

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Природоохоронний факультет
Кафедра економіки природокористування

Кваліфікаційна робота бакалавра

на тему: Особливості розвитку гастрономічного туризму в Одеському
регіоні: проблеми та перспективи

Виконав студент групи СТ-43
спеціальності 242 «Туризм»
Суржикова Діана Андріївна

Керівник ст. викладач
Плетос Світлана Володимирівна

Консультант к.економ.наук, доц.
Арестов Сергій Вікторович

Рецензент к.економ.наук, доц.
Колонтай Світлана Миколаївна

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет Природоохоронний
Кафедра Економіки природокористування
Рівень вищої освіти бакалавр
Спеціальність 242 «Туризм»
(шифр і назва)
Освітня програма "Сталий туризм"
(назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри економіки природокористування

Губанова О.Р.

«17» травня 2021 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА

студентці Суржиковій Діані Андріївні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Особливості розвитку гастрономічного туризму в Одеському регіоні: проблеми та перспективи

керівник роботи Плетос Світлана Володимирівна,

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ОДЕКУ від "2" листопада 2020 року № 221-С

2. Строк подання студентом роботи 17.06. 2021 року

3. Вихідні дані до роботи статті, тези та монографії стосовно проблем та напрямів розвитку гастрономічного туризму в Одеському регіоні, нормативно-правова база, статистична інформація.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) 1. Теоретико-методологічні засади наукового дослідження гастрономічного туризму

2. Особливості розвитку гастрономічного туризму в Україні на прикладі Одеського регіону

3. Проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Одеському регіоні як туристичної дестинації

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) Схема спеціалізації гастрономічного туризму. Гастрономічна карта України. Класифікація видів гастрономічного туризму. Класифікація чинників розвитку гастрономічного туризму. Проект «Дорога вина та смаку Придунайської Бесарабії». Гастрономічні події Одеської області. Кількість гастрономічних фестивалів України 2019 р. за областями. SWOT-аналіз фестивального туризму Одеської області. Картоschema «Гастрономічний тур Дорога вина та смаку». Кошторис туру «Гастрономічний тур Дорога вина та смаку».

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
I	Арестов Сергій Вікторович, к.е.н., доц., кафедри економіки природокористування	19.05.21	19.05.21
II	Арестов Сергій Вікторович, к.е.н., доц., кафедри економіки природокористування	21.05.21	21.05.21
III	Арестов Сергій Вікторович, к.е.н., доц., кафедри економіки природокористування	30.05.21	30.05.21

7. Дата видачі завдання 17 травня 2021 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Оцінка виконання етапу	
			у %	за 4-х бальною шкалою
1.	Аналіз наукової літератури з досліджуваної теми, написання вступу.	17.05.21-18.05.21	80	4 добре
2.	Написання першого та другого розділів кваліфікаційної роботи.	19.05.21-23.05.21	80	4 добре
3.	Рубіжна атестація.	24.05.21-29.05.21	80	4 добре
4.	Написання третього розділу роботи.	30.05.21-03.06.21	80	4 добре
5.	Написання висновків кваліфікаційної роботи бакалавра.	04.06.21-06.06.21	80	4 добре
6.	Узагальнення отриманих результатів. Оформлення електронної версії роботи. Перевірка на наявність плагіату.	07.06.21-10.06.21	80	4 добре
7.	Перевірка роботи науковим керівником, Надання відгуку, складення протоколу та висновку керівника.	11.06.21-13.06.21	80	4 добре
8.	Підготовка паперової версії роботи і презентаційного матеріалу до процедури захисту. Рецензування роботи.	14.06.21-17.06.21	80	4 добре
	Інтегральна оцінка виконання етапів календарного плану (як середня по етапам)	-	80,0	-

Студент _____ Суржикова Д.А.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ Плетос С.В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

На кваліфікаційну роботу бакалавра на тему: «Особливості розвитку гастрономічного туризму в Одеському регіоні: проблеми та перспективи»

Суржикової Діани Андріївни

Актуальність теми. На сьогоднішній день можна точно стверджувати, що Одеський регіон є одним із найперспективніших регіонів України зі сприятливими умовами для розвитку гастрономічного туризму, який може збільшити туристичні потоки до Одеської області. Цей вид туризму є відносно новим і багатообіцяючим для Одеського регіону видом туристичної діяльності, тому що він дає змогу згладити фактор сезонності і розвивати туристичну дестинацію в будь-яку пору року.

Об'єктом дослідження є гастрономічний туризм в Одеському регіоні як інструмент туристичної дестинації.

Предметом дослідження є організаційно-економічні особливості гастрономічного туризму в Одеському регіоні як туристичної дестинації.

Результати дослідження. В роботі досліджено особливості теоретичних і практичних аспектів гастрономічного туризму. Приділено увагу специфічним характеристикам, що визначають додаткові соціально-економічні вигоди від спільного розвитку подієвого та гастрономічного туризму. Зосереджено увагу на популярних гастрономічних подіях – гастрономічних фестивалях.

Структура і обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновку, списку використаних джерел.

Повний обсяг тексту бакалаврської кваліфікаційної роботи – 64 сторінки, таблиць – 6, рисунків – 5.

Ключові слова: туризм, гастрономічний туризм, подієво-гастрономічний туризм, туристична дестинація, гастрономічні фестивалі, просування.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ	8
1.1 Теоретичні аспекти визначення сутності та особливості розвитку гастрономічного туризму.....	8
1.2 Чинники впливу гастрономічного туризму на економічний розвиток регіону.....	13
1.3 Методика наукового дослідження та роль заходів гастрономічного туризму в просування туристичних дестинацій.....	17
2 ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНІ.....	21
2.1 Особливості розвитку гастрономічного туризму в Україні на прикладі Одеського регіону	21
2.2 Аналіз стану розвитку гастрономічного туризму Одеського регіону як туристичної дестинації	30
2.3 Дослідження гастрономічних фестивалів як одна з найбільш популярних форм гастрономічних подій.....	33
3 ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНІ ЯК ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ...	38
3.1 Аналіз проблем розвитку гастрономічного туризму на основі SWOT-аналізу.....	38
3.2 Перспективи розвитку гастрономічного туризму Одеського регіону	43
3.3 Розробка гастрономічного туру Одеського регіону	48
ВИСНОВКИ	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	62

ВСТУП

В умовах глобалізації та інформатизації суспільства все більшого значення набуває сфера послуг, вагомим елементом якої є туристичний сектор. За даними Всесвітньої туристичної організації на початок 2020 року на цей сектор припадало близько 30 % світового експорту послуг та 300 мільйонів робочих місць у всьому світі.

В останні роки сфера відпочинку, розваг і туризму є однією з найбільш перспективних сфер економіки та бізнесу. Більшість розвинених країн активно змагається одна з одною у боротьбі за туристів, поліпшуючи якість організації нині існуючих і придумуючи нові події заходи, тим самим розвиваючи відносно молодий і перспективний напрям туристичного бізнесу-гастрономічний туризм.

В сучасній туризмології немає єдиного термінологічного визначення цього виду туризму. В Законі України «Про туризм» виділяють лише дитячий; молодіжний; сімейний; для осіб похилого віку; для інвалідів; культурно-пізнавальний; лікувальнооздоровчий; спортивний; релігійний; екологічний (зелений); сільський; підводний; гірський; пригодницький; мисливський; автомобільний; самодіяльний тощо види туризму [11]. Гастрономічний туризм окремо не виділяється, а відносять його до пізнавального.

З українських науковців Д.І. Басюк визначає гастрономічний туризм, як спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням і дегустацією національних кулінарних традицій країн світу, що є синтезом екології, культури виробництва. [2]

Подорожі з гастрономічними цілями на основі подій набирають усе більшої популярності. Причина такої стрімкої популярності гастрономічного туризму проста-туристи втомилися від одноманітних класичних турів і перебувають у пошуку нових яскравих вражень. Територіями туристської

привабливості все частіше стають виноробні регіони з їхнім колоритом і місцевою кухнею. Одеський регіон має потенціал для розвитку винних турів і приватних виноробних господарств. Про це свідчить ситуація з імпортозаміщенням, підтримка з боку держави агропромисловості і малих господарств, а також попит у сучасного туриста на внутрішній туризм.

Під впливом зазначеного на сучасному етапі розвитку туризму розвивається особливий його напрям, що поєднує ознаки таких популярних видів туризму, як подієвий і гастрономічний – це подієвогастрономічний туризм – різновид туризму, орієнтований на відвідування місцевості в певний час з метою участі в громадських і культурних заходах з гастрономічною тематикою: виставки, ярмарки, шоу, фестивалі, свята тощо. За нетривалий час даний напрям туризму набуває популярності та викликає справжній інтерес як в країнах світу, так і в Україні, а це сукупно з його специфікою дозволяє говорити про доцільність досліджень науково-практичних проблем гастрономічного туризму.

Важливість обраної теми полягає в тому, що гастрономічний туризм є відносно новим і перспективним напрямом туристичної діяльності для регіонального розвитку, зокрема, Одеської області та м. Одеса, через те, що він дозволяє згладжувати чинник сезонності і розвивати туристичну дестинацію в будь-яку пору року. Недостатня спрямованість на просування Одеського регіону як туристичної дестинації та залучення туристів з усіх регіонів України, а також слабка інформаційна підтримка існуючих подій, є підставами того, що потенціал гастрономічних заходів в Одеському регіоні використовується недостатньо.

Проблема визначення та класифікації різноманітних видів туризму знайшла відображення у наукових працях вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як: І. Зорін, В. Квартальнов, В. Кифяк, М. Крачило, М. Мальська, О. Музиченко Козловська, В. Цибух та ін. Дослідженню подієвого туризму присвятили свої праці такі вчені, як: А. Бабкін, М. Біржаков, М. Кабушкін, Г.

Карпова, О. Костюк, М. Ліндстром, Р. Олльє, Х. Прінгл, І. Смаль та ін. У дослідження гастрономічного туризму особливий внесок зробили такі зарубіжні та вітчизняні вчені: Д. Басюк, Т. Божук, Г. Вишневська, Е. Вольф, Т. Кукліна, Р. Мітчелл, К. Холл та ін.

В Україні питаннями розвитку гастрономічного туризму (як зарубіжного, так і вітчизняного) займаються Н.О. Благополучна, Д.І. Базюк, Т.І. Божук, А. Бусигіна та інші. В. Ковешніков вбачає у винному та гастрономічному туризмі важливий потенціал розвитку економіки, Д. Базюк характеризує тенденції та перспективи розвитку еногастрономічного туризму в Україні. Нині відсутні наукові праці з аналітики стану та перспектив розвитку гастрономічного туризму на регіональному рівні України. Саме тому вважаємо за доцільне з'ясувати особливості розвитку цього виду туризму в Україні (на прикладі Одеського регіону).

1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1 Теоретичні аспекти визначення сутності та особливості розвитку гастрономічного туризму

Гастрономічний туризм, як один із перспективних напрямів розвитку світового ринку туристичних послуг, є важливою складовою сталого розвитку туристичної сфери України та її регіонів.

Гастрономічний туризм, є порівняно молодим, але перспективним напрямком туризму в Україні і у світі, в яких головною мотивацією споживачів виступає інтерес до відвідування певної події та прийняття в неї участі, зокрема, з метою ознайомлення та дегустацією національних кулінарних традицій країн світу.

На сьогодні 88,2% респондентів сприймають гастрономічний туризм як стратегічний елемент брендового іміджу регіону, а привабливість локальної кухні і високий рівень сервісу в закладах громадського харчування – найважливіший мотив при купівлі житла за кордоном.

Гастрономічний туризм – це перспективний в усьому світі вид подорожей, який привертає серйозний турпотік у країни та регіони з цікавою місцевою кухнею. Включає в себе відвідування різних заходів, пов'язаних з гастрономією (фестивалів, ярмарок, виставок тощо);

Гастрономічний туризм – це повне занурення у світ нових унікальних смаків і нових відчуттів від місцевих вин і кухні та вражень від відвідування різних заходів. Це індивідуальний туризм і подорожі заради нових вражень, короткі поїздки на вікенд і агротуризм, винний туризм тощо. Це прекрасна можливість поповнити свою скарбничку вражень, збагатити знання, відчути нові смаки і завести нові знайомства. А для організаторів заходів – можливість додатково заробити, відкрити і розвивати свій бізнес.

За дослідженнями Всесвітньої туристської організації, кожен третій турист в світі розглядає знайомство з місцевою кухнею і продуктами як важливу й обов'язкову частину своєї подорожі. Галузь туризму без гастрономічного складника дуже складно уявити, вона значно збільшує приплив туристів, дохід галузі та створює додаткові робочі місця. Гастрономічний туризм нині – один із модних і популярних напрямів у туризмі. Через гастрономію турист пізнає місцеву культуру і спосіб життя на нових для себе територіях. У шанувальників такого виду подорожей є можливість вибрати, чи поїхати в регіон, що славиться віковими кулінарними традиціями, й ознайомитися з його визначними пам'ятками – як їстівними, так і всіма іншими, чи відвідати всілякі барвисті і смачні гастрономічні фестивалі, які у великій кількості проводяться в різних куточках планети. Серед усіх видів туризму гастрономічний туризм сьогодні – найбільш трендовий. Схема спеціалізації гастрономічного туризму наведена на (рис. 1.1).

