

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН, БІЗНЕСУ ТА
ТУРИЗМУ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач випускової кафедри
_____ Леся ПОБОЧЕНКО
« ____ » _____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ВИПУСКНИЦІ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 242 «ТУРИЗМ І РЕКРЕАЦІЯ»
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЮ ПРОГРАМОЮ
«ТУРИЗМОЗНАВСТВО»

Тема: «Гастрономічний туризм в країнах Європи»

Виконавець: Курапова Яна Володимирівна, група

Т-413

(підпис виконавця)

Керівник: к.геогр.н., доцент, доцент кафедри
міжнародних економічних відносин, бізнесу
та туризму ФМВ НАУ
Борисюк Оксана Анатоліївна

(підпис керівника)

Нормоконтролер: Борисюк Оксана Анатоліївна

(підпис нормоконтролер)

КИЇВ – 2024

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин
Кафедра міжнародних економічних відносин, бізнесу та туризму
спеціальність 242 «Туризм і рекреація»
освітньо-професійна програма «Туризмознавство»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
_____ Леся ПОБОЧЕНКО
«__» _____ 2024 р.

ЗАВДАННЯ

на виконання кваліфікаційної роботи

Курапової Яни Володимирівни

1. Тема роботи «Гастрономічний туризм в країнах Європи» затверджена наказом ректора від «26» березня 2024 р. № 441/ст.
2. Термін виконання роботи: з 13 травня 2024 року по 16 червня 2024 року.
3. Вихідні дані до роботи: аналіз законодавчих та підзаконних нормативно-правових актів, що регулюють гастрономічний туризм в Європейському регіоні, статистичні дані, аналіз матеріалів і звітів міжнародних туристичних організацій та компаній, таких як World Tourism Organization (UNWTO), Всесвітня рада з подорожей і туризму (WTTC), Міжнародна асоціація світового туризму (MT), Міжнародний туристичний альянс (AIT). Географічне охоплення дослідження: специфікація країн, регіонів або міст, що вивчатимуться.
4. Зміст пояснювальної записки: теоретичні основи гастрономічного туризму та його роль в туризмі країн Європи, аналіз динаміки гастрономічного туризму в Європейському регіоні, проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в країнах Європи.

5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: у роботі розміщено 3 таблиці, 2 рисунки та 2 додатки.

6. Презентація основних результатів кваліфікаційної роботи в електронному вигляді. Розроблена презентація в Microsoft Office Power Point, складає 25 слайдів.

7. Календарний план-графік

№ пор.	Завдання	Термін виконання	Відмітка про виконання
1.	Вивчити літературні джерела з предмету дослідження та написати заяву про затвердження теми кваліфікаційної роботи	11.03.2024	Виконано
2.	Затвердити план дослідження та отримати завдання до виконання кваліфікаційної роботи	25.03.2024	Виконано
3.	Розкрити теоретичні основи гастрономічного туризму та його роль в туризмі країни (1 розділ)	04.05.2024 – 10.05.2024	Виконано
4.	Аналіз динаміки розвитку гастрономічного туризму в країнах Європи (2 розділ)	11.05.2024 – 17.05.2024	Виконано
5.	Виявити основні проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Європі. Проаналізувати можливості застосування європейського досвіду в Україні. Розробити гастрономічний тур. (3 розділ)	16.05.2024 – 22.05.2024	Виконано
6.	Написати реферат, вступ, висновки та оформити список використаних джерел і додатки	23.05.2024 – 26.05.2024	Виконано
7.	Оформити кваліфікаційну роботу та пройти перевірку на плагіат	27.05.2024	Виконано
8.	Передати кваліфікаційну роботу рецензенту для рецензування (за 10 днів до захисту)	01.06.2024	Виконано

8. Дата видачі завдання: «25» березня 2024 р.

Керівник кваліфікаційної роботи

(підпис керівника)

Борисюк О.А.

(П.І.Б)

Завдання прийняв до виконання

(підпис випускника)

Курапова Я.В.

(П.І.Б)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Гастрономічний туризм в країнах Європи»: 74 стор., 3 рисунки, 3 таблиці, 43 літературних джерела.

Об'єкт дослідження – гастрономічний туризм.

Предмет дослідження – особливості та розвиток гастрономічного туризму в Європі.

Мета роботи – дослідження сутності та особливостей гастрономічного туризму в країнах Європейського регіону, аналіз сучасного стану та перспектив розвитку гастрономічного туризму в Європі.

Для досягнення мети були визначені такі завдання дослідження:

- дослідити сутність та особливості гастрономічного туризму;
- визначити передумови розвитку туризму в Європейському регіоні;
- визначити місце гастрономічного туризму серед інших видів туризму в Європейському регіоні;
- проаналізувати основні напрямки гастрономічного туризму в країнах Європи;
- визначити проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Європейських країнах
- запропонувати власний гастрономічний тур.

Під час написання дипломної роботи використовувалися наступні методи дослідження: теоретичний аналіз джерел інформації з проблем дослідження; метод системного аналізу; метод аналізу економічних показників, їх динаміки; графічний метод для відображення територіального розміщення кластерів; методи моделювання та прогнозування.

Матеріал дослідження може бути корисним у навчальному процесі під час вивчення дисциплін «Гастрономічний туризм», «Організація туристичних подорожей» та ін.

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел.

ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ, ЄВРОПЕЙСЬКІ КРАЇНИ,
ПЕРЕДМОВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ,
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТУРИЗМ, ВНУТРІШНІЙ ТУРИЗМ, ГАСТРОНОМІЧНИЙ
ТУР

ЗМІСТ

ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ.....	13
1.1. Сутність та функції гастрономічного туризму.....	13
1.2. Специфічні риси, особливості і напрями гастрономічного туризму	21
1.3. Особливості дослідження гастрономічного туризму.....	26
Висновки до 1 розділу.....	29
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ ЄВРОПИ.....	31
2.1. Передумови виникнення і розвитку туризму в країнах Європи.....	31
2.2. Роль і місце країн Європи на ринку туристичних послуг.....	36
2.3. Територіальні особливості розвитку гастрономічного туризму в країнах Європи.....	43
Висновки до 2 розділу.....	51
РОЗДІЛ 3. 54.....	54
3.1. Проблеми розвитку гастрономічного туризму в країнах Європи...	56
3.2. Перспективи розвитку нових напрямків гастрономічного туризму в регіоні.....	57
3.3. Гастрономічний тур в країні Європи.....	60
Висновки до 3 розділу.....	66
ВИСНОВКИ.....	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	70
ДОДАТКИ.....	75

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ ТА СКОРОЧЕНЬ

ЮНЕСКО – Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки та культури.

ЦЕ – Центральна Європа.

СС – Світова спадщина.

об'єктів СС – об'єктів Світової спадщини.

Міжнародної асоціації кулінарного туризму – International Culinary Tourism Association

ВСТУП

Гастрономічний туризм – це динамічний та стрімко зростаючий сегмент туристичної індустрії, який поєднує в собі любов до подорожей, нових вражень та кулінарні дослідження. Він дає можливість туристам не лише побачити мальовничі пейзажі та історичні пам'ятки, але й зануритись у глибини кулінарних традицій та етнічної самобутності різних регіонів.

Гастрономічний туризм в останні роки набуває все більшої популярності серед мандрівників усього світу, особливо в країнах Європи, де культурна та кулінарна спадщина має глибокі корені та різноманіття. Європейські країни з їх унікальними гастрономічними традиціями стають магнітом для туристів, які прагнуть не тільки відвідати історичні пам'ятки, а й зануритися у світ місцевих смаків і ароматів. Це зумовлює актуальність дослідження гастрономічного туризму як одного з найшвидше зростаючих напрямків у туристичній індустрії.

Європа пропонує різноманіття кулінарних вражень, від класичних французьких делікатесів до традиційної італійської пасти, що забезпечує унікальні можливості для дослідження гастрономічного розмаїття континенту. Це, у свою чергу, сприяє розвитку місцевих економік через створення нових робочих місць та збільшення доходів від туризму. Наприклад, винахідні виноробні тури в Іспанії та Італії або шоколадні тури в Бельгії демонструють, як гастрономічний туризм може впливати на просування національної кухні та культурних традицій.

Гастрономічний туризм також сприяє збереженню кулінарної спадщини, оскільки зацікавленість туристів у місцевих продуктах і традиційних стравах мотивує громади зберігати свою унікальну кулінарну ідентичність. Подорожі з метою гастрономічного досвіду дозволяють глибше зрозуміти культуру та історію регіону, роблячи відпочинок більш змістовним і пам'ятним.

Окрім того, гастрономічний туризм стимулює інновації в гастрономії, оскільки ресторани та кафе намагаються вражати відвідувачів унікальними кулінарними винаходами та високою якістю обслуговування. Це призводить до зростання конкурентоспроможності в галузі гостинності, підвищення стандартів сервісу та, як наслідок, до підвищення задоволеності туристів. Інвестиції у гастрономічний туризм сприяють також розвитку інфраструктури регіонів, включаючи транспорт, житло та розважальні заклади, що робить місцеві спільноти більш привабливими для відвідування.

Науковий інтерес до гастрономічного туризму обумовлений його здатністю відображати глобальні тенденції у споживанні, впливаючи на персоналізацію туристичного досвіду. Аналіз гастрономічного туризму дозволяє вивчати соціокультурні зміни, що відбуваються в суспільстві, а також тенденції у світовій економіці. Дослідження показують, що туристи все частіше обирають місця для подорожей, базуючись на гастрономічному різноманітті, що забезпечує їм нові смакові враження.

Успіх гастрономічного туризму в Європі також зумовлений використанням маркетингових стратегій, спрямованих на просування унікальних кулінарних вражень. Соціальні медіа і спеціалізовані веб-платформи грають важливу роль у популяризації гастрономічних маршрутів, дозволяючи туристам ділитися своїми враженнями та рекомендаціями, тим самим залучаючи нову аудиторію.

На завершення, актуальність теми гастрономічного туризму в Європі обумовлена зростаючим інтересом до кулінарної культури, впливом на економічний розвиток регіонів та сприянням культурному обміну. Вивчення цього феномену має велике значення для розуміння глобальних культурних та економічних процесів, що формують сучасний світовий туристичний ландшафт.

На основі аналізу теоретичної бази дослідження виокремлені об'єкт, предмет і мета дипломної роботи.

Об'єкт дослідження – гастрономічний туризм.

Предмет дослідження – особливості та розвиток гастрономічного туризму в Європі.

Мета роботи – дослідження сутності та особливостей гастрономічного туризму в країнах Європейського регіону, аналіз сучасного стану та перспектив розвитку гастрономічного туризму в Європі.

Для досягнення мети були визначені такі завдання дослідження:

- дослідити сутність та особливості гастрономічного туризму;
- визначити передумови розвитку туризму в Європейському регіоні;
- визначити місце гастрономічного туризму серед інших видів туризму в Європейському регіоні;
- проаналізувати основні напрямки гастрономічного туризму в країнах Європи;
- визначити проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Європейських країнах
- запропонувати власний гастрономічний тур .

Під час написання дипломної роботи використовувалися наступні методи дослідження:

- теоретичний аналіз джерел інформації з проблем дослідження;
- метод системного аналізу;
- метод аналізу економічних показників, їх динаміки;
- графічний метод для відображення територіального розміщення кластерів;
- методи моделювання та прогнозування.

Аналіз спеціалізованої літератури свідчить про активність наукових досліджень проблеми розвитку гастрономічного туризму. У дослідженнях Д. Басюк, М. Баштової, В. Бойко, Т. Божук, А. Бусигіна, Г. Волкової, І. Комарницького, Е. Маслова, О. Любіцевої, Л. Прокопчук, Т. Сокол, В. Федорченка, Т. Шпараги, Ф. Шандора висвітлюється історико-культурний контекст розвитку гастрономічного туризму, особливості створення регіональних туристичних продуктів на основі національних кулінарних

традицій. Окремі фахівці розглядають гастрономічний туризм як вид хобі-туризму (І. Школа), тематичного туризму (Т. Сокол, З. Каноністова), спеціалізованого туризму (В. Федорченко, І. Мініч), В. Антоненко, Д. Басюк, С. Саламатіна, Н. Алешугіна, П. Коваль у своїх працях доводять важливість розвитку цього виду діяльності в окремих регіонах України.

У вітчизняній науці вивченням взаємодії дії туристського сектору і гастрономії займаються В. Гордін, Д. Гусенова, А. Карабаєва, А. Лук'янченко, Ю. Трабская, Е. Чернова. Вказані автори фокусуються на вивченні форм і проявів гастрономічного туризму як засобу підвищення привабливості дестинації, а також на вивченні способів формування і просування гастрономічних брендів дестинації.

Інформаційна база дослідження. У роботі використано фахову літературу з проблеми дослідження, інформаційні ресурси мережі Інтернет, періодичні видання, статистичні дані Міжнародної туристичної організації (ЮНВТО).

Наукова новизна отриманих результатів полягає у комплексному підході до вивчення гастрономічного туризму в Європі, який включає аналіз впливу на економіку та культуру, а також у розробці рекомендацій для сталого розвитку цього напрямку.

Матеріал дослідження може бути корисним у навчальному процесі під час вивчення дисциплін «Гастрономічний туризм», «Організація туристичних подорожей» та ін.

Апробація отриманих результатів. Результати досліджень, що включені до дипломної роботи, опубліковані в матеріалах доповіді «Особливості дослідження гастрономічного туризму у світі в умовах сьогодення» на міжнародній науково-практичній конференції «СУЧАСНІ МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ: АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ – 2024 » та в матеріалах доповіді «Особливості і напрямки гастрономічного туризму» на міжнародній науково-практичній конференції «Політ 2024. Сучасні проблеми науки», НАУ 2024 р.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність та функції гастрономічного туризму

Гастрономічний туризм, як один із напрямків туристичної діяльності, займає унікальне місце у світовій культурі та економіці, що вимагає глибокого розуміння його сутності та функцій. Він об'єднує в собі прагнення людини до пізнання нового, через призму кулінарних вражень, зі збереженням та розвитком культурної спадщини. Основою гастрономічного туризму є дослідження кулінарної культури регіонів, що включає в себе не тільки споживання їжі, але й участь у процесі її приготування, вивчення історії страв та продуктів, відвідування місць їх виробництва.

Сутність гастрономічного туризму полягає у пошуку та досвіді унікальних кулінарних вражень, які стають частиною культурного обміну між різними народами та країнами. Це не просто дегустація екзотичних страв у ресторанах; це занурення у глибинну сутність регіональної кухні, що дозволяє зрозуміти культуру та традиції народу. Гастрономічний туризм виступає мостом між культурами, сприяючи міжкультурному діалогу та взаєморозумінню [11, с.55-62].

