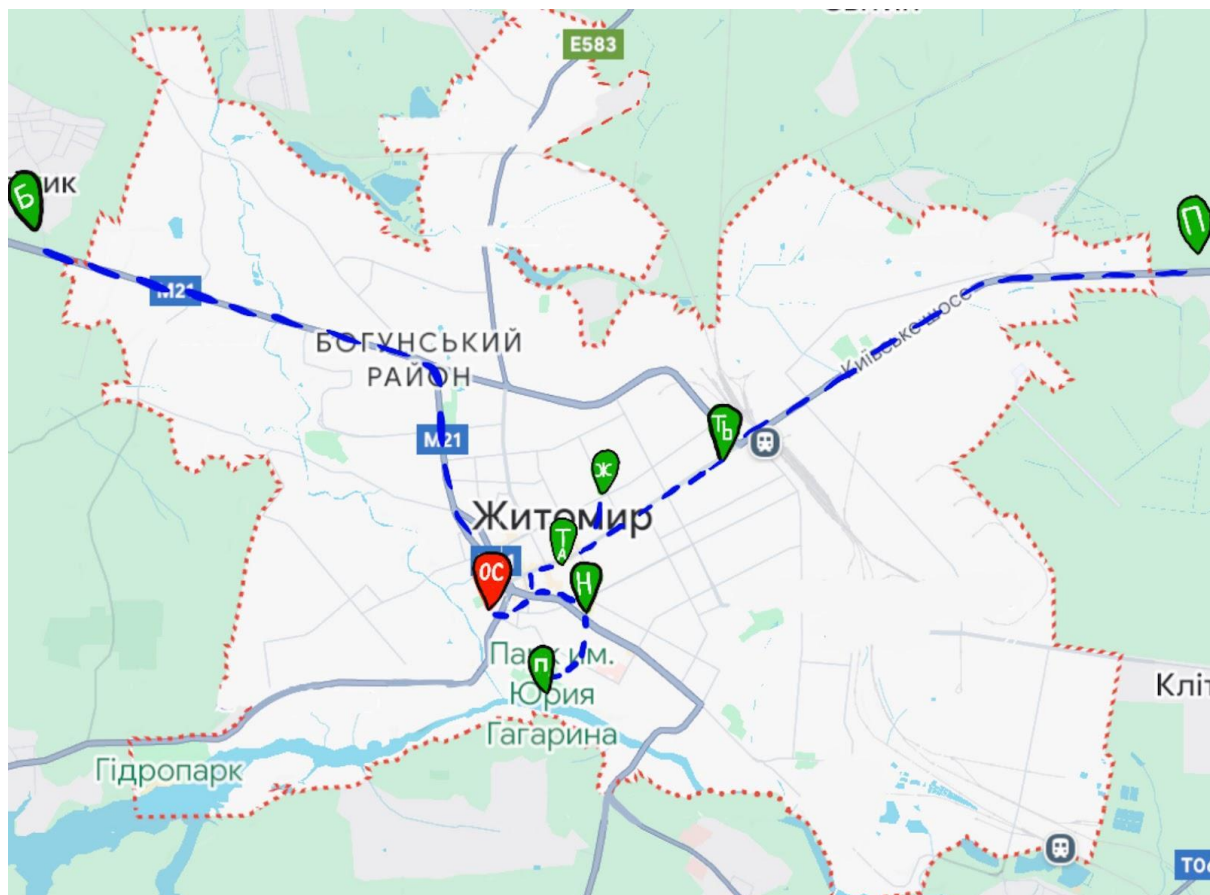


Схема 1. Картосхема маршруту

Червоним кольором - позначений готель, в якому туристи будуть перебувати під час подорожі. Зеленим кольором - позначені заклади, я відніс до них ресторани та майстер-класи представлені у турі.

Таблиця 3. Програма обслуговування туру

1й день	<p>9.00 - прибуття до міста Житомир. Заселення до готелю Optima Collection. [29]</p> <p>10.00 - 11.00 - сніданок, в готелі пропонують класичні сніданки. Туристи можуть скуштувати різноманітні салати, омлети та млинці.</p> <p>12.00 - прогулянка в парку імені Гогарина. Ознайомлення з місцевими ландшафтами та пам'ятниками.</p> <p>14.00 - обід в ресторані азійської кухні «ТАУКО»[28]</p> <p>16.00 - прогулянка по центру Житомиру</p> <p>18.30 вечеря в ресторані української кухні Варенична Балувана Галя</p> <p>20.00 - відпочинок</p>
---------	--