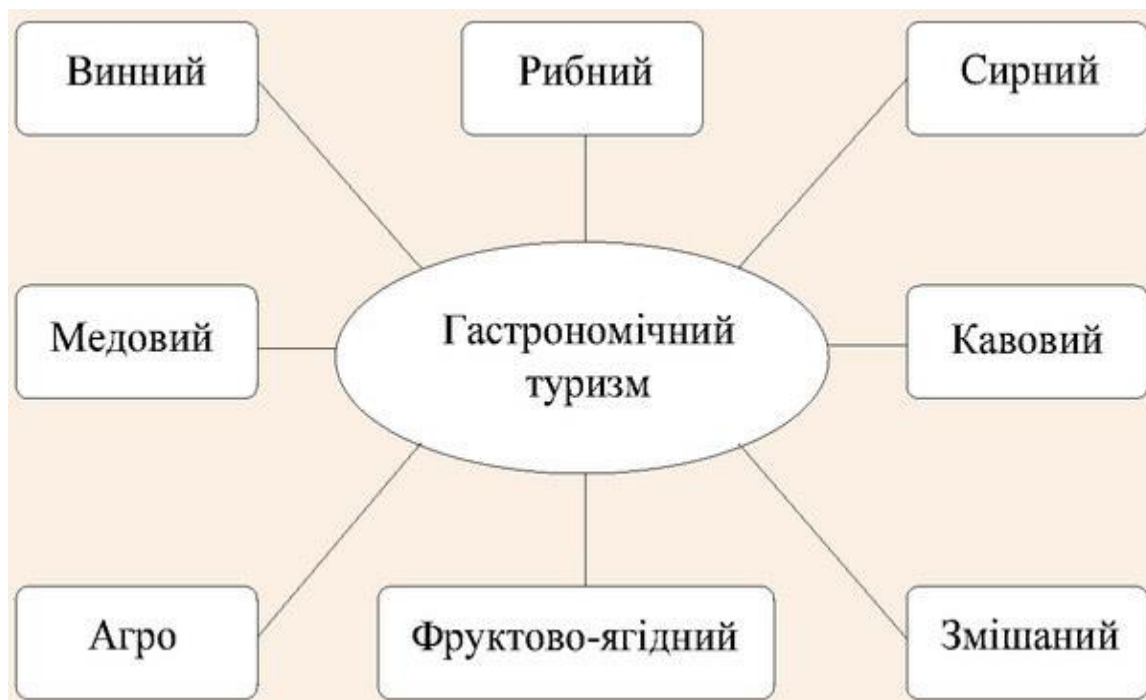


Рис. 1.1 Схема спеціалізації гастрономічного туризму

Щорічні надходження у світі до коронакризи від туризму сягали \$150 млрд. У Євросоюзі порахували: якщо середній чек туриста дорівнює 50 доларів, то середній чек туриста саме гастрономічного маршруту дорівнює 200 доларів. Отже, гастрономічний туризм є найперспективнішим напрямом туристичного бізнесу.

Гастрономічний тур має на увазі поїздку з особливою увагою до місцевої кухні, регіональних продуктів і вина. Це новий спосіб подорожей у пошуку нових смаків і кулінарних традицій, що допомагає відчутти найбільш повно культуру і цінності, пов'язані з цією землею і збережені багатьма поколіннями. Кухня кожної країни і регіону унікальна. Гастрономічний туризм за допомогою знайомства з місцевою кухнею, її особливостями і традиціями, з незвичайними продуктами і напоями, подіями, характерними для конкретного регіону, дає можливість пізнавати дух і культуру народу цієї місцевості.

Кожна область має свою перевагу, зрозуміло в одному регіоні туризм розвинений сильніше, а в іншому слабкіше. Найбільш популярними серед туристів є такі області як: Одеська - 7,59 %; Закарпатська - 7,06 %; Львівська - 6,52 %; Київська - 6,2 %; Дніпропетровська - 5,82 %; Херсонська - 5,2 %; Івано-Франківська - 4,99 %; Хмельницька - 4,81 %; Запорізька - 4,27 %; Тернопільська - 4,1 %.

Розглядаючи переваги за областями було складено статистичну мапу України щодо кількості гастрофестивалів у різних областях України (рис. 1.2).



Рис. 1.2 Гастрономічна карта України [21]

Гастрономічний туризм, набуває все більшої популярності. Це багатообіцяючий у всьому світі вид подорожей, заснований на ідеї дегустації вина або іншого унікального продукту регіону в тому місці, де вони вирощені і вироблені, поєднуючи їх одне з одним, щоб яскравіше відчувати місцевий колорит. Для туристів влаштовуються екскурсії на виробництво і виноградники, а також дегустації власних вин і місцевих продуктів. Гостям і туристам надається можливість із комфортом відпочити і продегустувати регіональні вина і страви з місцевих продуктів. Виноробні, пекарні, сироварні та інші виробництва, які щей супроводжуються наприклад фестивалями, можуть стати магнітами, що привертають туристів цілий рік.

З цією метою формується регіональна інфраструктура, відкриваються фермерські магазини і проводяться презентаційні заходи та фестивалі.

Отже, так чи інакше, гастрономія стала невід'ємною складовою туристичної галузі, з кожним роком вплив цієї складової на розвиток туризму тільки посилюється.

В Україні є два основних напрями розвитку гастрономічного туризму – в'їзний та внутрішній. У кожному з них є деякі питання, які необхідно вирішити. Якщо розглядати внутрішній туризм, то це:

– багаті традиції і звичаї, унікальна культура і місцева кухня;

– поки ще невелика популярність серед жителів країни такого виду подорожей. Цей вид туризму повинен удосконалюватися паралельно з іншими видами подорожей.

У в'їзного туризму теж проблем вистачає – це і високі ціни, і відсутність реклами за кордоном; нові туристичні напрями виникають не часто, незважаючи на те, що на території України живе безліч народів із дуже багатою і неповторною культурою і кухнею, традиціями, подіями на які і варто звернути увагу під час формування івент та гастротурів.

Для розвитку в'їзного гастрономічного туризму необхідно створювати додаткову інфраструктуру в сільській місцевості навколо міст, що користуються популярністю серед іноземців. Пропонувати гостям поєднувати пізнавальний або діловий відпочинок із гастрономічним, завдяки чому вони зможуть краще пізнати звичаї і традиції української гостинності, спробувавши національну екологічно чисту їжу. Для цього потрібно побудувати і реконструювати сільські будинки в мальовничих місцях поряд з озерами, річками, розробити концепцію прийому і розваги гостей, це може бути збір ягід, грибів, ловля риби, використання зібраного в приготуванні страв із місцевими рецептами. Пропонувати участь у майстер-класах із випікання хліба та приготування страв місцевої кухні, а на виноградниках – у зборі винограду і подальшій переробці його для приготування вина.

Узагальнюючи всі напрями, за якими розвивається гастрономічний туризм, можна представити класифікацію його різновидів за певними ознаками (таб.1.1).

Таблиця 1.1

Класифікація видів гастрономічного туризму

Класифікаційна ознака	Різновиди турів
Мета поїздки	розважальна культурно-пізнавальна формування професійних навичок
Об'єкти відвідування	підприємства харчової промисловості виноробні / броварні музеї із експозиціями гастрономічного спрямування заклади ресторанного господарства ферми сади виноградники; гастрономічні клуби.
За певними подіями	продуктові фестивалі (сиру, шоколаду, тощо) фестивалі різноманітних напоїв (винні, пивні, тощо) українські обрядові свята
Відповідно до групи продуктів харчування	сирний; медовий; винний; море-продукти; кавовий; шоколадний; змішаний (сиру та вина), тощо.

1.2 Чинники впливу гастрономічного туризму на економічний розвиток регіону

Чинники, що впливають на розвиток туризму, різноманітні й багатогранні. Наявність сприятливих чинників призводить до лідерства окремих регіонів і країни у світовому туризмі, і, навпаки, небажані чинники знижують туристичний потік [6].

Чинники у туризмі взагалі – це момент, суттєва обставина туристської практики. Зовнішні (екзогенні) чинники впливають на туризм за допомогою демографічних і соціальних змін; економічного і фінансового розвитку; змін політичного і правового регулювання; технологічних змін; торгового розвитку; транспортної інфраструктури і безпеки подорожей [10].

Загалом чинником називають причину, рушійну силу якогось процесу, явища, яка визначає його характер або окремі риси.

Класифікації чинників, що діють на туристичну сферу, розглядається багатьма авторами наукових публікацій.

Зокрема, С. Саламатіна визначила такі групи чинників, що впливають на розвиток гастрономічного туризму:

- 1) соціально-економічні:
 - економічний стан населення та країни загалом;
 - законодавча, нормативно-правова база у сфері туризму та гостинності;
 - наявність ресурсної бази; – екологічний стан території;
 - стан розвитку аграрної сфери та харчової промисловості;
 - національний склад населення, розвиток культури та народних традицій;
 - статевий, віковий та професійний склад населення;
 - розвиток інфраструктури (наявність транспортного сполучення, місць тимчасового розміщення, закладів харчування і т. д.).
- 2) політичні;
- 3) релігійні [7].

Розвиток гастрономічного туризму в регіоні визначатиметься впливом чинників розвитку туризму загалом, але з урахуванням його особливостей їх дія буде більшою чи меншою мірою чинити вплив на економічний розвиток регіону (таб.1.2).

Таблиця 1.2

Класифікація чинників розвитку гастрономічного туризму

Групи чинників	Види чинників	Напрями впливу
Статичні	Культурно-історичні	Історичне минуле регіону. Розвиток культури. Народні традиції.
	Географічні	Вигідне географічне положення регіону. Туристичні ресурси. Комфортний кліматичні умови. Екологічний стан території.
Динамічні	Економічні	Економічна стабільність. Доходи населення. Розвиток інфраструктури.
	Політико-правові	Політична стабільність в країні. Міжнародні відносини. Візовий режим.
	Соціальні	Туристичні потреби і мотивації. Рівень освіти і культури. Якість життя населення. Поширення небезпечних хвороб тощо.
	Демографічні Безпеки	Відтворення населення. Система розселення населення. Склад населення. Безпека туристів. Підприємств (закладів), Персоналу. Дестинацій та їхніх мешканців.

Урахування цих чинників дає змогу спиратися на наукові обґрунтування під час формування та реалізації регіональної політики, аналізувати рівень та характер впливу того чи іншого чинника на розвиток гастрономічного туризму в регіоні та розробити заходи щодо використання стимулюючих та обмежених дії стримуючих чинників такого розвитку.

Завдяки геополітичному розташуванню, етнічному складу населення, багатству культури і самобутності народів, особливостям обрядів і традицій

Україна має значний потенціал для організації і розвитку ринку гастрономічного туризму. Унікальним у цьому контексті є й Одеський регіон.

Визначимо низку характеристик Одеського регіону, які відіграють роль позитивних чинників для розвитку гастрономічного туризму, а саме:

- сприятливе географічне розташування на півдні України, на узбережжі Чорного моря;
- наявність потужного курортно-рекреаційного комплексу;
- розвинена транспортна інфраструктура: залізничні вузли, морські та річкові порти, повітряні лінії;
- наявність потужної матеріально-технічної бази та розвиненої фінансової, соціальної інфраструктури тощо;
- розвинена харчова промисловість, яка має найбільшу питому вагу в структурі промислового виробництва регіону;
- багата історична та культурна спадщина; – унікальність гастрономічної сфери;
- наявність розвиненої туристичної інфраструктури та інші.

Сприятливими чинниками розвитку гастрономічного туризму є кулінарна спадщина, розвинута інфраструктура, фермерські господарства з харчовими продуктами місцевих виробників, гастрономічні заходи та щорічні фестивалі, різноманітний вибір закладів ресторанного господарства. Варто зазначити, що більшість країн має хороші передумови для розвитку гастрономічного туризму, зумовлені національними або регіональними гастрономічними особливостями. Важливу роль, особливо в сучасних умовах, відіграють проблеми гарантування безпеки гастрономічного туризму, які охоплюють не лише безпечність подорожей для туристів, а й збалансоване функціонування підприємств і закладів, сталий розвиток дестинацій.

Слід відзначити, що гастрономічні тури передбачають не лише дегустацію певних страв і напоїв, а й особливу атмосферу гастрономічних заходів, часто у вигляді окремих традиційних кулінарних подій.

Чинники, що сприяють розвитку фестивального туризму:

- зростаючий попит мешканців Одеси, інших областей та іноземців на відпочинок саме в Україні;
- унікальна історична, етнографічна, культурна, природна спадщина Одеської області;
- достатня наявність рекреаційних ресурсів;
- екологічна чистота національних парків та заповідників;
- наявність вільних трудових ресурсів для обслуговування туристів;
- доступна ціна на організацію фестивалів;
- можливість надання комплексу додаткових послуг: екскурсії, риболовлі, кінноспортивні, катання на човнах (на певних територіях).

1.3 Методика наукового дослідження та роль заходів гастрономічного туризму в просування туристичних дестинацій

Загальні методи дослідження гастрономічного туризму співпадають із загальнонауковими методами дослідження.