Однією з ключових функцій гастрономічного туризму є економічний розвиток регіонів. Він стимулює зростання місцевого бізнесу, зокрема, готельного господарства, ресторанів, фермерських господарств, а також малих виробників харчових продуктів. Наприклад, у Франції, де культ вина та сиру має давні традиції, винні тури приваблюють мільйони туристів щорічно, сприяючи розвитку виноробних регіонів. В Італії гастрономічні тури по регіону Емілія-Романья, відомому своїми кулінарними шедеврами, такими як пармезан та бальзамічний оцет, демонструють зв'язок між гастрономічними традиціями та економічним благополуччям регіону.

Ще одна важлива функція гастрономічного туризму - збереження

культурної та кулінарної спадщини. Відвідування туристами регіонів з метою дослідження місцевої кухні сприяє не тільки популяризації національних страв, але й збереженню старовинних рецептів, технік приготування, а також традиційного сільського господарства. Це допомагає маленьким громадам зберігати свою унікальність у глобалізованому світі. Приміром, у Японії гастрономічний туризм дозволяє сільським регіонам, таким як префектура Кагошіма, зберегти традиційні методи виробництва зеленого чаю.

Екологічна обізнаність є ще одним аспектом, до якого вносить вклад гастрономічний туризм. Підвищений інтерес до органічних продуктів і сталих методів виробництва спонукає місцеві господарства до впровадження екологічно чистих технологій. Так, у Швейцарії гастрономічні тури по фермах, що виробляють органічний сир, наголошують на важливості сталого розвитку та збереження природного середовища.

Освітня функція гастрономічного туризму також заслуговує на увагу. Відвідування кулінарних майстер-класів, виноробень, фермерських господарств дозволяє туристам не тільки скуштувати традиційні страви, але й дізнатися про культурні контексти їх появи, історію регіону та особливості виробництва продуктів. Це сприяє збільшенню обізнаності щодо здорового харчування, культурної та біологічної різноманітності продуктів харчування [6, с.128-132].

Збільшення соціальної відповідальності та підтримка місцевих спільнот є важливим аспектом, до якого вносить вклад гастрономічний туризм. Через пряме залучення туристів до життя місцевих громад, наприклад, через участь у кулінарних майстер-класах, відвідуванні фермерських господарств, покупці отримують можливість безпосередньо підтримувати місцеву економіку. Такий підхід допомагає створити стійкі економічні ланцюги вартості, що сприяє розвитку сталого туризму.

У кулінарному туризмі існують різні напрями, що сформувалися для задоволення побажань туриста. Наведемо класифікацію кулінарних турів за кількома ключовими критеріями, такими як специфіка місцевості, мета

поїздки або бажання спробувати певний напій або страви. Всі ці особливості повинні враховуватися при складанні гастрономічного туру, щоб найкращим чином відповідати очікуванням цільової аудиторії.

Зараз існує значна кількість досліджень, які присвячено класифікації видів гастрономічного туризму.

С.Ю. Гатауліна, В.В. Шикеринець та С.А. Макарчук поділяють гастрономічний туризм на два види: сільський («зелений») і міський. Їх принципова відмінність полягає в тому, що, вирушаючи в сільську місцевість, турист прагне спробувати екологічно чистий продукт.

За Т. Трададенко гастрономічний туризм класифікується за його програмним забезпеченням (кулінарні свята та фестивалі), автор також виділяє івентивний гастрономічний туризм.

С.Є. Саламатіна до основних видів спеціалізації гастрономічного туризму відносить: винний, рибний, сирний, кавовий, медовий, фруктовоягідний, цигарковий, чайний, шоколадний, агро, змішаний.

Г.Г. Вишневська, А.П. Бусигін класифікують гастрономічний туризм за ключовими критеріями, такими як специфіка місцевості – сільський «зелений» та міський, мета поїздки або бажання спробувати певний напій або страви: винний, пивний, сирний, шоколадний.

Деякі інші думки притримуються Д.О. Стешенко, А.Ю. Парфіненко та визначають сільський, ресторанний, освітній, подієвий, а саме сільський – дегустацію місцевої кухні і продуктів, вироблених у цьому регіоні; ресторанний – відвідування найбільш відомих і популярних ресторанів, що вирізняються високою якістю, ексклюзивністю кухні, а також національною спрямованістю; освітній – навчання в спеціальних освітніх установах із кулінарною спеціалізацією, а також курсів і майстер-класів; подієвий – відвідування місцевості в певний час із метою участі у громадських та культурних заходах із гастрономічною тематикою [13, с.241-243].

Таким чином, гастрономічний туризм доцільно класифікувати за декількома ознаками, такими як розташування туристичного місця, за видом конкретного продукту або напою, за метою подорожі (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Класифікація кулінарних турів [13]

Ознака класифікації	Підвид	Особливості	Вид туристської діяльності, характер відвідуваних підприємств	Країна
Спрямовані на сільське або міське середовище	Сільський або «зелений»	Вирушаючи в сільську місцевість, турист прагне спробувати екологічно чисті продукти, що не мають ніяких добавок	збір лісних ягід, овочів і фруктів, полювання на трюфелів або прогулянку по дорогах виноробства	Всі країни, де є кулінарний туризм
	Міський	Відвідування ресторанів з дегустацією делікатесних і фірмових страв	Відвідування промислових або сервісних підприємств – кондитерських фабрик, маленьких ковбасних цехів та ресторанчиків при них	Всі країни, де є кулінарний туризм
За видом конкретного продукту або напою	Винні	Під час туру турист знайомиться з різними сортами одного і того самого продукту в різних регіонах місцевості	Відвідування виноградників та екскурсії на виноробні господарства з дегустацією вин	Франція, Італія, Іспанія, Кіпр, Греція, Португалія, Австрія, Україна, Грузія, Угорщина, Швейцарія
	Пивні		Відвідування пивоварень, як великих так і домашніх, дегустації	Німеччина, Австрія, Чехія, Бельгія, Україна (Чернігів, Київ, Запоріжжя, Дніпро)
	Сирні		Відвідування заводів і сирних льохів, дегустації	Голландія, Швейцарія, Італія, Україна (Закарпаття)
	Шоколадні		Відвідування шоколадних фабрик, дегустації	Іспанія, Франція, Італія, Англія,

				Бельгія, Швей-царія, Україна
	Чайні		Відвідування чайних плантацій, фабрик з розфасовування продуктів збирання	Японія, Китай, Шри Ланка, Грузія, Абхазія, Україна (Харків)
	Кавові		Відвідування кавових плантацій, фабрик з розфасовування продуктів збирання	Бразилія, Індія, Італія, В'єтнам, Колумбія, Перу, Гватемала, Ефіопія
За ціллю подорожі	Культурно-пізнавальні	Туристи їдуть з пізнавальною і розважальною метою	Відвідування різних екскурсій і дегустацій	Всі країни, де є кулінарний туризм
	Оздоровчий		Дегустація чайних зборів з цілющих трав; меду в поєднанні з апі-терапією; винотерапія	Всі країни, де є кулінарний туризм
	Фестивальний		Відвідування та участь у гастро-фестивалях	Всі країни, де є кулінарний туризм
За напрямом подорожі	Святковий	Туристи їдуть з розважальною метою	Відвідування та участь у гастросвятах	Всі країни, де є кулінарний туризм
	Фестивальний		Відвідування та участь у гастрофестивалях	Всі країни, де є кулінарний туризм
Особливі	Гастро-дипломатія	Туристи їдуть по робочим питанням	Організація дипломатичних прийомів на усіх рівнях з урахуванням кулінарних особливостей країн гостей та країни-організатора	Країни де розвинений діловий та кулінарний туризм

За кордоном користуються попитом послуги на кулінарні-тури як індивідуальні, так і групові. Залежно від виду заявки туриста і від способу організації продажу тури можуть бути індивідуальні (замовлені), пакетні і інклюзив – тури.

Індивідуальний тур формується туристичними підприємствами на індивідуальній основі з урахуванням персональних запитів клієнта і за безпосередньої його участі.

Пакетний тур – серійний тур, який пропонує в широкий продаж за нижчою ціною і включає в себе тільки чотири обов'язкові базові елементи: туристичний центр, транспорт, послуги розміщення, трансфер.

Інклюзив-тур – жорсткий, заздалегідь спланований набір послуг, зорієнтований на певний вид туризму. Відрізняється єдиною для всіх програмою, єдиним графіком подорожі.

Індивідуальні тури надають туристу більше незалежності і самостійності, але вони дорожчі, тому що такі види послуг як внутрішні транспортні маршрути, послуги гіда і деякі інші послуги турист оплачує повністю, на відміну від групових турів, де ціна розбивається на всіх членів групи. Це багатоваріантний тур [20, с.113-117].

Кулінарний туризм не можна віднести до масового, оскільки цей вид туризму відносно молодий і нерозвинений, тому більша частина поїздок представлена у форматі саме індивідуальних турів, що впливає на ціноутворення.

Організація індивідуального гастрономічного туру має ряд особливостей, пов'язаних зі специфікою даного виду туризму. При організації кулінарного туру потрібні детальне вивчення ресторанного ринку приймаючої країни та ретельний відбір закладів громадського харчування, що надають оптимальний набір якісних послуг харчування і певне меню за адекватною для кожної категорії споживачів ціною. Важливим є зовнішнє оформлення меню, більше того, слід передбачити, що зразок меню може бути обов'язковим сувеніром відвіданого ресторану. При вивченні меню такого ресторану необхідно приділити особливу увагу тому, щоб у ресторанах з національною кухнею були блюда саме національної кухні, а це вимагає наявності меню, що включає в себе традиційні страви та напої, високої якості їх приготування, і передбачає, що обслуговуючий персонал ресторанів, включених в проект

кулінарного туру, повинен володіти іноземними мовами та необхідною інформацією про страви, напої і продукти, з яких вони приготовлені. Офіціанти практично повинні виконувати додаткову роль кулінарних екскурсоводів. Також необхідно виділити місця, де туристи могли б придбати гастрономічні сувеніри та продукти, якими славиться дана місцевість.

Отже, гастрономічний туризм включає в себе наступні види [21, с.26-34]:

- ресторанний тур – подорож, яка складається з відвідування найвідоміших та популярних ресторанів, які відрізняються високою якістю ексклюзивністю кухні, національним спрямуванням;

- тур сільською місцевістю – тимчасове перебування туристів у сільській місцевості з метою дегустації її кухні та продуктів, які виробляють у даному регіоні. Може також включати в себе сільськогосподарські роботи;

- гастрономічна тематика (виставки, ярмарки, шоу тощо), наприклад відвідання «Томатіни» в Іспанії – тур, який містить відвідання екологічно чистих господарств та виробництв, ознайомлення з продуктами та їх виробництвом (Франція, Німеччина, Великобританія, США, Швейцарія). В Україні – це Фестивалі «борщу», «сала» (Слобожанщина, Закарпаття);

- освітній тур, метою якого є навчання в спеціальних закладах кулінарного профілю відвідування курсів та майстер-класів;

- комбінований тур – поєднує риси попередніх кулінарних турів.

Потрапивши в іншу країну, варто пам'ятати, що їжа з використанням певних приправ, продуктів, які є досить безпечними для здоров'я місцевого населення, може погано вплинути на самопочуття туриста (наприклад надлишок спецій порушує роботу шлунку, велика кількість солі – підвищити артеріальний тиск тощо).

Щоб уникнути неприємних ситуацій, варто замовити спеціалізований тур.

Під час кулінарних турів турист може: відвідати ресторани національної кухні; взяти участь у кулінарних фестивалях; ознайомитися з історією та

рецептурою національної кухні відповідно до сезонів; взяти участь у приготуванні національних страв.

Кулінарний туризм має специфічні риси, а саме: умови для розвитку кулінарного туризму, які мають абсолютно всі країни, що є унікальною відмінною рисою даного виду туризму; не носить характер сезонного відпочинку, для будь-якого часу року можна підібрати відповідний тур; тою чи іншою мірою є складовим елементом всіх турів. Але на відміну від інших видів туризму ознайомлення з національною кухнею стає головним мотивом, метою та елементом кулінарної подорожі; просування місцевих господарств і виробників продовольчих товарів – невід’ємна складова будь-якого кулінарного туру [25, с. 76-79].

Важливим є й соціальний аспект гастрономічного туризму, який сприяє зміцненню громад через спільні кулінарні заходи, такі як фестивалі їжі, ярмарки, кулінарні тури, що є майданчиками для обміну досвідом, знаннями та культурними традиціями. Це дозволяє місцевим жителям відчувати гордість за свою культуру та сприяє розвитку взаємоповаги та толерантності між різними культурами. Наприклад, в Іспанії фестиваль ла Томатіна, де учасники беруть участь у «битві помідорами», привертає увагу міжнародних туристів і дозволяє їм долучитися до унікальної місцевої традиції, тим самим сприяючи культурному обміну та соціальній інтеграції.

Інноваційність є ще однією функцією гастрономічного туризму, що спонукає місцеві ресторани та виробників харчових продуктів до пошуку нових підходів у приготуванні традиційних страв, розробці оригінальних кулінарних продуктів та створенні незвичайних гастрономічних вражень. Це не тільки збагачує кулінарну пропозицію регіону, але й сприяє залученню більш широкого кола туристів, зацікавлених у нових смакових відчуттях.

1.2. Специфічні риси, особливості і напрями гастрономічного туризму

Гастрономічний туризм, стаючи дедалі популярнішим у всьому світі, має ряд специфічних рис, які відрізняють його від інших видів туризму. Однією з основних особливостей є його здатність залучати відвідувачів через унікальні кулінарні досвіди, що базуються на місцевих продуктах, традиціях та культурі. Гастрономічний туризм не тільки надає можливість спробувати місцеву їжу, а й зануритися у процес її створення, відвідуючи ринки, ферми, виноградники, опановуючи досвід в кулінарних школах і на майстер-класах від шеф-кухарів.

Однією з визначальних характеристик гастрономічного туризму є його внесок у розвиток місцевих громад. Відвідування малих ферм, ремісничих пекарень, сирзаводів та інших місць, де виробляються місцеві продукти, сприяє економічному зростанню та підтримці місцевих виробників. Це не тільки допомагає зберегти традиційні методи виробництва, а й сприяє інноваціям та розвитку нових продуктів [27, с.149-152].

Важливою особливістю гастрономічного туризму є його сезонність. Місцеві фестивалі їжі, ярмарки та інші заходи часто пов'язані з конкретними сезонами року, що дозволяє туристам відчувати ритм життя місцевої громади. Наприклад, відвідування Італії під час сезону збору врожаю оливок або Франції під час виноградарського сезону надає унікальні можливості для поглибленого пізнання культури регіону.

Гастрономічний туризм також характеризується значною різноманітністю напрямів. Від класичних винних турів по Франції та Італії до екзотичних кулінарних пригод у країнах Південно-Східної Азії, кожен регіон пропонує свої унікальні враження. Напрями гастрономічного туризму можуть варіюватися від відвідувань місцевих ресторанів з мішленівськими зірками до участі у кулінарних майстер-класах з приготування традиційних страв, дослідження вуличної їжі, походів на місцеві ринки та фестивалі їжі, що

демонструють кулінарне майстерство на кожному кроці.

