

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА  
ГЕОГРАФІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
КАФЕДРА КРАЇНОЗНАВСТВА І ТУРИЗМУ**

**«ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ІТАЛІЇ: ТРАДИЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ  
РОЗВИТКУ»**

за спеціальністю: 242 Туризм  
галузі знань: 24 Сфера обслуговування  
за освітньо-професійною програмою: Туризм  
на здобуття освітнього ступеня: Бакалавра

Кваліфікаційна робота бакалавра  
здобувачки денної форми навчання  
IV курсу  
«Міжнародний туризм»  
Панченко Кароліни Сергіївни

Науковий керівник:  
к. геогр. н. доц. Михайленко Т.І.

КИЇВ - 2025

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ .....</b>	<b>5</b>
1.1. Поняття та особливості гастрономічного туризму .....	5
1.2. Гастрономічний туризм та його складові .....	11
1.3. Методи дослідження.....	18
<b>РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ІТАЛІЇ.....</b>	<b>22</b>
2.1. Регіональні особливості гастрономічної культури.....	22
2.2. Фактори впливу на формування гастрономічних традицій Італії .....	31
2.3. Сучасний стан розвитку гастрономічного туризму в Італії .....	37
<b>РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ІТАЛІЇ: РОЗРОБКА ТУРУ «СМАК ІТАЛІЇ».....</b>	<b>45</b>
3.1. Основні проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму Італії .....	45
3.2. Гастрономічний тур «СМАК ІТАЛІЇ» .....	51
3.3. Маркетингове забезпечення та перспективи розвитку туру.....	66
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>72</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>76</b>
<b>ДОДАТКИ .....</b>	<b>81</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Сьогодні одним із перспективних напрямів туристичної діяльності виступає гастрономічний туризм, який передбачає знайомство з процесами виробництва, особливостями приготування та дегустацією національних страв і напоїв.

Формування італійської кухні є результатом тривалої еволюції під впливом політичних, економічних і соціальних чинників. Вона пройшла шлях від простої сільської кулінарії до статусу однієї з найвідоміших та найпривабливіших у світі для поціновувачів гастрономії. Нині кухня Італії сприймається не лише як спосіб харчування, а як прояв культурної самобутності та регіональних традицій країни.

Кожна область Італії вирізняється характерними кулінарними особливостями й унікальними смаками, багато з яких здобули світову популярність. Регіони мають власні традиційні страви та продукти, рецепти яких зберігаються й передаються з покоління в покоління.

Італія нині славиться не лише своїми архітектурними пам'ятками, а й гастрономічною привабливістю, щорічно приваблюючи мільйони мандрівників. Доступність автентичних страв і напоїв у численних закладах харчування сприяє активному розвитку гастрономічного туризму. Отже, вивчення динаміки цього туристичного напрямку є своєчасним і відкриває нові перспективи для його подальшого зростання.

**Мета кваліфікаційної роботи** – розкрити особливості гастрономічного туризму в Італії, визначити проблеми та перспективи його розвитку.

Для досягнення поставленої мети сформульовані наступні завдання:

- розкрити теоретико-методичні основи дослідження гастрономічного туризму;
- охарактеризувати передумови розвитку гастрономічного туризму в Італії;
- проаналізувати сучасний стан та визначити перспективи розвитку гастрономічного туризму в Італії;
- розробити гастрономічний тур «СМАК ІТАЛІЇ».

**Об'єктом дослідження** є гастрономічний туризм в Італії.

**Предметом дослідження** є передумови, особливості та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Італії.

В ході роботи було використано такі методи дослідження: метод аналізу та синтезу; історичний метод; метод обробки; графічний метод; порівняльний метод.

Кваліфікаційна робота написана на основі аналізу наукових джерел з гастрономічного туризму. У якості інформаційної бази дослідження використовувалися наукові праці українських та зарубіжних учених з питань формування, розвитку та регулювання ринку гастрономічних послуг, а також статистичні дані іноземних збірників з питань стану ринку гастрономічного туризму в Італії.

Наукова новизна кваліфікаційної роботи полягає у комплексному дослідженні аналізу тенденцій розвитку гастрономічного туризму в Італії та розробці авторського туру «СМАК ІТАЛІЇ».

Практичне значення полягає в тому, що результати кваліфікаційної роботи можуть бути використані для подальшого аналізу та дослідження гастрономічного туризму в Італії, формування нових турпродуктів туристичними підприємствами та реалізація розробленого туру «СМАК ІТАЛІЇ» в майбутньому.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, 3-х розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Основний обсяг роботи становить 75 сторінок друкованого тексту. Робота містить 9 таблиць, 10 рисунків. Список використаних джерел налічує 55 найменувань, у т. ч. 35 – іноземною мовою. Основний текст роботи доповнений додатками, в яких представлені ілюстрації за темою роботи.

## РОЗДІЛ 1

# ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

### 1.1. Поняття та особливості гастрономічного туризму

У сучасних умовах туризм розглядається як складне багатогалузеве явище, що інтегрує в собі економічні, історичні, географічні, архітектурні, медичні, культурні, спортивні та інші аспекти. Туристичну сферу справедливо відносять до числа найдинамічніших секторів глобальної економіки у XXI столітті. Для багатьох держав ця індустрія виступає ключовим джерелом прибутку та є пріоритетною у стратегіях економічного розвитку.

Одним із актуальних напрямів, який передбачає знайомство з виробництвом, технологією приготування та дегустацією традиційних страв і напоїв, є гастрономічний туризм.

Цей тип туризму перетворився на цінний ресурс, здатний створити унікальну пропозицію на фоні однотипних туристичних продуктів. Туристи, які обирають гастрономічні маршрути, прагнуть не лише скуштувати нові страви, але й пережити комплексне сенсорне враження. Страви, які вони кушують, несуть у собі культурний код місцевості, а інгредієнти – історію регіону.

Мандрівники шукають нові враження, ґрунтуючись на власних смаках, і використовують гастрономію як засіб пізнання автентичної культури. Таким чином, гастрономічна складова стає своєрідним містком до глибшого розуміння національної ідентичності.

На думку багатьох дослідників, саме гастрономічні мотиви могли стати першопричиною подорожей. Знамениті мореплавці, зокрема Марко Поло або Америго Веспуччі, у своїх мандрівках цікавилися не лише новими територіями, а й місцевими кулінарними традиціями. Торговці долали великі відстані у пошуках невідомих спецій, фруктів, вин, що згодом ставали культурними маркерами народів. Такі враження часто описувалися як спосіб ознайомлення з побутом інших народів.

Як наука гастрономія почала формуватися пізніше. Наприкінці XVIII століття у Франції було закладено її теоретичні основи. Видатний громадський діяч Антельм Брія-Саварен систематизував принципи харчування, виокремив поняття «смак» та описав правила гастрономії. У той же період Антонін Карем звернув увагу на хімічні процеси в кулінарії та ввів нововведення, такі як точне зважування інгредієнтів у рецептурі.

Термін «гастрономічний туризм» вперше з'явився у 1998 році у вигляді поняття «кулінарний туризм», яке було запропоновано Люсі Лонг – викладачкою кафедри національної культури в Університеті Боулінг Грін (штат Огайо, США). Вона пояснила цей термін як цілеспрямоване занурення в кулінарну культуру іншої нації через споживання, приготування і презентацію страв. Такий підхід підкреслює роль людини як активного учасника пізнання іншої культури за допомогою гастрономії [52].

Починаючи з 2001 року, гастрономічний туризм активно обговорюється як новий тренд. Цьому сприяла поява публікацій американського науковця Еріка Вольфа, який у своїх роботах розкрив концептуальні основи кулінарного туризму, дослідив його динаміку та значення. У 2003 році він створив Міжнародну асоціацію кулінарного туризму, мета якої полягає у поширенні розуміння національної ідентичності через їжу. Його вислів «Їжа – це квінтесенція нації, її характер та історія» чітко окреслює ідею культурної глибини гастрономії [52].

У 2006 році, був створений Міжнародний інститут кулінарного туризму, який курирує освітні та тренінгові компоненти програм Міжнародної асоціації гастрономічного туризму. Широкий розвиток кулінарного туризму призвів до утворення туристичних компаній, що спеціалізуються на міжнародному гастрономічному туризмі, прикладами яких є такі національні компанії: «Gourmeton Tour» (США), «The International Kitchen» (Великобританія), «Gourmet Getaways» (Італія) [52].

У 2012 році Всесвітня туристична організація представила «Глобальний звіт про гастрономічний туризм», у якому було розкрито важливу роль харчування в просуванні туристичних локацій. П'ять років потому, у 2017-му, ЮНВТО

підготувала друге видання, де було зроблено акцент на культурну значущість гастрономічного туризму в контексті збереження нематеріальної спадщини та автентичного способу життя місцевих громад.

Одним з найпоширеніших у фаховій літературі визначень гастрономічного туризму є формулювання, яке запропонували Холл М. та Шарпіс Г. Вони розглядають цей вид туризму як подорож до регіонів, що мають гастрономічну привабливість, з метою відпочинку чи розваг. Цей процес може включати участь у гастрономічних фестивалях, продовольчих виставках, відвідування виробників продуктів, фермерських ринків, дегустацій, кулінарних шоу тощо, тобто будь-яку активність, що пов'язана з їжею [40].

За словами Дугласа А., харчування виступає одним із головних чинників, які впливають на вибір туристами напрямку подорожі. Він зазначає: «кожен турист – це гурман, який вивчає смаки». У своєму підході до визначення поняття «гастрономія» він виокремлює три основні аспекти:

- Гастрономія як витвір кулінарного мистецтва, що передається поколіннями й втілюється у вишуканій кухні;
- Гастрономія як наука про харчові продукти, що аналізує їх фізичні характеристики та процеси споживання з метою вдосконалення;
- Гастрономія як джерело естетичного задоволення і натхнення.

На думку Ністоряну П., гастрономічний туризм — це спеціалізована форма подорожей, яка поєднує повсякденну потребу у споживанні їжі з яскравими кулінарними враженнями. Він підкреслює, що цей тип туризму включає такі ключові елементи:

- Знайомство з туристичними об'єктами;
- Дотичність до культурних традицій і звичаїв;
- Вживання страв, характерних для певної місцевості [27].

Генеральний секретар ЮНВТО Таліб Ріфаї охарактеризував гастрономічний туризм як сучасну тенденцію, що є для багатьох туристів вагомою причиною для подорожей. Він підкреслив, що інтерес до їжі дорівнює інтересу до інших елементів культури, таких як музика, архітектура чи мистецтво.

Він також відзначив, що гастрономічний туризм є ефективним інструментом популяризації культурної ідентичності через національні кухні. Це сприяє створенню іміджу туристичних напрямів, підтримує принципи сталого туризму, розширює соціально-економічні можливості громад, зміцнює почуття національної гордості та сприяє взаємному культурному розумінню. Участь у таких подіях, як фестивалі смаку, кулінарні уроки чи концепція «від ферми до столу», дозволяє туристам краще пізнати місцеві традиції та цінності.

У дослідженнях науковців зі Східної Азії гастрономічний туризм часто розглядається крізь призму харчової культури, що відображає ідентичність міста чи регіону і є важливою складовою локальної культури. Так, Фу Веньвей визначає цей вид туризму як специфічну форму туристичної діяльності, де головним фокусом є гастрономічні особливості місця призначення. Завдяки поєднанню споглядання визначних пам'яток із дегустацією місцевих страв, мандрівники здобувають знання про традиції, історію та кулінарію. При цьому участь у практичних заходах, як-от майстер-класи, поглиблює інтерес і забезпечує як матеріальне, так і духовне задоволення.

Чжу Сяоян, у свою чергу, подає гастрономічний туризм як окрему модель, що інтегрує елементи харчової культури та туристичної діяльності. Основна увага при цьому приділяється процесу куштування страв і розумінню місцевих харчових традицій у контексті природних та культурних ландшафтів.

У сучасній науковій думці дослідники з країн Східної Азії умовно поділяються на дві групи щодо підходів до взаємозв'язку між харчуванням і туризмом. Перша група розглядає їжу як допоміжний фактор, який підтримує туристичну активність, акцентуючи на її ролі в окремих компонентах подорожі. Друга – визнає їжу невід'ємною частиною культурної спадщини та наголошує на важливості інтеграції гастрономії в загальний досвід мандрівника.

Проте більшість учених дійшли згоди, що сучасний гастрономічний туризм вийшов за межі звичайного харчування у подорожах і став самостійною галуззю, яка активно сприяє розвитку туристичної індустрії [34].

Проблематика теоретичного обґрунтування та практичного розвитку

гастрономічного туризму, а також аналіз окремих складових гастрономічних маршрутів активно розробляється зарубіжними вченими. Зокрема, істотний внесок у формування наукової бази здійснили американські дослідники Хялагер А. [24], Еверетт С. [21], Мітчелл Е. [22], Холл М. [23], а також європейські науковці, такі як Ністоряну Б. та Нікодін Л. [26]. У їхніх роботах висвітлюються основні тенденції розвитку гастрономічного туризму, типологія об'єктів гастрономічного інтересу, роль харчових практик у формуванні туристичного досвіду та взаємозв'язок гастрономії з локальною культурою.

Водночас в українському науковому просторі термінологічні підходи до визначення поняття «гастрономічний туризм» є досить різноманітними. Значну увагу цьому питанню приділяють такі вітчизняні дослідники, як Басюк Д. [2], Вишневська Г. [5], Кукліна Т. [7], Нестерчук І. [14] та інші. У своїх роботах вони по-різному інтерпретують поняття, акцентуючи увагу на специфіці гастрономічного туризму в українському контексті, його потенціалі як інструменту популяризації місцевої культури, розвитку сільських територій та просування локальних виробників.

Особливої уваги заслуговує той факт, що в українській туристичній термінології ще не сформовано уніфікованого визначення гастрономічного туризму. В обігу паралельно використовуються такі поняття, як «кулінарний туризм», «винно-гастрономічний туризм», «гастрономічний туризм», «ресторанний туризм», «гурман-туризм» тощо. Така варіативність термінів свідчить про динамічний розвиток цієї галузі та необхідність формалізації понять для подальшого методологічного і практичного застосування.

Таблиця 1.1

Підходи до визначення поняття «гастрономічний туризм» українськими науковцями [3]

Науковець	Визначення
Басюк Д.	Гастрономічний туризм – наука, яка вивчає зв'язок між харчуванням та культурою і відноситься до галузі соціальних дисциплін.
Вишневська Г.	Гастрономічний туризм – вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з виробництвом, технологією приготування і дегустацією національних блюд і напоїв, а також з кулінарними традиціями народів світу.
Кукліна Т.	Гастрономічний туризм – різновид туризму, взаємопов'язаний з пересуванням по різних країнах з метою ознайомлення з національними блюдами, продуктами та напоями.
Нестерчук І.	Гастрономічний туризм є одним із перспективних напрямків етнокультурного відродження народів світу, що визначає його сутність і суспільно значущу роль у світовому розвитку туризму й суспільства в цілому

*Джерело: Розроблено автором*

Як слушно зауважує Кукліна Т. [7], гастрономічний туризм виконує не лише рекреаційну, а й пізнавальну функцію, слугуючи важливим інструментом ознайомлення з культурною спадщиною різних народів. Адже традиційна кухня є одним із найяскравіших носіїв етнічної ідентичності, що відображає систему цінностей, спосіб життя, побутову культуру та історичні особливості тієї чи іншої нації.

Відтак, гастрономічний туризм набуває актуальності як міждисциплінарне явище, що поєднує елементи туризмознавства, етнології, культурології, економіки та навіть соціології. Зважаючи на його відносну новизну в академічному та практичному вимірах, він активно вивчається науковцями, які намагаються

сформувати уніфіковане розуміння його сутності, визначити основні підходи до класифікації та розробити оптимальні моделі розвитку.

Аналіз наукової літератури свідчить про відсутність узгодженого підходу до дефініції поняття «гастрономічний туризм». Зустрічаються різні трактування, що акцентують на його функціях – від задоволення гастрономічної цікавості до пізнання культури регіону через смакові практики. Відтак, дефінітивна невизначеність зумовлює потребу в поглибленому аналізі та систематизації наявних підходів.

Узагальнюючи погляди вчених, можна запропонувати інтегроване визначення гастрономічного туризму як виду туристичної діяльності, основною метою якої є знайомство з кулінарними традиціями, місцевими продуктами та гастрономічною спадщиною певного регіону, що виявляється через участь у дегустаціях, кулінарних майстер-класах, гастротурах, фестивалях, а також через безпосереднє споживання локальних страв у автентичному середовищі. Такий підхід дає змогу розглядати гастрономічний туризм не лише як форму відпочинку, а як чинник соціокультурної комунікації, який сприяє збереженню нематеріальної культурної спадщини, підтримці місцевих виробників, формуванню позитивного іміджу туристичної дестинації та сталому розвитку територій.

Таким чином, гастрономічний туризм, попри певну термінологічну розбіжність, об'єднує в собі гастрономічний досвід та культурне пізнання, забезпечуючи туристу комплексне занурення в культуру дестинації, а регіону – можливість для популяризації своєї унікальності, збереження локальних традицій та економічного зростання.

## 1.2. Гастрономічний туризм та його складові

На сьогоднішній день існує велика різноманітність досліджень про класифікацію та види гастрономічного туризму, причому відмінність підходів показують багато видатних українських науковці таких як: Гатауліна С. [20], Шикеринець В. [20], Макарчук С. [9], Саламатіна С. [17], Вишневська Г. [5], Стешенко Д. [18], Парфіненко А. [18] та інші.

Гатауліна С., Шикеринець В., та Макарчук С. поділяють гастрономічний туризм на два види: сільський («зелений») та міський. Важлива відмінність полягає в тому, що, подорожуючи в сільську місцевість, турист прагне випробувати екологічно чистий продукт (рис. 1.1).

Але, якщо вже й поділяти гастрономічний туризм за місцевістю, то варто враховувати й ті об'єкти кулінарного туризму, які знаходяться поза межею міста або села. До них можна віднести заклади харчування, які розташовані в горах, у природних умовах чи на виробничих об'єктах. Необхідно згадати і про туристичні маршрути, програма яких включає відвідування міст та селищ різних регіонів, що не дає змогу характеризувати гастрономічний тур сільським, або міським.