2й день	10.00 - 11.00 - сніданок в готелі; 13.00 - збір біля готелю, поїздка до Березівки (+/- 30 хв); 13.40 - прибуття до Березівки, в селищі є бази відпочинку;[27] 14.00 - відпочинок на альтанці, підготовка мангалу; 14.30 - приготування різноманітних страв гриль та традиційна житомирська запечена картопля; 17.00 - повернення до готелю; 17.30 - прибуття; 18.00 - вечеря в ресторані грузинської кухні «Tbilisi»:[26] 20.00 - відпочинок;
3й день	10.00 - 11.00 - сніданок в кафе «Hunter Pub»:[25] 12.30 - виселення; 13.00 - збираємось біля готелю та їдемо в останню точку; 14.00 - прибуваємо до культурно-мистецький центр «Поліська хата»:[24] 14.10 - 14.40 - прогулянка по музею та ознайомлення з культурою. 15.00 - початок майстер-класу від Євгена Клопотенка. [23] Куштуємо традиційні страви - м`ясо з печі, опіканці та підбиванка: гастрономічний тур Євгена Клопотенка на Житомирщині. 18.00 - закінчення майстер-класу. 18.40 - прибуття до Києву.

У (додатку 2) можна знайти додаткову інформацію по всім заклада до яких буде здійснена подорож.

Наступна задача - це розрахунок ціну туру для одного туриста, враховуючи наступні статті витрат . Тривалість туру - 3 днів / 2 ночі. Протяжність маршруту - 200 км. Турист подорожує в складі групи з 20-ти осіб. Туристичне підприємство має власний новий екскурсійний міні автобус місткістю 8-20 місць. За місяць підприємство реалізує послуги до 150 туристам. Запланована рентабельність туру складає 20%. Вартість

вхідних квитків в екскурсійні об'єкти у ціну туру не включається. У (додатку 3) Можна переглянути повний розрахунок ціни туру.

У процесі розробки Гастрономічного туру в Житомирі я створив трьох денний маршрут. В основному тур проводиться в центрі Житомиру, проте під час рекреації ми відвідаємо рекреаційний пункт біля села Березівки а також по дорозі назад заїдемо в музей «поліська хата». Маршрут включає в себе відвідування різноманітних закладів міста Житомир, для того щоб ознайомитись з різними закладами міста. Також, під час туру група відвідає різні рекреаційні зони та парк. Такий підбір DESTИНАЦІЙ дозволяє туристам скуштувати різні культурні страви та відвідати парки для прогулянок, таким чином турист за три дні знайомиться з Житомирською кухнею та куштує інші популярні заклади в місті.

Під час створення туру було розроблено програму перебування туристів та підраховано час прибуття, відвідування закладів та рекреаційних відпочинків, перебування в готелі та час поїздки між DESTИНАЦІЯМИ. Заклади підібрані спеціально до маршруту та проживання туристів, для того щоб було максимально комфортно відвідати всі місця. Маршрут має низький рівень складності, так як майже всі заклади знаходяться в центрі (в 20 хв пішки від готелю), село Березівка знаходиться в 20-30 хв від готелю (на машині). Тур є сезонним (я обрав травень - серпень), цей час був обраний щоб максимально якісно провести час на альтанці, приготувати страви гриль, прогулятись в теплу погоду по парку та ознайомитись з традиційними стравами різних культур. Під час подорожі туристам надається комплект послуг: транспортні, рекреаційні прогулянки, готель та харчування (тур повністю відповідає вимогам комфортного групового туризму).

Тому, тур «Гастрономічний туризм Житомирщини» є цікавим та сучасним туристичним продуктом, який знайомить людей з кухнею притаманною місту Житомир а також з популярними стравами інших

культур, тур не дозволяє сумувати через прогулянки в парках та проведення часу на природі. Він сприяє популяризації національної спадщини, розвиток туризму та формує позитивну думку щодо території.

У результаті проведених розрахунків було визначено повну собівартість туру на 3 днів / 2 ночі для одного туриста. Загальна сума витрат склала 3738,6 грн. З урахуванням запланованого рівня рентабельності у 20%, кінцева ціна туру для одного туриста становить 4486,32 грн. Такий підхід до ціноутворення забезпечує повернення вкладених коштів.

