

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**
ННІ неперервної освіти і туризму

ПОГОДЖЕНО
Директор
ННІ неперервної освіти і туризму

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри
готельноресторанної справи та
туризму

_____ **Іван ГРИЦЕНКО**
(підпис)
«_____» _____ 2025 р.

_____ **Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО**
(підпис)
«_____» _____ 2025 р.

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему: «Розроблення гастрономічного туру до Полтави»

Спеціальність: 242 «Туризм»
Освітня програма: «Туризм»

Гарант освітньої програми

Ірина Кудінова

(підпис)

**Керівник бакалаврської
кваліфікаційної роботи**

Світлана Мельниченко

(підпис)

Виконала

Лада Хоруженко

(підпис)

КИЇВ – 2025

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

ННІ неперервної освіти і туризму

ЗАТВЕРДЖУЮ

**Завідувач кафедри
готельно-ресторанної справи та туризму**

д.е.н., професор _____ Світлана Мельниченко
(підпис)

« _____ » _____ 2024 р.

З А В Д А Н Н Я

**до виконання бакалаврської кваліфікаційної роботи
здобувачу вищої освіти**

Спеціальність: 242 «Туризм»

Освітня програма: «Туризм»

Орієнтація освітньої програми: освітньо-професійна

Тема бакалаврської кваліфікаційної роботи: **«Розроблення гастрономічного туру до Полтави»**

Затверджена наказом ректора НУБіП України від 29 жовтня 2024 р. № 1936 «С».

Термін подання завершеної роботи на кафедру до: 20.05.2025 р.

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи: законодавчі та нормативні акти України, матеріали Державної служби статистики України, наукові праці зарубіжних і вітчизняних авторів, матеріали науково-практичних конференцій, внутрішня звітність та обстеження ряду підприємств туристичної галузі міста Полтави.

Об'єкт дослідження – процес розроблення гастрономічного туру до Полтави.

Предмет дослідження – методичні та практичні підходи до розроблення гастрономічного туру до Полтави.

Мета дослідження – розроблення та обґрунтування методичних і практичних засад розроблення гастрономічного туру до Полтави.

Перелік завдань, які повинен виконати здобувач вищої освіти для досягнення поставленої мети:

- провести аналіз зарубіжних і вітчизняних джерел щодо визначення понять та сутності гастрономічного туризму та його ролі у просуванні туристичного продукту міста на внутрішній та міжнародний ринок;
- визначитись з методичними підходами щодо розроблення гастрономічних турів на місцевому рівні;
- провести моніторинг існуючих гастрономічних турів м. Полтави;
- проаналізувати діяльність туристичних підприємств міста щодо реалізації продуктів гастрономічного туризму;
- дослідити вплив факторів на розвиток гастрономічного туризму м. Полтави;
- запропонувати гастрономічні тури до Полтави;
- здійснити економічне обґрунтування запропонованих турів.

Дата видачі завдання: “19” листопада 2024 р.

**Керівник бакалаврської
кваліфікаційної роботи
д.е.н., професор**

(підпис)

Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО

(прізвище та ініціали)

**Завдання прийняв до
виконання**

(підпис)

Лада ХОРУЖЕНКО

(прізвище та ініціали студента)

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ПІДГОТОВКИ ТА ЗАХИСТУ БАКАЛАВРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

№ з/п	Етапи підготовки та захисту кваліфікаційної бакалаврської роботи	Термін виконання	Примітки (фактично виконано)
1.	Вибір теми кваліфікаційної роботи, підготовка завдання, складання плану, консультації з проведення дослідження	1 вересня – 30 вересня 2024 р.	Виконано
2.	Підготовка та видача завдання	1 жовтня – 1 грудня 2024 р.	Виконано
3.	Підготовка першого розділу роботи	1 грудня 2024 р. – 1 лютого 2025 р.	Виконано
4.	Підготовка другого розділу роботи	2 лютого – 30 березня 2025 р.	Виконано
5.	Підготовка третього розділу роботи	1 квітня – 5 травня 2025 р.	Виконано
6.	Підготовка висновків, списку використаних джерел та додатків. Оформлення роботи відповідно до встановлених вимог, передача на перевірку керівникові.	5-10 травня 2025 р.	Виконано
7.	Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень керівника	10-15 травня 2025 р.	Виконано
8.	Перевірка роботи на академічний плагіат	16 травня 2025 р.	Виконано
9.	Отримання відгуку керівника роботи	17-18 травня 2025 р.	Виконано
10.	Отримання зовнішньої рецензії	19-20 травня 2025 р.	Виконано
11.	Подача роботи на кафедру	20 травня 2025 р.	Виконано
12.	Підготовка доповіді і презентації. Попередній розгляд та захист на випусковій кафедрі	20-25 травня 2025 р.	Виконано
13.	Допуск бакалаврської кваліфікаційної роботи до захисту завідувачем кафедри	25 травня – 1 червня 2025 р.	Виконано
14.	Захист роботи перед екзаменаційною комісією	відповідно до графіку	Виконано

Відгук керівника бакалаврської кваліфікаційної роботи

Студенткою виконано роботу на актуальну тему, оскільки розвиток зеленої економіки, впровадження принципів сталого розвитку, зростання попиту на екологічно чисту продукцію сприяє розвитку гастрономічного туризму, який поєднує подорожі з метою пізнання та знайомства з кулінарними традиціями різних регіонів та країн.

У роботі проведено компаративний аналіз вітчизняної та іноземної наукової літератури та інтернет джерел, що дало можливість ознайомитися з понятійним апаратом та сутністю гастрономічного туризму, визначити теоретичні та методичні підходи щодо розроблення гастрономічних турів з урахуванням специфіки регіону.

Здобувачкою проведено моніторинг існуючих гастрономічних турів, виявлено позитивні та негативні сторони, проаналізовано діяльність туристичних підприємств міста Полтави щодо реалізації гастрономічних турів та досліджено вплив факторів на розвиток вищезазначеного виду туризму. На підставі отриманих результатів розроблено гастрономічний тур та обгрунтовано доцільність його реалізації.