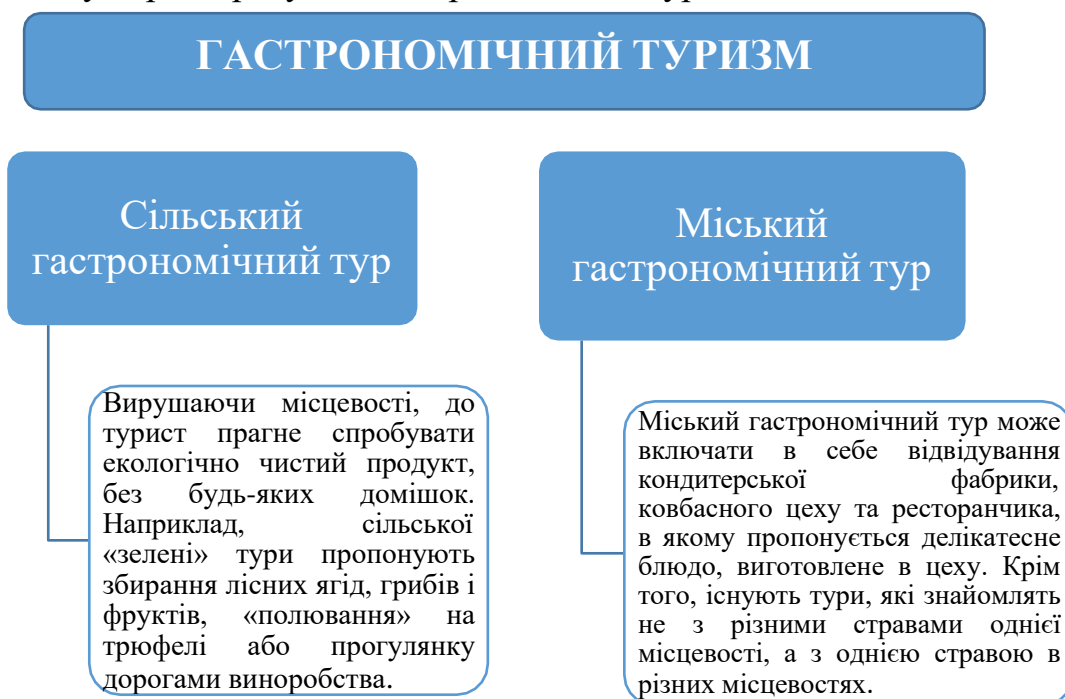


Рис. 1.1. Види гастрономічного туризму (побудовано за даними [20])

На думку Трададенко Т., гастрономічний туризм доцільно поділяти не

лише за географічною ознакою (сільський або міський), а й з урахуванням цільових установок мандрівників. Авторка підкреслює, що важливо розглядати не лише локацію, але й мотиваційні чинники, які спонукають туристів обирати подорожі з гастрономічним ухилом. Окрім того, вона наголошує на доцільності класифікації гастрономічних турів за змістовним наповненням програм. Зокрема, актуальним є поєднання гастрономічного і подієвого (івентивного) туризму, прикладом чого можуть слугувати організовані тури, приурочені до традиційних свят, таких як Різдво, Великдень тощо, коли кулінарна складова стає важливою частиною святкового досвіду туриста.

У свою чергу, Саламатіна С. виокремлює основні напрямки спеціалізації гастрономічного туризму, які базуються на специфіці продуктів і смакових уподобаннях цільової аудиторії. Зокрема, до таких різновидів належать: рибний, сирний, кавовий, медовий, фруктовий-ягідний, шоколадний і пивний туризм (див. табл. 1.2). Ця класифікація дозволяє глибше охарактеризувати попит на гастрономічні маршрути, а також формувати цільові туристичні пропозиції відповідно до регіональних особливостей і ресурсної бази.

Таблиця 1.2

## Види гастрономічного туризму [17]

<b>Види туризму</b>	<b>Опис</b>
Кавовий	це туризм, який передбачає поїздки центрами кавового виробництва. Туристи дізнаються історію, дегустують напої, знайомляться з процесами обсмажування кави та методами заварювання.
Шоколадний	це поїздки у екзотичні країни, які відомі масштабним виробництвом какао бобів, а також місця які славляться виготовленням шоколадних виробів.

## Продовження табл. 1.2

Пивний	екскурсії до країн, відомих своїми пивоварнями, для того аби познайомитися з сортами пива, відвідати пивоварні та побувати на фестивалях.
Медовий	різновид туризму, метою якого є дегустація та купівля продуктів бджільництва (мед, віск, пилок) безпосередньо на місці виробництва.
Фруктово-ягідний	вид гастротуризму, який передбачає збирання і споживання ягід та ознайомлення з різноманітними технологіями їх переробки.
Сирний	поїздки в центри виробництва і споживання сиру, відвідування приватних сироварень, огляд професійного обладнання, знайомство з стародавніми рецептами
Рибний	подорож з метою дегустації рибних страв та морепродуктів, а також відвідування водних угідь, рибних ферм та заводів із залученням до процесу вилову риби.

Вишнеvsька Г. класифікує гастрономічний туризм за ключовими критеріями які було розглянуто вище, а саме, такими як специфіка місцевості – сільський «зелений» або міський та мета поїздки або бажання спробувати певний напій чи страву: винний, пивний, сирний, шоколадний та інші [5].

Децо іншої думки дотримуються Стешенко Д. та Парфiненко А., вони класифікують гастрономічний туризм на сільський, ресторанний та подієвий.

## Таблиця 1.3

Класифікація гастрономічного туризму за визначенням Стешенко Д. та Парфiненко А.

Вид	Опис
Сільський	дегустація місцевої кухні та продуктів, вироблених у даному регіоні

Ресторанний	відвідування найбільш відомих та популярних ресторанів, що відрізняються високою якістю, ексклюзивністю кухні, а також національною спрямованістю
Освітній	навчання в спеціальних освітніх закладах з кулінарною спеціальністю, а також курсів та майстер-класів
Подієвий	відвідування місцевості у певний час з метою участі у заходах з гастрономічною тематикою

Підсумовуючи роботи українських науковців гастрономічний туризм доцільно класифікувати за декількома ознаками, такими як розташування туристичного місця, видом конкретного продукту або напою та метою подорожі.

Таблиця 1.4

## Класифікація гастрономічного туризму

Ознака класифікації	Підвид турів	Вид туристичної діяльності
За розташуванням туристичного місця	Сільський «зелений»	Збір овочів, фруктів та лісних ягід, «полювання» на трюфелі прогулянка дорогами виноробства
	Міський	Відвідування ресторанів із дегустацією делікатесних та фірмових страв
За видом конкретного продукту або напою	Пивні	Відвідування пивоварень з дегустацією
	Сирні	Відвідування заводів та сирних льохів з дегустацією
	Шоколадні	Відвідування шоколадних фабрик з дегустацією
	Чайні	Відвідування чайних плантацій, збирання та дегустації
	Кавові	Відвідування кавових плантацій, збирання та дегустації
	Фруктово-ягідні	Дегустація фруктів та овочів, які притаманні для цієї місцевості, країни
За метою подорожі	Культурно-пізнавальний	Відвідування різних екскурсій
	Оздоровчий	Дегустація чайних зборів із цілющих трав; меду в поєднанні з апітерапією, винотерапія, дієтотерапія

	Гурман	Дегустація страв та напоїв гастрономічними спеціалістами (сомельє, дегустатор)
За напрямком подорожі	Святковий	Відвідування та участь у гастросвятах
	Фестивальний	Відвідування та участь у гастрофестивалях

У сучасній науковій літературі багато іноземних дослідників зосереджують увагу на аналізі гастрономічного туризму, пропонуючи різноманітні підходи до його типологізації та структуризації.

Одними з провідних фахівців у цій сфері є Холл М. та Шарпіс Г., які запропонували класифікацію гастрономічного туризму на два основні типи залежно від інтенсивності зацікавленості та кількісного складу туристів [22].

Перший тип охоплює найбільш активних ентузіастів гастрономічних подорожей, для яких кулінарні враження є ключовою метою мандрівки. Така форма туризму, будучи досить вузькоспеціалізованою, характеризується тим, що більшість дій туриста зосереджена навколо відвідування закладів харчування — зокрема елітних ресторанів, гастрономічних ярмарків, виноробень або ринків. Автори вказують, що у цьому випадку йдеться про ексклюзивний досвід, який вирізняється індивідуальністю страв, напоїв та загальною атмосферою.

Другий тип характеризується помірним інтересом до гастрономії як частини туристичного досвіду. Туристи цього сегмента не роблять харчування головною метою подорожі, однак цінують можливість скуштувати якісні місцеві страви у традиційних або сільських закладах громадського харчування за розумною вартістю. Для таких мандрівників важлива не лише їжа, але й загальний баланс ціни, кількості та смакових якостей. Як зазначено, ці туристи менш вибагливі та здатні задовольнитися стандартним сервісом [22].

Ністоряну Б. та Дяконеску Д. запропонували власну типологію гастрономічних туристів, виділивши чотири основні групи:

1. Туристи, для яких гастрономія відіграє центральну роль у подорожі, і які активно шукають нові кулінарні враження в регіонах з багатими гастрономічними традиціями.

2. Туристи, які виявляють інтерес до гастрономії лише за наявності відповідної інформаційної підтримки. Їхня зацікавленість не є первинною, але може активізуватися при спонтанному ознайомленні з місцевими кулінарними особливостями.

3. Особи, для яких гастрономічний аспект є другорядним, однак позитивний досвід споживання страв під час мандрівки може змінити їхнє ставлення.

4. Туристи, які не виявляють інтересу до гастрономії взагалі, залишаючись байдужими до смаку страв та кулінарного контексту, навіть за умов активної промоції [26].

Натомість Хялагер А. запропонувала більш детальну класифікацію гастрономічних туристів (рис. 1.2).

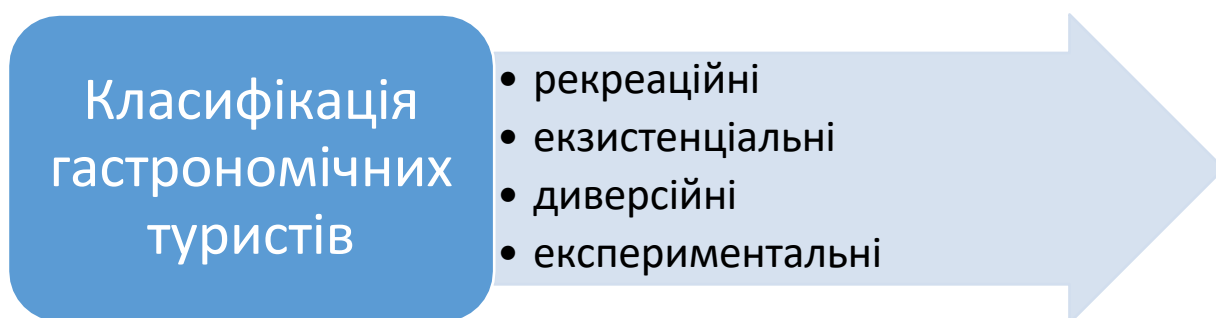


Рис. 1.2. Класифікація гастрономічних туристів (побудовано за даними [24])

1. Рекреаційні гастрономічні туристи — це мандрівники, які прагнуть стабільності та звичних умов під час відпочинку. Вони надають перевагу добре знайомим продуктам і стравам, що викликають у них відчуття комфорту та безпеки. Часто такі туристи обирають мережеві заклади швидкого харчування або ресторани, які пропонують національну кухню їхньої країни походження.

2. Екзистенціальні гастрономічні туристи орієнтовані на досвід, який дає їм можливість пізнати культуру через автентичну кухню. Вони прагнуть дегустувати місцеві страви в тих самих закладах, які відвідують жителі регіону. Цей тип туристів у процесі підготовки до подорожі часто звертається до перевірених джерел інформації, таких як блоги місцевих авторів або туристичні гіді. Вони також активно цікавляться кулінарними заходами: відвідують школи куховарства,

дегустації вин, гастрономічні фестивалі чи беруть участь у тематичних екскурсіях.

3. Диверсійні гастрономічні туристи орієнтуються насамперед на розваги та соціальну взаємодію, а не на конкретну гастрономічну локацію. Для них головним критерієм при виборі страв є доступність, велика порція та помірна ціна. Такі мандрівники не надають великої ваги вишуканості кухні, натомість цінують обсяг і легкість у споживанні їжі, що дозволяє їм швидко задовольнити свої потреби без надмірних витрат.

4. Експериментальні гастрономічні туристи зазвичай є активними шукачами нових вражень і прагнуть отримати унікальний досвід через інновації в кулінарії. Їм притаманне захоплення сучасними кулінарними технологіями та концептуальними стравами, що виходять за межі традиційної кухні. Їхній вибір переважно падає на престижні ресторани з авторськими меню, а подорожі часто пов'язані з прагненням до розкоші, винятковості та індивідуального підходу до сервісу [24].

Отже, гастрономічний туризм є важливою і різноманітною галуззю туристичної індустрії, яка привертає увагу дослідників та практиків з усього світу. Різні науковці пропонують різні підходи до визначення видів та класифікацій гастрономічного туризму, це вказує на складність і багатогранність цього виду туризму.

### **1.3. Методи дослідження**

На початковому етапі дослідження особливу увагу слід приділити вибору методичних підходів, які забезпечуватимуть ефективний збір, аналіз та інтерпретацію фактичної інформації.

Під терміном «дослідження» розуміють систематичне вивчення певного питання чи явища із застосуванням наукових інструментів. Це процес, у рамках якого дослідник спостерігає, пояснює, передбачає розвиток подій та аналізує суть досліджуваного об'єкта.

Наукове пізнання завжди спирається на комплексний підхід і має на меті

одержання нових знань, що розширюють існуючі у відповідній сфері.

Методика дослідження включає сукупність прийомів, методів і правил, що визначають порядок збору, аналізу та осмислення інформації, а також спосіб представлення отриманих результатів.

Під час дослідження було застосовано такі наукові методи:

- аналітичний і синтетичний підхід;
- історико-ретроспективний метод;
- методика опрацювання статистики;
- графічне представлення даних;
- метод порівняльного аналізу.

Аналітичний та синтетичний методи мають особливу вагу у науковій роботі. Аналіз дозволяє детально розглядати факти, розчленовуючи їх на складові частини з метою виявлення структурних зв'язків і закономірностей. Синтез, своєю чергою, забезпечує об'єднання окремих фрагментів інформації в єдине ціле для формування повноцінної картини досліджуваного явища.

Ці методи є важливими з кількох причин:

- Тлумачення інформації. Аналітичний підхід допомагає систематизувати і класифікувати первинні дані, що дозволяє встановити тенденції, співвідношення та причиново-наслідкові зв'язки.

- Формування цілісного уявлення. Використання аналізу і синтезу сприяє появі нових ідей та формуванню узагальнених висновків на основі фактичних результатів, що розширюють розуміння предмету дослідження.

- Ефективна передача результатів. Саме ці методи дозволяють подати результати дослідження в доступній і змістовній формі. Завдяки узагальненню та структуруванню складної інформації, дослідник може донести суть свого дослідження до широкого кола зацікавлених осіб.

У процесі вивчення гастрономічного туризму в Італії було застосовано метод аналізу та синтезу, що дозволив розглянути окремі елементи індустрії харчування, а також простежити загальні тенденції її розвитку як у цілому, так і в межах окремих напрямів.

Історичний підхід до дослідження передбачає збирання та тлумачення

відомостей про події минулого з метою з'ясування їхнього впливу на сучасні процеси. Цей метод дає змогу не лише виявити причинно-наслідкові зв'язки між історичними та сучасними явищами, а й дозволяє робити припущення щодо майбутніх змін.

Застосування цього методу ґрунтується переважно на використанні першоджерел, зокрема документів, книг, фотографій, листів, свідчень, створених у досліджуваній період. Іншими словами, джерела повинні бути створені безпосередніми учасниками або очевидцями подій. Вторинні матеріали – такі як наукові статті чи публікації, що з'явилися згодом, – також можуть бути корисними, хоча іноді їхній зміст може містити суб'єктивну інтерпретацію, зумовлену використанням кількох джерел інформації.

Саме завдяки історичному підходу було здійснено аналіз еволюції кулінарної традиції Італії від часів Римської імперії до періоду Відродження, а також простежено зміни у сфері гастрономічного туризму впродовж 2019–2024 років.

Метод статистичної обробки даних передбачає збір, аналіз і систематизацію інформації з метою виявлення закономірностей та тенденцій. Його застосування дозволяє зменшити рівень суб'єктивності в оцінках завдяки числовій обробці, а також є ефективним для планування досліджень, створення аналітичних моделей та інтерпретації результатів.

Простими словами, цей метод є інструментом, що дає змогу трансформувати неструктуровані дані у важливі висновки. У межах дослідження було опрацьовано статистичні бази даних, здійснено їх обробку, впорядкування та узагальнення здобутих результатів.

Графічний метод є невід'ємною складовою більшості статистичних досліджень. Під ним розуміють зображення статистичних даних у вигляді діаграм, графіків, схем або картографічних матеріалів, які дозволяють візуально передати співвідношення між величинами.

До переваг графічного підходу можна віднести:

- Зорове уявлення. Графіки та діаграми сприяють кращому розумінню даних, дозволяючи швидко виявити взаємозв'язки, зміни та структуру показників.

- Зрозуміла комунікація. Завдяки графічним матеріалам результати дослідження можуть бути ефективно донесені навіть до тих, хто не має спеціальної підготовки у сфері аналізу чи статистики.

У межах даної роботи цей метод використовувався для наочного представлення змін у ключових статистичних показниках, що характеризують динаміку розвитку гастрономічного туризму в Італії (створено відповідні діаграми та схеми).

Порівняльний метод передбачає зіставлення об'єкта дослідження з іншими подібними явищами або процесами. Він може мати як якісний, так і кількісний характер. Часто при цьому виникає потреба в досягненні балансу між кількістю об'єктів і числом характеристик, що порівнюються: чим більше кейсів, тим менше змінних можливо зіставити, і навпаки.

Цей метод дає змогу виявити спільні риси та розбіжності, а також зрозуміти логіку змін і стабільності. У межах дослідження його було застосовано для аналізу гастрономічного туризму в Італії порівняно з іншими країнами, а також для вивчення регіональної специфіки розвитку індустрії харчування всередині самої Італії.

Застосування описаних методів дозволило отримати цілісне уявлення про функціонування гастрономічного туризму в Італії та оцінити його динаміку в історичному, статистичному та регіональному контекстах.

## РОЗДІЛ 2

### ОСОБЛИВОСТІ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ІТАЛІЇ

#### 2.1. Регіональні особливості гастрономічної культури

Італійська гастрономія формувалася протягом тривалого періоду, під впливом політичних, соціальних та економічних змін. Від своїх скромних початків як сільська кухня, вона еволюціонувала до статусу однієї з найвпливовіших і найпривабливіших кулінарних традицій для мандрівників з усього світу. Сьогодні італійська кухня – це не лише задоволення фізіологічних потреб, а й втілення місцевих звичаїв та культурної ідентичності. Формування кулінарних звичаїв Італії відбувалося протягом етапів, що охоплюють періоди Римської імперії, Середньовіччя та Відродження.

Перші ознаки сучасної італійської кулінарії можна знайти ще за часів Стародавнього Риму. Саме тоді основна увага приділялася використанню свіжих та сезонних продуктів, серед яких важливе місце займали оливки, дари моря, різноманітні сири та інші поживні інгредієнти. Хоча з роками способи приготування вдосконалювались, базові принципи залишилися незмінними. Такі овочі, як помідори, перець і баклажани, не лише оновили зовнішній вигляд страв, але й збагатили їхній смак [45].

