

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри

_____ Дудник І.М.,
« ____ » _____ 2021 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

на тему:

Гастрономічний туризм в Італії

Виконавець: студентка 414 групи Степанова Олександра Андріївна

Науковий керівник: к. геогр. н., доцент кафедри міжнародного туризму та країнознавства **Борисюк Оксана Анатоліївна**

Нормоконтролер: _____ **Борисюк Оксана Анатоліївна**
(підпис) (П.І.Б.)

КИЇВ - 2021

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин
Кафедра міжнародного туризму та країнознавства
Спеціальність: 242 «Туризм»
ОПП «Туризмознавство»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

_____ Дудник І.М.
«_____» _____ 2021р.

ЗАВДАННЯ НА ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

Степанової Олександрі Андріївни
(прізвище, ім'я, по батькові в родинному відмінку)

Тема дипломної роботи: «Гастрономічний туризм в Італії», затверджена наказом ректора № 688 /ст від «29» квітня 2021 р.

2. Термін виконання роботи: з «17» травня 2021 р. по «20» червня 2021 р..

3. Вихідні дані роботи: дослідження має теоретичний і практичний характер, виконане на основі аналізу законодавчих актів з питань туристичної діяльності, наукових праць вітчизняних та зарубіжних вчених, які досліджували гастрономічний туризм, матеріалів періодичних видань, статистичних даних, інформаційних ресурсів мережі Інтернет.

4. Зміст дипломної роботи:

РОЗДІЛ 1. Теоретичні основи дослідження гастрономічного туризму

РОЗДІЛ 2. Стан гастрономічного туризму в Італії

РОЗДІЛ 3. Проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Італії.

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Перелік обов'язкового графічного (ілюстративного) матеріалу:

Рис. 1.1. Переваги гастрономічного туризму; Таблиця 1.1. Класифікація гастрономічного туризму; Рис.1.2. Об'єкти гастрономічного туризму, які користуються попитом у туристів; Таблиця 1.2. Рейтинг міст світу за кількістю ресторанів відмічених зірками Мішлен; Рис.1.3. Карта гастрономічних фестивалів світу; Таблиця 2.1 PEST-аналіз Італії; Таблиця 2.2 SWOT-аналіз Італії; Рис. 2.1 Мотивація туристичних прибуттів в Італію; Рисунок 2.2 Мотивація у гастрономічному туризмі в Італії; Таблиця 3.1. Програма туру «Смачний тур від Рима до Неаполя»; Рис. 3.1. Гастрономічна карта України; Рис.3.2 Проблеми розвитку гастрономічного туризму в Україні.

6. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін Виконання	Відмітка про виконання
1.	Проаналізувати літературні та інші джерела з проблеми дослідження.	29.04 - 02.05 2021 р.	Виконано
2.	Обґрунтувати об'єкт, предмет дослідження, сформулювати завдання і мету. Написати вступ.	03.05 – 07.05 2021 р.	Виконано
3.	Проаналізувати різноманітні джерела інформації щодо теоретичних основи гастрономічного туризму. Написати перший розділ.	08.05 - 10.05 2021 р.	Виконано
4.	Проаналізувати сучасний стан розвитку гастрономічного туризму в Італії. Написати другий розділ роботи.	11.05 - 15.05 2021 р.	Виконано
5.	Виявити проблеми і перспективи розвитку гастрономічного туризму в Італії. Написати третій розділ роботи та висновки.	16.05 - 22.05. 2021 р.	Виконано
6.	Узагальнити результати проведеного дослідження, сформулювати висновки.	23.05 - 28.05 2021 р.	Виконано

7.	Підготувати доповідь на попередній захист, розробити демонстраційні матеріали.	29.05 - 01.06 2021 р.	Виконано
8.	Провести роботу над зауваженнями після попереднього захисту дипломної роботи.	02.06 - 06.06. 2021 р.	Виконано
9.	Захист дипломної роботи.	16.06.2021	

7. Дата видачі завдання: «29» квітня 2021 р.

Науковий керівник дипломної роботи _____ Борисюк О.А.
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання _____ Степанова О.А.
(підпис випускника) (П.І.Б.)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Гастрономічний туризм в Італії»: 81 сторінка роботи та 2 додатки, 7 рисунків, 5 таблиць, 34 використаних джерела.

Об'єкт дослідження – гастрономічний туризм

Предмет дослідження – гастрономічний туризм в Італії

Метою даної роботи є аналіз гастрономічного туризму Італії. Виявлення проблем та перспектив розвитку гастрономічного туризму в Італії та досвід для України.

Методи дослідження. Для розв'язання визначених в роботі завдань, досягнення мети використовувався комплекс взаємодоповнюючих методів дослідження, а саме: метод оцінювання та узагальнення - для визначення особливостей гастрономічного туризму, метод системного аналізу – для вивчення сучасних проблем та перспектив розвитку гастрономічного туризму в Італії, статистичний та візуально-графічний методи – для відображення тенденцій розвитку гастрономічного туризму в Італії.

Інформаційними джерелами при написанні роботи були законодавчі акти з питань туристичної діяльності, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, які досліджували гастрономічний туризм, матеріали періодичних видань, статистичні дані, інформаційні ресурси мережі Інтернет.

Наукова новизна отриманих результатів: в процесі дослідження було розроблено низку рекомендацій щодо покращення стану гастрономічного туризму в Італії.

Результати бакалаврської роботи можуть бути корисними при розробці програм розвитку гастрономічного туризму в Італії та Україні і бути використаними при розробці спецкурсів для студентів спеціальностей міжнародного туризму, міжнародних відносин, країнознавства.

ЗМІСТ

Вступ	7
Розділ 1. Теоретичні основи дослідження гастрономічного туризму	10
1.1. Сутність поняття «гастрономічний туризм» в роботах зарубіжних і вітчизняних вчених	10
1.2. Історія розвитку та види гастрономічного туризму	16
1.3. Основні центри гастрономічного туризму у світі.....	24
Розділ 2. Стан гастрономічного туризму в Італії	33
2.1. Передумови розвитку гастрономічного туризму в країні	33
2.2. Аналіз динаміки розвитку та структури гостротуризму в Італії.....	38
2.3. Дестинації гастрономічного туризму в країні	41
Розділ 3 Проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Італії.....	51
3.1. Аналіз гастрономічних турів до Італії.....	51
3.2. Проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Італії	64
3.3. Розвиток гастрономічного туризму в Україні на прикладі Італії ...	67
Висновки.....	72
Список використаних джерел	75
Додатки	79

ВСТУП

Актуальність теми. В умовах сьогодення важливою складовою туристичної індустрії є харчування туристів. Окрім знайомства з цікавими історичними пам'ятками, містами та країнами туристи прагнуть пізнати особливості національної кухні. Гастрономічний туризм як подорожі з метою задоволення своїх гастрономічних потреб та смаків – один із прогресивних та перспективних сучасних напрямків у туристичній галузі. Даний вид туризму отримав досить інтенсивний розвиток та здобув неабияку популярність у світі, зокрема у Європі. Можливість вдосконалювати такий вид подорожей в Італії та світі простимулює розвиток багатьох регіонів, зокрема через прилив коштів до місцевих бюджетів, і тому це робить дану тему особливо актуальною в наш час. Досвід Італії та інших гастрономічних країн світу набув особливого значення для розвитку українського потенціалу в цьому ж напрямку.

Велике значення гастрономічного туризму виявляється у можливості розмежовувати особливості культури певних народів, із цієї точки зору він являє собою засіб посилення перехресного культурного спілкування, є проявом міжнаціональних зв'язків та сприяє встановленню всебічних контактів. В результаті розмаїття культурних контактів проходить синтез ментальних, матеріальних і духовних цінностей та здобутків від державного рівня до міжособистісного .

Дослідження стану ринку на сучасному етапі та напрямки розвитку гастрономічного туризму є запорукою виявлення перспектив розвитку гастрономічного туризму в Італії та розробки конкурентноспроможного туристичного продукту на світовому ринку туристичних послуг.

Метою даного дослідження є визначення стану, проблем та перспектив розвитку гастрономічного туризму в Італії.

Для досягнення мети поставлено наступні **завдання**:

- проаналізувати поняття гастрономічний туризм, історію його виникнення та розвитку;
- розглянути класифікацію гастрономічного туризму;
- скласти та проаналізувати перелік найпопулярніших destinations гастрономічного туризму у світі;
- дослідити передумови розвитку гастрономічного туризму в Італії;
- проаналізувати динаміку розвитку та структуру гастротуризму в країні;
- виявити проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Італії;
- визначити можливості використання італійського досвіду для розвитку гастротуризму в Україні.

Об'єктом дослідження даної теми є гастрономічний туризм, а **предметом** – сучасний стан та перспективи гастрономічного туризму в Італії.

Дослідженнями теоретичних і практичних аспектів розвитку гастрономічного туризму, визначенням змісту, аналізом деяких об'єктів, включених до складу «гастрономічних турів» займалися такі зарубіжні вчені, як: К. Холл, Д. Гілмор, Б. Пін, Р. Митчелл, Д. Хендерсон, Ю. Лін, Т. Пірсон, Л. Кей та ін.

Аналіз сучасної літератури свідчить про активне науково-практичне опрацювання проблеми гастрономічного туризму і в Україні. В дослідженнях А. Бусигіна, Е. Маслова, І. Комарницького, В. Федорченка, Д. Басюк, Т. Сокол, Т. Божук, Л. Прокопчук, Т. Шпараги, В. Бойко, О. Любіцевої, Ф. Шандора, Г. Волкової, М. Баштової висвітлюється історико-культурний контекст розвитку цього виду туризму, особливості створення регіональних туристичних продуктів на основі національних кулінарних традицій.

Для виконання поставлених завдань використано такі **методи наукових досліджень**:

- теоретичний аналіз літературних джерел;
- статистичний метод;

- метод порівняльного аналізу;
- метод класифікації;
- метод прогнозування;
- метод узагальнення.

Наукова новизна отриманих результатів: в процесі дослідження було розроблено низку рекомендацій щодо покращення стану гастрономічного туризму в Італії та запозичення досвіду для України.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність поняття «гастрономічний туризм» в роботах зарубіжних і вітчизняних вчених

Слово «гастрономія» має грецьке походження, воно складається з двох слів, а саме «gastro», що означає шлунок та «gnomos» – закон. Загалом, гастрономія – це наука, яка вивчає зв'язок між культурою та харчуванням.

Харчування – це не лише фізіологічна потреба. У зв'язку з розвитком харчової промисловості, споживання їжі стало ще й частиною такого поняття як відпочинок. Окрім того, люди в сучасному світі все менше часу хочуть витратити на приготування їжі, аби займатися більш продуктивною діяльністю. Внаслідок цього вони все більше харчуються поза домом. Розвиток туризму також вплинув на розширення діяльності харчової галузі. Адже, як відомо, 30% витрат під час подорожі припадають на харчування. Ці чинники зумовили виникнення такого поняття як «гастрономічний туризм» [0].

В літературі зустрічаються терміни: гастрономічний туризм, кулінарний туризм, харчовий та продовольчий туризм. Всі ці терміни можна вважати синонімами, але дослідники наполягають на терміні «гастрономічний туризм».

Термін «кулінарний туризм» було вперше вжито американським професором Лусі Лонг у 1998 році. Пізніше була створена Всесвітня асоціація гастрономічного туризму, яка запропонувала вживання терміну «гастрономічний туризм» замість «кулінарний» і дала таке визначення цьому поняттю – подорож, ціллю якої є отримання автентичного досвіду, що базується на культурі споживання їжі та напоїв, ознайомленні з унікальними місцями та культурою через національну кухню [**Error! Reference source not found.**].

Е. Вольф, засновник Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму, так визначає поняття «гастрономічний туризм» – це пошук і задоволення унікальною та незабутньою їжею та напоями, як на іншому кінці світу, так і у своєму містечку, адже окрім подорожей у віддалені куточки світу, ми також можемо стати гастрономічними туристами у своєму регіоні **[Error! Reference source not found.]**.

Вітчизняні та закордонні науковці, які займаються цією, темою по-різному трактують поняття «гастрономічний туризм». Х. Ридван пояснює цей термін так: «це туризм, створений місцевими громадами для підтримки АПК» **[Error! Reference source not found.]**.

Г. Жеоргхе розуміє цей термін, як «подорож для того, щоб спробувати місцеві продукти чи прийняти участь у гастрономічних заходах» **[Error! Reference source not found.]**.

М. Броеж трактує поняття «гастрономічний туризм» як «інноваційний гастрономічний досвід турів садівництва та дегустації». Д. Дасілва під цим терміном розуміє «досвід туризму, в якому цінуються і споживаються їжа та напої, що відображають місцеву чи національну кухню, культуру споживання, кулінарні методи» [3].

Д. Басюк дає таке визначення: «спеціалізований вид туризму, що здійснює ознайомлення з національними кулінарними традиціями різних країн, що є поєднанням екології, культури і виробництва» **[Error! Reference source not found.]**.

За С. Гатауліною гастрономічний туризм – це вид туризму, метою якого є ознайомлення з кулінарними особливостями тієї чи іншої країни. Дослідниця вважає, що гастротуризм є дуже перспективним напрямком, який сприятиме відновленню національних кулінарних традицій.

С. Саламатіна говорить про цей вид туризму так – вид діяльності, що ставить за мету ознайомлення з етнічною кухнею, базовими продуктами, технологіями приготування, а також здобуття нових знань в галузі кулінарії **[Error! Reference source not found.]**.

Згідно з Т. Трададенко, гастротуризм – це поїздка країнами і континентами, що має за мету дегустацію унікальних страв та продуктів, знайомство з рецептурою, яка має вікові традиції.

В. Кошевников тлумачить термін «гастрономічний туризм як «особливі винні та гастрономічні тури; відвідування спеціалізованих музеїв, винокурень, сироварень тощо; відвідування місцевих ресторанів, кулінарних курсів, фермерських господарств, ярмарок, фестивалів тощо» [Error! Reference source not found.].

Т. Кукліна вважає, що цей вид туризму – це поїздки в різні куточки світу для ознайомлення з кулінарними звичаями регіональної кухні; а головною метою є дегустація унікальних страв [Error! Reference source not found.].

Таким чином, проаналізувавши з думками науковців, можна сформувати загальне визначення поняття «гастрономічний туризм» – це один з видів туризму, метою якого є ознайомлення із способами приготування страв та напоїв і їх дегустацією, а також кулінарними традиціями території, регіону, країни тощо. Цей вид туризму можна розглядати, як інструмент пізнання культурної спадщини території, адже національна кухня – це один із чинників, який відображає традиції, світосприйняття та спосіб життя людей, які живуть в певному регіоні [4].

Об'єктами гастрономічного туризму є:

- країни, що мають специфічні особливості національної кухні;
- окремі регіони, які виготовляють відомі для цієї місцевості продукти;
- ресторани, що виділяються оригінальними стравами;
- організації, які займаються освітніми програмами щодо розвитку гастрономічного туризму;
- підприємства (заводи, фабрики, цехи) з виробництва певної кулінарної продукції;
- гастрономічні події: конференції, дегустації, ярмарки, фестивалі тощо.

Як будь-якому виду туризму, гастрономічному туризму притаманні певні особливі риси:

— Потенціал для розвитку даного виду туризму є у всіх країнах. Кожен регіон світу має свої цікаві кулінарні особливості, специфічні продукти, характерні лише для цієї місцевості, кліматичні умови, традиції споживання їжі і напоїв, що створює кулінарне різномаяття у світі.

— Гастротуризм є елементом будь-якої подорожі в тій чи іншій мірі, що зумовлено фізіологічними потребами. Але власне гастрономічний туризм переслідує ідею знайомства туристів з національною кухнею.

— Цей вид туризму не залежить від сезону, пори року. Адже певні продукти та страви для даного регіону є доступними цілий рік, або ж для кожного сезону можна підібрати відповідний гастрономічний тур.

— Просування місцевих виробників продовольчих товарів є важливою частиною будь-якого туру.

— Гастрономічний туризм є підвидом пізнавального туризму і, навідміну від інших підвидів пізнавального туризму, він крім зору і слуху впливає також на такі відчуття як смак і запах.

— Гастрономічні тури не бувають «гарячими» і не пов'язані з поняттям «найнижча ціна» [3].