Враховуючи вищезазначене, бакалаврська кваліфікаційна робота, яка виконана відповідно до вимог, рекомендується до захисту в ЕК.

Керівник бакалаврської
кваліфікаційної роботи

Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО

(підпис, дата)

Висновок про бакалаврську кваліфікаційну роботу

Бакалаврська кваліфікаційна робота студентки

Хоруженко Л.Г.
(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої
програми

Ірина КУДІНОВА

(підпис)

Завідувач кафедри

Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО

(підпис)

«___» _____ 2025 р.

РЕФЕРАТ

Хоруженко Л.Г. Розроблення гастрономічного туру до Полтави: бакалавр. робота : спец. 242 «Туризм» / Лада Геннадіївна Хоруженко; НУБіП України; кафедра готельно- ресторанної справи та туризму; керівник Мельниченко С.В., д.е.н., проф. – Київ, 2025. 65 с.

В першому розділі розглянуто наукові підходи до визначення поняття гастрономічного туризму, його структурні елементи, функціональне призначення та чинники формування. Визначено роль кулінарної спадщини у розвитку туристичних маршрутів і популяризації регіонального продукту. В другому розділі проаналізовано стан гастрономічного туризму в Полтаві, досліджено існуючі ініціативи, маршрути й події, пов'язані з локальною кухнею. Виявлено основні бар'єри для розвитку цього напрямку та окреслено можливості для його активізації. В третьому розділі розроблено концепцію авторського гастрономічного туру, орієнтованого на використання автентичних кулінарних традицій Полтавщини. Проведено обґрунтування економічної доцільності маршруту з урахуванням його практичної реалізації.

Ключові слова: гастрономічний туризм, кулінарний туризм, Полтава, туристичний продукт, кулінарна спадщина, гастрономічний маршрут, туристичні ресурси.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗРОБЛЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНИХ ТУРІВ	12
1.1. Гастрономічний туризм: сутність та поняття	12
1.2. Роль гастрономічного туризму у просуванні туристичного продукту	18
1.3. Методичні підходи щодо розроблення гастрономічних турів на місцевому рівні.....	21
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ГАСТРОНОМІЧНИХ ТУРІВ МІСТА ПОЛТАВИ	30
2.1. Моніторинг існуючих гастрономічних турів міста	30
2.2. Аналіз діяльності туристичних підприємств щодо реалізації продуктів гастрономічного туризму	47
2.3. Дослідження впливу факторів на розвиток гастрономічного туризму м. Полтави	52
РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗРОБЛЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНИХ ТУРІВ ДО ПОЛТАВИ.....	58
3.1. Розроблення нових гастрономічних турів.....	58
3.2. Економічне обґрунтування запропонованих турів.....	66
ВИСНОВКИ	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	76
ДОДАТКИ.....	81

ВСТУП

Актуальність теми. Розвиток туристичної галузі в Україні є важливим напрямом економічного зростання, що сприяє залученню інвестицій, створенню нових робочих місць та популяризації національної культури. Одним із перспективних напрямів є гастрономічний туризм, який поєднує культурну, історичну та кулінарну спадщину регіону, створюючи унікальний туристичний продукт. Сучасні тенденції демонструють зростаючий попит на гастрономічні подорожі, що надають можливість туристам не лише знайомитися з визначними місцями, але й відкривати для себе автентичні смаки, традиційні рецепти та кулінарні технології певного регіону. Гастрономічний туризм є одним із перспективних напрямків розвитку туристичної галузі, який сприяє зростанню економічної активності регіону, популяризації місцевої культури та формуванню стійкого туристичного попиту. В сучасних умовах туристи дедалі більше звертають увагу на автентичні кулінарні традиції, що спонукає до створення спеціалізованих туристичних продуктів, орієнтованих на знайомство з місцевою гастрономією. Розвиток цього виду туризму є важливим інструментом диверсифікації регіональних туристичних пропозицій та підвищення конкурентоспроможності територій.

Необхідність розвитку гастрономічного туризму зумовлена не лише економічними, а й соціально-культурними факторами. Він сприяє збереженню та популяризації кулінарної спадщини, стимулює малий і середній бізнес, підвищує зайнятість населення та залучає додаткові інвестиції. В Україні цей напрямок ще не досяг високого рівня розвитку, проте потенціал для його активного просування є значним.

Розробка гастрономічного туру як туристичного продукту має враховувати кілька важливих аспектів: аналіз попиту та уподобань потенційних туристів, вибір локацій та закладів харчування, створення інтерактивних програм, розробку ефективної маркетингової стратегії. Відповідний підхід до планування гастрономічного маршруту дозволяє не тільки забезпечити якісний туристичний досвід, а й сприяти довгостроковому розвитку регіону як туристичної дестинації.

Метою кваліфікаційної роботи є розроблення та обґрунтування методичних і практичних засад розроблення гастрономічного туру до Полтави.

Для реалізації поставленої мети у кваліфікаційній роботі передбачається вирішення таких **завдань**:

- дослідити сутність та поняття гастрономічного туризму;
- проаналізувати роль гастрономічного туризму у просуванні туристичного продукту;
- охарактеризувати методичні підходи щодо розроблення гастрономічних турів на місцевому рівні;
- здійснити моніторинг існуючих гастрономічних турів міста;
- проаналізувати діяльність туристичних підприємств щодо реалізації продуктів гастрономічного туризму;
- здійснити дослідження впливу факторів на розвиток гастрономічного туризму м. Полтави;
- розробити гастрономічний тур м. Полтава;
- економічно обґрунтувати запропонований тур.

Об'єктом дослідження є процес розроблення гастрономічного туру до Полтави.

Предметом дослідження є методичні та практичні підходи до розроблення гастрономічного туру до Полтави.