Середньовічний період став важливим етапом у розбудові регіональних кулінарних стилів. Цьому сприяли як соціально-економічні обставини того часу, так і обміни між різними культурами через торгівлю, переселення населення та військові події. Як наслідок, у кулінарії італійських регіонів з'явилися нові підходи до готування страв з м'яса та риби – їх стали приправляти більшою кількістю прянощів та нових компонентів, таких як лимон, розмарин і оливки. Це знайшло своє відображення в появі великої кількості страв, зокрема пасти та ризотто, що користуються популярністю і сьогодні. Крім того, саме в середньовіччі виникли традиційні десерти – паннакотта та каннолі, які досі залишаються улюбленими солодощами.

Період Відродження ознаменувався бурхливим розвитком культури й мистецтва в Італії, що знайшло своє відображення й у гастрономії. У цей час кухарі почали переосмислювати традиційні рецепти, збагачуючи їх новими інгредієнтами та комбінаціями, створюючи страви, що стали справжніми символами італійської кухні – наприклад, равіолі, фетуччіне й лазанью. Серед солодощів цього періоду варто відзначити появу таких відомих десертів, як панеттоне та тірамісу [45].

У наш час, коли йдеться про кулінарні традиції Італії, важливу роль відіграє вірність спадковості. Мешканці цієї країни надзвичайно шанують свою кулінарну історію та прагнуть її зберегти. Від добору продуктів до самих методів приготування – усе має значення. Однією з центральних рис є використання натуральних, сезонних і якісних інгредієнтів. Італійці переконані, що смак страви залежить не лише від умінь кухаря, а й від свіжості кожного компоненту. Саме тому більшість національних страв готуються з простих продуктів, таких як томати, базилік, часник і оливкова олія.

Ще однією характерною особливістю італійської кухні є стиль подачі їжі. Жителі Італії вважають, що їжа має об'єднувати людей, тому зазвичай вона подається у великому посуді на загальний стіл, щоб усі мали змогу спробувати кожну страву. Крім того, існують окремі кулінарні традиції, пов'язані зі святами. Наприклад, на Святвечір заведено подавати рибні страви, що входять до обряду, відомого як «Свято семи риб». На Великдень традиційно готують страви з ягняти, а на Новий рік – страви з сочевиці, що символізують добробут і вдачу в майбутньому році [39].

Щоб глибше ознайомитися з багатством італійської кухні, доцільно звернути увагу на найвідоміші національні страви, дослідити їх історичне коріння, способи приготування та пов'язані з ними культурні звичаї.

Таблиця 2.1

## Традиційні італійські страви

Назва/Місто	Фото	
<p>Піца «pizza Napoletana», «pizza Romana».</p>		
<p>Лазанья Болонья</p>		
<p>Паста Сицилія</p>		
<p>Песто Від Ніцци до Чінкве-Терре</p>		
<p>Равіолі, Тортелліні та Аньолотті</p>		
<p>Фокачча Генуезька Лігурійська Флорентійська</p>		

## Продовження таблиці 2.1

Назва/Місто	Фото	
Різотто Мілан		
Полента Венеція		
Ріболітта Тоскана		
Оссобуко Мілан		
Салат «Капрезе» Неаполь		
Аранчіні Сицилія		
Боттарга Сардинія		

Говорити про італійську кулінарну культуру і не згадати піцу — майже неможливо. Цей кулінарний шедевр існує на Апеннінському півострові вже багато століть, однак її сучасна популярна форма, відома як піца «Маргарита», виникла у 1889 році. Саме тоді королева Маргарита Савойська, під час свого візиту до Неаполя, висловила бажання скуштувати щось автентичне. Для цього запросили Раффаеле Еспозіто — відомого піцейоло, який створив піцу з томатним соусом, моцарелою та листям базилику — національними кольорами Італії. Страва настільки припала до душі королеві, що її іменем було названо цю версію піци.

В Італії піца зазвичай має простий склад, готується зі свіжих інгредієнтів та має стандартні розміри, що дозволяє кожному компоненту максимально розкрити свій смак. Вирізняють два основних види: «pizza Napoletana» — класичний неаполітанський варіант з товстим тістом і меншим розміром, та «pizza Romana» — римський тип з тонким, хрустким тістом і більшим діаметром.

Ще однією відомою стравою є лазанья — традиційна страва регіону Болонья, яка готується з шарами макаронного тіста, м'ясного фаршу, сиру та соусу з томатів. Існує й безм'ясний варіант, в якому м'ясо замінюється овочами, що дозволяє насолодитися стравою і вегетаріанцям. Первинно лазанью почали готувати в Неаполі, де її поєднували з рагу, соусом бешамель та сиром. З часом, із розширенням доступу до нових інгредієнтів, рецепт зазнав змін і став таким, яким ми його знаємо сьогодні.

У різних куточках Італії рецепти лазаньї мають свої особливості. Наприклад, у північних регіонах її готують з тістом на основі яєць, класичним м'ясним соусом болоньезе та тертим сиром «Парміджано Реджано», що надає страві насиченого вершкового смаку. У Неаполі ж перевагу надають більш м'ясному варіанту з додаванням рикотти, проволи та пекоріно [43].

**Паста** вважається невід'ємною частиною італійської культури, вона є символом країни для багатьох туристів з усього світу. Цікаво, що перші згадки про сушені макарони датуються приблизно 1100 роком, коли арабський географ Аль-Ідрісі описав приготування макаронних виробів на сонці поблизу Трабії на Сицилії. У середньовіччі між мешканцями Неаполя та Палермо точилися

жартівливі суперечки щодо переваг улюбленої пасти, але більшість дослідників погоджується, що саме Сицилія стала колыскою виробництва макаронів, з поступовим поширенням цієї традиції у приморських регіонах з ідеальними умовами для їх сушіння.

Сьогодні найвідомішими видами пасти є спагетті, фетучіні, пенне та тальятелле. У кожному регіоні є свої кулінарні особливості: у Тоскані популярні папарделле, в Римі — фетучіні. Пасту готують із різноманітними соусами: вершковими, томатними чи песто. Однією з найзатребуваніших є «Карбонара» — страва з беконом, яєчними жовтками, вершками та сиром пекоріно, що особливо популярна в Римі.

У регіоні Лігурія, від Ніцци до Чінкве-Терре, соус песто є справжньою кулінарною гордістю. Його основа — базилік у поєднанні з іншими інгредієнтами, які надають соусу унікального смаку. Хоча точне походження цієї страви достеменно невідоме, перші письмові згадки про неї з'являються лише наприкінці XIX століття. Існує версія, що песто виник як варіація соусу з йогурту, часнику та горіхів, ймовірно з Близького Сходу. Згодом, із завезенням базиліку з Індії, сформувався його сучасний вигляд.

Такі види фаршированої пасти, як равіолі, тортелліні та аньолотті, почали з'являтися у кулінарії близько XIV століття. Люди прагнули урізноманітнити звичайну пасту, наповнюючи її різними начинками. Ці страви спочатку були переважно пісними, тому стали популярними в передріздвяний період. Деякі родини досі дотримуються цієї традиції, зберігаючи її з покоління в покоління.

Італійське тісто настільки гарне, що для його вшанування потрібен був особливий хліб. **Фокачча** – це італійський хліб, що випікається в духовці, залежно від регіону він може виглядати по-різному, мати різні інгредієнти, начинку та навіть іншу назву:

- Генуезька фокачча – це просте тісто, збагачене крупною сіллю та олією на поверхні.
- Лігурійська фокача – це тісто на поверхню якого викладають ніжно тушкована цибуля.

- Флорентійська фокачча – тісто тонше та більш розсипчасте, ніж лігурійська.

- Фокачча з Барі – тісто посипане свіжими помідорами чері та маслинами.

**Полента** — одна з ключових страв італійської традиційної кухні, що вирізняється ситністю та багатофункціональністю. Завдяки своїй простоті у приготуванні та здатності гармонійно поєднуватися з різноманітними інгредієнтами, вона стала основою для багатьох страв. Поленту готують із кукурудзяного борошна та води, що зробило її невід’ємною частиною сільської або «бідної» кухні. Сьогодні ж ця страва часто присутня в меню ресторанів і здобула любов багатьох туристів завдяки можливості подавати її з широким спектром добавок — від сиру й овочів до м’яса, морепродуктів і риби. Поленту традиційно викладають на дерев’яну дощечку або на тарілку та прикрашають усіма доповненнями [43].

Ще одним вдалим прикладом того, як італійці вдосконалюють прості продукти, є ризотто. Оскільки рис сам по собі не має виразного смаку, кулінари в Італії придумали, як надати йому особливої виразності. Страва бере початок у північній частині країни, ймовірно, в Мілані. Історії про її походження варіюються: за однією версією, перший рецепт ризотто був зафіксований у 1809 році; за іншою — страву винайшов учень складува, який подав рис із шафраном на весільному бенкеті, і з того моменту вона набула популярності.

Найвідомішим рецептом вважається ризотто по-міланськи, в якому поєднуються шафран, м’ясний або курячий бульйон, сир, сало та вершкове масло. У різних куточках Італії його готують із додаванням різноманітних соусів та інгредієнтів, змінюючи вигляд страви, проте зберігаючи її характерний смак.

**Ріболіта** — це густий овочевий суп з багатою історією та глибокими коренями в тосканській кухні. Назва страви перекладається як «знову зварена», що відображає її спосіб приготування. Традиційно суп складається з капусти, картоплі, моркви, квасолі каннелліні, цибулі та найважливішого інгредієнта — черствого хліба. Ідея страви виникла у бідних домогосподарствах, коли прислуга збирала залишки їжі, залила їх водою і варила разом із хлібом, щоб нагодувати

сім'ю. З часом ріболіта стала настільки популярною, що її почали готувати в багатьох італійських родин. Особливо популярна ця страва восени, коли свіжі овочі доступні у великій кількості. У Флоренції ріболіту часто подають як першу страву в ресторанах.

**Оссобуко** — вишукана страва міланської кухні, яка вимагає тривалого приготування, але винагороджує неймовірною ніжністю м'яса. Ця страва готується з телячих гомілок, тушкованих у винному соусі з овочами, часником, лимонною цедрою та різноманітними спеціями. Оссобуко вариться повільно, протягом кількох годин, але кінцевий результат — ніжне м'ясо, яке легко відділяється від кістки. Особливо цінується кістковий мозок, який можна скуштувати прямо з кістки. Назва «Ossobuco» у перекладі означає «порожня кістка», що відображає характерну будову цієї частини м'яса.

**Салат «Капрезе»** — приклад елегантної простоти італійської кухні. Його основними інгредієнтами є свіжі помідори, моцарела, листя базиліку та оливкова олія. Його походження пов'язують з островом Капрі, поблизу Неаполя, і хоча точна дата виникнення невідома, вважається, що страва була створена з ідеєю вшанувати кольори італійського прапора — червоний, білий і зелений. Сьогодні «Капрезе» подається по всій Італії як закуска. Вона універсальна: її можна вживати в будь-яку пору року та в будь-який час дня. Крім того, її інгредієнти часто використовують у створенні піци, тож у ресторанах можна зустріти піцу в стилі «Капрезе».

«Капрезе», пасту та сендвічі – усі ці страви зроблені з чотирьох ключових інгредієнтів. Крім того, в салат іноді замість оливкової олії використовують песто, а щоб зробити його більш схожим на салат, додають рукколу або салат ромен, щоб збільшити вагу страви [43].

**Аранчіні** — це популярна італійська закуска, в якій поєднується кремове ризотто з додаванням вершкового масла та сиру пармезан. Сформовані кульки панірують у борошні, яйці та сухарях, після чого обсмажують у великій кількості оливкової олії до появи золотистої скоринки. Завдяки цьому страва має хрустку оболонку та ніжну, ароматну середину.

Крім класичного варіанту з ризотто, в Італії можна зустріти безліч інших версій цієї страви. Наприклад, з начинкою з м'ясного рагу, шинкою й моцарелою, або з овочевими та сирними сумішами. З'являються і сучасні інтерпретації, як-от аранчіні зі смаком карбонара. Назва походить від слова, що означає «маленькі апельсини», і, за припущеннями, коріння цієї страви слід шукати на Сицилії, хоча в Сардинії вони мають трохи більший розмір, ніж цитрус.

**Боттарга** — це висушена та просолена ікра кефалі або тунця, яку витримують на повітрі приблизно пів року. Після дозрівання вона набуває щільної консистенції та насиченого помаранчевого кольору. Її використовують натертою або тонко нарізаною для доповнення різноманітних страв. Одним із найтипівіших способів подачі є паста, посипана тертою боттаргою зверху, що додає їй пікантного морського смаку.

У підсумку, гастрономічна культура Італії сформувалася внаслідок багатовікового розвитку — від епохи Римської імперії до періоду Відродження. Основу традиційних страв складають свіжі овочі, макаронні вироби, хліб та різні сири, приготовані в найрізноманітніших варіаціях. Італійська кухня вирізняється середземноморським характером, що проявляється у використанні натуральних продуктів, зелені та оливкової олії. Водночас важливою частиною італійської кулінарної традиції є родинні трапези, під час яких особлива увага приділяється не лише смаку, а й спілкуванню та спільному відпочинку за столом.

Таблиця 2.2

#### Регіональна спеціалізація страв

Регіон / Місто	Типові страви	Кулінарна характеристика
<b>Мілан (Ломбардія)</b>	Ризотто, Особуко	Вишукана кухня з акцентом на м'ясо, вершкові соуси та рис.
<b>Венеція (Венето)</b>	Полента	Страви на основі кукурудзяного борошна, риба, солодко-кислі поєднання.
<b>Тоскана</b>	Ріболітта	Селянська кухня з використанням бобових, хліба та овочів.
<b>Флоренція</b>	Фокачча (флорентійська)	Простота та натуральність, хлібобулочні вироби, оливкова олія.
<b>Генуя / Лігурія</b>	Песто, Фокачча (генуезька, лігурійська)	Легка кухня з використанням зелені, трав, оливкової олії, риби.
<b>Неаполь (Кампанія)</b>	Піца Наполетана, салат «Капрезе»	Традиційні італійські смаки: томати, моцарела, базилік, піца з пухким краєм.

Продовження табл. 2.2

<b>Рим (Лаціо)</b>	Піца Романа	Тонке хрустке тісто, прості, але насичені смаки (не згадано в списку, але характерно для регіону).
<b>Сицилія</b>	Аранчіні, Паста, Боттарга	Східні впливи, багаті смаки, риба, спеції, страви з рису й паста.
<b>Сардинія</b>	Боттарга	Морепродукти, сири, солені ікр'яні делікатеси.
<b>Болонья (Емілія-Романья)</b>	Лазанья, Равіолі, Тортелліні, Аньолотті	Відомий центр італійської паста та м'ясної кухні з насиченими соусами.
<b>Ніцца – Чінкве-Терре</b>	Песто	Перехідна кухня між Францією та Італією — використання базиліку, часнику, олії, горіхів.

Італійська кухня надзвичайно регіоналізована, кожна область країни має власні кулінарні традиції, які сформувалися під впливом географії, клімату та історичних чинників. На півночі Італії (Ломбардія, Венето) переважають страви на основі рису, поленти, м'яса та вершків — тут панує вишукана, «аристократична» кухня. Центр Італії, особливо Тоскана та Емілія-Романья, відомий своєю пастою, м'ясними соусами та хлібно-овочевими супами — це кухня простих, але поживних страв.

Південь (Сицилія, Кампанія, Сардинія) має яскраво виражений середземноморський характер: піца, паста з томатами, моцарелою, морепродукти та спеції відіграють ключову роль. Тут відчутний вплив арабської, іспанської та грецької кухонь. Окремо вирізняється Лігурія, де легка, свіжа кухня поєднує дари моря з ароматами базиліку й оливкової олії — саме звідси походить знаменитий соус песто.

Таким чином, італійська кухня — це мозаїка місцевих смаків, що гармонійно поєднуються в національну гастрономічну спадщину.

## **2.2. Фактори впливу на формування гастрономічних традицій Італії**

Формування гастрономічних традицій будь-якої країни відбувається під впливом низки історичних, географічних, соціально-економічних та культурних чинників. У випадку Італії — країни з багатотисячолітньою історією, строкатим ландшафтом та розвиненою регіональною ідентичністю — ці фактори особливо виразні та взаємопов'язані. Італійська кухня є прикладом гармонійного поєднання

впливів минулого та особливостей сучасного стилю життя, що сприяло її популяризації у всьому світі.

Географічне положення Італії — у центрі Середземномор'я — сприяло розвитку торгівлі, обміну культурними впливами та розмаїттю харчових продуктів. Регіональні відмінності між північчю та півднем країни, гірські місцевості, узбережжя та рівнини сформували різноманіття локальних продуктів. Наприклад, на півночі широко використовуються масло, рис та м'ясо, тоді як південь традиційно орієнтований на оливкову олію, помідори та рибу.

Кліматичні умови також мають значення. Помірний середземноморський клімат дозволяє вирощувати виноград, оливки, цитрусові та багато інших культур, що стали основою національної кухні.

Історичні події відіграли ключову роль у формуванні італійських гастрономічних звичаїв. Ще в період Стародавнього Риму закладалися основи харчової культури, включно з приготуванням соусів, випіканням хліба та вживанням вина. Подальші періоди, зокрема Середньовіччя та Відродження, привнесли нові інгредієнти та методи приготування.

Значний вплив мали також зовнішні зв'язки з іншими культурами — арабською, іспанською, французькою. Наприклад, завдяки арабам на південь Італії потрапили спеції, цитрусові та рис, які з часом стали невід'ємною частиною місцевої кухні.

Соціально-економічна структура Італії довгий час базувалася на сільському господарстві, що сприяло розвитку простої, але поживної кухні з використанням локальних інгредієнтів. У багатьох регіонах домінувала так звана *cucina povera* — «кухня бідняків», що базувалася на сезонних продуктах, залишках від основних страв, здатності максимально використовувати доступні ресурси.

Після Другої світової війни, із початком економічного зростання та урбанізації, зросла комерціалізація продуктів харчування, однак зберігся потяг до традиційних рецептів та методів приготування. Ресторани та агротуризм стали засобами популяризації автентичної кухні.

Католицька віра мала безпосередній вплив на гастрономічні практики: пости, свята, релігійні обмеження диктували особливий ритм харчування. Наприклад, п'ятниця без м'яса стала традиційним днем для приготування рибних страв. Багато традиційних страв пов'язані з релігійними святами: панеттоне на Різдво, коломба на Великдень тощо.

Крім того, італійці приділяють особливу увагу сімейним традиціям. Спільне приготування їжі та застілля є важливими елементами соціального життя, що сприяє передаванню кулінарних знань між поколіннями.