Іншою особливістю гастрономічного туризму є його здатність сприяти збереженню культурної ідентичності через кулінарію. Місцеві кухні відображають історію, географію, економіку та соціальні процеси регіону, роблячи їжу важливою частиною культурного спадку. Гастрономічний туризм допомагає зберегти старовинні рецепти та традиційні способи приготування їжі, підтримуючи біорізноманіття та сталий розвиток.

Екологічна сторона гастрономічного туризму також заслуговує на увагу. Відповідальний підхід до вибору продуктів, інтерес до органічного землеробства та підтримка малих фермерських господарств не лише зміцнюють місцеву економіку, але й сприяють збереженню навколишнього середовища. Використання місцевих сезонних продуктів зменшує вуглецевий слід та підтримує сталий розвиток регіону [32, с.121-123].

Ще однією характеристикою є інтерактивність гастрономічного туризму. Відвідувачі мають можливість не тільки спробувати їжу, але й брати участь у її створенні, вивчаючи при цьому культуру споживання, символіку та значення страв у житті громади. Це забезпечує більш глибоке занурення в місцеву культуру та сприяє розвитку культурного обміну та взаєморозуміння.

Гастрономічний туризм має суттєвий вплив на імідж країн та регіонів, просуваючи їх через гастрономічні бренди. Визнані кулінарні напрямки, такі як французька, італійська чи японська кухні, приваблюють туристів з усього світу, що спонукає інші регіони розробляти власні гастрономічні ідентичності та стратегії просування. Так, наприклад, Перу активно розвиває свій гастрономічний туризм, зосереджуючись на просуванні національної кухні, яка включає страви з квіноа, амаранту та великої різноманітності місцевих продуктів, що відображає біорізноманіття країни. Цей підхід не тільки покращує економічний стан місцевих спільнот, але й збільшує свідомість про збереження унікальних природних та культурних ресурсів.

Гастрономічний туризм сприяє також створенню нових споживацьких моделей, звертаючи увагу на важливість досвіду над придбанням товарів.

Сучасні туристи прагнуть не просто відвідати нові місця, але й зануритися у їх атмосферу, відчутти себе частиною місцевого життя через участь у кулінарних традиціях. Це сприяє розвитку «туризму досвіду», де враження від подорожей стають набагато важливішими, ніж традиційні сувеніри [34, с.156-159].

Збільшення вимог до якості та автентичності гастрономічних вражень вимагає від професіоналів у сфері гастрономічного туризму постійного вдосконалення своїх знань та навичок. Рестораторам, шеф-кухарям та організаторам туристичних заходів необхідно бути в курсі останніх трендів у світі кулінарії, здорового харчування, сталого розвитку та культурного туризму, щоб задовольнити запити найвимогливіших відвідувачів.

Головна мета відпочивальників, які обирають гастрономічний туризм, полягає в дегустації унікальних продуктів і страв, властивих винятково цій місцевості, а гастрономічні тури – спеціально розроблені тематичні програми, що можуть включати як дегустації вишуканої їжі, так і навчання в гастрономічних школах будь-якої спрямованості.

Тоді як кулінарія (лат. *coquiva* – кухня) – галузь прикладної діяльності, пов'язаної з приготуванням їжі, що включає комплекс технологій, обладнання та рецептів і є частиною гастрономії.

Отже, гастрономічний туризм – це подорожі в країни або особливі місця для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями з метою дегустації унікальних страв та продуктів, властивих тільки для цієї країни або місцевості.

З нашої точки зору, найбільш вичерпним є поняття «гастрономічний туризм», який є похідним від терміну гастрономія – наука, що вивчає зв'язок між харчуванням та культурою, відноситься до галузі соціальних дисциплін. Тоді як кулінарія – галузь прикладної діяльності, пов'язаної з приготуванням їжі, що включає комплекс технологій, обладнання та рецептів і є частиною гастрономії.

Тобто, гастрономічний туризм – вид туризму, пов'язаний з

ознайомленням з виробництвом, технологією приготування та дегустацією національних страв та напоїв, а також кулінарними традиціями народів світу.

Цільовою аудиторією гастрономічних турів виступають [41]:

1) туристи, які прагнуть одержати якнайбільше вражень, вибираючи при цьому економічний відпочинок (екскурсійні тури, програма яких включає дегустацію регіональних блюд і напоїв, традиційні фольклорні вечори, дегустацію вин у невеликих виноробствах);

2) туристи, які бажають відкрити вже відвідувану ними раніше країну з «гастрономічної» точки зору (тематичні групові тури підвищеної комфортності й розширеної програми поїздки);

3) вибагливі туристи-гурмани (індивідуальні винні й гастрономічні тури для професіоналів VIP-класу).

Як окремий вид туризму, гастрономічний туризм має і свої особливі риси:

– умови для розвитку кулінарного туризму мають абсолютно всі країни і це унікальна відмінна риса даного виду туризму;

– гастрономічний туризм не носить характер сезонного відпочинку, для будь-якого часу року можна підібрати відповідний тур;

– гастрономічний туризм в тій чи іншій мірі є складовим елементом всіх турів. Алена відміну від інших видів туризму знайомство з національною кухнею стає головним мотивом, метою та елементом гастрономічної подорожі.

– просування місцевих господарств і виробників продовольчих товарів – є невід'ємною частиною будь-якого гастрономічного туру.

Аналізуючи гастрономічний туризм, важливо визначити фактори, які впливають на його розвиток.

До факторів, що сприяють розвитку гастрономічного туризму в регіонах, слід віднести:

– розвинене сільське господарство і можливість перебування туристів у сільській місцевості з метою дегустації місцевої кухні і продуктів, вироблених

в фермерських господарствах;

- можливість відвідування екологічно чистих господарств і виробництв, знайомство з екологічно чистими, органічними продуктами і їх виробництвом;
- наявність на території регіону корінних народів, або нащадків, які підтримують традиції (євреї, татари, поляки, чехи, німці), кухня яких може стати основою для розробки унікальних гастрономічних турів;
- можливість збору дикоросів (гриби, ягоди); можливість створення нових робочих місць і залучення місцевих жителів в робочий процес;
- наявність різноманітного природно-рекреаційного потенціалу;
- багатой культурно-історичної спадщини;
- близькість цільових споживачів туристських ресурсів (в межах 2-3-х годинний доступності) до об'єкту мандрівки;
- зростання популярності телевізійних кулінарних програм і шоу;
- пропагування здорового способу життя.

Гастрономічний туризм має ряд переваг, які суттєво вирізняють його серед інших видів (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Переваги гастрономічного туризму

Джерело: [42]

Є декілька факторів, що визначають можливості розробки гастрономічних маршрутів в країні.

1. Висока різноманітність, можливості поєднання декількох кухонь в одному маршруті, створюють благодатний ґрунт для створення незвичайних гастрономічних турпродуктів.

2. Високопродуктивне і багатогалузеве сільське господарство. Розвинений АПК дозволяє проводити не тільки різноманітну, а й екологічної чистої сільгосппродукцію. У краї є потенціал стати лідером з виробництва біопродуктів. Одночасно давні традиції заняттям сільським господарством служать основою для розвитку подієвого туризму гастронома.

3. Сприятливі природні умови, в першу чергу, ґрунтово-кліматичні, визначили можливості вирощування винограду. Енотурізм може зайняти чільне місце в туристично-рекреаційній сфері краю.

Отже, гастрономічний туризм – це подорожі в країни або особливі місця для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями з метою дегустації унікальних страв та продуктів, властивих тільки для цієї країни або місцевості.

1.3. Особливості дослідження гастрономічного туризму

Дослідження гастрономічного туризму має свої унікальні особливості, що впливають із самої природи цього напрямку. Гастрономічний туризм включає в себе не лише вивчення кулінарних традицій, але й глибокий аналіз культурних, економічних, соціальних та екологічних аспектів, які впливають на розвиток цього виду туризму в різних регіонах. Такий підхід вимагає від дослідників застосування інтердисциплінарного підходу, що об'єднує знання з соціології, культурології, економіки, екології та інших сфер [39].

Перш за все, дослідження гастрономічного туризму передбачає глибоке занурення у культурний контекст регіону. Вивчення місцевих традицій, рецептів, методів приготування їжі, а також історичних та культурних факторів, що вплинули на формування кулінарної ідентичності, є критично

важливим. Це дозволяє розуміти не лише як їжа впливає на культуру, але й навпаки, як культура формує харчові звички.

Особливість дослідження полягає також у необхідності аналізу економічного аспекту гастрономічного туризму. Вивчення впливу цього напрямку на місцеву економіку, зокрема на зростання доходів від туризму, створення нових робочих місць, розвиток малих та середніх підприємств, вимагає збору та аналізу великої кількості даних. Необхідно також враховувати можливі негативні наслідки, такі як перетворення традиційних ремесел та страв на товари для масового туризму, що може призвести до їхньої стандартизації та втрати автентичності.

Важливим аспектом є також соціальна складова гастрономічного туризму. Дослідження впливу гастрономічного туризму на місцеві спільноти, зміни в соціальних зв'язках, можливості для культурного обміну та зміцнення культурної ідентичності є ключовими для розуміння цього напрямку туризму. Це передбачає вивчення як позитивних, так і потенційно негативних наслідків гастрономічного туризму для місцевих громад, зокрема його впливу на збереження чи трансформацію місцевих традицій та способу життя.

Екологічна сторона дослідження гастрономічного туризму вимагає оцінки сталості цього напрямку туризму. Аналіз екологічного впливу туристичної діяльності, пов'язаної з гастрономією, зокрема використання природних ресурсів, управління відходами та збереження біорізноманіття, є невід'ємною частиною дослідження. Важливим є розгляд можливостей для розвитку екологічно сталого гастрономічного туризму, що включає підтримку органічного землеробства, місцевого виробництва продуктів харчування та зменшення вуглецевого сліду туристичної індустрії [36].

Однією з ключових особливостей дослідження гастрономічного туризму є використання інтерактивних методів збору даних, таких як інтерв'ю з місцевими мешканцями, шеф-кухарями, представниками ресторанного бізнесу та туристами, а також участь у кулінарних майстер-класах, дегустаціях та інших заходах. Це дозволяє отримати глибоке розуміння гастрономічних

традицій та переваг, а також оцінити реальний досвід учасників гастрономічного туризму.

Дослідження гастрономічного туризму також передбачає аналіз великої кількості вторинних даних, зокрема статистичних даних про туристичні потоки, економічні показники регіону, наукові статті, звіти міжнародних організацій та інші публікації. Це вимагає від дослідників вміння працювати з різними джерелами інформації та інтегрувати отримані дані для комплексного аналізу.

Дослідження гастрономічного туризму вимагає критичного підходу та готовності враховувати різноманітні перспективи. Важливо не лише вивчати поточний стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму, але й звертати увагу на потенційні виклики та загрози, які можуть супроводжувати його зростання. Це означає аналіз ризиків перенасичення туристичних місць, можливого негативного впливу на місцеві культурні та природні ресурси, а також потребу у забезпеченні справедливого розподілу доходів від туризму серед усіх зацікавлених сторін [38].

Необхідно також зосередитись на розробці стратегій, що забезпечують сталість гастрономічного туризму, зокрема через заохочення відповідального споживання, підтримку малих місцевих виробників і захист культурної спадщини. Розуміння того, як гастрономічний туризм може сприяти досягненню цілей сталого розвитку, є ключовим для його майбутнього успіху.

Важливу роль у дослідженні гастрономічного туризму відіграє і використання новітніх технологій і цифрових інструментів. Аналітика великих даних, соціальні медіа та інтернет речей можуть надати дослідникам нові інструменти для збору та аналізу інформації про поведінку туристів, популярність різних гастрономічних напрямків і ефективність маркетингових стратегій. Це дозволить отримати глибший інсайт і розробити більш цілеспрямовані рекомендації для розвитку гастрономічного туризму.

Дослідження гастрономічного туризму вимагає багатогранного підходу, який включає в себе як кількісні, так і якісні методи дослідження.

Використання різноманітних методологічних інструментів, таких як анкетування, глибинні інтерв'ю, кейс-стаді та етнографічні дослідження, дозволить зібрати повноцінну картину феномену гастрономічного туризму, виявити його ключові особливості та виклики, а також розробити ефективні стратегії для його подальшого розвитку та інтеграції у ширший контекст сталого туризму.

Висновки по 1 розділу

Термін «гастрономічний туризм» з'явився лише у 1998 році, хоча його коріння сягає глибини століть. Люди завжди цікавилися кулінарними традиціями інших народів, і це часто ставало мотивом для подорожей.

Сьогодні гастрономічний туризм включає в себе наступні види:

- ресторанний тур – подорож, яка складається з відвідування найвідоміших та популярних ресторанів, які відрізняються високою якістю ексклюзивністю кухні, національним спрямуванням;

- тур сільською місцевістю – тимчасове перебування туристів у сільській місцевості з метою дегустації її кухні та продуктів, які виробляють у даному регіоні. Може також включати в себе сільськогосподарські роботи;

- гастрономічна тематика (виставки, ярмарки, шоу тощо), наприклад відвідання «Томатіни» в Іспанії – тур, який містить відвідання екологічно чистих господарств та виробництв, ознайомлення з продуктами та їх виробництвом (Франція, Німеччина, Великобританія, США, Швейцарія). В Україні – це Фестивалі «борщу», «сала» (Слобожанщина, Закарпаття);

- освітній тур, метою якого є навчання в спеціальних закладах кулінарного профілю відвідування курсів та майстер-класів;

- комбінований тур – поєднує риси попередніх кулінарних турів.

Отже, у загальному вигляді гастрономічний туризм – це різновид туризму, що пов'язаний з ознайомленням та дегустацією національних кулінарних традицій країн світу.

Однією з визначальних характеристик гастрономічного туризму є його внесок у розвиток місцевих громад. Відвідування малих ферм, ремісничих пекарень, сирзаводів та інших місць, де виробляються місцеві продукти, сприяє економічному зростанню та підтримці місцевих виробників. Це не тільки допомагає зберегти традиційні методи виробництва, а й сприяє інноваціям та розвитку нових продуктів.

Цільовою аудиторією гастрономічних турів виступають:

1) туристи, які прагнуть одержати якнайбільше вражень, вибираючи при цьому економічний відпочинок (екскурсійні тури, програма яких включає дегустацію регіональних блюд і напоїв, традиційні фольклорні вечори, дегустацію вин у невеликих виноробствах);

2) туристи, які бажають відкрити вже відвідувану ними раніше країну з «гастрономічної» точки зору (тематичні групові тури підвищеної комфортності й розширеної програми поїздки);

3) вибагливі туристи-гурмани (індивідуальні винні й гастрономічні тури для професіоналів VIP-класу).

