МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет менеджменту
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Допущено до захисту
«____» _____2025 р.
Завідувач кафедри, к.е.н., доцент
_____Діана НАГЕРНЮК

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНІ

Виконала: здобувачка вищої освіти
ІІІ курсу, 31к-гр групи
спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа»
ТРАЧУК Тетяна Ігорівна

Науковий керівник: к.е.н., доцент
Наталія ТЕРЕЩУК

Умань-2025

УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет: менеджменту

Кафедра: туризму та готельно-ресторанної справи

Спеціальність: 241 «Готельно-ресторанна справа»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
_____Людмила ТРАНЧЕНКО
«____»_____2025 року

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

здобувачеві вищої освіти _____ _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

1.Тема кваліфікаційної роботи *Особливості розвитку гастрономічного туризму в Одеському регіоні*

керівник кваліфікаційної роботи: *Терещук Наталія Василівна., к.е.н., доцент*_____

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

затверджені наказом ЗВО від «___» 20 року №_____

2. Строк подання здобувачем роботи «___» 2025 року.

3. Вихідні дані до роботи *нормативні та законодавчі акти України з питань туризму та ресторанного господарства, дані баз статистики Державної служби статистики України та Одеської обласної державної адміністрації, довідково-інформаційні видання з туризму та гастрономії, результати досліджень аналітичних центрів з туристичної галузі, публікації зарубіжних і вітчизняних вчених з гастрономічного туризму та суміжних галузей, періодичні видання туристичної та ресторанної тематики, інформаційні ресурси мережі Інтернет, теоретичні дослідження за темою кваліфікаційної роботи, звітні дані підприємств ресторанного господарства Одеського регіону за 2020-2024 рр.*

4. Перелік питань, які потрібно розробити

РОЗДІЛ 1.Теоретичні основи гастрономічного туризму

РОЗДІЛ 2. Аналіз сучасного стану гастрономічного туризму в Одеському

регіоні
РОЗДІЛ 3. Перспективи розвитку гастрономічного туризму в Одеському регіоні
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень):
рисунків – 3 , таблиць – 5, додатків – 3.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада Консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	Завдання прийняв

7. Дата видачі завдання_____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір теми кваліфікаційної роботи		
2.	Одержання індивідуального завдання		
3.	Складання індивідуального плану-графіка написання роботи		
4.	Підготовка до виконання кваліфікаційної роботи		
5.	Уточнення теми кваліфікаційної роботи та календарного плану-графіка		
6.	Написання розділів кваліфікаційної роботи		
7.	Доопрацювання кваліфікаційної роботи з урахуванням зауважень керівника кваліфікаційної роботи		
8.	Написання та оформлення кваліфікаційної роботи в остаточному варіанті		
9.	Подання роботи для перевірки на плагіат		
10.	Одержання відгуку наукового керівника		
11.	Одержання рецензії		
12.	Висновок завідувача кафедрою		
13.	Захист кваліфікаційної роботи		

Здобувач вищої освіти _____
(підпис) (ім'я та прізвище)

Керівник роботи _____*Наталія ТЕРЕЩУК*
(підпис) (ім'я та прізвище)

Реферат

Кваліфікаційна робота складається з 58 сторінки. Кількість розділів – 3, рисунків – 3, таблиць – 5, додатків – 3, список використаних джерел налічує 29 найменування.

Об'єкт дослідження – гастрономічний туризм як соціально-економічне явище.

Предмет дослідження – особливості розвитку гастрономічного туризму в Одеському регіоні, включаючи його культурні, історичні, економічні та маркетингові аспекти.

Мета дослідження полягає у вивченні особливостей розвитку гастрономічного туризму в Одеському регіоні.

У 1 розділі розглянуто теоретичні основи гастрономічного туризму, його поняття та сутність, основні форми та напрямки, а також світові тенденції розвитку цього виду туризму.

У 2 розділі проаналізовано сучасний стан гастрономічного туризму в Одеському регіоні, досліджено культурно-історичні передумови його розвитку, особливості інфраструктури, визначено основні проблеми та перспективи.

У 3 розділі запропоновано маркетингові стратегії просування гастрономічного туризму в Одеському регіоні та розроблено практичні рекомендації щодо його вдосконалення.

У висновках узагальнено результати дослідження та визначено перспективи подальшого розвитку гастрономічного туризму в Одеському регіоні.

ВСТУП

1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Поняття та сутність гастрономічного туризму

1.2. Світові тенденції розвитку гастрономічного туризму

2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНІ

2.1. Культурно-історичні передумови розвитку гастротуризму в Одещині.

2.2. Інфраструктура гастрономічного туризму в регіоні

3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНІ

3.1. Маркетингові стратегії просування гастротуризму

3.2. Рекомендації щодо вдосконалення гастрономічного туризму в регіоні

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

ВСТУП

Гастрономічний туризм – один із найдинамічніших напрямів сучасної туристичної індустрії, який поєднує у собі подорожі з дегустацією унікальних страв, знайомством з місцевими кулінарними традиціями та участю в гастрономічних подіях. Одеський регіон, з його багатою історико-культурною спадщиною, мультиетнічним колоритом та винятковим географічним розташуванням, має великий потенціал для розвитку цього виду туризму. Проте, незважаючи на наявність усіх необхідних передумов, гастрономічний туризм в Одещині ще не досяг рівня світових або навіть європейських гастрономічних дестинацій. Саме тому дослідження особливостей його розвитку є надзвичайно актуальним.

Актуальність теми обумовлена декількома факторами. По-перше, у світі спостерігається зростання популярності гастрономічного туризму, який стає важливим елементом регіонального економічного розвитку. По-друге, Одеса та Одеська область мають унікальні кулінарні традиції, сформовані під впливом різних культур (української, єврейської, грецької, італійської, молдавської тощо), що створює ідеальну основу для створення привабливих гастрономічних турів. По-третє, наразі гастрономічний потенціал регіону використовується недостатньо ефективно, що обумовлює необхідність аналізу існуючих проблем та пошуку шляхів їх вирішення.

Мета дослідження полягає у вивченні особливостей розвитку гастрономічного туризму в Одеському регіоні, аналізі його поточного стану та розробці рекомендацій щодо підвищення його конкурентоспроможності.

Завдання роботи:

дослідити теоретичні основи гастрономічного туризму як явища;

проаналізувати світовий досвід розвитку гастрономічного туризму;

вивчити культурно-історичні передумови формування гастрономічної спадщини Одеси та області;

оцінити сучасний стан гастрономічного туризму в регіоні;

визначити основні проблеми та перспективи його розвитку;

запропонувати практичні рекомендації щодо просування гастрономічного туризму в Одеському регіоні.

Об'єкт дослідження – гастрономічний туризм як соціально-економічне явище.

Предмет дослідження – особливості розвитку гастрономічного туризму в Одеському регіоні, включаючи його культурні, історичні, економічні та маркетингові аспекти.

Методологічна база дослідження ґрунтується на загальнонаукових методах, таких як аналіз, синтез, систематизація, порівняння, а також на спеціальних методах, зокрема соціологічних опитуваннях, експертних оцінках і SWOT-аналізі.

Наукова новизна роботи полягає у комплексному підході до дослідження гастрономічного туризму в Одеському регіоні, враховуючи його історичні, культурні та економічні особливості. У роботі також пропонуються конкретні рекомендації щодо вдосконалення гастрономічної інфраструктури та маркетингових стратегій.

Практична значимість дослідження полягає в тому, що його результати можуть бути використані туристичними операторами, власниками ресторанів, організаторами фестивалів та органами місцевої влади для розробки програм розвитку гастрономічного туризму в регіоні.

Структура роботи відповідає поставленим завданням і складається з вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. У першому розділі розглядаються теоретичні засади гастрономічного туризму, у другому – аналізується його стан в Одеському регіоні, а в третьому – пропонуються шляхи вдосконалення.

Таким чином, дане дослідження сприятиме глибшому розумінню потенціалу гастрономічного туризму в Одесі та області, а також визначенню ефективних механізмів його розвитку.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1 Поняття та сутність гастрономічного туризму

Гастрономічний туризм є одним із найбільш динамічних та перспективних напрямків сучасної туристичної індустрії. Його розвиток зумовлений не лише зростанням інтересу до кулінарних традицій різних народів світу, але й загальною тенденцією туристичної галузі до диверсифікації пропозиції та пошуку нових, автентичних вражень для сучасного туриста.

Для глибокого розуміння феномену гастрономічного туризму необхідно розглянути його визначення, запропоновані різними дослідниками та організаціями.

У науковій літературі існує безліч підходів до тлумачення поняття "гастрономічний туризм"(таб.1.1.).

Таблиця 1.1

Визначення гастротуризму у науковій літературі(2003-2024 рр.)

Автор(и)	Рік	Визначення	Ключові аспекти
Hall C.M., Sharples L.	2003	Гастрономічний туризм — це поїздка з метою відвідування виробників первинної та вторинної їжі, гастрономічних фестивалів, ресторанів та специфічних місць, де дегустація їжі та знайомство з особливостями регіональної кухні є первинною мотивацією для подорожі.	• Первинна мотивація • Виробники їжі • Гастрономічні фестивалі • Регіональна кухня
Wolf E.	2006	Кулінарний туризм — це подорож з метою пошуку та насолоди приготованою їжею та напоями, унікальними та запам'ятовуваними гастрономічними досвідами.	• Унікальність досвіду • Емоційний компонент • Їжа та напої
Санченко А.В.	2011	Гастрономічний туризм — це вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з виробництвом, технологією приготування та дегустацією національних страв і напоїв, а також кулінарними традиціями регіонів.	• Технологія приготування • Національні страви • Кулінарні традиції

Продовження таблиці 1.1

Корнілова В.В.	2018	Гастрономічний туризм — туристична діяльність, пов'язана з відкриттям і пізнанням культури харчування різних країн і регіонів світу, що включає відвідування виробництв, закладів харчування, кулінарних фестивалів, майстер-класів.	• Культура харчування • Пізнавальний аспект • Різноманіття локацій
UNWTO	2019	Гастрономічний туризм — це вид туристичної діяльності, який характеризується тим, що візитер відчуває під час поїздки досвід, пов'язаний з їжею та супутніми продуктами і заходами. Окрім кулінарних досвідів, може включати відвідування місцевих виробників, участь у фестивалях їжі та кулінарних майстер-класах.	• Комплексний досвід • Місцеві виробники • Активна участь туриста
Басюк Д.І.	2020	Гастрономічний туризм — спеціалізований вид туризму, що включає подорожі до країн та регіонів для ознайомлення з місцевими кулінарними традиціями, особливостями національної або регіональної кухні, кулінарними фестивалями та дегустаціями оригінальних страв.	• Спеціалізований вид туризму • Національна кухня • Регіональні особливості
Драчева Е.Л., Христов Т.Т.	2021	Гастрономічний туризм — це процес ознайомлення з культурою країни через її національну кухню, в основі якого лежить дегустація унікальних продуктів і страв, характерних виключно для цієї місцевості.	• Культурний аспект • Унікальність продуктів • Автентичність
Омельницька В.О.	2022	Гастрономічний туризм — різновид туризму, метою якого є знайомство з кухнею певної територіальної одиниці, що розкриває культурно-етнічну спадщину регіону через їжу та місцеві кулінарні техніки.	• Територіальна приналежність • Культурно-етнічна спадщина • Місцеві кулінарні техніки
Кукліна Т.С., Зайцева В.М.	2023	Гастрономічний туризм — це подорож з метою отримання автентичного досвіду, заснованого на культурі споживання їжі або напоїв; відкриття унікальних місць та їхньої культури через гастрономію.	• Автентичний досвід • Культура споживання • Відкриття місць через гастрономію
Міщенко О.А., Гаврилюк А.В.	2024	Гастрономічний туризм — це інтегрований туристичний продукт, що поєднує кулінарні традиції регіону з його культурною спадщиною, формуючи унікальний досвід занурення в автентичне середовище через призму локальної гастрономії.	• Інтегрований продукт • Поєднання з культурною спадщиною • Занурення в автентичне середовище

Аналізуючи різні визначення, можна виділити ключові аспекти гастрономічного туризму.