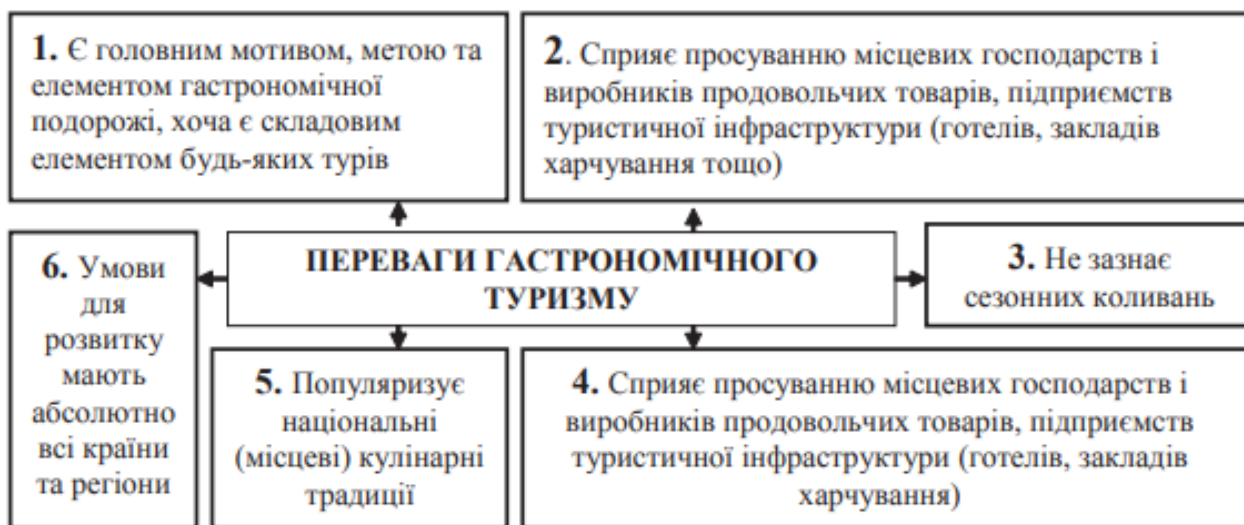


Рис. 1.1. Переваги гастрономічного туризму

Джерело: [3]

На розвиток гастрономічного туризму впливають соціально-економічні, політичні та релігійні фактори.

До соціально-економічних факторів відносять:

- економічний стан в країні;
- нормативно-правову базу в галузі туристичної сфери;
- ресурсний потенціал;
- екологічний стан території;
- стан розвитку агропромислового комплексу та харчової промисловості;
- національний, віковий, професійний, статевий склад населення;
- розвиток культури та дотримання національних традицій;
- розвиток інфраструктури.

До політичних факторів належать:

- стабільність політичної ситуації;
- відсутність міжнаціональних конфліктів;
- політична культура населення;
- ставлення населення до іноземних туристів.

Релігійними факторами є:

- відмінності у релігійних сповіданнях;
- релігійні традиції;
- толерантність до представників інших віросповідань.

Гастрономічний турист – особа, яка здійснює подорож в межах своєї країни, або закордоном на термін від 24 годин з метою ознайомлення з місцевими продуктами, стравами та напоями, технологією їх приготування та виробництвом. Він є мандрівником, який пізнає історію місцевості через їжу. Для таких туристів цікаве походження продуктів, вони цінують гастрономію, як можливість комунікації й отримання досвіду [4].

Гастрономічні туристи поділяються на такі групи:

- туристи, які шукають для себе нові напрямки;
- туристи, що прагнуть урізноманітнити своє харчування;
- туристи-гурмани;
- туристи, професія яких пов'язана з кулінарією;
- туристи, що прагнуть дослідити культуру країни через національну кухню;
- представники туристичних фірм, які зацікавлені у вивченні гастрономічних особливостей краю для розробки турів [5].

Гастрономічному туризму притаманні певні ознаки, а саме стійкість, якість, зв'язок та співпраця.

Стойкість означає незмінність кулінарного продукту, залучення туристів до вже існуючих в певній місцевості кухні, продукції, виробництва, послуг і заходів, а не штучно створювати туристичний продукт для приваблення туристів.

Якість пояснюється як необхідність виробництва лише якісної продукції задля захисту споживачів та належного їх прийому.

Зв'язок, як особливість, характеризується тим, що між всіма сегментами сфери гастрономічного туризму має забезпечуватися постійний зв'язок, який починається з достовірного опису туристичних дестинацій, вибору туристом бажаного туру на основі доступної інформації, а закінчується обміном враженнями через соціальні мережі.

Співпраця поляє у тому, що всі учасники розробки кулінарного продукту (кухарі, виробники продуктів, готельєри, ресторатори тощо) беруть участь у створенні гастрономічного туристичного продукту [4].

Гастрономічний туризм стає все більш популярним у світі і є важливим явищем не лише культурного та соціального, але і соціально-економічного плану. Все частіше важливим мотивом для здійснення подорожей є відвідування знаних кулінарними традиціями місць, знайомство з новими видами кулінарії, пізнання нових кулінарних шляхів і маршрутів; відкриття

територій, що зв'язані з вирощуванням продукції, риболовлюю та іншими видами діяльності, пов'язаними з харчовою промисловістю.

Завдяки різноманітним культурним контактам під час здійснення гастрономічної подорожі відбувається взаємообмін духовними, матеріальними цінностями та досвідом між людьми, націями, державами.

Отже, гастрономічний туризм – це один з видів туризму, метою якого є ознайомлення із способами приготування страв та напоїв і їх дегустацією, а також кулінарними традиціями території, регіону, країни тощо. Об'єктами даного виду туризму є: країни, з певними специфічними особливостями національної кухні; регіони, які відомі виробництвом конкретного продукту; ресторани з унікальною та оригінальною кухнею; організації з питань розвитку гастрономічного туризму; підприємства з виробництва кулінарної продукції; гастрономічні фестивалі, ярмарки та інші події. Ознаками гастрономічного туризму є: стійкість, якість, зв'язок і співпраця.

1.2 Історія розвитку та види гастрономічного туризму

Гастрономічний туризм, як самостійний напрям туризму, почав розвиватися відносно недавно. Проте, дослідники стверджують, що вже перші у світі мандрівники були гастрономічними туристами. Відомі дослідники далеких країв Марко Поло, Льюїс і Кларк, Афанасій Нікітін, описуючи свої подорожі, приділяли значну увагу враженням від дегустації місцевої кухні. Середньовічні торговці та купці вирушали в небезпечні довгі подорожі, щоб знайти, скуштувати та привезти додому незвичайні продукти: екзотичні фрукти, спеції, горіхи, вина та масла. Враження від таких продуктів лягало в основу враження про всю країну, її народ та звичаї. Але окремою наукою ця галузь стала набагато пізніше [6].

В 1998 році вперше з'явилося поняття «кулінарний туризм» Цей рік вважається роком початку гастрономічного туризму як окремого туристичного напрямку. Тоді в державному університеті США «Bowling

Green» Л. Лонг, доцент кафедри народної культури, увів термін «кулінарний туризм» з метою підтвердження ідеї про те, що інші культури пізнаються через куштування місцевої кухні.

У 2001 році з'явилася перша стаття з даної теми за авторства Еріка Вольфа, а згодом на її основі вийшла в світ і перша книга. Е. Вольф є засновником Міжнародної асоціації гастрономічного туризму (2003 р.), яка у 2012 році була перейменована на Всесвітню асоціацію гастрономічного туризму. Місія даної організації наступна: «Допомагати людям, громадськості та підприємствам розвиватися шляхом налагодження взаємовігдних відносин, заснованих на загальному інтересі до їжі та напоїв». Цією організацією було запропоновано вживати термін «гастрономічний туризм» замість «кулінарний туризм» як такий, що краще відображає сутність поняття. Членами асоціації є понад 50 тис. осіб, представлених 139 країнами світу [**Error! Reference source not found.**].

У 2006 році було створено Міжнародний інститут кулінарного туризму, який займається реалізацією світніх і навчальних програм при Міжнародній асоціації гастрономічного туризму [7].

Це стало передумовою до створення турфірм, які спеціалізуються на кулінарному туризмі («GourmetonTour» у Сполучених Штатах, «The International kitchen» у Великій Британії, «Gourmet Getaways» в Італії та ін.)

Першими у започаткуванні і виченні поняття «гастрономічний туризм», були американські науковці, хоча вважається, що підґрунття для цих досліджень створили італійці. Вони перші почали заохочувати туристів до подорожей за смачною їжею та напоями.

Створення міжнародного союзу гастрономічних міст Delice говорить про те, що гастрономічний туризм має значний потенціал розвитку у світі. До союзу входять близько двадцяти міст і столиць, які володіють оригінальними гастрономічними традиціями та влаштовують різноманітні фестивалі. Члени організації наполягають на тому, що гастрономічна індустрія є важливою

частиною самобутності території і впливає на формування туристичного іміджу [4].

В Україні в 2013 році засновано громадську спілку під назвою «Асоціація сприяння розвитку винного та гастрономічного туризму». До цієї організації на добровільних засадах входять вищі навчальні заклади, установи та організації, підприємства, які пов'язані зі сферою туризму, харчової і виноробної галузей, готельно-ресторанного бізнесу.

Метою Асоціації є активне сприяння розвитку гастрономічного і винного туризму в нашій країні, розробка та впровадження українського еногастрономічного продукту на внутрішньому та зовнішньому туристичних ринках, сприяння та підтримка українських виробників відповідної продукції.

Асоціація сприяння розвитку винного та гастрономічного туризму ставить перед собою наступні завдання:

- Інтеграція зусиль всіх організацій, які працюють у сферах туризму, готельно-ресторанного бізнесу, виноробної та харчової промисловості з метою розвитку гастротуризму в Україні;
- ознайомлення з світовим досвідом в даній галузі та налагодження міжнародного співробітництва;
- підвищення кваліфікації працівників сфери: навчання, тренінги, курси, конкурси на визначення кращого працівника та краще підприємство;
- маркетингове дослідження регіонів України щодо розвитку винного та гастрономічного туризму;
- внесення пропозицій щодо покращення нормативно-правової бази;
- проведення екскурсій, турів, конференцій, фестивалів в Україні [8].

Також з 2015 року під керівництво Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму започаткувалося проведення Глобальної конференції з гастрономічного туризму. Вперше вона відбулася у цьому ж році в США у м. Чикаго. Конференція об'єднує всіх зацікавлених у цій сфері осіб:

менеджерів компаній, допоміжний персонал, власників туристичного, готельно-ресторанного бізнесу, покупців з усіх частин світу. З того часу конференція проводиться щорічно і має важливе значення для розвитку гастрономічного туризму [4].

Починаючи з 10 червня 2017 року міжнародна спільнота відзначає День національного харчового туру, демонструючи те, що гастрономічний туризм є важливим напрямом туризму [4].

Існує низка досліджень, присвячених класифікації видів гастрономічного туризму. За С. Гатауліною та В. Шикеринець гастротуризм поділяється на два основних види: сільський та міський. Відмінність між ними у тому, що туристи, які відправляються у подорож до сільської місцевості, бажають спробувати екологічно чисті продукти та страви з їх використанням [9].

Т. Трададенко стверджує, що для класифікації видів гастрономічного туризму потрібно враховувати не лише географічні фактори, як у попередній класифікації, а й мету подорожі та її програмне забезпечення (кулінарні свята, фестивалі), окрім цього, дослідниця виділяє івентивний гастротуризм – підвид подієвого туризму, що пов'язаний з релігійними та національними святами, ключовими моментами яких є кулінарні традиції (Масляна, Великодень, Різдво та ін.) [9].

С. Саламатіна виокремлює наступні види спеціалізації гастротуризму: винний, рибний, сирний, кавовий, чайний, медовий, шоколадний, агро, фруктово-ягідий та змішаний. Відповідно даної класифікації стає зрозумілим те, що кожен з видів гастрономічного туризму передбачає ознайомлення з умовами та технологією виробництва певних продуктів та їх дегустацією [11].

Кавовий туризм – це туризм, який передбачає поїздки центрами кавового виробництва. Подорожуючі пізнають історію цієї справи, дегустують напої, знайомляться з процесами обсмаження, способами заварювання кави тощо.

Шоколадний туризм – поїздки екзотичними країнами, що відомі масштабним виробництвом какао бобів, а також країнами, які славляться виготовленням шоколадних виробів.

Пивний туризм – екскурсії до країн, відомих своїми пивоварнями, задля того, аби познайомитися з сортами пива, відвідати пивоварні, пивні фестивалі.

Винний туризм (енотуризм) – це один з найпопулярніших видів гастрономічного туризму, який передбачає екскурсії на виноградники, до винних підвалів, дегустацію вин та винної продукції.

Рибний туризм – подорож з метою дегустації рибних страв та морепродуктів, а також відвадання водних угідь, рибних ферм та заводів з залученням до процесу вилову риби та ознайомлення з технологіями її приготування.

Медовий туризм (апітуризм, бджолиний туризм) – різновид туризму, метою якого є дегустація, купівля продуктів бджільництва (мед, віск, пилок тощо) безпосередньо на місці виробництва.

Фруктово-ягідний туризм – вид гостротуризму, який передбачає збирання і споживання фруктів та ягід, а також ознайомлення з різноманітними технологіями їх переробки.

Сирний – поїздки в центри виробництва і споживання сиру, відвідування приватних сироварень, огляд професійного обладнання, знайомство зі стародавніми рецептами, зустріч з сирним «сомельє» і вивченням відтінків смаку сирів.

З данною класифікацією погоджуються більшість дослідників гастрономічного туризму. Зокрема Є. Обухов називає ці підвиди гастрономічного туризму гастрономічним монотуризмом. На його думку, гастрономічний монотуризм – це собливиий вид кулінарного туризму, присвячений єдиному продукту [9].

У працях Г. Вишневської гастрономічний туризм розділяється на сільський-зелений, де туристи мають змогу збирати лісові ягоди, овочі та фрукти з фермерських грядок та прогулюватися виноградниками, а також

міський – відвідування ресторанів та кав'ярень, кондитерських фабрик, ковбасних заводів тощо. Метою поїздок виступає дегустація однієї або декількох страв, характерних для даної місцевості: сир, шоколад, вино, пиво, чай, кава [5].

Д. Стешенко та А. Парфіненко щодо класифікації гастрономічного туризму дотримуються іншої точки зору. Вони виділяють такі види гастротуризму:

— по сільській місцевості – відвідування сіл та селищ з метою ознайомлення з місцевими стравами та напоями;

— ресторанний – подорожі, що передбачають відвідування відомих ресторанів з ексклюзивною та високо якісною кухнею, що мають національну зорієнтованість;

— освітній – поїздки, основною метою яких є навчання у спеціалізованих закладах з кулінарною спеціалізацією, а також участь у майстер-класах та курсах з кулінарного мистецтва;

— подієвий – подорож до певної місцевості у відповідний час та період року, що пов'язана з відвідуванням релігійних, національних та кулінарних свят, участю у спеціалізованих фестивалях та ярмарках [12].

В. Омельницька виділяє такі класифікаційні ознаки як мета та напрям подорожі.

За метою подорожі гастрономічний туризм поділяється на:

— культурно-пізнавальний – відвідування різноманітних екскурсій кулінарного та виробничого характеру;

— оздоровчий – споживання лікувальних трав'яних зборів, чаїв, меду та паралельне проходження оздоровчих процедур (апітерапія, винотерапія, дієтотерапія);

— для гурманів – дегустація вишуканих страв та напоїв спеціалістами (сомельє, дегустаторами);

За напрямками подорожі гастротуризм поділяється на святковий та фестивальний, що передбачають відвідування та участь у гастрономічних ярмарках, фестивалях тощо [9].

В. Омельницька окремо виділяє й такий вид гастрономічного туризму, як особливий, а саме – гастродипломатія – організація дипломатичних прийомів, з урахуванням гастрономічних особливостей держав-гостей та держав-організаторів.

Таким чином, на основі досліджень науковців в сфері гастрономічного туризму нами було виділено наступні класифікаційні ознаки щодо видів гастрономічного туризму: за місцем розташування дестинації; за метою подорожі; за видом конкретного продукту; за напрямом подорожі; особливі. Класифікація гастрономічного туризму наведена в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Класифікація гастрономічного туризму

Ознака класифікації	Підвид	Характеристика туристичної діяльності
За місцем розташування дестинації	Сільський	Куштування екологічно чистих продуктів; збір овочів, фруктів та ягід; прогулянки по виноградникам.
	Міський	Відвідування промислових або сервісних підприємств (кондитерських фабрик, ковбасних заводів); відвідування ресторанів з дегустацією делікатесних страв.
За метою подорожі	Культурно-пізнавальний	Відвідування різноманітних екскурсій
	Оздоровчий	Винотерапія; дієтотерапія; терапія цілющими травами та чайними зборами;
	Гурман	Дегустація вишуканих страв та напоїв спеціалістами гастрономічної сфери (дугустаторами, сомельє)
	Винний	Дегустація вин; прогулянки виноградниками; екскурсія по виноробні.
	Пивний	Дегустація пива; відвідування пивоварень та пивних заводів.

За видом конкретного продукту	Сирний	Дегустація сирів; Відвідування сирних погребів; Відвідування екскурсій на сирних заводах та невеликих сироварнях
	Чайний	Дегустація чаю; участь у чайних церимоніях; відвідування чайних плантацій; відвідування фабрик розфасовування та упакування чаю.
	Кавовий	Дегустація кави; відвідування кавових плантацій; відвідування фабрик розфасування та упакування кави.
	Шоколадний	Дегустація шоколаду; відвідування шоколадних фабрик, заводів та майстернь; відвідування плантацій какао.
	Фруктово-ягідний	Дегустація фруктів та ягід, а також фруктово-ягідної продукції; збирання фруктового чи ягідного урожаю; відвідування фруктових садів; відвідування заводів з переробки фруктів та ягід.
	Рибний	Дегустація рибної продукції; відвідування рибних ферм та водойм; відвідування заводів з переробки риби.
	Медовий	Дегустація меду; відвідування пасіки; проходження косметичних процедур з використанням меду та медової продукції; відвідування екскурсій на медових заводах.
	Змішаний	Поєднання декількох спеціалізацій
За напрямом подорожі	Святковий	Відвідування гастрономічних свят
	Фестивальний	Відвідування гастрономічних фестивалів
Особливі	Гастродипломатія	Організація дипломатичних прийомів з урахуванням гастрономічних особливостей держав-гостей та держав-організаторів

Джерело: розроблено автором

Отже, «гастрономічний туризм» – явище досить новітнє. Вперше його почали досліджувати у 1998 р. Після введення поняття «кулінарний туризм». Е. Вульф – один з найперших дослідників даного виду туризму. У 2003 р. Ним

було засновано Всесвітню асоціацію гастрономічного туризму, що є важливою організацією і до сьогодні. В Україні також створено подібну асоціацію, яка займається просуванням гастрономічного туризму в Україні. Вона має назву «Асоціація сприяння розвитку винного та гастрономічного туризму» та була заснована у 2013 р. на базі Національного університету харчових технологій.