Італія не є гастрономічно уніфікованою країною — навпаки, її кулінарна карта дуже мозаїчна. Різні регіони мають власні рецепти пасты, соусів, сирів, м'ясних виробів та десертів. Наприклад, піца має неаполітанське походження, паста *alla carbonara* — з Лаціо, а ризотто — з Ломбардії. Така локалізація рецептур є результатом історичної політичної роздробленості Італії, яка до об'єднання у ХІХ столітті складалася з численних незалежних держав.

Італія давно здобула статус привабливої туристичної країни для тих мандрівників, які прагнуть познайомитися з традиційною національною кухнею. Вона посідає третє місце серед провідних гастрономічних напрямків Європи, поступаючись лише Франції та Іспанії, і має міжнародне визнання завдяки численним сертифікатам якості продукції та напоїв, затверджених ЄС.

Згідно зі статистичними даними, щороку близько 60 мільйонів туристів відвідують Італію, і приблизно 15% із них цікавляться винно-гастрономічними турами. Це свідчить про високий потенціал розвитку цього туристичного сегмента. Варто зазначити, що у 2010 році (листопад) Італія була включена до Списку нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО, що ще раз підкреслює культурну вагомість її кулінарної традиції.

Країна також активно реалізує проект MEDFEST, метою якого є покращення існуючих та формування нових стратегій сталого розвитку середземноморських територій із фокусом на кулінарний напрямок.

Оскільки всі мандрівники харчуються під час поїздки, точне визначення кількості тих, хто приїжджає виключно заради гастрономії, є ускладненим. Проте зрозуміло, що знайомство з місцевою кухнею так чи інакше стає частиною туристичного досвіду кожного гостя [17].

На території Італії функціонує близько 335 тисяч закладів громадського харчування, понад 23 тисячі ферм і 114 гастрономічних музеїв. Також налічується 173 винні маршрути та 3900 виноробних підприємств [16].

Згідно з інформацією платформи Statista за 2024 рік, майже 98% іноземних відвідувачів скуштували італійські національні страви, а 93% брали участь у заходах гастрономічного характеру – фестивалях, виставках, ярмарках, дегустаційних турах та ринках.

У середньому мандрівники витрачають до 25% свого бюджету на харчування, проте ця частка може бути більшою, оскільки ціни на їжу й напої різняться залежно від регіону. Особливо це стосується туристів, які спеціально приїжджають для знайомства з гастрономією або належать до гурманів – вони, як правило, витрачають значно більше.

Значну роль у популяризації гастрономічного туризму відіграють і самі італійці. Протягом 2021–2024 років кількість місцевих жителів, які вважають попит на національну кухню важливим для економічного розвитку країни, зростає: у 2021 – 21%, у 2022 – 30%, у 2023 – 45%, а у 2024 – вже 52% населення.

Більшість гастрономічних подорожей Італією тривають кілька днів. Водночас окремі туроператори пропонують комбіновані тури з відвідинами сусідніх країн. Такі мандрівки здебільшого організовуються для невеликих груп і передбачають знайомство з кулінарною специфікою конкретного регіону Італії. У програму зазвичай входять дегустації місцевих страв та ознайомлення з процесами їх приготування.

У сучасних умовах розвитку туристичного ринку Італії можна виокремити кілька характерних напрямів еволюції гастрономічного туризму:

- орієнтація на сталий розвиток. Цей вид туризму здатен забезпечувати прибуток, не завдаючи шкоди культурному та природному середовищу дестинацій;
- підвищення значущості культурної спадщини. Через гастрономічні практики туристи отримують доступ до культурного коду країни – куштуючи страви, відвідуючи дегустації та експериментуючи з місцевими рецептами. Попри орієнтацію на традиційні продукти, сьогодні зростає інтерес і до нових кулінарних рішень, які збагачують національну кухню. Таким чином, класика та інновації гармонійно співіснують;
- пріоритет якості над масовістю. У нішевих формах туризму споживачі орієнтуються не на низьку ціну, а на високий рівень сервісу та унікальність досвіду. Туристи такого сегменту зазвичай мають вищу купівельну спроможність і висувають серйозніші вимоги до послуг;
- зміна формату подорожі. Сучасний гастрономічний тур починається ще до фактичного візиту: туристи заздалегідь вивчають інформацію, читають рецензії, переглядають фото та відео. Після завершення подорожі вони часто діляться враженнями в соціальних мережах, що продовжує «життя» поїздки;
- розширення співпраці. Важливою складовою є взаємодія між усіма учасниками ринку гастрономічного туризму – виробниками сировини, кухарями, готельєрами, ремісниками, продавцями сувенірів, а також органами влади. Така кооперація сприяє ефективному розвитку галузі завдяки спільному впливу і взаємному посиленню дій;
- мотиваційний підхід до створення продукту. Основою для формування якісної пропозиції у сфері гастрономічного туризму є врахування мотивації потенційних клієнтів. Як зазначає Всесвітня туристична організація (UNWTO) [18], 79% туристів планують маршрути, орієнтуючись на гастрономічні події. Далі за популярністю йдуть кулінарні тури та майстер-класи (62%), тематичні ярмарки з регіональними продуктами (59%) і візити до фермерських

господарств і ринків (53%). Відвідування гастрономічних музеїв має дещо менший попит (12%).

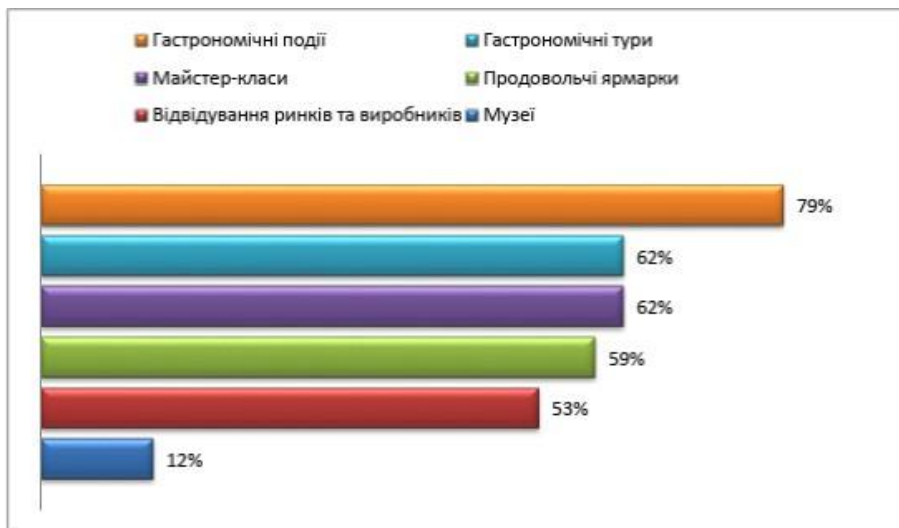


Рис.2.1. Мотивація у гастрономічному туризмі в Італії Джерело: розроблено автором за [19]

Серед основних чинників, що впливають на вибір гастрономічного туру, слід виокремити фізіологічні потреби людини, зокрема прагнення до споживання смачної та поживної їжі. Водночас значну роль відіграють і соціальні мотиви — прагнення до естетичного задоволення від вигляду страв, бажання до комунікації, отримання нових знань і саморозвитку. У науковій літературі також наголошується на існуванні двох ключових мотиваційних напрямів: гедоністичного, який пов'язаний із отриманням насолоди, та утилітарного (раціонального), що ґрунтується на доцільності та користі.

### 2.3. Сучасний стан розвитку гастрономічного туризму в Італії

Гастрономічний туризм в Італії нині є однією з провідних форм тематичного туризму, яка не лише сприяє популяризації національної кулінарної спадщини, а й забезпечує значний економічний внесок у розвиток регіонів. Кухня Італії — один з найвагоміших чинників її туристичної привабливості, адже італійські страви, продукти та вина давно стали брендом, який впізнають у всьому світі.

Італія стабільно входить до переліку найпопулярніших туристичних напрямків Європи, при цьому гастрономічна складова часто є вирішальною під час вибору країни для подорожі. За даними Італійського національного агентства з туризму (*ENIT*), понад 30% іноземних туристів зазначають, що гастрономія є основним або додатковим мотивом для відвідування Італії.

Італія, яка славиться своєю величною історією, культурними надбаннями та всесвітньо відомою кухнею, стабільно утримує позиції серед провідних туристичних країн світу. Серед основних напрямів розвитку рекреаційного сектору країни можна виділити культурно-пізнавальні подорожі, пляжний відпочинок, шопінг-туризм, поїздки з релігійною метою та паломництво, а також гірськолижний туризм. Проте саме гастрономічний напрямок вирізняє Італію серед інших дестинацій, надаючи їй унікальності та привабливості на міжнародній туристичній арені.

Кулінарний туризм посідає важливе місце у структурі туристичної галузі Італії, адже він приваблює численних мандрівників з усього світу, які прагнуть скуштувати автентичні страви італійської кухні. У період з 2021 по 2024 рік цей сектор демонстрував стабільне щорічне зростання на рівні 8,3%. Гастрономічні подорожі дозволяють туристам краще зрозуміти місцеву культуру через національні кулінарні традиції, одночасно стимулюючи розвиток місцевого бізнесу — ресторанів, виноробних господарств, аграрних підприємств і фермерських господарств.

Згідно з даними Statista, 62% мандрівників обирають Італію саме через можливість гастрономічного досвіду. Майже кожен міжнародний турист (98%)

під час перебування в країні куштує місцеву кухню, а 93% відвідувачів беруть участь у кулінарних заходах — від фестивалів і гастрономічних турів до майстер-класів та занять у кулінарних школах. Динаміка також свідчить про зростання частки туристів, які приїжджають до Італії саме з кулінарною метою: якщо у 2021 році їх було близько 21%, то в 2022 — вже 45%, у 2023 — 55%, а в 2024 році — 62%.

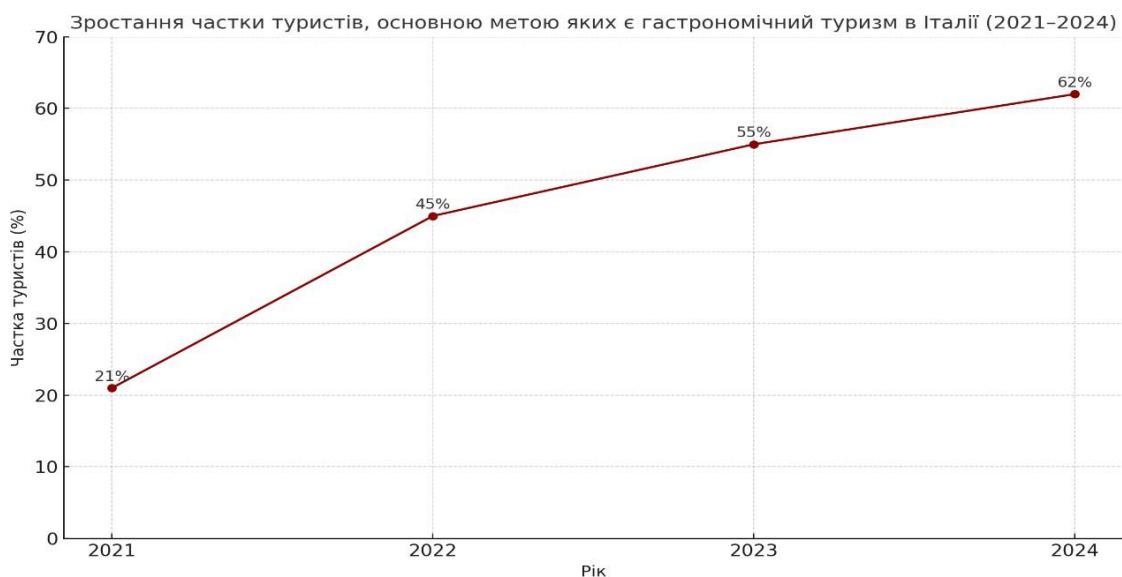


Рис.2.2. Зростання частки туристів у гастрономічному туризмі в Італії  
Джерело: розроблено автором за [19]

На графіку видно чітку позитивну динаміку зростання гастрономічного туризму в Італії з 2021 по 2024 рік — частка туристів, для яких саме гастрономія стала головною мотивацією поїздки, зросла з 21% у 2021 році до 62% у 2024 році.

Причини такої динаміки:

1. Після пандемічний інтерес до автентичних вражень. Туристи шукають більш глибокі й унікальні враження, гастрономія дозволяє «скуштувати» культуру буквально.

2. Розвиток локального гастротуризму. Місцева влада, туроператори та фермерські господарства активно інвестують у кулінарні тури, фестивалі та дегустації, що приваблює як нових, так і досвідчених мандрівників.

3. Маркетинг і цифрова присутність. Платформи типу TripAdvisor, Instagram та TikTok активно популяризують гастрономічні маршрути Італії (напр., «вино і сир у Тоскані», «паста у Болоньї», «піца в Неаполі»).

4. Популярність серед молоді. Молоді туристи (особливо покоління Z та міленіали) надають перевагу досвідам над сувенірами. Кулінарні майстер-класи та дегустації вина — ключові активності для них.

5. Зміцнення бренду «італійської кухні» у світі. Італійська кухня вважається однією з найпопулярніших у світі, що робить її потужним фактором приваблення туристів з гастрономічними інтересами.

Кулінарне надбання Італії, яке вирізняється багатством смаків та широким використанням місцевих натуральних інгредієнтів, стало важливим чинником підвищення міжнародного зацікавлення у гастрономічному туризмі. Саме кухня Італії приваблює численних туристів, адже поєднує в собі автентичність, традиції та високу якість страв.

Різноманіття кулінарної культури Італії охоплює широкий вибір страв — від класичної пасти та піци до вишуканого тірамісу та ризото. Ці страви уособлюють глибокий культурний контекст регіонів. Варто зазначити, що у 2017 році до переліку нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО було внесено мистецтво приготування неаполітанської піци — традицію, яка зберігається в родинах протягом поколінь.

Кожен італійський регіон має свої кулінарні особливості, що створює яскраву мозаїку смаків. Наприклад, у Тоскані цінують простоту та акцент на якісні продукти, серед яких — оливкова олія, сири, м'ясні страви та місцевий хліб. Сицилія славиться вишуканими морепродуктами та солодощами, такими як канолі та кассата. Ломбардія відома м'ясними делікатесами, різноманітням сирів і зеленню. До сирних регіонів можна віднести Сардинію, Апулію, Тоскану та інші, де виробляють моцареллу, маскарпоне, пармезан і горгонзолу.

Страви на зразок піци мають світову популярність. Вони подаються не тільки в ресторанах, а й готуються вдома та на вечірках. Не менш популярною є страва ризото, яка бере свій початок у Мілані. Хоча ще в часи Римської імперії рис використовували переважно в лікувальних цілях, офіційно його культивування зафіксована в XV столітті. У Мілані було винайдено ризото з шафраном, яке й сьогодні користується популярністю у північній Італії.

Полента — ще один приклад регіональної кулінарної ідентичності. Ця кукурудзяна страва з півночі країни може подаватися як гарнір або з м'ясом, грибами, сирами. А капоната, страва з баклажанів з кисло-солодким смаком, є кулінарною візитівкою Сицилії.

Згідно з дослідженнями, гастрономічним туризмом найбільше цікавляться особи віком 35–45 років (45%), молодші туристи у віці 25–34 роки становлять 18%, а категорія 55–64 років — 16%.

Основними формами гастрономічного туризму є: дегустаційні тури регіональною кухнею, екскурсії продуктовими ринками, візити до локальних ресторанів, винні тури, участь у кулінарних майстер-класах, поїздки до фермерських господарств та виноробень. За спостереженнями Roberta Garibaldi, залученість туристів до гастрономічних активностей зростає: третина відвідувачів готові збільшити витрати на продукти харчування та вино у порівнянні з попередніми роками [5].

На думку фахівців, гастрономічні подорожі в Італії — це не лише про їжу. Це глибокий культурний досвід, що охоплює знайомство з місцевими традиціями, спілкування з мешканцями, участь у приготуванні традиційних страв, відвідування виноградників, ринків і кулінарних шкіл.

- Різноманітність: кожен регіон Італії має свої кулінарні надбання, що створює багатство смакових вражень.
- Автентичність: гастрономічні тури надають змогу скуштувати справжні страви, приготовані за традиційними рецептами зі свіжих інгредієнтів.
- Культурна складова: кулінарія є невід'ємною частиною італійського стилю життя, що відкривається туристам під час подорожей.
- Винний туризм: подорожі виноградниками дозволяють не лише дегустувати вино, але й поринути в столітні традиції виноробства.
- Кулінарні заняття: можливість власноруч приготувати національні страви під наглядом досвідчених кухарів.

У структурі туристичного продукту гастрономічний туризм представлений різноманітними формами: участь у дегустаціях вина, відвідування фермерських

господарств, гастрономічні фестивалі, кулінарні майстер-класи, участь у зборі врожаю (винограду, оливок) тощо. Серед найвідоміших гастрономічних подій — фестивалі трюфелів в Альбі (П'ємонт), сиру пармезан (*Parmigiano Reggiano*) в Емілії-Романьї, пасти в Грумано (Лаціо) та інші.

Гастрономічна мапа Італії охоплює всі 20 регіонів країни, кожен з яких має свої унікальні кулінарні пропозиції. Особливо популярними серед туристів є такі регіони:

- Тоскана — відома своїми винами (К'янті, Брунелло ді Монтальчино), м'ясними стравами (біфштекс по-флорентійськи) та оливковою олією;
- П'ємонт — центр виробництва трюфелів, сирів і червоних вин (Бароло, Барбареско);
- Емілія-Романья — «кухарський центр» Італії, батьківщина пасти тальятеле, прошуто ді Парма, сиру пармезан та бальзамічного оцту;
- Кампанія — регіон походження піци «Маргарита» та моцарели ді буфала;
- Сицилія — славетна своїми солодощами (канолі, касата), морепродуктами та середземноморськими спеціалітетами.

Регіоналізація гастрономічного туризму дозволяє зберігати локальні традиції, а також децентралізувати потік туристів, сприяючи розвитку сільських та віддалених територій.

Італійський уряд активно підтримує гастрономічний туризм як один з пріоритетних напрямків сталого розвитку індустрії. Програми з маркування походження продуктів (PDO, PGI), просування агротуризму та підтримки малих фермерських господарств є прикладами такої політики. Крім того, Італія бере участь у міжнародних виставках та форумах, зокрема *Terra Madre*, *Slow Food*, *Vinitaly*, де представляє свою кулінарну спадщину як інструмент культурної дипломатії.

Окрему роль відіграє рух *Slow Food*, що виник в Італії в 1980-х роках і нині має глобальне значення. Його філософія ґрунтується на ідеях локальності, якості та сталого виробництва. Це ідеологічне підґрунтя сучасного агротуризму в Італії.