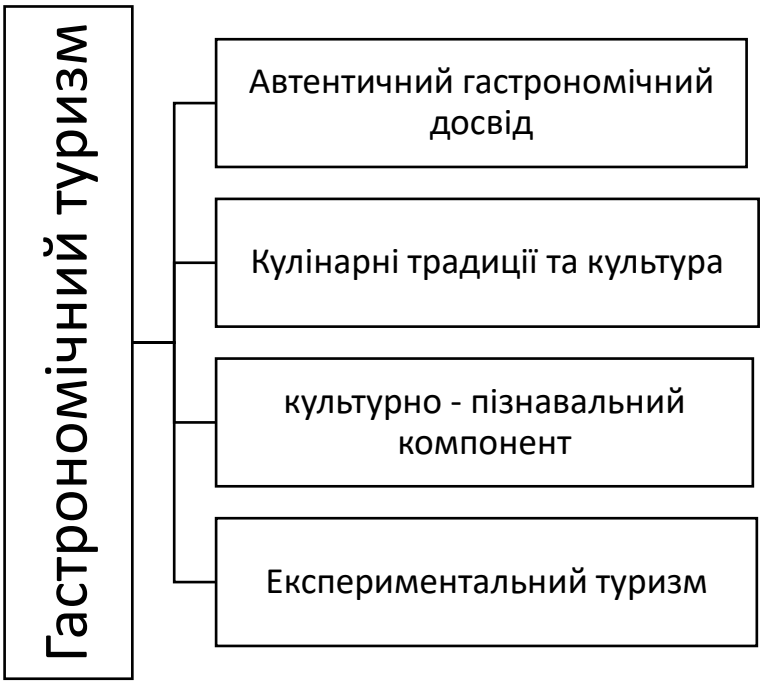


Рис.1.1 Ключові аспекти гастрономічного туризму

Гастрономічний туризм має низку відмінних рис, які вирізняють його з-поміж інших видів туризму.

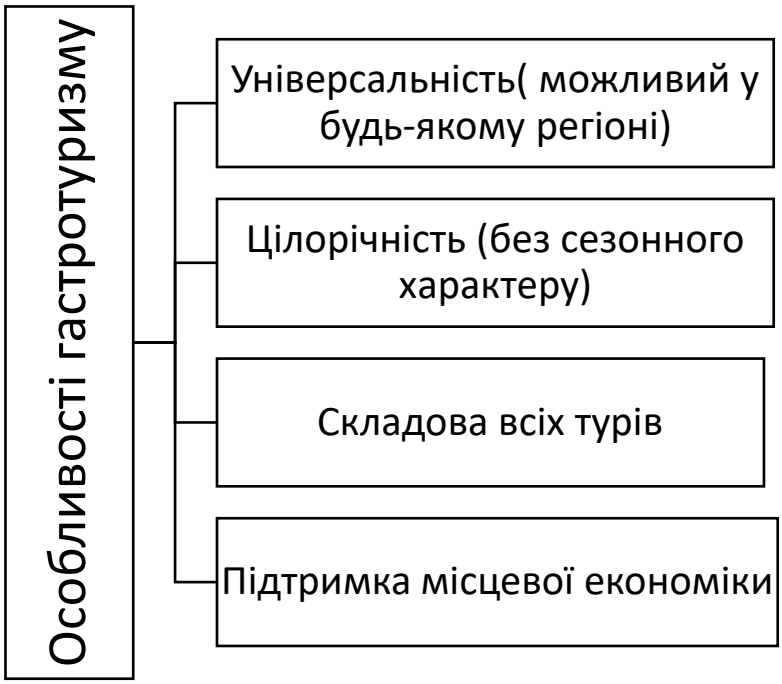


Рис.1.2.Відмінні риси гастрономічного туризму

Розглянемо основні форми та напрямки гастрономічного туризму:

Форми гастрономічного туризму:

1. **Сільський (зелений) гастротуризм** передбачає відвідування сільської місцевості з метою ознайомлення з місцевою кухнею, традиціями харчування, а також участю в сільськогосподарських роботах та приготуванні традиційних страв. Цей вид туризму має велике значення для розвитку сільських територій, оскільки створює додаткові робочі місця та приносить додатковий дохід місцевим жителям. У контексті Одеського регіону це може бути пов'язано з відвідуванням фермерських господарств, виноградників, виноробних підприємств у сільській місцевості.

2. **Ресторанний туризм** орієнтований на відвідування закладів громадського харчування, які пропонують автентичні національні або регіональні страви. Особливу привабливість мають ресторани з історією, авторською кухнею та унікальною атмосферою. У випадку Одеси це може бути відвідування історичних ресторанів, що пропонують традиційну одеську кухню.

3. **Освітній гастротуризм** включає в себе відвідування кулінарних шкіл, майстер-класів, курсів з приготування національних страв. Такий формат дозволяє туристам не лише спробувати місцеву їжу, а й навчитися готувати її самостійно. Ця форма туризму є особливо привабливою для тих, хто цікавиться кулінарією на професійному рівні.

4. **Подієвий гастротуризм** пов'язаний з відвідуванням різноманітних гастрономічних фестивалів, ярмарків, виставок, свят, що присвячені певним продуктам чи стравам. Одеський регіон має достатній потенціал для розвитку цього напрямку завдяки проведенню традиційних свят, пов'язаних з виноробством, рибальством тощо.

5. **Комбіновані тури** поєднують відвідування гастрономічних об'єктів з іншими видами туризму, такими як екологічний, культурно-пізнавальний, релігійний тощо. Наприклад, під час культурно-пізнавальної екскурсії Одесою туристам можуть запропонувати дегустацію місцевих страв або напоїв.

Основні напрямки гастрономічного туризму:

1. **Винний туризм (енотуризм)** пов'язаний з відвідуванням виноробних регіонів, виноградників, винних погребів та дегустацією вин. Одеський регіон має давні традиції виноробства, що робить його привабливим для розвитку цього напрямку. Туристи можуть відвідати такі відомі виноробні підприємства, як "Шабо", "Коблево", "Французький бульвар" тощо.

2. **Пивний туризм** передбачає відвідування пивоварень, дегустацію різних сортів пива, а також відвідування пивних фестивалів. В Одеському регіоні цей напрямок може бути пов'язаний з відвідуванням як великих пивоварних заводів, так і невеликих крафтових пивоварень.

3. **Сирний туризм** орієнтований на ознайомлення з традиціями виробництва сирів, відвідування сироварень та дегустацію різних видів сирів. Хоча в Одеському регіоні цей напрямок не є настільки розвиненим, як, наприклад, винний туризм, проте він має певний потенціал, особливо з урахуванням розвитку фермерських господарств, що спеціалізуються на виробництві натуральних сирів.

4. **Шоколадний туризм** включає відвідування шоколадних фабрик, музеїв шоколаду, майстер-класів з виготовлення шоколадних виробів тощо. В Одесі цей напрямок може бути представлений відвідуванням невеликих шоколадних майстерень, які пропонують авторські вироби.

5. **Кавовий туризм** передбачає відвідування кав'ярень, кавових плантацій, фабрик з обсмажування кави тощо. Одеса має багату історію, пов'язану з кавовою культурою, що робить цей напрямок перспективним для розвитку. Зокрема, туристам можуть бути цікаві традиційні одеські кав'ярні, які мають свою неповторну атмосферу.

Таким чином, гастрономічний туризм є багатогранним явищем, що охоплює різноманітні форми та напрямки, які можуть бути успішно реалізовані в Одеському регіоні з урахуванням його історико-культурних особливостей та гастрономічних традицій.

Важливо зазначити, що гастрономічний туризм відіграє важливу роль у формуванні туристичного іміджу регіону. Він сприяє збереженню кулінарних традицій, підтримці малого бізнесу в сфері харчування та сільського господарства, а також створенню додаткових робочих місць.

За даними дослідження Всесвітньої туристичної організації, близько 88% туристів вважають гастрономію важливим фактором при виборі дестинації, а 79% туристів планують свою подорожі на підставі інформації про місцеву кухню та гастрономічні заходи [8].

У контексті глобалізації та уніфікації харчової культури гастрономічний туризм набуває особливого значення як інструмент збереження кулінарної спадщини, локальних продуктів та традиційних технологій приготування їжі. Він сприяє формуванню стійкої гастрономічної ідентичності регіонів, що стає важливим чинником їхньої привабливості для туристів.

Отже, гастрономічний туризм є перспективним напрямком туристичної діяльності, що має значний потенціал для розвитку в Одеському регіоні з урахуванням його унікальних культурно-історичних та природно-кліматичних особливостей.

1.2. Світові тенденції розвитку гастрономічного туризму. Популярні гастрономічні напрямки у світі

Гастрономічний туризм є одним із найбільш динамічних секторів туристичної індустрії, що демонструє стабільне зростання в різних регіонах світу. За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), близько 30% витрат туристів припадає на харчування під час подорожей, а для деяких країн гастрономія є одним із головних мотиваційних факторів для відвідування [8].

Аналіз світового досвіду дозволяє виділити найбільш успішні гастрономічні напрямки та визначити ключові фактори їхнього успіху, що може бути корисним для розвитку гастрономічного туризму в Одеському регіоні.

Європа традиційно вважається одним із провідних регіонів гастрономічного туризму з кількома яскраво вираженими центрами:

1. **Франція** – країна з багатими кулінарними традиціями, яка першою почала активно розвивати гастрономічний туризм. Особливою популярністю користуються винні тури в регіони Бордо, Бургундія, Шампань, а також кулінарні школи Парижа та Провансу. Французька кухня у 2010 році була включена до списку нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО, що підкреслює її значення для світової культури [9].