Методи дослідження, що використовуються у роботі, включають аналіз наукових джерел і статистичних даних, маркетингові дослідження споживчих уподобань, порівняльний аналіз гастрономічних турів у різних регіонах України, економічні розрахунки для оцінки ефективності туру, а також методи стратегічного планування у сфері туризму.

Інформаційною базою для написання даної роботи є праці вчених, які вивчають гастрономічний туризм в Україні та за кордоном, періодичні матеріали, статистичні дані, інформаційні ресурси Інтернету.

Теоретична значущість роботи полягає у поглибленому дослідженні гастрономічного туризму як сегмента туристичної індустрії та обґрунтуванні

його ролі у розвитку регіонального туризму.

Практичне значення роботи полягає у розробці нового гастрономічного маршруту, який може бути реалізований туристичними операторами та сприяти збільшенню туристичної привабливості Полтавського регіону. Впровадження запропонованого туру дозволить популяризувати кулінарні традиції Полтавщини, залучити нові сегменти туристів та стимулювати розвиток гастрономічного туризму на локальному рівні.

Результати проведення досліджень апробовані під час виступів на таких конференціях : 1) Всеукраїнській науково-практичній студентській конференції «Євроінтеграційні процеси в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі України» (Додаток А); 2) International Competition of Student Scientific Works “Black Sea Science 2025” (Додаток Б); 3) Конкурс наукових робіт студентів і молодих учених «Майбутнє збереження історичної спадщини та розвитку культурного туризму: Україна-Європа» у рамках реалізації проєкту Erasmus+ Jean Monnet Module European experience in the promotion of heritage and cultural tourism (ЕЕРНСТ) (Додаток В).

Структура роботи складається з трьох розділів. У першому розділі розглядаються теоретичні основи гастрономічного туризму, його значення, класифікація та сучасні тенденції розвитку. Другий розділ присвячений аналізу туристичного потенціалу м. Полтава, дослідженню чинників, що впливають на розвиток гастрономічного туризму. У третьому розділі представлена розробка гастрономічного туру до Полтави, його концепція, структура та економічне обґрунтування.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗРОБЛЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНИХ ТУРІВ

1.1. Гастрономічний туризм: сутність та поняття

Термін «гастрономія» має свої корені в давньогрецькій мові та складається з двох компонентів: «gastro», що позначає шлунок, і «gnomos», що перекладається як закон. У сучасному розумінні гастрономія є науковою дисципліною, яка вивчає взаємозв'язок між культурними традиціями та харчуванням [3].

Харчування не обмежується лише фізіологічною потребою людини. З розвитком харчової промисловості прийом їжі поступово перетворився на частину дозвілля. Крім того, в умовах сучасного темпу життя люди прагнуть мінімізувати витрати часу на приготування їжі, віддаючи перевагу готовим стравам та закладам громадського харчування. Саме тому все більше людей обирають харчування поза домом. Крім того, туристична галузь також значно вплинула на поширення гастрономічного сегмента: за оцінками експертів, близько 30% витрат під час подорожей припадає саме на харчування. Ці фактори сприяли формуванню окремого напрямку – гастрономічного туризму [3].

У науковій літературі зустрічається кілька термінів для позначення цього явища: гастрономічний, кулінарний, харчовий та продовольчий туризм. Хоча їх можна вважати синонімічними, дослідники все ж віддають перевагу терміну «гастрономічний туризм» [6].

Поняття «кулінарний туризм» уперше запровадила американська професорка Лусі Лонг у 1998 році. Згодом, після створення Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму, науковці дійшли висновку, що доцільніше використовувати термін «гастрономічний туризм». Організація дала йому таке визначення: це подорож, головною метою якої є отримання автентичного досвіду, пов'язаного з традиціями споживання їжі та напоїв, а також знайомство з унікальними кулінарними особливостями певного регіону чи країни [6].

Ерік Вольф, засновник Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму, визначає це явище як прагнення до відкриття та насолоди неповторними стравами і напоями як під час закордонних подорожей, так і у власному місті чи регіоні. Він підкреслює, що гастрономічний туризм не обов'язково передбачає далекі поїздки – навіть у межах рідного краю можна стати мандрівником у світі кулінарних вражень [2].

Дослідники з різних країн по-різному трактують поняття гастрономічного туризму. Зокрема:

- Х. Ридван вважає його формою туризму, яка виникає завдяки ініціативі місцевих громад і має на меті підтримку агропромислового комплексу [20].

- Г. Жеоргхе розглядає гастрономічний туризм як подорож, спрямовану на дегустацію місцевих страв або участь у гастрономічних заходах [26].

- М. Брокеж визначає його як інноваційну форму туризму, що включає подорожі, пов'язані з садівництвом і дегустаціями [26].

- М. Мальська розглядає гастрономічний туризм як подорож, під час якої туристи споживають страви та напої, що репрезентують автентичні особливості місцевої чи національної кухні [29].

- В. Лоза трактує його як спеціалізований вид туризму, що дає змогу ознайомитися з кулінарними традиціями різних країн, поєднуючи елементи культури, екології та харчового виробництва [28].

- Т. Мірзодаєва визначає гастрономічний туризм як подорож, що спрямована на знайомство з особливостями національної кухні. Вона також підкреслює його значний потенціал для відродження кулінарних традицій [31].

- В. Омельницька розглядає його як сферу діяльності, що має на меті ознайомлення туристів із етнічною кухнею, базовими продуктами, методами приготування страв та можливістю здобуття нових знань у сфері кулінарії [36].

- В. Сливенко описує гастрономічний туризм як подорож країнами та континентами з метою дегустації унікальних страв, ознайомлення з традиційними рецептами, що мають глибоке історичне коріння [40].

- В. Корнілова тлумачить його як комплексний вид туризму, що включає

винні й гастрономічні тури, відвідування спеціалізованих музеїв, винокурень, сироварень, ресторанів із авторською кухнею, кулінарних курсів, фермерських господарств, гастрономічних фестивалів та ярмарків [21].