Пандемія COVID-19 у 2020–2021 роках значно вплинула на туристичний сектор Італії, зокрема й гастрономічний туризм. Обмеження на пересування, закриття ресторанів та обмеження соціальної активності змусили шукати нові формати взаємодії з туристами. У результаті почали активно розвиватися такі напрямки, як:

- онлайн-дегустації;
- кулінарні майстер-класи у віртуальному форматі;
- доставки гастрономічних наборів;
- «slow travel» — подорожі з акцентом на глибоке пізнання культури.

Ці новації, попри спад активності під час пандемії, продовжують розвиватися в умовах постковідного відновлення.

Гастрономічний туризм в Італії на сучасному етапі є важливою складовою туристичної галузі, що поєднує економічні, культурні та соціальні аспекти. Завдяки регіональній ідентичності, високій якості продукції, державній підтримці та активній міжнародній присутності, Італія утверджується як один з провідних світових центрів гастрономічного туризму. Надалі очікується посилення тренду на екологічність, автентичність і стійке споживання.

У 2021–2024 роках гастрономічний туризм в Італії продемонстрував активне зростання, щорічно збільшуючись у середньому на 8,3%. Цей вид туризму став не лише способом пізнання культури через кухню, а й важливим інструментом економічного розвитку сільських територій, підтримки локального виробництва та просування національного бренду «Made in Italy». Згідно з дослідженням Statista, вже у 2024 році 62% іноземних туристів приїжджали до Італії саме з метою гастрономічного туризму, а 98% пробували місцеву кухню під час подорожі.

Італія активно інвестує у розвиток гастрономічного туризму на державному рівні. Існує низка програм підтримки цього напрямку, серед яких варто відзначити:

- «Progetto Turismo Enogastronomico» – проєкт Міністерства туризму, спрямований на інтеграцію гастрономії в туристичні маршрути;
- «Sapori d'Italia» – ініціатива популяризації регіональної кухні;

- «Cultura e Gusto» – програма підтримки локальних кулінарних традицій, включаючи освітні заходи та фінансування гастрономічних кластерів.

Важливу роль у розвитку цього виду туризму відіграє мережа доріг вина та смаку (Strade del Vino e dei Sapori) — понад 150 офіційно визнаних маршрутів, що об'єднують виноробні, ферми, сироварні, ресторани й кулінарні школи. Серед найпопулярніших — Strada del Vino Chianti Classico (Тоскана), Strada del Prosecco (Венето), Strada del Vino dell'Etna (Сицилія), Strada dei Sapori delle Dolomiti (Трентіно-Альто-Адідже).

Крім маршрутів, вагомим чинником популяризації гастрономії стали численні фестивалі та виставки, що приваблюють як внутрішніх, так і міжнародних туристів:

- Cibus (Парма) – одна з найбільших продовольчих виставок у Європі;
- Cheese Festival (Бра, П'ємонт) – захід під егідою Slow Food, присвячений сироварінню;
- Fiera del Tartufo (Альба) – всесвітньо відомий фестиваль білого трюфеля;
- Pizza Village (Неаполь) – масштабне святкування неаполітанської піци;
- Gelato Festival – гастротур, присвячений італійському морозиву.

Не менш популярними стали гастрономічні тури — структуровані подорожі з дегустаціями, відвідуванням виноробень, кулінарних шкіл та фермерських господарств. Серед найбільш відвідуваних:

- Тоскана (вино, оливкова олія, тосканський хліб, м'ясні делікатеси);
- Емілія-Романья (пармезан, прошутто, традиційна паста);
- Сицилія (арабсько-середземноморський ф'южн: аранчіні, капоната, канолі);
- Кампанія (піца, моцарела ді буфала, лимончелло);
- Лігурія (песто, фокачча, рибні страви).

Завдяки поєднанню культурної спадщини, автентичної кухні та сучасної туристичної інфраструктури, гастрономічний туризм в Італії перетворився на

один із провідних напрямів тематичного туризму, що зміцнює міжнародний імідж країни як гастрономічної столиці Європи.

## РОЗДІЛ 3

### ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ІТАЛІЇ: РОЗРОБКА ТУРУ «СМАК ІТАЛІЇ»

#### 3.1. Основні проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму Італії

Гастрономічний туризм в Італії демонструє стабільне зростання та відіграє важливу роль у зміцненні туристичної галузі та збереженні культурної спадщини. Проте, як і будь-яка інша сфера, він стикається з низкою викликів, які потребують комплексного підходу до їх вирішення. Одночасно існує значний потенціал для подальшого розвитку, особливо в контексті новітніх тенденцій у сфері сталого туризму, цифровізації та зростання попиту на автентичні досвіди.

Попри стійке зростання, гастрономічний туризм в Італії стикається з рядом структурних і управлінських викликів, що стримують його повноцінний розвиток. Основною проблемою є відсутність єдиної державної стратегії для координації діяльності на національному рівні. Відсутність інтеграції між регіонами, брак централізованої координації та планування призводять до роздробленості ініціатив, обмеженої ефективності локальних програм і нерівномірного розподілу туристичних потоків.

Найбільші обсяги гастрономічного туризму зосереджені в північних регіонах (Трентіно-Альто-Адідже, Венето) та в центральній частині країни (Тоскана, Лаціо), тоді як регіони з великим гастрономічним потенціалом – такі як Кампанія, Калабрія, Базиликата, Емілія-Романья – залишаються недостатньо інтегрованими у гастрономічні маршрути. Це спричиняє диспропорцію в доходах, слабкий розвиток інфраструктури на півдні та втрату потенційних інвестицій.

Крім того, бюрократизація процесів, складне ліцензування та повільне реагування адміністративних структур на потреби туристичної галузі стримують розвиток малих підприємств, що становлять основу гастрономічного туризму.

Нестача кваліфікованих кадрів, орієнтованих саме на гастрономічне обслуговування та туризм, також є актуальною проблемою.

Окремим викликом є недостатній рівень цифровізації туристичних продуктів. Сьогодні споживач очікує простий доступ до бронювання гастротурів, дегустацій, кулінарних майстер-класів через онлайн-платформи, а більшість локальних виробників або фермерських господарств не мають таких можливостей.

Не менш важливим фактором є екологічний слід гастрономічного туризму: зростання кількості туристів на окремих маршрутах спричиняє перевантаження інфраструктури та посилює тиск на локальні екосистеми. У контексті сталого туризму, Італії необхідно посилювати заходи щодо екологізації гастрономічних об'єктів та логістики.

Проте, незважаючи на виклики, Італія має величезний потенціал для подальшого розвитку гастрономічного туризму:

- В країні вже функціонують понад 150 офіційних "доріг вина та смаку" (Strade del Vino e dei Sapori), які можуть бути розширені та модернізовані із залученням цифрових технологій та міжрегіонального партнерства.
- Існує високий рівень міжнародної зацікавленості, особливо в автентичних кулінарних традиціях, локальній кухні та продуктах із географічним зазначенням (PDO/PGI).
- Ринок інноваційних гастрономічних вражень (food experience) зростає: туристи шукають не просто їжу, а історії, взаємодію з місцевими, кулінарні школи, фермерські маршрути, еногастрономічні фестивалі.

У перспективі до 2030 року експерти вважають, що центральним завданням держави має стати стимулювання інновацій у сфері гастрономії, підтримка регіонального брендингу, розвиток цифрової інфраструктури (віртуальні тури, онлайн-дегустації, маркетплейси локальних продуктів), а також екологізація гастротуристичних об'єктів.

Таким чином, гастрономічний туризм Італії, з одного боку, стикається з викликами нерівномірного розвитку, адміністративних бар'єрів і міжнародної

конкуренції, а з іншого — володіє унікальним потенціалом стати локомотивом сталого туристичного зростання, зберігаючи культурну автентичність і водночас відкриваючи нові можливості для регіонів.

Сталий гастрономічний туризм в Італії дедалі більше сприймається як ключова складова не лише туристичної, а й агропродовольчої та екологічної політики. Такий підхід враховує не лише прибутковість, але й соціальні, культурні та природоохоронні аспекти, які є надзвичайно важливими для довгострокового збереження гастрономічної спадщини країни.

У межах стратегії сталого розвитку пріоритет надається підтримці малих локальних виробників, збереженню традиційних методів приготування їжі, органічному землеробству, мінімізації харчових відходів, використанню сезонних і локальних продуктів. Ці аспекти збігаються з сучасними очікуваннями туристів, які дедалі частіше обирають етичні, екологічно чисті та автентичні гастрономічні продукти й досвіди.

На державному рівні Італія реалізує низку ініціатив, що спрямовані на розвиток сталого гастрономічного туризму. Серед них:

- Національні програми підтримки агротуризму та екотуризму, що інтегрують гастрономічні маршрути з екологічними практиками;
- Проєкт “Distretti del Cibo” (харчові кластери), який передбачає розвиток сільських громад через популяризацію локальної кухні;
- Еногастрономічні шляхи («Strade del Vino», «Strade dell’Olio», «Strade dei Formaggi»), які поєднують туризм із відвідуванням виноробень, сироварень, оливкових господарств, тощо;
- Підтримка маркувань PDO (Protected Designation of Origin) та PGI (Protected Geographical Indication) — понад 300 продуктів Італії мають ці сертифікати, що гарантує їх походження, якість та відповідність традиціям.

Також у центрі уваги сталого гастрономічного туризму стоїть усвідомлене споживання: зниження харчових втрат, просування сезонного харчування та освіта туристів через кулінарні майстер-класи й екскурсії. У багатьох регіонах туристам пропонують долучитись до збору врожаю, приготування традиційних

страв разом з місцевими жителями або участі в гастрономічних фестивалях, які просувають локальні екопродукти.

Поступово зростає також роль цифрових технологій у сталому гастротуризмі — через онлайн-платформи, туристи можуть обирати екологічно відповідальні маршрути, бронювати гастрономічні заходи та відстежувати сертифікати продукції. Італія, попри наявність негативного іміджу в окремих сферах – зокрема через діяльність мафіозних угруповань (як-от сицилійська мафія), проблеми з екологією (перевантаження сміттєвих полігонів), напруження, пов'язане з незаконною міграцією та соціальною ізоляцією мігрантів, а також через скандали навколо політичних фігур (зокрема судові справи щодо Сільвіо Берлусконі), все ще зберігає привабливість як туристична держава. Водночас, за словами аналітиків, недостатній фокус на розвиток гастрономічного туризму з боку італійського уряду на тлі активної політики інших країн може призвести до втрати туристичного авторитету вже до 2030 року.

Разом із цим, глобалізаційні процеси сприяли зростанню популярності нових туристичних напрямів, що значно посилило конкуренцію на світовому туристичному ринку. Італія, як і інші держави з багатою туристичною спадщиною, змушена адаптуватися до нових умов та активно підтримувати свою позицію на міжнародній арені. На думку фахівців, задля збереження конкурентоспроможності необхідно переглянути підходи до розвитку туристичної галузі: оновлювати наявні продукти, створювати інноваційні пропозиції, а також модернізувати систему туристичних послуг. Насамперед це стосується сфер, де Італія має очевидну перевагу – зокрема гастрономічного туризму.

З метою вирішення зазначених проблем і стимулювання розвитку туризму в країні, урядом було підготовлено програму дій, яка включає 61 ініціативу. Серед ключових з них варто відзначити такі:

- посилити роль міністерства туризму як основного відомства для координації всіх регіонів країни;
- відродити Національне агентство туризму Італії;

- провести модернізацію об'єктів галузі гастрономічного туризму;
- створити нові факультети у вищих навчальних закладах та курси підвищення кваліфікації для персоналу, зайнятого в туристичному бізнесі;
- запровадити податкові пільги та спростити бюрократичні правила для залучення міжнародних інвестицій.

Таблиця 3.1.

## Динаміка зростання гастрономічного туризму в Італії (2021–2023 рр.)

Рік	Кількість туристів, що брали участь у гастрономічних заходах (млн осіб)	Частка гостротуристів серед загального потоку, %	Середні витрати на гостротур (євро)	Доходи від гостротуризму (млрд євро)
2021	4,1	10,2	420	1,72
2022	5,3	11,1	440	2,33
2023	7,8	12,0	510	3,98
2024	10,2	14,6	530	5,41

Джерела: ENIT – Agenzia Nazionale del Turismo (2023), Rapporto Turismo Enogastronomico Italiano (2023), Ministero del Turismo d'Italia

З метою підвищення туристичної привабливості південних регіонів та островів Італії, було запропоновано створення масштабного туристичного комплексу — своєрідного аналогу "Діснейленду" (при цьому, найбільшим парком розваг у Європі на сьогодні залишається паризький "Діснейленд", який значною мірою сприяє зростанню туристичного потоку у Франції).

Згідно з прогнозами уряду Італії, реалізація зазначених ініціатив дозволить до 2030 року створити близько 600 тисяч нових робочих місць, а доходи в державну казну від туристичної галузі мають зрости на 50 мільярдів євро.

Серед викликів, що стримують розвиток туризму в країні, експерти виділяють потребу у підвищенні стандартів обслуговування, активнішому впровадженні сучасних інформаційних технологій, орієнтації туристичних послуг на запити ринку, а також необхідність оновлення транспортної інфраструктури.

Оскільки Італія має визнаний на міжнародному рівні культурний потенціал, вона може посилити свої конкурентні позиції шляхом вдосконалення туристичних пропозицій. Це можливо завдяки впровадженню тематичних турів

(наприклад, екскурсії по конкретному місту або події), спрощенню доступу до туристичних об'єктів, а також проведенню скоординованої маркетингової кампанії.

У контексті підвищення ефективності галузі, важливим чинником є впровадження цифрових технологій, передусім глобальної мережі Інтернет, яка кардинально трансформує міжнародний туризм і його комунікацію зі споживачами. Використання онлайн-сервісів дозволяє знизити витрати на туристичні послуги приблизно на 30% у порівнянні з традиційними способами бронювання.

В Італії останніми роками спостерігається зростання популярності онлайн-замовлень, що робить інтернет-туризм ключовим напрямом розвитку електронної комерції. Проте, потенціал цифрових платформ ще недостатньо використовується представниками малого бізнесу, який складає більшість підприємств туристичного сектору країни.

Активніше використання Інтернету може дати малим компаніям суттєву конкурентну перевагу, особливо зважаючи на поширення тенденції короткотермінових поїздок, які часто плануються в останній момент. Для підтримки національного іміджу в туристичній сфері створено офіційний онлайн-ресурс, присвячений туризму в Італії.

Фахівці в галузі рекомендують переорієнтувати інформаційний контент із конкретних об'єктів на більш загальні цілі подорожей, акцентувати увагу на особливостях культур регіонів, а також інтегрувати спеціалізовану інформацію для великих туроператорів і напрямів MICE — заходів, спрямованих на навчання, мотивацію персоналу, зміцнення партнерських відносин і представлення корпоративних цінностей.

Неможливо не згадати про COVID-19, яких негативно вплинув на туристичну індустрію в світі, та безпосередньо наніс шкоди Італії.

Період 2020–2021 років став критичним для гастрономічного туризму. Закриття ресторанів, скасування фестивалів, обмеження на подорожі та локдауни

призвели до падіння туристичного потоку більш ніж удвічі. Багато малих виробників і ферм зазнали збитків, а частина з них припинила діяльність.

Позитивним наслідком стало прискорення діджиталізації галузі — поява онлайн-дегустацій, кулінарних майстер-класів у Zoom, формування нових продуктів «гастрономія вдома» (набори регіональних продуктів із доставкою).

Пандемія COVID-19 стала викликом, але й каталізатором змін у гастрономічному туризмі Італії. Сучасні тенденції вказують на зростання попиту на автентичність, сталий розвиток, цифрові формати й нові локації поза межами туристичних центрів. Це відкриває широкі перспективи для реформування галузі та її подальшого зростання як рушія економіки, збереження традицій та розвитку регіонів.

### **3.2. Гастрономічний тур «СМАК ІТАЛІЇ»**

Гастрономічний тур – це не тільки про їжу. Це про звичаї народу, його менталітет і спосіб життя. Саме тому під час подорожі туристам варто приділити особливу увагу гастрономічній культурі країни. Особливо, якщо це подорож по Італії.

Основною метою є розвиток якісного, автентичного та сталого туристичного продукту, що дозволяє відвідувачам:

- глибше зрозуміти італійську культуру через її кулінарну спадщину;
- підтримати місцеві громади та малі підприємства;
- долучитися до традиційних кулінарних практик;
- підвищити туристичну привабливість менш популярних, але гастрономічно багатих регіонів.

У сучасних умовах туристи дедалі більше прагнуть автентичності, унікальних вражень і "живого" досвіду. Гастрономічний туризм відповідає цим запитам і дає змогу реалізувати концепцію "slow travel" — неспішного, глибокого, екологічного туризму. Такий тур сприяє:

- регіональному розвитку та диверсифікації туристичних потоків;
- збереженню кулінарної спадщини;
- просуванню екологічної свідомості;
- підвищенню зайнятості в сільській місцевості;
- створенню умов для міжнародної культурної взаємодії.

Проблеми, які здатне вирішити створення туру

Нерівномірність розвитку туризму між регіонами. Гастрономічні тури можуть сприяти популяризації менш відвідуваних, але харизматичних регіонів, таких як Умбрія, Калабрія, Базиліката, Марке.

Фрагментарність туристичних ініціатив та слабка координація. Упорядковані гастрономічні маршрути можуть стати основою для більш системного підходу до регіонального туризму, створити цілісну пропозицію.

Втрачання локальної кулінарної ідентичності. Туристичний попит на автентичність стимулює збереження та передачу традиційних кулінарних технік і рецептів наступним поколінням.

Обмежений сезон туристичної активності. Гастрономічні події (фестивалі, врожаї, дегустації) можуть залучати туристів навіть у міжсезоння, тим самим розширюючи туристичний календар.

Нестача якісної пропозиції для досвідчених туристів. Індивідуалізовані гастрономічні тури з майстеркласами, візитами до виробництв, фермерських господарств тощо — це спосіб задовольнити потреби туристів високого рівня.

Апулія — це регіон, що поєднує в собі мальовничу природу, глибоке історичне коріння та давні кулінарні традиції. Територія регіону витягнута вздовж узбережжя, пропонуючи мандрівникам як піщані пляжі Торре-дель-Орсо й Порто-Чезарео, так і кам'янисті пейзажі біля Отранто та Санта-Марія-ді-Леука. Регіон вирізняється своєю унікальною архітектурою — від білосніжних купольних будиночків трулло до історичних фермерських маєтків, а також простягається на сотні кілометрів узбережжя Середземного моря.

Для справжніх гурманів Апулія стане ідеальним напрямком — її гастрономічна спадщина вражає. Серед ключових страв місцевої кухні слід згадати орек'єтте з броколі рабе, традиційну фокаччу, а також пюре з квасолі, яке подається з дикою цикорією.

Окрім природних красот і чарівних прибережних містечок, регіон також має значну історико-культурну цінність. На його території розташовані три об'єкти, визнані Всесвітньою спадщиною ЮНЕСКО: середньовічна фортеця Кастельдель-Монте, казкове селище Альберобелло з будиночками-трулло та культове місце паломництва — святилище Святого Михайла Архангела.