2. **Італія** – один із найпопулярніших напрямків гастрономічного туризму, що пропонує різноманітні регіональні кухні та продукти. Особливо відомі винні та гастрономічні маршрути Тоскани, П'ємонту та Емілії-Романьї. Середземноморська дієта, основою якої є італійська кухня, також включена до списку нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО [10].

3. **Іспанія** – країна, що активно розвиває гастрономічний туризм на основі багатих кулінарних традицій та інновацій. Регіони Каталонія і Країна Басків стали центрами молекулярної гастрономії, а виноробні регіони Ріоха та Рібера-дель-Дуеро приваблюють любителів вина з усього світу.

4. **Португалія** – країна, яка в останні роки активно розвиває гастрономічний туризм, особливо в долині річки Дору, відомій виробництвом портвейну, та в Алентежу, де традиційна кухня поєднується з виробництвом оливкової олії та вина.

Азія також демонструє значний потенціал розвитку гастрономічного туризму:

1. **Японія** – країна з унікальною кулінарною культурою, яка приваблює гурманів з усього світу. Японська кухня, як і французька, включена до списку нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО. Особливо популярні кулінарні тури до Токіо і Кіото, де можна відвідати традиційні ринки, ресторани суші та ознайомитися з мистецтвом приготування страв.

2. **Таїланд** – відомий своєю яскравою та ароматною кухнею. Кулінарні школи Бангкока та Чіангмаю пропонують туристам майстер-класи

з приготування традиційних тайських страв, а вуличні ринки та ресторани представляють різноманіття місцевої кухні.

3. **Сінгапур** – місто-держава, яке позиціонує себе як гастрономічну столицю Азії. Тут проводиться щорічний Сінгапурський фестиваль їжі, а вуличні ятки з їжею включені до списку нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО.

В **Америці** також є регіони, які успішно розвивають гастрономічний туризм:

1. **Мексика** – країна з однією з найбагатших кулінарних традицій, мексиканська кухня також включена до списку нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО. Особливо популярні регіони Оахака, відомий своїми моле, та півострів Юкатан з його майянською кухнею.

2. **Перу** – країна, яка за останнє десятиліття стала одним із провідних гастрономічних напрямків Латинської Америки. Лімська ресторанна сцена регулярно входить до списків найкращих у світі, а перуанська кухня, що поєднує індіанські, іспанські та азіатські впливи, привертає увагу гурманів з усього світу.

3. **США** – тут гастрономічний туризм особливо розвинений у Каліфорнії (винний туризм у долині Напа), Новому Орлеані (креольська кухня) та Нью-Йорку (різноманітна етнічна кухня та інноваційні ресторани).

Аналізуючи світовий досвід розвитку гастрономічного туризму, можна виділити ключові фактори успіху, які могли б бути адаптовані для Одеського регіону:

1. **Автентичність та збереження кулінарних традицій** – успішні гастрономічні напрямки приділяють значну увагу збереженню та популяризації автентичних рецептів та технологій приготування.

2. **Регіональна диференціація** – акцент на унікальності регіональних кухонь та продуктів дозволяє створювати оригінальні туристичні пропозиції.

3. **Поєднання традицій та інновацій** – найбільш успішні гастрономічні напрямки гармонійно поєднують традиційну кухню з новими кулінарними тенденціями та технологіями.

4. **Інтеграція гастрономії з культурою та історією** – гастрономічні тури, які пов'язують кулінарні традиції з культурною та історичною спадщиною регіону, мають більшу привабливість для туристів.

5. **Розвиток гастрономічних подій та фестивалів** – регулярне проведення тематичних заходів сприяє формуванню гастрономічного іміджу регіону та залученню потоку туристів.

6. **Створення гастрономічних маршрутів та кластерів** – об'єднання різних об'єктів гастрономічного туризму в тематичні маршрути підвищує їх привабливість та доступність для туристів.

Багатий досвід розвитку гастрономічного туризму у світі створює вагоме підґрунтя для адаптації успішних практик в Одеському регіоні з урахуванням місцевої специфіки та наявних ресурсів.

Вплив гастротуризму на економіку регіонів

Гастрономічний туризм має значний потенціал як каталізатор економічного розвитку та інструмент диверсифікації економіки регіонів. Його вплив на економіку багатогранний і проявляється через різні канали та механізми, що підтверджується численними дослідженнями.

1. Прямий економічний вплив гастрономічного туризму проявляється через:

- **Збільшення туристичних витрат**. За даними Всесвітньої туристичної організації, в середньому туристи витрачають близько третини свого бюджету на харчування під час подорожей [14]. У випадку гастрономічних туристів ця частка може бути значно вищою, оскільки кулінарний досвід є основною метою їхньої подорожі. Дослідження показують, що гастрономічні туристи зазвичай готові витрачати на 25-35% більше, ніж звичайні туристи [15].

- **Зростання доходів підприємств харчової промисловості та закладів харчування**. Популяризація регіональної кухні призводить до підвищення попиту на місцеві продукти та страви, що безпосередньо впливає на доходи ресторанів, кафе, фермерських господарств та виробників продуктів харчування. Наприклад, у регіоні Емілія-Романья (Італія) розвиток гастрономічного туризму призвів до зростання доходів місцевих виробників пармезану та бальзамічного оцту на 15-20% за п'ять років [16].
- **Розвиток супутніх галузей**. Гастрономічний туризм стимулює розвиток транспортної інфраструктури, готельного бізнесу, роздрібної торгівлі сувенірною продукцією та місцевими харчовими продуктами. Наприклад, у регіоні Бордо (Франція) близько 40% виноробень адаптували свої приміщення для прийому туристів, створивши додаткові можливості для проживання, дегустацій та проведення заходів .

2. Непрямий економічний вплив гастрономічного туризму включає:

- **Створення нових робочих місць**. Розвиток гастрономічного туризму сприяє зростанню зайнятості не лише в секторі громадського харчування та гостинності, але й у сільському господарстві, харчовій промисловості, транспорті, роздрібній торгівлі тощо. За оцінками експертів, створення одного робочого місця в гастрономічному туризмі призводить до створення 1,5-2 робочих місць у суміжних галузях .
- **Стимулювання інвестицій**. Успішний розвиток гастрономічного туризму приваблює інвестиції у розвиток туристичної інфраструктури, модернізацію виробництва продуктів харчування, реставрацію об'єктів культурної спадщини тощо. Наприклад, у Каталонії (Іспанія) інвестиції у гастрономічний сектор зросли на 30% після впровадження програми розвитку гастрономічного туризму .
- **Розвиток малого та середнього бізнесу**. Гастрономічний туризм створює сприятливі умови для розвитку малого та середнього бізнесу, особливо у сільській місцевості. Це стосується фермерських господарств, невеликих виробників продуктів харчування, ремісничих пивоварень,

сироварень, виноробень тощо. У Португалії, наприклад, програма підтримки агротуризму та гастрономічного туризму призвела до створення понад 500 нових малих підприємств у сільській місцевості протягом трьох років .

3. Соціально-економічні ефекти розвитку гастрономічного туризму включають:

- **Збереження та відродження традиційних методів виробництва**. Гастрономічний туризм сприяє збереженню та відродженню традиційних методів виробництва продуктів харчування, які часто є більш екологічними та сталими. Наприклад, у регіоні П'ємонт (Італія) рух "Slow Food" та розвиток гастрономічного туризму призвели до відродження виробництва понад 20 традиційних сортів сиру, які були на межі зникнення .
- **Підвищення якості життя місцевого населення**. Розвиток гастрономічного туризму сприяє підвищенню доходів місцевого населення, створенню нових можливостей для працевлаштування та самореалізації, а також поліпшенню соціальної інфраструктури. Крім того, він стимулює підвищення якості продуктів харчування та послуг, що позитивно впливає на якість життя місцевих жителів.
- **Зменшення сезонності туризму**. Гастрономічний туризм менше залежить від погодних умов та сезону, ніж деякі інші види туризму, що дозволяє більш рівномірно розподілити туристичні потоки протягом року. Наприклад, у регіоні Ріоха (Іспанія) розвиток винного туризму дозволив збільшити кількість туристів у міжсезоння на 40%.
- **Зміцнення регіональної ідентичності та бренду**. Гастрономічний туризм сприяє формуванню позитивного іміджу регіону, підвищенню його впізнаваності та привабливості не лише для туристів, але й для інвесторів та потенційних жителів. Гастрономічні бренди стають частиною регіонального бренду, підвищуючи його цінність та конкурентоспроможність.

4. Екологічні аспекти розвитку гастрономічного туризму:

- **Сприяння сталому розвитку сільського господарства**. Гастрономічний туризм часто пов'язаний з органічним сільським господарством, біодинамічним виноробством та іншими екологічно відповідальними методами виробництва продуктів харчування. Це сприяє збереженню біорізноманіття, зменшенню використання хімічних добрив та пестицидів, а також зниженню вуглецевого сліду харчової промисловості.
- **Зменшення транспортних витрат на доставку продуктів**. Гастрономічний туризм заохочує споживання місцевих продуктів, що скорочує відстань від виробника до споживача і, відповідно, зменшує транспортні витрати та екологічне навантаження.

Аналіз світового досвіду свідчить про значний потенціал гастрономічного туризму як інструменту економічного розвитку регіонів. Для Одеського регіону, з його багатими кулінарними традиціями та сільськогосподарськими ресурсами, розвиток гастрономічного туризму може стати ефективним механізмом диверсифікації економіки, створення нових робочих місць та підвищення якості життя місцевого населення.