ВИСНОВОК

Гастрономічний туризм - це неймовірно актуальний та новий вид туризму, який відкриває безліч можливостей для туристів, гастрономічний туризм знайомить туристів з культурою та традиціями різних територій через культуру їжі різних країн, завдяки цікавим закладам та оригінальним стравам можна зацікавити туристів на відвідування території. Гастрономічний туризм має багато чинників які впливають на розвиток цього туризму, наприклад природні ресурси, культурну спадщину, технологічний прогрес, зростання рівня освіти та урбанізацію, підвищення доходів населення, інвестиції в інфраструктуру та зацікавлення в пізнанні автентичних традицій. Проте є і негативні фактори які стримують розвиток, наприклад економічні кризи, політична нестабільність, слабка інфраструктура, низький рівень безпеки, відсутність координації між учасниками туристичної галузі, а також кіберзагрози та соціальна напруженість. Гастрономічний туризм також є дуже актуальним в Україні. Завдяки багатій кулінарній спадщині, регіональній різноманітності та традиційним фестивалям Україна має високий потенціал у розвитку гастрономічного туризму. Однак його розвиток ускладнюється наслідками пандемії та війни, ці фактори зупиняють туристів відвідувати країну. Також нестачею державної підтримки, низьким рівнем просування на міжнародному рівні та нерозвиненою туристичною інфраструктурою. Проте, не дивлячись на недоліки, Україна продовжує бути неймовірно сильним конкурентом в сфері гастрономічного туризму, через те що країна має різноманітну кухню та цікаві традиції.

Було обрано місто Житомир щоб дослідити традиційну кухню регіону, та ознайомитись з закладами харчування. Житомирське Полісся яке розташоване на півночі України є неймовірно унікальним місцем, яке поєднує в собі традиції України та Полісся. Завдяки культурним традиціям Житомир має глибокі історичні корені, м що сягають часів Київської Русі.

Житомирський регіон має яскраву культуру та цікаві страви, такі як вареники з картоплею, голубці з картоплі, поліські вареники та солодощі з меду. У місті функціонує 32 заклади, до яких входять ресторани, кафе, їдальні, що представляють різні гастрономічні, в місті можна знайти як японську так і європейські кухні. Вартість середнього обіду в закладі становить близько 200-300 грн, це досить помірні ціни на одну людину. Щодо готельної інфраструктури, на території Житомира працюють 16 готелів. Проживання в готелях різного рівня комфортності задовольняє багатьох туристів від економ-варіантів до готелів бізнес-класу. Середня вартість добового перебування у готелі становить від 800 до 1500 грн залежно від категорії закладу та його розташування. Місто Житомир має значний потенціал у розвитку гастрономічного туризму. Проте ще не використовує свої культурні можливості в повній мірі, відсутність інвесторів, відкриття цікавих закладів, детальне ознайомлення з тутешньою кухнею не є розвиненими у повній мірі.

Провівши аналіз конкурентоспроможності міста можна визначити, що незважаючи на наявність унікальних локальних продуктів, закладів харчування з оригінальною концепцією та історико-культурного підґрунтя, рівень обізнаності жителів і гостей міста щодо гастрономічних можливостей є досить низьким, так як більшість людей не мають чіткої асоціації з містом, та бажання відвідати заклади. Це підтверджується результатами соціологічного опитування, яке вказувало на слабку поінформованість населення про гастрономічні маршрути та особливості регіональної кухні. Наступним було створення SWOT-аналізу, яке виявило сильні сторони - автентичну кухню, ресурсну базу, наявність відомих виробництв і харчових брендів, також були виявлені ключові обмеження відсутність чіткої маркетингової стратегії, брак гастрономічних турів і слабку міжгалузеву взаємодію. В той же час місто Житомир має перспективні напрями, такі як - розвиток фестивальної культури,

створення авторських турів, залучення інвесторів та формування нових гастрономічних дестинацій. Після ознайомлення з актуальністю міста, я розробив власний гастрономічний тур тривалістю три дні, він є прикладом адаптованої туристичної пропозиції, яка поєднує знайомство з локальними закладами, культурними об'єктами та дегустація в багатьох різних закладах.

Тому, розвиток гастрономічного туризму в місті Житомир має високий потенціал за умови комплексного підходу, поєднання культурної спадщини, сучасних маркетингових інструментів і підтримки з боку місцевих громад і бізнесу. Зазначені рекомендації та приклад туру можуть слугувати основою для формування нових туристичних продуктів регіону та сприяти його популяризації на національному рівні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гладчук О. П. Гастрономічний туризм : курс лекцій / О. П. Гладчук. Тернопіль : 2024. 7-18 с. Режим доступу: <https://www.tkfk.te.ua/wp-content/uploads/2024/02/Гладчук-О.П.-Гастрономічний-туризм.pdf> (дата звернення: 28.03.2025).
2. Gastronomic Tourism: Features and Development Tools [автори не вказані]. Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/356576134_Gastronomic_tourism_Features_and_development_tools (дата звернення: 01.05.2025).
3. Conceptualizing a General Model of Gastronomic Tourism in Relation to Development and Tourism Development [автори не вказані]. Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/363860164_Conceptualizing_a_General_Model_of_Gastronomic_Tourism_in_Relation_to_Development_and_Tourism_Development (дата звернення: 28.03.2025).
4. Tools and Development Drivers for the Gastronomic Tourism / [автори не вказані]. Режим доступу: стаття (дата звернення: 01.05.2025).
5. Агапов І. М. Гастрономічний туризм. Туризм і курортологія. Режим доступу: https://tourlib.net/statti_ukr/agapov.htm (дата звернення: 01.05.2025).
6. Економіка та менеджмент міжнародного туризму : навч. посібник за ред. [автора не вказано]. Дніпро : ДГУ, 2019. Режим доступу: стаття з 13-30 ст (дата звернення: 03.05.2025).
7. Фактори розвитку туристичних послуг : підручник [автор не вказаний]. Режим доступу: https://tourlib.net/books_ukr/pucentejlo35.htm (дата звернення: 03.05.2025).
8. Гастропадщина - ресурси розвитку економіки регіонів : аналітичний звіт [автори не вказані]. – Режим доступу: <https://uccr.org.ua/news/hastrospadshchyna-resurs-rozvytku-ekonomiky-rehioniv/> (дата звернення: 04.05.2025).