Дослідницька діяльність туристичної діяльності ґрунтується на комплексі принципів – загальних, базових положень, в яких, на основі пізнання наукових законів, формулюються вимоги, що забезпечують успіх у досягненні мети. До провідних принципів дослідження в області туризму, а саме гастрономічного, відносять:

1. Принцип об'єктивності. Він виключає однобічність, суб'єктивізм і упередженість у підборі та оцінці фактів, вимагає використання таких методів та процедур, які дозволяють одержати максимально достовірне знання про предмет дослідження.

2. Принцип врахування неперервних змін, розвитку досліджуваних явищ.

3. Принцип виділення основних факторів, які визначають кінцевий результат.

4. Принцип єдності історичного та логічного.
5. Принцип концептуальної єдності досліджень в туризмі.
6. Принцип співвідношення досягнутого рівня з моделлю, метою.
7. Принцип єдності дослідницького і практичного туристичного процесу.
8. Принцип поєднання аспектного і цілісного підходів.
9. Принцип системного підходу.

Досягнення високого методичного та наукового рівня дослідження гастрономічного туризму передбачає:

- відбір найбільш актуальної проблематики;
- конкретне й мотивоване обґрунтування визначення стратегії дослідження, його мети, завдань і предмета;
- спрямованість методики й організації дослідження на розкриття нових наукових фактів, закономірностей туристичних явищ, пошук шляхів оптимізації практичної туристичної діяльності;
- коректну організацію та поетапність проведення науково-дослідної роботи на основі системно-структурного підходу та використання адекватних засобів методологічного аналізу;
- визначеність у виборі та застосуванні понятійно-категорійного апарату дослідження;
- прогнозування розвитку туристичних процесів, ринку туристичних послуг тощо.

При плануванні та проведенні наукового дослідження гастрономічного туризму варто уникати можливих недоліків, до яких слід віднести:

1. Низький науковий та методологічний рівень дослідження.
2. Відсутність глибокого теоретичного та практичного осмислення змін в туристичній політиці держави на конкретному етапі розвитку суспільства та на перспективу.
3. Поверховий, некритичний аналіз історії розвитку досліджуваного питання, наукової літератури, ринкової практики.

4. Використання методів, що не забезпечують необхідної об'єктивності й достовірності одержаних емпіричних даних.

5. Некоректне застосування статистичних методів обробки результатів дослідження.

6. Дублювання тематики досліджень.

Досягнення високого методичного та наукового рівня дослідження гастрономічного туризму передбачає:

- відбір найбільш актуальної проблематики;
- конкретне й мотивоване обґрунтування визначення стратегії дослідження, його мети, завдань і предмета;
- спрямованість методики й організації дослідження на розкриття нових наукових фактів, закономірностей туристичних явищ, пошук шляхів оптимізації практичної туристичної діяльності;
- коректну організацію та поетапність проведення науково-дослідної роботи на основі системно-структурного підходу та використання адекватних засобів методологічного аналізу;
- визначеність у виборі та застосуванні понятійно-категорійного апарату дослідження;
- прогнозування розвитку туристичних процесів, ринку туристичних послуг тощо.

В дослідженні такого явища, як гастрономічний туризм, більшу увагу слід звертати на якісні, а не на кількісні показники. Основна суть якісних досліджень полягає в їх спрямованості на отримання більшою мірою якісної інформації, ніж кількісної. «Якісна» інформація має на увазі під собою більш розгорнуту інформацію про предмет дослідження, спираючись на докладне пояснення та інтерпретацію емпіричних даних. У зв'язку з тим, що тема мало вивчена, а збір інформації ускладнений тим, що цільова аудиторія знаходиться за межами зони відпочинку, якісний метод дослідження є найбільш обґрунтованим методом.

Збір якісних показників передбачає, що дослідник буде спиратися на думкуфахівців в досліджуваній галузі. Якісна інформація не передбачає точних кількісних показників, статистики та відстеження динаміки. Так як гастрономічний туризм – це сфера, яка стосується людських вражень та емоцій, то якісний метод дослідження дозволяє вивчити враження та емоції, оскільки націлений на вивчення природи об'єкта.

2 ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНІ

2.1 Особливості розвитку гастрономічного туризму в Україні на прикладі Одеського регіону

Головною особливістю гастрономічного туризму Одеського регіону є поєднання кулінарних традицій багатьох народів.

Одним із факторів, який притягує тисячі туристів до місць вирощування винограду та виробництва вина, є численні обряди, пов'язані з цим видом діяльності людини. Не винятком є і Одеський регіон з його багатонаціональним населенням та приказками для застільних промов-тостів.

Будь-яка гастрономічна туристична подорож має допомогти гостю сформувати своє уявлення про Україну, а саме Одеський регіон.

Гастрономічні маршрути діляться на кілька типів: дороги вина, дороги смаку, дороги вина і смаку. Вони є інструментами для створення і комерціалізації гастрономічних маршрутів як туристичної пропозиції.

Південь Одещини, а саме Бессарабія, має величезний потенціал як об'єкт гастрономічного туризму. Сприятливими факторами є мультинаціональність регіону, наявність ресурсної бази, розвинена інфраструктура, розвиток сільського господарства. Болгарські смачні страви, солодощі турецького походження, українські солонощі, гострота гагаузьких страв, запечені страви російської кухні, молдавські мамалига та різноманіття фруктів і овочів, чудова їжа та прекрасна природа – основні переваги Одещини.

Україна володіє великим потенціалом для розвитку винно-гастрономічного туризму, проте використовує його не в повному обсязі. Найбільш наближеною за кліматичними характеристиками є південна виноробна частина України, такі виробники, як ТМ «Колоніст» (Придунайська

Бессарабія, Одеська область), виноградники якого знаходяться на одній широті з Бордо (Франція) та П'ємонт (Італія).

В Одеській області виноградарство розвинене у 12 адміністративних районах. В останні роки площа насаджень винограду в області збільшується. Для туристичної індустрії вино є суттєвим чинником привабливості туру, мотивом спеціальної подорожі, елементом харчування, лікування та розваг. Для виноробних підприємств винний туризм – гарний спосіб привернути увагу до своєї торгової марки, завоювати тривалу прихильність споживача, збільшити обсяги своїх продажів, а також дієвий засіб боротьби з фальсифікацією продукції. Таким чином, розвиток винного туризму може забезпечити надходження додаткових інвестицій до області та підтримку місцевих виробників [3].

З метою розвитку ринку винного туризму в Одеському регіоні ще у 2009 р. компанія «Шабо» відкрила перший в Україні «Центр культури вина Шабо», головною метою якого стало підвищення культури споживання благородних напоїв. «Центр культури вина Шабо» розташований безпосередньо на місці виробничого комплексу компанії «Шабо», в одному з найдавніших виноробних регіонів Європи, традиції якого були закладені ще в античні часи. Це єдиний в Україні культурний центр, який об'єднує діюче високотехнологічне підприємство, стародавні винні підвали, дегустаційний зал, експозиції сучасного скульптурного та архітектурного мистецтва, а також унікальний Музей вина та виноробства. «Центр культури вина Шабо», вже включено комісією Ради Європи до туристичних карт європейських винних маршрутів. З недавніх пір це селище приваблює туристів не тільки винами, а й сучасною «Європейською сироварнею», яка працює за голландською технологією. Туристичні маршрути невеликими господарствами дуже популярні в Європі, вони навіть діляться тематично: дороги вина, дороги смаку, дороги вина та смаку – рибні, сирні, медові, оливкові, фруктово-ягідні та багато інших маршрутів.

В Одеському регіоні гастрономічний туризм тільки зароджується – відсутні тури в чистому вигляді, але елементи його доволі яскраві. В регіоні пропонують тури «Гастрономічна Бессарабія», «Фрумушика-Нова», що дозволяють ознайомитися з гастрономічними особливостями болгарського, гагаузького та молдавського народів, наблизитися до їх культури. В Україні спроби розробити і презентувати винні тури здійснюються виноробними підприємствами південних регіонів України. Так, у 2007 р. Всеукраїнська Асоціація виноробів і сомельє, а також Школа сомельє ТОВ «Майстер-клас» спільно з Інститутом туризму Федерації профспілок України вперше в Україні почала розроблення винних турів по країні. У цей проект були залучені виноробні підприємства південних регіонів України – винзавод «Шабо», Одеський завод шампанських вин, Одеський коньячний завод ТМ «Шустов», ТМ «Вина Гулієвих», ТМ «Колоніст» [3].

В Одеській області щороку відбувається 5 виноробних фестивалів. Найбільш відомими для національного туриста є Фестиваль аматорського вина «Живе вино України», Свято бесарабського вина і Фестиваль молодого вина. Є також фестивалі суто гастрономічного спрямування («Свято дунайського оселедця»). Не менш відомий у регіоні музей коньячної справи «Шустов»: відвідування купажного цеху, екскурсія з дегустацією різних видів коньяків та розповідями про Одесу, вір-дегустації коньяків 50-річної витримки, Метр де Ше – створення особистого коньячного купажу, а також дегустація вин на заводі «Французький бульвар». Це завод із багатою історією, яка починається з 1857 року, коли французький купець Ф. Нуво заклав тут винні підвали.

Винний туризм передбачає широкий спектр таких видів туристичної діяльності, як:

- відвідування плантацій виноградників, дегустаційних залів і підвалів, дегустація місцевих сортів винограду;
- знайомство з технологією виготовлення різних видів алкогольних напоїв безпосередньо на виробництві;

- знайомство з історією виноробства, відвідування спеціалізованих музеїв і виставок;
- відвідування ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина і майстер-класи від сомельє;
- участь у винних фестивалях і тематичних святах;
- відвідування і участь у спеціалізованих виставках, форумах, конференціях, конкурсах, аукціонах.

У квітні 2019 року експерти проекту Євросоюзу «Підтримка системи географічних зазначень в Україні» презентували перший в Україні проект гастрономічного туризму «Дороги вина та смаку».

Експерти проекту Євросоюзу «Підтримка системи географічних позначень в Україні» презентували перший в Україні проект еногастрономічного туризму «Дороги вина і смаку», робота над яким проходить зараз в Одеській області. Презентація напрацювань проекту відбулася в Укрінформі під час круглого столу «Туризм і дороги».

«Дороги вина та смаку Української Бессарабії» – пілотний проект ЄС зі створення на Одещині системи еногастрономічних туристично-рекреаційних маршрутів відповідно до європейських стандартів. Учасники проекту – це асоціації, виробники локальної продукції, представники туристичного бізнесу, місцева влада та громадські організації.

Перші еногастрономічні маршрути в Україні розробили в Одеській області у рамках проекту ЄС «Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні», що є великим досягненням. Їх об'єднали під спільною назвою Дорога вина і смаку Української Бессарабії.



Рис. 2.1 Проект «Дорога вина та смаку Придунайської Бесарабії»

Не випадково для розроблення концепції розвитку сільського й гастрономічного туризму в Україні вибрали Одеську область саме тому, що там збудовано дорогу високої якості – Одеса – Рені.

Перший проект тому і буде запущений у цьому регіоні, де згуртовані національні виробники, які готові сертифікувати свою продукцію, а також частково вирішені логістичні проблеми.

Туристичний еногастрономічний маршрут «Дорога вина і смаку» повинен впровадити в Україні інноваційний досвід Євросоюзу і сприяти розвитку сільських територій.

Адже у світі щорічні надходження від гастрономічного туризму сягають 150 млрд доларів. Успіх проекту залежить від виконання декількох

обов'язкових умов: повинні бути локальні туристичні об'єкти з сільськими та історичними особливостями; розвинена туристична інфраструктура поблизу об'єкта, наприклад готелі, ресторани; а також транспортна інфраструктура, яка надасть можливість вільного і швидкого доступу до туристичної локації (аеропорти, якісні дороги й інші туристичні шляхи).

Еногастротуристичний маршрут «Дорога вина та смаку Української Бессарабії» прокладений південно-західними районами Одеської області та дає змогу туристу ознайомитися з кулінарними особливостями Бессарабського регіону. Маршрут охоплює чотири дестинації: Одеса – Шабо – Білгород-Дністровський, Одеса – Фрумушикка-Нова – Лісне, Ізмаїл – Криничне – Болград, Татарбунари – Струмок – Приморське – Вилкове. Центральною магістраллю є автодорога М-15 Одеса – Ізмаїл.

Даний проект створюється саме в Одеській області, адже тут проходить автошлях високої якості – Одеса-Рені. До участі в проекті залучені місцеві виробники сиру, вина та інших продуктів, усі вони дали згоду на проходження сертифікації їх продукції. За словами керівника проекту Європейської комісії «Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні» Саверіо Савіо, туристичний гастрономічний маршрут «Дорога вина та смаку» має впровадити в Україні інноваційний досвід Євросоюзу і сприяти розвитку сільських територій. Адже у світі щорічні надходження від гастрономічного туризму сягають 150 млрд доларів.

Проект створено за підтримки Євросоюзу, українських міністерств, місцевими громадами, районною адміністрацією, обласною владою Одеської області та багатьма туристичними фірмами. Планується створення сайту wineandtasteroads.com.ua, з картою України та картою кожної області, на карті будуть нанесені пункти гастрономічних маршрутів, включаючи й «Дороги вина і смаку». Турист зможе розрахувати власний маршрут, перевірити наявність та якість дороги, щоб проїхати автівкою, дізнатися де можна заночувати, чи є поруч пляжі або додаткові розваги. Буде інформація щодо умов для людей з

особливими потребами, для подорожуючих з малолітніми дітьми або домашніми тваринами, про розташування лікарень тощо.