Гастрономічний туризм в Італії посідає важливе місце в системі національного туризму. Він не лише формує додану вартість у сфері послуг, але й сприяє збереженню культурної спадщини, регіональної ідентичності та сталому розвитку територій. Проте на сьогоднішній день в Італії спостерігаються суттєві диспропорції у розвитку гастрономічного туризму по регіонах. Найбільше туристичних потоків зосереджено в таких містах, як Рим, Флоренція, Венеція, Мілан, що призводить до перенасичення цих дестинацій і водночас — до ігнорування менш відомих, проте не менш перспективних регіонів.

Одним із таких є Апулія (Puglia) – південно-східна область Італії, багата на гастрономічну традицію, унікальну архітектуру (трулли), виноробство та оливкову олію, збережену сільську автентичність та значний природний потенціал. Проте на туристичній карті регіон і досі є недостатньо представлений. Саме тому створення цільового гастрономічного туру до Апулії є доцільним і перспективним.

Запропонований тур спрямований на:

- диверсифікацію туристичних потоків та стимулювання туризму в менш розкритих регіонах;
- підтримку локальних виробників, фермерів, виноробів та сімейного бізнесу;
- просування італійської гастрономії як елементу нематеріальної культурної спадщини;

- формування сталого туристичного продукту, що поєднує досвід, навчання, смакування та повагу до місцевих традицій.

Тур розрахований на українських туристів віком 25–60 років, які цікавляться культурою, кухнею, регіональною автентикою, традиціями. Тур підходить як для індивідуальних мандрівників, так і для невеликих груп (до 20 осіб). Особливий акцент – на поціновувачах локальних смаків, ентузіастах *slow travel* і гастрономічних мандрівників.

Тривалість, логістика та формат

- Формат туру: Автобусно-автомобільний з трансфером із Барі або самостійним приїздом.

- Тривалість: 7 днів / 6 ночей.

- Тип розміщення: агритуризмо, бутик-готелі, масерії.

- Сезонність: квітень–жовтень (особливо травень, вересень).

*Таблиця 3.2*

#### Ключові локації та гастрономічні точки туру

День	Місце	Основні активності	Гастрономічні елементи
1	Барі	Старе місто, базиліка Святого Миколая	Focaccia barese, orecchiette
2	Альберобелло – Локоротондо	Труллі, винна дегустація	Primitivo, панкотто, сири
3	Матера	Сассі, кулінарний майстер-клас	Pane di Matera, cruschi
4	Отранто	Узбережжя, морські ресторани	Polpo alla pignata, мідії
5	Лечче	Барокова архітектура, ринки	Taralli, pasticciotto, оливкова олія
6	Кастель-дель-Монте	Замок, фермерський обід	Salumi, capocollo, Altamura
7	Барі	Вільний час, шопінг	Місцеві сувеніри, кулінарні подарунки

### **Автентичні страви та продукти, які спробують учасники туру**

- Паста: *orecchiette, cavatelli*
- Страви: *fave e cicoria, pancotto, polpo alla pignata*
- Сири: *burrata, caciocavallo, ricotta forte*
- Десерти: *pasticciotto, cartellate*
- Вина: *Primitivo, Negroamaro, Salice Salentino*
- Масла: Extra Virgin Olive Oil DOP
- Хліб: *pane di Altamura, pane di Matera*

### **Очікуваний ефект від реалізації туру**

- Стимулювання місцевої економіки та малого бізнесу
- Зменшення навантаження на традиційні туристичні центри
- Розвиток гастрономічної дипломатії та культурного обміну
- Підвищення обізнаності про Апулію серед українських туристів
- Відповідь на зростаючий попит на тематичні, досвідові та сталі

подорожі

### **Проблема, яку вирішує тур**

- Нерівномірність розвитку гастрономічного туризму в Італії
- Недостатнє просування унікальних південних регіонів
- Брак інтегрованих гастрономічних маршрутів за межами популярних

дестинацій

- Невикористаний потенціал для формування сталих та пізнавальних

турів

Запропонований гастрономічний тур до Апулії є відповіддю на сучасні виклики і тренди в сфері туризму. Він об'єднує в собі кулінарну автентичність, культурну глибину та сталий підхід до подорожей. Такий тур не лише створює унікальний досвід для туристів, а й підтримує місцеву громаду, сприяє економічному розвитку регіону й допомагає зберегти італійську гастрономічну спадщину.

Запропонований маршрут туру має назву «СМАК ІТАЛІЇ» і орієнтований на поціновувачів національної кухні та давньої архітектурної спадщини [ ]. Програма передбачає відвідання кількох знакових міст Італії, де кожне з них має свої унікальні риси:

- *Барі* — місто, розташоване на узбережжі Адріатичного моря, вважається серцем регіону Апулія. Воно славиться не лише своєю історією та архітектурними пам'ятками, а й насиченою гастрономічною культурою. Барі — це місце з особливою атмосферою, де збережено дух автентичної Італії (додаток А.1).

- *Альтамура* — відомий центр із численними пам'ятками архітектури: тут збереглися старовинні храми, монастирі та палаци. Особливу славу місту принесла випічка хліба за традиційними рецептами — його ароматний смак, досягнутий шляхом випікання в дров'яних печах, став впізнаваним у всій Європі (додаток А.2).

- *Матера* — місто, яке зачаровує унікальними ландшафтами та архітектурними формами. Воно давно стало джерелом натхнення для митців, серед яких Карло Леві та Джованні Пасколі. Основною окрасою Матери є Сассі — стародавні печерні житла, включені до переліку об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО (додаток А.3).

- *Мандурія* — місто з багатим минулим, яке неодноразово руйнувалося, але щоразу відновлювалося з новою силою. Оточене мальовничими пляжами регіону Саленто й берегами Іонічного моря, воно приваблює природними парками, історичними вежами та близькістю до таких місць, як Монако Міранте, Сан-П'єтро-ін-Беванья, Пунта-Прошутто та Кампомаріно-ді-Маруджо (додаток А.4).

У Додатку Д, продемонстровано кулінарні об'єкти, які включено в маршрут «СМАК ІТАЛІЇ»

Таблиця 3.3

## Загальна інформація про тур «СМАК ІТАЛІЇ»

Тривалість туру	7 днів/6 ночей
Вартість	1 142 € (53 755 UAH)
У вартість туру входить	<ul style="list-style-type: none"> <li>• страхування;</li> <li>• трансфер по всьому маршруту;</li> <li>• розміщення в готелях 4*;</li> <li>• україномовний помічник;</li> </ul>
У вартість туру входить	<ul style="list-style-type: none"> <li>• оглядова екскурсія по Барі;</li> <li>• екскурсія по традиційній пекарні в Альтамурі та дегустація;</li> <li>• оглядова екскурсія у Матері;</li> <li>• вечеря з дегустаційного меню в ресторані «Osteria Pico» в Матері;</li> <li>• оглядова екскурсія по Галліполі;</li> <li>• відвідування виноробні «Consorzio Produttori Vini» в Мандурії з дегустацією;</li> <li>• відвідування молочної ферми «Azienda casearia pugliese» в Отранто та дегустація;</li> <li>• відвідування оливкової ферми в Остуні;</li> <li>• харчування – сніданки.</li> </ul>
У вартість туру не входить	<ul style="list-style-type: none"> <li>• авіапереліт.</li> </ul>

Також у таблиці 3.3, надано приблизно розраховану вартість туру на момент його розробки.

Запропонований гастрономічний тур до Апулії передбачає повноцінну тижневу програму тривалістю 7 днів / 6 ночей, що дає змогу учасникам детально

ознайомитися з регіоном, його культурною спадщиною, гастрономічними традиціями та природними ландшафтами. Вартість туру становить 1 142 євро (приблизно 53 755 гривень) на одну особу. Ціна сформована відповідно до рівня комфорту, інтенсивності програми та кількості включених екскурсій і дегустацій.

У вартість туру входить:

- Медичне страхування туриста на увесь період перебування в Італії.
- Трансфери за всім маршрутом туру (від місця прибуття до кінцевої точки).
- Проживання в комфортних готелях 4\* рівня зі сніданками.
- Супровід україномовного помічника, що забезпечує зручність комунікації та безпеку туристів.

Екскурсійна програма включає:

- Оглядову екскурсію містом Барі, адміністративним і культурним центром регіону.
- Відвідування традиційної пекарні в Альтамурі – знайомство з процесом випікання легендарного хліба та дегустація.
- Екскурсію в Матеру – старовинне місто, відоме своїми печерними кварталами Сассі (об'єкт ЮНЕСКО).
- Дегустаційну вечерю в ресторані «Osteria Pico» в Матері, що пропонує страви з локальних інгредієнтів за традиційними рецептами.
- Оглядову екскурсію в Галліполі, мальовничому приморському містечку на заході Апулії.
- Відвідування виноробні «Consorzio Produttori Vini» у Мандурії – з презентацією технологій та дегустацією сортів вина Primitivo.
- Знайомство з молочною фермою «Azienda casearia pugliese» в Отранто – демонстрація виробництва сиру та дегустація продукції.
- Візит на оливкову ферму в Остуні, яка спеціалізується на виготовленні оливкової олії Extra Virgin з багатовікових дерев.

Харчування:

- Сніданки щодня в готелі.

- 1 вечеря-дегустація в локальному ресторані.

У вартість не входить:

- Авіапереліт з України до Італії та назад (оплачується додатково залежно від міста вильоту, авіакомпанії та сезону).

Такий тур є зразком якісного гастрономічного продукту, що об'єднує культурно-історичну спадщину з автентичними смаковими враженнями, надаючи туристам повноцінний досвід південної Італії.

Таблиця 3.4

#### Калькуляція вартості туру

Показники	На всю групу, грн	На одного туриста, грн	Примітка
Проживання	159130	15913	
Транспортне обслуговування	42000	4200	
Екскурсії	56400	5640	
Страхування	11000	1100	
Послуги гіда-перекладача	40000	4000	
Інші витрати	5000	500	
Собівартість	313530	31353	Сума всіх попередніх витрат
Прибуток	31353	3135,3	10% від собівартості
Податок на прибуток	5643,54	564,35	18% від прибутку
ПДВ	68976	6897,66	20%
Ціна туроператора	413859	41385,96	

#### Інформаційний лист про тур «СМАК ІТАЛІЇ»

**День 1 (Барі).** Виліт з аеропорту Краків-Балиці заплановано на 09:00, а прибуття до міжнародного аеропорту імені Кароля Войтили в Барі — о 13:20 за місцевим часом. Гостей зустрічає україномовний представник. Далі — трансфер

до готелю Imago Plus Hotel, розташованого за 850 метрів від Університету Барі та приблизно за 2 км від виставкового комплексу Fiera del Levante. О 17:00 передбачено вечірню екскурсію історичним центром міста, з відвідуванням таких пам'яток: Базиліка Святого Миколая, кафедральний собор Святого Сабіна, міська набережна, район Барі-Мурагтіана, площа Альдо Моро, палац Акведука, площа Феррарезе та середньовічний замок Барі (додаток Б.1). Протягом прогулянки учасники туру матимуть змогу скуштувати характерні регіональні найдки, зокрема фокаччу, панцеротті, орек'єтте, попїцце та сгальюцце. Повернення до готелю — орієнтовно о 20:00.

**День 2 (Альтамура, Матера).** Сніданок подається в Imago Plus Hotel і включений у загальну вартість подорожі. Виїзд з Барі — о 10:00, з прибуттям у Матеру о 13:30. Дорогою передбачено зупинку в місті Альтамура для екскурсії до старовинної пекарні Antico Forno Santa Caterina dal 1391, яка функціонує з кінця XIV століття. Екскурсія триватиме близько двох годин. Туристи матимуть можливість оглянути найстарішу хлібопекарню Італії, дізнатися про особливості приготування традиційного хліба та ознайомитися з особливим інгредієнтом, який надає виробам неповторного смаку. Наприкінці — дегустація фірмової продукції. Деталі маршруту подано на рис. 3.1.

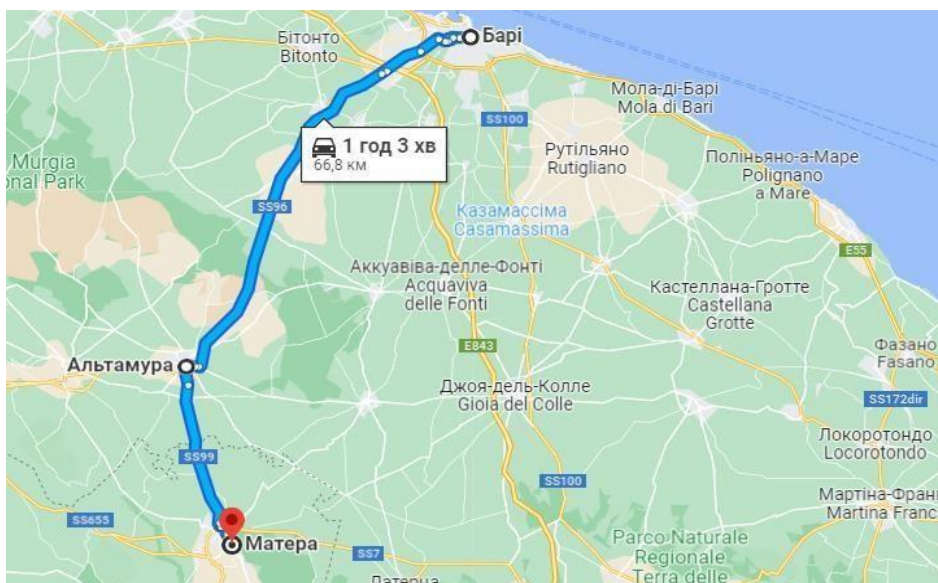


Рис. 3.1. Маршрут з Барі до Матери (складено автором)

Тривалість маршруту: 1 год. (без урахування часу на зупинки та екскурсії).  
Протяжність – 66,8 км.

**Прибуття до Матери** та заселення до *Hotel San Domenico Al Piano*. З 15:00 до 17:00 запланована екскурсійна програма містом, яка включає відвідування таких пам'яток: храм Сан-П'єтро-Баріzano, монастир Мадонна делла Вірту та церква Сан Нікола делла Гречі, кафедральний собор Матери, церква Санта Лючія алле Мальве і монастир Святого Августина (додаток В.1) [ ]. Після прогулянки — вечера в ресторані *Osteria Pico*, що розташований у самому серці району Сассі-ді-Матера. Заклад є архітектурною цікавинкою: він повністю видовбаний у туфі та має три рівні. Повернення до готелю — о 19:00.

**День 3 (Мандурія, Галліполі).** Сніданок у *Hotel San Domenico Al Piano* входить до загальної вартості туру. Від'їзд з Матери о 09:00, а прибуття до Галліполі заплановане на 13:00. Під час переїзду — зупинка в Мандурії, де відбудеться годинне відвідування виноробного господарства *Consorzio Produttori Vini*. Це унікальна нагода зазирнути у внутрішній світ виноробних традицій цього регіону, ознайомитись із процесом виробництва вин різних сортів. На сьогодні виноробня оперує понад 1000 гектарами виноградників, половину з яких досі обробляють за класичними технологіями, що збереглися з моменту заснування. Схему маршруту подано на рис. 3.2 [ ].

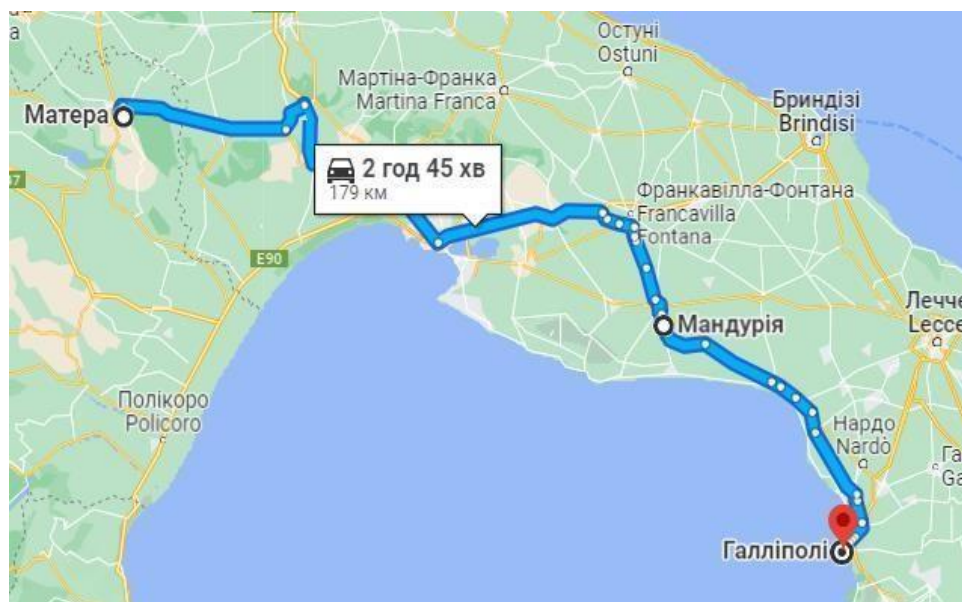


Рис. 3.2. Маршрут з Матери до Галліполі (складено автором)

Тривалість маршруту: 1 год. 45 хв. (без урахування часу на зупинки та екскурсії). Протяжність – 179 км.

**Прибуття до Галліполі** й поселення в *Hotel 33 Baroni*. З 16:00 до 18:30 – ознайомча екскурсія містом, під час якої мандрівники побачать Кафедральний собор Святої Агати, фортифікаційну споруду – Анжуйсько-Арганський замок та прогуляються історичним центром (додаток Г.1). Аби глибше зануритись в атмосферу міста, також заплановане відвідування порту, де знаходяться торгові точки з морськими делікатесами. Повернення в готель о 19:00.

**День 4 (Копертіно, Отранто).** Ранковий сніданок у *Hotel 33 Baroni* включено у вартість туру. Виїзд із Галліполі запланований на 10:00, прибуття до Отранто – о 13:00. Під час подорожі передбачено зупинку на молочній фермі «*Azienda casearia pugliese*» (2 години), де туристи матимуть змогу побачити повний цикл виготовлення сирів, а також взяти участь у кулінарному майстер-класі з приготування моцарели та буррати власними руками. Завершується екскурсія апетитною дегустацією натуральної молочної продукції – класичних апулійських сирів (моцарела, буррата, а також витримані сири), які подаються з регіональною випічкою: пане, фрізе та тараллі, у супроводі місцевого вина. За бажанням, замість дегустації учасники туру можуть обрати повноцінний традиційний апулійський обід, що включає фокаччу та фірмові орек'єтте з м'ясом у томатному соусі.

Детальний маршрут зображено на рис. 3.3.