9. Гастротуризм як метод популяризації нематеріальної культурної спадщини : стаття [автори не вказані]. Режим доступу: https://tourlib.net/statti_ukr/grynjuk2.htm (дата звернення: 04.05.2025).
10. Гастрономічний туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку на сучасному етапі : стаття [автори не вказані]. Режим доступу: https://tourlib.net/statti_ukr/vorobejchyk.htm (дата звернення: 05.05.2025).
11. Рейтинг найпопулярніших туроператорів України : онлайн-стаття [автори не вказані]. Режим доступу: <https://joinuplviv.com/rejtyng-turoperatoriv-sezon-lito-2020/> (дата звернення: 04.05.2025).
12. Перспективи розвитку гастрономічного туризму : монографія [Лугін Володимир].використав 6-10, 18 ст Режим доступу: (дата звернення: 10.05.2025).
13. Туроператори : онлайн-ресурс [автори не вказані]. Режим доступу: <https://zavod.tours/agencies/> (дата звернення: 11.05.2025).
14. Приватний музей старовинного інструменту «Ремісничий двір»: інформаційна сторінка[Автор відсутній] . Режим доступу: <https://tic.zt.ua/shcho-podyvytys/mystetsko-kulturni-zaklady/zhytomyrskiyi-raion-mystetsko-kulturni/93-pryvatnyi-muzei-starovynnoho-instrumentu-remisnychy-dvir> (дата звернення: 10.05.2025).
15. Арт простір Gnatyuk Art Center : інформаційна сторінка [Автор відсутній]. Режим доступу:<https://tic.zt.ua/shcho-podyvytys/mystetsko-kulturni-zaklady/zhytomyrskiyi-raion-mystetsko-kulturni/83-gnatyuk-art-center> (дата звернення:11.05.2025).
16. Транспортна еволюція Житомира: досвід для інших міст [Автор відсутній]. Режим доступу: <https://www.dw.com/uk/> (дата звернення: 12.05.2025).
17. Житомир з'явився офіційний логотип : новина [Автор відсутній] Режим доступу: <https://inspired.com.ua/creative/zhytomyr-logo/> (дата звернення: 13.05.2025).

18. Заклади міста Житомир : онлайн-ресурс [Автор відсутній]Режим доступу: <https://tomato.ua/ua/zhytomyr>(дата звернення: 13.05.2025).
19. Гастрономічний туризм Правобережного Полісся України: монографія І. К. Нестерчук. - Житомир : ЗУ, 2021.Режим доступу:http://eprints.zu.edu.ua/36588/1/Нестерчук%20_Монографія.pdf(дата звернення: 15.05.2025).
20. Осама суші : онлайн-ресурс [Автор відсутній]. Режим доступу: <https://osama.com.ua/zhytomyr-tsentralnyj>(дата звернення: 20.05.2025).
21. Заклад Черепаха : онлайн-ресурс . Режим доступу: <https://cherepakha1.choiceqr.com>(дата звернення: 20.05.2025).
22. Букінг : онлайн-сервіс[Автор відсутній] . Режим доступу: <https://www.booking.com/>(дата звернення: 20.05.2025).
23. Гастрономічний тур Євгена Клопотенка : онлайн-стаття [Автор відсутній] . Режим доступу: <https://zhzh.com.ua/suspilstvo/nejmovirna-izha-zhitomirshhini-recepti-shto-siagaiut-sivini-pokolin.html>(дата звернення: 20.05.2025).
24. Культурно-мистецький центр «Поліська хата» : інформаційна сторінка . Режим доступу: <https://discover.ua/locations/usadba-zelenogo-turizma-polesskaya-hata> (дата звернення: 20.05.2025).
25. Заклад Hunter pub : онлайн-ресурс [Автор відсутній]. Режим доступу: <https://hunter-pub.choiceqr.com/section:snidanki/snidanki> (дата звернення: 20.05.2025).
26. Ресторан Tbilisi.Ge : онлайн-ресурс [Автор відсутній]. Режим доступу: <https://tbilisigezt.choiceqr.com> (дата звернення: 20.05.2025).
27. Рекреаційний пункт : інформація [Автор відсутній]. Режим доступу: <https://oda.zht.gov.ua/news/na-zhytomyrshhyni-zbudovano-pershyj-rekreatsijnyj-punkt-u-ramkah-pilotnoyi-programy-dp-lisy-ukrayiny/>(дата звернення: 22.05.2025).