- Т. Кукліна вважає гастрономічний туризм способом пізнання кулінарних звичаїв різних регіонів світу, де основним завданням є дегустація унікальних страв [24].

На основі аналізу різних підходів до трактування гастрономічного туризму можна сформулювати узагальнене визначення цього поняття.

Гастрономічний туризм – це один із напрямів туризму, що орієнтований на ознайомлення з процесами приготування страв і напоїв, їх дегустацію, а також на вивчення гастрономічних традицій окремого регіону чи країни. Він виступає інструментом культурного пізнання, адже кухня певної місцевості відображає її традиції, історичні особливості та спосіб життя.

Основними об'єктами гастрономічного туризму є:

- країни, що вирізняються специфічними кулінарними традиціями;
- регіони, які відомі виробництвом унікальних місцевих продуктів;
- ресторани, що пропонують оригінальні страви;
- організації, які займаються освітніми програмами у сфері гастрономічного туризму;
- підприємства (заводи, фабрики, цехи), що спеціалізуються на виготовленні певних харчових продуктів;
- гастрономічні події, такі як конференції, дегустації, ярмарки, фестивалі [27].

Як і будь-який інший вид туризму, гастрономічний туризм має свої унікальні особливості:

- Можливості для його розвитку існують у всіх країнах світу, оскільки кожен регіон має власні кулінарні традиції, продукти, характерні для конкретної місцевості, кліматичні особливості, а також унікальні методи приготування та споживання їжі.

- Завдяки гастрономічному туризму відбувається популяризація локальної

кухні, що сприяє збереженню й розвитку національних гастрономічних традицій [34].

Гастрономічний туризм є невід'ємною складовою будь-якої подорожі, оскільки споживання їжі є базовою фізіологічною потребою людини. Водночас цей вид туризму має глибший зміст, адже його основна мета – знайомство мандрівників із національною кухнею, її традиціями, унікальними стравами та методами приготування. На відміну від багатьох інших туристичних напрямків, гастрономічний туризм не залежить від сезону чи певної пори року. У більшості регіонів існують локальні продукти та традиційні страви, які доступні протягом усього року, або ж для кожного сезону можна сформувати тематичний гастрономічний маршрут. Важливим аспектом гастрономічних подорожей є популяризація місцевих виробників харчової продукції, що сприяє економічному розвитку регіону.

Гастротуризм є різновидом пізнавального туризму, але, на відміну від інших його форм, він впливає не лише на зір і слух, а й залучає такі чуття, як смак та нюх. Саме тому гастрономічні подорожі залишають глибші сенсорні враження. Варто зазначити, що гастрономічні тури не підпадають під категорію «гарячих турів» і не орієнтовані на концепцію «найнижчої ціни» [35].

На формування й розвиток гастрономічного туризму впливають різні зовнішні чинники, серед яких ключову роль відіграють соціально-економічні, політичні та релігійні фактори (табл. 1.1.).

Гастрономічний туризм стрімко набирає популярності у всьому світі, стаючи не лише культурним і соціальним явищем, а й вагомим соціально-економічним чинником. Для багатьох мандрівників гастрономічний аспект стає головною мотивацією для поїздки, адже знайомство з традиційними стравами дозволяє глибше зрозуміти культурну спадщину регіону. Відвідування місць, відомих своїми кулінарними традиціями, участь у гастрономічних фестивалях, дослідження процесів виробництва локальних продуктів – усе це створює унікальний туристичний досвід.

Крім того, гастрономічні подорожі сприяють культурному взаємообміну.

Під час таких мандрівок туристи знайомляться з місцевими традиціями, технологіями вирощування сільськогосподарської продукції, методами приготування страв, що дозволяє краще розуміти кулінарну різноманітність різних країн і народів.

Таблиця 1.1. Фактори, що впливають на розвиток гастрономічного туризму

Категорія факторів	Опис
Соціально-економічні фактори	<ul style="list-style-type: none"> • Загальний економічний рівень країни • Законодавчі та нормативні акти, що регулюють туристичну сферу • Ресурсний потенціал для розвитку гастротуризму • Екологічний стан території • Рівень розвитку агропромислового комплексу та харчової промисловості • Демографічні показники (національний, віковий, професійний, гендерний склад населення) • Рівень розвитку культури та збереження національних кулінарних традицій • Розвиненість туристичної інфраструктури
Політичні фактори	<ul style="list-style-type: none"> • Політична стабільність у країні • Відсутність міжнаціональних конфліктів • Рівень політичної культури населення • Ставлення місцевих жителів до іноземних туристів
Релігійні фактори	<ul style="list-style-type: none"> • Релігійна різноманітність і відмінності у віруваннях • Кулінарні традиції, що базуються на релігійних нормах • Рівень толерантності до представників різних конфесій

Джерело: складено автором на основі [36, 37, 39]

Пропонується класифікувати гастрономічний туризм за декількома ознаками, такими як розташування туристичної дестинації, вид конкретного продукту чи напою та мета подорожі (табл. 1.2).

Тому під терміном «гастрономічний туризм» пропонується розуміти особливий вид туризму, який поєднує в собі ознайомлення та дегустацію національних кулінарних традицій різних країн світу, а також відображає здатність людини зрозуміти культуру країни через її національну кухню, естетичне чи дослідницьке задоволення. Сьогодні всі існуючі класифікації гастрономічного туризму можна розділити за трьома ознаками: за напрямком; за видом конкретного продукту чи напою; за метою подорожі; за місцем розташування туристичної дестинації; за організаційними ознаками.