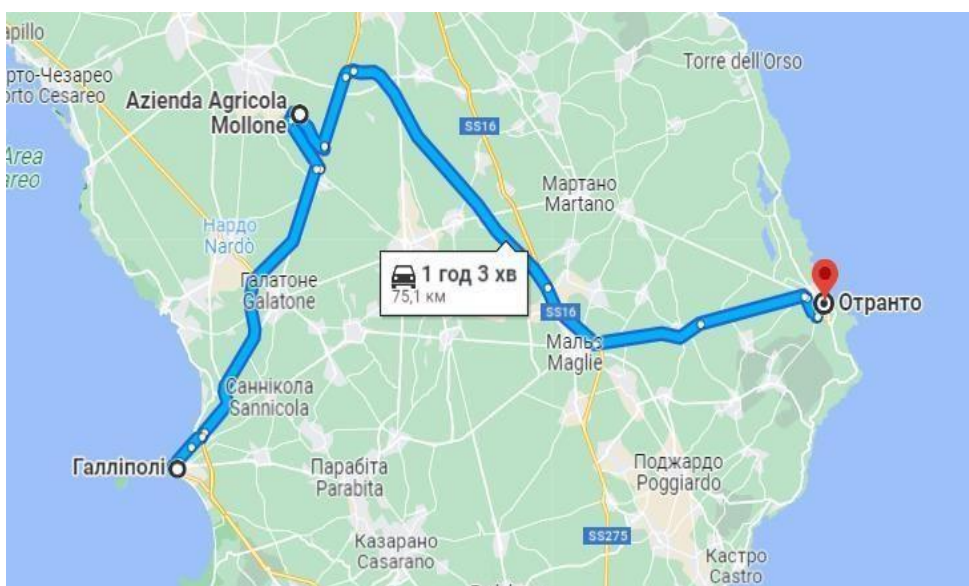


Рис. 3.3. Маршрут з Галліполі до Отранто (складено автором)

Тривалість маршруту: 1 год. (без урахування часу на зупинки та екскурсії).

Протяжність – 75 км.

**Прибуття до Отранто** та поселення в *IL Monastero*. З 15:00 до 18:00 відбудеться ознайомча екскурсія містом, під час якої учасники туру побачать Собор Отранто, пройдуться старовинним центром міста, відвідають маяк Пунта Паласія, церкву Сан-П'єтро, фортецю Арагонів, а також міські мури та башти Мура-Торре Матта або Дель Сельсо. Повернення до готелю *IL Monastero* – о 18:00.

**День 5 (Лечче, Остуні).** Сніданок у *IL Monastero* включено у вартість туру. Виїзд із Отранто призначено на 10:30, прибуття до Остуні — о 14:00. По дорозі заплановано зупинку у місті Лечче з двогодинною екскурсією. Туристи матимуть змогу оглянути церкву Санта-Кроче, площу Дуомо (Пьяцца дель Дуомо), храм Санті Ніколь е Катальдо, площу Сант'Оронзо, залишки Римського амфітеатру, фортецю Кастелло, церкву Сан Маттео, а також завітають до Галліполі. Під час перебування в місті рекомендується скуштувати місцеву вуличну їжу, зокрема: *Russia* (оливковий хліб), *Rustico* (випічка з листкового тіста з начинкою з бешамельного соусу і томатів), *Calzone* (закрита піца з аналогічною начинкою), а також *Pasticciotto* (пісочне тісто з кремівим наповненням).

Детальний маршрут зображено на рис. 3.4.

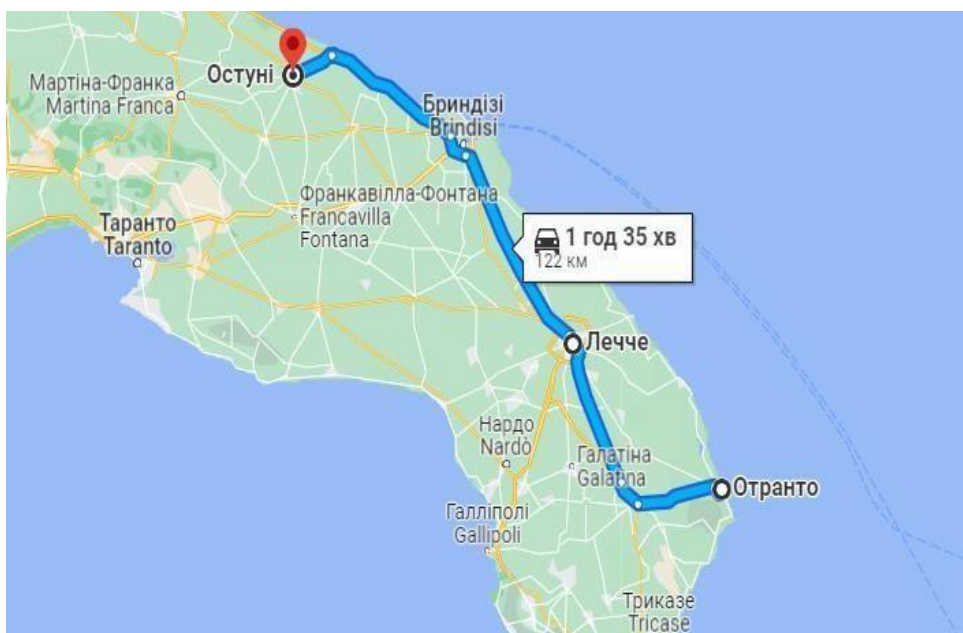


Рис. 3.4. Маршрут з Галліполі до Отранто (складено автором)

Тривалість маршруту: 1 год. 35 хв. (без урахування часу на зупинки та екскурсії). Протяжність – 122 км.

**Прибуття до Остуні** та поселення у готелі *Centro di Spiritualità Madonna della Nova*. З 16:00 до 18:00 заплановано візит на оливкове господарство *Oleificio Cooperativo di Ostuni*. Під час екскурсії мандрівники побачать обширні плантації, що охоплюють 3800 гектарів та засаджені віковими оливковими деревами, а також ознайомляться з методами збирання врожаю. Далі туристи завітають до виробничого комплексу з виготовлення оливкової олії, де представлено основні етапи її обробки. Повернення до готелю заплановане на 18:30.

**День 6 (Чістерніно, Альберобелло, Монополі).** Сніданок у *Centro di Spiritualità Madonna della Nova* входить у вартість. Виїзд з Остуні о 11:00, прибуття до Монополі — о 17:00. Під час подорожі передбачено дві зупинки. Перша – це прогулянка старовинним містечком Чістерніно (тривалість – 2 години), після якої туристи насолодяться обідом у ресторані *Trattoria Bère Vecchie*, розташованому в самому серці міста (1 година). Друга зупинка – відвідування *Трулли Альберобелло* – характерних будівель, зведених із каменю без використання розчину, з конусоподібними дахами. Ці унікальні споруди, занесені до списку Світової спадщини ЮНЕСКО, колись слугували тимчасовим або постійним житлом для сільських мешканців, а нині є визначною архітектурною візитівкою Італії.

Детальний маршрут зображено на рис. 3.5.

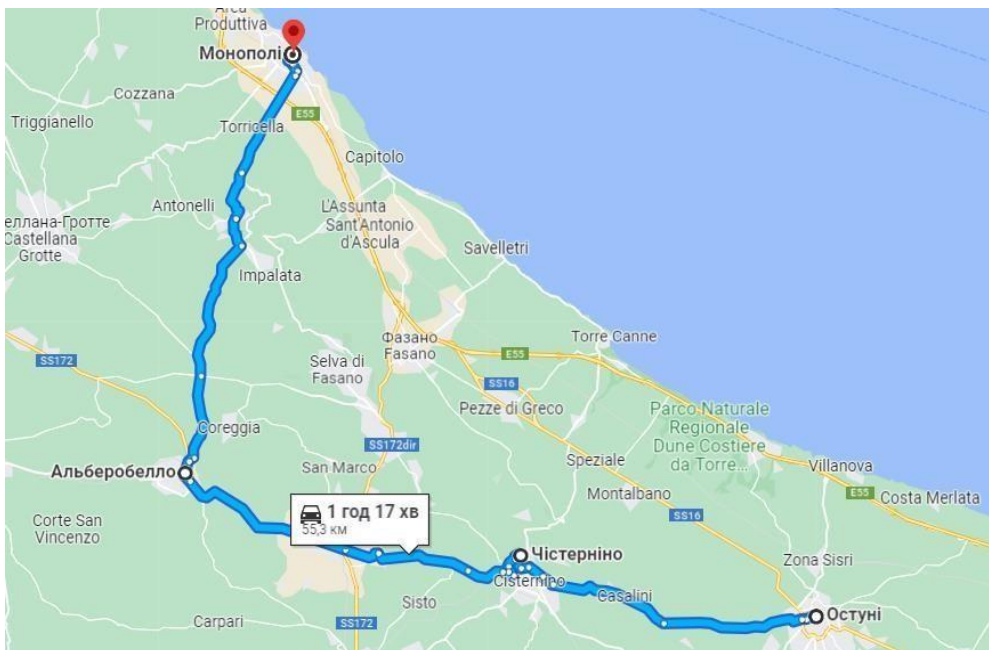


Рис. 3.5. Маршрут з Остуні до Монополі (складено автором)

Тривалість маршруту: 1 год. 17 хв. (без урахування часу на зупинки та екскурсії). Протяжність – 55,3 км.

Прибуття до Монополі о 17:00 та розміщення в готелі Casa Monopoli.

**День 7 (Поліньяно-а-Маре, Барі).** Сніданок у готелі Casa Monopoli (входить у вартість туру). Виїзд з Монополі о 10:00, прибуття до Барі о 13:00. Переїзд здійснюється із зупинкою та оглядовою екскурсією по місту Поліньяно-а-Маре (2 години). Детальний маршрут зображено на рис. 3.6.

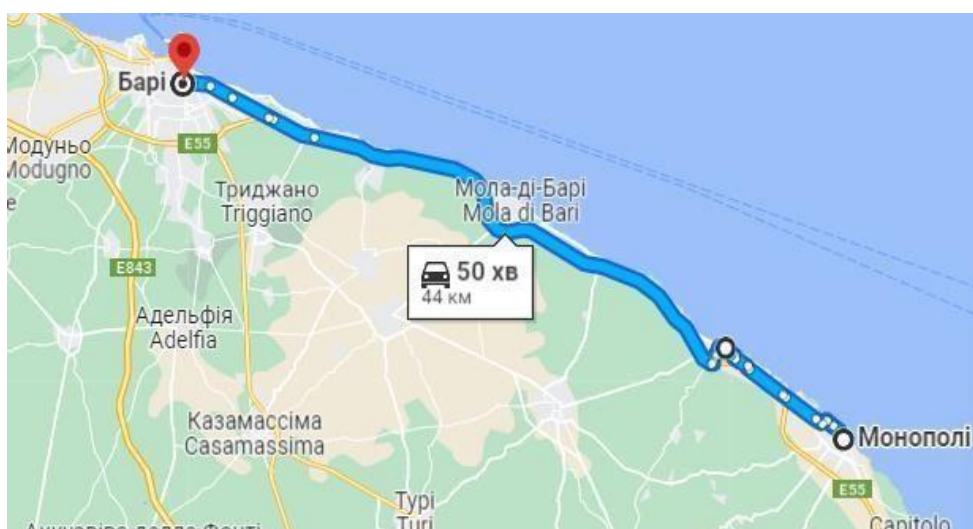


Рис. 3.6. Маршрут з Монополі до Барі (складено автором)

Тривалість маршруту: 50 хв. (без урахування часу на зупинки та екскурсії).  
Протяжність – 44 км.

Прибуття до Барі о 13:00 та розміщення в готелі Imago Plus Hotel.

*День 8.* Сніданок у готелі Imago Plus Hotel (входить у вартість туру). Виліт о 13:00 з аеропорту ім. Кароля Войтили (Барі), прибуття о 17:20 (за місцевим часом) в аеропорт Краків-Балиці.

Отже, музеї, палаци, собори, унікальні пейзажі та галереї – все це можна побачити в турі «СМАК ІТАЛІЇ», Також туристи відвідають традиційну пекарню в Альтамі, виноробню в Мандурії, молочну ферму в Отранто та оливкову ферму в Остуні. Також програма туру включає екскурсії по Барі, Матері, Галліполі, Отранто, Лечче, Честерніно та Поліньяно-а-Маре.

### **3.3. Маркетингове забезпечення та перспективи розвитку туру**

Маркетингове забезпечення є важливою складовою просування нового туристичного продукту, особливо коли йдеться про гастрономічний тур до Італії, зокрема в регіон Апулія. Цей напрямок має значний потенціал, адже поєднує одразу кілька популярних туристичних тем: гастрономію, культуру, природу та історію. Щоб ефективно вивести тур на ринок і сформувати стійкий попит, туристичне підприємство повинно впровадити конкретну програму маркетингових заходів з урахуванням цільової аудиторії, каналів комунікації та особливостей самого продукту.

Цільова аудиторія

- Подорожуючі з України (віком 25–55 років), що мають середній або високий рівень доходу, зацікавлені в культурних подорожах і гастрономічних враженнях;
- Шанувальники італійської кухні, фуд-блогери та кулінарні ентузіасти;
- Мандрівники, що шукають автентичні емоції, нетипові туристичні маршрути;

- Представники поколінь Millennials та Gen Z, схильні до самовираження через досвід та соціальні мережі.

Ефективне маркетингове забезпечення є ключовим фактором успішного просування гастрономічного туризму. Італія, як країна з багатою кулінарною спадщиною, активно використовує сучасні маркетингові інструменти для залучення туристів з усього світу.

### **Конкретні маркетингові заходи для просування туру**

#### **1. Створення лендингової сторінки туру**

- Окрема сторінка на сайті туроператора з детальним описом маршруту, фото з локацій, інформацією про дегустації та готелі;
- Опція «бронювати онлайн», підключення Google Analytics для відстеження поведінки користувачів.

#### **2. Соціальні мережі: Instagram, Facebook, TikTok**

- Запуск рекламної кампанії з відео та фото турів (репортажі з винорень, ферм, ресторанів);
- Щотижневі пости з цікавими фактами про Апулію: «5 причин поїхати в Апулію», «Труллі – архітектурне диво», «Які вина пити в Мандурії»;
- Instagram Reels / TikTok-відео: короткі ролики з приготування традиційних страв, емоції туристів, краєвиди.

#### **3. Інфлюенсер-маркетинг**

- Запрошення 1–2 відомих українських тревел- або фуд-блогерів (з аудиторією 50–200 тис.) до участі у промо-турі з подальшим висвітленням у соцмережах;
- Партнерство з відомим шеф-кухарем, який розповість про гастрономічні переваги регіону.

#### **4. Email-маркетинг**

- Розсилка через базу постійних клієнтів туроператора: персоналізовані листи з фото туру, прикладом маршруту, вартістю, бонусом за раннє бронювання;

- Ланцюжок листів: «Познайомтесь з Апулією», «Тиждень сиру, вина та моря», «Що входить у тур» + СТА «Забронювати».

### **5. Програма лояльності**

- Знижка 10% для повторних клієнтів або тих, хто приведе друга;
- Подарунок (сувенір або дегустація вина преміум-класу) при оплаті до певної дати.

### **6. Промо-відео**

- Зйомка 1–2 хвилинного відеоролика про тур з коментарями учасників, кадрами пейзажів, процесу приготування страв, веселого спілкування з фермерами;
- Розміщення відео на YouTube, Facebook та TikTok з таргетованою рекламою.

### **7. Участь у виставках та заходах**

- Представлення туру на туристичних виставках в Україні (UITT – Київ), а також участь у гастрономічних подіях – наприклад, «Ukrainian Gastro Show»;
- Організація власного дегустаційного вечора-презентації туру в Києві чи Львові, з презентацією вина з Апулії, сиру та страв, які пробують у турі.

### **8. Контекстна реклама в Google**

- Кампанії з ключовими словами «тур в Італію 2025», «гастрономічний тур Італія», «Апулія тур ціна»;
- Використання ремаркетингу – реклама для тих, хто вже переглядав тур, але не придбав.

Тур до Апулії має перспективу стати сезонним флагманом для агентства, оскільки:

- Об'єднує одразу декілька трендів сучасного туризму: гастротуризм, slow-travel, автентичність, локальні емоції.
- Легко масштабований: можливе створення варіацій — «Апулія + Амальфі», «Апулія взимку», тур з кулінарним майстер-класом від українського шефа.

- При правильній маркетинговій стратегії вже протягом першого року можна досягти заповнюваності груп на рівні 85–90%.

Туристична компанія має ретельно проаналізувати чинники, що можуть впливати на споживчі рішення щодо придбання туристичних послуг. До таких чинників належать склад і рівень якості пропонованого турпродукту, його привабливість для цільової аудиторії, а також стадія життєвого циклу, на якій він перебуває. У початковий період існування нового туру необхідно активно популяризувати його серед потенційних клієнтів. Надалі, просування турпродукту зосереджується на утриманні постійних клієнтів і стимулюванні їх до повторних звернень — аж до моменту оновлення чи модернізації самого продукту.

Інформаційне супроводження через медіа є інструментом комунікації, що має на меті зацікавити споживача і стимулювати продаж через поширення відомостей про пропозицію. Така реклама має виконувати низку завдань на користь клієнта:

- ознайомлення із доступним асортиментом турпродуктів,
- висвітлення їхніх характеристик і переваг; інформування про появу нових послуг на ринку;
- вплив на смаки та уподобання споживачів;
- нагадування про потребу зробити сезонну покупку або скористатися вигідною пропозицією, наприклад, акцією чи знижкою;
- повідомлення про зручні місця для придбання туру.

Рекламні матеріали в туризмі можуть бути поділені на кілька типів: недобросовісну, контррекламу та соціальну рекламу. Перший вид охоплює всі випадки, коли реклама містить недостовірну, оманливу або неетичну інформацію, яка суперечить встановленим нормам щодо змісту, форми, часу і способів розповсюдження. Контрреклама — це спроба виправити негативні наслідки, спричинені недостовірною рекламою, шляхом її спростування. Соціальна реклама в туристичному сегменті відображає інтереси суспільства та держави, і спрямована на досягнення важливих соціальних цілей.

Ще одним інструментом просування виступає стимулювання продажу. У цьому випадку реклама в ЗМІ поєднується із запровадженням додаткових мотивацій для придбання турпродукту. Це можуть бути:

Заохочення туристів через:

- акційні ціни на подорожі;
- безкоштовні послуги у разі купівлі тривалих турів;
- включення до пакету безоплатного доступу до розваг (дискотека, пляж, спортивні зони тощо);
- бонусна поїздка після кількох оплачених турів.

Мотивація для агентів з продажу через:

- підвищену комісійну винагороду за перевиконання плану;
- організацію ознайомчих поїздок для співробітників агентств.

Особливу увагу варто приділяти прямому маркетингу. Цей підхід базується на безпосередньому контакті представників туристичної фірми з потенційними покупцями — як під час особистого візиту до офісу, так і в процесі ділових зустрічей з представниками організацій. Основна мета — викликати інтерес до турів і мотивувати до їх замовлення. Успішна реалізація цього методу потребує високого рівня комунікаційної майстерності персоналу.

