

Список використаних джерел:

1. Славин В.В. Оцінка ефективності функціонування сфери туризму. *Економіка, держава, суспільство*. 2012. № 1.
2. Мальська М.П. Економіка туризму: теорія і практика: підручник. Київ, 2014. С. 544.
3. Миронов Ю.Б. Оцінка економічної ефективності індустрії туризму. *Інновації в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг* : матеріали IV міжнар. наук.-практ. конф., м. Львів, 24 листопада 2016 р. С. 321-323.
4. Порошина О. В. Оценка эффективности развития сферы туризма на основе целеориентированного подхода. *Проблемы развития территории*. 2016. № 1. С. 75-95.
5. Бугас Н. В., Гутман А. І. Вплив ризиків та невизначеностей на ефективність діяльності санаторно-курортних закладів України в умовах пандемії COVID-19. URL: <https://cutt.ly/oRVSe98>.

Волна А. І.

Одеський національний економічний університет
м. Одеса, Україна

*Науковий керівник – к.е.н., доцент кафедри
туристичного та готельно-ресторанного бізнесу*

Галасюк С. С.

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРІВ ДЛЯ ГУРМАНІВ

Комітет з туризму і конкурентоспроможності (Committee on Tourism and Competitiveness) UNWTO визначає гастрономічний туризм як вид туристичної діяльності, пов'язаної з їжею та супутніми продуктами і заходами під час подорожі. Поряд з аутентичними, традиційними та/або інноваційними кулінарними враженнями до сфери гастрономічного туризму належать відвідування місцевих виробників, участь в гастрономічних фестивалях та кулінарних майстер-класах [1].

Варто зазначити, що в українській туризмології дотепер немає єдиного визначення цього виду туризму. Зустрічаються такі терміни, як: «кулінарний»,

«винно-гастрономічний», «продовольчий», «дегустаційний», «ресторанний», «гурман-туризм» тощо. Разом з тим, переважна більшість дослідників вважають, що саме «гастрономічний туризм» є найбільш доцільним терміном, тому що встановлює зв'язок між харчуванням та культурою.

Тобто гастрономічний туризм – це вид туризму, пов'язаний з ознайомленням із виробництвом, технологією приготування та дегустацією національних страв і напоїв, а також кулінарними традиціями народів світу [2]. Гастрономічний туризм також можна вважати допоміжним інструментом у пізнанні культурної спадщини країн та регіонів світу, оскільки страви національної кухні є одним із елементів, що відображають спосіб життя, світогляд, традиції етносів [3].

Переваги гастрономічного туризму:

- є головним мотивом, метою та елементом гастрономічної подорожі, хоча є складовим елементом будь-яких турів (тому що харчування – це одна з основних фізіологічних потреб людини);
- сприяє просуванню місцевих господарств і виробників продовольчих товарів, підприємств туристичної інфраструктури (готелів, закладів харчування тощо);
- не зазнає сезонних коливань;
- популяризує національні (місцеві) кулінарні традиції;
- умови для розвитку мають абсолютно всі країни [4].

Через підвищену увагу до розвитку гастрономічного туризму в умовах сьогодення вчені розглядають різні види гастрономічного туризму, які можна класифікувати таким чином:

- за видом конкретного продукту або напою – винний (енотуризм), пивний, сирний, шоколадний, медовий (апітуризм), чайний, кавовий, агротуризм, фруктовো-ягідний, змішаний;
- за метою подорожі – культурно-пізнавальний (відвідування різних екскурсій), оздоровчий (дегустації страв та напоїв в поєднанні з дієтотерапією),

гурман-туризм (дегустації під супроводженням фахівців – сомельє, дегустаторів);

- за розташуванням дестинації – сільський (збір ягід, овочів, фруктів, полювання на гриби, відвідування винарень), міський (відвідування ресторанів з дегустацією делікатесних і фірмових страв, а також страв етнічної кухні);

- за напрямком подорожі – святковий, фестивалльний;

- за особливостями організації – гастродипломатія (організація дипломатичних прийомів з урахуванням кулінарних особливостей різних країн) [5].

Вагомими мотивами вибору гастрономічних турів є фізіологічні потреби людини (наприклад, потреба у споживанні смачних та поживних страв), а також і соціальні (потреба естетичного сприйняття страви, потреби у спілкуванні, навчанні, самовдосконаленні) [6].

З точки зору організаторів туризму, гастрономічний тур передбачає ознайомлення з оригінальними технологіями виготовлення місцевих харчових продуктів, традиціями їх споживання, опанування навичок кулінарного мистецтва, участь у фестивалях та тематичних культурно-масових заходах [2].

На міжнародному та національному ринках існує багато туристичних фірм, які спеціалізуються на послугах для подорожуючих гурманів. Ними пропонуються різноманітні за програмою тури, зокрема:

- відвідування ресторанів, що спеціалізуються на національній (етнічній) кухні, дегустація оригінальних страв та напоїв;

- гастрошопінг;

- участь в гастрономічних фестивалях, участь у приготуванні національних страв;

- відвідування місцевих виробництв традиційних продуктів (сироварень, пивоварень, ковбасних цехів, винарень), знайомство з історією та рецептурою національної кулінарії;

- відвідування спеціалізованих майстер-класів, виставок, курсів, вивчення технології приготування певних харчових продуктів та страв з цих продуктів;

- участь у національних святах та обрядах, пов'язаних з гастрономією;
- відвідування дегустаційних залів, дегустація продуктів: вина, сирів, меду, наливки, приготовлених за традиційними рецептами;
- апробація оригінальних технологій харчування з метою лікування та оздоровлення;
- знайомство зі знаковими персонами у сфері гастрономії та кулінарії;
- участь у професійних конкурсах кухарів, кондитерів, пивоварів, виноробів, бариста тощо [2; 3; 7].

Отже, цільова аудиторія гастрономічного туризму включає в себе: туристів-гурманів; туристів, які використовують кулінарний туризм з метою навчання та отримання професійних навичок (кухарі, сомельє, ресторатори, дегустатори, блогери); представників турфірм, які подорожують з метою вивчення даного напрямку туризму; туристів, які бажають заглибитися в культуру країни за допомогою вивчення національної (етнічної) кухні.

Список використаних джерел:

1. Gastronomy and wine tourism. URL: <https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism>
2. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. *Наукові праці НУХТ*. 2012. № 45. С. 128-132.
3. Корнілова В.В., Корнілова Н.В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. *Ефективна економіка*. 2018. № 2.
4. Расулова А.М. Потенціал ресторанного бізнесу у розвитку гастрономічного туризму України. *Економіка та держава*. 2015. № 5. С. 78-83.
5. Омельницька В.О. Сутність та класифікація видів гастрономічного туризму. *Приазовський економічний вісник*. 2018. № 1 (6). С. 15-20.
6. Миронов Ю.Б. Глобальні тренди розвитку гастрономічного туризму. *Географія та туризм*. 2019. № 50. С. 31-33.
7. Галасюк С.С. Особливості розвитку етнічних ресторанів в Одеському регіоні. *Перспективи розвитку галузей економіки з урахуванням сучасних*