Таблиця 1.2. Класифікація гастрономічного туризму

Ознака класифікації	Підвид турів	Характеристика туристичної діяльності
Розташування туристичного місця	Сільський	Збирання лісних ягід, овочів, фруктів, трюфелів, прогулянка на виноробню
	Міський	Візити в ресторани заклади для дегустації фірмових страв та делікатесів.
Різновид коректного напою чи продукту	Пивні	Відвідування пивоварень (домашніх чи масове виробничі заводи), дегустування
	Винні	Відвідування виноградників, виноробень, дегустація вин.
	Сирні	Відвідування сироварень та сирних фабрик, дегустація
	Шоколадні	Відвідування шоколадних фабрик та дегустація шоколаду
	Кавові	Відвідування кавових плантацій, фабрик.
	Чайні	Відвідування чайних плантацій
	Агро	Відвідування фермерських угідь, агрокомплексів
	Фруктово-ягідні	Дегустація овочів, фруктів, котрі притаманні країні відвідування
	Змішані	Поєднання різних видів гастрономічного туризму
З метою подорожі	Культурно-пізнавальний	Відвідування екскурсій
	Гурман	Дегустація страв та напоїв гастрономічними спеціалістами (сомельє, дегустатор)
	Оздоровчий	Дегустація чайних зборів із цілющих трав; меду в поєднанні з апітерапією, винотерапія, дієтотерапія
Напрямок подорожі	Святковий та фестивальний	Відвідування та участь у гастрофестивалях та гастросвятах
Особливі	Гастродипломатія	Організація дипломатичних прийомів на усіх рівнях з урахуванням кулінарних особливостей країн гостей та країни організатора

Джерело: [21, 26, 29]

Таким чином, гастрономічний туризм – це унікальний вид туризму, що поєднує культурно-пізнавальний, гастрономічний та економічний аспекти. Він передбачає не лише дегустацію традиційних страв та напоїв, а й глибоке занурення в кулінарні традиції країни чи регіону. Основними об'єктами гастрономічного туризму є країни з виразною кулінарною ідентичністю, регіони, що спеціалізуються на виробництві унікальних продуктів, тематичні ресторани, гастрономічні події, навчальні заклади з кулінарної майстерності та

підприємства харчової промисловості. Його розвиток є важливим елементом популяризації національних традицій та зміцнення туристичної привабливості регіонів.

1.2. Роль гастрономічного туризму у просуванні туристичного продукту

Гастрономічний туризм, як специфічний напрямок туристичної діяльності, відіграє значну роль у формуванні та просуванні туристичного продукту, збагачуючи його зміст та підвищуючи привабливість дестинацій. Цей вид туризму передбачає подорожі з метою ознайомлення з місцевою кухнею, кулінарними традиціями та технологіями приготування страв, що сприяє глибшому розумінню культурної спадщини регіону.

У сучасних умовах глобалізації туристичні дестинації стикаються з необхідністю виділятися на фоні конкурентів. Унікальні гастрономічні пропозиції дозволяють створити неповторний образ регіону, підкреслюючи його автентичність та культурну самобутність. Наприклад, використання місцевої продукції та національних страв в туризмі є важливим способом зміцнення туристичного сектору, збагачення туристичного досвіду та просування як місцевих виробників, так і культурних традицій місця [32].

Гастрономічний туризм приваблює специфічну аудиторію, яка цікавиться кулінарними враженнями та культурними аспектами харчування. Це можуть бути гурмани, професійні кухарі, фуд-блогери або ж туристи, які прагнуть глибше пізнати культуру через її гастрономічні традиції. Таким чином, дестинація розширює свою цільову аудиторію та збільшує туристичні потоки.

Гастрономічний туризм забезпечує сприяння економічному розвитку регіонів. Розвиток гастрономічного туризму стимулює місцеву економіку через підтримку локальних виробників, фермерів, ресторанів та інших підприємств харчової галузі. Це сприяє створенню робочих місць, підвищенню доходів місцевого населення та загальному економічному зростанню регіону. Залучення

туристів до споживання місцевих продуктів підвищує попит на них, що позитивно впливає на розвиток агропромислового комплексу.

Також, гастрономічний туризм сприяє підвищенню конкурентоспроможності дестинації. Дестинації, які активно розвивають гастрономічний туризм, отримують конкурентну перевагу на туристичному ринку. Унікальні гастрономічні пропозиції можуть стати вирішальним фактором при виборі місця відпочинку для багатьох туристів. Проведення гастрономічних фестивалів, ярмарків та інших подій привертає увагу ЗМІ та сприяє підвищенню впізнаваності регіону [34].

Розвиток гастрономічного туризму дозволяє зберегти та популяризувати культурну спадщину. Гастрономічний туризм сприяє відродженню та збереженню кулінарних традицій, які можуть бути втрачені внаслідок урбанізації та глобалізації. Популяризація місцевої кухні серед туристів стимулює інтерес місцевого населення до власної культурної спадщини, сприяє передачі знань та навичок наступним поколінням.

Гастрономічний туризм може допомогти у розвитку інфраструктури та покращення якості послуг. Зростання інтересу до гастрономічного туризму стимулює розвиток інфраструктури: відкриваються нові ресторани, гастрономічні школи, дегустаційні зали, покращується якість обслуговування. Це підвищує загальний рівень туристичних послуг у регіоні та робить його більш привабливим для відвідувачів [36].

З іншого боку, гастрономічний туризм сприяє формуванню позитивного іміджу дестинації. Регіони, відомі своєю гастрономією, часто асоціюються з високою культурою, гостинністю та якісним обслуговуванням. Це формує позитивний імідж дестинації, що сприяє залученню інвестицій, розвитку інших видів туризму та підвищенню загальної привабливості регіону.

Гастрономічний туризм відіграє вагомий роль у формуванні туристичного бренду регіонів і країн, оскільки національна кухня є важливим елементом культурної ідентичності. Регіони, що володіють унікальними гастрономічними традиціями, можуть використовувати їх як маркетинговий інструмент для

просування свого туристичного продукту. Відомі страви, продукти та методи приготування стають асоціаціями, які відображають дух місцевості й мотивують туристів відвідати ту чи іншу дестинацію. Наприклад, Італія асоціюється з пастою, піцою та еспрессо, Франція – з вишуканими сирами, вином і багетами, Японія – з суші та раменом. В Україні туристи цікавляться борщем, варениками, дерунами та традиційними м'ясними стравами. Формування унікального гастрономічного іміджу сприяє привабливості туристів, які шукають автентичні кулінарні враження [38].