На сьогодні гастрономічний туризм класифікують таким чином: за місцем розташування (сільський, міський), за видом конкретного продукту або напою (винний, пивний, сирний, шоколаднийтощо), за метою подорожі (культурно-пізнавальний, оздоровчий, гурман), за напрямом подорожі (святковий, фестивальний).

1.3 Оновні центри гастрономічного туризму у світі

Розвиток гастрономічного туризму – це новітня тенденція у всьому світі. Попит на різноманітні послуги гастрономічного туризму обумовлений наявністю в тій чи іншій країні або регіоні відповідних туристичних ресурсів. Такими ресурсами можуть бути ресторани господарства, гастрономічні події та заходи, а також об'єкти гастрономічної та кулінарної спадщини. Всесвітня туристична організація UNWTO у 2019 р. оприлюднила рейтинг найбільш привабливих дестинацій гастрономічного туризму. Перше місце у рейтингу займають заклади ресторанного господарства, друге – заклади торгівлі локальними продуктами харчування, третє – гастрономічні свята та фестивалі.

Рейтинг об'єктів гастрономічного туризму, які користуються попитом у туристів зображено на рисунку 1.2

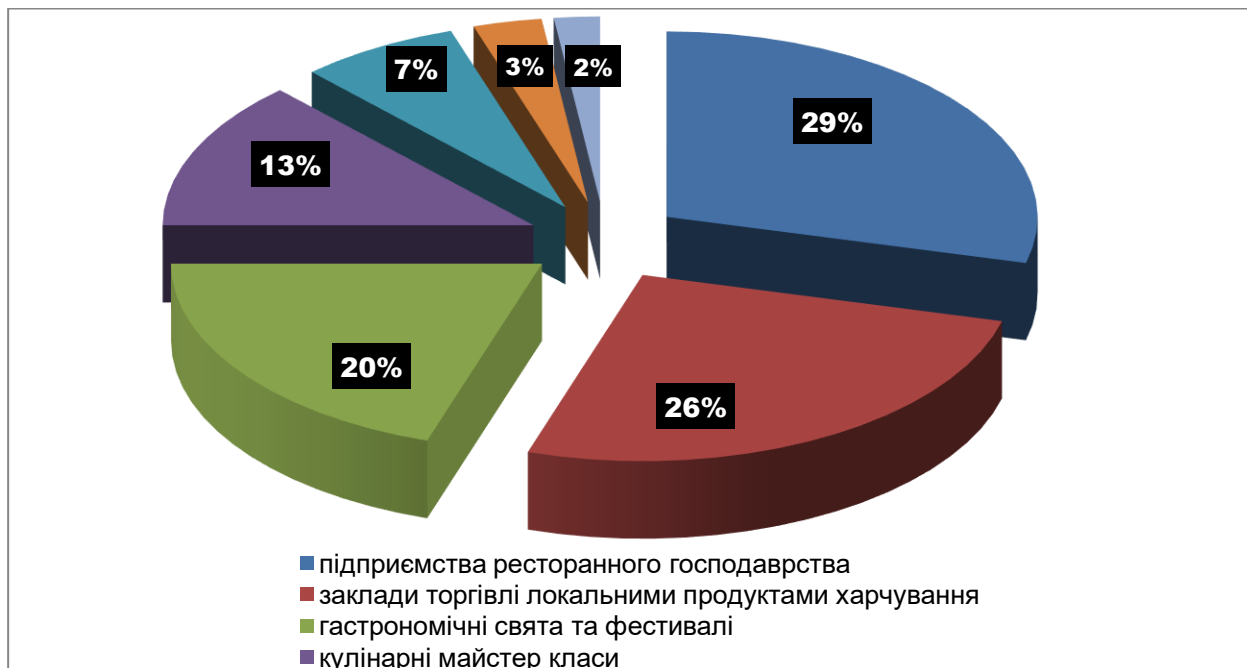


Рис. 1.2. Об'єкти гастрономічного туризму, які користуються попитом у туристів

Джерело: розроблено автором за [8]

Наявність закладів харчування, зокрема ресторанів, є невід'ємною частиною для розвитку гастрономічного туризму в країні чи регіоні. З 1900 року випускається найвпливовіший і найвідоміший ресторанний рейтинг - Червоний гід Мішлен. Зірка Мішлен являється найвищою нагородою для рестораторів та шеф-кухарів. Зірки Мішлен присуджуються щороку в дуже малих кількостях і легко забираються. Одна зірка означає, що це дуже хороший ресторан в своїй категорії. Дві зірки – страви розглядаються як витвір мистецтва. Три зірки мають ресторани з авторською кухнею та неперевершеною роботою шеф-кухирів, які є геніями своєї справи.

На сьогоднішній день у довіднику Мішлен згадується більше 15 тис. ресторанів, проте не всі вони відзначені зірками, хоча згадка у довіднику вже свідчить про високий рівень кулінарної майстерності. Найбільше зірок Мішлен мають ресторани Токіо – 225 ресторанів, Паража та Кіото – 167 ресторанів у кожному місті, Осака – 139 ресторанів та Нью-Йорку – 65

ресторанів. Рейтинг міст світу за кількістю ресторанів відмічених зірками Мішлен відмічено у табл.1.2

Таблиця 1.2

Рейтинг міст світу за кількістю ресторанів відмічених зірками Мішлен

Токіо	Три зірки-12; Дві зірки-53; Одна зірка-160.
Париж	Три зірки-10; Дві зірки-16; Одна зірка-141.
Кіото	Три зірки-7; Дві зірки-25; Одна зірка-135.
Осака	Три зірки-3; Дві зірки-20; Одна зірка-116.
Нью-Йорк	Три зірки-5; Дві зірки-5; Одна зірка-55.
Гонконг	Три зірки-6; Дві зірки-14; Одна зірка-44.
Лондон	Три зірки-3; Дві зірки-9; Одна зірка-60.
Сан-Франциско	Три зірки-3; Дві зірки-6; Одна зірка-23.
Сінгапур	Три зірки-1; Дві зірки-7; Одна зірка-29.
Чикаго	Три зірки-2; Дві зірки-5; Одна зірка-19.

Джерело: розроблено автором за [8]

Найкращими ресторанами, відзначними зірками Мішлен, є: Mirazur (Франція), Noma (Данія), Gaggan(Таїланд), Central(Перу), Disfrutar (Іспанія), Piazza Duomo (Італія), The Clove Club (Великобританія), Narisawa (Японія), Odette (Сінгапур) та інші.

Прийнято вважати, що до Списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, включено тільки культурні та природні пам'ятки, які знаходяться під захистом та популяризуються для туристів. Але, крім того, до списку входять і об'єкти гастрономічного туризму. Це можуть бути як окремі страви, традиції їх приготування, так і в цілому національна кухня країни чи окремого народу.

Наприклад, до Списку Всесвітньої спадщини внесені хорвацькі пряники, які випікаються з 16 століття за майже незмінним з тих пір рецептом; квашена пекінська капуста, що готується у Північній та Південній Кореях; узбецький і таджицький плов, приготування яких вважається справжнім ритуалом; азербайджанська долма; італійська «неаполітанська піца».

В цілому до Списку ЮНЕСКО включено французьку, мексиканську, японську, малавійську кухні. Окремо виділяють Грецію, Іспанію, Італію та Марокко, середземноморська дієта яких оголошена культурною спадщиною.

Французька культура прийому їжі опирається на виборі найсвіжіших продуктів і підборі вина до кожної страви, строгому порядку подачі страв, а також традиції довгих вечер з вишуканою сервіровкою, навіть вдома.

Мексиканська кухня цінна тим, що більшість рецептів мають стародавнє походження та нетрадиційні способи приготування.

Японські страви готуються при мінімальній тепловій обробці, для того щоб зберегти первинний смак продуктів з повагою до природи та традицій, що змусило ЮНЕСКО включити японську кухню до свого списку. Кухня Малаві відома традиціями приготування страв з кукурудзяної муки, а ще жителі цієї країни не їдять м'яса та хліба.

Середземноморська дієта спонукає вживати більше свіжих овочів та фруктів, оливкової олії, червоного вина, їсти менше м'яса та вести здоровий спосіб життя.

Внесення цих об'єктів до Списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО сприяло розвитку гастрономічного туризму в згаданих країнах.



Рис.1.3. Карта гастрономічних фестивалів світу

Зацікавленість гастрономією сприяє активному проведенню гастрономічних свят і фестивалів. У багатьох країнах світу гастрономічні свята є давніми традиціями. Їх люблять як місцеві жителі, так, звичайно, і туристи. Гастрономічний фестиваль – хороший привід для подорожі. Карта гастрономічних фестивалів світу зображена на рисунку 1.4. Одними з найпопулярніших фестивалів є ті, які присвячені алкогольним напоям, а саме вину і пиву. Найграндіознішим серед них є легендарний пивний фестиваль Oktoberfest. Починаючи з 1810 р. в Мюнхені (Німеччина) наприкінці вересня щорічно проводиться цей фестиваль, де випивають понад 7 млн. літрів пива,

з'їдають 1,5 млн. мюнхенських сосисок, 84 бики, 65 свинних рульок, 500 тис. курей. Його відвідують близько 7 млн. туристів [32].

Також, дуже відомими є інші пивні фестивалі: у Портленді (США), Таллінні (Естонія), Фирзен-Дюлькені (Німеччина), Сіетлі (США), Сінгапурі тощо. На таких фестивалях пропонується від 100 до 250 сортів пива.

Найвідомішим винним фестивалем є «Божоле нуво», який проводиться в Бургундії (Франція) з середини 20 століття. Цей фестиваль присвячений дегустації молодого вина сорту «Божоле», до якого подаються французькі ковбаси та запечана птиця [30].

В Італії щороку проводиться гастрономічний фестиваль «Канеллі – місто вина». Головною метою фестивалю є не лише дегустація вишуканих італійських вин, але й куштування найкращих італійських страв.

Дуже популярними є гастрономічні фестивалі присвячені морепродуктам та м'ясу. У Великобританії щороку проходить «Тиждень молюсків і креветок», у ПАР – Фестиваль устриць, у Нідерландах – «Свято оселедця», у Франції – свято морських гребінців Fetedela Coquille, у Фінляндії – Фестиваль салаки.

З 1947 р. у містечку Рокленд (США) проходить фестиваль лобстерів. За 5 днів святкування поїдається не менше 10 тис. кг лобстерів. Окрім дегустації, фестиваль пропонує інші різноманітні розважальні заходи: виставки, конкурси, ярмарки, кулінарні змагання та ін.

Найбільший в Європі фестиваль сосисок проходить в Угорщині в м. Бекешчабе. Його відвідують близько 70 тис. туристів. На цьому святі готують сосиски як професійні кухарі, так і місцеві жителі, використовуючи власні оригінальні рецепти. Подібні фестивалі проводяться у Чехії, Фінляндії, Франції, Німеччині та інших країнах.

В Сакраменто (США) проходить фестиваль, присвячений бекону – Bacon Fest. Понад 100 кулінарів з Америки та Європи готують страви зі свинини, навіть м'ясні десерти.

Фестиваль вуличної їжі проходить у Брюселі (Бельгія). Це найбільший фестиваль, присвячений вуличній їжі різних країн світу, в Європі. Протягом трьох днів святкування сто фургончиків годують і розважають понад 150 тис. туристів. Тут представлені японські, китайські, французькі, бельгійські, мексиканські страви. В кінці фестивалю обирають та нагороджують фургончик з найсмачнішою їжею.

У Неаполі (Італія), що є батьківщиною піци, з 1997 р. проходить «Піца фест», на який збираються найкращі піцайоли з Італії та всього світу. Окрім поїдання різноманітних видів піци, проводяться майстер-класи по приготуванню цієї страви, а також конкурси та змагання.

У світі популярності набувають фестивалі, присвячені овочам та фруктам. Так на острові Уайт (Велика Британія) щороку проходить фестиваль часнику. Крім традиційних страв з використанням часнику, тут можна поласувати вишуканими часниковими пирогами, пивом та навіть морозивом зі смаком часнику. Також цей фестиваль славиться своїми музичними традиціями.

Фестиваль «Ла Томатіна» було започатковано у 1945 р. та проводиться у Валенсії (Іспанія). Особливістю цього свята є те, що 30 тис. туристів з усього світу з'їжджаються сюди не лише для того, аби поласувати місцевими стравами з використанням томатів, але й взяти участь у масовій стрілянині помідорами. На проведення фестивалю йде більше ста тонн перезрілих томатів [28].

У м. Ментон (Франція) ще з 30-х років минулого століття проходить щорічний фестиваль лимонів. З лимонів створюють величезні фігури казкових героїв. Туристи мають змогу спробувати різноманітні страви з лимонів, апельсинів та грейпфрутів.

У світі є чимало місць та регіонів, відомих потужним виробництвом певного продукту, приготуванням унікальної страви чи напою. Поціновувачі сиру відвідують Францію, Італію, Німеччину, Голландію, Швейцарію, Іспанію, де процес сироваріння досягне ймовірно високої майстерності.

«Сирні» регіони Франції – це Нормандія та Бургундія. Тут виготовляють такі сири як камамбер, брі, канталь, рокфор, бресс та ін. У Французьких Альпах знаходиться Музей сиру, де можна продегустувати найпопулярніші сорти та ознайомитися з процесом їх виробництва.

У Швейцарії існує більше 400 видів сиру. Найпопулярнішими є вашрен-мон-д'ор, грюйер, берн, емменталь та ін. В цій країні можна здійснити поїздку на так званому «сирному поїзді» за маршрутом Монтре – Шато д'О. Турист має змогу покуштувати сир, побачити, як він готується, та помилуватися краєвидами Швейцарії.

В Італії сирними регіонами вважаються Ломбардія, Апулія, Сардинія, Сицилія, Тоскана та інші. Тут виготовляють такі відомі сири як маскарпоне, моцарелла, горгонзола, пармезан тощо. Італійську кухню неможливо уявити без використання сирів [29].

Кава – це один з найпопулярніших напоїв у світі. Кавові тури користуються великим попитом серед гастрономічних туристів. Більше 50 країн світу вирощують каву, таким чином сформувалося 4 географічні зони розвитку кавового туризму: Південна Америка (Бразилія, Колумбія, Венесуела, Перу, Еквадор), Центральна Америка (Домініканська Республіка, Мексика, Гватемала, Нікарагуа, Сальвадор, Ямайка, Коста-Ріка, Куба), Африка (Кенія, Ефіопія, Танзанія, Конго, Камерун), АТР (Китай, Індія, Лаос, Індонезія, Австралія, Ємен, Папуа Нова Гвінея) [31].

Бразилія – найпопулярніша країна серед «кавових» туристів у світі. Кавові плантації займають половину площі цієї країни. Щороку Бразилія вирощує більше 3 мільярдів кілограмів кавових зерен. В країні налічується 14 регіонів з найкращими кавовими плантаціями. Найкращою кавовою фермою Бразилії вважається Fazenda Recreio в регіоні Вале да Грама. Кава цієї ферми неодноразово високо оцінювалася на різноманітних професійних кавових конкурсах. Всього ферма займає 605,6 га, з яких 240 зайнято кавою [33].

Колумбія представляє особливу цінність для цього виду туризму. За експортом кави Колумбія займає друге місце у світі. У країні є 600 тис. виробників кавової продукції. Все більш популярним стає туризм кавовими фермами Колумбії. В департаменті Антьокія, Кальдас та Кіндійському департаменті розташовані найкращі кавові плантації.

Також кавовий туризм досить поширений в Індії. Головними регіонами, де вирощують найкращу каву, є Карнатака, Керала, Тамілнад. Наприклад, у регіоні Карнатака розташований цілий кавовий курорт – Coffee Village Retreat.

Оскільки, особливою популярністю в наш час користуються тури, присвячені відвідуванню виноградних плантацій та виноробень та звісно ж дегустації вин. Винний, або енотуризм, представлений у таких країнах, як Італія, Франція, Іспанія, Португалія, Кіпр, Греція, США, Аргентина, Австралія.

Існує легенда, що виноробство було винайдено в Європі на острові Кіпріще у 3500 році до нашої ери. З часів заснування винної справи і до сьогодні найвідоміше вино на острові випускається під марками КЕО та ЕТКО. Популярними кіпрськими винами також є: Шардоне, Совіньон Бланк, Каберне Совіньон, Каберне Франк, Каріньян Нуар та ін. На Кіпрі розроблені спеціальні винні маршрути, більшість з них прокладені через околиці муніципалітету Лімассола, що є найбільшим центром виноробства на острові. На Кіпрі функціонує Музей вина у м. Ерімі, у якому можна продегустувати усі види кіпрського вина.