Важливо зазначити, що для максимізації економічних вигод від розвитку гастрономічного туризму необхідний стратегічний підхід, який передбачає:

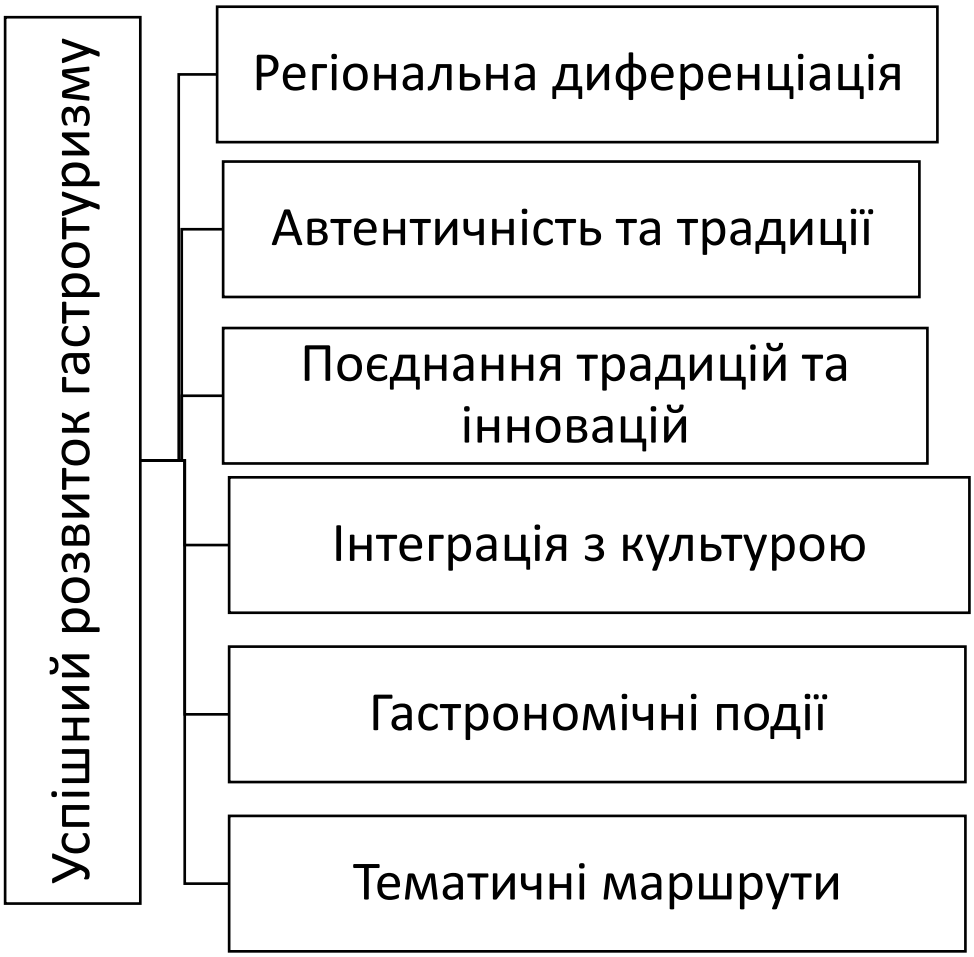


Рис.1.3.Ключові фактори успіху гастрономічного туризму

Врахування цих аспектів дозволить Одеському регіону максимально використати потенціал гастрономічного туризму для стимулювання економічного розвитку та підвищення конкурентоспроможності на міжнародному туристичному ринку.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНІ

2.1. Культурно-історичні передумови розвитку гастротуризму в Одещині. Вплив багатонаціональної культури на кухню регіону

Одеський регіон має унікальну культурно-історичну спадщину, яка сформувалася під впливом різних національних культур та історичних подій. Мультикультурне середовище стало основою для формування особливої кулінарної традиції, яка поєднує елементи української, російської, єврейської, грецької, болгарської, молдавської та інших кухонь. Ця неповторна гастрономічна мозаїка є важливою передумовою для розвитку гастрономічного туризму в регіоні.

Історичний розвиток кулінарних традицій Одещини нерозривно пов'язаний з її географічним положенням та історією заселення. Заснування Одеси у 1794 році за наказом імператриці Катерини II та подальший розвиток міста як вільного порту призвели до формування унікального етнічного складу населення. Політика залучення іноземних поселенців, надання їм значних пільг і свобод сприяла притоку представників різних національностей, які принесли з собою власні кулінарні традиції та технології приготування їжі.

Значний вплив на формування гастрономічної культури Одеси мали наступні етнічні групи:

1. **Українці** – корінне населення Північного Причорномор'я, яке принесло в одеську кухню традиційні елементи української кулінарії: борщ, вареники, голубці, узвар та інші страви. Особливістю одеської української кухні стало активне використання морепродуктів та місцевих овочів і фруктів, що зумовлено географічними особливостями регіону.

2. **Євреї** – справили, можливо, найбільший вплив на одеську кухню. До революції 1917 року євреї становили до третини населення Одеси, формуючи особливу культуру та атмосферу міста. Єврейська кухня збагатила

одеську гастрономію такими стравами як форшмак, фаршировані яйця "а ідише айер", фарширована риба, цимес, фалафель та іншими. Особливого значення набули страви з баклажанів, які стали одним із символів одеської кухні.

3. **Греки** – одні з перших поселенців Одеси, які принесли з собою середземноморські кулінарні традиції. Від греків у одеській кухні з'явилися різноманітні страви з морепродуктів, оливкова олія, специфічні способи приготування риби та м'яса, а також особливі солодощі.

4. **Болгари** – компактно проживали в південних районах Одеської області, збагативши місцеву кухню стравами з овочів (лечо, лютеница), особливими видами бринзи, традиційними ковбасами та способами консервування [28].

5. **Молдавани (румуни)** – вплинули на кулінарні традиції західних районів Одеської області, привнесши такі страви як мамалига, плацинди, різноманітні страви з кукурудзи та особливі способи приготування м'яса.

6. **Італійці** – хоча їх кількість в Одесі була відносно невеликою, їхній вплив на гастрономічну культуру міста був значним. Італійські кухарі працювали в кращих ресторанах міста, привносячи елементи середземноморської кухні: пасту, різотто, особливі десерти.

7. **Французи** – здійснили вплив на високу кухню Одеси, особливо в елітних ресторанах і готелях дореволюційного періоду. Французька кулінарна школа вплинула на техніки приготування страв, соусів та десертів.

8. **Вірмени** – привнесли в одеську кухню особливі способи приготування м'яса, використання прянощів та трав, а також специфічні хлібобулочні вироби .

9. **Татари** – залишили свій слід у вигляді страв з рубленого м'яса, чебуреків, плову та інших кулінарних традицій.

За результатами дослідження етнічного складу та його впливу на гастрономічну культуру можна виділити наступні ключові тенденції:

- Синергетичний ефект: Одеська кухня не є простою сумою національних кухонь, а являє собою унікальний синтез, що створює нову гастрономічну ідентичність
- Адаптивність: Етнічні страви адаптувалися до місцевих інгредієнтів та кліматичних умов
- Комерціалізація: Багато традиційних страв успішно трансформувалися у комерційні продукти (консерви, вулична їжа)

Важливо зазначити, що на формування одеської кухні вплинув не лише національний склад населення, але й соціально-економічні фактори:

1. **Статус Одеси як портового міста** – сприяв проникненню продуктів та кулінарних традицій з різних країн світу, а також формуванню особливої ресторанної культури, орієнтованої на обслуговування моряків, купців та іноземців.
2. **Розвиток торгівлі** – Одеса була важливим центром експорту зернових, що вплинуло на поширення хлібопекарських традицій та різноманіття борошняних виробів.
3. **Особливості сільського господарства регіону** – сприятливі кліматичні умови для вирощування овочів, фруктів, винограду вплинули на широке використання цих продуктів у місцевій кухні .
4. **Соціальна стратифікація** – співіснування різних соціальних верств населення призвело до формування різних напрямків одеської кухні: від простої вуличної їжі до вишуканих страв аристократичних ресторанів.

Радянський період вніс свої корективи у гастрономічну культуру Одеси, певною мірою нівелюючи національні особливості та уніфікуючи харчування. Однак навіть у цей період одеська кухня зберігала свою своєрідність, особливо у домашніх умовах, де продовжували готувати традиційні страви .

З відновленням незалежності України та розвитком туризму відбувається відродження інтересу до автентичних кулінарних традицій регіону. Цей процес є важливою передумовою для розвитку гастрономічного туризму в Одеському регіоні, оскільки саме автентичність та культурно-

історична цінність місцевої кухні є одним з ключових факторів привабливості для гастрономічних туристів.

Традиційні страви та гастрономічні символи Одеси

Одеська кухня, яка формувалася протягом понад двох століть під впливом різних культур, має свої особливі страви та продукти, які можна вважати гастрономічними символами регіону. Ці кулінарні емблеми є важливим ресурсом для розвитку гастрономічного туризму, оскільки вони втілюють унікальність та автентичність місцевої гастрономічної культури.

Риба та морепродукти займають особливе місце в одеській кухні, що природно для приморського міста. Серед найбільш знакових страв можна виділити:

1. **Бичків в томаті** – популярна страва одеської кухні, яка готується з дрібної риби родини бичкових, запеченої в томатному соусі з додаванням цибулі та спецій. Ця страва стала настільки популярною, що у радянські часи її консервований варіант експортувався по всьому СРСР.
2. **Тюлька по-одеськи** – маринована дрібна риба з додаванням оцту, олії, цибулі та спецій. Ця закуска є невід'ємною частиною одеської вуличної їжі та пивної культури .
3. **Чорноморські мідії** – готуються різними способами: у вині, у вершковому соусі, запечені з сиром. Особливо популярними є мідії, приготовані на грилі прямо на одеських пляжах.
4. **Камбала чорноморська** – одна з найцінніших риб Чорного моря, яка традиційно готується на грилі або запікається в солі. В Одесі популярна фраза "Камбала – королева одеського столу".

Єврейський вплив на одеську кухню проявляється у багатьох знакових стравах:

1. **Форшмак** – закуска з рубленого оселедця з додаванням яблук, цибулі, хліба та інших інгредієнтів. В одеському варіанті форшмаку часто додають вершкове масло, що робить страву більш ніжною.

2. **Фаршированна риба** – традиційна єврейська страва, яка в Одесі набула особливої популярності. Одеський варіант відрізняється особливим співвідношенням солодких та солоних інгредієнтів, а також часто готується з місцевих видів риби.

3. **Ікра з баклажанів (ікра з синеньких)** – одна з найпопулярніших закусок в Одесі. Приготована з запечених баклажанів з додаванням цибулі, томатів, часнику та зелені, ця страва є обов'язковим елементом одеського столу.

4. **Цимес** – солодка страва з моркви, сухофруктів та меду, яка в Одесі часто подається як гарнір до м'ясних страв. Слово "цимес" навіть увійшло в одеський міський фольклор як синонім чогось особливо смачного або цінного.

Вуличні закуски та фаст-фуд також є важливою частиною одеської гастрономічної культури:

1. **Пиріжки по-одеськи** – знамениті пиріжки з Привозу з різноманітними начинками: капустою, м'ясом, рибою, яйцями та зеленою цибулею. Особливістю є специфічне тісто та щедра начинка .

2. **Шаурма по-одеськи** – місцевий варіант популярної близькосхідної вуличної їжі, який відрізняється особливим соусом та складом інгредієнтів .

3. **Рачки** – варені дрібні креветки, які продаються на одеських пляжах і є традиційною закускою до пива.

Напої та алкоголь також є важливими гастрономічними символами Одеси:

1. **Одеське шампанське** – ігристе вино, яке виробляється на Одеському заводі шампанських вин з 1899 року і є знаковим продуктом регіону.

2. **Вина Одеської області** – особливо з регіонів Шабо, Таїрове, Чорноморське. Сорти винограду, такі як Одеський чорний, Сухолиманський білий, були виведені саме в Одеській області і є основою для місцевих вин.

3. **Одеський коньяк** – виробляється з місцевих сортів винограду за традиційною технологією і має особливий букет .

Десерти та солодощі також є важливою частиною одеської гастрономічної культури:

1. **Пахлава по-одеськи** – відрізняється від традиційної турецької чи грецької більш ніжним тістом та особливим складом начинки .

2. **Одеський торт** – бісквітний торт з шарами крему та фруктами, який традиційно готується в місцевих кондитерських .