За допомогою фільтрів можна буде відсортувати тільки виноробні або тільки гастрономічні об'єкти тощо. Кожна локація матиме на порталі власну сторінку з адресою, розташуванням, годинами роботи, переліком та вартістю продукції, можливістю розрахуватися банківською картою, наявністю умов для дітей, додаткових послуги та розваг. Даний проект вже почали впроваджувати. По-перше, кожен учасник маршруту повинен повністю легалізувати своє виробництво, зареєструватися як юридична особа, отримати всі документи, ліцензії та сертифікати якості. По-друге, експертна комісія визначає рівень розвитку інфраструктури на маршруті: рівень розвитку автошляхів та під'їздів до атракцій, наявність готелів, наявність спеціально відведених місць для дегустації, відповідність виробництва світовим стандартам. Кожен виробник продуктів або гастропослуг може взяти участь та стати частиною гастрономічного маршруту «Дороги вина та смаку», якщо він виконав усі умови, завдяки цьому він отримає промоцію, рекламу та потік туристів. Маршрут «Дороги вина і смаку» складається з замкнених кіл, для того, щоб можна було відвідати одне коло з усього маршруту за один день.

Основними точками маршруту є місто Одеса та Ізмаїл. Найголовніший об'єкт – це виноробня «Шабо». Даний заклад є особливим через високий рівень відповідності світовим стандартам, розвинену інфраструктуру (під'їзна дорога, ресторан, музей), наявність дегустацій, екскурсій. Поруч є Білгород-Дністровська фортеця, є Інститут виноградарства і виноробства імені Таїрова, деякі інші виробники. До усіх об'єктів можна дістатися протягом двох годин, так утворюється перше коло.

Окремим об'єктом маршруту є етнографічний комплекс «Фрумушика Нова» (відтворене молдавське село, де можна ознайомитися з вівчарським господарством, особливостями проживання в молдавських селах, а також скуштувати традиційну молдавську кухню, бринзу, молочні продукти з овечого

молока тощо). На відвідання цього комплексу потрібно виділити цілий день через його віддаленість та відсутність якісного дорожнього покриття. До третього кола входить місто Ізмаїл на березі Дунаю – туди ходять потяги та автобуси, там збираються відновлювати аеропорт. Місто багате на історичні об'єкти, має мальовничу набережну Дунаю, гастрономічні традиції, а також під'їзд до інших об'єктів гастрономічного маршруту: буйволина ферма в Орловці, виноробня в Криничному, природа озера Ялпуг, інші виробники вина та традиційних продуктів у долині озера, місто Болград з відреставрованим собором, виноробні на трасі М15 до Вилкового та до Одеси. До маршрута входить й відвідання самого міста Вилково, яке називають українською Венецією через велику кількість каналів, які проходять вздовж вулиць. Місто є останнім населеним пунктом на річці Дунай, перед тим, як вона впадає у Чорне море, тому тут сформувалися унікальні гастрономічні традиції, знайомство з якими і передбачає гастрономічний маршрут «Дороги вина і смаку». Отже, Одеська область є перспективним регіоном для розвитку гастрономічного туризму. В області відбуваються гастрономічні фестивалі, події й свята, існує велика кількість закладів ресторанного господарства різної цінової категорії, різної національної приналежності.

На Одещині також розвинене виноробство, гастрономічні туристи відвідують виноробні «Шабо», «Колоніст», «Французький бульвар», «Український національний науково-дослідний інститут виноградарства і виноробства ім. В.Є. Таїрова», музей коньячної справи Н.Л. Шустова тощо.

Подібні маршрути вже давно є в Європі і користуються неабиякою популярністю у туристів. Існування такої дороги спрощує туристу відпочинок, адже в маршрутах враховано все: як доїхати, на чому дістатися, де оселитися, куди піти, де смачно поїсти і випити. Крім того, створення туристичної карти допоможе розвинути сільські території та пробудити інтерес до продуктів регіону [4].

Поблизу еногастрономічного маршруту «Дорога вина і смаку» буде розвиватися інфраструктура, відкриються сільські садиби, активізується бізнес. Обсяг виробництва у малих господарствах Одеської області, які стали учасниками «Дороги вина та смаку», після того збільшився на 30% (і це враховуючи, що був карантин).

Реалізація проекту сприятиме збільшенню туристичних потоків у сільські території, підвищенню попиту на місцеву продукцію і збереженню гастрономічної спадщини України. Вже розпочато роботу над створенням єдиного всеукраїнського інтернет-порталу, який буде містити інформацію про проект «Дороги вина і смаку», а також про національних виробників локальної продукції, які готові відкрити свої підприємства для відвідування туристами. Ця карта повинна бути у вільному доступі як для українських, так і для зарубіжних туристів. Щорічне проведення фестивалів виноградарства і виноробства повинно стати основними туристичними і культурними заходами Одеської області. Інформаційні тури та прес-тури для регіональних туроператорів, блогерів та представників засобів масової інформації з рибальських місць, винних турів і маршрутів сприяють просуванню еногастрономічного туризму на регіональному рівні. З метою формування комфортного інформаційного середовища для гостей і жителів міст туристські інформаційні центри повинні надавати інформацію про цікаві місця і пам'ятки міста й області, поширювати інформаційні матеріали про місто і регіон (картисхеми, інформаційні каталоги і путівники), надавати допомогу в організації пізнавальних екскурсій, формувати єдину базу екскурсійних маршрутів від турагентів і туроператорів регіону, консультивати з питань проживання, харчування та транспорту, надавати послуги гідів-екскурсоводів і перекладачів. Просування еногастрономічного туризму тісно пов'язане з маркетинговою стратегією розвитку туристичної галузі Одеської області. В її основі – отримання туристами нових унікальних емоцій і вражень від відвідування регіону, який знаменитий своєю гостинністю і хлібосољством.

Кулінарні традиції Одеського регіону є частиною її туристичного бренду та входять в фактори привабливості регіону. Їжа вже давно перестала бути лише способом задоволення фізичної потреби людини, за допомогою їжі можна дізнатися про культуру регіону, про традиції. Так, туристи, які відвідують Одеський регіон з рекреаційною метою, в більшості автоматично стають і гастротуристами, адже відвідують місцеві заклади ресторанного господарства. Одним з чинників, який впливає на розвиток подієво-гастрономічного туризму в Одеському регіоні є гастрономічна культура Одещини.

Отже, гастрономічний туризм надає туристам можливість спробувати екзотичні страви, делікатеси, але для туристів є не менш важливими й такі аспекти, як клімат, пейзажі, історичний та культурний аспект регіону. На розвиток гастрономічного туризму в Одеській області вплинули такі фактори, як різноманітний етнічний склад населення зі своєю культурою та традиціями, історичне минуле регіону, впізнаваність Одеського туристичного бренду, довге морське узбережжя з теплим морем, наявність великої кількості історичних, архітектурних, природних об'єктів, а також і багата кулінарна культура області.

2.2 Аналіз стану розвитку гастрономічного туризму Одеського регіону як туристичної дестинації

Ключовим елементом туризму як системи, куди туристи здійснюють свої подорожі і де проводять певний час є туристична дестинація. Туристична дестинація не просто володіє набором ресурсів, а є привабливою для туристів (атрактивною), що і визначає її ринкову конкурентоспроможність. Наявність атракції формує туристські потоки, а з простору, що володіє об'єктами показу, створює дестинацію.

Туристична дестинація є поєднанням туристичних продуктів, які пропонують туристу інтегрований комплекс відчуттів. Це визначення лежить в

руслі економіки вражень, що в сучасний період розвитку туристичної сфери здається абсолютно обґрунтованим. Туризм сьогодні все більше сприймається не як сфера послуг, а як індустрія вражень, а враження стають в певному сенсі «споживчої метою». Туризм – це одна з основних сфер діяльності по «виробництву» вражень, тому саме на створення у туристів різноманітних вражень націлена дестинація як система.

Національна кухня – це реальна атракція дестинації, яка створює дуже яскраві відчуття, враження, і саме це дає можливість використовувати кухню для формування гастрономічного бренду дестинації. Великі події самі по собі є атрактивним елементом дестинації, гастрономічна тематика примножує ступінь її атрактивності. Відповідно до одного з досліджень, кухня є четвертим за значимістю параметром при виборі дестинації туристами.

Гастрономічна культура Одеського регіону є самобутньою, відрізняється від загальноукраїнської і активно розвивається. За статистичними даними в Одеському регіоні налічується більше 396 закладів харчування. На території регіону проходять різноманітні тематичні події, фестивалі, виставки, ярмарки, українські тур фірми пропонують гастрономічні тури Одеською областю, область багата на виноробні та сироварні, в Одеській області набули розвитку угіддя сільського туризму тощо.

Одеська область займає 4 місце по Україні за кількістю гастрономічних подій. Найбільшими гастрономічними подіями в Одеській області є свята й фестивалі, представлені в (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Гастрономічні події Одеської області.

Назва події	Дата проведення	Місце проведення
«Свято вина та етнічного мистецтва»	листопад	Місто Болград
Фестиваль молодого вина «Колоніст»	Кінець серпня- кінець вересня	Болград, виноробня «Колоніст»
«Свято полуниці»	травень	Одеська область
«Одеський чорний»	травень	Болград, виноробня «Колоніст»
«День помідора»	серпень	Одеса

Незважаючи на наявність величезного потенціалу для гастрономічного туризму в Одеському регіоні, він не входить до областей-лідерів зі значною кількістю гастрономічних фестивалів, що проводяться на його території.

Крім гастрономічної складової, фестиваль містить елементи ярмарки, також присутня розважальна складова (концертні програми, лекції, дегустації, майстер-класи, анімація тощо).

2.3 Дослідження гастрономічних фестивалів як одна з найбільш популярних форм гастрономічних подій

Однією з найбільш популярних форм гастрономічних подій є гастрономічні фестивалі. Незважаючи на те, що в останні десятиліття поняття фестивалю було розмите, в сучасних умовах фестиваль можна визначити як святкування цінностей певного співтовариства, його ідеологій, ідентичності і безперервності. Фестивалі також часто відрізняються від інших подій активною участю глядачів, що допомагає в створенні у них унікальних вражень. Одне із фестивалів – залучити якомога більшу кількість людей до участі, що є основою для отримання вражень, відмінних від щоденних.

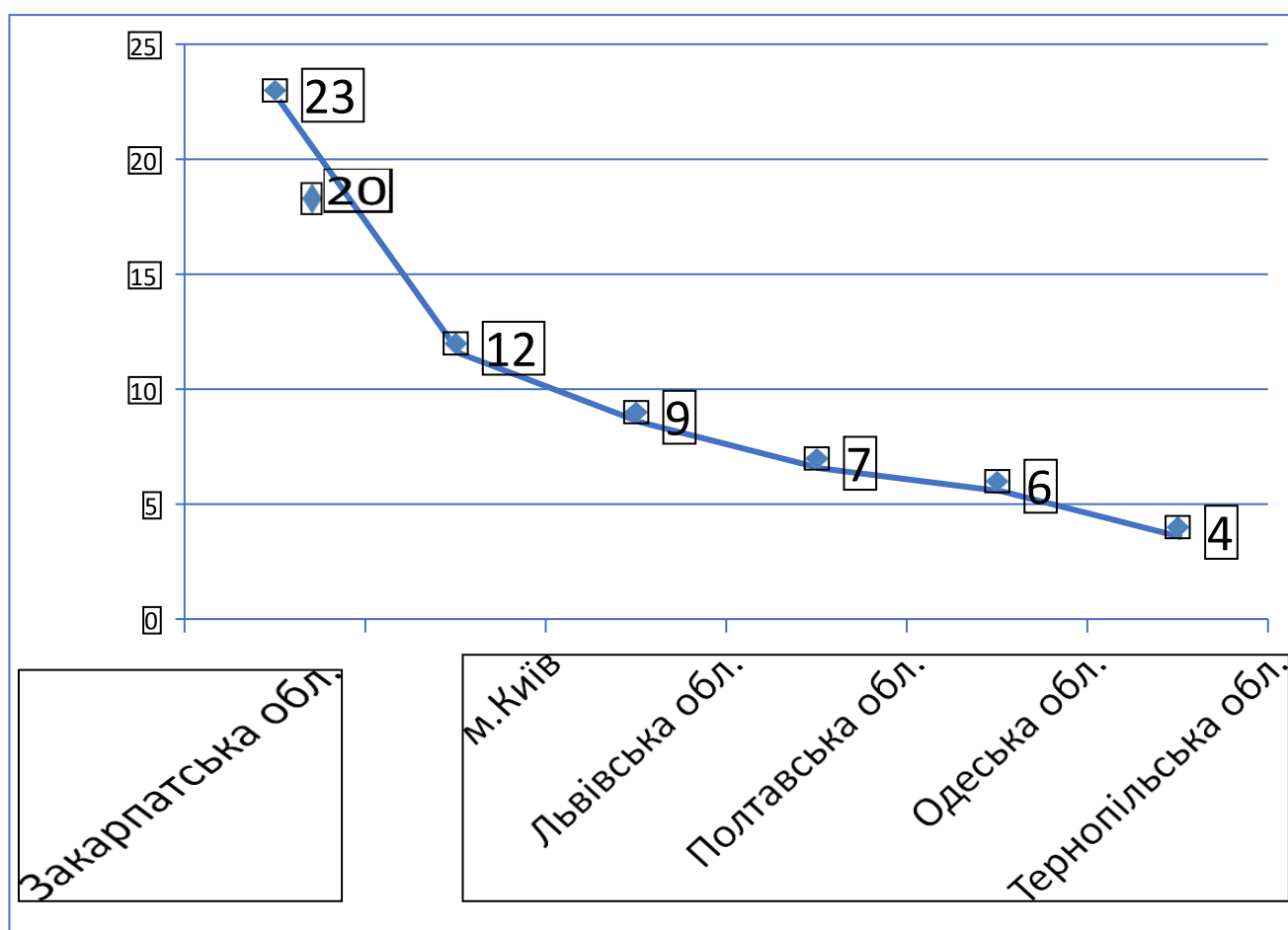


Рис. 2.2 Кількість гастрономічних фестивалів України 2019 р. за областями (од.).