Країною, де існує певний особливий зв'язок між вином та культурою народу, є Італія. Ця країна є лідером світу за різноманітністю вин. В Італії виділяють 20 регіонів з виробництва вин, де вирощують більше 300 сортів винограду. Найвідомішим виноробним регіоном вважається Тоскана. Найбільшою гордістю регіону є вино «Vinsanto» - солодке десертне вино, яке виготовлене зі в'яленого винограду та має горіхово-абрикосовий присмак. А найвідомішим вином регіону, та всієї Італії загалом, є червоне сухе вино «К'янті».

Ломбардія та Емілія-Романья – найвідоміші виноробні регіони Північної Італії. Тут виготовляють ігристі вина сортів Мерло, Шардоне, Піно Блан. А найвідомішим ігристим вином регіонів є Ламбруско.

В Португалії нараховується 29 виноробних регіонів. Найвідомішими є: Вінья Верде, Дау, Дору, Алентежу, Мадейра, Траз-уж-Мотіш і Байррада. Португальською винною продукцією є класичні білі та червоні вина, мадера, портвейн, мускат і так звані «зелені вина».

Мільйони літрів вина щороку виготовляє Іспанія. У всіх 17 адміністративних регіонах Іспанії знаходяться величезні плантації виноградників. Найвідомішими виноробними регіонами країни вважають Ріоху, Андалусію, Каталонію та Галіцію. Гордістю Іспанії є вино Ріоха. На території однойменної області розкинулося близько 3000 виноградників і 500 виноробень.

Отже, у світі існує велика кількість країн та дестинацій гастрономічного туризму. Даний вид туризму досить розвинений у наступних країнах: Франція, Італія, Іспанія, Сінгапур, Китай, Японія, Індія, США, Перу, Мексика тощо. Привабливими для туристів є різноманітні гастрономічні фестивалі, тури до регіонів, які спеціалізуються на виробництві певного конкретного продукту, відвідування ресторанів з особливою кухнею та дегустація страв, внесених до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

РОЗДІЛ 2. СТАН ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ІТАЛІЇ

2.1. Передумови розвитку гастрономічного туризму в країні

Країна розташована на півдні Європи, у басейні Середземного моря. Площа країни – 301,3 тис. км². Її територія складається із трьох географічно окреслених частин – материкової, куди входить Падуанська низовина і схили Альпійської гірської дуги; Апеннінського півострова, що розташований між Адріатичним і Тірренським морями; островів Сицилія, Сардинія та ін [34].

Італія – морська держава. Близько 80 % державних кордонів омиває Середземне море, що сприяє вигідним міжнародним зв'язкам. Через порти Генуя, Венеція і Трієст здійснюється перевезення міжнародних вантажів. Сухопутні кордони Італії проходять через Альпи, тут вона межує з Францією, Швейцарією, Австрією і Словенією.

Вона займає четверте місце у світі по відвідуваності іноземними туристами й за доходами від міжнародного туризму, що пов'язано з різноманітними рекреаційними ресурсами й, як наслідок, з дуже багатим туристично-рекреаційним потенціалом.

Територія Італії дуже сприятлива для організації туризму. Приморські частини країни мають тепле сухе літо і коротку м'яку зиму, витягнутий по довжині Апеннінський півострів має значну протяжність морського узбережжя з прекрасними пляжами й мальовничими бухтами, на півночі країни панують високогір'я, покриті льодовиками й вічними снігами, багаті обривами, скелястими схилами, крутими ущелинами. Ці природні особливості створюють передумови для інтенсивного розвитку курортного і гірничо-спортивного напрямів в організації відпочинку населення.

Частка туризму у ВВП країни становить близько 25%, у туристичній сфері зайнято 16,5% трудових ресурсів. За даними ЮНВТО країна входить у п'ятірку найрозвиненіших «туристичних» країн світу, на неї припадає 6% усього туристичного обігу планети [15].

Туризм – одна з найбільш динамічних галузей італійської економіки, що приносить прибуток у розмірі 43 млрд. дол. США, і виводить країну на 4 місце

в світі та 3 місце в ЄС (після Іспанії та Франції) за розвитком туризму [15]. За оцінками фахівців Італія являє собою туристичний продукт вищого ступеня досконалості.

Туристичний бізнес Італії розвивається на основі потужного природно-рекреаційного потенціалу. Особливо широко представлені ландшафтні та орографічні ресурси. Їх різноманітність дозволяє розвивати: гірськолижний туризм в Альпах, курортну справу на узбережжі морів, пізнавальний туризм на основі унікальних природних об'єктів. Особливе місце серед бальнеологічних ресурсів посідають термальні води та мінеральні грязі, що обумовлено геологічною будовою Апеннінського півострова. В країні налічується понад 850 природоохоронних територій різних категорій, що зумовлює розвиток екологічного туризму [14].

Для всебічного дослідження туристичного продукту Італії скористаємося таким інструментом маркетингової діяльності, як PEST-аналіз. Він призначений для виявлення політичних (Policy), економічних (Economy), соціальних (Society) і технологічних (Technology) аспектів зовнішнього середовища, які можуть вплинути на стратегію розвитку гастротуризму в країні. PEST-аналіз Італії наведено в табл. 2.1

Таблиця 2.1

Політичні фактори	Вплив (+/-)
1. Політично стабільний регіон.	+
2. Президент – є сильним авторитетним лідером. Як папа Римський.	+
3. Продумана національна політика, спрямована на формування максимально вигідних умов для залучення інвестицій	+
4. Підтримка туристичної індустрії з боку уряду.	+
5. Наявність широкого діапазону міжнародних і внутрішньодержавних зв'язків	+
Економічні фактори	Вплив (+/-)
1. Високорозвинена економіка	+
2. Італія за рівнем розвитку економіки займає 6-е місце в світі	+
3. Частка у ВВП – торгівлі, фінансів і сфери послуг – 56,9%, промисловості – 31,7%, сільського господарства – 4,9%	+

4. Грошова одиниця – євро	+
5. Найважливішим джерелом доходів є туризм. Щорічно Італію відвідують понад 50 млн. осіб	+
6. Італія – батьківщина банків, у 67% її населених пунктів є банківські установи	+
7. Біля 80% території Італії займають гори, їх передгір'я і пагорби. Протяжність території Італії з півночі на південь дає великі кліматичні відмінності між окремими районами – від помірно теплого клімату Паданської рівнини (з жарким літом, але холодною і туманною зимою) до яскраво вираженого субтропічного в Сицилії. Власне середземноморським є клімат півострівної і острівної Італії	+
8. Незважаючи на видобуток енергоносіїв, їх вкрай недостатньо і Італія на 80% залежить від їх імпорту	-
9. За виробництвом сталі і прокату країна займає 2-е місце в Західній Європі після Німеччини	+
10. Позитивне сальдо туристського балансу	+
Соціальні фактори	Вплив (+/-)
1. Чисельність населення – понад 60 млн. ос., 94% населення складають італійці. Інші національності: німці (в області Трентіно-Альто-Адідже), французи (в області Валлед'Аоста), словенці (в області Трієсті-Гориція)	+
2. У сучасній Італії проживає досить велика кількість біженців з країн третього світу, в основному араби і албанці	-
3. Спостерігається динаміка перевищення грошових доходів над витратами населення	+
4. Позитивний імідж Італії поліпшується з року в рік	+
5. Розвиненість інфраструктури та високий рівень життя в регіоні	+
Технологічні фактори	Вплив (+/-)
1. Сприяння уряду країни розвитку ринків наукомісткої продукції, захист інтелектуальної власності, стимулювання взаємозв'язку інвестицій з науководослідними і дослідно-конструкторськими розробками	+
2. Високий інноваційний потенціал діючих освітніх установ	+
3. Розвинена мережа транспорту	+

Джерело: розроблено автором

Для того щоб ретельніше дослідити туристський продукт Італії, скористаємося таким інструментом маркетингу, як SWOT-аналіз. SWOT – метод аналізу в стратегічному плануванні, що полягає в поділі чинників і явищ на чотири категорії: Strengths (Сильні сторони), Weaknesses (Слабкі сторони),

Opportunities (Можливості) і Threats (Загрози). Це легкий у застосуванні інструмент швидкої оцінки стратегічного положення регіону. SWOT - аналіз підкреслює, що стратегія розвитку об'єкта дослідження повинна якомога краще поєднувати внутрішні можливості території (її сильні і слабкі сторони) і зовнішню ситуацію (частково відображену в можливостях і загрозах). SWOT-аналіз Італії представлений в таблиці 2.2

Таблиця.2.2

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Унікальний природний, екологічний та ресурсний потенціал	1. Яскраво виражений гірський рельєф
2. Унікальна культурно-історична спадщина	2. Високі екологічні навантаження в деяких регіонах країни
Наявність різних курортів, як гірськолижних, так і морських	3. Дорожня розміщення і сервісу в деяких регіонах країни
4. Наявність накопиченого інфраструктурного потенціалу	4. Високі транспортні тарифи
5. Позитивні асоціативні уявлення про Італію	5. Багато привабливих туристичних об'єктів розташовані на значній відстані від аеропортів і залізничних магістралей і недостатньо підготовлені для прийому туристів
6. Підтримка розвитку туризму з боку уряду	
7. Зростаючий з року в рік потік туристів (в тому числі наявність внутрішнього попиту)	
8. Хороша транспортна доступність	
9. Продуктивна маркетингова стратегія країни	
10. Наявність широкого діапазону міжнародних і внутрішньодержавних зв'язків	
Можливості	Загрози
1. Можливість для розвитку широкого діапазону видів туризму	1. Загроза існування об'єктів культурної спадщини через бурхливе зростання обсягів будівництва на об'єктах туристичної інфраструктури
2. Будівництво та введення в експлуатацію нових гірськолижних трас	2. Стрімке виснаження ресурсів

3. Інвестиційні проекти інфраструктури туристичної галузі та готельного комплексу	3. Велика кількість сильних конкурентів: країни Європи
4. Сприятливі інституційні умови розвитку підприємницької ініціативи в індустрії туризму	
5. Фінансування туризму з боку уряду країни	
6. Розвиток грального бізнесу	
7. Підвищення рівня життя населення, отже, збільшення платоспроможного попиту	
8. Розвиток співпраці з іншими країнами Європи	

На підставі проведеного PEST- і SWOT- аналізу можна зробити висновок, що Італія – це дуже перспективна країна в плані туризму. Вона володіє широким діапазоном унікальних переваг: особливий природний, екологічний, ресурсний, історико-культурний потенціал. Підтримка туристичної індустрії з боку уряду країни, наявність стимулюючих програм дають величезні можливості для швидкого розвитку туризму і створення якісного і відомого туристського продукту Італії, зокрема гастрономічного. Він є одним з найбільш швидкозростаючих сегментів туристичного ринку за останні роки.

На рисунку 1.4 можна побачити, скільки відсотків припадає на прибуття туристів до країни з метою гастрономічного туризму.

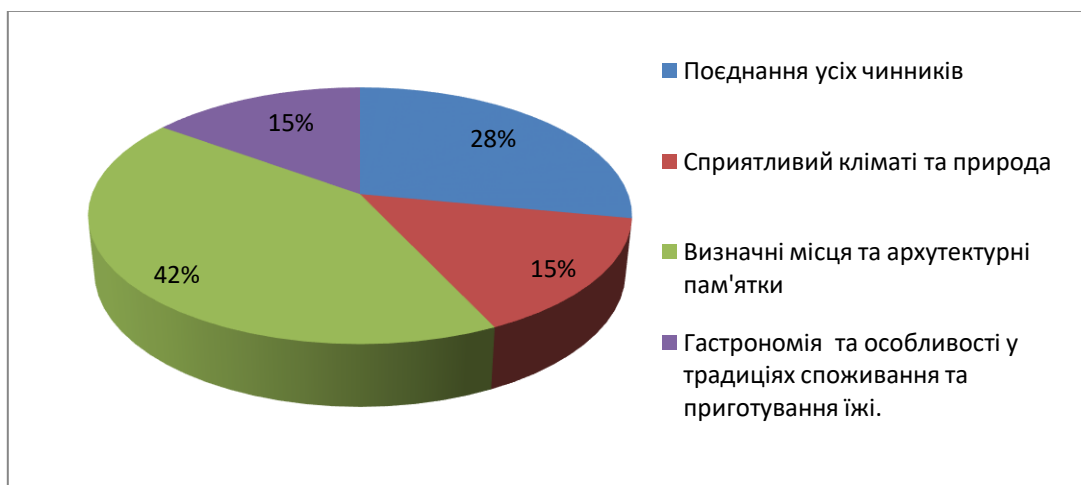


Рис. 2.1. Мотивація туристичних прибуттів в Італію

Найбільше іноземні туристи витрачали на відвідування культурних пам'яток Італії – витрати на них склали 15,5 млрд. євро. На другому місці за популярністю – пляжний відпочинок, витрати зарубіжних відвідувачів на цей вид відпочинку склав 5,5 млрд. євро. На третьому місці за популярністю – традиції, гастрономія та особливості споживання та приготування їжі.

2.2. Аналіз динаміки розвитку та структури гостротуризму в Італії

Країна, яка вже давно визнана як туристично приваблива для туристів, які бажають пізнати національну кухню, є Італія, яка займає 3 місце серед гастрономічних центрів Європи, після Франції та Іспанії, та має світову репутацію у сфері кулінарії завдяки численним сертифікатам ЄС щодо якості продукції та напоїв. За статистикою, щороку країну відвідує близько 60 млн. туристів, з яких 15% прибувають з метою участі у гастрономічних та винних турах та загалом цікавляться гастрономією, що свідчить про великий потенціал для подальшого розвитку цієї сфери і не дарма, адже у листопаді 2010 році країну було включено до списку Нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО. Також, країна активно бере участь у проекті MEDFEST, який спрямований на покращення присутніх та розроблення нових стратегій сталого розвитку у регіоні Середземномор'я у рамках кулінарного сектору. Однак, варто зазначити, що усі туристи, без винятку, харчуються під час своєї подорожі, тому важко сказати точну цифру туристів, які прибувають виключно з метою гастрономічного або ж винного туризму, адже усі відвідувачі країни так чи інакше знайомляться із національною кухнею.[17]

У країні розташовано майже 335 тисяч закладів харчування, близько 23 тисячі ферм та 114 тематичних музеїв, які пов'язані із темою гастрономії, а також в Італії розташовано 173 «винні дороги» та 3900 виноробень [16].

За даними Statista 2019 року, майже 98% туристів під час своєї подорожі спробували місцеву кухню, 93% окрім того, також взяли участь у

гастрономічних заходах (фестивалі, виставки, ярмарки, тури та відвідування ринку). В основному, у країні туристи витрачають приблизно 25% свого бюджету на харчування, однак цей показник може бути більший, оскільки у регіонах різняться ціни на їжу та напої, а також, варто зазначати, що ті туристи, які приїжджають до країни з метою виключно гастрономічного туризму та гурмани в основному витрачають більше 25% свого бюджету. Важливим у розвитку цього туризму є і те, що місцеві жителі також зацікавлені у ньому. У період з 2016 по 2019 роки місцеві жителі заявили, що зацікавлені у зростанні попиту на їжу та напої країни та визнали, що це важливий компонент для економіки країни: у 2016 – 21%, у 2017 – 30%, у 2018 – 45%, у 2019 – 52% жителів країни.

Переважає більшість гастрономічних турів країною триває кілька днів, однак деякі туроператори пропонують і відвідання сусідніх країн. Загалом, усі гастрономічні тури Італією організуються невеликими групами людей. Зазвичай, тур передбачає знайомство з певним регіоном та характерними для нього продуктами, що передбачає дегустацію традиційної кухні цього регіону.

За сучасних умов розвитку ринку туристичних послуг Італії можна спостерігати такі тенденції у розвитку гастрономічного туризму:

- сталість розвитку. Гастрономічний туризм здатний генерувати економічний результат без шкоди навколишньому та культурному середовищу;

- зростання ролі та значення культурної спадщини. Гастрономія дозволяє туристам отримувати доступ до культурної й історичної спадщини дестинації шляхом дегустацій, повсякденного споживання страв та напоїв, а також гастрономічних експериментів. Хоча основою гастрономічного туризму є традиційні продукти харчування, варто також враховувати появу нових, інноваційних страв та напоїв, які підвищують багатство і культурне розмаїття країни. У цьому відношенні традиції та інновації співіснують природним чином;

- акцент на якість. У спеціалізованих, немасових видах туризму акцент робиться не на ціні, а на якості, оскільки на відміну від масового сегменту турист тут вибагливіший, а також платоспроможніший;

- характер подорожей. За сучасних умов характер подорожей суттєво змінився. Гастрономічний тур фактично починається набагато раніше від дати початку подорожі (туристи надихаються, збирають інформацію, знайомляться з відгуками в Інтернеті) і закінчується пізніше, коли турист оцінить свій досвід та поділиться ним, наприклад, через соціальні мережі.