Дослідження гастрономічного туризму вимагає багатогранного підходу, який включає в себе як кількісні, так і якісні методи дослідження. Використання різноманітних методологічних інструментів, таких як анкетування, глибинні інтерв'ю, кейс-стаді та етнографічні дослідження, дозволить зібрати повноцінну картину феномену гастрономічного туризму, виявити його ключові особливості та виклики, а також розробити ефективні стратегії для його подальшого розвитку та інтеграції у ширший контекст сталого туризму.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ ЄВРОПИ

2.1. Передумови виникнення і розвитку туризму в країнах Європи

Європа сьогодні представляє собою конгломерат з 44 незалежних держав, кожна з яких має свої унікальні туристичні переваги та займає провідне місце за кількістю туристичних прибутків. За даними Всесвітньої туристичної організації, перед початком пандемії у 2019 році країни Європи прийняли 744 мільйони відвідувачів, що є рекордним показником у порівнянні з іншими регіонами: Америка з 219 мільйонами туристів, Азіатсько-Тихоокеанський регіон з 362 мільйонами, Африка з 70 мільйонами, а Близький Схід з 65 мільйонами відвідувачів. Половина з десяти найбільш відвідуваних країн світу знаходяться у Європі, включаючи Францію, Іспанію, Італію, Німеччину та Велику Британію, які також мають найвищі доходи від туризму.



Рис. 2.1. Політична карта Європи

Сучасна Європа розкривається через [31, с.219-227]:

-11 країн Західної Європи, серед яких Австрія, Бельгія, Велика Британія, Ірландія, Ліхтенштейн, Люксембург, Монако, Нідерланди, Німеччина, Франція, Швейцарія;

-5 країн Північної Європи: Данія, Ісландія, Норвегія, Фінляндія, Швеція;

-8 держав Південної Європи, включаючи Андорру, Ватикан, Грецію, Іспанію, Мальту, Португалію, Сан-Марино;

-10 країн Східної Європи: Білорусь, Естонія, Латвія, Литва, Польща, Росія (європейська частина), Словаччина, Угорщина, Україна, Чехія;

-10 країн Південно-Східної Європи, до яких відносяться Албанія, Болгарія, Боснія і Герцеговина, Македонія, Молдова, Румунія, Словенія, Хорватія, Чорногорія, Сербія.

Європа володіє значною кількістю природних та історико-культурних ресурсів, придатних для використання у рекреації й туризмі. Завдяки цьому вона й надалі залишається основним регіоном світу у сфері санаторно-курортного лікування, відпочинку та туризму. Щороку приблизно 60 % усіх туристів нашої планети відвідують саме Європу.

На розвиток туризму в Європі сприятливо позначаються соціально-економічні та економіко-географічні чинники – високий рівень загальноекономічного розвитку, зростання доходів населення, висока урбанізованість, наявність необхідної транспортної та соціальної інфраструктури, тісне сусідство більшості країн регіону, а також відносна (в умовах «транспортної революції») близькість їх до інших основних туристських регіонів світу. Згадаємо тут і високий рівень індустрії туризму, великий досвід його організації.

Нарешті, по-четверте, потрібно брати до уваги й політичні чинники. До них відносять, перш за все, тривалий період мирного розвитку регіону, поглиблення процесів не тільки економічної, але певною мірою й політичної інтеграції, спрощення або скасування прикордонного паспортного режиму, формування загальноєвропейських структур, особливо в рамках ЄС.

Наприклад, 1990 рік був оголошений Європарламентом і Радою ЄС Європейським роком туризму, що істотно сприяло його розвитку. У сфері туризму Європи зайняті більше 35 млн чоловік. На сферу туризму припадає близько 8 % ВВП країн Євросоюзу. Але буває й так, що політична ситуація впливає на розвиток туризму вкрай негативно. Яскравим прикладом може служити колишня СФРЮ, де спочатку загроза громадянських війн, а потім і самі ці війни практично повністю паралізували розвиток як внутрішнього, так і міжнародного туризму. А сьогодні і війна в Україні [35].

Учасниками туристичної галузі є компанії, організації, установи та індивідуальні підприємці, які мають офіційну реєстрацію відповідно до законодавства України та отримали спеціальні дозволи (ліцензії) на надання туристичних послуг.

Туристична індустрія охоплює процеси створення та реалізації туристичного продукту і послуг, що включає як технічні та технологічні, так і організаційні аспекти, детально розглянуті в курсі «Організація і технологія туризму», так і економічні аспекти цієї сфери.

Економічний аспект туристичної діяльності включає наступні компоненти:

- розробка та надання туристичних послуг згідно з умовами договорів про організацію подорожей;
- ефективне використання існуючої матеріально-технічної бази та створення нових ресурсів для туризму;
- забезпечення доходів у валюті для державного (регіонального) бюджету і генерація прибутків для суб'єктів туристичної галузі;
- співпраця між різними суб'єктами туристичної індустрії;
- підтримка зайнятості населення та задоволення його різноманітних потреб в сфері туризму.

Основні завдання, що стоять перед економічною діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу, охоплюють [29, с.61-66]:

- а) створення та пакування туристичного продукту;

- б) розробка ринку туристичних послуг;
- в) покращення туристичної інфраструктури;
- г) продаж туристичних послуг за допомогою оптової та роздрібною торгівлі з використанням ІТ-технологій;
- д) наголос на розвитку внутрішнього та в'їзного туризму як пріоритетних напрямків.

Туристична діяльність базується на комплексі умов та факторів, що включають економічні, політичні та культурні аспекти країн, швидкість інтеграції у світову спільноту, готовність до адаптації новітніх туристичних технологій, зокрема заснованих на цифровізації, та ефективне просування до інтеграційних процесів у міжнародному масштабі.

Передумови виникнення і розвитку гастрономічного туризму в країнах Європи мають глибокі корені, які сягають у минуле континенту, багатого на культурну та кулінарну спадщину. Європа, з її розмаїттям культур, історії та традицій, стала колыскою гастрономічного туризму, в основі якого лежить бажання досліджувати й оцінювати кулінарні відмінності між різними регіонами.

Однією з ключових передумов виникнення гастрономічного туризму в Європі було велике культурне та кулінарне різноманіття континенту. Різниця у кліматичних умовах, ландшафтах та історичних впливах призвела до унікальності кухонь кожної країни. Від класичних французьких делікатесів до традиційної італійської пасти, від екзотичних іспанських тапас до смаковитих грецьких мезе, Європа пропонує безмежне розмаїття смаків, що стимулює розвиток гастрономічного туризму [23, с.221-223].

Дані щодо розвитку туризму в країнах Європи

Країна	Відвідування (млн)	Доходи (млрд €)	Основні атракції
Франція	89	60	Єйфелева вежа, Лувр
Італія	58	45	Колізей, Венеція
Іспанія	82	55	Саграда Фамілія, Мадридський Палац
Німеччина	75	40	Бранденбурзькі ворота, Нойшванштайн
Польща	45	25	Вавельський замок, місто Краків

Джерело: складено автором за [43]

Ще однією важливою передумовою є історичне значення їжі в європейських культурах. Їжа завжди була невід'ємною частиною європейського способу життя, символом гостинності та засобом вираження культурної ідентичності. Століттями європейці удосконалювали свої кулінарні навички, передаючи секрети від покоління до покоління, що сприяло виникненню глибокої поваги до їжі як мистецтва.

Розвиток транспортної інфраструктури та збільшення мобільності населення також зіграли ключову роль у розвитку гастрономічного туризму. Завдяки зростанню доступності транспорту, люди отримали можливість легко подорожувати між країнами, досліджуючи нові кухні та культурні особливості.

Підвищення добробуту населення та зростаючий інтерес до високоякісного відпочинку сприяли подальшому розвитку гастрономічного туризму. Люди стали шукати нові, унікальні враження від подорожей, де значну роль відіграє знайомство з кулінарними традиціями. Відпочинок перестав бути просто відвідуванням пам'яток, туристи прагнуть глибше зануритися в культуру країни, а кулінарія виявилася одним із найбільш доступних і приємних способів це зробити [17, с.56].

Глобалізація та розвиток цифрових технологій також внесли свій вклад у розвиток гастрономічного туризму. Інтернет, соціальні мережі та блоги дозволили широкому колу людей дізнатися про кулінарні традиції різних країн, а також знайти інформацію про ресторани, фестивалі їжі та кулінарні майстер-класи. Це зробило гастрономічний туризм більш доступним та популярним серед різних соціальних груп.

Зростання уваги до здорового харчування та прагнення до автентичності також стали важливими факторами, що вплинули на розвиток гастрономічного туризму. Сучасні туристи все більше цікавляться місцевою, органічною їжею та традиційними методами її приготування, що сприяє популяризації гастрономічних маршрутів, спрямованих на знайомство з місцевими продуктами та кулінарними техніками.

Все це сформувало міцну основу для розвитку гастрономічного туризму в Європі, перетворивши його на один із ключових напрямків у туристичній індустрії. Розвиток гастрономічного туризму сприяв не тільки підвищенню інтересу до європейських кулінарних традицій, але й стимулював економічний розвиток місцевих громад, збереження культурної спадщини та розвиток сталого туризму.

2.2. Роль і місце країн Європи на ринку туристичних послуг

Країни Європи традиційно займають провідні позиції на світовому ринку туристичних послуг, відіграючи визначну роль у формуванні тенденцій та розвитку індустрії туризму в цілому. Величезна культурна та історична спадщина, різноманітність природних ландшафтів, високий рівень сервісу та розвинена інфраструктура роблять європейські країни привабливими для мільйонів туристів з усього світу.

Європейський ринок туристичних послуг є неоднорідним, у зв'язку з чим ЮНВТО поділяє його на такі субрегіони: Північна Європа, Західна Європа, Центральна Європа, Східна Європа, Південна Європа,

Східноєвропейське Середземномор'я. Останні два субрегіони зазвичай розглядаються разом. Отже, надалі розглядатимуться п'ять європейські субрегіони.

Одним з ключових факторів, що визначають роль Європи на ринку туристичних послуг, є її історична та культурна спадщина. Континент може похвалитися тисячами музеїв, історичних місць, пам'яток архітектури, що відображають багатовікову історію та культуру Європи. Від античних руїн у Греції до середньовічних замків Німеччини, від ренесансних шедеврів Італії до сучасних архітектурних чудес, таких як Ейфелева вежа у Франції, Європа пропонує неперевершені можливості для культурного туризму [16].

Іншим важливим аспектом є різноманітність природних ландшафтів та кліматичних умов, що дозволяє розвивати різні види туризму - від пляжного відпочинку на узбережжі Середземного та Чорного морів до гірськолижного туризму в Альпах та Карпатах. Екотуризм, велосипедний туризм, піший туризм також набувають все більшої популярності, пропонуючи туристам можливість насолоджуватися неповторною природою та краєвидами.



Рис.2.2. Субрегіони Європейського регіону

Джерело: [16]

Як видно на рисунку 2.2, країни Центральної Європи формують

неперервний територіальний блок, розташований між Західною та Східною Європою, простираючись від Балтійського моря до Чорного та Адріатичного морів. У 1990-х роках Балтійські держави (Латвія, Литва, Естонія) почали активно інтегруватися з Центральною Європою, тому вони включені до цього регіону. Географічне розташування держав Центральної Європи відзначається низкою переваг [14, с.11-17]:

- Центральне розміщення у Європі та безпосередня близькість до країн Західної Європи сприяють визначенню їхньої економічної політики як на регіональному, так і на міжнародному рівнях;

- Морські порти більшості країн у регіоні забезпечують широкі можливості для міжнародного співробітництва. Наявність Дунаю на території п'яти держав регіону допомагає Угорщині та Словаччині подолати їхню віддаленість від Світового океану та сприяє інтеграційним процесам;

- Завдяки своїм невеликим розмірам, країни Центральної Європи вирізняються високою транспортною доступністю. Їх території перетинають численні залізничні та автомобільні шляхи, трубопроводи, лінії електропередач, що забезпечує зручне сполучення в усіх напрямках.

Таблиця 2.2

Культурні осередки в країнах Центральної Європи

Країна	Місто	Кількість об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО
Польща	Варшава, Вроцлав, Гданськ, Краків, Люблін, Познань	17
Чехія	Градець-Кралове, Брно, Прага, Пардубіце	16
Угорщина	Будапешт, Баталонфюред, Кестхей	8
Словаччина	Братислава, Кошице, Пржешов	7

Джерело: складено автором за [7, с.125]

Розвинена інфраструктура є ще однією важливою перевагою європейських країн на ринку туристичних послуг. Високий рівень

транспортної доступності, зокрема завдяки щільній мережі аеропортів, залізничних та автодорожніх маршрутів, робить подорожі по Європі зручними та ефективними. Готельний сектор пропонує широкий вибір розміщення на будь-який смак і бюджет, від розкішних п'ятизіркових готелів до затишних гостьових будинків та хостелів. Також Європа відома високим рівнем сервісу та гостинності, що додатково підвищує привабливість регіону для міжнародних туристів.

Гастрономічний туризм стає все більш важливою частиною туристичної пропозиції Європи, приваблюючи любителів кулінарії з усього світу. Різноманітність кухонь, від традиційних страв до новаторських кулінарних технік, створює унікальні можливості для гастрономічних відкриттів. Фестивалі їжі, винні тури, кулінарні майстер-класи залучають велику кількість туристів, які прагнуть дослідити культуру через їжу.

Європа, будучи одним з найбільш відвідуваних туристичних регіонів у світі, має значний вплив на світовий ринок туристичних послуг. За даними ЮНВТО, європейський регіон продовжує демонструвати стабільний інтерес з боку міжнародних туристів, завдяки чому він залишається лідером за кількістю туристичних прибуттів та доходів.

Східна Європа, з її багатою історією та культурою, приваблює туристів своєю доступністю та різноманітністю. Країни як Польща та Чехія відомі своїми історичними містами та культурними пам'ятками, які є важливими магнітами для туристів.

Західна Європа відома своєю високоякісною туристичною інфраструктурою та послугами. Франція та Німеччина, зокрема, ваблять своїми унікальними туристичними продуктами, включаючи музеї, гастрономічні маршрути та винні тури, які забезпечують значні доходи від іноземних туристів.

Північна Європа, з її неперевершеними природними ландшафтами та екологічно чистими туристичними продуктами, привертає тих, хто шукає унікальні екологічні та пригодницькі враження. Країни як Норвегія та Швеція

є привабливими завдяки своїм фьордам, північним сьйвам та можливостям для активного відпочинку.

Південна Європа залишається однією з найпопулярніших дестинацій завдяки своїм теплим клімату, прекрасним пляжам та багатій історії. Італія та Іспанія особливо відомі своїми культурними скарбами, які приваблюють туристів з усього світу.