Важливо зазначити, що до конкретних переваг проведення гастрономічних заходів, зокрема, фестивалів, можна віднести: скорочення витрат реалізації продукту; можливості внутрішнього і зовнішнього маркетингу; побудову довгострокових відносин зі споживачами, заснованих на лояльності продукту; отримання доходу від продажу допоміжної продукції та інших супутніх товарів тощо.

Усі фестивалі так чи інакше дають певний внесок у розвиток території як туристичної дестинації, сприяють залученню туристів, формуванню і просуванню бренду території. Однак для одних дестинацій ця роль фестивалю буде першочерговою, основоположною, а для інших – не матиме вирішального значення.

До першої групи належать сільські території, села, малі міста. До другої групи – великі міста, які є розвиненими туристичними центрами, багатими на культурні та інші події. Сільські райони та села сильніше, ніж міста, пов'язані з сільським господарством, а невеликі портові міста і села – з місцевим промислом (риба, морепродукти). Нерідко та чи інша територія (село, мале місто) спеціалізується тільки на одному або двох трьох продуктах, що складають основу її економіки, не маючи інших індустрій. Тому можна припустити, що просування таких дестинацій через образи, пов'язані з місцевими продуктами, вносить значний вклад у конструювання їх брендів. Гастрономічні фестивалі, що використовують такі продукти, можуть служити джерелом, що привертає цілі потоки туристів в малі дестинації.

Сьогодні Одеса, як і Одеська область, може порадувати своїх гостей широким спектром культурних заходів. Особливе місце серед них займають фестивалі. До найбільш відомих одеських фестивалів належать: мото-фестиваль Goblin Show, міжнародний фестиваль Гріновський «Червоні вітрила», карнавал

боді-арту, міжнародний фестиваль сучасного мистецтва «Два дні та дві ночі нової музики», Одеський міжнародний кінофестиваль, «Одеса Джаз-Фест», День міста (2 вересня), Гуморина.

Сьогодні Одеська область має декілька стабільних фестивалів, що проходять щороку: Volgrad Wine Fest; Фестиваль вишиванки; Майстер джем фест; Чарівна бандура; Гуморина; Одеський кінофестиваль. Найпопулярнішим одеським фестивалем вважається Гуморина, який проходить щороку на День гумору, тобто 1 квітня. Започаткований цей фестиваль ще в 1973 р. і з перервами триває донині. Фестиваль не відбувся лише тричі: у 2014, 2015, 2020 рр. Основна причина – початок воєнного конфлікту між Україною та Росією і COVID-19. Даний фестиваль має статус міжнародного, адже за час проведення в Одесу приїжджають гості та аніматори з Іспанії, Угорщини, Франції, Ізраїлю, інших країн та областей України. Саме з періоду проведення Гуморини в місто приїжджають перші туристи після зимового застою.

В Одеській області часто проходять заходи, спрямовані на розвиток подієвого туризму. Прикладом є лицарські бої, кінне шоу у Білгород-Дністровській фортеці. Даний турнір – це єдиний середньовічний фестиваль, який багатий своєю історією.

Не менш відомий фестиваль Oceanman Odessa отримав нагороду «Подія 2018 року» від Всесвітнього клубу одеситів, на який приїхало близько 800 плавців, їхні сім'ї та друзі з 12 країн світу. Цей фестиваль – найкраща реклама міста і моря. А організатори події – приклад справжніх амбасадорів Одеси. Фестивалі Respublica, «Узвар», MO/ DNI – унікальні івент-заходи, які стануть «фішкою» Одеського регіону.

Фестиваль «Чумацький шлях. Сіль» – фестиваль із душею, який формуватиме нову історію Куяльницького лиману. Фестиваль «Кодимафест» – гарний приклад культурного відродження традицій сіл. На Трійцю ось уже чотири роки в с. Івашків проводяться два дні народних гулянь. Там створена хата трипільської культури, де кожне село представляє свій побут і традиційні

страви. Потенціал району величезний, і треба зробити його справжнім туристичним заходом.

Ураховуючи потенціал області та м. Одеси, доцільно було б проводити кінофестиваль, оскільки тут було знято досить багато фільмів. Наприклад, Одеський міжнародний кінофестиваль – головний фестиваль національного кіно. На Одещині є великі діаспори болгар та молдован, а ще більше – гагаузів. Одеська область є мультикультурною, у ній проживає безліч народів. Ці етнічні групи осіб є надзвичайно цікавими зі своїми традиціями, культурою та їжею. Гастрономічний та етнофестивали показують гостям культуру та традиції місцевого населення.

У листопаді 2019 року відбувся 3-й винний фестиваль в Фрумушиці Нова, Тарутинського району Одеської області. Винний фестиваль «WINE FEST Frumushika-Nova». Організатором виступив Центр етнографічного, сільського зеленого туризму та сімейного відпочинку «Фрумушика-Нова».

Метою фестивалю є популяризація вин від місцевих виноробів, підвищення винної культури і знайомство з особливостями національної кухні Української Бессарабії.

Основний акцент фестивалю зроблений на теруарному вині. У програмі заходів є винні дегустації, дегустація місцевих закусок, також представлено великі винні компанії і авторські виноробні Одеської області, а гості фестивалю зможуть продегустувати та оцінити вина. Крім того, на відвідувачів фестивалю чекають дегустація м'ясних і традиційних закусок (зокрема, продукції першої української устричної ферми – «Устриці Скіфії»), продаж-виставка винограду та виноградної продукції, сувенірів, конкурс «Танець на винограді», тематичні фотозони.

Гастрономічний еко-фестиваль «Дунайські гостини». Проходить в м. Вилкове, організатором виступає Sky Group travel and incentive. Захід організовано у форматі гастрономічного фесту, який об'єднує рестораторів, місцевих виробників продуктів, експертів і food-блогерів. Програма фестивалю

включає різноманітні заходи: карнавальна хода представників фермерських господарств, кулінарні майстер-класи, Open air, конкурс на краще городне опудало і встановлення рекорду з поїдання полуниці.

Також в м. Одеса та Одеському регіоні, зазвичай на свята, проводиться ще кілька подій гастрономічного напрямку, які можна віднести скоріше до ярмарків. Але усі вони переважно не мають чіткої концепції, не просуваються активно як гастрономічні події та не можуть бути віднесені до помітних подієвих заходів.

Отже, можна зробити висновки, що існуючі в м. Одеса та Одеській області вище перелічені фестивалі мають скоріше локальний характер, максимум регіональний; ці заходи на даний момент не є яскравими впізнаваними подієвими брендами, які були б здатні залучати туристів з усієї країни та з країн ближнього зарубіжжя. Зазначене дає підстави стверджувати, що Одеса та Одеський регіон є вкрай перспективною площадкою для організації та проведення гастрономічного фестивалю національного масштабу на її території.

3 ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНІ ЯК ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ

3.1 Аналіз проблем розвитку гастрономічного туризму на основі SWOT-аналізу

Не зважаючи на те, що гастрономічний туризм є унікальним підвидом туризму, який приваблює будь-якого туриста, він, як і будь-яке інше явище, має свої переваги та проблеми розвитку.

SWOT-аналіз – це спосіб аналізу, який дає змогу визначити сильні та слабкі сторони явища, на основі порівняння їх кількості та значущості, а також можливості розвитку та загрози. Розглянемо сильні та слабкі сторони для проведення SWOT-аналізу.

Основним етапом проведення SWOT-аналізу є визначення слабких сторін явища гастрономічного туризму та гастрономічного туризму в Одеській області.

Одеська область – це область України, тому більшість проблем є спільними. Отже, до слабких сторін можна віднести чинники, які заважають розвитку гастрономічного туризму. До таких чинників можна віднести:

- недостатній рівень розвитку мережі об'єктів туристичної інфраструктури як в Одеській області, так і по всій Україні. Даний чинник означає, що кількість інфраструктурних об'єктів недостатня для забезпечення

туристів готелями, хостелами, закладами ресторанного господарства, підприємствами туризму тощо. Також, варто зазначити, що наявні об'єкти туристичної інфраструктури часто не відповідають світовим стандартам, наприклад українська система зірковості готелів не відповідає зірковості європейській.

- поганий стан та мала кількість автошляхів як в Одеській області, так і по всій Україні. Стан українських доріг впливає на бажання іноземних туристів відвідувати Україну, погані дороги заважають швидкому та безпечному шляху до запланованого місця призначення. Поганий стан автошляхів заважає й розвитку внутрішнього туризму, адже українці також не хочуть підвергати своє авто, здоров'я та життя безпеці. Велика кількість атракцій не має якісного під'їзду для автомобілів і через це втрачає сотні відвідувачів щороку. Наприклад, в Одеській області існує етнографічний комплекс «Фрумушика-Нова», який популярний також і серед гастрономічних туристів, але перешкодою на туристичного розвитку цього комплексу є відсутність дороги, яка може доставити до нього.

- слабкий розвиток громадського транспорту, залізничної мережі та авіасполучення. При відсутності власного автомобіля, для здешевлення відпочинку, або для прискорення пересування туристи використовують громадський транспорт, послуги залізниці та авіап перевезення.

Громадський автобусний транспорт має слабкий розвиток в Україні, автобуси, які курсують по визначених маршрутах є застарілими, в них відсутні ознаки комфорту, зазвичай українці використовують їх лише для того, щоб дешево дістатися з точки А в точку Б. Для розвитку всіх видів туризму, включаючи й гастрономічний туризм необхідно покращувати якість автобусного транспорту, використовувати сучасні транспортні засоби, сучасні системи бронювання квитків, розширювати мережу и частоту перевезень. Залізничний транспорт в Україні розвивається повільно.

Майже по всій території України використовуються застарілі поїзди, дорога на поїзді займає багато часу, при цьому залізнична мережа є дуже вузькою. Наприклад, в Одеській області залізниця прокладена лише до міста Одеси, тому дістатися інших міст можна лише автобусним транспортом. Авіатранспорт в Україні розвинений слабо, активно використовуються лише аеропорти у найбільших містах. Одеса входить до цього переліку, але що стосується решти Одеської області, то авіасполучення відсутнє і тому туристам знову приходиться прибігати до використання рейсових автобусів, таксі або домовлятися з приватними перевізниками. - недостатній розвиток туристичного бренду країни та її окремих областей.

На сьогоднішній день відсутня якісна та сучасна система просування туристичного бренду України. Туристичний бренд Одеської області в світі також є маловідомим, адже за відсутності державного фінансування на просування регіону неможливий його успішний розвиток. - технологічна відсталість країни та окремих її регіонів. В Україні (в тому числі в Одеській області) мало використовуються сучасні технології, електронні інформаційні довідники щодо готелів, транспортних маршрутів і туристичних фірм з переліком і вартістю послуг, які ними надаються; у світі практично всі довідники з туризму випускаються в електронному форматі, що дає їх користувачам можливість бронювати місця в готелях і на транспортні у режимі реального часу – “on-line”. Останнім часом в галузі інформаційних технологій України спостерігається значне позбавлення. Тому слід також активно використовувати цю можливість для наближення до виходу на світовий рівень обслуговування клієнтів. - низький рівень обслуговування. Туриста із-за кордону звикли до високого рівня обслуговування в готелях, закладах ресторанного господарства, на туристичних підприємствах тощо. На сучасному етапі якість обслуговування туристів знаходиться не на належному рівні. Наприклад, в Одеській області має місце багатократне збільшення вартості туристичних послуг для іноземних громадян, але слід зазначити що якість

надання гастрономічних послуг в закладах ресторанного господарства Одеської області знаходиться на високому рівні, відомий український ресторатор Дмитро Борисов зазначив, що якість обслуговування в місцевих закладах ресторанного господарства часто перевищує якість обслуговування в європейських закладах ресторанного господарства. - економічна криза.

Економічний стан країни впливає як на внутрішній, так і на в'їзний туризм, тому й впливає на гастрономічний туризм в Одеській області.