Гастрономічний бренд регіону може бути посилений через міжнародні гастрономічні фестивалі, кулінарні тури, майстер-класи з приготування традиційних страв, дегустаційні заходи тощо. Це створює нові туристичні маршрути, сприяє залученню додаткових інвестицій і зміцнює позиції дестинації на міжнародному туристичному ринку [37].

Гастрономічний туризм є важливою складовою концепції сталого туризму, оскільки він сприяє збереженню місцевих традицій, підтримці локальних виробників і розвитку регіональної економіки. На відміну від масового туризму, який часто призводить до виснаження природних ресурсів та деградації екосистем, гастрономічний туризм сприяє розподілу туристичних потоків у менш розвинені регіони, що дозволяє їм отримати економічні вигоди від туризму.

Основні екологічні аспекти гастрономічного туризму:

- Популяризація місцевих продуктів – стимулює використання органічних і сезонних продуктів, що знижує вплив на довкілля.

- Скорочення логістичних витрат – зменшується потреба в імпорті харчових продуктів, що сприяє зниженню вуглецевого сліду.

- Підтримка традиційних агропромислових методів – сприяє відродженню ремесел, що передаються з покоління в покоління.

- Екологічна освіта туристів – розвивається культура усвідомленого споживання та екологічного поведіння [39].

Гастрономічний туризм також відіграє роль у розвитку культурної

дипломатії та зміцненні міжнародних зв'язків. Національна кухня є важливим символом країни, що сприяє формуванню позитивного іміджу на світовій арені. Кулінарні традиції можуть стати ефективним інструментом народної дипломатії, оскільки гастрономічні заходи створюють простір для міжнародного співробітництва та взаєморозуміння між народами. Прикладом успішного використання гастрономії в дипломатії є міжнародні гастрономічні фестивалі, де країни презентують свої кулінарні традиції. Також національна кухня часто використовується під час офіційних прийомів та переговорів для створення дружньої атмосфери [42].

Отже, гастрономічний туризм є невід'ємною складовою туристичної індустрії та ефективним механізмом просування туристичних продуктів. Він сприяє формуванню унікального іміджу DESTИНАЦІЙ, підтримці місцевих виробників, розвитку сталого туризму та розширенню культурного обміну. Інтеграція гастрономічних елементів у туристичні продукти дозволяє створювати унікальні пропозиції, які виділяють регіон на світовому туристичному ринку та забезпечують його сталий розвиток.

1.3. Методичні підходи щодо розроблення гастрономічних турів на місцевому рівні

Гастрономічний туризм є важливою складовою туристичної індустрії, що сприяє розвитку регіональних економік, популяризації національної кухні та збереженню культурної спадщини. Формування ефективних гастрономічних маршрутів вимагає системного підходу, що включає аналіз місцевих ресурсів, розроблення концепції туру, визначення основних етапів реалізації та оцінку його ефективності.

Розроблення гастрономічного туру на місцевому рівні потребує комплексного аналізу регіональних особливостей кулінарної традиції, ресурсної

бази, туристичних можливостей та попиту на такий вид туризму. Аналітичний етап є фундаментом для створення ефективного маршруту, оскільки він дозволяє визначити унікальність регіону, сформувавши концепцію туру та адаптувати його до вимог цільової аудиторії. Даний етап включає низку ключових дослідницьких складових, що охоплюють вивчення гастрономічних, туристичних, економічних, культурних та інфраструктурних аспектів (табл. 1.3.)

Таблиця 1.3. Аналітичний етап: дослідження місцевого гастрономічного потенціалу

Етап	Зміст
Інвентаризація гастрономічних ресурсів	Визначення традиційних страв та напоїв, ідентифікація місцевих продуктів, дослідження технологій виробництва.
Дослідження історико-культурного контексту	Аналіз історичних аспектів місцевої кухні, вивчення етнографічних традицій, залучення істориків та етнографів.
Визначення об'єктів гастрономічного туризму	Включення ресторанів, фермерських господарств, ринків, виноробень, кулінарних шкіл, майстер-класів.
Аналіз туристичного попиту	Оцінка категорій туристів, визначення їхньої платоспроможності, дослідження мотиваційних факторів.
Аналіз інфраструктури	Оцінка транспортної доступності, аналіз стану готельної мережі, оцінка рівня сервісу, екологічна ситуація.
Аналіз конкурентного середовища	Аналіз існуючих гастрономічних маршрутів, визначення конкурентних переваг, оцінка ринкових трендів.

Джерело: [42, 43]

Аналітичний етап є основою для розроблення гастрономічного туру, адже саме на цьому етапі формується розуміння гастрономічних можливостей регіону, його унікальності та потенційної привабливості для туристів. Першочергово потрібно визначити локальні страви, продукти та технології їх приготування. Це дозволяє створити концепцію туру, що базується на автентичних традиціях та унікальних особливостях регіону. Для підсилення туристичної привабливості гастрономічних турів важливо простежити історію розвитку місцевої кухні, з'ясувати, як на неї впливали культурні традиції, історичні події та природні умови. До маршруту можуть входити ресторани, фермерські господарства, виноробні, ринки та кулінарні школи. Важливо оцінити їхній рівень сервісу, доступність для туристів і готовність до співпраці. Дослідження аудиторії, яка потенційно зацікавиться таким видом відпочинку, допоможе зрозуміти, які

формати туру будуть найбільш привабливими. Враховуються вікові особливості, рівень доходу, інтереси туристів. Туристичний маршрут має бути не лише цікавим, а й зручним. Тому аналізується транспортне сполучення, стан доріг, наявність комфортного житла, сервісних об'єктів і можливостей для відпочинку. Для успішного запуску туру необхідно вивчити аналогічні пропозиції, визначити їхні сильні та слабкі сторони, щоб сформувати унікальну концепцію, яка відрізнятиметься від конкурентів [42, 43].