Ці та інші традиційні страви формують гастрономічний образ Одеси та області, який може бути ефективно використаний для розвитку гастрономічного туризму. Важливо відзначити, що більшість цих страв можна спробувати в ресторанах, кафе, на ринках та під час гастрономічних фестивалів міста.

Популяризація гастрономічних символів Одеси може відбуватися через різні канали: включення їх до меню ресторанів, організацію кулінарних майстер-класів, видання кулінарних путівників та книг рецептів, проведення тематичних фестивалів тощо. Така діяльність сприятиме збереженню кулінарної спадщини регіону та одночасно стимулюватиме розвиток гастрономічного туризму.

Важливо зазначити, що автентичність та якість цих страв є ключовими факторами для приваблення гастрономічних туристів. Тому збереження традиційних рецептів, використання місцевих інгредієнтів та дотримання оригінальних технологій приготування мають бути пріоритетами при розвитку гастрономічного туризму в Одеському регіоні.

2.2. Інфраструктура гастрономічного туризму в регіоні

Інфраструктура гастрономічного туризму в Одеському регіоні включає різноманітні заклади харчування, виробничі об'єкти (виноробні, сироварні,

пекарні), фестивалі, ярмарки, гастрономічні маршрути та туристичні продукти. Розглянемо основні елементи цієї інфраструктури.

Ресторани, кафе, фестивалі та гастрономічні події

Заклади харчування з регіональною кухнею

В Одесі та Одеській області функціонує значна кількість закладів харчування, які спеціалізуються на традиційній одеській кухні та локальних продуктах:

1. **Ресторани преміум-сегменту** – пропонують авторські інтерпретації традиційних одеських страв з використанням локальних інгредієнтів: "Дача", "Компот", "Франзоль", "Будинок Павлових", "Кларабара", "Стейкхаус". Ці заклади часто розташовані в історичних будівлях та створюють особливу атмосферу "старої Одеси".

2. **Кафе та демократичні ресторани** – пропонують традиційні страви одеської кухні за доступними цінами: "Тюлька", "Фаршированная рыба", "Дерибасівська 20", "Гевор", "Пузата Хата". Користуються популярністю як серед місцевих жителів, так і серед туристів.

3. **Заклади вуличної їжі** – пропонують швидкі варіанти одеських закусок: "Чебуречна на Преображенській", "Соборка", ринок "Привоз" з його фаст-фуд закладами.

Виробничі об'єкти з туристичними програмами

1. **Виноробні господарства** – пропонують екскурсії, дегустації та майстер-класи:
   - Центр культури вина Шабо – один з найбільших виноробних комплексів з розвиненою туристичною інфраструктурою
   - Виноробне господарство князя П.М. Трубецького
   - "Французький бульвар" – історичне виноробне підприємство
   - Vinaria (Таїровські вина)
   - Малі виноробні – "Колоніст", "Вина Гулієвих"
2. **Сироварні** – пропонують дегустації місцевих сирів:
   - "Фромажерія" в Шабо

- Фермерське господарство "Козині забави"
- Сироварня "Бессарабія"

Таблиця 2.1

Економічні показники гастрономічних підприємств(2019-2024)

Тип підприємства	Показник	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Виноробні	Кількість підприємств	18	17	19	22	26	30
	Відвідувачів (тис. осіб)	65	25	38	58	78	95
	Дохід (млн грн)	85	32	48	72	98	128
Ресторани з регіональною кухнею	Кількість закладів	42	38	41	48	62	78
	Відвідувачів (тис. осіб)	320	145	218	298	385	465
	Дохід (млн грн)	125	58	87	119	156	195
Сироварні та молочні ферми	Кількість підприємств	8	7	9	12	15	18
	Відвідувачів (тис. осіб)	12	4	7	11	16	22
	Дохід (млн грн)	8.5	3.2	5.1	7.8	11.2	15.8

Гастрономічні фестивалі та події

Одеський регіон має багатий календар гастрономічних подій, які приваблюють як вітчизняних, так і іноземних туристів:

1. **"Цимес Маркет"** – масштабний гастрономічний фестиваль-ярмарок, який проводиться щосезону та презентує різноманітні страви та напої від одеських виробників.
2. **Фестиваль "Рыба Одеса Фест"** – присвячений стравам з риби та морепродуктів Чорного моря.
3. **Свято молодого вина** – проводиться у виноробних господарствах регіону щороку в жовтні-листопаді.
4. **"Таки да, смачно!"** – фестиваль одеської кухні, що проходить під час курортного сезону.
5. **"Пікнік смаку"** – серія гастрономічних подій під відкритим небом з презентацією фермерських продуктів.

6. **"Фестиваль холодцю"** – зимовий гастрономічний фестиваль, який став популярною туристичною подією.

7. **"Дні національних кухонь"** – серія тематичних гастрономічних подій, присвячених кухням різних етнічних груп Одещини.

8. **Винні фестивалі** – "Шабський винний фестиваль", "OdessaWineFest", "Wine&Food Festival".

Таблиця 2.2

Характеристика гастрономічних заходів Одеського району

Назва заходу	Періодичність	Відвідуваність (осіб)	Економічний ефект (млн грн)	Сезон	Тематика
"Цимес Маркет"	Щосезонна	15,000-20,000	5-7	Весна-Осінь	Мультикультурна кухня
"Риба Одеса Фест"	Щорічно	10,000-12,000	3-4	Липень	Морепродукти
Свято молодого вина	Щорічно	25,000+	8-10	Жовтень - Листопад	Виноробство
"Таки да, смачно!"	Щорічно	8,000-10,000	2-3	Літо	Одеська кухня
"Пікнік смаку"	Серія подій	5,000-7,000	1.5-2	Травень-Вересень	Фермерські продукти
"Фестиваль холодцю"	Щорічно	12,000-15,000	3-4	Зима	Традиційні страви
Винні фестивалі	Серія подій	30,000+	12-15	Вересень - Жовтень	Вино та гастрономія

Гастрономічні події стали важливими точками туристичного календаря Одеського регіону та сприяють збільшенню потоку відвідувачів у різні сезони, зокрема, в період міжсезоння, коли традиційний пляжний туризм втрачає актуальність.

Проблеми та перспективи розвитку гастротуризму в Одесі

Незважаючи на значний потенціал, розвиток гастрономічного туризму в Одеському регіоні стикається з низкою проблем:

1. Інфраструктурні проблеми:

- Недостатній розвиток транспортної інфраструктури для відвідування віддалених гастрономічних об'єктів (виноробні, фермерські господарства)
- Обмежена кількість професійних дегустаційних залів та спеціалізованих приміщень для гастрономічних майстер-класів
- Недостатній рівень комфорту в сільській місцевості для розвитку агрогастротуризму

2. Кадрові проблеми:

- Дефіцит кваліфікованих гідів зі спеціалізацією в гастрономічному туризмі
- Недостатній рівень володіння іноземними мовами серед персоналу гастрономічних об'єктів
- Обмежені можливості для підвищення кваліфікації в сфері гастрономічного туризму

3. Маркетингові проблеми:

- Недостатньо активне просування гастрономічного потенціалу регіону на міжнародному рівні
- Відсутність єдиного інформаційного ресурсу про гастрономічні можливості регіону
- Слабка представленість одеських гастрономічних традицій у міжнародних гастрономічних путівниках

4. Організаційні проблеми:

- Відсутність системного підходу до розвитку гастрономічного туризму з боку місцевої влади
- Недосконала нормативно-правова база для малих виробників харчових продуктів
- Нерегулярність роботи деяких гастрономічних об'єктів, особливо в сільській місцевості

5. Фінансові проблеми:

- Обмежені інвестиції в розвиток гастрономічної інфраструктури

- Недостатнє фінансування програм підтримки місцевих виробників продуктів харчування
- Висока вартість участі в міжнародних гастрономічних заходах для просування регіону

Загальна оцінка втрат: 193-262 млн грн/рік

Разом з тим, гастрономічний туризм Одеського регіону має значні перспективи розвитку:

1. Розвиток тематичних гастрономічних маршрутів:

- "Винний шлях Причорномор'я" – маршрут виноробнями регіону
- "Одеська рибна дорога" – маршрут з акцентом на морепродукти
- "Шлях одеських двориків" – міський гастрономічний маршрут
- "Етнічна мозаїка Бессарабії" – знайомство з кухнями етнічних груп півдня Одещини

2. Підвищення якості гастрономічних продуктів:

- Впровадження сертифікації продуктів за місцем походження
- Розвиток органічного виробництва
- Відродження традиційних технологій приготування страв

3. Інтеграція з іншими видами туризму:

- Поєднання гастрономічного туризму з пляжним відпочинком
- Розвиток культурно-гастрономічних програм
- Включення гастрономічних елементів у діловий туризм

4. Цифровізація гастрономічного туризму:

- Створення мобільних додатків з гастрономічними маршрутами
- Розвиток онлайн-бронювання гастрономічних турів
- Віртуальні дегустації та майстер-класи

5. Міжрегіональне та міжнародне співробітництво:

- Участь у міжнародних гастрономічних мережах та організаціях
- Інтеграція одеських гастрономічних маршрутів у міжнародні туристичні програми
- Проведення міжнародних гастрономічних форумів та конференцій

Підвищення рівня гастрономічного туризму в Одеському регіоні потребує системного підходу та співпраці всіх зацікавлених сторін: представників туристичного бізнесу, виробників харчових продуктів, закладів харчування, органів місцевого самоврядування та освітніх установ.

Аналіз сучасного стану гастрономічного туризму в Одеському регіоні демонструє наявність значного потенціалу для розвитку цього напрямку туристичної діяльності. Багата кулінарна спадщина, поєднання різних гастрономічних традицій, наявність локальних продуктів високої якості, розвинена мережа закладів харчування та виробничих об'єктів створюють сприятливі умови для формування конкурентоспроможного гастрономічного туристичного продукту.

Таблиця 2.3

Порівняльний аналіз сценаріїв розвитку (2025-2030):

Показник	**Базовий сценарій**	**Оптимістичний сценарій**	**Песимістичний сценарій**
Зростання кількості гастротуристів	15% щорічно	25% щорічно	8% щорічно
Збільшення доходів	20% щорічно	35% щорічно	12% щорічно
Нові робочі місця	2,500	4,000	1,200
Загальний економічний ефект до 2030	1.2 млрд грн	2.1 млрд грн	0.7 млрд грн
Необхідні інвестиції	300 млн грн	500 млн грн	150 млн грн
Термін окупності	4-5 років	3-4 роки	6-8 років

Втім, для перетворення гастрономічного туризму на повноцінний драйвер економічного розвитку регіону необхідно подолати існуючі проблеми та реалізувати перспективні напрямки, які визначені в ході дослідження. Особливої уваги потребує формування цілісної концепції розвитку гастрономічного туризму, яка б об'єднала зусилля всіх учасників ринку та

сприяла б системному просуванню гастрономічного потенціалу Одеського регіону на національному та міжнародному рівнях.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНІ

3.1. Маркетингові стратегії просування гастротуризму

Ефективне просування гастрономічного туризму в Одеському регіоні потребує комплексного стратегічного підходу, спрямованого на формування стійкого іміджу території як привабливого гастрономічного напрямку. Розглянемо ключові компоненти маркетингових стратегій, які можуть бути застосовані для розвитку гастротуризму в регіоні.