По-перше, нестабільна економічна ситуація в країні може призвести до збільшення кількості злочинів та крадіжок, тому це виступає чинником, який гальмує розвиток туризму.

По-друге, мешканці країни через економічну кризу не мають можливості витратити кошти на гастрономічні подорожі, адже їх вистачає лише на базові потреби сім'ї або окремої людини.

- нестабільна політична ситуація.

Анексія Криму та бойові дії на сході України негативно впливають на розвиток гастрономічного туризму в Україні та в Одеській області.

Бойові дії негативно впливають на імідж країни на світовій арені, рекреанти та гастрономічні туристи вирішують на певний час відмовитись від подорожі в Україну.

Отже, Одеська область є частиною України, тому більшість слабких та сильних сторін в розвитку гастрономічного туризму збігаються з загальноукраїнськими.

SWOT-аналіз проблем розвитку гастрономічного туризму в Одеській області показав, що більшість проблем пов'язані з економічним станом країни: недостатнє фінансування, застаріле обладнання, відсутність автошляхів сполучення, відсутність авіа та залізничного сполучення.

При покращенні економічного стану країни підвищиться й фінансування цих елементів, які впливають на розвиток гастрономічного туризму як в Одеській області, так і по всій Україні.

Але економічна ситуація не впливає на такі гальмуючі чинники, як низький рівень обслуговування, зухвале ставлення працівників сфери обслуговування до виконання своїх професійних обов'язків. Для вирішення цієї проблеми керівникам закладів, пов'язаних з гастрономічним туризмом необхідно більш відповідально ставитися до підбору та навчання персоналу.

Одеський регіон є надзвичайно перспективною в плані фестивального туризму, і кожен її район має високий потенціал для проведення фестивалів.

Найкращим методом для перевірки можливостей та загроз для розвитку фестивального туризму в Одеській області є SWOT-аналіз, представлений у (табл.3.1).

Таблиця 3.1

SWOT-аналіз фестивального туризму Одеської області

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>Сприятливі умови для проведення фестивалів, не лише влітку, а й узимку.</p> <p>Привабливий імідж Одеського регіону.</p> <p>Мультикультурність, яка дає змогу під час фестивалів знайомитися з культурою народів.</p> <p>Наявність історичних, культурних та гастрономічних ресурсів в області.</p> <p>Хороше транспортне сполучення, наявність різних видів транспорту в області.</p>	<p>Незадовільний стан доріг до багатьох туристичних об'єктів та населених пунктів в області.</p> <p>Низький рівень промоції більшості фестивалів Одеської області.</p> <p>Низький рівень сервісу.</p> <p>Відсутність цілісної підтримки фестивалів області від місцевої та державної влади.</p> <p>Слабка координованість роботи організаторів фестивалю та засобів розміщення, харчування тощо.</p>
Можливості	Загрози

Ріст попиту на фестиваль у Болграді внаслідок окупації Криму.	Загроза національній безпеці через агресію Росії.
Відкриття нових можливостей у наслідок підписання Угоди про асоціацію з Європейським Союзом.	Наявність замороженого конфлікту в Придністров'ї.
Активна позиція місцевих громад стосовно популяризації свого населеного пункту.	Високий рівень корупції в регіоні. Низький рівень інвестицій у сферу туризму області. Пандемія коронавірусу.

3.2 Перспективи розвитку гастрономічного туризму Одеського регіону

Не зважаючи на чинники, які гальмують розвиток гастрономічного туризму в Одеському регіоні існують шляхи, за допомогою яких гастрономічний туризм в Одеській області розвиватиметься.

Основною метою регіону повинне бути створення конкурентоздатного туристичного продукту, який буде успішним як серед українців, там і серед іноземних туристів.

В сучасних умовах в Одеській області таким продуктом може стати гастрономічний туризм, який на сьогодні розвивається найбільш динамічно. Цей вид туризму має великі перспективи для розвитку, а організація гастрономічних турів сприяє збереженню та відродженню локальних кулінарних традицій. З організаційної точки зору гастрономічний туризм означає знайомство з технологіями приготування місцевих харчових продуктів, історією і традиціями їх споживання, а також можливу участь туриста в приготуванні національних страв, відвідання кулінарних фестивалів, майстер-

класів та свят. Одеська область має великий потенціал для розвитку гастрономічного туризму.

У 2019 році Одеською обласною державною адміністрацією було складено програму розвитку області на 2021-2027 роки. У цій програмі указані шляхи та строки вирішення основних проблем області, деякі з них стосуються й гастрономічного туризму. Наприклад, серед головних пріоритетів – розбудова та розвиток національного логістичного хабу на території регіону, збільшення пасажиропотоків, взаємодія всіх видів транспорту як основи створення мультимодального транспортного вузла, розвиток туризму, поліпшення інвестиційного клімату та збільшення обсягів залучення інвестицій, які є умовою розвитку не тільки транспортної галузі, а й розвитку гастрономічного туризму в області. Серед завдань, пов'язаних з транспортною галуззю вказано виконання основного масиву робіт з будівництва нової злітнопосадкової смуги в Міжнародному аеропорту «Одеса». Продовження реалізації проекту з будівництва транспортного коридору «GO Highway», який з'єднає Балтійське і Чорне море, Гданськ і Одесу. Будівництво нових швидкісних автомагістралей, автомобільних доріг загального користування державного значення за пріоритетними напрямками розвитку регіону та за напрямками туристичних маршрутів. Також проект передбачає оновлення та розширення залізничної мережі в Одеській області.

Однією з найбільших проблем розвитку гастрономічного туризму в Одеському регіоні є транспортна проблема, але на сьогоднішній день міжнародний аеропорт Одеса відноситься до групи найбільших аеропортів України і пов'язаний повітряними лініями з багатьма містами України, СНД, а також країнами Західної Європи, Азії, Африки. На Одеському ринку авіаційних перевезень працюють представники вітчизняних та закордонних авіакомпаній: ТОВ «Міжнародні авіалінії України», «Turkish Airlines», «Австрійські Авіалінії», «AirBaltic», «Flydubai», «Georgian Airways» та інші. У 2018 році аеропорт почав співпрацювати з новими авіакомпаніями, зокрема з Atlasglobal

UA, Bulgaria Air, SkyUp Airlines (Україна) і TAROM (Румунія). Було відкрито 36 нові маршрути з Одеси, такі як Барселона, Бухарест, Краків, Ріміні і Софія. Восени 2018 року аеропорт побив свій власний рекорд, зустрівши мільйонного пасажирів практично на 2 місяці раніше, ніж у 2017 році. З 2017 року почав повноцінно обслуговувати пасажирів новий термінальний комплекс міжнародного аеропорту «Одеса», пропускна спроможність якого складає 1000 пасажирів на годину, загальною кількістю 3,5 млн осіб на рік. В перспективі планується розширення Одеського аеропорту, що дозволить збільшити потік туристів з різних регіонів України та з-за кордону [16].

Одеська обласна державна адміністрація на своєму сайті вказує сильні сторони туристичного потенціалу Одеського регіону, даний перелік можна використати для опису потенціалу гастрономічного туризму одеської області: - можливість поєднання гастрономічного туризму в Одеській області з іншими видами туризму.

В перспективі Одеська область є ідеальним претендентом для поєднання гастрономічного туризму з рекреацією або з культурно-пізнавальним туризмом.

На сьогоднішній день дана схема вже почала впроваджуватися в життя - потенціальне використання привабливого туристичного іміджу Одеської області задля розвитку гастрономічного туризму, внесення фінансів для розвитку гастрономічного туризму, для його промоції та просування.

На сьогоднішній день туристичний бренд Одеської області активно використовується, а гастрономія є його складовою частиною, але в перспективі планується збільшення позитивного іміджу Одеської області, вихід його на світову арену. - можливість диверсифікації ринку гастрономічного туризму: розвиток винного, сирного, медового, сільського гастрономічного туризму. Диверсифікація ринку гастрономічного туризму дозволить залучити якомога більше туристів з різними смаковими уподобаннями, з різної сфери діяльності. Чим більше виникне нових видів гастрономічного туризму, тим більше у регіону можливостей для розвитку гастрономічного туризму, туризму в цілому,

а отже й економіки регіону й економіки країни. - можливість забезпечення туристів різними видами послуг, спектр можливостей щодо забезпечення організованого відпочинку та оздоровлення. - перспектива створення позитивного інвестиційного клімату регіону. Економічний стан України не дозволяє розвивати гастрономічний туризм належним чином, тому залучення інвестицій є на сьогоднішній день єдино можливим способом розвитку гостротуризму в регіону. За допомогою інвестицій можна розширити туристичну інфраструктуру, розширити мережу автошляхів та покращити їх якість, фінансувати туристичні підприємства, відновлювати об'єкти туристичного показу, створювати нові гастрономічні події та покращення якості існуючих; - перспектива розширення пропозицій щодо гастрономічного туризму в Одеській області у місцевих, національних та світових суб'єктів туристичної діяльності. На сьогоднішній день деякі райони Одеської області розробляють та впроваджують свої проекти розвитку туризму в районі. Вже існує багато різноманітних винних турів, які включають відвідування виноробних господарств, підприємств, музеїв; дегустація вин. Зароджується в області проведення місцевих фестивалів, які дозволяють відвідувачам ознайомитися з традиціями та культурою одеського регіону. Одеса – південний винний центр України.

Доволі активно турфірми пропонують дегустаційні винні тури на заводи вин, завод ТМ «Французький бульвар», до музею коньячної справи Н.Л. Шустова, центру культури вина Шабо, Українського національного науково-дослідного інституту виноградарства і виноробства ім. В.Є. Таїрова. Подорожі по заснованому російськими старовірами й українськими козаками селищами в околицях міста Вилкове з метою рибної ловлі та збору суниці тощо.

Все вищезазначене спонукає до розвитку туризму в цьому регіоні та його переведення на більш високий рівень. Прогнозується, що в наступні роки за умов, якщо проблеми, які гальмують ефективно використання гастрономічних

атракцій в Одеському регіоні будуть вирішені, гастрономічний туризм буде розвиватися все більш динамічно.

Кількість подорожуючих людей зростає, гастрономічний туризм розвиватиметься, а отже все більша кількість людей будуть відвідувати гастрономічні атракції Одеської області. Отже, за умови вирішення найбільших проблем, які заважають розвитку гастрономічного туризму в Одеській області, кулінарний туризм набере більших обертів, адже Одеська область володіє високим потенціалом для гастро подорожей, володіє позитивним іміджем. Кулінарні традиції Одеської області є частиною її туристичного бренду, що також сприяє розвитку гастрономічного туризму в області.

У відношенні до розвитку сучасного гастрономічного туризму можна констатувати наявність наступних трендів та тенденцій.

По-перше, відроджуються і модернізуються традиційні форми гастрономічних подій, наприклад ярмарки.

По-друге, з'являється багато нових форм гастрономічних подій. Крім повсюдно поширених гастрономічних фестивалів та днів національних або продуктових кухонь, з'являються такі події як «ресторанні дні», відкриті майстер-класи відомих кухарів, дитячі гастрономічні свята і багато інших гастрономічних подій.

По-третє, гастрономічні події створюють не тільки новий імпульс до знайомства з тією або іншою гастрономічною продукцією, але і впроваджують нові або відроджують втрачені моделі споживчої поведінки в області гастрономії.

По-четверте, гастрономічні події стають важливим майданчиком для комунікацій не тільки виробників зі споживачами, але й для представників професійного співтовариства. Подієво-гастрономічний туризм на даний час має високий потенціал для розвитку й в Україні та дає великі можливості для туристів.

Унікальні події тури поєднують рекреацію, відпочинок та розваги одночасно. Серед інших видів туризму подієвий туризм вражає своєю насиченістю програми, видовищністю, яскравістю та атмосферою. Ще однією важливою особливістю подієвого туризму є невичерпність його ресурсів. Додамо, що найбільш привабливою частиною подій як своєрідного ядра подієвого туризму є те, що вони ніколи не бувають однаковими, тому кожен турист прагне відвідати захід самостійно, щоб повністю зануритися в цей унікальний досвід.

Щодо ролі гастрономічної складової для туризму, то, як відомо, їжа – одне з небагатьох задоволень, доступних людині все життя. Але гастрономічний туризм здатен задовольняти не тільки фізіологічні, але й соціальні потреби мандрівників. Значні за ефектом, який вони надають, гастрономічні події сприяють припливу туристів в регіон, збільшенню тривалості їх перебування в певному місці у зв'язку з проведенням події, залученню коштів в місцеву економіку, підвищенню рівня зайнятості населення, поліпшенню іміджу регіону, зміцненню духу спільноти і національної гордості у місцевого населення, збільшенню тривалості туристичного сезону і скороченню витрат сезонності, збільшенню цінності місцевих продуктів. Отже, гастрономічний та подієвий види туризму дуже важливі для економіки країни в цілому та її регіонів, вони створюють інфраструктуру та нові робочі місця, дозволяють зберегти національні культурні традиції і навіть відродити відсталі райони.

3.3 Розробка гастрономічного туру Одеського регіону

Одеський регіон багатий на ресурси для гастрономічного туризму. Для того щоб створити власний туристичний продукт, необхідно проаналізувати існуючий ринок туристичних послуг.