Центральна Європа вирізняється своїм унікальним поєднанням історичних та сучасних туристичних атракцій. Австрія та Угорщина, зокрема, залучають завдяки своїм замкам, музичним фестивалям та бальнеологічним курортам, що робить їх важливими учасниками на ринку туристичних послуг.

Роль країн Європи у світовому ринку туристичних послуг не можна недооцінити, оскільки регіон пропонує широкий спектр туристичних продуктів, які задовольняють різноманітні інтереси та потреби туристів. Європейські країни інвестують у розвиток туристичної інфраструктури, що дозволяє їм не лише зберегти, а й збільшити свою привабливість на міжнародній арені. Завдяки географічному розмаїттю та історичній спадщині, Європа залишається лідером у світовій індустрії туризму, надаючи великий вклад у економічний розвиток регіону та збільшення міжнародних туристичних потоків.

Окрім цього, Європа продовжує бути лідером у сфері інновацій та розвитку туристичних послуг. Цифровізація, розвиток онлайн-бронювання, використання штучного інтелекту для покращення сервісу та персоналізації пропозицій дозволяє європейським країнам залишатися на передовій галузі. Впровадження сталого туризму, зокрема через захист навколишнього середовища, збереження культурної спадщини та підтримку місцевих громад, є ще одним важливим напрямком розвитку.

Європа також активно працює над забезпеченням безпеки туристів, особливо в контексті глобальних викликів. Створення безпечного та комфортного середовища для подорожей є пріоритетом для європейських

країн, що включає заходи з підвищення безпеки, поліпшення медичних послуг та розробки програм швидкої допомоги туристам [7, с.125-134].

У 2022 році серед десяти провідних світових країн з в'їзним туризмом вісім належать до Європи, що складають 61% від загального обсягу туризму в регіоні. Розширення цього списку до десяти підвищує частку до 66%. Завдяки цим країнам Європа зберігає лідерство і збільшує свою частку на світовому ринку в'їзного туризму, яка за час пандемії зросла з 51% у 2019 році до 62% у 2022 році.

У 2023 році спостерігалось відновлення туризму в Європі, яка залишається найпопулярнішим регіоном для міжнародних туристів, особливо через зростання внутрішньорегіонального та міжрегіонального попиту. Високий попит був помітний влітку та восени 2023 року, що додатково сприяло хорошим погодним умовам. Так, наприкінці 2023 року в'їзний туризм у Франції майже досяг рівня 2019 року, а в Іспанії та Туреччині він був навіть вищим.

Зростання ролі Європи у в'їзному туризмі відбувається завдяки внутрішньорегіональному попиту, що активізувався після тривалої перерви через пандемію. Однак, довгострокові перспективи показують, що розвиток в'їзного туризму у Європі уповільнюється, і частка регіону у світовому обсязі туристичних прибуттів може знизитися з 50% у 2016 році до 41% у 2030 році, що вказує на зменшення популярності Європи серед міжнародних туристів.

Враховуючи всі ці аспекти, можна зробити висновок, що країни Європи займають визначне місце на світовому ринку туристичних послуг. Їхня роль полягає не лише в привабленні мільйонів туристів щороку, але й у встановленні високих стандартів у галузі туризму, інноваціях та розвитку сталого підходу до подорожей, що сприяє збалансованому розвитку туристичної індустрії на глобальному рівні. Стратегічне розташування, історична спадщина, культурне розмаїття, розвинена інфраструктура та інноваційний підхід до розвитку туристичних послуг роблять європейські країни одними з найбільш конкурентоспроможних на світовому ринку.

Європейські країни активно співпрацюють між собою та з міжнародними організаціями для підвищення якості туристичних послуг і розвитку галузі. Ця співпраця включає обмін знаннями, розробку спільних туристичних продуктів, маркетингові кампанії та політики, спрямовані на збільшення кількості туристів та покращення їх досвіду під час подорожей по Європі. Така співпраця є ключовою для розробки транснаціональних туристичних маршрутів, які дозволяють туристам відвідати кілька країн за одну подорож, насолоджуючись унікальною культурою та історією кожної з них.

На ринку туристичних послуг Європа продовжує розвивати нішеві напрямки туризму, включаючи гастрономічний, еко- та агротуризм, культурні та історичні тури, сприяючи тим самим розширенню можливостей для туристів та підвищенню економічного значення туризму для місцевих громад. Це не лише збагачує досвід подорожей, але й сприяє збереженню культурної спадщини та підтримці сталого розвитку регіонів.

Також важливим аспектом є зосередження уваги на безпеці та комфорті туристів. В умовах зростаючих глобальних викликів, таких як зміна клімату, політична нестабільність у деяких регіонах світу та загрози здоров'ю, європейські країни продовжують вдосконалювати механізми забезпечення безпеки, розробляючи нові програми та ініціативи для забезпечення безпечного та комфортного досвіду подорожей.

Країни Європи мають унікальне становище на світовому ринку туристичних послуг, забезпечуючи широкий спектр високоякісних туристичних продуктів та послуг, що задовольняють різноманітні інтереси та потреби мандрівників з усього світу. Динамічний розвиток туристичної індустрії в Європі, заснований на багатовіковій історії, культурному розмаїтті та інноваціях, продовжує приваблювати туристів, які шукають якісного відпочинку, освітніх програм, культурного збагачення чи просто незабутніх вражень [1, с.159].

Інвестиції у туристичну інфраструктуру, збереження культурної

спадщини, розвиток новітніх технологій і підвищення стандартів обслуговування продовжують бути пріоритетами для європейських країн у зусиллях зміцнення своїх позицій на ринку туристичних послуг. Це не лише сприяє економічному розвитку регіонів, але й забезпечує збереження унікальної культурної ідентичності Європи.

Також важливим аспектом є акцент на сталому розвитку, що включає в себе заходи для зменшення негативного впливу туризму на навколишнє середовище та культурні пам'ятки. Прагнення до збалансованого туризму, який враховує потреби майбутніх поколінь, демонструє відповідальний підхід європейських країн до розвитку цієї сфери.

Можна сказати, що країни Європи зуміли створити унікальну та різноманітну туристичну пропозицію, що відповідає вимогам сучасного ринку туристичних послуг. Враховуючи швидкі зміни в суспільстві та на світовому ринку, європейські країни продовжують адаптуватися до нових викликів, забезпечуючи сталий розвиток туристичної індустрії, що робить Європу одним із найпривабливіших напрямків для туристів з усього світу.

2.3. Територіальні особливості розвитку гастрономічного туризму в країнах Європи

Туристична галузь постійно розвивається, тому сучасні споживачі туристичних послуг стають більш досвідченими та вимогливими, вони постійно шукають нових вражень. Одними з таких вражень є гастрономія, яка завжди була важливою складовою туристичної індустрії, вона допомагає краще ознайомитись з культурою та історією місцевості. В сучасному світі гастрономічний туризм є одним з найважливіших та динамічних сегментів туристичної галузі. Розвиток даного туризму сприяє економічному розвитку на місцевому, регіональному та національному рівнях. Гастрономічний туризм має значний потенціал для популяризації культур, та має великий

вклад в такі сектори як, сільське господарство та виробництво харчових продуктів [4, с.3-15].

Сьогодні національна кухня для туристів є одним з пріоритетних елементів при виборі напрямку подорожі. В ході проведеного дослідження було встановлено що, з точки зору туристичної мотивації вибору місця відвідування, гастрономія знаходиться на одному рівні з відвідування пам'яток культури та архітектури. Лідерами гастрономічних об'єктів за вибором туристів є: екоферми та ринки, гастрономічні свята, фестивалі та ярмарки, кулінарні курси та майстер-класи, а також ресторани. Деякі підприємства ресторанного господарства є окремими об'єктами гастрономічних подорожей. Наприклад в Європі популярними є подорожі до ресторанів з відзнакою «Мішлен». Лідером за кількістю закладів з відзнакою є Франція, станом на 2022 рік тут нараховувалось 633 заклади.

Європейська культура й традиції харчування є найбільш популярними у світі. Можна виділити чотири провідні країни з розвинутою гастрономією та найвищим показником компаній, які зайняті в харчовій промисловості, це такі країни як: Італія, Франція, Іспанія та Німеччина. Також необхідно зауважити, що в Європі під захистом ЮНЕСКО, до списку нематеріальної культурної спадщини були занесені: мистецтво виготовлення неаполітанської піци (Італія), середземноморська дієта (Португалія, Іспанія, Італія, Хорватія, Греція та Кіпр), французька гастрономічна культура (Франція). В Україні з 7 жовтня поточного року до Національного переліку офіційно було включено загальноукраїнський елемент, «Культура приготування українського борщу». Такі всесвітньо визнанні гастрономічні бренди мають позитивний вплив на розвиток туризму [3, с.223-225].

Винний туризм виступає важливим традиційним напрямком розвитку гастрономічної галузі в європейських країнах. Цей спеціалізований вид туризму, який полягає в ознайомленні з історією, технологією виробництва та культурою споживання вина, в місці його виготовлення. У виноробних регіонах розвиток даного туристичного напрямку позитивно сприяє

економічному стану сільського господарства, виробників гастрономічних продуктів та напоїв, а також забезпечує подовження туристичного сезону та створює відповідний імідж регіону, що сприяє надходженню нових коштів.

З проведеного дослідження найкращих виноробних країн в Європі були виділені, Угорщина, Франція, Італія, Німеччина, Іспанія та Португалія. Саме в цих країнах рівень розвитку виноробства та організації винного туризму є найвищим. В кожному регіоні зазначених країн розроблена мережа пішохідних та транспортних маршрутів, які проходять через території виноградників, підприємці організують екскурсії та дегустації, проводять сезонні фестивалі, також в місцевих санаторно-курортних закладах надають лікувально-профілактичні послуги з використанням вина та виноградного соку. Щоб досягти такого розвитку винного туризму уряд країн повністю використовує туристично-рекреаційний та виробничий потенціал регіонів, а також постійно залучає інвестиції.

Також важливими напрямками для покращення стану туризму є наявність еногастрономічних маршрутів та фестивалів. Мережа гастрономічних маршрутів в європейських країнах досить розвинута, цьому сприяє відмінне транспортне забезпечення, інфраструктура та велика кількість гастрономічних об'єктів, які є виробниками певних локальних харчових продуктів та напоїв.

Територіальні особливості розвитку гастрономічного туризму в країнах Європи визначаються унікальним поєднанням природних умов, історичної спадщини, культурних традицій та інноваційних підходів у сфері кулінарії. Це робить Європу не лише багатограним континентом, але й неповторним простором для розвитку гастрономічного туризму, де кожна країна та навіть регіон може запропонувати щось особливе та характерне саме для себе.

Франція, наприклад, завдяки своїй виноробній культурі та кулінарній школі, давно зайняла лідируючі позиції у світі гастрономічного туризму. Регіони, як-от Бордо, Шампань або Бургундія, є меккою для любителів вина, де можна не лише скуштувати напої світового класу, але й дізнатися про

унікальні методи їх виробництва. Кулінарні традиції Франції, з її знаменитими сирами, м'ясними делікатесами та вишуканими десертами, роблять країну справжнім раєм для гурманів [5, с.125].

Італія, з іншого боку, пропонує гастрономічний туризм, заснований на регіональній ідентичності своїх кулінарних традицій. Від піци в Неаполі до пасти в Римі, від ризотто в Мілані до морепродуктів у Венеції, Італія демонструє, як різноманітність інгредієнтів та способів приготування формує унікальний кулінарний ландшафт. Також країна славиться своїми винами та оливковою олією, що є невід'ємною частиною гастрономічного досвіду.

Іспанія приваблює туристів своїм різноманіттям гастрономічних традицій, від тапас до паельї, що відображає культурне розмаїття країни. Регіони як Баскська країна та Каталонія з їх інноваційним підходом до кулінарії пропонують унікальні гастрономічні враження, які сполучають традиційні смаки з сучасними кулінарними техніками. Регіон Андалусія, з іншого боку, вабить своїми аутентичними стравами та винами, дозволяючи гостям зануритися в атмосферу справжньої іспанської культури.

Греція, з її давньою традицією оливкової олії, морепродуктів та свіжих овочів, пропонує гастрономічні відкриття, засновані на середземноморській дієті. Регіональні різновиди мезе, свіжі сири, як фета та халумі, та традиційні страви, як мусака та сувлакі, залучають гурманів у пошуках натуральних та здорових страв.

У Португалії гастрономічний туризм тісно пов'язаний з морськими делікатесами та виноробством. Відома своїми морепродуктами, країна пропонує унікальні страви, які доповнюються винами ВіньюВерде та Порто. Регіони, як Алентежу та Доуро, пропонують винні тури, де можна ознайомитися з процесом виробництва вина та скуштувати місцеві сорти.

Бельгія, хоч і маленька за розмірами, має багату кулінарну спадщину, особливо відому своїм шоколадом, вафлями та пивом. Різноманіття пивних сортів та культура пивоваріння приваблюють сюди любителів цього напою з

усього світу. Шоколадні майстерні та дегустації пропонують глибше занурення у світ бельгійського шоколаду [10, с.470-475].

Скандинавські країни, такі як Швеція, Норвегія та Данія, розвивають гастрономічний туризм, акцентуючи на локальних продуктах та сталості. Нова північна кухня з її фокусом на простоті, чистоті смаків та інноваційному використанні традиційних інгредієнтів здобула світове визнання. Ресторани, які використовують продукти місцевого виробництва, пропонують унікальні гастрономічні враження, відображаючи зв'язок із природою та культурою регіону.

Огляд потенційних лідерів гастрономічного туризму по п'яти регіонах Європи:

1. Східна Європа: Польща може вважатися лідером завдяки своїм багатим кулінарним традиціям, які включають страви на кшталт пирогів і бігосу.

2. Західна Європа: Франція відома на весь світ своїм кулінарним мистецтвом, з відомими регіонами як Бургундія та Бордо.

3. Північна Європа: Данія, зокрема Копенгаген, має міцну репутацію за інноваційною кухнею та численними ресторанами з мішленівськими зірками.

4. Південна Європа: Італія всесвітньо відома своєю гастрономією, включно з вином, пастою та піцою.

5. Центральна Європа: Австрія відома своїми кулінарними досягненнями, які часто включають м'ясні страви і десерти.

Франція показала стійке відновлення, зменшивши втрати доходів у 2022 році до 4%.

Іспанія мала значні втрати, але доходи в 2022 році знизилися на 7% порівняно з 2019 роком.

Італія також відчула суттєве падіння, із зниженням доходів на 5% у 2022 році.

Туреччина вийшла на позитивну динаміку, збільшивши доходи на 7% у 2022 році.

Німеччина та Великобританія продемонстрували різне відновлення, з втратами доходів у Німеччині та значним зростанням у Великобританії на 10%.

Ці дані вказують на великі варіації у відновленні туристичних доходів по країнах, з деякими, як Туреччина та Великобританія, що демонструють зростання після пандемії.