Роль соціальних медіа та гастрономічного брендингу

Створення єдиного гастрономічного бренду Одеського регіону

Формування впізнаваного гастрономічного бренду є першим кроком у ефективному просуванні гастрономічного туризму. Гастрономічний бренд Одеського регіону повинен відображати унікальність місцевої кухні, її багатокультурний характер та історичну спадщину. Рекомендуються наступні кроки:

1. **Розробка фірмового стилю та візуальної ідентичності:**
   - Створення логотипу, що відображає ключові гастрономічні символи регіону (можливі елементи: виноград, морепродукти, традиційні страви)
   - Розробка слогану, що передає суть одеської гастрономії (наприклад, "Одеса – смак, зрозумілий без перекладу")
   - Формування єдиної кольорової гами та типографіки для всіх маркетингових матеріалів
2. **Формування унікальної торговельної пропозиції (УТП):**
   - Визначення ключових відмінностей одеської гастрономії від інших регіонів
   - Акцент на поєднанні морської та сільськогосподарської продукції
   - Підкреслення мультикультурного характеру місцевої кухні

3. **Створення системи суббрендів:**
   - "Одеське вино" – для виноробної продукції регіону
   - "Чорноморська кухня" – для просування страв з морепродуктів
   - "Бессарабський смак" – для просування кулінарних традицій півдня області

Стратегії в соціальних медіа

Соціальні мережі стали ключовим інструментом просування туристичних дестинацій, особливо у сфері гастрономічного туризму. Для Одеського регіону рекомендуються наступні стратегії:

1. **Створення тематичних акаунтів у популярних соціальних мережах:**
   - Instagram – для візуального представлення гастрономічних принад регіону
   - Facebook – для просування подій та взаємодії з цільовою аудиторією
   - YouTube – для розміщення відеоконтенту про одеську кухню та гастрономічні традиції
   - TikTok – для залучення молодіжної аудиторії через короткі відеоформати
2. **Співпраця з інфлюенсерами та фуд-блогерами:**
   - Організація прес-турів для впливових фуд-блогерів та журналістів
   - Співпраця з місцевими та національними гастрономічними експертами
   - Залучення іноземних інфлюенсерів для виходу на міжнародний ринок
3. **Створення та поширення вірусного контенту:**
   - Короткі відео з приготування традиційних одеських страв
   - Історії про місцевих виробників та їх продукцію
   - Челенджі, пов'язані з одеською гастрономією
4. **Розвиток хештегів та геолокаційних міток:**

- Створення та просування унікальних хештегів (#ОдескаКухня, #СмакиОдеси, #OdessaFood)
- Забезпечення коректного відображення гастрономічних локацій на картах Google та інших сервісах

5. **Інтеграція користувацького контенту:**

- Заохочення відвідувачів ділитися враженнями та фотографіями
- Проведення конкурсів на кращі фото одеських страв
- Створення інтерактивної карти гастрономічних відгуків

Цифровий маркетинг та онлайн-присутність

1. **Розробка єдиного гастрономічного порталу регіону:**

- Інтерактивна карта гастрономічних об'єктів
- Календар гастрономічних подій
- Рецепти традиційних страв та інформація про місцеві продукти
- Можливість бронювання гастрономічних турів і майстер-класів

2. **Таргетована реклама в соціальних мережах:**

- Орієнтація на цільові аудиторії за географічними та демографічними показниками
- Сезонні рекламні кампанії, приурочені до гастрономічних подій
- Ретаргетинг відвідувачів туристичних сайтів про Одесу

3. **SEO-оптимізація:**

- Розробка контент-стратегії з урахуванням ключових запитів, пов'язаних з гастрономією та туризмом
- Локалізація контенту різними мовами для залучення іноземних туристів
- Технічна оптимізація сайтів гастрономічних об'єктів

4. **Email-маркетинг:**

- Створення регулярних розсилок про гастрономічні новини регіону
- Персоналізовані пропозиції для різних сегментів аудиторії
- Інтеграція з програмами лояльності гастрономічних об'єктів

Офлайн-маркетинг та PR-стратегії

1. **Участь у міжнародних туристичних виставках:**
   - Організація дегустаційних зон на туристичних виставках
   - Представлення гастрономічних маршрутів Одеського регіону
   - Проведення презентацій для туроператорів та преси
2. **Гастрономічна дипломатія:**
   - Організація гастрономічних тижнів одеської кухні в інших регіонах та країнах
   - Співпраця з посольствами для просування одеської гастрономії
   - Включення місцевих страв до меню офіційних прийомів та заходів
3. **Видання спеціалізованої літератури:**
   - Гастрономічні путівники по Одеському регіону
   - Кулінарні книги з традиційними рецептами
   - Журнали та альманахи про гастрономічну культуру регіону

Приклади успішних кейсів (фестивалі, гастротури, співпраця з локальними виробниками)

Фестиваль "Цимес Маркет" як інструмент просування гастрономічного туризму

"Цимес Маркет" – один з найуспішніших гастрономічних проектів Одеси, який перетворився з локального фуд-маркету на масштабний фестиваль, що приваблює тисячі відвідувачів. Ключові фактори успіху:

1. **Регулярність проведення** – фестиваль проходить щосезону, що дозволяє формувати стабільну аудиторію та планувати відвідування туристами.
2. **Акцент на локальних виробниках** – фестиваль надає можливість дрібним виробникам та фермерам представити свою продукцію, що підтримує концепцію "від фермера до столу".
3. **Інтеграція культурної програми** – гастрономічна складова доповнюється музичними виступами, майстер-класами, лекціями, що перетворює фестиваль на комплексну подію.

4. **Активна присутність у соціальних мережах** – фестиваль має потужний інформаційний супровід, включаючи професійні фотозвіти, відеоконтент та активну комунікацію з аудиторією.

5. **Співпраця з туристичними компаніями** – включення відвідування фестивалю до туристичних програм та пакетів.

Винний тур "Шабські підвали" – приклад успішного гастротуру

Центр культури вина Шабо розробив комплексний туристичний продукт, який включає:

1. **Екскурсію виробничими приміщеннями** з демонстрацією всіх етапів виноробства.

2. **Відвідування Музею вина та виноробства** з інтерактивними експонатами та мультимедійними інсталяціями.

3. **Професійну дегустацію** з детальним розповіддю про особливості місцевих сортів винограду та технології виробництва.

4. **Гастрономічний компонент** – дегустація страв, що поєднуються з місцевими винами.

5. **Можливість придбати продукцію** безпосередньо від виробника з персональними рекомендаціями сомельє.

Успіх цього туру забезпечується високим рівнем сервісу, професійним підходом до організації всіх елементів програми та ефективним маркетингом через різні канали комунікації.

Проект "Дороги вина та смаку" – співпраця з локальними виробниками

Проект "Дороги вина та смаку Української Бессарабії" об'єднав виробників вина, сиру, меду та інших продуктів південних районів Одеської області. Ключові компоненти успіху:

1. **Формування тематичних маршрутів**, що об'єднують різні гастрономічні об'єкти регіону.

2. **Створення єдиної системи навігації та інформаційних матеріалів** для туристів.

3. **Спільне просування** та участь у туристичних виставках під єдиним брендом.

4. **Проведення спільних заходів** – фестивалів, дегустацій, майстер-класів.

5. **Співпраця з туроператорами** для включення об'єктів до туристичних маршрутів.

6. **Розвиток системи онлайн-бронювання** через спільний інтернет-портал.

Проект демонструє ефективність колаборативного підходу, коли невеликі виробники об'єднують зусилля для створення комплексного туристичного продукту та спільного просування.

Фермерський ринок "Привоз" як туристична атракція

Історичний ринок "Привоз" був успішно трансформований у туристичну атракцію завдяки наступним крокам:

1. **Створення туристичних маршрутів** територією ринку з акцентом на гастрономічні особливості.

2. **Організація дегустаційних зон**, де туристи можуть спробувати місцеві продукти.

3. **Проведення регулярних кулінарних шоу** з приготуванням традиційних страв.

4. **Розробка мобільного додатку-путівника** по ринку з інформацією про продавців та їх продукцію.

5. **Співпраця з туристичними гідами** для включення відвідування ринку до екскурсійних програм.

Ці заходи дозволили перетворити традиційний міський ринок на значущий об'єкт гастрономічного туризму, який приваблює як вітчизняних, так і іноземних відвідувачів.

3.2. Рекомендації щодо вдосконалення гастрономічного туризму в регіоні

На основі проведеного аналізу сучасного стану гастрономічного туризму в Одеському регіоні та вивчення успішних кейсів можна сформулювати комплекс рекомендацій, спрямованих на вдосконалення цього напрямку туристичної діяльності.

Підтримка малого бізнесу та фермерських господарств

Розвиток гастрономічного туризму безпосередньо пов'язаний з підтримкою місцевих виробників продуктів харчування та закладів громадського харчування. Рекомендуються наступні заходи:

1. Створення регіональної програми підтримки виробників локальних продуктів:

- Надання пільгових кредитів та грантів для фермерів, які розвивають гастрономічний туризм
- Спрощення процедур сертифікації та отримання дозволів для малих виробників
- Забезпечення консультаційної підтримки з питань туристичної діяльності

2. Формування системи "гастрономічних кластерів":

- Створення територіальних об'єднань виробників, закладів харчування та туристичних компаній
- Розробка спільних маркетингових стратегій та програм розвитку
- Організація колективних закупівель та логістичних рішень

3. Розвиток інфраструктури для агротуризму:

- Допомога у створенні дегустаційних залів та туристичних центрів на базі фермерських господарств
- Розвиток транспортних маршрутів до віддалених гастрономічних об'єктів
- Забезпечення доступності для різних категорій відвідувачів, включаючи людей з обмеженими можливостями

4. Навчання та підвищення кваліфікації:

- Організація тренінгів та семінарів для виробників з питань гастрономічного туризму
- Проведення майстер-класів з обслуговування туристів та презентації продукції
- Стажування в успішних гастрономічних дестинаціях України та закордону

5. Підтримка в отриманні визнання якості продукції:

- Допомога у проходженні сертифікації географічного зазначення походження
- Сприяння участі у національних та міжнародних конкурсах якості
- Розробка регіональних знаків якості для місцевих продуктів

Розробка тематичних турів та інтерактивних гастро-досвідів

Сучасний турист прагне не просто споживати гастрономічні продукти, а отримувати унікальний досвід та емоції. Рекомендується розвивати наступні напрямки:

1. Створення системи тематичних гастрономічних маршрутів:

- **"Винний шлях Одещини"** – маршрут, що об'єднує виноробні підприємства від Шабо до Болграду з можливістю дегустації вин різних стилів та сортів.
- **"Смаки Одеських Двориків"** – міський гастрономічний маршрут з відвідуванням знакових закладів харчування, пов'язаних з історичними особистостями та подіями.
- **"Риболовецькі історії"** – маршрут узбережжям з акцентом на рибну кухню та морепродукти, знайомство з традиціями рибальства.
- **"Етнічна мозаїка Бессарабії"** – етногастрономічний маршрут південними районами області з дегустацією страв різних національних груп.
- **"Солодка Одеса"** – тематичний маршрут, присвячений кондитерським традиціям міста, з відвідуванням історичних кав'ярень та дегустацією десертів.