- кооперація. Тісна співпраця усіх суб'єктів, задіяних у системі гастрономічного туризму (фермери, рибалки, шеф-кухарі, ресторатори, готельєри, продавці сувенірів, органи державного управління та ін.) створює синергетичний ефект і підвищує ефективність гастрономічних турів;

- мотивація є ключовою концепцією для розробки та створення продуктів і послуг у гастрономічному туризмі. За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) [18], 79% мандрівників планують свої маршрути, попередньо вивчивши календар гастрономічних подій. Далі у «рейтингу мотивації» йдуть гастрономічні тури та кулінарні майстер-класи (62%), продовольчі ярмарки з місцевими продуктами (59%), відвідування ринків і виробників (53%). Дещо меншу вагу серед пропозицій гастрономічного туризму мають відвідини музеїв (12%) Рисунок 2.2

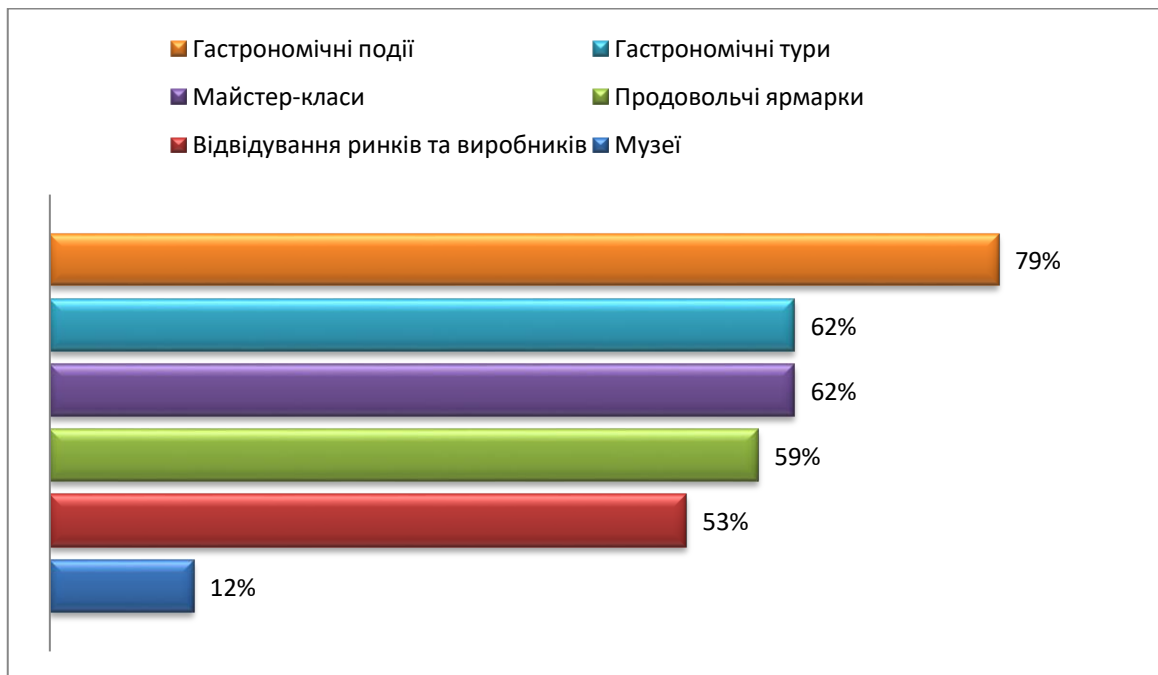


Рис.2.2. Мотивація у гастрономічному туризмі в Італії

Джерело: розроблено автором за [19]

Варто відзначити, що вагомими мотивами вибору гастрономічних турів є фізіологічні потреби людини (наприклад, потреба у споживанні смачних та поживних страв), а також і соціальні (потреба естетичного сприйняття страви, потреби у спілкуванні, навчанні, самовдосконаленні). Крім того, літературні джерела вказують на два аспекти мотивації: гедоністичний (радість від фізичного задоволення) й утилітарний (або раціональний) аспект.

2.3. Дестинації гастрономічного туризму в країні

Позитивний розвиток гастрономічного туризму зумовила унікальна національна кухня Італії. Італійська кухня – одна із найбільш поширених в світі, здебільшого через простоту приготування страв та їх прекрасний смак. Як правило, в одній страві використовується від 4 до 8 інгредієнтів. Італійські шефи роблять ставку не на складності страви, а на якості продуктів, з яких вона готується. Кожна провінція має свої кулінарні секрети. Історично склалось так, що північні регіони славляться своїми м'ясними та молочними

стравами, адже тут надзвичайно розвинуте скотарство, а ось Південь Італії популярний своїми вегетаріанськими стравами та морепродуктами, оскільки ці регіони були біднішими. Здобули світову славу і стали інтернаціональними стравами піца, спагеті, равіолі, ризотто, лазанья, карпачо та тірамісу. За даними італійського звіту із гастрономічного та винного туризму 2019 року, Італія пропонує близько 825 продуктів, характерних для певного регіону та 5056 традиційних продуктів харчування. У країні розташовано майже 335 тисяч закладів харчування, близько 23 тисячі ферм та 114 тематичних музеїв, які пов'язані із темою гастрономії, а також в Італії розташовано 173 «винні дороги» та 3900 виноробень.

Поширені гастрономічні тури всією країною, кожна із 20 областей країни володіє своїми унікальними кулінарними особливостями. За даними Statista 2019 року, майже 98% туристів під час своєї подорожі спробували місцеву кухню, 93% окрім того, також взяли участь у гастрономічних заходах (фестивалі, виставки, ярмарки, тури та відвідування ринку).

Найбільш популярний регіон гастрономічного туризму серед туристів – це Тоскана. Однак, чималий інтерес викликають регіони Ломбардія, Лаціо, Фріулі-Венеція-Джулія, П'ємонт, та Емілія-Романья. Меншу кількість туристів приваблюють регіони півдня: Апулія та Сицилія, це пов'язано із їхньою віддаленістю. Найпоширеніші види гастрономічного туризму на сучасному етапі є дегустація місцевої кухні регіону, відвідування продуктового ринку та ознайомлення із традиційними продуктами регіону, тури ресторанами та кафе, які пропонують популярні страви регіону, та різноманітні винні тури. Також, популярністю серед туристів користуються різного роду ярмарки, виставки продуктів, свята та дні їжі, відвідування фабрик із виробництва продуктів (шоколаду, макаронів), також деякі регіони пропонують навчання у кулінарних школах та відвідування майстер-класів.

Гастрономічний тур Римом передбачає відвідування сирного магазину та дегустацію різних сортів томату, які традиційно вирощуються у цьому регіоні. Також, тур дозволяє відвідати традиційні ресторани міста, де пропонують

спробувати пасту та інші страви. Ще одним плюсом таких турів є те, що гіді не лише знайомлять туристів із кухнею регіону, а й дають поради, де краще поїсти у місті та розкажуть усі кулінарні особливості місцевих жителів та шеф-кухарів

Тоскана славиться своїми м'ясними стравами, тому дегустація включає м'ясні страви. Саме завдяки туру Тосканою турист зможе дізнатися справжній смак флорентійського стейка. Також, регіон популярний своїми хлібними виробами та сирами, із додаванням різного роду спецій. Найбільш відомий сир Тоскани – овечий сир Пекоріно.

Не меншою популярністю серед туристів користуються різноманітні ярмарки, виставки та свята їжі. Серед них: флорентійська ярмарка Pitti Taste у Флоренції (Тоскана), фестиваль шоколаду Eurococolate в Перуджі (Умбрія), ярмарок білого трюфеля Tartufo Bianco d'Alba у Альбі (П'ємонт), свято піци у Неаполі (Кампанія) та міланський тиждень їжі Milano Food Week (Марке). Таких заходів досить багато, однак вищезгадані найбільш відомі в Італії. Зокрема, фестиваль шоколаду у Перуджі пройшов у жовтні 2019 року та зібрав мільйони туристів з усього світу. На фестивалі було представлено близько 200 тонн різноманітного шоколаду, було проведено шоколадне шоу та представлено різноманітні шоколадні скульптури. Вхід на фестиваль безкоштовний, тому це прекрасна можливість для туристів познайомитись із справжній перуджійським шоколадом.

Щорічний осінній ярмарок білого трюфеля у місті Альба (П'ємонт) Tartufo Bianco d'Alba у 2019 році (89 ярмарок) зібрав близько 600 тисяч відвідувачів, 70% яких іноземці, переважно з країн Європи (Швейцарія, Німеччина, Франція, Великобританія), а також збільшилось число туристів із США, Бразилії та Австралії. Окрім шоу-трюфеля та його дегустації, туристам пропонувалось дегустувати різні вина, окрім цього, туристи мали можливість побачити кілька історичних подій міста Альби, до прикладу, гонку ослів, а також різні концерти та вистави. Згаданий ярмарок білого трюфеля свідчить про те, що у країні поширений один із найцікавіших видів гастрономічного

туризму – трюфельний туризм. Центральний регіон країни – Умбрія, один із найменших за площею у країні, надзвичайно багатий на ці види підземних грибів. Також, трюфелі ростуть у Емілії-Романьї, Тоскані та П'ємонті.

У 2018 році країну відвідало близько 120 тисяч туристів, які приїхали з метою пльовання на трюфелі, на початку осені та на початку зими, коли вони дозрівають, а також заради участі у ярмарках та фестивалях, які присвячені трюфелям. Загалом, у країні близько 115 регіональних заходів, які проводяться з метою ознайомлення туристів із цим продуктом, окрім ярмарків та фестивалів, проводяться дегустації та майстер-класи. В основному вони поширені у тих регіонах, де поширене полювання на них. Загалом, аналітики, оцінюючи цю галузь туризму країни, наголошують на тому, що зараз цей вид туризму оцінюється для Італії у близько 63 млн євро. Також, вони вважають, що протягом наступних 20 років, річний обсяг торгівлі трюфелями збільшиться та досягне 5,2 млрд євро. Загалом, Італія має значний внесок в економіку країни від цього виду гастрономічного туризму, адже ті самі 120 тисяч туристів принесли до бюджету країни 62,5 млн євро у 2018 році. Найбільш цінним та рідкісним вважається білий трюфель, який поширений у регіоні П'ємонт, у муніципалітеті Альба. У 2018 році знайдений гриб, було продано на аукціоні за 85 тисяч євро [19].

Досить поширеною розвагою серед туристів є також відвідування музеїв їжі. Популярним є музей шинки, музей саямі та музей пасти у Пармі (Емілія-Романья), музей помідора у Коллеккьо (Емілія-Романья), музей пармезану у Сораньї (Емілія-Романья), музей шоколаду у Перуджі (Умбрія), музей оливкової олії та оливкового дерева у Торджано (Умбрія) та Національний музей макаронних виробів у Римі (Лаціо). Варто зазначити, що якщо у місті є музей якогось продукту, то скоріш за все у місті проходять різноманітні фестивалі та ярмарки цього продукту, до прикладу у Перуджі є музей шоколаду та проводиться фестиваль шоколаду, у Пармі музей шинки, відповідно у місті проходить фестиваль шинки. Зокрема, музей шинки у 2019 році прийняв найбільше відвідувачів серед музеїв Парми – 5457 туристів, а

музей саламі – 5424 відвідувача. Музей пармезану починаючи із 2003 року має 234 тисячі відвідувачів щороку, а музей шоколаду вражає кількістю відвідувачів щороку, особливо після реконструкції у 2011 році – 66 тисяч [20].

Однак, Італія пропонує не лише класичні гастрономічні тури для ознайомлення зі своєю кухнею. Зараз набуває поширення нова розвага для туристів – кулінарні школи та майстер-класи. У Флоренції працює кулінарна школа Гіліо, де туристи можуть не лише спостерігати за роботою кухаря, а й взяти участь у процесі приготування страви. Під наглядом кухарів, туристи можуть навчитися приготуванню класичних тосканських страв, а також дізнатися усі тонкощі італійської кухні. Є різні навчальні програми: тижневі, місячні. Також, за індивідуальним бажанням і платою, можна організувати спеціальну програму, яка буде спрямована на кухню будь-якого регіону Італії.

Щодо винного туризму, то більш як 50% гастрономічних турів в Італію складають дегустаційні тури, які розташовані на 173-х «винних дорогах», що прокладені найбільш знаменитим винними регіонам країни. Як правило ці тури є доповненням до основного гастрономічного туру, однак іноді цей вид туризму виступає як основний. Звісно, як і кулінарія, виноробство в Італії має давню історію та сягає своїм корінням часів Римської імперії. Країна володіє сприятливими кліматичними умовами для вирощування винограду, зокрема у ХХ столітті Італія була світовим лідером із вирощування та виробництва вина, пізніше країна поступилась місцем Франції, проте зберігає провідні позиції. Кожен регіон Італії володіє своїми унікальними сортами винограду та методами виробництва вина. Усі «винні дороги» Італії визначаються регіональними законами, які визначають маркування, створення маршрутів, критерії організації та управління виробництвом (Додаток А).

Найпопулярнішими регіонами винного туризму вважається П'ємонт та Тоскана, однак популярними серед туристів є також Ломбардія, серед південних регіонів – Сицилія. П'ємонт має два винні округи Роєро-Монферрат та Канавезе, Косте делла Сесія та Колін-Новаресі, та налічує близько 11 «винних доріг». Тоскана – має 14 винних маршрутів, найвідоміший з яких

К'янті. Обидва регіони відомі своїми переважно червоними винами: Неббіоло, Барбера, Дольчетто та Санджіовезе. У регіонах Фріулі-Венеція-Джулія та Ломбардія основними сортами винограду є Корвіна, Шардоне та Мерло, з яких виробляють червоні та білі вина. Південні регіони країни (Сицилія, Сардинія, Калабрія, Кампанія) виробляють вино із таких сортів винограду: Фіано, Нурагус, Мальвазія, Греко. Зокрема, на Сицилії є 7 «винних доріг», однак великою популярністю користується провінція Катанія, де розташований вулкан Етна. Кожна провінція змагається за пріоритет у мистецтві виноробства; однак, вважається, що вина північних провінцій більш ніжні, ніж вина півдня (за винятком Сицилії).

Подібно гастрономічним турам, самостійні винні тури передбачають відвідування місць, де виробляють вино, дегустація вин, проживання у винних дворах та можливість взяти участь у заходах, пов'язаних із виробництвом вина. Винні тури передбачають подорожі найбільшими виноробними регіонами, що дозволяє туристу дізнатися про культуру, історію виробництва вина, а також спробувати його. Найпопулярнішою областю у Тоскані, як зазначено вище, є область К'янті – «серце» тосканського виноробства. Тур проходить містами Грєве, Радда та Кастеліна. Туристи не лише дегустують вино, а й спускаються у підвали, де воно зберігається. Тут також навчають розуміти винні етикетки і допомагають краще зрозуміти класифікацію вин, а також відкривають секрети виробництва найкращого тосканського вина. Пізніше, у одному із селищ для туристів накривають стіл із м'ясного або сирного асорті, а також дають можливість туристам самостійно взяти участь у процесі виробництва.

Надзвичайно популярним є регіон Сицилії, адже саме тут виходять дуже цікаві вина. Це пов'язано із близькістю до вулкана Етна та великою висотою. Завдяки висхідній популярності еногастрономічного туризму регіон навколо гори Етна лише процвітає. У період з 2013 по 2016 роки туристичний потік склав близько 150 тисяч, у період з 2011 по 2013 роки він становив 83 тисячі. Завдяки збільшенню туристів збільшується і виробництво вина, зокрема вино

Spumante Etna Bianco DOC у період з 2012 по 2018 рік збільшилось із 4 тисяч пляшок до 84 тисяч .

Щодо фестивалів пов'язаних із вином, то популярними є фестиваль вина Fiera del Vino у Монтеф'ясконе (неподалік Риму, Лаціо), виставка вина Vinitaly у Вероні (Венето), фестиваль вин К'янті у Флоренції (Тоскана) та багато інших. Таких фестивалів у Італії тисячі, туристам варто лише обрати місяць та регіон, куди б вони хотіли потрапити та які вина хотіли б спробувати. Зокрема, у 2019 році відбулась 53 виставка вин у Вероні, яка зібрала близько 125 тисяч відвідувачів із 145 країн світу (найбільше з США, ФРН, Великобританії, Китаю та Канади). На виставці було представлено 4600 компаній, на 130 більше, ніж у минулому році. Важливим є те, що ця виставка популяризує італійського виробника та продукцію не лише у своїй країні [21].

Звісно, якщо в країні є музеї їжі, то є і музеї вина. Їх налічується досить багато, кожен регіон має свої музеї, до прикладу у П'ємонті – музей вин Мартіні у Пессіоне, в Умбрії – музей вин Lungarotti у Перуджі, у Марке – музей винних етикеток у Мілані, а у області Трентіно-Альто-Адідже знаходиться найстаріший музей вина у країні

Гастрономічна база італійської столиці — м'ясо, сири, овочі й паста. Змішавши все разом, отримаємо популярну в Римі, головному місті провінції Лаціо, пасту карбонара, замовити яку можна практично на кожному кроці. По-справжньому смачно її, як і багато інших місцевих страв, готують у тракторії Cesare al Casaletto (Via Del Casaletto, 45), що неподалік від Римської кіностудії.

У Римі також варто скуштувати артишоки з білим вином, часником і спеціями (carciofi alla romana) і рагу з бичачих хвостів (coda alla vaccinara) — найдавнішу й досі найулюбленішу місцеву страву. Багатий вибір місцевих делікатесів та вин, а також хліб власного приготування — в ресторані Roscioli (Via dei Giubbonari, 21). Столик тут краще бронювати заздалегідь.