Таблиця 2.3

Зміни в доходах від в'їзного туризму за 2020-2022 роки

Країна	2020 р. (% зміна)	2020 р. (млрд дол США)	2021 р. (% зміна)	2021 р. (млрд дол США)	2022 р. (% зміна)	2022 р. (млрд дол США)
Франція	-50	-23	-31	0.1	-39	-4
Іспанія	-77	-45	-61	-3	-59	-7
Італія	-61	-24	-30	-5	-52	-5
Туреччина	-61	-8	-21	+20	-22	+7
Німеччина	-48	-20	-20	-20	-50	-10
Великобританія	-55	-26	-32	+20	-48	+10

Джерело: [43]

Таким чином, територіальні особливості розвитку гастрономічного туризму в країнах Європи демонструють його величезне різноманіття та багатогранність. Кожна країна і навіть кожен регіон має свої унікальні кулінарні особливості, які базуються на історичних традиціях, місцевих продуктах, культурних звичаях та сучасних інноваціях. Від фірмових страв та напоїв до унікальних методів приготування та подачі, гастрономічний туризм в Європі пропонує безмежні можливості для дослідження та відкриттів.

Країни Європи активно використовують свої кулінарні традиції як засіб залучення туристів, організовуючи численні гастрономічні фестивалі, ярмарки, винні тури та кулінарні майстер-класи. Це не лише сприяє розвитку місцевої економіки та підтримці малих фермерських господарств, але й

дозволяє туристам глибше зануритися в культуру країни, створюючи неповторні спогади.

Збереження кулінарної спадщини та підтримка сталого туризму стають все важливішими аспектами розвитку гастрономічного туризму. Використання органічних, місцевих продуктів, зниження впливу на навколишнє середовище та включення громад у процес створення туристичних продуктів допомагають створювати сталий та відповідальний туризм, який враховує потреби майбутніх поколінь.

Інновації та креативність у гастрономічному туризмі продовжують відкривати нові горизонти. Сучасні технології, експерименти зі смаками та інгредієнтами, а також крос-культурні впливи збагачують кулінарну сцену, роблячи гастрономічний туризм у Європі постійно еволюціонуючим і захоплюючим напрямком [9, с.171-177].

Враховуючи територіальні особливості розвитку гастрономічного туризму в країнах Європи, можна зробити висновок, що цей напрямок має значний потенціал для подальшого росту та розвитку. Він не лише сприяє збереженню унікальної кулінарної спадщини Європи, але й стимулює інновації та креативний розвиток, відкриваючи нові можливості для місцевих громад. Гастрономічний туризм забезпечує не лише економічні вигоди за рахунок збільшення потоку туристів і розвитку супутніх галузей, але й сприяє міжкультурному обміну, дозволяючи людям з усього світу досліджувати та цінувати різноманіття європейських культур через їх кулінарні традиції.

Крім того, гастрономічний туризм відіграє ключову роль у збереженні та відродженні місцевих кухонь і кулінарних методів, що можуть бути забуті або замінені глобалізованими харчовими звичками. Це стимулює місцеве населення до відновлення старовинних рецептів та фермерських методів вирощування продуктів, підтримуючи біорізноманіття та стале використання природних ресурсів.

Водночас розвиток гастрономічного туризму ставить перед собою виклики, зокрема пов'язані з необхідністю збалансування туристичного

навантаження та збереженням автентичності місцевих кулінарних традицій. Занадто велика кількість туристів може призвести до стандартизації та комерціалізації унікальних кулінарних вражень, роблячи їх менш привабливими для шукачів справжніх, неповторних смаків [15, с.44-48].

Отже, для забезпечення сталого розвитку гастрономічного туризму важливим є впровадження інтегрованих підходів, що враховують не лише економічні, але й соціальні, культурні та екологічні аспекти. Це включає розробку та реалізацію політик, що спрямовані на захист культурної спадщини, підтримку місцевих виробників, стимулювання інновацій та забезпечення відповідального споживання серед туристів.

У перспективі, гастрономічний туризм у Європі може стати показником успішної балансування між збереженням унікальної культурної ідентичності та адаптацією до змінних умов глобалізованого світу. При цьому він продовжує залишатися важливим інструментом для залучення туристів, підтримки місцевих економік і сприяння культурному обміну. Розвиток гастрономічного туризму також відіграє роль у формуванні глобального іміджу Європи як місця з глибокими культурними традиціями, винятковою кулінарією та високою якістю життя.

Забезпечення стійкого розвитку цього напрямку вимагає відповідального підходу з боку всіх зацікавлених сторін, включаючи уряди, місцеві громади, туристичний бізнес та самих туристів. Інвестиції в освіту та підвищення обізнаності, розвиток інфраструктури з урахуванням потреб місцевого населення та навколишнього середовища, а також створення інноваційних туристичних продуктів, що відображають культурне різноманіття та кулінарну спадщину Європи, є ключовими факторами успіху.

На додаток, потрібно наголосити на важливості залучення туристів до відповідального споживання та взаємодії з місцевими культурами. Просвітницькі кампанії, що сприяють розумінню важливості збереження культурної спадщини та підтримки місцевих спільнот, можуть значно покращити якість та вплив гастрономічного туризму.

Розвиток гастрономічного туризму в країнах Європи продовжує бути не тільки джерелом економічного зростання, але й засобом збереження культурної ідентичності та сприяння сталому розвитку. Враховуючи глобальні виклики та змінювані умови, адаптація та інноваційний підхід залишаються ключовими для забезпечення майбутнього процвітання та розвитку гастрономічного туризму на континенті [19, с.15-19].

Феномен гастрономічного туризму, полягає в тому, що це динамічний напрямок туристичної галузі, який навіть в складні часи карантинних обмежень пропонує своїм споживачам альтернативні шляхи, що дозволяє кожному отримувати туристичний досвід та нові гастрономічні враження не виходячи з дому.

Висновки по 2 розділу

Популярність Європи, як туристичного регіону визначає в'їзний туризм. Упродовж багатьох років Європа залишається найвідвідуванішим туристичним регіоном для туристів з усього світу. Не був виключенням і останній передковідний рік – 2019 р., коли Європа впевнено і з великим відривом випередила усі інші туристичні регіони за кількістю туристичних прибуттів (744 млн), традиційно посівши перше місце і, тим самим, у черговий раз засвідчивши, що саме вона користується найбільшим попитом серед міжнародних туристів.

Аналіз динаміки гастрономічного туризму в країнах Європи підкреслює зростаючу значущість цього напрямку в сучасному туристичному секторі. Вивчення європейських регіонів виявило значний потенціал для економічного розвитку через приваблення міжнародних туристів, зацікавлених у унікальних гастрономічних враженнях. Італія, Франція та Іспанія, з їхньою багатою кулінарною спадщиною, продовжують бути лідерами в цьому сегменті, пропонуючи туристам не лише традиційні страви, а й організацію численних

фестивалів, ярмарків та тематичних подій, що підкреслюють гастрономічну ідентичність регіону.

Центральна та Східна Європа, хоча і мають меншу міжнародну репутацію у сфері гастрономії, втім показують стрімкий розвиток завдяки інноваційним підходам до використання місцевих продуктів та відродження старовинних рецептів. Країни, такі як Польща та Чехія, активно розвивають винні тури, а також тури по пивоварнях, що приваблює нові туристичні потоки та сприяє збільшенню доходів місцевих громад.

Німеччина та країни Бенілюксу відзначаються розвитком урбаністичного гастрономічного туризму, де особлива увага приділяється сучасним ресторанам високої кухні. Такий напрямок включає кулінарні школи, майстер-класи від знаменитих шеф-кухарів та гастрономічні тури міськими локаціями, що дозволяє глибше зануритись у культурні особливості регіону.

Північна Європа використовує свої природні ресурси для створення унікальних гастрономічних пропозицій, як-от дикі ягоди, гриби та морепродукти, що відрізняються високою якістю та екологічністю. Країни, такі як Норвегія та Швеція, пропонують туристам відвідування місцевих ферм, де можна не тільки скуштувати свіжі продукти ,але й дізнатися про методи їхнього вирощування та збору.

Передумови розвитку гастрономічного туризму охоплюють кілька ключових аспектів. Зростаючий інтерес до автентичних і культурно значущих досвідів змушує туристів шукати унікальні харчові враження, що відрізняють одну культуру від іншої. Розвиток глобальних комунікацій та транспортних технологій також сприяє легшому доступу до віддалених або екзотичних місць, що раніше були недоступними. Економічна вигода від залучення туристів, які готові витратити на вишукані кулінарні враження, стимулює регіони розвивати місцеву інфраструктуру та послуги. Наприклад, у Франції та Італії, де їжа є невід'ємною частиною культурної ідентичності, гастрономічний туризм сприяє зростанню національної економіки,

просуваючи не лише місцеві продукти, а й культуру. Ці країни використовують свої кулінарні традиції як засіб залучення туристів, що підкріплює взаємозв'язок між культурним виразом та економічним розвитком.

РОЗДІЛ 3.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ ЄВРОПИ

3.1. Проблеми розвитку гастрономічного туризму в країнах Європи

Розвиток гастрономічного туризму в країнах Європи стикається з низкою проблем, які потребують уваги та вирішення для подальшого успішного розвитку цього напрямку. Враховуючи різноманіття культурних традицій та кулінарних практик, Європа має величезний потенціал у сфері гастрономічного туризму. Проте, існуючі виклики можуть стримувати його розвиток та знижувати конкурентоспроможність європейських країн на світовому ринку туристичних послуг.

Однією з основних проблем є недостатня інтеграція гастрономічного туризму в загальну стратегію розвитку туризму в деяких країнах. Часто гастрономічний туризм сприймається як допоміжний напрямок, а не як потенційно ключовий сектор для залучення туристів. Це призводить до відсутності координованих зусиль між урядовими структурами, місцевими органами влади та приватним сектором щодо розвитку та просування гастрономічного туризму [22, с.47].

Ще одна значна проблема полягає в стандартизації кулінарного досвіду. У прагненні задовольнити запити широкого кола туристів деякі заклади можуть вдаватися до спрощення та уніфікації традиційних страв, що призводить до втрати унікальності та автентичності кулінарного досвіду. Це не тільки зменшує привабливість гастрономічного туризму, але й ставить під загрозу збереження культурної спадщини.

Комерціалізація та масовий туризм також викликають занепокоєння, оскільки вони можуть призвести до перенаселення популярних туристичних місць, підвищення цін на продукти та послуги та негативного впливу на якість життя місцевого населення. В таких умовах місцеві кулінарні традиції та

продукти можуть стати товаром, спрямованим на максимізацію прибутків, а не на збереження культурної ідентичності та підтримку місцевих спільнот.

Екологічні проблеми також відіграють важливу роль у розвитку гастрономічного туризму. Збільшення потоку туристів може призводити до зростання використання природних ресурсів, забруднення довкілля та зниження біорізноманіття. Це особливо актуально для регіонів, де гастрономічний туризм заснований на використанні унікальних місцевих продуктів або природних ресурсів. Без впровадження сталих практик та екологічно відповідального підходу розвиток гастрономічного туризму може нанести шкоду самим тим ресурсам, на яких він базується.

Проблема доступності і розподілу доходів також стоїть гостро. Незважаючи на те, що гастрономічний туризм може стимулювати економічний розвиток місцевих громад, часто доходи від туризму розподіляються нерівномірно, зосереджуючись в руках великих компаній та ігноруючи дрібних виробників і місцевий бізнес. Це призводить до соціальних диспропорцій та зниження підтримки гастрономічного туризму з боку місцевих спільнот [24, с.72-74].

Відсутність кваліфікованих кадрів та професійної підготовки є ще однією перепоною для розвитку гастрономічного туризму. На тлі зростання попиту на високоякісні кулінарні враження, існує потреба в кухарях, сомельє, гідах та інших фахівцях, які могли б розповісти туристам про місцеві кулінарні традиції, інгредієнти та техніки приготування. Без інвестицій у освіту та підготовку кадрів, забезпечення якості та автентичності гастрономічного досвіду буде важко.

Для подолання цих викликів потрібен комплексний підхід, який включатиме розробку та впровадження інтегрованих стратегій розвитку гастрономічного туризму, спрямованих на збалансування економічних, соціальних, культурних та екологічних інтересів. Важливим аспектом є також залучення місцевих спільнот до процесу планування та управління гастрономічним туризмом, що дозволить створити стійкі та взаємовигідні

моделі розвитку. Це сприятиме не лише підвищенню якості гастрономічного туризму, але й забезпеченню його сталості та відповідальності перед поколіннями майбутнього.

Іншим ключовим елементом вирішення проблем є активізація маркетингових зусиль та просування гастрономічного туризму на міжнародному рівні. Використання сучасних маркетингових інструментів, соціальних мереж та цифрових платформ може допомогти в просуванні унікальних гастрономічних вражень, які пропонують європейські країни, та приверненні уваги більшої кількості потенційних туристів. Особлива увага має бути зосереджена на створенні унікальних та автентичних продуктів, які відображають особливості та культурну спадщину кожного регіону.

Посилення співпраці між державним та приватним секторами, місцевими громадами та міжнародними організаціями є ще одним важливим фактором ефективного розвитку гастрономічного туризму. Через спільні проекти, обмін досвідом та кращими практиками, розвиток стандартів якості та сертифікації можливо досягти високого рівня задоволення туристів та забезпечити довгостроковий розвиток гастрономічного туризму [24, с.74].

Таким чином, гастрономічний туризм у Європі продемонстрував значний потенціал для залучення туристів, що шукають унікальні кулінарні враження, водночас підтримуючи місцеві економіки. Ці тенденції вказують на потребу подальшого інвестування у сталі практики та розвиток місцевих культурних атрибутів, що можуть сприяти тривалому успіху та посиленню міжкультурного діалогу. Забезпечення взаємодії між туристами та місцевими громадами через кулінарні враження відкриває шлях до більш глибокого розуміння і поваги між різними культурами, що стає фундаментом для створення сталого та взаємовигідного туристичного середовища.

3.2. Перспективи розвитку нових напрямків гастрономічного туризму в регіоні

Перспективи розвитку нових напрямків гастрономічного туризму в країнах Європи мають значний потенціал, враховуючи багатство та різноманіття культурної та кулінарної спадщини регіону. Інноваційні підходи до гастрономії, зростаючий інтерес до сталого розвитку, а також бажання туристів досліджувати нові кулінарні традиції відкривають шляхи для розвитку цієї галузі.

Одним із перспективних напрямків є розвиток місцевих гастрономічних маршрутів, що включають відвідування малих ферм, сімейних виноробень, артизанських сироварень та інших виробників місцевих продуктів. Це не лише сприяє залученню туристів до менш відомих регіонів, але й підтримує місцеву економіку, зберігаючи традиційні методи виробництва та рецептури.