2. Розвиток інтерактивних гастрономічних досвідів:

- **Кулінарні майстер-класи** з приготування традиційних одеських страв під керівництвом професійних кухарів або місцевих жителів.
- **Гастрономічні квести** – інтерактивні ігри з пошуком інгредієнтів на місцевих ринках та подальшим приготуванням страв.
- **"Dinner in the dark"** – дегустаційні вечері в повній темряві, що дозволяють зосередитися на смакових відчуттях.
- **Театралізовані гастрономічні вистави** з елементами одеського гумору та місцевого колориту.
- **"Гастрономічні детективи"** – інтерактивні програми, що поєднують розваги та знайомство з місцевою кухнею.

3. Сезонні гастрономічні програми:

- **Весняні програми** – фокус на молодих овочах, зелені, ягодах та традиційних великодніх стравах.
- **Літні програми** – акцент на фруктах, свіжих морепродуктах, холодних стравах та напоях.
- **Осінні програми** – виноробство, збір врожаю, консервація, грибні делікатеси.
- **Зимові програми** – різдвяні та новорічні традиції, зимові страви та напої.

4. Формування спеціалізованих туристичних продуктів для різних сегментів:

- **Для гурманів-професіоналів** – поглиблені програми з дегустаціями та зустрічами з шеф-кухарями та виробниками.
- **Для сімей з дітьми** – інтерактивні програми з елементами навчання та розваг.
- **Для корпоративних клієнтів** – командотворчі активності на гастрономічну тематику.
- **Для поціновувачів вина** – спеціалізовані винні тури з професійними дегустаціями.

5. Впровадження цифрових технологій в гастрономічні тури:

- **Аудіогіди** з розповідями про гастрономічні традиції регіону.
- **Доповнена реальність (AR)** для візуалізації історичних аспектів гастрономічної культури.
- **QR-коди** на меню та продуктах з доступом до розширеної інформації.
- **Мобільні додатки** для самостійного проходження гастрономічних маршрутів.

Інтеграція зі світовими гастрономічними трендами

Для підвищення конкурентоспроможності Одеського регіону як гастрономічної дестинації необхідно інтегрувати місцеві традиції з сучасними світовими трендами:

1. Розвиток концепції "від фермера до столу" (Farm-to-Table):

- Створення прямих ланцюгів постачання від виробників до закладів харчування
- Впровадження сезонних меню, заснованих на локальних продуктах
- Організація фермерських ринків у туристичних локаціях

2. Підтримка руху слоу-фуд (Slow Food):

- Створення локального представництва міжнародного руху Slow Food
- Ідентифікація та просування традиційних продуктів, яким загрожує зникнення
- Організація освітніх програм про важливість збереження кулінарної спадщини

3. Розвиток стійкої гастрономії (Sustainable Gastronomy):

- Впровадження принципів "нульових відходів" (zero waste) у закладах харчування
- Підтримка екологічно чистого виробництва продуктів харчування
- Розробка етичних гастрономічних практик

4. Інтеграція з концепцією креативної економіки:

- Створення креативних гастрономічних просторів та фуд-холів
- Підтримка гастрономічних стартапів та інноваційних проектів
- Розвиток гастрономічного дизайну та арт-проектів, пов'язаних з їжею

5. Включення до міжнародних гастрономічних мереж:

- Подання заявки на включення Одеси до мережі Креативних міст ЮНЕСКО в категорії "Гастрономія"
- Приєднання до європейських гастрономічних маршрутів
- Участь у міжнародних гастрономічних організаціях та асоціаціях

Механізми реалізації рекомендацій

Для ефективної імплементації запропонованих рекомендацій необхідно забезпечити комплексний підхід та залучення всіх зацікавлених сторін:

1. Створення координаційного центру розвитку гастрономічного туризму:

- Об'єднання представників бізнесу, влади, освітніх закладів та громадських організацій
- Розробка та моніторинг виконання стратегії розвитку гастрономічного туризму
- Координація маркетингових активностей та подієвого календаря

2. Формування державно-приватного партнерства:

- Розробка механізмів спільного фінансування інфраструктурних проектів
- Створення спеціальних економічних зон для розвитку гастрономічного туризму
- Залучення інвестицій у модернізацію гастрономічних об'єктів

3. Вдосконалення нормативно-правової бази:

- Спрощення процедур для малих виробників харчових продуктів
- Розробка стандартів обслуговування в сфері гастрономічного туризму

- Впровадження систем сертифікації якості для об'єктів гастротуризму

4. Розвиток людського капіталу:

- Створення освітніх програм з гастрономічного туризму в закладах вищої освіти
- Організація системи стажувань та обміну досвідом
- Підвищення кваліфікації персоналу гастрономічних об'єктів

5. Моніторинг та оцінка ефективності:

- Розробка системи індикаторів розвитку гастрономічного туризму
- Проведення регулярних досліджень туристичних потоків та споживчих переваг
- Коригування стратегії на основі аналізу отриманих даних

Таблиця 3.1

План реалізації гастрономічних проектів до 2025 року

№	Назва проєкту	Опис	Термін реалізації	Бюджет (тис. грн)	Відповідальні особи	Очікувані результати
1	Фестиваль української кухні	Щорічний фестиваль традиційних страв регіонів України	Травень 2025	450	Відділ культури, Асоціація рестораторів	Популяризація української кухні, збільшення туристичного потоку на 15%
2	Запуск кулінарного хабу "Смакота"	Створення простору для кулінарних майстер-класів та гастрономічних експериментів	Липень-Серпень 2025	780	Департамент економічного розвитку, Бізнес-інкубатор	Підтримка 20 локальних виробників, створення 35 робочих місць
3	Модернізація місцевого ринку	Реконструкція торгових павільйонів та створення фудкорту	Березень-Червень 2025	1200	Управління міського господарства	Покращення умов для 150 продавців, збільшення відвідуваності на 30%

Продовження таблиці.3.1.

4	Гастрономічний туристичний маршрут	Розробка туристичного маршруту з дегустацією локальних продуктів	Квітень-Вересень 2025	320	Туристично-інформаційний центр	Залучення 5000 туристів, підтримка 15 локальних виробників
5	Програма "Шкільне харчування"	Впровадження нового збалансованого меню у школах	Серпень-Грудень 2025	650	Управління освіти, Центр громадського здоров'я	Покращення харчування для 10000 школярів, зменшення кількості захворювань на 8%
6	Конкурс інноваційних страв	Щоквартальні змагання шеф-кухарів регіону	Щоквартально 2025	180	Асоціація ресторатрів	Створення 40 нових страв, підвищення кваліфікації 60 шеф-кухарів
7	Відкриття кулінарної школи	Заснування професійного навчального закладу для підготовки кулінарів	Вересень 2025	950	Департамент освіти і науки	Випуск 120 спеціалістів щорічно, працевлаштування 85% випускників
8	Ярмарок органічної продукції	Щомісячний ярмарок місцевих органічних виробників	Щомісяця 2025	240	Асоціація фермерів, Управління торгівлі	Підтримка 45 фермерських господарств, збільшення продажів органічної продукції на 25%
9	Гастрономічний інкубатор	Підтримка стартапів у сфері харчових технологій та виробництва	Лютий-Грудень 2025	1500	Центр підтримки підприємництва	Запуск 12 нових бізнесів, створення 70 робочих місць
10	Цифрова платформа "Смачний регіон"	Створення онлайн-платформи для просування місцевих виробників	Січень-Березень 2025	380	ІТ-департамент, Управління економіки	Залучення 200 виробників, збільшення онлайн-продажів на 40%

Етапи реалізації плану

I квартал 2025 року

- Запуск цифрової платформи "Смачний регіон"
- Початок роботи гастрономічного інкубатора
- Підготовчі роботи для модернізації місцевого ринку

II квартал 2025 року

- Проведення Фестивалю української кухні
- Завершення модернізації місцевого ринку
- Розробка гастрономічного туристичного маршруту

III квартал 2025 року

- Відкриття кулінарного хабу "Смакота"
- Запуск кулінарної школи
- Впровадження програми "Шкільне харчування"

IV квартал 2025 року

- Оцінка результатів програми "Шкільне харчування"
- Підведення підсумків роботи гастрономічного інкубатора
- Аналіз ефективності всіх реалізованих проєктів та планування на наступний рік

Показники ефективності

1. Економічні: створення нових робочих місць, збільшення товарообігу, залучення інвестицій
2. Соціальні: підвищення якості харчування, розвиток гастрономічної культури
3. Туристичні: збільшення туристичного потоку, розвиток гастрономічного туризму
4. Інноваційні: впровадження нових технологій, розвиток харчових стартапів

Реалізація запропонованих рекомендацій дозволить Одеському регіону зміцнити свої позиції на ринку гастрономічного туризму, забезпечити диверсифікацію туристичного продукту та створити нові можливості для економічного розвитку території.

Гастрономічний туризм має всі передумови стати одним з ключових туристичних напрямків Одеського регіону, який не лише генеруватиме додаткові туристичні потоки, але й сприятиме збереженню культурної спадщини, розвитку сільських територій та підвищенню добробуту місцевого населення. Запропоновані маркетингові стратегії та рекомендації можуть

стати основою для системної роботи всіх зацікавлених сторін з метою перетворення Одещини на гастрономічну дестинацію європейського рівня.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження особливостей розвитку гастрономічного туризму в Одеському регіоні можна зробити такі висновки:

1. Гастрономічний туризм є одним із найбільш динамічних і перспективних напрямків туристичної діяльності. Він представляє собою подорожі з метою ознайомлення з національною кухнею країни або регіону, кулінарними традиціями, особливостями виготовлення, зберігання та споживання продуктів харчування. Основними формами гастрономічного туризму є відвідування ресторанів із регіональною кухнею, гастрономічні фестивалі, ярмарки, майстер-класи, виноробні тури, тощо.

2. Одеський регіон має унікальні передумови для розвитку гастрономічного туризму завдяки багатонаціональному складу населення, що сформувало неповторний кулінарний ландшафт. Багатовікова історія регіону, впливи різних культур (української, російської, єврейської, грецької, болгарської, молдавської та інших) створили особливу одеську кухню, яка поєднує традиції Сходу та Заходу.