Таким чином, аналітичний етап дозволяє розробити гастрономічний маршрут, що буде цікавим для туристів, відповідатиме їхнім очікуванням і сприятиме розвитку місцевого бізнесу. Без глибокого дослідження гастрономічного потенціалу регіону неможливо створити туристичний продукт, який матиме стійкий попит і приносить користь місцевій громаді.

Для того щоб гастрономічний маршрут мав глибший зміст та був не лише набором дегустацій, важливо інтегрувати його в загальний історико-культурний контекст регіону (табл. 1.4.).

Таблиця 1.4. Дослідження історико-культурного контексту гастрономічної спадщини

Аспект дослідження	Опис
Походження місцевих страв	Аналіз виникнення регіональних страв, їхнього розвитку протягом століть та зв'язку з культурною спадщиною.
Історичний вплив на гастрономію	Дослідження історичних подій, що формували місцеву кухню, таких як війни, торговельні зв'язки, колоніальні впливи.
Етнографічні особливості	Вивчення особливостей харчування різних етнічних груп, що проживають у регіоні, їхніх ритуалів і традицій.
Кулінарні традиції та свята	Дослідження сезонних та релігійних свят, під час яких готуються традиційні страви, їхнього значення у культурному житті громади.
Вплив природних умов	Аналіз впливу клімату та природних ресурсів на формування раціону, використання місцевих продуктів.
Роль міграційних процесів	Вивчення, як переселення народів впливало на зміни у рецептурі, поява нових інгредієнтів у місцевій кухні.
Вплив сусідніх культур	Дослідження, як культурний обмін із сусідніми регіонами впливав на гастрономічні традиції, адаптація чужоземних страв.
Збереження та передача традицій	Оцінка механізмів передачі кулінарних знань – через родини, книги рецептів, майстер-класи, гастрономічні заходи.

Джерело: [44]

Дослідження історико-культурного контексту гастрономічної спадщини дає змогу зрозуміти, як формувалася кухня певного регіону та які чинники впливали на її розвиток. Вивчення походження страв, історичних подій, етнографічних традицій та природних умов дозволяє глибше оцінити унікальність місцевої гастрономії. Кухня кожного регіону є результатом взаємодії різних культур, міграційних процесів і природних факторів. Важливу роль відіграють також кулінарні традиції, що передаються з покоління в покоління, зберігаючись через свята, обряди та родинні рецепти. Вплив сусідніх культур та міжнародних контактів також сприяв появі нових інгредієнтів і адаптації страв до місцевих особливостей. Глибокий аналіз цих аспектів дозволяє не лише краще розуміти гастрономічну спадщину, а й використовувати її у розвитку туризму, створюючи цікаві маршрути, що поєднують історію, культуру та кулінарію [44].

На основі зібраних даних формується перелік об'єктів, які можуть бути включені в маршрут:

- Заклади харчування – ресторани, кафе, етноресторани, що пропонують страви традиційної кухні та можуть організувати тематичні вечери, майстер-класи чи дегустаційні сети.

- Фермерські господарства та сільськогосподарські підприємства – локації, що дозволяють туристам ознайомитися з процесом виробництва місцевих продуктів, брати участь у збиранні врожаю, доїнні кіз, випіканні хліба.

- Ринки та ярмарки – місця, де можна придбати місцеві продукти, відвідати кулінарні презентації та дегустації.

- Кулінарні школи та майстер-класи – заклади, що пропонують туристам інтерактивний досвід із приготування регіональних страв.

- Виноробні, сироварні, пивоварні – підприємства, що дозволяють туристам ознайомитися з технологією виробництва напоїв та продуктів, що є гастрономічним надбанням регіону [3].

Розвиток гастрономічного туризму неможливий без ретельного аналізу попиту, адже саме від очікувань та уподобань туристів залежить успішність

маршруту. Вивчення поведінки мандрівників, їхніх інтересів та фінансових можливостей дозволяє сформувати туристичний продукт, що відповідатиме сучасним тенденціям та потребам ринку (табл. 1.5.).

Таблиця 1.5. Аналіз туристичного попиту та портрету потенційного відвідувача

Аспект аналізу	Опис
Основні мотивації туристів	Туристи відвідують гастрономічні маршрути для знайомства з культурою, у пошуках автентичних смаків, екстремальних гастрономічних вражень, навчання кулінарним навичкам, а також заради естетичного задоволення та можливості фотографування.
Категорії потенційних відвідувачів	Серед відвідувачів гастрономічних турів можна виділити гурманів, любителів традиційної кухні, поціновувачів органічних продуктів, винних і пивних туристів, а також тих, хто поєднує гастрономічний туризм з іншими видами відпочинку.
Фінансові можливості туристів	Фінансовий сегмент визначає рівень туристичного досвіду: преміум-клас передбачає дорогі індивідуальні дегустації, середній сегмент орієнтований на традиційні ресторани та гастрономічні фестивалі, а бюджетні туристи цікавляться вуличною їжею та доступними турами.
Сезонність попиту	Попит на гастрономічний туризм залежить від сезону: восени популярні винні тури, літку – гастрономічні фестивалі, а взимку туристи відвідують регіони з різдвяними ярмарками.

Джерело: складено автором на основі [4, 5]

Аналіз туристичного попиту та портрету потенційного відвідувача є важливим етапом у розробці гастрономічного маршруту. Він дозволяє визначити основні мотиваційні фактори туристів, їхні фінансові можливості та очікування від подорожі. Гастрономічний туризм приваблює різні категорії відвідувачів – від гурманів і любителів традиційної кухні до прихильників органічного харчування та винних турів. Врахування цих груп дає змогу створювати маршрути, що відповідатимуть конкретним інтересам аудиторії. Фінансова складова відіграє важливу роль у формуванні туристичного продукту. Одні туристи готові платити за ексклюзивні дегустації, інші віддають перевагу бюджетним варіантам – вуличній їжі, ринкам та доступним дегустаційним турам. Крім того, гастрономічний туризм має сезонний характер. Винні тури найчастіше відвідують восени, літні фестивалі приваблюють туристів у теплу пору року, а зимові ярмарки користуються популярністю у святковий період. Завдяки глибокому аналізу попиту можна створити туристичний продукт, що відповідатиме очікуванням відвідувачів, буде економічно доцільним і сприятиме розвитку регіонального гастрономічного туризму [6].