На півдні провінції Лаціо проходить кордон з регіоном під назвою Кампанія. Це місце чудесних пляжів, старовинних міст-музеїв просто неба і до того ж батьківщина трьох китів італійської кухні: піци, спагеті й пармезану. У

Кампанії відведуть душу любителі морепродуктів. Класичні страви — суп з мідій і тушковані восьминоги (polpo alla luciana). Обов'язкова програма в Неаполі — знаменита місцева піца і спагетті з молюсками (alle vongole). Родом з острова Капрі — салат капрезе, своїм смаком зобов'язаний чудовим помідорам та сирам Кампанії. На Іск'ї обов'язково скуштуйте фірмову страву з кролика (coniglio all'ischiatana) — ніжне м'ясо тушкують з томатами в безлічі спецій і приправ. Не забудьте замовити лимонний лікер лимончелло — саме Кампанія вважається його батьківщиною.

Апулія, східна сусідка Кампанії, — найбільш південно-східний регіон Італії, "каблук" її "чобота". Апулія — провінція з давніми сільськогосподарськими традиціями. Вона посідає перше місце за обсягом виноробства в Італії і дає близько половини оливкової олії, виробленої в країні. Варто скуштувати орек'єтте — фірмову пасту Апулії у формі вушок, яку готують з борошна грубого помелу і подають з брокколі або верхівками ріпи, часником і оливковою олією. Зверніть увагу на місцеві сири — бурату (м'який сир з вершками і волокнами, який їдять лише дуже свіжим) і качокавалло (напівтвердий сир). Найкраще місцеве вино — червоне сухе Primitivo di Manduria.

Умбрія — центральна провінція республіки — улюблене місце відпочинку італійців. Потoki інтуристів тут далеко не такі щільні, як у сусідніх регіонах, та й ціни демократичніші порівняно з іншими. Умбрія знаменита стравами з чорними трюфелями (tartufo nero), а також м'ясними делікатесами. Останніми особливо славиться гірське містечко Норча — місцеві прошутто, ковбаси і салямі вважаються найкращими у всій Італії. Купувати їх краще в тутешніх норчинерія — м'ясних крамницях. У Лечче скуштуйте страви з грибами в ресторані Il Gattamelata неподалік від кафедрального собору. В Перуджі, перед тим як скуштувати фірмовий місцевий шоколад, пообідайте в La Taverna або в Ristorante Del Sole — останній розташований на пагорбі, звідки відкривається чудовий вид на місто.

Тосканці не лукавлять, стверджуючи, що основа їхньої кухні — місцеві хліб і оливкове масло. Без них у Тоскані дійсно не обходиться майже жодна страва. Взяти хоча б *rappa al pomodoro* — класичний тосканський томатний суп з часником, базиліком і хлібом. Ще одна гідна перша страва — *ribollita fiorentina*, густий овочевий суп. М'ясоїдів порадує чудовий флорентійський біфштекс (*bistecca alla fiorentina*), а любителів солодкого — *castagnaccio*, пиріг з каштанового борошна.

А якщо хочеться кулінарних пригод — наважтеся перекусити улюбленою вуличною їжею флорентійців під назвою *lampredotto*. Це сендвіч або паніні, в основі начинки якого — приготована і приправлена особливим чином частина коров'ячого шлунка. Не забудьте про вина: саме Тоскана — батьківщина знаменитого *Chianti*.

Лігуріські рибальські села славляться морепродуктами, особливо свіжовилоненими анчоусами, яких тут готують всілякими способами — солять, маринують, смажать у фритюрі. Лігурія — батьківщина знаменитого соусу *песто* (скуштуйте пасту *trenette al pesto*) і *фокаччі* (*focaccia*) — смачного коржа з сиром, цибулею, помідорами або оливками. Місцевими делікатесами особливо славляться *Ristorante Miku* в Монтероссо, *Trattoria Gianni Franzini* і *Belforte* в Вернацці (останній розташований в одній з веж старовинного замку), *Trattoria dal Billy* в Манаролі. Супроводити трапезу краще місцевими білими винами, що зберегли традиційність виготовлення.

Міланська кухня — дуже ситна, її відрізняє велика кількість м'ясних страв та спецій. Наприклад, шафран — головний інгредієнт оригінального *різотто по-міланськи* (*risotto alla Milanese*). Найкраще його готують в ресторані *Ratanà* (*Via Gaetano de Castiglia, 28*). Практично скрізь подають міланські телячі відбивні (*cotoletta alla Milanese*), однак знавці рекомендують покуштувати їх у *Trattoria del Nuovo Macello* (*Via Cesare Lombroso, 20*). Традиційні страви, зокрема *поленту*, також варто спробувати в тратторії *Masulli San Marco* (*Viale Umbria, 80*).

У регіоні Ломбардія озера давно стали синонімом респектабельного відпочинку, тут чимало відмінних ресторанів. Серед них — *Piccolo Lago*, відзначений двома мішленівськими зірками і розташований на березі озера Мергоццо (біля озера Маджоре). Спробувати свіжовиловлену озерну рибу варто в *Al Sorriso* — цей ресторан розташований у містечку Соризо (озеро Маджоре) і також володіє двома зірками гіда Мішлен.

Кухня Венеції знаменита своїми морепродуктами і стравами з рису. Тут варто спробувати *risotto nero* — чорне ризотто, приготоване з чорним каракатиці, а також *moesche* — страву з невеликих місцевих крабів. Своїми традиціями приготування цих страв славиться, наприклад, *Trattoria da Romano* — ресторан на острові Бурано (*Via Galuppi, 221*)

Сицилійська кухня — абсолютно особлива сторінка кулінарної книги Італії. Острів, якому довелося бути багаторазово завойованим, увібрав традиції безлічі культур — передусім арабської, грецької та іспанської. Присмаки цих кухонь залишилися в сицилійських стравах і понині.

Спробувати тут варто пасту *alla norma* (з баклажаном і тертою солоною рікоттою) і пасту з сардинами (*con le sarde*). Знамениті також *arancini* (обсмажені рисові кульки з начинкою), ситний м'ясний рулет *falsomagro* і екзотична риба-меч, яку на Сицилії готують у всіх видах. Не відмовте собі в десерті — сицилійці стверджують, що їхня *granita* (фруктовий лід) поза конкуренцією у всій Італії.

Гастрономія Сардинії одночасно і схожа на звичну італійську кухню, і відрізняється від неї. Як і в материковій Італії, на острові цінуються сири власного приготування: сорти *Пекоріно*, *Калью* і *Пекоріно Сардо* з молока виключно сардинських овець. Сир - важливий інгредієнт традиційних сардинських десертів: його додають у вигляді начинки в смажені у фритюрі пиріжки *сеадас* і в ватрушки *пардулас*, традиційне пасхальне ласощі регіону.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ІТАЛІЇ

3.1 Аналіз гастрономічних турів до Італії

Серед найбільш відомих та популярних туроператорів, які пропонують тури до цієї країни можна виділити такі:

- екскурсійні авіатури – Travel Professional Group;
- екскурсійні авіатури та відпочинок на морі – Join Up, TUI, TEZ TOUR;
- автобусні тури – Аккорд-тур, Алголь, Tango travel, Артекс.

Travel Professional Group – справжній лідер серед інших операторів у напрямку екскурсійних авіатурів. До арсеналу туроператора належать екскурсійні тури з гарантованим перельотом на крилах авіакомпанії Alitalia, автомобільні тури з орендою авто, гастрономічні тури, комбіновані тури, відпочинок на морі та наземне обслуговування.

Туроператор Join Up спеціалізується на напрямку Італії уже майже 10 років. До пандемії коронавірусу в оператора була власна польотна програма на крилах авіакомпанії Sky Up до Риміні. Вильоти здійснювались три рази на тиждень (понеділок, середа, п'ятниця) з чотирьох міст України – Києва, Одеси, Харкова та Запоріжжя.

Туристичний оператор TUI Ukraine – один з лідерів на ринку України в галузі туризму. Влітку 2018 року європейський туроператор TUI Ukraine оголосив про запуск нового напрямку. Ним став регіон Калабрія, який ще тоді був зовсім незвіданий українським туристом. Мало хто взагалі чув про цей куточок країни, який вабить неабиякою кількістю переваг. Вильоти здійснювалися один раз на тиждень. Окрім нових турів, на сайті у оператора можна знайти і класичні тури в Італію. Вильоти здійснювалися один раз на тиждень.

Кількість вильотів у 2019 році збільшилася вдвічі. У минулому році на відпочинок з TUI вирушило близько 450 тис. туристів. Найбільш популярними напрямками були Туреччина, Єгипет, Італія (Калабрія), ОАЕ, Чорногорія, Хорватія, Греція. Популярні й зимові напрямки – Австрія, Андорра, Італія, Фінляндія. Туроператор TUI пропонує відпочинок у більш ніж 38 міст Італії. У 2020 році, ще до пандемії коронавірусу, TUI вже заявив про новий ексклюзивний напрямок в Італії, а саме в – Апулію. Перші чартерні вильоти в аеропорт Бріндізі планувалися на кінець травня. Сподіваємося, що найближчим часом вдасться втілити задумані плани.

TEZ TOUR має у своєму арсеналі класичні екскурсійні тури, тури містами мистецтв, сіті-тури, комбіновані тури з іншими країнами, тематичні тури по регіонам Італії. Загалом більше 42 турів. До карантинних заходів в Україні та світі оператор мав щоденні вильоти до Риму на крилах авіакомпанії МАУ та Alitalia, прямі рейси з Києва до Мілану та Венеції авіакомпанією МАУ. найдешевший варіант подорожі до Італії – автобусом. Тому дуже популярними серед туристів є оператори автобусних турів до Італії – Аккорд-тур, Алголь, Tango travel, Артекс.

Справжнім лідером серед автобусних операторів є Аккорд-тур. Сайт оператора налічує більше 130 різноманітних турів до Італії у 56 міст. Тури є збірними, груповими та майже завжди гарно набираються.

Сучасні гастрономічні тури по Італії, які пропонують туристичні фірми мандрівникам, – це не цілодобова подорож по ресторанах і кафе з метою як слід поїсти. Під час поїздок по різних куточках цієї країни туристам пропонується повною мірою насолодитися природою та архітектурними пам'ятками, відпочити на узбережжі, ознайомитися з традиціями місцевих жителів. Але головне в таких турах все-таки, можливість спробувати те, що по-справжньому готується тільки в Італії.

Вирішивши відправитися у гастрономічну подорож Італією, туристи мають змогу цілком довіритися дослідченому туроператору, виклвши йому свої уподобання, і менеджер турфірми підбере варіант, який для кожної конкретної

людини підходить найкращим чином. У результаті турист отримує незабутні враження та повною мірою насолоджується кращими стравами італійської кухні та справжніми італійськими продуктами.

В ході проведення дослідження було розглянуто деякі програми гастрономічних турів які пропонують туристичні оператори на ринку туристичних послуг України.

Український туроператор «Феєрія» пропонує цікавий винно-гастрономічний тур до Італії:

«Винно-гастрономічний тур в Апулію»

Маршрут туру включає: Київ - Барі - Мольфетта - Барі - Кастеллана-Гротте - Альберобелло - Поліньяно-а-Маре - Матера - Альтамура - Трані - Барлетта - Трані - Барі - Київ.

Транспорт – авіапереліт + автобус. Тривалість туру – 8 днів.

Вартість туру на одного в номері DBL/НВ на 7 ночей:

- 1235 євро (тур для групи від 6 осіб)

- 1235 євро +290 євро (індивідуальний тур від 2-4 чоловік).

Розглянемо програму туру:

День 1 КИЇВ – БАРІ

Виліт з Києва. Прибуття учасників в міжнародний аеропорт Барі «Karol Wojtyła», трансфер в готель. Розміщення в готелі. Вітальний аперитив. Вечеря та відпочинок в готелі.

Барі - столиця регіону Апулія. Місто розташоване в основі каблука італійського чобітка. «Якби в Парижі було море, він був би маленьким Барі», - з зарозумілістю істинних південців стверджують місцеві жителі, і це думка вельми схоже на істину: повітря тут насичене зачаруванням середньовічних європейських міст, а велика кількість пам'яток може сміливо конкурувати з історичним центром столиці Франції.

ДЕНЬ 2. БАРІ - МОЛЬФЕТТА – БАРІ

Проживання в готелі категорії 4 * в Барі

Екскурсія в Барі. Відвідування базиліки Святого Миколая, століттями

зберігає мощі св. Миколи Угодника, одного з найшановніших Святих всього православного світу. Відвідування Норман-арагонського замку в Барі.

Прогулянка по старому місту, яке вражає своїми вузькими і зігнутими вуличками. Огляд Кафедрального Собору Св. Сабіно, Театру Петруцеллі.

Обід в традиційній траєкторії в історичному центрі Барі.

Екскурсія в Мольфетту - місто шопінгу. Величезний торговий центр в передмісті Барі, де за доступними цінами представлені марки як високого класу, так і марки середнього рівня.

Повернення в готель. Вечеря та відпочинок в готелі.

ДЕНЬ 3. БАРІ - КАСТЕЛЛАНА-ГРОТТЕ - АЛЬБЕРОБЕЛЛО - МОНОПОЛІ - ПОЛІНЬЯНО-А-МАРЕ – БАРІ

Сніданок у готелі.

Екскурсія в містечко Кастеллана-Гротте, знамените на весь світ своїми унікальними гротами, відкритими спелеологом Франко Анеллі 23 січня 1938. На глибині 70 метрів туристи оглянуть найнеймовірніші форми виблискуючих білих кристалів, гострі сталактити і сталагміти. Довжина повного маршруту становить три кілометри і в кінці шляху на туристів очікує «Білий грот», який експерти вважають найкрасивішим у світі, завдяки його незвичайній білизні і святковості. Вартість вхідного квитка - 15 євро.

Екскурсія в монументальну зону Альберобелло - казкове місто серед реального світу. На сьогоднішньої день вважається однією з найпопулярніших визначних пам'яток в Італії. А знамените це місце завдяки своїм унікальним житловим будинкам труллі, які з 1996 року входять до Списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. У Альберобелло налічується більше 1500 труллі різного типу. Шопінг в характерних магазинах-труллі і дегустація місцевих продуктів.

Обід в типовому ресторані-трулло.

Як альтернативу можна запропонувати екскурсію в Монополі. Визначною пам'яткою міста є замок Карла V, будівництво якого було завершено в 1522 році. Замок має форму пентаграма, і він розташований на пагорбі-мисі, яка відділяє його від решти міста.

Екскурсія в Поліньяно-а-Маре - надзвичайне місто грецького походження, що підноситься на скелястому плоскогір'я з стрімкими урвищами над самим морем.

Повернення в готель.

Вечеря та відпочинок в готелі.

ДЕНЬ 4. БАРІ - МАТЕРА - АЛЬТАМУРА – БАРЛЕТТА

Сніданок у готелі.

Екскурсія в Матеру. Туристи відвідають унікальний середньовічний міський комплекс, що знаходиться в сусідній області Базіліката і розташований на схилі глибокої природної ущелини. Наприкінці 1993 р ЮНЕСКО оголосив «Сассі» - стародавні печерні квартали міста Матера - надбанням усього людства. У збережених до наших днів печерах - гротах люди жили до кінця 60-х рр. минулого століття, по суті, в первісних умовах. Відвідання цього міста залишає незабутні враження. Для багатьох стане відкриттям той факт, що саме тут знімався культовий фільм Мела Гібсона «Страсті Христові». Туристи побачать барочну площу Вітторіо Венето з оглядовим майданчиком на район «Сассі», Кафедральний собор, печерні храми з візантійськими фресками XI-XIV століть і залишками винних погребів, унікальний музей Селянського побуту, облаштований в будинку - печері, який всього кілька десятиліть тому ще був житловим.

Обід в ресторані Матері з дегустацією традиційного хліба.

Екскурсія в Альтамуру. Відвідування приватної пекарні, яка відома своїм виробництвом хліба, тараллі, хлібних паличок і фокаччо. Під час екскурсії туристи дізнаються багато цікавого про технології виробництва хлібних виробів, а також спробують свіжоспечений гарячий хліб Альтамура - перший в Європі продукт, який був удостоєний статусу DOP (denominazione di origine protetta - гарантоване найменування за походженням).

Розміщення в Массерії категорії 4 * в районі Барлетта.

Вечеря та відпочинок.

ДЕНЬ 5. БАРЛЕТТА - ТРАНІ - БАРЛЕТТА

Сніданок у готелі.

День пасти.

Відвідування господарства з виробництва сиру з оглядом виробничих приміщень і можливістю взяти участь у процесі виробництва знаменитих сирів моцарелла і Бокончіно. Дегустація апулійських сирів.

Відвідування сімейної фабрики по виробництву пасти, яка проводиться тільки вручну. Туристам надається можливість взяти безпосередню участь в процесі приготування італійської пасти, типової для регіону Апулія - орекьетте і тальятелле.

Екскурсія в маслобійне господарство, де під керівництвом самого власника туристи ознайомлюються з процесом виробництва оливкової олії і дізнаються секрети приготування знаменитого масла Extravergine. Після екскурсії буде дегустація масла, різних сортів оливок і легких закусок, характерних для цього регіону. Після дегустації туристів чекає міні-курс італійської кухні. Дегустація приготовлених страв.