Зв'язки з громадськістю (PR) є ще одним ключовим елементом маркетингу. Їх основне завдання полягає у формуванні позитивного іміджу туристичної компанії, що сприяє розширенню її впливу на ринку та зростанню прибутковості. PR-діяльність допомагає зробити фірму впізнаваною серед широкої аудиторії та в професійному середовищі, особливо коли інформація про неї потрапляє у ЗМІ.

З-поміж переваг PR можна виділити такі:

- орієнтація на зацікавлену цільову аудиторію;
- вплив на людей, які негативно сприймають традиційну рекламу та промоакції;
- ефективне формування лояльності до бренду;

- можливість створити позитивне сприйняття компанії через грамотну поведінку її представників і контроль за репутацією;
- економічна доцільність, оскільки PR зазвичай обходиться дешевше за інші види маркетингової комунікації.

## ВИСНОВКИ

У ході проведеного дослідження було детально розкрито особливості гастрономічного туризму в Італії. Показано, що цей вид туристичної діяльності пов'язаний із знайомством з процесами виробництва, методами приготування та дегустацією традиційних страв і напоїв, а також із вивченням кулінарних звичаїв різних народів.

При описі кулінарних традицій Італії слід зауважити, що їх формування тривало багато століть — починаючи з часів Римської імперії і аж до періоду Відродження. Одним із найважливіших принципів італійської кухні є використання свіжих та якісних інгредієнтів. До найпоширеніших традиційних страв належать піца, лазанья, паста, песто, равіолі, фокачча, ризотто, полента, ріболітта, оссобуко, аранчіні, боттарга тощо.

Також в роботі надано характеристику гастрономічних фестивалів країни, підкреслюючи, що під час таких заходів як місцеві жителі, так і туристи мають змогу спробувати свіжоприготовані традиційні страви, познайомитися з унікальними рецептами та методами приготування, а також взяти участь у різноманітних розважальних програмах. Серед найвідоміших фестивалів в Італії виділяють: Sagra del Tartufo (Фестиваль трюфелів), Pizzafest (Фестиваль піци), Festival del Formaggio (Фестиваль сиру), Eurochocolate (Фестиваль шоколаду), Gelato Festival (Фестиваль морозива), Festa delle Castagne (Фестиваль каштанів), Sagra del calamaro (Фестиваль кальмарів) та Peperoncino (Фестиваль перцю чилі).

У сучасних умовах розвитку туристичного ринку Італії спостерігається стабільне зростання гастрономічного туризму, що проявляється у наступних тенденціях:

- сталість розвитку галузі;
- посилення ролі культурної спадщини;
- орієнтація на високу якість продуктів і послуг;
- зміни у характері туристичних поїздок;
- розвиток співпраці між суб'єктами ринку;

- акцент на мотивації як ключовому чиннику у створенні туристичних продуктів.

Водночас дослідження виявило низку проблем і перспектив галузі. Серед основних викликів — фрагментованість туристичного бізнесу на регіональному рівні, відсутність ефективної централізованої координації, слабка адміністративна підтримка та надмірна бюрократія, недостатній рівень інновацій у розробці туристичних пропозицій, дефіцит кваліфікованих кадрів і складнощі з залученням міжнародних інвестицій. Для вирішення цих проблем було розроблено урядову програму, що включає 61 пропозицію. До ключових заходів належать:

- посилення ролі Міністерства туризму як центрального координуючого органу;
- відновлення Національного агентства туризму Італії;
- модернізація інфраструктури гастрономічного туризму;
- створення нових освітніх програм і курсів підвищення кваліфікації для працівників туристичної сфери;
- впровадження податкових пільг та спрощення бюрократичних процедур для заохочення іноземних інвестицій.

Важливим чинником розвитку гастрономічного туризму є легка доступність місцевих кулінарних продуктів у кафе та ресторанах, що стимулює зростання індустрії. Уряд підтримує різноманітні ініціативи, зокрема організацію кулінарних майстер-класів і фестивалів, що сприяє збільшенню туристичного потоку з різних країн.

Також було проаналізовано туристичний попит у різних регіонах Італії, серед яких найбільш популярними у контексті гастрономії визнані Тоскана, Ломбардія, П'ємонт, Венето, Лаціо, Фріулі-Венеція-Джулія, Сардинія, Емілія-Романья, Лігурія та Сицилія.

Характеризуючи регіональні особливості гастрономічного туризму в Італії важливо зазначити, що в кожному регіоні країни є свої традиційні страви. Так, на півночі Італії найбільш поширеними інгредієнтами є риба, картопля, рис,

ковбаси, свинина і різні види сирів. На півдні в страви додають помідори, які подаються як в свіжому, так і у вареному соусі, а також каперси, перець, маслини і оливкову олію, часник, артишоки, баклажани і сир Рікотта.

За результатами виконаної кваліфікаційної роботи було розкрито особливості розвитку гастрономічного туризму в Італії. Визначено сутність гастрономічного туризму як виду туристичної діяльності, що поєднує ознайомлення з виробництвом, технологією приготування, дегустацією національних страв і напоїв, а також з кулінарними традиціями різних регіонів країни.

Кулінарні традиції Італії мають глибоке історичне коріння — від Римської імперії до сучасності. Основою італійської кухні є використання свіжих і натуральних продуктів, простота приготування, збереження смакових якостей інгредієнтів. Найпопулярнішими стравами є піца, паста, лазанья, ризотто, фокачча, равіолі, полента, а також регіональні страви з використанням місцевих продуктів.

У межах дослідження було також проаналізовано гастрономічні фестивалі, що проводяться в Італії, серед яких — Фестиваль трюфелів, Піццафест, Єврошоколад, Фестиваль морозива, сиру, каштанів, кальмарів та інші. Вони сприяють популяризації місцевих кулінарних традицій, активізують економічну діяльність у регіонах, залучають велику кількість туристів.

Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму в Італії свідчать про:

- сталість росту галузі;
- підвищення ролі культурної спадщини в туристичних продуктах;
- акцент на якість і автентичність гастрономічного досвіду;
- розвиток кооперації між секторами;
- переосмислення мотивації туристів як основи для створення турів.

Виявлено також низку проблем: фрагментація туристичного бізнесу, нестача координації на національному рівні, надмірна бюрократія, кадровий голод та складнощі із залученням інвестицій. Для вирішення цих проблем урядом розроблена комплексна програма з 61 пункту, що включає оновлення

туристичної інфраструктури, підтримку освіти, зменшення податкового навантаження для інвесторів та інституційну реформу в галузі туризму.

Одним із практичних результатів дослідження стало створення авторського гастрономічного туру «СМАК ІТАЛІЇ», розробленого українською та англійською мовами. Тур охоплює найпопулярніші гастрономічні регіони країни: Тоскану, Ломбардію, П'ємонт, Емілію-Романью, Кампанію та Сицилію.

Програма туру поєднує дегустації традиційних страв і напоїв, відвідування місцевих виноробень, сироварень, оливкових плантацій, кулінарні майстер-класи від місцевих шеф-кухарів, екскурсії до історичних і культурних пам'яток.

Особливістю туру є його міждисциплінарний підхід — він поєднує елементи культурно-пізнавального та гастрономічного туризму, дозволяючи туристам не лише скуштувати італійські страви, але й глибше зрозуміти історію, традиції, культуру та спосіб життя місцевого населення. Тур має адаптивну структуру і може бути модифікований залежно від побажань туристів, сезону, тривалості поїздки, бюджету та регіональних вподобань.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамов В. В. Історія туризму. Харків: Харківська національна академія міського господарства, 2010. 294 с.
2. Басюк Д. І. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики. Вінниця: Центр навчальної літератури, 2017. 316 с.
3. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. Київ: Національний університет харчових технологій, 2012. 132 с.
4. Васильчук В.М. Туризмалогія: навчальний посібник. Київ: Вид. центр КНЛУ, 2023. 115 с.
5. Вишнеvsька Г. Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму. Київ: Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2013. 118 с.
6. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2010. 502 с.
7. Кукліна Т. С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 224 с.
8. Любіцева О. О. Туристичне країнознавство: країни лідери туризму: навч. посібник. Київ: Альтерпрес, 2008. 436 с.
9. Макарчук С. А. Етнографія сучасної України: навч. посіб. Львів: Новий Світ, 2004. 312 с.
10. Мальська М. П., Гамкало М.З., Бордун О.Ю. Туристичне країнознавство. Європа: навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 224 с.
11. Мальська М. П., Гамкало М.З., Бордун О.Ю. Туристичне країнознавство. Європа: навч. посіб., 2-е видання. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 224с.
12. Мальська М. П. Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія та практика: навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2007. 424 с.
13. Музиченко-Козловська О. В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території: монограф. Львів: Новий Світ 2000, 2012. 176 с.
14. Нестерчук І. Гастрономічний туризм: експлікація аксіологічних концептів.

- Київ: Національний університет імені Т. Шевченка, 2017. 102 с.
15. Омельницька В. О. Сутність та класифікація видів гастрономічного туризму. Донецьк: Приазовський економічний вісник, 2012. 96 с.
  16. Прасул Ю. І., Шумік Є. С. Природні рекреаційні ресурси світу. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2011. 34 с.
  17. Саламатіна С. Є. Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму. Одеса: Одеська національна академія харчових технологій, 2014. 430 с.
  18. Стешенко Д. О., Парфіненко А. Ю. Гастрономічний туризм як чинник розвитку туристичної сфери України: навч. посіб. Харків: Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2012. 260 с.
  19. Чир Н. В. Аналіз ринку туристичних послуг Італії. Ужгород-Дрогобич: Посвіт, 2015. 228 с.
  20. Шикеринець В. В. Передумови розвитку етнотуризму в Карпатському регіоні. Удосконалення механізмів державного управління соціально- економічним розвитком підприємств і галузей. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 261с.
  21. Everett S. Food and Drink Tourism: Principles and Practice. England: Anglia Ruskin University, 2016. 120 p.
  22. Hall M., Mitchell R. Gastronomic tourism: comparing food and wine tourism experiences. Butterworth-Heinemann: Elsevier, 2005. 100 p.
  23. Hall M. Wine Tourism Around the World. Michigan: Central Michigan University, 2011. 320 p.
  24. Hjalager A. M. Why do tourists eat and why? Towards a sociology of the gastronomy and tourism. Revista Tourism: an international interdisciplinary journal, 2004. 201 p.
  25. Koltsikoglou G. Gastronomy and festivals in Italy. Teramo: University of Teramo, 2020. 50 p.
  26. Nistoreanu B. G., Nicodim L., Diaconescu D., M. Gastronomic tourism – stages and evolution. Bucharest: The Bucharest University of Economic Studies, 2018. 717 p.
  27. Nistoreanu P., Tudorache P., Gheorghe G. Gastronomic tourism, a new trend for

- contemporary tourism. Bucharest: Bucharest University of Economic Studies, 2014. 50 p.
28. Rifai T., Vogeler C. Second Global Report on Gastronomy Tourism. Madrid: World Tourism Organization (UNWTO), 2017. 200 p.
  29. Vasylichuk Volodymyr History, Theory and Prospects of Tourism Development in the Context of Globalisation: Financial Crisis Impact on Tourism Sector Review of Economics and Finance, 2022, 20, p. 300-305.
  30. Vasylichuk Volodymyr Main stages of development of tourismology as a socio-humanitarian science in Ukraine and the world. Modern tourism: global challenges and civilizing values. Monograph. 2022 Katowice: Publishing House of University of Technology, p. 31-48.
  31. Vasylichuk Volodymyr Theoretical Analysis of Scientific Approaches to the Study of Printing of Recreational and Tourist Complexes Int J Health Policy Plann, 2022 p. 55-60.
  32. Autumn traditions: Chestnut festival: веб-сайт. URL: <https://italiangardensmtx.com/autumn-traditions-chestnut-festivals> (дата звернення 19.04.2025).
  33. Best Things to do in Matera, Italy: веб-сайт. URL: <https://gretastravels.com/things-to-do-in-matera/> (дата звернення 20.05.2025).
  34. Cheese festivals throughout Italy: веб-сайт. URL: <https://www.lagazzettaitaliana.com/food-and-wine/7782-cheese-festivals-throughout-italy> (дата звернення 28.09.2023).
  35. EuroChocolate Festival Perugia 2024: веб-сайт. URL: <https://rove.me/to/italy/eurochocolate-festival-perugiaitaly> (дата звернення 12.05.2025).
  36. Food in Italy: A Guide to Italian Cuisine: веб-сайт. URL: <https://familydestinationsguide.com/food-in-italy/> (дата звернення 11.05.2025).
  37. Gastronomic tourism a theoretical construct: веб-сайт. URL: [https://ebrary.net/146916/travel/gastronomic\\_tourism\\_insight](https://ebrary.net/146916/travel/gastronomic_tourism_insight) (дата звернення 15.05.2025).
  38. Google maps: веб-сайт. URL: [https://www.google.com/maps/@ 44.1885374,9.8451974,9z?hl=](https://www.google.com/maps/@44.1885374,9.8451974,9z?hl=) (дата звернення 15.05.2025).
  39. I piatti tipici italiani più conosciuti nel mondo: la lista completa: веб-сайт. URL:

- <https://italian-riviera.com/piatti-tipici-italiani-nel-mondo/> (дата звернення 11.05.2025).
41. Italian Food Culture: 11 Iconic Dishes of Italy: веб-сайт. URL: <https://travelsnippet.com/europe/italy/italian-foodculture/> (дата звернення 27.09.2023).
42. I 10 Siti Unesco in Italia da non perdere: веб-сайт. URL: <https://www.archetravel.com/blog/siti-unesco-italia-da-non-perdere/> (дата звернення 06.05.2025).
43. L'influenza della cultura sulla cucina italiana: centinaia di anni di tradizione: веб-сайт. URL: <https://www.vipiu.it/leggi/influenza-cultura-cucina-italiana-centinaia-anni-tradizione/> (дата звернення 06.05.2025).
44. Most popular habits of food and wine tourists in Italy in 2021: веб-сайт. URL: <https://www.statista.com/statistics/941618/preferences-tourists-wine-culinary-experiences-italy/> (дата звернення 06.05.2025).
45. Number of tourist arrivals in agritourism establishments in Italy from 2015 to 2022: веб-сайт. URL: <https://www.statista.com/statistics/1048045/number-of-tourist-arrivals-in-agritourism-facilities-italy/> (дата звернення 06.05.2025).
46. Patrimonio Unesco: веб-сайт. URL: <https://www.fulltravel.it/unesco/> (дата звернення 15.05.2025).
47. Rapporto sul turismo enogastronomico Italiano 2023: веб-сайт. URL: <https://www.robertagaribaldi.it/rapporto-sul-turismo-enogastronomico-italiano-2023/> (дата звернення 15.05.2025).
48. The annual Peperoncino Festival in Diamante, Calabria: веб-сайт. URL: <https://flavorofitaly.com/flavor-of-italy-podcast/food-wine/the-annual-peperoncino-festival-in-diamante-calabria/> (дата звернення 20.05.2025).
49. The Most Beautiful (and Under the Radar) Places to Visit In Italy: веб-сайт. URL: <https://www.harpersbazaar.com/culture/travel-dining/g7225/mostbeautiful-places-in-italy/> (дата звернення 20.04.2025).
50. The study about gastronomic tourism and gastronomic tourist's issues: веб-сайт.

URL: [https://doi.org/10.31435/rsglobal\\_conf/25052021/7564](https://doi.org/10.31435/rsglobal_conf/25052021/7564) (дата звернення 17.05.2025).

51. Things to Do in Gallipoli: веб-сайт. URL: [https://www.tripadvisor.com/Attractions-g616185-Activities-Gallipoli\\_Province\\_of\\_Lecce\\_Puglia.html](https://www.tripadvisor.com/Attractions-g616185-Activities-Gallipoli_Province_of_Lecce_Puglia.html) (дата звернення 11.05.2025).
52. UNESCO in Italy: веб-сайт. URL: <https://getbybus.com/en/blog/unesco-sites-in-italy/> (дата звернення 11.05.2025).
53. What to do in Alba during truffle Festival? Why is so Expensive: веб-сайт. URL: <https://piedmonttravelguide.com/what-to-do-in-alba-during-truffle-festival> (дата звернення 20.05.2025).
54. 17 Magical Cities + Towns in Puglia to Visit: веб-сайт. URL: <https://www.ourescapeclause.com/best-places-to-visit-in-puglia-towns/> (дата звернення 20.05.2025).
55. 20 Best Things to Do in Bari (Puglia's Capital of Cool!): веб-сайт. URL: <https://www.meganstarr.com/things-to-do-in-bari-i> (дата звернення 20.05.2025).

# ДОДАТКИ

## Додаток А

## Оглядові міста екскурсії «СМАК ІТАЛІЇ»



Рис. А.1. Барі [51]



Рис. А.2. Альтамура [51]



Рис. А.3. Матера [51]







Рис. А.4. Мандурія [51]

## Додаток Б

## Таблиця Б.1


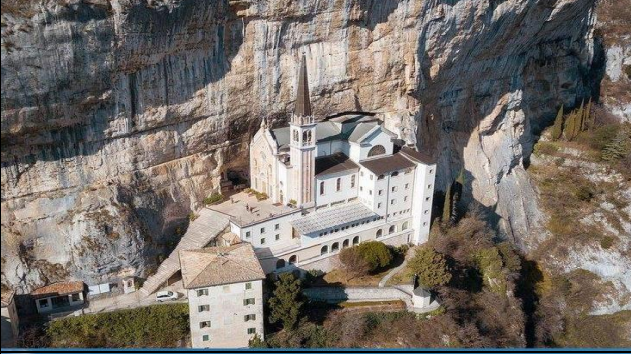


## Експерсія по Барі в турі «СМАК ІТАЛІЇ»

Місця	Фото
Базиліка Святого Миколая	
собор Святого Сабіна	
Площа Аль	
Палац Акведука	




## Додаток В

## Таблиця В.1

## Екскурсія по Матері в турі «СМАК ІТАЛІЇ»

Місця	Фото
Церква Сан П'єтро Баріzano	
Монастир Мадонна делла Вірту Сан Нікола делла Гречі	
Собор Матери	
Церква Санта Лючія але Мальве	

## Екскурсія по Галліполі в турі «СМАК ІТАЛІЇ»

Місця	Фото
Кафедральний Собор Святої Агати	
Анжуйсько-Арагонський замок	
Старе місто	

## Гастрономічні об'єкти у турі [51]

Об'єкт	Місце розташування	Фото
Ресторан «Osteria Pico» в Матері	Барі	
Виноробня «Consorzio Produttori Vini»	Матера	
Молочна ферма «Azienda casearia pugliese»	Отранто	
Оливкова ферма «Oleificio Cooperati vo»	Остуні	