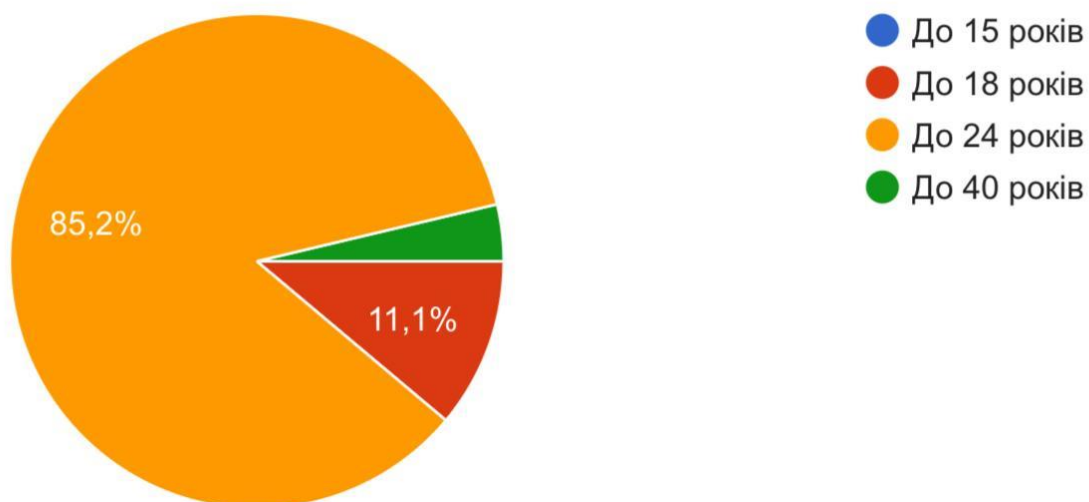
28. Ресторан Токуо : онлайн-ресурс [Автор відсутній]. Режим доступу: <https://tayko.choiceqr.com/section:hot-pot/seti> (дата звернення: 22.05.2025).
29. Готель Optima Collection : онлайн-ресурс [Автор відсутній]. Режим доступу: <https://optimahotels.com.ua/uk/hotels/zhitomir/> (дата звернення: 22.05.2025).

ДОДАТКИ

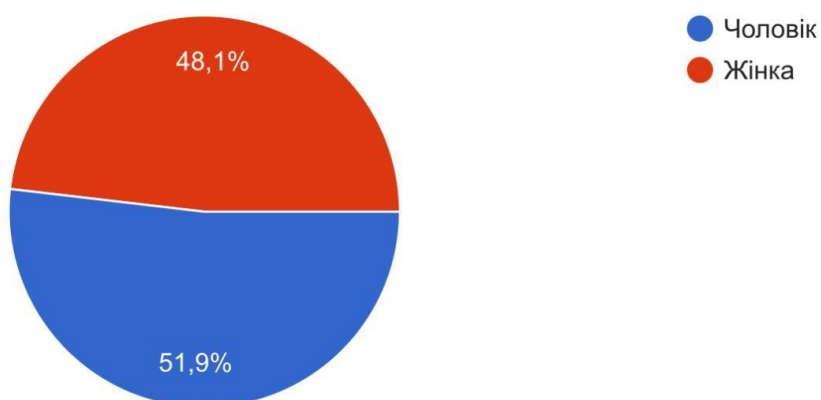
Додаток 1.