Обід в ресторані.

Екскурсія по історичному центру Транси, відвідування Кафедрального Собору Трані, який часто називають «Королем Соборів Алуїї». Собор присвячений покровителю міста, святому Миколаю Паломнику. Це найвеличніша споруда в місті, чудовий приклад апулійської романської архітектури. Прогулянка по стародавній вулиці, що тягнеться уздовж моря Via Comunale, яка приводить в красивий порт з безліччю барів, ресторанів, традиційних магазинів і сувенірних крамниць.

Повернення в готель.

Вечеря та відпочинок.

ДЕНЬ 6. БАРЛЕТТА

Сніданок у готелі.

Винний день.

Відвідування таємничого Замку «Castel del Monte» (спадщина ЮНЕСКО). За основу двоповерхової будівлі Кастель-дель-Монте була взята

абсолютно нестандартна форма правильного восьмикутника, завдяки якій замок і залишається єдиним фортифікаційною спорудою з такою незвичайною плануванням.

Обід в околицях замку.

Екскурсія в одну з кращих виноробень на Півдні Італії. Туристам покажуть процес виробництва апулійського вина. Після огляду винних погребів учасники під керівництвом професійного сомельє продегустують кращі апулійські вина з легкими закусками.

Кулінарний майстер-клас в ресторані Массерії.

Дегустація приготовлених страв.

Вечеря та відпочинок в готелі.

ДЕНЬ 7. БАРЛЕТТА – ТРАНІ

Сніданок у готелі.

Трансфер в Трані.

Вільний день в Трані.

Трані живописно розташований серед виноградників і оливкових гаїв, місто відоме видобутком каменів. Найголовнішою пам'яткою міста є Кафедральний собор, присвячений святому Миколаю Пілігриму. Він розташований на відкритому з усіх боків узвишші, повернувшись одним боком до моря.

Недалеко від собору знаходиться норманський замок. Він був зведений в 1233 році за наказом Фрідріха II. Імператор і його син Манфред часто зупинялися в замку.

Вечеря в ресторані міста.

Ніч в готелі.

ДЕНЬ 8. ТРАНІ - БАРІ – КИЇВ

Сніданок у готелі.

Трансфер в міжнародний аеропорт міста Барі «Karol Wojtyła».

Виліт до Києва.

Інший відомий туристичний оператор Києва «Carpassio travel company»

пропонує широкий вибір гастрономічних турів в будь-який куточок світу.

Наприклад, цікавим є гастрономічний тур до Риму і Неаполя.

Назва туру – «Смачний тур від Рима до Неаполя»

Тривалість туру: 8 днів / 7 ночей

Транспорт: авіа + автобус

Ціна на одного туриста: 490 євро.

Розглянемо програму туру в табл. 3.1.

Таблиця 3.1.

Програма туру «Смачний тур від Рима до Неаполя»

1 день Рим	Прибуття в Рим. Зустріч в аеропорту з водієм (російськомовний асистент Переїзд і розміщення в готелі.	За додаткову плату - екскурсія «Нічний Рим»
2 день Рим	Сніданок у готелі Оглядова екскурсія по Римі на 2- поверховому автобусі	Санта Марія Маджоре Колізей пл. Навона Пантеон Музеї Ватикану пл. Св. Петра За дод. плату - екск. «Нічний Рим»,
3 день Рим	Сніданок у готелі Пішохідна прогулянка з гідом по історичному центру Риму з дегустацією типових римських	За дод. плату - екск. в Музеї Ватикану За дод. плату - «Імператорський Рим»
	закусок (пропонується продукт в залежності від сезону проведення прогулянки) близько 2 годин	За дод. плату - екск. під Флоренцію За дод. плату - екскурсія в Тіволі
4 день Рим - Неаполь - Помпеї	Сніданок у готелі Переїзд в Неаполь на автобусі Панорамна оглядова екскурсія по місту Розміщення в готелі Неаполя	Королівський палац, Замок Ово, Анжуйський замок. Переїзд в Помпеї. Відвідування стародавнього міста, який загинув при виверженні вулкана Везувій (обід і вхідні квитки в Помпеї оплачуються додатково)
5 день Неаполь	Сніданок у готелі Трансфер в готель в Неаполі - з російськомовним асистентом	За дод. плату - екскурсія на Капрі

	Урок приготування піци Дегустація. Трансфер в готель Тривалість туру близько 2,5 годин	
6 день Неаполь - Рим	Сніданок в готелі 16:45 Переїзд в Рим на автобусі зустріч о 16.30 в порту Molo Beverello Розміщення в готелі.	
7 день Рим	Сніданок у готелі Вільний час	За дод. плату - екскурсія в Галерею Боргезе

Вартість туру включає:

- 5 ночей у Римі, 2 ночі в Неаполі
- 7 сніданків
- Трансфер: аеропорт-готель-аеропорт
- Трансфер: Рим-Неаполь-Рим з асистентом
- 1 оглядовий тур в Римі на двоярусному автобусі NirouNirouff
- 1 Оглядова панорамна екскурсія в Неаполі
- Зустріч і супровід супроводжуючого
- Прогулянка по Риму з дегустацією типових римських закусок
- Дегустація в Неаполі
- Трансфер готель - комерційний центр-готель
- Урок приготування піци.

Київський туроператор «Voyage De Luxe Club» пропонує туристам гурманам відправитися в індивідуальний гастрономічний тур Сардинією. Розглянемо детальніше.

Тур північною Сардинією "Гастрономія і історія"

Тип туру - Індивідуальний гастрономічний тур

Тривалість туру - 7 ночей / 8 днів

Ціна туру: від 1 750 євро за одну людину при заселенні в 2-х місному номері, одномісне поселення (SGL) + 50%

Розглянемо програму туру:

1 день

Прибуття до аеропорту Альгеро і поселення у готелі.

Вільний день для знайомства з містом.

2 день

Сніданок в готелі

Прогулянка по старовинному місту Альгеро у супроводі екскурсовода. Це місто оточений фортами і розташувався біля самого берега моря в живописній бухті - Коралової Рив'єрі. У його архітектурі, як і кухні, і традиціях, чітко простежується іспанський стиль, оскільки Альгеро довгий час було під іспанської владою. Самі ж городяни називають Альгеро Барселонеттою або маленькою Барселоною, вулиці мають назви на двох мовах, висловлюються тут каталонською, але ні за яких обставин не змінюють італійській кухні.

Далі за програмою - вітальний аперитив перед обідом з ігристим вином спуманте брют Сардинії. Вино відзначається гармонійним, оксамитовим смаком і приємним квітковим ароматом. Таке вино служить прекрасним доповненням до будь-якої страви.

Обід в одному з найкращих ресторанів Альгеро. З Альгерійської кухні варто обов'язково спробувати морепродукти: будь то риба на грилі або лобстер в томатно-часниковому соусі - байдужим не залишиться ніхто. Слід окремо виділити рибний суп «копатца» з сухариками, з декількох видів риб, соусом «альята» - сушіння помідори з оцтом і часником (його подають до багатьох страв з риби і морепродуктів). А на десерт - традиційна страва «бланкмандже» - солодку пасту зі вершків, цедри лимона і сметани, або «крем-Каталан» - карамельний пудинг з корицею.

Відпочинок у готелі.

3 день

Сніданок в готелі і переїзд до гавані під назвою Коралова Рив'єра, спуск в печери Нептуна.

Підйом на найвищий і мальовничий мис острова - Капо Качча або Мисливця, огляд морських природних парків Порто Конте, спуск в Печери

Нептуна по сходах Кабірол, що проходить повз мальовничі кручі і захоплюючих видів на навколишній ландшафт. З ним пов'язано чимало оповідей і міфів про зниклих без вести рибалок. За переказами, сам Нептун мешкав саме тут - і сьогодні відвідувачам радять кинути монетку, аби задобрити Нептуна.

Після екскурсій - обід в одній з кращих садиб Сардинії (напої включені).

Такий традиційний обід розкриває сутність настрою і культури Сардинії, так як господарі садиби дбайливо зберігають древні підвалини життя на острові. Це кращий спосіб зануритися в атмосферу, звичаї і кулінарні особливості. Делікатес загальноприйнятого мистецтва кулінарії - смажене поросся, приготований за рецептом сардських пастухів. Туристам пропонується різноманітність страв на будь-який смак і домашніх вин.

Після обіду ознайомлення з технологіями приготування сирів в садибі, ковбас за традиційними рецептами, випічки - хліб і коржикі, знамените оливкове масло. Овечий сир «пекоріно» який виготовляли сардські жителі в старовину, найніжніша на смак «Рікотта», «сальсіча Сарда» - свинячі ковбаси - гордість кулінарії острова Сардинія.

Відпочинок у готелі.

4 день

Сніданок і виїзд з екскурсиводом в найбільші виноробні Альгеро, ознайомлення з особливостями виготовлення, зберігання та смаковим букетом вина цього острова. Купівля місцевих вин.

Переїзд до Стінтіно - це крихітне, але чарівне село, колись засноване місцевими фермерами і острівними рибалками (о. Азінара), яке зараз є респектабельним турцентром. Пляж Ла Пелозі - популярний завдяки своєму дрібному піску, кристально чистій воді і арагонської вежі. Звідси відкривається панорама о. Азінара і піратський замок. Острів туристів порадує унікальними мешканцями Середземномор'я.

Туристам пропонуються улюблені страви сардських рибалок. На обід - смачна паста з борошна твердих сортів пшениці з морепродуктами і соусами,

чудові страви зі свіжої риби і місцеві сорти вин.

Відпочинок і ночівля в готелі.

5 день

Сніданок в готелі. Туристам пропонується подорож для знайомства зі стародавнім Сассарі - великим мегаполісом, в якому будівлі стилів "модерн" знаходяться по-сусідству з вузькими готичними вуличками з іспанською архітектурою. У цьому місті знаходиться перший на Сардинії університет, тут народилися 2 італійських президента, а його покровителем вважається Микола Чудотворець.

Обід в іменитій тратторії в серці Старого центру. Кухня Сассарі в розходиться з італійською і навіть сардською загальноприйнятою кулінарією. Обід включає характерні закуски - з бобових культур, оригінального м'яса та навіть равликів, і неодмінно паста по-домашньому і вино.

У Сассарі є відмінні можливості для шопінгу: тут безліч butikів від популярних брендів.

Увечері повернення до готелю і відпочинок.

6 день

Сніданок в готелі.

Огляд міста-фортеці сардського палацу чи Кастельсардо. Місто розкинулося на кручі в Азінарській гавані, на самому піку якого стоїть палац Середньовіччя. У Кастельсардо і зараз щорічно проводять ходи на честь Христових страстей. А морські пейзажі тут поєднують як скелясті береги з затишними бухтами, так і безтурботний піщані пляжі з дзеркально чистою водою.

Після прогулянки по місту - спеціальний обід в легендарному, знаменитому рибному ресторанчику (напої за додаткову плату).

Гордість ресторану - страви від шеф-кухарів зі свіжих морепродуктів, рецепти яких тримаються в секреті власниками закладу.

Обід супроводжують кращі сорти вин Сардинії.

Повернення в готель.

7 день

Сніданок в готелі і подорож для ознайомлення з конусовидними кам'яними мінаретами - нураги у Санту-Антіні. Це нерозгадана донині таємниця острова, зразок доісторичної архітектури та побуту одного з найдавніших народів на планеті - нурагійці, що жили в 2 тисячолітті до нашої ери. Самі нураги тільки зовні здаються примітивними спорудами, а всередині - архітектура кімнат, споруджених один над одним у мінареті, настільки мудрована, що нураги можна порівняти з великими середньовічними соборами.

Далі за програмою - тематичний обід «За мотивами стародавньої кулінарії» - туристам запропонують страви за рецептами, яким вже більше тисячі років. Повернення в готель.

8 день

Сніданок в готелі. Прощання з чарівним островом Сардинія і переїзд до аеропорту. Переліт до Києва.

Отже, величезна кількість туристичних фірм пропонують тури до Італії. Серед найбільш популярних та впізнаваних – Travel Professional Group, що пропонує чудові варіанти екскурсійних авіа турів; Join Up, TUI, TEZ TOUR, які розробляють екскурсійні авіа тури з відпочинком на морі; Аккорд-тур, Алголь, Tango travel, Артекс, найпопулярніші оператори автобусних турів, які мають безліч варіантів автобусних турів.

Як показує дослідження сучасні українські туристичні оператори пропонують широкий вибір кулінарних гастрономічних турів до Італії на будь-який смак. Кулінарний туризм охоплює усі регіони Італії і набуває останніми роками неабиякої популярності та стрімкого розвитку

3.2. Проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Італії

У країні спостерігаються великі відмінності у ступені розвитку гастрономічного туризму у різних регіонах країни та відвідуваності об'єктів, які не завжди пояснюються рівнем природно-ресурсного чи культурного потенціалу.

Тому однією з вагомих проблем є роздрібненість і локалізація туристичного бізнесу по регіонах через брак ефективної централізованої координації. Сьогодні існує певна диспропорція у розподілі туристичних прибуттів за регіонами в країні. Головний район іноземного туризму – північний схід, особливо області Трентіно-Альто-Адідже та Венето, а також Центральна Італія (Рим, Флоренція, Піза). Найменш відвідуваними сьогодні залишаються регіони Кампанія (Неаполь, Помпеї) та Емілія-Романья (Болонья).

Також, гастрономічний туризм Італії передусім страждає через погано налагоджену адміністративну систему й надмірну бюрократизацію процесу; невміння (і небажання) розвивати нові туристичні пропозиції; недостатню інфраструктуру; нестачу добре підготовлених кадрів; труднощі із залученням міжнародних інвестицій.

Система управління не хоче бачити та вирішувати цю проблем, так як вважає що туризм в Італії і так знаходиться на достатньому рівні розвитку та що стан не погіршиться через велику культурну спадщину та природно-рекреаційний потенціал. Але я вважаю, що це велика помилка, тому що в світі все змінюється, та вже помітно, як збільшуються туристичні потоки до країн Сходу та Азії. Владі потрібно удосконалювати та спрощувати адміністративну систему, яка дасть змогу тримати баланс туристичних потоків та не зазнати спаду популяризації дестинації.

Італія, яка постійно потрапляє до проблемної хроніки світового криміналу (Сицилійська мафія), несприятливого екологічного стану

(перенасиченість сміттєвими звалищами), нелегальної міграції та сегрегації мігрантів, аморальної поведінки політиків (процеси проти Сільвіо Берлусконі) і при цьому зберігає імідж країни, сприятливої для туристичного відвідування. Проте, через більшу зацікавленість уряду інших країн у розвитку гастрономічного туризму, Італія може втратити такий імідж за словами спеціалістів вже до кінця 2030 року.

Водночас процес глобалізації призвів до появи та зростання популярності нових DESTИНАЦІЙ і посилення конкуренції між країнами, де Італія, як і багато інших традиційних туристичних країн, повинна підтримувати ефективну присутність на міжнародних ринках. На думку експертів, щоб зберегти лідируючі позиції у світі туризму, в Італії необхідно переосмислити стратегію розвитку нових туристичних послуг, їх впровадження і оновлення існуючих туристичних продуктів, стимулювання інновацій. Перш за все, ці зусилля повинні бути спрямовані в ті сфери туризму, де Італія має унікальні пропозиції, зокрема, гастрономічного.

Для подолання цих вад і розвитку туристичної галузі розроблена урядова програма, яка містить 61 пропозицію. Серед головних можна виділити 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.

А для підвищення туристичної привабливості півдня та островів у відповідному регіоні Італії вирішено створити великий туристичний об'єкт – наприклад, аналог “Діснейленду” (наразі найбільшим парком розваг у Європі

є паризький “Діснейленд”, який приваблює до Франції левову частку туристів).

Італійський уряд розраховує, що після реалізації всіх пунктів цього плану кількість робочих місць до 2030 року зросте на 600 тис., а доходи державного бюджету від туризму зростуть на 50 млрд. євро

Серед інших проблем розвитку туризму в Італії, які потребують конструктивного рішення експерти вказують на необхідність збільшення якості послуг, ширше використання нових інформаційних технологій, адаптування постачання туристичної продукції до потреб і вимог ринку, модернізація транспортної інфраструктури.

Наприклад, Італія була визнана культурною спадщиною на міжнародному рівні і може стати конкурентоспроможною в подальшому, вдосконаливши відповідні пропозиції і роботу з туристами шляхом створення пакетів програм (наприклад, тур одного міста або тур однієї події), надання або спрощення доступності об'єктів та спільна маркетингова підтримка. Італії необхідно адаптувати національну пропозицію туристичного продукту до потреб і вимог мінливого і динамічного сучасного ринку і звернути увагу на створення сприятливих умов для розвитку туризму.

Важливою складовою цього середовища є нові інформаційні технології, зокрема, Всесвітня павутина, яка радикально змінює міжнародну туристичну індустрію та її взаємодію із споживачами. Замовлення через Інтернет забезпечує економію в 30%, порівняно з традиційними каналами. В Італії в останні роки спостерігається швидке зростання замовлення через Інтернет. Інтернет-туризм є одним з найважливіших секторів електронної торгівлі в Італії та визначальним фактором розвитку туристичного бізнесу. Правда, потенціал Інтернету не повністю використовується малими підприємствами, які складають більшість італійської індустрії туризму.