Гастрономічний тур актуальний увесь рік – сезонності немає. А в деякі місця навіть краще приїздити в несеzon: на виноробні чи господарства, які займаються виготовленням оливкової олії, збором трюфелів – восени. В цей же час часто проводяться гастрономічні фестивалі та кулінарні шоу. Всі ці події та дегустації можна відвідати і саmостійно, і в складі туристичної групи.

На сьогоднішній день гастрономічні тури регіоном можна придбати у різних туристичних фірмах.

Ще у 2018 р. разом із колегами Олена Мотузенко займалася створенням українських Доріг вина та смаку за підтримки і фінансування Євросоюзу.

Вона розробила концепцію та координувала створення першого маршруту. А на початок 2020 р. на Міланському міжнародному туристичному салоні анонсувала систему маршрутів, як інноваційний український туристичний продукт на 2021 р.

Наше завдання – зібрати разом високоякісні послуги, презентувати традиційні вина та харчові продукти і створити власний маршрут.

Маршрут туру: Одеса – Біляївка – Білгород-Дністровський – Сарата - Кирнички- Болград – Вилкове – Ізмаїл- Одеса. (рис. 3.1).

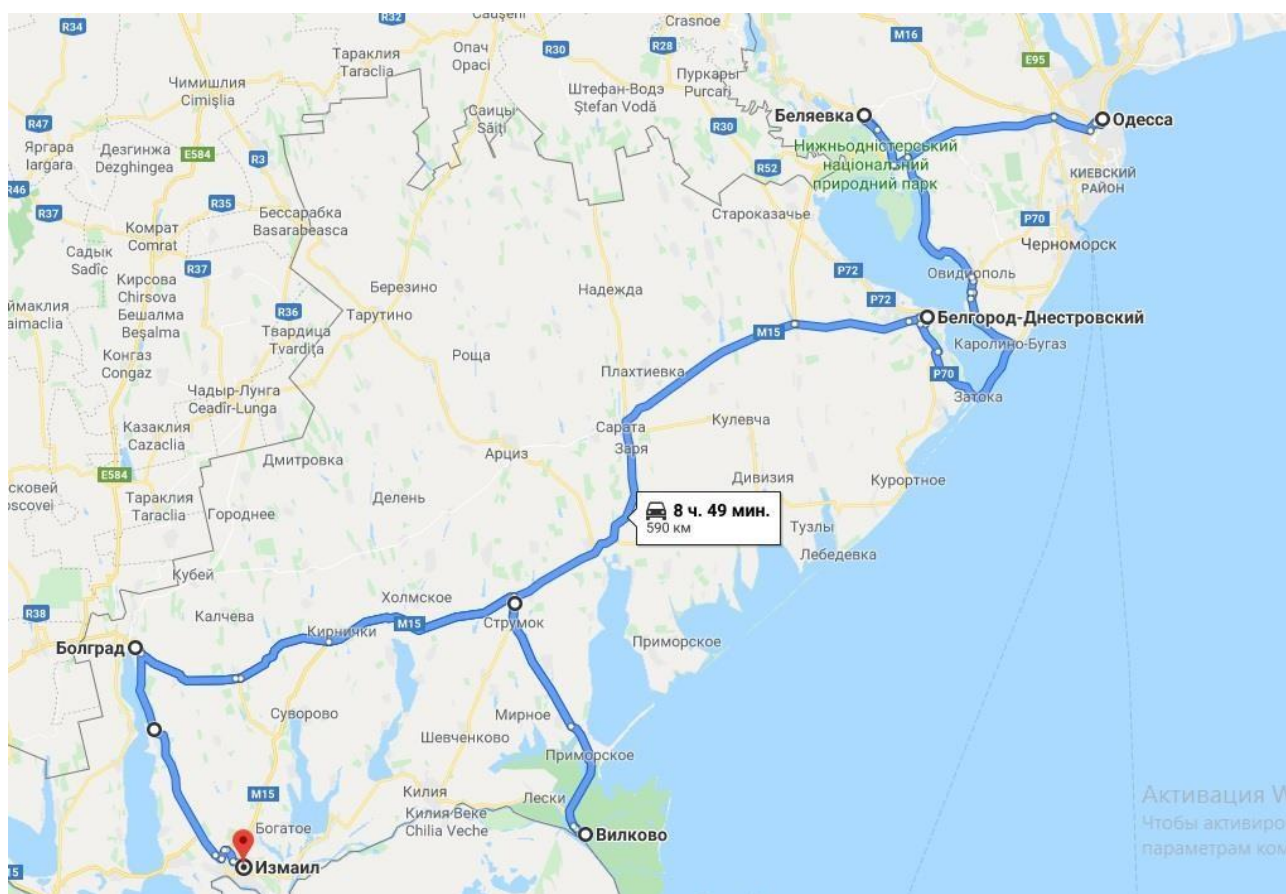


Рис. 3.1 Картосхема «Гастрономічний тур Дорога вина та смаку»

Для зручності туристів ми один великий маршрут розбили на кілька днів, але відвідувати господарства можна на власний розсуд.

Тривалість туру – 4 дні.

Програма туру:

День 1.

8:00 - старт туру від Одеського ж / д вокзалу. Виїзд з Одеси на комфортабельному мікроавтобусі і далі маршрутом до міста Біляївки.

9.00-11:00 – прогулянка містом Біляївка, відвідання фестивалю «Дністровська вертута», дегустація місцевих страв та напоїв.

11:00-13:30 – переїзд до села Маяки, найстарішого села Одеської області, відвідування Нижньодністерського національного природного парку. Обід в угідді зеленого туризму.

14:30 – приїзд у місто Білгород-Дністровський, поселення в готель «Фієста».

15.30 - екскурсія містом та до Білгород-Дністровської фортеці.

Далі вільний час та прогулянка містом. Вечеря в ресторані при готелі, ночівля.

День 2.

8:00 – виселення з готелю.

9.30 -перша зупинка буде в Сараті, і неспроста, адже тут нас чекає смачна кава і легкий сніданок від гостинного закладу.

11:00-12.00 – екскурсія містом. Наша подорож супроводжується цікавим історичним екскурсом. Але для того, щоб бути готовими до пригод в Бессарабії, необхідно набратися сил і підкріпитися. Так що зупиняємося на невеликий, але дуже приємний сніданок в Сараті на «Бессарабському подвір'ї».

14:00-17:00 – переїзд в Болград. Ми продовжимо екскурсію під час подорожі в пункт призначення - місто виноробів Болград. Тут у нас запланована екскурсія по виноробному господарству «Винхол Оксамитне», яке виробляє свої вина під торговою маркою Villa Tinta. Так що екскурсія буде не проста, а ще й з прекрасною дегустацією.

Після цього буде веселіше слухати історії гіда і готуватися до занурення в культуру Української Бессарабії. У селі Табаки неподалік від Болграда нас з вами зустрічає сироварня «Щедра околиця» - місце, де сьогодні можна спробувати місцеві крафтові сири.

19.00- поселення в готель «Inzov», вечеря в столовій «Сіли поїли», ночівля.

День 3.

8:00 – виселення з готелю, сніданок в ресторані.

10:00 -прибуття в Центр етнографічного і зеленого туризму «Фрумушика-Нова». Обід з традиційної молдавської плацинди в ресторані «Корчма».

13:00 Екскурсійна програма:

- відвідування найбільшої в світі статуї «Чабан Фрумушики-Нова»;
- відвідання етнографічного музею під відкритим небом «Бессарабське село Фрумушика-Нова»;
- відвідування парку-музею скульптур «Історія Бессарабської землі»;
- відвідування парку пам'ятників СРСР;
- відвідання меморіалу «Пагорб пам'яті»;
- відвідування етнографічної експозиції в музеї «Бессарабія, ХІХ-ХХ ст.»;
- відвідання винного погребу з дегустацією вина з місцевих сортів винограду;

Побачити найбільший гранітний пам'ятник в світі, відвідати один з найбільших в Європі вівчарських комплексів, познайомитися з самобутньою культурою семи бессарабських народів, а також продегустувати кращі страви бессарабської кухні і місцеві домашні вина запрошує Центр етнографічного і зеленого туризму «Фрумушика-Нова». Екскурсія по етнографічному музею під відкритим небом «Бессарабське село Фрумушика-Нова» та знайомство зі старовинним побутом українського, молдавського, болгарського, гагаузького, російського, німецького, єврейського народів.

Не менш цікавою буде прогулянка Парком-музею скульптур «Історія Бессарабської землі» і Парку-музею соцреалізму з колекцією знесених пам'ятників радянським вождям. У винному погребі гостей чекає дегустація фірмових вин власної виноробні. А в ресторані «Корчма» - обід з традиційними стравами з ягнятини та баранини. Можна буде скуштувати і купити з собою м'якого розсолу сиру (бринзи), приготованого за традиційною рецептурою з екологічно чистих і натуральних продуктів.

Центр етнографічного, сільського зеленого туризму та сімейного відпочинку "Фрумушика-Нова" створено в 2006 році на місці бессарабських сіл

Фрумушика Нова та Рошія, відселених з території створеного за радянських часів військового полігону. Зараз тут розташована найбільша в Європі вівцеферма по вирощуванню овець каракульської породи. Вона стала центром туристичного кластера, що поєднує виробництво, гастрономію, рекреацію і етнокультурну складову, який став частиною "Дороги вина і смаку Української Бессарабії". Гордістю комплексу є статуя "Чабан -Фрумушика-Нова", яка занесена до "Книги рекордів Гіннеса" як найвища в світі гранітна статуя чабана (висота 17,94 м, вага - 1081 т.). Скульптура присвячена батькові засновника комплексу Олександра Паларієва, місцевим чабана Андрію Діомидовича Паларієву. Вона є домінантною фігурою парку-музею сучасної скульптури "Історія Бессарабської землі" і парку скульптур радянського періоду.

Виноробня «Колоніст» запрошує всіх бажаючих відвідати Придунайську Бессарабію, щоб відкрити для себе унікальний терруар, де сонце зігріває виноградну лозу подвійним світлом, а й наблизитися до світу виноградарства і виноробства.

Гостей познайомлять з історією і сучасними технологіями виноробні, покажуть виноградники на березі озера Ялпуг, проведуть екскурсії по виробничих цехах і оцетарне, відкриють секрети бариків для витримки вина з французького 100-річного дуба.

На відвідувачів чекає знайомство з унікальним світом місцевих традицій багатонаціональної Придунайської Бессарабії.

16: 00-17: 00 Дегустація вин «Колоніст».

17: 00-18: 00 Відвідання виробництва ігристого, історичного залу і фірмового магазину «Колоніст».

18: 00-18: 30 Відвідування оцетарні, де проводиться бальзамічний оцет «Бессарабіко».

18: 30-20: 00 Вечеря на терасі комплексу «Колоніст».

Сімейна виноробня "Колоніст" представляє гордість родини Плачкова - результат відданості і вираження любові і пристрасті до рідної землі та її

щедрості. Сім'я Плачкова заснувала виноробню в 2005 році з метою виготовлення місцевих вин преміум класу. Зараз це один з найактивніших учасників проекту "Дороги вина і смаку Української Бессарабії".

Виноробня "Колоніст" розташована в одному з кращих українських виноробних регіонів - Придунайської Бессарабії (південно-західна частина Одеської області), де виноградарство є давньою традицією ще з часів, коли греки і фракійці першими відкрили для себе ці родючі землі.

Виноробня отримала назву від болгарських колоністів, які заселили цю територію на початку XIX століття. Засновник і власник виноробні Іван Плачков є нащадком цього народу, який перетворив випалену степ в квітучий і родючий край.

Географічне розташування на одній широті з Бордо (Франція) і П'ємонтою (Італія) дає прекрасну можливість вирощувати виноград в кращих кліматичних умовах.

Якість виробництва забезпечується новітнім обладнанням з Франції, Німеччини та Італії, а також витримкою в традиційних барріках з 100-річного французького дуба. Починаючи з 2008 року до "Колоністу" приєднався відомий енолог з Бордо Олів'є Дога, який з великим ентузіазмом приступив до роботи зі створення чесного вина.

13:00-14:00 – переїзд в Вилкове.

14:30-17:30 – екскурсія на базу «Пелікан», дегустація страв ліпованської кухні. 19:30 – приїзд в Ізмаїл, поселення в готель «Бессарабія», вечеря в ресторані приготелі.

День 4

9:00-10.00 – виселення з готелю «Гурман», сніданок в ресторані.

10.00-13.00 - екскурсія містом Ізмаїл. Відїзд до Одеси.