Аналіз опитування

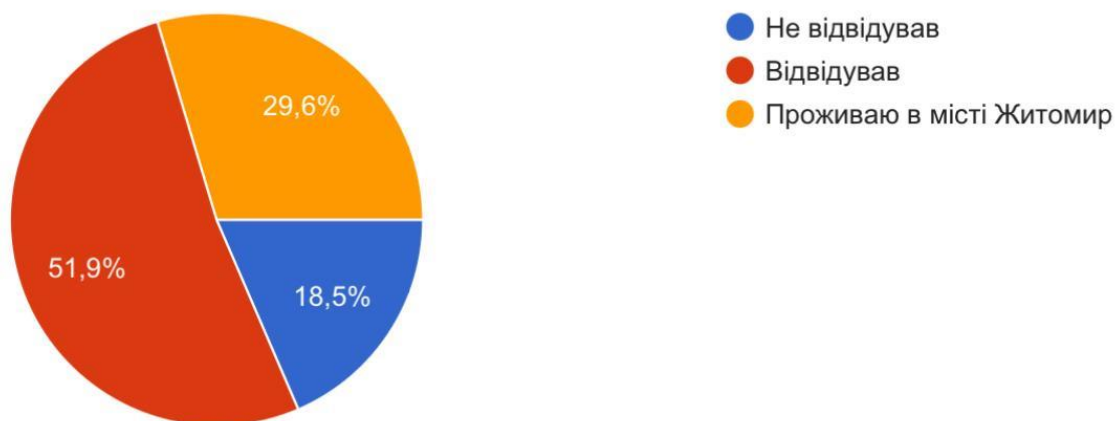
За віковими категоріями переважали опитані у віці до 24 років – 85,2%, опитані віком до 18 років у відсотковому складі склали 11,1%



В результаті було опитано 27 осіб, з яких 48 % - жінки , 51 % чоловіків.



У опитуванні брали участь люди які проживають у Житомирі - 29,6%. Люди які відвідували місто склали - 51,9%. Ніколи не відвідували - 18,5% людей.



У питанні, чи відвідували туристи якісь заклади або гастрономічні тури, відповіді були наступні: відвідували тільки заклади - 51%, відвідували гастрономічні тури - 11,1%, відвідували і тури і заклади - 5%, не відвідували тури - 18,5%.



Наступне питання було відкрите, «Вкажіть будь яку страву, яка асоціюється з містом Житомир, у вашому розумінні. Це може бути : десерт, напій, основна страва або снєк».

Відповіді були наступні:

сирники -2

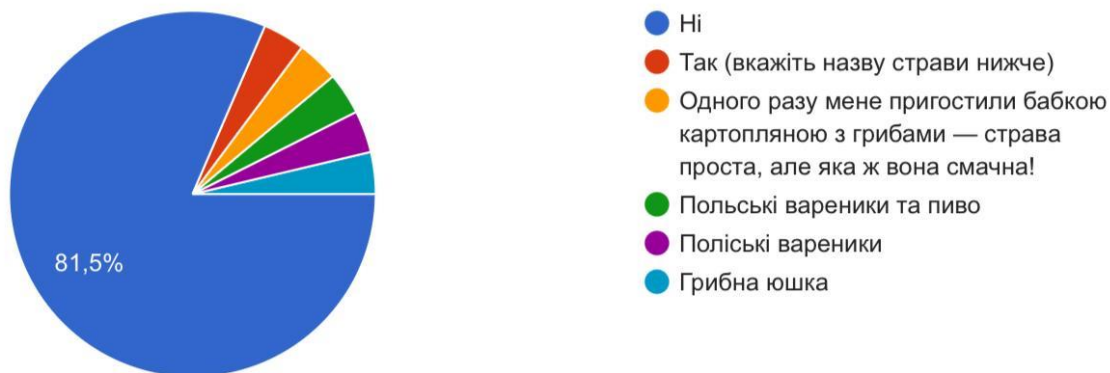
Мед - 4

Печення в горщиках - 1

Торт - 2

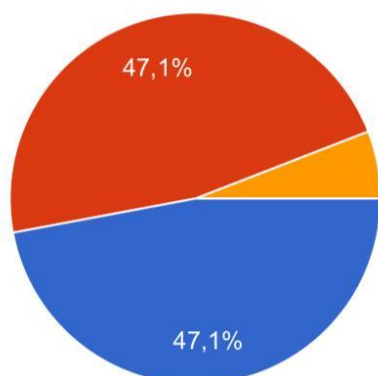
Шаурма - 2
 Пиво «Радомишль» - 3
 Польські вареники - 5
 Шашлик - 1
 Морозиво рудь - 2
 Кисіль - 1
 Квашенина - 1
 М'ясні зрази - 1
 Картопляні деруни - 2
 Сочніки(пісочне тісто з сиром) - 1
 Кава - 1

У питанні, чи куштували ви національні страви Житомиру, більшість відповіла - ні (81,5%), також було інші варіанти - пиво - 3,7 %, польські вареники - 7,4%, грибна юшка - 3,7%.



Наступне питання було пов'язане з якістю обслуговування, тут відповіді були неоднозначні. За чудове обслуговування - 47,1%, хороше обслуговування проте бували й негативні випадки - 47,1%, негативне

враження - 5,9%.