Зростання ролі Інтернету в Італії для знаходження інформації та покупки туристичного продукту здатне забезпечити важливі конкурентні переваги для малого бізнесу, особливо з урахуванням тенденції до збільшення популярності

коротких подорожей, замовлення на які зроблені в останній момент. Національним агентством з туризму створено офіційний туристичний сайт країни. Дослідники рекомендують фокусувати інформацію не про конкретні об'єкти, а про можливі цілі подорожі, посилити зміст матеріалів зі специфікою різних культур, розробити розділ, присвячений великим туроператорам та МІСЕ (заходи, спрямовані на розвиток, мотивацію, навчання персоналу, партнерів та клієнтів компанії, а також представництво компанії, її цінності, філософія і можливості для внутрішнього і зовнішнього споживача).

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

3.3. Розвиток гастрономічного туризму в Україні на прикладі Італії

На сьогоднішній день обсяг світового ринку гастрономічного туризму оцінюється в 42 мільярди доларів [24]. Високі туристичні надходження до бюджету формують країни-лідери. Італія знаходиться на другому місці у Європі за популярністю гастрономічного туризму серед туристів.

Останнім часом в Україні також спостерігається сталий розвиток гастрономічного туризму. Про це свідчить велика різноманітність вітчизняних кулінарних фестивалів з дегустацією страв народів світу. Такі «смачні» заходи привертають велику кількість туристів і стають найважливішою частиною програм відпочинку. Причому значна кількість гастрономічних турів припадає саме на літній сезон, що підтверджується збільшенням туристичних потоків [22].

Українська кухня, як і італійська, - одна з найбагатших і цікавих кухонь світу. У багатьох етнографічних дослідженнях зазначено, що українська кухня налічує більш 4 тисяч рецептів різноманітних м'ясних страв, особливо з свинини, овочів, яєць, риби та молокопродуктів. В українському меню постійно присутні страви з борошна: галушки, млинці, вареники, налисники,

бабки, зрази, деруни. Великою різноманітністю відзначається випічка: пироги, маківники, паски, тістечка, вергуни тощо [23].



Рис. 3.1. Гастрономічна карта України

Джерело [25]

Українська кухня, як і всяка кухня з багатим історичним минулим, значною мірою є регіональною. Іноді вона поєднує кулінарні традиції інших народів. Зокрема, у деяких регіонах відчувається вплив турецької кухні на буковинську, польської на подільську, угорської на гуцульську і російської на Слобожанщині (рис. 3.1).

Зауважимо, що найвідомішим українським гастрономічним продуктом є сало. Найпопулярнішою стравою вітчизняної національної кухні є борщ, який відомий не менше італійських спагеті, французьких соусів чи японських суші. Наш борщ має більш 50 різновидів, в кожному регіоні його готують по особливому рецепту: волинський, чернігівський, полтавський, селянський, дніпровський, галицький, львівський. До рецепту українського борщу входить

більш 20 найменувань продуктів, що створює багатий та неповторний смак, соковитість та аромат [26].

Національними алкогольними напоями для українців є вино, домашні настоянки і, безумовно, знаменита горілка. Широко відома в усьому світі медова горілка з перцем, рецепт якої придумали українці. У ній поєднуються різні, навіть суперечливі смаки, що створюють, тим не менш, дуже гармонійне поєднання.

В Україні вже заснована достатня кількість унікальних автентичних гастрономічних турів та фестивалів, які створюють передумови для формування конкурентоспроможного туристичного продукту гастрономічного туризму на міжнародному та внутрішньому ринках [27], (Додаток Б).

В Україні як і в Італії є величезний ресурсний потенціал, який може привабити гастрономічного туриста.

Проте на сьогодні даний вид туризму в країні знаходиться на початковому етапі становлення. Це пояснюється наявністю низки проблем, які стоять на перешкоді успішного розвитку гастрономічного туризму в нашій державі. Проблеми розвитку гастрономічного туризму в Україні зображено на рисунку 3.2.



Рис.3.2 Проблеми розвитку гастрономічного туризму в Україні

Джерело: розроблено автором

Власне навіть жителі України не є інформованими про потенціал гастрономічного туризму, а саме про наявність концептуальних ресторанів, гастрономічних свят і фестивалів, кулінарних центрів та маршрутів тощо. Часто дестинації гастрономічного туризму відомі лише місцевим жителям, а населення сусідніх регіонів взагалі не здогадується про їх існування.

Отже, можна дійти висновку, що з метою активізації гастротуризму в Україні, створення конкурентоспроможного продукту та його просування на міжнародному туристичному ринку, доцільним є запозичити досвід Італії. Головними з них повинні стати:

- розширення інфраструктури гастрономічного туризму, тобто збільшення кількості етнокафе та ресторанів, дегустаційних залів, створення музеїв гастрономії та інших гастрономічних приміщень;

- удосконалення системи освіти, підготовки та перепідготовки фахівців, розробка спеціалізованих курсів, обов'язкової практики в процесі навчання фахівців для гастротуризму;

- активне просування гастрономічного туризму на світовому туристичному ринку шляхом видання спеціалізованої літератури, путівників, буклетів та календарів, ініціювання гастрономічних фестивалів, проведення семінарів, конференцій, майстер-класів національних гастрономічних традицій, розповсюдження реклами про країну через інтернет-мережі;

- організація та проведення тематичних культурно-оздоровчих та культурно-освітніх заходів, фестивалів, виставок, свят щодо підтримання гастротуризму;

- організація та проведення соціологічних, аналітичних, вимірювальних, сенсорних, маркетингових та санітарно-гігієнічних досліджень якості та відповідності гастрономічної продукції;

- залучення органів місцевої та регіональної влади до сприяння та підтримки розвитку гастротуризму за областями, створення спеціальних перевірок, надання сертифікату відповідності та ліцензії;

- налагодження міжнародної співпраці з провідними країнами світу для популяризації національних кулінарних традицій.

ВИСНОВКИ

В результаті проведеного дослідження виконані усі поставлені завдання. Так встановлено, що поняття «гастрономічний туризм» – це один з видів туризму, метою якого є ознайомлення із способами приготування страв та напоїв і їх дегустацією, а також кулінарними традиціями території, регіону, країни тощо. Історія гастрономічного туризму є відносно не великою. Термін «кулінарний туризм» вперше було вжито у 1998 р. американським професором Л. Лонг, а у 2001 р. з'явилася перша стаття за даною темою, автором якої був Е. Вольф. Згодом у 2003 р. автор першої статті та книги про гастрономічний туризм заснував Міжнародну асоціацію гастрономічного туризму, що є важливою організацією і в наш час.

Нами було проаналізовано та доповнено класифікацію гастрономічного туризму. Так за місцем розташування дестинації даний вид туризму поділяється на сільський та міський; за метою подорожі на культурно-пізнавальний, оздоровчий та гурман; за видом конкретного продукту на винний, пивний, сирний, чайний, кавовий, шоколадний, фруктово-ягідний, рибний, медовий, змішаний тощо; за напрямом подорожі на святковий і фестивальний; особливим гастрономічним туром є гастродипломатія.

Дослідивши стан гастрономічного туризму у світі було виявлено країни-лідери за розвитком даного виду туризму, серед них: Франція, Італія, Іспанія, Сінгапур, Китай, Японія, Індія, США, Мексика тощо. Найпопулярнішими гастрономічними дестинаціями є заклади ресторанного господарства, заклади торгівлі місцевими продуктами харчування, гастрономічні свята, фестивалі та ярмарки, кулінарні майстер-класи, фермерські угіддя. Інтерес туристів до відвідування цих дестинацій підвищують такі чинники, як внесення ресторанів, страв та цілих національних кухонь до престижних світових рейтингів, наприклад Мішлен, а також до списку Світової спадщини ЮНЕСКО.

На підставі проведеного PEST- і SWOT- аналізу було виявлено такі передумови розвитку туризму в країні. Італія – це дуже перспективна країна в плані туризму. Вона володіє широким діапазоном унікальних переваг: особливий природний, екологічний, ресурсний, історико-культурний потенціал. Підтримка туристичної індустрії з боку уряду країни, наявність стимулюючих програм дають величезні можливості для швидкого розвитку туризму і створення якісного і відомого туристського продукту Італії, зокрема гастрономічного. Він є одним з найбільш швидкозростаючих сегментів туристичного ринку за останні роки.

За сучасних умов розвитку ринку туристичних послуг Італії можна спостерігати таку динаміку у розвитку гастрономічного туризму:

- сталість розвитку;
- зростання ролі та значення культурної спадщини.;
- акцент на якість;
- характер подорожей;
- кооперація;
- мотивація є ключовою концепцією для розробки та створення продуктів і послуг у гастрономічному туризмі.

В ході дослідження було виявлено такі основні проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в країні. Основними проблемами є: роздрібненість і локалізація туристичного бізнесу по регіонах через брак ефективної централізованої координації, погано налагоджена адміністративна система й надмірна бюрократизація процесу, невміння розвивати нові туристичні пропозиції, нестача добре підготовлених кадрів, труднощі із залученням міжнародних інвестицій. Для подолання цих вад і розвитку туристичної галузі розроблена урядова програма, яка містить 61 пропозицію. Серед головних можна виділити 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.

Визначено такі можливості використання досвіду Італії в розвитку гостротуризму в Україні: розширення інфраструктури гастрономічного туризму, удосконалення системи освіти, активне просування гастрономічного туризму на світовому туристичному ринку, організація та проведення тематичних культурно-оздоровчих та культурно-освітніх заходів, фестивалів, виставок, свят щодо підтримання гостротуризму, організація та проведення соціологічних, аналітичних, вимірювальних, сенсорних, маркетингових та санітарно-гігієнічних досліджень якості та відповідності гастрономічної продукції залучення органів місцевої та регіональної влади до сприяння та підтримки розвитку гостротуризму за областями, створення спеціальних перевірок, надання сертифікату відповідності та ліцензії, налагодження міжнародної співпраці з провідними країнами світу для популяризації національних кулінарних традицій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ковешніков В. С. Винний та гастрономічний туризм: важливий потенціал розвитку економіки [Електронний ресурс] / В. С. Ковешніков // НУХТ. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: http://www.investplan.com.ua/pdf/4_2017/9.pdf.

2. Омельницька В. О. Сутність та класифікація видів гастрономічного туризму [Електронний ресурс] / В. О. Омельницька // Приазовський економічний вісник. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: https://tourlib.net/statti_ukr/omelnyska2.htm.

3. Глушко В. О. Гастрономічний туризм як окремих вид в туризмі: поняття, сутність, класифікація [Електронний ресурс] / В. О. Глушко // Торгівля і ринок України. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://elibrary.donnuet.edu.ua/114/1/Hlushko_article_23_12_2016.pdf.

4. Корнілова В. В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму [Електронний ресурс] / В. В. Корнілова // Ефективна економіка. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2018/37.pdf.

5. Вишневська Г. Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму [Електронний ресурс] / Г. Г. Вишневська // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: http://tourlib.net/statti_ukr/vyshnevaska.htm.

6. Гастрономический туризм: история, развитие, становление [Електронний ресурс] // Biznes. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.biznes-daily.uz/ru/mening-mulkim/47471-gastronomichskiy-turizm-istoriya-razviti-standovlni>.

7. Драчева Е. Л. Гастрономический туризм: современные тенденции и перспективы [Електронний ресурс] / Е. Л. Драчева, Т. Т. Христов – Режим доступу до ресурсу: <https://cyberleninka.ru/article/n/gastronomicheskiiy-turizm-sovremennyye-tendentsii-i-perspektivy/viewer>.

8. Громадські спілки "Асоціація сприяння розвитку винного та гастрономічного туризму в Україні" [Електронний ресурс] // НУХТ. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <http://awgt.nuft.edu.ua/page/view/statut>.

9. Омельницька В. О. Сутність та класифікація видів гастрономічного туризму [Електронний ресурс] / В. О. Омельницька // Приазовський економічний вісник. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: http://oblrada.rv.ua/documents/938.%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B5-%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%BE-7-min_compressed.pdf.

10. Трададенко Т. Гастрономічний туризм: перспективні напрями [Електронний ресурс] / Т. Трададенко // НУХТ. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: http://tourlib.net/statti_ukr/tradadenko.htm.

11. Саламатіна С. Є. Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму на півдні Одещини [Електронний ресурс] / С. Є. Саламатіна // Наукові праці [Одеської національної академії харчових технологій]. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Np_2014_46%282%29__82

12. Стешенко Д. О. Гастрономічний туризм як чинник розвитку гастрономічної сфери України [Електронний ресурс] / Д. О. Стешенко // Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: http://ekhnuir.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/12527/2/Turbiz_HNU_konf_nojab_2012-240-242.pdf.

13. UNWTO Tourism Highlights, 2019 Edition [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.unwto.org/pub>.

14. Любіцева О.О. Туристичне країнознавство: Країни лідери туризму : навч. посіб. – К. : Альтерпрес, 2008. – 436 с.

15. UNWTO Tourism Highlights, 2014 Edition [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.unwto.org/pub>.

16. Боусфільд Д. Італія : путеводитель. / Д. Боусфільд. – Москва : АСТ, 2008. – 575 с.

17. Їжа під охороною ЮНЕСКО: які страви потрапили до списку Всесвітньої спадщини [Електронний ресурс] // Etsetera – Режим доступу до

ресурсу: [//uk.etcetera.media/yizha-pid-ohoronoyu-yunesko-yaki-stravi potrap ili-do-spisku-vs esvitnoyi-spadshhini.html](http://uk.etcetera.media/yizha-pid-ohoronoyu-yunesko-yaki-stravi-potrap-ili-do-spisku-vs-esvitnoyi-spadshhini.html)

18. Global Report on Food Tourism. UNWTO, 2012. Режим доступу до ресурсу: <https://tourlib.net/wto/food-tourism2012.pdf>.

19. The Local it “Truffle tourism” worth 63 million euros in Italy Режим доступу до ресурсу: [https:// www.thelocal.it/20181123/truffle-tourism-worth-63-million-euros-in-italy](https://www.thelocal.it/20181123/truffle-tourism-worth-63-million-euros-in-italy).

20. Record di visite per i Musei del Cibo. Prosciutto di Parma superstar. Режим доступу до ресурсу: <https://www.informacibo.it/record-visitatori-musei-del-cibo-2019/>.

21. Italia Convention Report on Italian food and wine tourism, 2019. Режим доступу до ресурсу: <https://www.italiaconvention.it/en/news-en/food-and-wine-report-2019/>.

22. Гастрономічні фестивалі українців [Електронний ресурс] // Виставковий центр ЛІЕТ «Тури та туристичні продукти для львів'ян та гостей міста», 2016 – Режим доступу до ресурсу: <http://.liet.lviv.ua/filemanager/files/file.php?file=2374>.

23. Вишневська Г.Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму / Г.Г. Вишневська

24. Kornilova, V.V. (2018), “Modern Trends in the Development of Gastronomic Tourism”, *Efektivna ekonomika*, [Online], vol . 2, Режим доступу до ресурсу: www.economy.nauka.com.ua. (Accessed 16 May 2019).

25. Українські традиції [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://traditions.in.ua/kukhnia>.

26. Комарніцький І.О. Кулінарний туризм в Україні: стан і перспективи регіонального розвитку в контексті підготовки до ЄВРО 2012. // *Географія та туризм: Наук. зб./ Ред. кол. Я.Б.Олійник та ін..* — К.: Альтерпрес, 2011. — Вип. 14. — С.101—106.11.

27. Сливенко В.А. Класичні та сучасні бізнес стратегії туристичних підприємств / В.А. Сливенко, А.О. Єрмакова, // *Ефективна економіка*, No 11,

2018. Режим доступу до ресурсу: <<http://www.economy.nauka.com.ua>> (2019, квітень 18).

28. Фестивалі продуктів, їжі і напоїв в світі [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://svitom.info/mandruemo-svitom/festivali-produktiv-izhi-i-napoiv-v-sviti.html>.

29. Все о сырном туризме в Европе: куда поехать и какие виды сыра попробовать [Електронний ресурс] // TravelTourWay. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://travelyourway.com.ua/planirovanie-samostoyatelnyh-puteshestvij/poleznye-melochi-v-poezdke/syrnyj-turizm-v-evrope>.

30. Фестивалі продуктів, їжі і напоїв в світі [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://svitom.info/mandruemo-svitom/festivali-produktiv-izhi-i-napoiv-v-sviti.html>.

31. Кавовий туризм [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://pidruchniki.com/1256060743567/turizm/kavoviy_turizm.

32. Октоберфест 2019: цікаві факти про пивне свято осені [Електронний ресурс] // Сьогодні – Режим доступу до ресурсу: <https://www.segodnya.ua/ua/lifestyle/food/oktoberfest-interesnye-fakty-o-pivnom-prazdnike-1056770.html>.

33. Бразилія, фазенда Рекрейо [Електронний ресурс] // Gastronomic Association – Режим доступу до ресурсу: <http://gastra.com.ua/ru/magazin-kofe/katalog/monosorta/braziliya-fazenda-recreiejo/>.

34. Вікіпедія [Електронний ресурс] // wikipedia – Режим доступу до ресурсу: <https://uk.wikipedia.org>