Таблиця 3.2

Кошторис туру «Гастрономічний тур Дорога вина та смаку»

Назва	Вартість за одиницю (грн)	Кількість осіб	Загальна вартість (грн)
Проїзд (П)	105	12	1260
Екскурсійна програма за маршрутом (Е)	80	12	960
Страхування (С)	60	12	720
Екскурсія та дегустація в сімейній виноробні «Колоніст» (ЕД)	150	12	1800
Загальна собівартість	395	12	4740
Прибуток	20%		1137,6
ПДВ	20%		227,5
Загальна вартість туру (на групу)	-	-	5688
Загальна вартість туру (на особу) (ЗВос)	-	-	474
Крапка беззбитковості (КБ)	-	-	1,63

Аналіз результатів даних розраховано за формулами:

$$ЗВ_{гр} = П + Е + С + ЕД,$$

$$ПрБ = ЗВ - 80\% \text{ ПрБ} = 5688 - 80\% = 1137,6 \text{ (грн)};$$

$$ЗС = ЗВ - ПрБ, \text{ ЗС} = 5688 - 1137,6 = 4550,4 \text{ (грн)};$$

$$ПДВ = ПрБ - 80\% \text{ ПДВ} = 1137,6 - 80\% = 227,5 \text{ (грн)};$$

КБ = ПВ : ЗВ, де ЗВ - змінні витрати; ПВ - постійні витрати.

$$ПВ = П + Е + С. \text{ ПВ} = 1260 + 960 + 720 = 2940 \text{ (грн)}$$

$$ЗВос = ЗВ_{гр} : ЗК, \text{ ЗВос} = 5688 : 12 = 474 \text{ (грн)}.$$

$$KB = 2940:1800 = 1.63$$

В розрахунках бачимо, що одному туристу такий винний тур обійдеться у 474 гривні. При цьому крапка безбитковості дорівнює показнику 1,63.

Вартість туру з урахуванням всіх зазначених в таблиці елементів зазначено в (табл.3.3).

Таблиця 3.3

Складові елементи вартості туру (в грн.)

Елемент туру	Вартість на 1 людину в грн
Автобусний супровід по всьому туру	550 грн
Проживання в готелі «Фіеста»	600 грн
Відвідання музею	150 грн
Обід в селі	120 грн
Проживання в готелі «Inzov»	600 грн
Екскурсія на виноробню «Колоніст»	1000 грн
Проживання в готелі «Бессарабія»	600 грн
Екскурсія Ізмаїлом	150 грн
Додаткові витрати на супроводжуваних	100 грн
Всього	3870

Отже, даний тур зможе зацікавити як гурманів, так і звичайних подорожуючих. Особливістю туру є поєднання культурних та гастрономічних ресурсів, а також те, що подорожуючі зможуть за 4 днів побувати одразу в 7 містах та селах Одеської області. Впровадження цього туру в реальне життя

може підвищити інтерес туристів до гастрономічного туризму Одеською областю, що позитивно вплине й на економіку регіону.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження в бакалаврській роботі дає змогу дійти наступних висновків.

Будучи одним з нових і високоприбуткових видів туризму, гастрономічний туризм повинен розвиватись як організаційно-економічна система, що включає в себе наступні елементи: функції подієвого туризму; сфери забезпечення зайнятості через розбудову подієвого туризму; основних учасників сфери подієвого туризму. Туристська дестинація є ключовим елементом туризму, як системи, куди туристи здійснюють свої поїздки і де проводять певний час. Туристська дестинація не просто володіє набором ресурсів, а є привабливою для туристів, що і визначає її ринкову конкурентоспроможність.

Провівши аналіз туристичного потенціалу Одеського регіону, можна стверджувати, що Одещина має неабиякі перспективи для подальшого розвитку сфери туризму, зокрема гастрономічного напрямку, незважаючи на низку проблем та недоліків.

Для підвищення ефективності використання туристичного потенціалу Одеської області необхідний комплексний і професійний підхід як із боку туристичних підприємств, так і з боку держави у цілому. Також при аналізі характеристик існуючих гастрономічних фестивалів в Одесі та регіоні, було встановлено, що ці заходи на сьогоднішній день не використовують увесь свій потенціал до приваблення туристів зі всієї країни, а носять скоріше локальний характер. Однак, Одещина є вкрай перспективною площадкою для організації масштабних заходів гастрономічного напрямку, маючи багато важливих чинників для розвитку гастрономічного туризму в регіоні.

Недостатня спрямованість на просуванні Одеського регіону як туристичної дестінації та залученні туристів з усіх регіонів України, а також

слабка інформаційна підтримка існуючих подій, є підставами того, що потенціал гастрономічних заходів Одеського регіону використовується мало.

В Україні існують усі передумови для активного розвитку ринку гастрономічного туризму, однак низка чинників перешкоджає його успішному формуванню: нерозвинена інфраструктура для прийому та розміщення гостей, недостатня інформованість населення про заходи та неналежний рівень їх організації. Програми подієвого туризму сприятимуть вирішенню пріоритетних завдань туристичної сфери області шляхом використання відповідного інструментарію для розв'язання соціальних проблем, підвищення рівня економічного потенціалу територій, прибутковості бізнесу та доходів населення і, як наслідок, створення умов для загального підвищення соціальних стандартів, якості життя та розвитку бізнес-середовища. Одещина має великі можливості для подальшого розвитку фестивального туризму, й є великі перспективи для досягнення позитивних результатів. Велику кількість туристів гарантує те, що область знаходиться поруч із молдавським кордоном, має вихід до моря, а також хороше залізничне та автомобільне сполучення. Також у самій області знаходиться порівняно добре розвинута транспортна мережа автомобільних доріг, що є сприятливим чинником для приїзду туристів не лише з України та Європи, а й зі США та Азії чи Африки.

Показник туристичних послуг в Одеській області можна вважати одним із найвищих серед показників інших областей України. У плані наявності туристичних ресурсів область є передовою. Стабільне збільшення кількості відвідувачів подієвих заходів свідчить про те, що даний сегмент затребуваний і має прекрасні перспективи для подальшого розвитку. За умови створення чітко обґрунтованої програми заходів для популяризації фестивального руху, а разом із ним і подієвого туризму в Одеському регіоні, правильного підходу до рекламної політики, Одеса та Одеський регіон мають можливість перетворитися на справжній центр подієвого туризму як на Півдні країни, так і на всій території України. Але існує низка проблем, які перешкоджають

розвитку івент-туризму в Одеській області: недостатньо розвинена організаційна структура подій, недоліки в організації, немає відповідної реклами та інформаційної підтримки. Але, незважаючи на це, маючи сприятливе географічне розташування, хорошу транспортну доступність, досить розвинуту туристичну інфраструктуру з розвитком органів місцевого туризму, може підвищити їхню конкурентоспроможність на внутрішньому та світовому ринках туризму. Спостерігається низький рівень відвідувань зі службовою, діловою та навчальною метою іноземних туристів в Одеській області. Це вказує на доцільність створення event-заходів для підвищення питомої ваги таких відвідувань. Для цього пропонується організація конференцій, конгресів, ярмарок, виставок, лекцій, професійних спортивних заходів. Стратегічним напрямом розвитку туристичної галузі Одеської області є перетворення її на конкурентоспроможну, високорентабельну, інтегровану у світовий ринок галузь, що зможе стати вагомим чинником прискорення соціально-економічного розвитку області, підвищення якості життя населення, гармонійного розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі.

Одещина є одним з найперспективніших виноробних регіонів України, створює сприятливі умови для розвитку подієво-гастрономічного туризму, який дасть змогу збільшити туристичні потоки до Одеської області, що призведе до надходження додаткових коштів у місцевий бюджет, підтримки місцевих виробників, створення нових ніш для малого і середнього бізнесу та економічного піднесення регіону.

В дослідженні пропонується новий тур «Гастрономічний тур Дорога вина та смаку», який виконаний по всім вимогам та правилам. Визначена мета подорожі, завдання, аудиторія тощо. У ході створення маршруту було розроблено схему, технологічну картку, графік та кошторис. Окремо виділені прийоми, які використає гід під час екскурсійного супроводу.

На українському туристичному ринку гастрономічний туризм як самостійне явище поки ще перебуває у стадії становлення. Сьогодні українські регіони, що формують свої гастрономічні бренди, маршрути і програми, потребують обміну досвідом як одне з одним, так і з колегами з тих країн світу, де гастрономічний туризм давно приносить додатковий дохід у національну економіку. Нині створенню українських гастрономічних брендів, ролі ЗМІ в процесі їх просування, підготовці кадрів, винним турам і проблематиці формування турпродукту в цьому секторі туризму повинно приділятися багато уваги. Вважаємо, що в еногастрономічного напрямку розвитку туризму в Україні, зокрема в Одеській області, велике майбутнє.

Упровадження гастрономічного туризму на території України сприятиме розвитку внутрішнього туризму та росту туристопотоків у регіон і підвищенню економічного рівня країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України “Про туризм”. К.: Парламентське видавництво. 2005. 20 с.
2. Басюк Д.І Еногастрономічний туризм в Україні: тенденції та перспективи розвитку. Сталий розвиток України: проблеми і перспективи: матеріали IV науково-практичної конференції студентів та молодих вчених, Кам'янець-Подільський: Медобори. 2006. 2016. С. 121–123.
3. Гастрономічний туризм в Україні та світі: чим цікавий та як все влаштовано. URL. [https:// lowcost.ua/what-is-food-tourism/](https://lowcost.ua/what-is-food-tourism/) (дата звернення: 17.01.2021).
4. Корсак В.І. Фактори впливу на формування регіональних роздрібних мереж торгових закладів. *Агросвіт*. 2013. Вип. 4. С. 45–51.
5. Мотузенко О.О., Липова М.О. Еногастрономічний туризм як засіб підтримки національного виробника на прикладі Одеської області. *Географія та туризм*. 2013. Вип. 24. С. 108–119.
6. Кулич І.Б. Вплив валютних коливань на туристичний сектор економіки України. Науково-інформаційний вісник Івано-Франківського університету права імені Короля Данила Галицького. 2015. Вип. 11. С. 345–352.
7. Дорога вина та смаку Української Бесарабії: URL: <https://zruchno.travel/Tours/Entry?lang = ua&extId =c487196a-d2a3-56ae-a558-5cfe35ce1310> (дата звернення: 31.01.2021).
8. Саламатіна С.Є. Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму на півдні Одещини. Наукові праці *Одеської національної академії харчових технологій*. 2014. Вип. 46. С. 325–329.
9. Тищенко П.В. Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму регіону. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2011. № 33. С. 124–125.

10. Крупіца І.В. Передумови та перспективи розвитку фестивального туризму в Одеській області / І.В. Крупіца. *Український журнал прикладної економіки*. 2020. Том 5. № 1. С. 133–141.
11. Шикіна О.В., Ліптуга І.Л. Аналіз структури туристичних потоків Одеської області. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. № 7. С. 114–127.
12. Смолій В.А., Федорченко В.К., Цибух В.І. Енциклопедичний словник-довідник з туризму. Київ : Слово, 2006. 372 с.
13. Куценко В. І. Диверсифікація ринку туристичних послуг в Україні як передумова підвищення їх конкурентоспроможності. *Управління. Інновації*. 2011. № 1 (5). Економіка. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/kucenko3.htm (дата звернення: 21.05.2019).
14. Олійник В. В., Шикіна О. В. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму на території України. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 14. С. 487–490.
15. Ковешніков В. С., Гармаш В. В. Винний та гастрономічний туризм : важливий потенціал розвитку економіки. *Інвестиції : практика та досвід*. 2017. № 4. С. 32–37.
16. Хорева Л. В., Трабская Ю. Г., Зеленская Е. М. Гастрономический брендинг как инновационная технология продвижения туристской дестинации. *Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета*. 2015. Вып. 6 (96). С. 50–60.
17. Асоціація сприяння розвитку гастрономічного та винного туризму в Україні : сайт. URL: <http://agvt.nuft.edu.ua> (дата звернення: 24.05.2019).
18. Нездоймінов С. Г., Петрова А. С. Напрями підвищення конкурентоспроможності екскурсійних послуг туристичних підприємств. *Економіка і суспільство*. 2018. № 15. С. 425–431. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/15_ukr/65.pdf

19. Вінниця запозичуватиме досвід Діжона в розвитку гастротуризму. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2815776-vinnica-zapozicuvatime-dosvid-dizona-v-rozvitku-gastroturizmu.html> (дата звернення: 30.05.2019).

20. Вишнева Е. В., Богомазова И. В. Роль событийно-гастрономического туризма в повышении эффективности региональной экономики. *Сервис в России и за рубежом*. 2017. № 7 (77). С. 99–112.

21. Гастрономические фестивали: виды, отличительные особенности и значение для брендинга туристской дестинации. Национальный исследовательский университет ВШЕ. URL: <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/folder/j69vyg4dtf/direct/146639407> (дата обращения: 04.06.2019).

22. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. *Наукові праці НУХТ*. 2012. № 45. С. 128–132.

23. Омельницька В. О. Сучасний стан ринку послуг гастрономічного туризму в Україні. *Економічні студії*. 2018. № 2 (20). С. 121–126.

24. Укрінформ - актуальні новини України та світу. URL: <https://www.ukrinform.ua/>

25. Стратегія економічного та соціального розвитку м. Одеси до 2022 року, затверджена рішенням Одеської міської ради № 1321-VII від 07.12.2016 р. URL: http://old.omr.gov.ua/images/File/DODATKI_2016/sessia_XII/Strat_05_17.pdf (дата звернення: 10.06.2019).

26. Момонт Т.В. Основні фактори розвитку ринку туристичних послуг. *Економіка. Управління. Інновації. Серія «Економічні науки»*. 2012. № 1.

27. Панчук В.В. Психолого-педагогічні фактори підвищення професіоналізму викладача вищої школи : дис. канд. пед. наук : 13.00.04. Луцьк, 1996. 200 с.

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