- Кожного разу чудове обслуговування в усіх закладах
- Хороше обслуговування проте бувають негативні враження
- Погане обслуговування, частіше було негативне враження

Останнє запитання було про заклади, які можна порадити в місті.

Варіанти відповідей:

Дім Кави - 1
 Чеширський Кіт - 1
 Паперня - 1
 Тбілісі - 1
 Парадокс - 1
 Макдак - 1
 реберня на Михайлівській - 1
 Мама дача - 1
 ресторан балувана Галя - 2
 колиба - 1
 Львівські круасани - 1
 Ресторан «Babuïn» - 2
 Sushi boss - 1
 ресторан «Фамілія» - 1
 Буржуа - 1
 Пан марципан - 1
 Рафаль'є - 1
 Маріо - 1

Графік руху по закладам

Дестинації	дні		
	1	2	3
кафе «Hunter Pub»			•
готель «Optima Collection»	•	•	•
ресторан «ТАУКО»	•		
Кафе Варенична Балувана Галя	•		
база відпочинку Березівка		•	
ресторан «Tbilisi»		•	
культурно-мистецький центр «Поліська хата»			•

Опис DESTИНАЦІЇ

Дестинація	Опис	Фото закладу
кафе «Hunter Pub»	<p>Hunter Pub - це паб, який знаходиться на вулиці : Святослава Ріхтера, 10. Заклад може здивувати своїми смачними класичними стравами та привабливою подачею. Заклад має затишну атмосферу та хороші ціни.</p> <p>Ціни: Лате - 55 грн Чай - 60 грн Бульйон - 190 грн Мисливська солянка - 260 грн [2]</p>	
готель «Optima Collection»	<p>Готель знаходиться за адресою Площа Замкова, 5/8. Готель розташований на історичному центрі Житомира неподалік від Соборної площі. Стиль будівлі - класична європейська архітектура кінця XIX початку XX століття.</p> <p>Готель має 62 номери таких категорій: «Класик Double», «Класик Комфорт», «Стандарт», «Суперіор», «Люкс», два конференц-зали, ресторан італійської кухні Primavera, лобі-бар, паркінг під охороною на території готелю на 24 місця.</p> <p>А також стандартний для мережі Optima набір послуг: Wi-Fi, room service, щоденний сніданок за системою «шведський стіл». На першому поверсі готелю розташована кав'ярня, оформлена у стилі ретро, має неймовірно</p>	

	<p>комфортний інтер'єр. Ціни: Одномісний номер без сніданку - 400 грн, зі сніданком 570 грн. 950 номер напів люкс. [6]</p>	
<p>ресторан «ТАУКО»</p>	<p>Це єдиний заклад в Житомирі який пропонує справжню паназійську кухню. Тільки в цьому закладі можна спробувати «Хот Поту». Це китайська традиційна страва яка готується в мідному посуді «Хогу». Також в закладі можна скуштувати свіжі морепродукти. Ресторан розміщений за адресою: вулиця Велика Бердичівська, 12. Щодо цін: Сет хот пот на двох - 950 грн Рамен - 260 грн Спрінг рол з креветкою - 225 грн Лате - 65 грн Чай - 85 грн [5]</p>	

Кафе
Варенична
Балувана
Галя

Варенична зустрічає своїх гостей у центральній частині Житомира, на Київській вулиці. У меню представлені традиційні українські страви, дуже великий вибір різноманітних страв приготованих за притаманними рецептами. З-поміж фірмових страв виділяють український борщ, деруни, Житомирські вареники з різними начинками. В алкогольній карті переважають фірмові домашні настоянки. Колоритний інтер'єр оформлений у національному стилі. Дещо нагадує дизайн пузатої хати.

Ціни:

Пельмені зі свининою - 59 грн

Салат з індичкою 69 грн

Чай - 36 грн

Кава - 46 грн



<p>база відпочинку Березівка</p>	<p>Це сучасний рекреаційний пункт розташований за 20 кілометрів від Житомира, у сосновому лісі на території Березівської громади. На території є все необхідне для проведення рекреації: альтанки, мангали, столики та дитячі майданчики. Це рекреаційний центр знаходиться знаходиться вздовж міжнародного шляху та має хорошу інфраструктуру, є міста для паркування а також місця для кемперів. Рекреаційний пункт приваблює своєю природою та спокоєм. Тут можна прогулятися або приготувати страви гриль та не забуваємо провести час.</p> <p>Щодо ціни:</p> <p>Місця повністю безкоштовні. Проте для відвідування діють спеціальні правила, дотримуватися правил поведінки в лісі, не залишати сміття і не палити вогнища в не призначених для цього місцях. [4]</p>	
<p>ресторан «Tbilisi»</p>	<p>Ресторан грузинської кухні, розташований на вулиці Київська, 77, Житомир.</p> <p>Заклад пропонує ознайомитись з якісною грузинською кухнею. В інстаграмі закладу вказані постійні знижки. Щодо атмосфери - в закладі можна відчутти атмосферу Грузії. Також, ресторан пропонує спробувати справжнє грузинське вино.</p> <p>Ціни :</p> <p>Салат з телятиною - 320 грн Хачапурі - 285 грн Лате - 70 грн Чай - 35 грн</p> <p>[3]</p>	