3. Інфраструктура гастрономічного туризму Одеського регіону представлена широкою мережею закладів харчування різного рівня: від елітних ресторанів до колоритних кафе і вуличної їжі. За останні роки в регіоні значно зросла кількість гастрономічних фестивалів ("Таки да, смачно", "Цимес маркет", "Свято вина і сиру", "Фестиваль нової одеської кухні" та інші), які стали важливими туристичними атракціями.

4. Серед основних проблем розвитку гастрономічного туризму в Одеському регіоні можна виділити: недостатню інформаційну підтримку, сезонність туристичного потоку, недосконалість нормативно-правової бази у сфері малого підприємництва, недостатню взаємодію між туристичними операторами та закладами харчування, а також невисокий рівень сервісу в деяких закладах гастрономічного туризму.

5. Перспективними напрямками розвитку гастрономічного туризму в Одеському регіоні є: розробка тематичних гастрономічних маршрутів, створення гастрономічного бренду регіону, активне використання соціальних медіа для просування гастрономічних атракцій, організація інтерактивних кулінарних майстер-класів, розвиток еногастрономічних турів з відвідуванням виноробень Одещини.

6. Проведений аналіз підтверджує, що гастрономічний туризм може стати важливим чинником економічного розвитку Одеського регіону, сприяючи збереженню культурної спадщини, створенню нових робочих місць, підтримці місцевих виробників і фермерських господарств, розвитку малого бізнесу та формуванню позитивного іміджу регіону.

7. Запропоновані в дослідженні рекомендації щодо вдосконалення гастрономічного туризму в регіоні можуть бути використані місцевими органами влади, туристичними операторами, закладами харчування, а також громадськими організаціями для створення конкурентоспроможного туристичного продукту та підвищення туристичної привабливості Одеського регіону.

Таким чином, Одеський регіон має значний потенціал для розвитку гастрономічного туризму, який при правильному стратегічному плануванні та маркетинговому просуванні може стати одним із ключових елементів туристичної пропозиції регіону.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. Наукові праці НУХТ. 2012. № 45. С. 128-132.

2. Вишневська Г.Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму. Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. 2013. Випуск 31. С. 112-118.

3. Глушко В.О. Гастрономічний туризм як окремий вид у туризмі: поняття, сутність, класифікація. Торгівля і ринок України. 2016. № 39-40. С. 166-175.

4. Кукліна Т.С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України. Торгівля і ринок України. 2013. № 34. С. 31-42.

5. Омельницька В.О. Сутність та класифікація видів гастрономічного туризму. Приазовський економічний вісник. 2018. № 1(06). С. 15-20.

6. Расулова А.М. Потенціал ресторанного бізнесу у розвитку гастрономічного туризму України. Економіка та держава. 2015. № 5. С. 78-83.

7. Саламатіна С.Є. Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму на півдні Одещини. Наукові праці Одеської національної академії харчових технологій. 2014. № 46. С. 325-329.

8. Стельмах О.А. Особливості розвитку винного туризму на Одещині. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2020. № 29. С. 143-147.

9. Божук Т.І., Пенкальська С.Ю. Тенденції діяльності ресторанних закладів Одеської області в туристичному просторі. Географія та туризм. 2018. Вип. 45. С. 100-111.

10. Школа І.М. Туризм і культура: підручник. Чернівці: Книги-ХХІ, 2019. 312 с.

11. Баранова А.Ю. Одеська кухня: історія та сучасність. Одеса: Астропринт, 2018. 178 с.

12. Вовканич С.М. Традиційна кухня народів Північного Причорномор'я. Київ: Наукова думка, 2017. 223 с.

13. Гастрономічний туризм України: тенденції та перспективи розвитку: монографія / За ред. А.А. Мазаракі. Київ: КНТЕУ, 2019. 318 с.

14. Нездоймінов С.Г. Регіональні контури ринку винного туризму. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2014. № 8. С. 152-155.

15. Патійчук В.О. Особливості організації гастрономічних турів. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2017. № 9. С. 137-144.

16. Ткаченко Т.І., Соколова М.М. Гастрономічний туризм як інструмент популяризації національної кухні та культури. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2019. № 4. С. 45-58.

17. Стратегія розвитку туризму та курортів Одеської області до 2027 року. URL: https://oda.odessa.gov.ua/wp-content/uploads/2020/10/strategiya-rozvitku-turizmu-v-odeskij-oblasti.pdf (дата звернення: 12.04.2023).

18. Туристичний інформаційний центр міста Одеси. URL: https://visitodesa.org (дата звернення: 25.04.2023).

19. Офіційний туристичний сайт Одеської області. URL: https://odessatourism.org (дата звернення: 28.04.2023).

20. Hall C. M., Sharples L. Food and wine tourism: An introduction. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2003. 373 p.

21. Long L. Culinary Tourism. Lexington: University Press of Kentucky, 2010. 320 p.

22. Wolf E. Culinary Tourism: The Hidden Harvest. Dubuque: Kendall/Hunt Publishing, 2006. 260 p.

23. Richards G. Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption. Tourism and Gastronomy. London: Routledge, 2002. P. 3-20.

24. Hjalager A-M., Richards G. Tourism and Gastronomy. London: Routledge, 2011. 238 p.

25. Повага Т.М. Гастрономічні фестивалі Одещини як інструмент розвитку туристичного потенціалу регіону. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 15-16 квітня 2022 р.). Одеса: ОНЕУ, 2022. С. 235-239.

26. Мельник А.О. Етногастрономія як складова культурного туризму України. Географія та туризм. 2020. Вип. 54. С. 78-85.

27. Іванова О.С. Розвиток винного туризму в Україні: регіональний аспект. Економіка та суспільство. 2021. № 25. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/364

28. Крупський О.П., Михайлюк В.І. Кулінарні традиції як основа розвитку гастрономічного туризму в регіонах України. Інвестиції: практика та досвід. 2020. № 17-18. С. 89-94.

29. Петрова К.В. Фестивальний туризм та його вплив на розвиток дестинацій в Україні. Вісник соціально-економічних досліджень. 2019. № 2(70). С. 134-142.

ДОДАТКИ

Додаток А

Календар гастрономічних фестивалів Одеського регіону на 2023-2024 рр.

Назва фестивалю	Місце проведення	Дата проведення	Основна тематика	Цільова аудиторія
"Цимес Маркет"	Міський сад, Приморський бульвар	Щосезону (4 рази на рік)	Гастрономічний фестиваль-ярмарок з презентацією страв та напоїв від одеських виробників	Місцеві жителі, туристи, гурмани, сім'ї з дітьми
"Рыба Одеса Фест"	Морський вокзал, Приморський бульвар	Літо (липень-серпень)	Страви з риби та морепродуктів Чорного моря	Туристи, любителі морської кухні, гурмани
Свято молодого вина	Виноробні господарства Одеської області (Шабо, Таїрове)	Жовтень-листопад	Дегустація молодого вина нового врожаю, виноробні традиції	Цінителі вина, туристи, пари
"Таки да, смачно!"	Дерибасівська вулиця, Міський сад	Травень-вересень (курортний сезон)	Одеська кухня, її традиції та сучасні інтерпретації	Туристи, гурмани, сім'ї з дітьми
"Пікнік смаку"	Парки міста, Зелений театр	Травень-вересень	Презентація фермерських продуктів, органічна їжа	Прихильники здорового харчування, сім'ї, молодь
"Фестиваль холодцю"	Площа біля Міської ради	Зима (грудень-січень)	Традиційні та авторські варіації холодцю та інших зимових страв	Місцеві жителі, туристи, любителі традиційної кухні
"Дні національних кухонь"	Різні локації міста	Протягом року	Кухні різних етнічних груп Одещини (болгарська, грецька, єврейська, молдавська та ін.)	Місцеві жителі, туристи, цінителі етнічних кухонь
"Дерибасівська-гурман"	Дерибасівська вулиця	Літо (червень-серпень)	Поєднання гастрономії з історією та культурою головної вулиці Одеси	Туристи, місцеві жителі, прихильники культурно-гастрономічного туризму
"Вулиця їжі"	Приморський бульвар, Аркадія	Квітень-жовтень (вихідні)	Стріт-фуд, фуд-траки, сучасні кулінарні тренди	Молодь, туристи, сім'ї з дітьми

Продовження додаток А

Винні фестивалі ("Шабський винний фестиваль", "OdessaWineFest", "Wine&Food Festival")	Виноробні, готелі преміум-класу, Морський вокзал	Травень-жовтень	Дегустація вин одеського регіону, поєднання вина з гастрономією	Цінителі вина, гурмани, туристи, пари

Додаток Б


Структура гастрономічних туристів Одеського регіону за країною походження
45%
18%
12%
8%
7%
10%
Україна
Молдова
Польща
Німеччина
Ізраїль
Інші країни

Додаток В

Анкета для опитування відвідувачів гастрономічних закладів Одеського регіону

1. Вкажіть Вашу стать:
☐ Чоловіча
☐ Жіноча

2. Вкажіть Ваш вік:
☐ до 18 років
☐ 18–25 років
☐ 26–35 років
☐ 36–45 років
☐ 46–55 років
☐ старше 55 років

3. Звідки Ви прибули до Одеського регіону?
☐ місцевий житель Одеси чи Одеської області
☐ інший регіон України (вкажіть, який): _____
☐ інша країна (вкажіть, яка): _____

4. Яка мета Вашого візиту до Одеського регіону?
(можна обрати кілька варіантів)
☐ відпочинок на морі
☐ культурно-пізнавальний туризм
☐ гастрономічний туризм
☐ відвідування родичів/друзів
☐ діловий візит
☐ інше (вкажіть): _____

5. Які гастрономічні заклади/події Ви відвідали/плануєте відвідати?
(можна обрати кілька варіантів)
☐ ресторани традиційної одеської кухні
☐ виноробні підприємства
☐ гастрономічні фестивалі
☐ фермерські господарства
☐ кулінарні майстер-класи
☐ гастрономічні тури
☐ ринки/ярмарки
☐ інше (вкажіть): _____

6. Як Ви оцінюєте якість гастрономічних послуг в Одеському регіоні?
(за 5-бальною шкалою)
☐ 5 (відмінно)
☐ 4 (добре)
☐ 3 (задовільно)
☐ 2 (погано)
☐ 1 (дуже погано)

7. Які страви одеської кухні Вам найбільше сподобались?

---

8. Чи плануєте Ви повторно відвідати Одеський регіон з гастрономічною метою?
☐ так
☐ ні
☐ важко відповісти

9. Що, на Вашу думку, потребує покращення в організації гастрономічного туризму Одеського регіону?

---

10. Звідки Ви дізнались про гастрономічні особливості Одеського регіону?
☐ соціальні мережі
☐ туристичні сайти
☐ рекомендації друзів/знайомих
☐ туристичні агентства
☐ телебачення/радіо
☐ друковані видання
☐ інше (вкажіть): _____

Дякуємо за участь в опитуванні!
Ваші відповіді важливі для розвитку гастрономічного туризму в Одеському регіоні.