Іншою перспективою є розвиток тематичних гастрономічних фестивалів та подій, які могли б об'єднати кулінарію з музикою, мистецтвом, історією або навіть спортом. Такі заходи не лише забезпечують незабутні враження, але й сприяють культурному обміну між різними країнами та регіонами [22, с.62-67].

Розвиток гастрономічного туризму, зосередженого на вегетаріанській, веганській та органічній їжі, відповідає зростаючому попиту на здорове харчування та екологічну обізнаність. Пропозиції, які включають відвідування органічних ферм, участь у майстер-класах з приготування здорової їжі та дегустації, можуть привернути нову аудиторію туристів, зацікавлених у сталому способі життя.

Також існує великий потенціал у розвитку гастрономічного туризму, пов'язаного з дослідженням історичних та культурних традицій через їжу. Це може включати кулінарні тури, присвячені певним історичним періодам або подіям, де туристи могли б спробувати страви, які були популярні в середньовіччі, ренесансі або інші знакові для Європи епохи. Відтворення

історичних рецептів та кулінарних технік може допомогти відвідувачам краще зрозуміти історію та культуру регіону, створюючи унікальний освітній досвід.

Інноваційні технології також відіграють ключову роль у розвитку нових напрямків гастрономічного туризму. Використання віртуальної реальності та додатків для смартфонів може забезпечити туристам можливість віртуально відвідати ресторани та ферми, дізнатися про кулінарні традиції та навіть спробувати приготувати страви за допомогою онлайн-майстер-класів, що робить гастрономічний туризм доступним для ширшого кола людей [33].

Еногастрономічний туризм, який поєднує відвідування виноробень та дегустації з кулінарними майстер-класами та відвідуванням ресторанів, що пропонують місцеві страви, є ще одним перспективним напрямком. Цей підхід дозволяє туристам не лише насолодитися вином і їжею високої якості, але й дізнатися про культурні та виробничі традиції регіону.

Враховуючи зростаючий інтерес до сталого туризму, розвиток гастрономічних маршрутів, які сприяють збереженню біорізноманіття, підтримці малих фермерських господарств та використанню органічних продуктів, може привабити еко-свідомих туристів. Такі маршрути можуть включати відвідування органічних ферм, участь у сезонних аграрних роботах та навчання принципам сталого харчування.

Розвиток нових напрямків гастрономічного туризму в Європі відкриває широкі можливості для розвитку туристичної індустрії, збереження культурної та кулінарної спадщини регіону, а також створення унікальних і незабутніх вражень для туристів. Це вимагає злагоджених зусиль усіх зацікавлених сторін, включаючи уряди, місцеві громади, приватний сектор, та, звичайно, самих туристів. Важливою умовою успіху є не тільки розробка привабливих туристичних продуктів, але й забезпечення їх сталості та відповідальності перед природою та місцевими культурами [37].

Освітні та просвітницькі програми, спрямовані на підвищення обізнаності туристів щодо значення сталого розвитку, можуть сприяти формуванню відповідального ставлення до подорожей та використання

кулінарних послуг. Це, у свою чергу, допоможе забезпечити збереження унікальних кулінарних традицій та природних ресурсів для майбутніх поколінь.

Інвестиції в інфраструктуру, що сприяють легкому доступу до місць гастрономічного інтересу без шкоди для навколишнього середовища, є ще одним важливим аспектом. Розвиток зелених маршрутів, екологічних готелів та ресторанів, які використовують місцеві органічні продукти, може сприяти створенню інтегрованого та сталого гастрономічного досвіду.

Залучення місцевих громад до розвитку гастрономічного туризму є ключовим для його успіху. Місцеві мешканці можуть не лише пропонувати унікальні кулінарні враження, але й ділитися знаннями про історію, традиції та культуру своїх регіонів. Це дозволяє створювати більш особистісні та значущі зустрічі між туристами та місцевими громадами.

Наостанок, розвиток нових напрямків гастрономічного туризму в Європі вимагає постійного інноваційного підходу, включення сталості у всі аспекти діяльності та залучення широкої громадськості до цього процесу. Зі зростаючим інтересом до унікальних кулінарних досвідів та збільшенням уваги до здоров'я, екології та сталого розвитку, гастрономічний туризм у Європі має всі шанси на подальше процвітання та розвиток, пропонуючи незабутні враження та сприяючи збереженню культурного та природного різноманіття континенту. Передусім, успіх гастрономічного туризму залежатиме від здатності адаптуватися до змінних уподобань та вимог сучасних туристів, одночасно зберігаючи істинну суть і автентичність місцевих кулінарних традицій.

У міру того, як все більше людей прагне знайти нові та оригінальні способи відкриття світу, гастрономічний туризм може відіграти ключову роль у задоволенні цього попиту, пропонуючи глибоке занурення в культуру через їжу та напої. Це створює не лише можливості для економічного зростання та сталого розвитку, але й відкриває шляхи для культурного обміну та збільшення взаєморозуміння між різними народами.

Водночас, важливо зосередитися на розвитку компетенцій та навичок місцевих громад, щоб вони могли повною мірою використовувати переваги, які пропонує гастрономічний туризм. Це включає в себе не лише навчання кулінарним навичкам, але й розвиток знань у сфері маркетингу, управління гостинності, екологічної стійкості та підприємництва [40].

Перспективи розвитку нових напрямків гастрономічного туризму в Європі обіцяють бути світлими, за умови комплексного підходу до їхнього планування та впровадження. Це вимагає спільних зусиль усіх зацікавлених сторін, від урядів до місцевих громад та приватного сектору, а також відкритості до інновацій та готовності до взаємодії. В результаті, гастрономічний туризм може стати не лише драйвером розвитку регіонів, але й засобом збереження та популяризації унікального культурного та кулінарного спадку Європи.

3.3. Гастрономічний тур в країни Європи

Гастрономічний тур по країнах Європи відкриває перед мандрівниками унікальну можливість зануритися у світ неперевершених смаків, ароматів та кулінарних традицій, що склалися протягом століть. Подорожувати Європою, відкриваючи для себе різноманітність гастрономічних культур, означає не просто смакувати страви, але й пізнавати історію, культуру та філософію життя місцевих громад.

Початок маршруту може бути закладено у Франції, країні, яка є синонімом високої кухні. Тут, у серці Парижа або серед мальовничих пейзажів Провансу, відвідувачі можуть скуштувати все від класичного багета, круасанів до вишуканих сирів та вин. Особливу увагу заслуговує відвідування виноробень у Бордо або Шампані, де можна не тільки спробувати легендарні напої, але й дізнатися про унікальні методи їх виробництва [42].

Далі шлях може пролягати через Італію - країну, де кулінарія є частиною національної ідентичності. Тут мандрівники мають нагоду відкрити для себе

справжню пасту аль денте, піцу, приготовану за традиційними рецептами, та неперевершені десерти. Відвідування невеликих сімейних ресторанів та тратторій дозволить відчувати справжній гостинний дух Італії, а екскурсії на місцеві ринки розкриють секрети медитеранської дієти.

Іспанія запрошує насолодитися своїми кулінарними шедеврами, від тапас до паельї, що робить її ідеальним місцем для гастрономічних відкриттів. Відвідування місцевих барів у Барселоні чи Севільї, де можна спробувати різноманітні закуски та місцеві вина, стане незабутнім досвідом. Також не варто обходити стороною Баскську країну, відому своїми кулінарними інноваціями та ресторанами мішленівського рівня.

Продовженням маршруту може стати Греція, де античні традиції гармонійно поєднуються з сучасними кулінарними трендами. Гастрономічна спадщина Греції вражає своєю простотою та смаковою насиченістю. Від салату грецького та мусаки до свіжих морепродуктів та ароматного грецького кави, кожна страва відображає багату культуру та історію країни. Екскурсії до оливкових гаїв та виноградників, дегустації оливкової олії та вина допоможуть глибше зрозуміти традиції та спосіб життя місцевих жителів.

Португалія пропонує відкриття не лише через її винні тури, але й через різноманіття морських делікатесів. Відвідування традиційних португальських рибальських селищ дозволить відчувати смак свіжої риби та морепродуктів, приготованих на відкритому вогні. Смак португальських вин, особливо вина «Порто» та «ВіньюВерде», в поєднанні з місцевими сирами, створює неповторні гастрономічні враження [30].

Бельгія запрошує гурманів насолодитися своїм шоколадом, вафлями та різноманітністю пива. Екскурсії до шоколадних майстерень та пивоварень дозволять дізнатися про секрети виробництва цих продуктів та спробувати найкращі зразки. Цікавим досвідом стане також відвідування місцевих ринків, де можна придбати фермерські продукти та сувеніри від місцевих майстрів.

Завершити гастрономічний тур можна в країнах Скандинавії, де сучасна кухня поєднує в собі інновації та традиції, акцентуючи увагу на сталості та

якості продуктів. Ресторани в Данії, Швеції та Норвегії, які експериментують з місцевими інгредієнтами та створюють унікальні страви, що відображають суть північної кухні, здатні здивувати навіть найвимогливіших гурманів.

Таким чином, гастрономічний тур по країнах Європи відкриває безмежні можливості для відкриттів та вражень. Кожна країна та регіон має щось унікальне та неповторне, що може запропонувати гостям. Від традиційних страв, приготованих за старовинними рецептами, до сучасних кулінарних шедеврів, створених талановитими шеф-кухарями, Європа є справжнім райом для любителів гастрономії.

Розвиток гастрономічного туризму не лише сприяє популяризації культурної спадщини, але й має значний вплив на місцеву економіку, підтримуючи малих виробників, фермерів, ресторани та кафе. Це також спосіб збереження унікальних кулінарних традицій та способів приготування їжі, які ризикували б зникнути у сучасному світі глобалізації та стандартизації.

Подальший розвиток гастрономічного туризму в Європі може включати створення нових маршрутів, орієнтованих на відкриття місцевих продуктів, кулінарних майстерень, а також організацію тематичних подій та фестивалів, які залучають туристів з усього світу. Особлива увага має бути приділена сталому розвитку та відповідальному туризму, забезпечуючи, щоб відвідування туристів приносило користь місцевим громадам та не шкодило навколишньому середовищу [2, с.117].

Важливим аспектом є також використання сучасних технологій для просування гастрономічного туризму. Веб-сайти, додатки для смартфонів, соціальні медіа можуть бути ефективними інструментами для залучення нової аудиторії, дозволяючи потенційним відвідувачам легко знаходити інформацію, бронювати екскурсії та ділитися своїми враженнями з іншими.

У підсумку, гастрономічний тур по країнах Європи пропонує не лише насолоду від смакування їжі, але й глибоке занурення у культуру та історію кожного регіону, відкриваючи перед мандрівниками нові горизонти та надихаючи на подальші відкриття. Це шанс пізнати світ гастрономії в усій

його різноманітності та складності, відчутти зв'язок між культурою харчування та історією народів, що живуть на цьому багатому континенті. Кожна страва, кожен продукт відображає душу регіону, його природні особливості, історію та традиції.

Розглянемо детальний 15-денний гастрономічний маршрут Європою, розписаний по днях:

День 1-3: Париж, Франція:

-День 1: Прибуття в Париж, вечеря у французькому бістро з дегустацією місцевих сирів і вин.

-День 2: Відвідування ринку Сен-Кантен, майстер-клас з приготування круасанів.

-День 3: Поїздка до Нормандії, відвідування сирного заводу, дегустація камамберу.

День 4-6: Тоскана, Італія:

-День 4: Переліт до Тоскани, відвідування виноробні, дегустація Чіанті.

-День 5: Кулінарний майстер-клас у місцевій фермі, приготування тосканської ризотто.

-День 6: Екскурсія в Пізу, обід із традиційними стравами регіону.

День 7-9: Барселона, Іспанія:

-День 7: Переліт до Барселони, відвідування ринку Ла Бокерія, дегустація тапас.

-День 8: Майстер-клас із приготування паельї.

-День 9: Відвідування виноробні поблизу Барселони, дегустація іспанських вин.

День 10-12: Брюссель, Бельгія:

-День 10: Переліт до Брюсселя, дегустація бельгійських шоколадів.

-День 11: Відвідування пивоварні, дегустація бельгійського пива.

-День 12: Кулінарний тур містом з відвідуванням місцевих кафе.

День 13-15: Афіни, Греція:

-День 13: Переліт до Афін, вечеря у традиційній таверні з

морепродуктами.

-День 14: Майстер-клас з грецьких мезе.

-День 15: Відвідування місцевого ринку, вечір з дегустацією грецьких вин, від'їзд додому.

Вартість такого туру може варіюватися від 4500 до 5000 євро на особу, залежно від обраного рівня проживання і додаткових послуг.

Гастрономічний туризм у Європі стоїть перед рядом викликів, які вимагають уваги та комплексного підходу до їх вирішення. Подолання цих проблем не тільки сприятиме зростанню та розвитку гастрономічного туризму, але й допоможе зберегти культурну ідентичність, підтримати місцеві громади та забезпечити стале використання природних та культурних ресурсів. Це вимагає зусиль усіх зацікавлених сторін, від урядів до місцевих громад та індивідуальних туристів, готових досліджувати та цінувати багатство та різноманіття європейської кулінарної спадщини.

Розвиток гастрономічного туризму в Європі зіткнувся з рядом проблем, зокрема перенасиченням популярних локацій, що може знижувати якість туристичного досвіду. Внаслідок високої популярності деяких гастрономічних напрямків, місцева інфраструктура може виявитися невідповідною до великого потоку відвідувачів, що призводить до зносу і негативно впливає на довкілля та життя місцевих жителів. Існує також ризик комерціалізації, де кулінарні традиції можуть бути адаптовані або спотворені для задоволення очікувань туристів, втрачаючи свою автентичність.

Попри ці виклики, перспективи гастрономічного туризму в Європі залишаються оптимістичними завдяки зростаючому інтересу до сталого туризму, що відкриває нові можливості для розвитку цієї галузі. Споживачі все більше цінують автентичність та якість, що спонукає туристичний бізнес орієнтуватися на створення унікальних, глибоких кулінарних вражень, які відображають місцеву культуру та традиції. Розвиток технологій допомагає краще планувати та управляти туристичними потоками, що дозволяє знижувати негативний вплив на популярні місця та підтримувати культурну

спадщину. Підтримка місцевих продуктів і традиційних методів приготування сприяє не лише розвитку гастрономічних регіонів, але й стимулює економічне зростання місцевих громад, забезпечуючи створення нових робочих місць та збільшення доходів від туризму.

Заохочення до подорожей з гастрономічною метою також сприяє розвитку міжкультурного діалогу, дозволяючи туристам не просто споживати їжу, а й занурюватися у процес її створення, пізнавати філософію місцевої кухні та навіть брати участь у приготуванні традиційних страв. Це допомагає створювати взаєморозуміння та повагу до культурних особливостей і способів життя різних народів.