культурно-мистецький центр «Поліська хата»

Клопотенко відвідав Культурно-мистецький центр "Поліська хата" в селі Городське неподалік Коростишева. За словами Євгена, це місце було в топ-рекомендаціях приїхати сюди.

Євген клопотенко провів майстер клас в якому приготував традиційні страви міста Житомиру. Такі як: м'ясо з печі, опіканці та підбиванка.

Музей розташований в Житомирській області. Будівля збудована з дерева зрубним способом в XIX ст., покрита солом'яним дахом.

Дизайн хати був відтворений щоб максимально передати атмосферу періоду. Предмети старовини: рушники, скатертини, посуд, меблі допомагають створити атмосферу музею у реставрованій будівлі.

До послуг туристів: народні свята в аутентичному оформленні, майстер-класи (писанкарство, вишивка, розпис по склу, витинанка, художня обробка шкіри), планери для митців та студентів, організація свят. Тут проходять різноманітні культурні акції і фестивалі, а доброзичливі господарі пригощають національними стравами і напоями.[1]



Статті витрат для розрахунку ціни туру

Номер	Стаття витрат	Значення показника	Примітка
1	Витрати пального	30 л/100 м	
2	Вартість пального	60 грн/л	
3	Вартість автобуса	2 мільйони	(проте якщо вираховувати білет в з Києву до Житомиру, ціна буде - 130 грн) (це середня ціна)
4	Вартість страховки автотранспорту на період екскурсії	1000 грн	
5	Заробітна плата водія	500 грн/добу	
6	Заробітна плата гіда екскурсовода	600 грн/добу	
7	Страховий збір з одного туриста	25 грн	
8	Вартість проживання у двомісному номері включає сніданок	950 грн/добу	
9	Вартість обіду	вартість завжди різна у різних закладах. Проте середня ціна буде від 200 до 500 грн з однієї особи.	
10	Оренда офісного приміщення	5000 грн/місяць	
11	Комунальні платежі	800 грн/місяць	
12	Заробітна плата найманих працівників туристичного	15000 грн/місяць	

	підприємства		
13	Податки та соціальні внески	1200 грн/місяць	

Номер	Стаття витрат	Розрахунок	Результат
1	Вартість пального на маршруті у розрахунку на 1-го туриста	$30 \text{ л}/100 \text{ км} \times 2 \text{ (в обидва боки)} = 60 \text{ л}; 60 \text{ л} \times 60 \text{ грн} = 3600 \text{ грн на групу}; 3600 / 20 =$	180 грн
2	Витрати амортизації у розрахунку на 1-го туриста	$2\,000\,000 \text{ грн} / (5 \text{ років} \times 12 \text{ міс} \times 150 \text{ туристів}) =$ приблизно 222 грн	222 грн
3	Вартість страховки автотранс порту на період екскурсії у розрахунку на 1-го туриста	$1000 \text{ грн} / 20 \text{ осіб} =$	50 грн
4	Заробітна плата водіїв у розрахунку на 1-го туриста	$500 \text{ грн}/\text{доба} \times 3 \text{ дні} = 1500 \text{ грн} / 20 =$	75 грн
5	Заробітна плата гід-екскурсовода у розрахунку на 1-го туриста	$600 \text{ грн}/\text{доба} \times 3 \text{ дні} = 1800 \text{ грн} / 20 =$	90 грн
6	Страховий збір з одного туриста	-	25 грн
7	Вартість проживання у двомісному номері включає сніданок (у розрахунку на 1-го туриста)	$950 \times 2 \text{ доби} =$	1900 грн
8	Вартість обіду (у	Середнє	1050 грн

	розрахунку на 1 го туриста)	значення: $(200 + 500)/2 = 350$ грн $\times 3$ дні =	
9	Оренда офісного приміщення	5000 грн / 150 туристів =	33,3 грн
10	Комунальні платежі	800 грн / 150 туристів =	5,3 грн
11	Заробітна плата найманих працівників туристичного підприємства	15 000 грн / 150 туристів =	100 грн
12	Єдиний податок та соціальні внески	1200 грн / 150 туристів =	8 грн
	Загальна сума витрат		3738.6 грн
З урахуванням рентабельності 20%: $3738.6 \times 1.2 = 4486.32$ грн			