Одним із ключових факторів успіху гастрономічного туризму є залучення місцевих громад до цього процесу. Важливо, аби розвиток цього напрямку йшов не лише згори, а й знизу, з ініціативи самих мешканців, кулінарів, фермерів, які горді представити свої традиції та досягнення широкому загалу. Саме такий підхід дозволяє досягти автентичності та глибини досвіду, які так цінуються сучасними мандрівниками.

Враховуючи всі ці аспекти, можна з упевненістю говорити, що гастрономічний туризм у Європі має світле майбутнє. Зі збільшенням уваги до якості життя, здорового харчування та відповідального ставлення до природи та культурної спадщини, інтерес до таких подорожей лише зростатиме.

Висновки по 3 розділу

Перспективи розвитку гастрономічного туризму в країнах Європи позитивно оцінюються завдяки інноваційним стратегіям та активному залученню ресурсів. Розвиток цього напрямку зумовлений зростаючим інтересом до унікальних кулінарних традицій та можливістю збагачення культурного досвіду туристів. Підкріплення локальних економік через створення нових робочих місць та просування місцевих продуктів виступають основними мотиваторами. Розвиток гастрономічного туризму також сприятиме збереженню та популяризації культурної спадщини, водночас стимулюючи сталі практики у гастрономії. Наприклад, винахідність Італії у створенні гастрономічних маршрутів, що включають відвідування маловідомих регіонів, де туристи можуть взаємодіяти з місцевими виробниками, забезпечує глибоке занурення в автентичну кухню. Враховуючи зростання глобального інтересу до здорового харчування, Європа може використати цю тенденцію для просування гастрономічних інновацій, що відповідають цій вимозі.

ВИСНОВКИ

Результатом виконання даного наукового дослідження є досягнення всіх поставлених цілей на початку роботи.

Гастрономічний туризм – особливий різновид відпочинку, який, в першу чергу, пов'язаний не з оглядом місцевих архітектурних пам'яток або музеїв, не з пошуком краєвидів для цікавих фотографій, а з різноманітними дегустаціями та знайомством з національними кулінарними традиціями.

Його основна мета полягає у вивченні вікових традицій і національного духу народу через приготування і вживання різноманітних страв. Їжа дозволяє краще зрозуміти менталітет людей і особливість їхнього життя.

Головна мета туристів, які вибирають саме такий вид подорожі, полягає в дегустації унікальних продуктів і страв, властивих виключно для даної місцевості.

Отже, у загальному вигляді гастрономічний туризм – це різновид туризму, що пов'язаний з ознайомленням та дегустацією національних кулінарних традицій країн світу.

За даними опитування Міжнародної асоціації кулінарного туризму (International Culinary Tourism Association) - 18% гастрономічних туристів обирають саме такий вид подорожі виключно заради «високої культури» кухні, 46% вибирають гастротури через можливість скоштувати автентичну кухню, ще 36% подорожують для того, щоб скуштувати місцеві продукти харчування.

Гастрономічний туризм має свої особливі риси:

1) тією чи іншою мірою він є складовим елементом усіх турів. Але, на відміну від інших видів туризму, ознайомлення з національною кухнею стає головним мотивом, метою та елементом гастрономічної подорожі;

2) сприяє просуванню місцевих господарств і виробників продовольчих товарів, підприємства туристичної інфраструктури (готелів, закладів харчування тощо);

3) не носить характер сезонного відпочинку, для будь-якої пори року можна підібрати відповідний тур;

4) популяризує національні (місцеві) кулінарні традиції;

5) умови для його розвитку мають абсолютно всі країни та регіони, що є унікальною та відмінною рисою даного виду туризму.

Країни Європи традиційно займають провідні позиції на світовому ринку туристичних послуг, відіграючи визначну роль у формуванні тенденцій та розвитку індустрії туризму в цілому. Величезна культурна та історична спадщина, різноманітність природних ландшафтів, високий рівень сервісу та розвинена інфраструктура роблять європейські країни привабливими для мільйонів туристів з усього світу.

Серед різноманітних видів туризму, що розвиваються в країнах Європи, одним з найпопулярнішим сьогодні є гастрономічний туризм. Передумови виникнення і розвитку гастрономічного туризму в країнах Європи мають глибокі корені, які сягають у минуле континенту, багатого на культурну та кулінарну спадщину. Європа, з її розмаїттям культур, історії та традицій, стала колыскою гастрономічного туризму, в основі якого лежить бажання досліджувати й оцінювати кулінарні відмінності між різними субрегіонами.

Проведений аналіз дозволив встановити, що Франція, Італія, Німеччина, Іспанія, Греція вважаються лідерами розвитку гастрономічного туризму.

Огляд потенційних лідерів гастрономічного туризму по п'яти регіонах Європи:

1. Східна Європа: Польща може вважатися лідером завдяки своїм багатим кулінарним традиціям, які включають страви на кшталт пирогів і бігосу.

2. Західна Європа: Франція відома на весь світ своїм кулінарним мистецтвом, з відомими регіонами як Бургундія та Бордо.

3. Північна Європа: Данія, зокрема Копенгаген, має міцну репутацію за інноваційною кухнею та численними ресторанами з мішленівськими зірками.

4.Південна Європа: Італія всесвітньо відома своєю гастрономією, включно з вином, пастою та піцою.

5.Центральна Європа: Австрія відома своїми кулінарними досягненнями, які часто включають м'ясні страви і десерти.

В ході дослідження були встановлені проблеми у розвитку гастрономічного туризму в європейських країнах, а саме: недостатня інтеграція гастрономічного туризму в загальну стратегію розвитку туризму в деяких країнах. Часто гастрономічний туризм сприймається як допоміжний напрямок, а не як потенційно ключовий сектор для залучення туристів. Це призводить до відсутності координованих зусиль між урядовими структурами, місцевими органами влади та приватним сектором щодо розвитку та просування гастрономічного туризму. Ще одна значна проблема полягає в стандартизації кулінарного досвіду.

Для подолання цих викликів потрібен комплексний підхід, який включатиме розробку та впровадження інтегрованих стратегій розвитку гастрономічного туризму, спрямованих на збалансування економічних, соціальних, культурних та екологічних інтересів. Важливим аспектом є також залучення місцевих спільнот до процесу планування та управління гастрономічним туризмом, що дозволить створити стійкі та взаємовигідні моделі розвитку. Це сприятиме не лише підвищенню якості гастрономічного туризму, але й забезпеченню його сталості та відповідальності перед поколіннями майбутнього.

Іншим ключовим елементом вирішення проблем є активізація маркетингових зусиль та просування гастрономічного туризму на міжнародному рівні. Використання сучасних маркетингових інструментів, соціальних мереж та цифрових платформ може допомогти в просуванні унікальних гастрономічних вражень, які пропонують європейські країни, та приверненні уваги більшої кількості потенційних туристів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аніпко Н. П. Туристичне країнознавство. Західна та Північна Європа : навч. посіб. Чернівці: Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022. 236 с.
2. Актуальні проблеми розвитку сфери гостинності: перспективи та виклики: матеріали міжнародної наукової конференції 4-5 травня 2023 р. Ужгород, 2023. С.163-165
3. Антоненко В. Г. Міжнародний туризм як чинник взаємодії та взаємозбагачення культур/ В. Г. Антоненко // *Філософія туризму* / за ред. проф. В.С. Пазенка. – К., 2015. С.223-233.
4. Баглей Д.В., Мотузенко О.О. Досвід розвитку винногастрономічного туризму Франції в українських реаліях // *Конструктивна географія та раціональне використання природних ресурсів*. 2019. № 10. С. 3–15.
5. Басюк Д. І. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики : монографія. Вінниця : ПП «ТД «Едельвейс і К», 2017. 318 с.
6. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*, 2012. №45. С. 128-132.
7. Бідзіля Ю. М. Проблема міжкультурної комунікації в поліетнічному інформаційному просторі (на прикладі. Закарпаття). *Вісник Ужгородського національного університету*. 2019. Вип. 21. С. 125-134.
8. Божидарник Т. Міжнародний туризм / Т. Божидарник: Підручник. – К.: Центр навчальної літератури, 2019. – 312 с.
9. Божук Т.І., Прокопчук Л.А. Сучасний стан і перспективи розвитку винного туризму (на прикладі Закарпатської області). Туристична індустрія: сучасний стан і перспективи розвитку: VI міжнар. наук.-практ. конф. (28–29 квітня 2011 р.). Луганськ, 2011. Т. 2. № 6. С. 171–177.
10. Величко В.В. Дослідження факторів розвитку туристської індустрії України // *Комунальне господарство міст*. 2018. Вип. 102. – С. 470–475.

11. Вишневська Г. Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму [Електронний ресурс] / Г. Г. Вишневська // *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури*. - 2013. - Вип. 31. - С. 112-118. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apitphk_2013_31_18
12. Гастрономічний туризм Закарпаття: сучасний стан і перспективи. *Географія та туризм: наук.зб. / за ред. О.О. Любіцева*. Київ: Альфа-ПК, 2018. Вип. 45. С. 150.
13. *Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід / Матеріали XVII Міжнародної наукової конференції*. – Львів, 2023. 440 с.
14. Зінчук Т. О. Зелений туризм в умовах сталого розвитку та викликів світової економічної кризи / Т. О. Зінчук, Т. В. Усюк. // *Проблеми економіки*. – 2020. С. 11–17.
15. Мілінчук О.В., Ткачук А.Ю. Гастрономічний туризм в Україні: сучасний стан розвитку. *Вісник ОНУ. Серія: Економіка*. 2020. Том 25. Випуск 5 (84). С. 44–48.
16. Мірзодаєва Т. В., Батиченко С. П., Батун В. Є. Вітчизняна практика розвитку гастрономічного туризму//*Часопис картографії*. 2019. URL: http://maptimes.inf.ua/CH_20/Ch20_Article7_Gastronomic-tourism-development.html
17. Момонт Т.В. Основні фактори розвитку ринку туристичних послуг. *Економіка. Управління. Інновації*. Серія «Економічні науки». – 2020. № 1. 193 с.
18. Нездоймінов С. Г. Терруар як основа розвитку винного туризму на півдні України // *Агросвіт*. 2019. № 22. С. 46-52
19. Омельницька, В. О. Сутність та класифікація видів гастрономічного туризму / В. О. Омельницька // *Приазовський економічний вісник*. – 2018. №1 (6). – С. 15-20.
20. Ощипок І.М., Пономарьов П.Х., Філь М.І. *Кухні народів світу: навч. посіб.* Львів: Видавництво «Магнолія 2006», 2015. С.245.

21. Патійчук В.О. Особливості організації гастрономічних турів // Рекреаційно-туристичний потенціал регіонів України: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку: Матеріали I Всеукр. науково-практ. Інтернет-конф. (м. Луцьк, 30-31 березня 2017 р.). Луцьк: Терен, 2017. С.26-34.

22. Перспективи розвитку індустрії туризму та готельно-ресторанної справи: збірник тез Регіональної науково-практичної інтернет-конференції (м. Хмельницький, 27 квітня 2023 року). Хмельницький: Хмельницький національний університет, 2023. 73 с.

23. Петлін І.В., Ткач А. Особливості розвитку гастрономічного туризму в діяльності туристичного оператора «Відвідай» // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку: Матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф. (16-17 листопада 2023 р.). С.76-79.

24. Петлін І.В., Гузій А.О. Перспективи розвитку пивного туризму в Україні // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку: Матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Старобільськ, 16-17 листопада 2021 р.). С.72-74.

25. Петлін І.В., Ткач А. Особливості розвитку гастрономічного туризму в діяльності туристичного оператора «Відвідай» // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку: Матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Старобільськ, 16-17 листопада 2021 р.). С.76-79.

26. Погребняк Л., Дудяк Р., Бугіль С. Вплив пандемії COVID-19 на стан туристичного рекреаційного бізнесу в Україні // *Аграрна економіка*. 2020. Т.13. №3-4. С.62-67.

27. Полотай Б.Я. Гастрономічний туризм європейських країн. Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. «Сталий розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика» (м. Львів, 23-24 листопада 2023 р.) Львів: ЛТЕУ, 2018. 342 с. С.149-152.

28. Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року: Указ Президента України від 30.09.2019 р. №722/2019.

29. Рубіш М. А., Чорій М.В., Зеленська Л. В. Гастрономічний туризм як засіб активізації туристичних дестинацій. *Науковий вісник*, 2020. Серія Економіка. Вип. 1(13). С. 61-66.

30. Стешенко Д. О., Парфіненко А. Ю. Гастрономічний туризм як чинник розвитку туристичної сфери України. Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети, м. Харків, 9 лист. 2021 р. / ХНУ ім.В. Н.

31. Стрішенець О. М. Маркетингове дослідження фінансово економічних результатів та стратегічних позицій виробників кавової продукції в Україні. *Український журнал прикладної економіки*. 2018. Том. 3. №3. С. 219-227.

32. Студентські наукові записки. Серія «Країнознавство і перспективи. зб. матеріалів доп. учасн. IV наук.-практ. конф. Кам'янецьПодільський. 2016. С. 121-123.

33. Туризм ХХІ століття: глобальні виклики та цивілізаційні цінності [Електронний ресурс] : тези доп. III Міжнар. наук.- практич. конф. (Київ, 23 трав. 2023 р.) / відп. ред. А. А. Мазаракі. – Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2023. – 267 с.

34. Тучковська І.І., Полотай Б.Я. Особливості гастрономічного туризму у Франції // *Вісник Львівського торговельно-економічного університету*. Економічні науки. 2017. Вип.53. С.156-159.

35. Всесвітня асоціація гастротуризму URL: <https://worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism/> (дата звернення 08.03.2024 р.).

36. Басюк Д.І., Бедещенкова К.С. Дослідження ринку винного туризму в Україні. URL: <https://www.sworld.com.ua/konfer34/435.pdf>.

37. Гастрономічний туризм. Сайт про смачні подорожі. URL: <http://www.gastrotur.ru/>

38. Горова, Д. Гастрономічний туризм в Україні та світі: чи цікавий та як все влаштовано. URL: <https://lowcost.ua/what-is-food-tourism/>

39. Двадцять кращих гастрономічних турів зі всього світу. URL:<https://www.theguardian.com/travel>

40. Корнілова В. В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму // *Ефективна економіка*. – 2020. – №2. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/kornilova.htm.

41. Кудінова І. Екологічний туризм як перспективний напрям сталого розвитку.– Київ: NUFT, 2020.–158р.

42. World Food Travel Association. URL: <http://www.worldfoodtravel.org>

43. International Tourism Highlights – 2023 Edition. URL: https://www.myanmarsbn.org/en/system/files/resource-files/international_tourism_highlights.pdf

ДОДАТКИ

Додаток А

Гастрономічний туризм – можливість спілкуватись та спостерігати за професіоналами



Приклад Гастро-туру