Наступний етап передбачає розроблення концептуальної моделі гастрономічного туру, що включає (табл.1.6).

Таблиця 1.6. Формування концепції гастрономічного туру

Етап формування концепції	Опис
Визначення тематики туру	Формування основної ідеї туру, що базується на кулінарних традиціях регіону, його гастрономічній унікальності або певному типу страв (винний тур, сирний тур, фермерський тур тощо).
Цільова аудиторія	Аналіз потенційних туристів, визначення їхніх вподобань, рівня доходу, гастрономічних інтересів (гурмани, сім'ї, молодь, професійні кухарі, любителі органічних продуктів тощо).
Тривалість та формат маршруту	Визначення оптимальної тривалості туру (одноденний, багатоденний), формату подорожі (пішохідний, автобусний, змішаний) та інтенсивності програми.
Структура туру	Розробка логістики туру: послідовність відвідуваних об'єктів (ресторани, ринки, виробничі підприємства, ферми), графік заходів, дегустацій, майстер-класів.
Взаємодія з місцевими підприємствами	Залучення місцевих ресторанів, фермерських господарств, виноробень, пекарень та інших підприємств для співпраці, організація партнерських програм.
Додаткові активності	Включення до туру майстер-класів, дегустацій, відвідування фестивалів, екскурсій на виробництва, культурних заходів, зустрічей із шеф-кухарями.
Цінова політика	Формування пакету цінових пропозицій для різних сегментів туристів: бюджетні варіанти, стандартні тури, преміальні пропозиції з VIP-обслуговуванням.
Маркетинг та просування	Розробка маркетингової стратегії: використання соціальних мереж, співпраця з туристичними агентствами, розробка веб-ресурсів, залучення блогерів, створення відеоконтенту.

Джерело: [7, 8]

Формування концепції гастрономічного туру є комплексним процесом, що включає визначення тематики, цільової аудиторії, тривалості маршруту та його структури. Важливим аспектом є співпраця з місцевими підприємствами, що сприяє автентичності туру та підтримці регіонального бізнесу. Додаткові активності, такі як дегустації, майстер-класи, фестивалі та зустрічі з виробниками, значно підвищують привабливість маршруту. Також важливу роль відіграє цінова політика, яка дозволяє охопити різні категорії туристів – від бюджетних мандрівників до гурманів, що шукають ексклюзивні враження. Маркетингова стратегія має вирішальне значення для успішного просування туру. Використання соціальних мереж, партнерство з туристичними агентствами та створення якісного контенту допомагає привернути увагу

потенційних відвідувачів та забезпечити стабільний потік туристів. Успішна концепція гастрономічного туру базується на балансі між кулінарною автентичністю, зручністю маршруту та якістю наданих послуг, що в кінцевому підсумку сприяє популяризації гастрономічного туризму та економічному розвитку регіону [7, 8].

Гастрономічний туризм вимагає відповідної інфраструктури, яка забезпечує комфортне та безпечне пересування туристів:

- Оцінка транспортної доступності – маршрути повинні бути зручними для пересування, з урахуванням дорожньої інфраструктури, громадського транспорту та паркувальних зон.

- Готельна та ресторанна мережа – оцінка рівня сервісу закладів гостинності, можливість адаптації меню для туристів, організація харчування та відпочинку.

- Співпраця з місцевими виробниками – залучення локальних фермерів, рестораторів та виноробів для створення автентичного гастрономічного досвіду [7, 8].

Після визначення основних концептуальних аспектів необхідно скласти детальний маршрут (табл. 1.7).

Розробка маршруту та його змістового наповнення є важливим етапом у створенні гастрономічного туру. Вона передбачає визначення географічного охоплення, відбір об'єктів для відвідування, опрацювання логістики та послідовності пересування туристів. Ефективний маршрут поєднує в собі гастрономічні локації, культурні об'єкти та інтерактивні елементи, що залучають туристів до активної участі (дегустації, майстер-класи, екскурсії). Важливим аспектом є адаптація туру до різних категорій відвідувачів, що дозволяє зробити його доступним і привабливим для широкої аудиторії [15].

Для залучення туристів необхідно розробити ефективну маркетингову кампанію:

- Створення бренду туру – розроблення унікальної назви, логотипу, слогану, які підкреслюють автентичність маршруту.

Таблиця 1.7. Розробка маршруту та його змістове наповнення

Етап розробки маршруту	Опис
Визначення географічного охоплення	Визначення регіонів, міст або населених пунктів, що будуть включені до гастрономічного маршруту. Аналіз туристичної привабливості та доступності територій.
Вибір основних локацій	Вибір ресторанів, кафе, фермерських господарств, виноробень, кулінарних шкіл, ринків та інших об'єктів, що мають культурну та гастрономічну цінність.
Розробка логістики маршруту	Опрацювання оптимального транспортного сполучення між об'єктами маршруту, визначення доступних варіантів пересування (автобусні тури, пішохідні маршрути, комбіновані варіанти).
Формування послідовності відвідувань	Створення детального плану маршруту з визначенням послідовності відвідування об'єктів, часу перебування на кожній локації та загальної тривалості туру.
Змістове наповнення туру	Розробка програмного наповнення туру: проведення екскурсій, дегустацій, майстер-класів, знайомство з технологією виробництва продуктів та історією гастрономії регіону.
Інтерактивні елементи	Інтерактивні заходи, що залучають туристів до процесу: кулінарні майстер-класи, участь у зборі врожаю, дегустаційні змагання, приготування традиційних страв.
Адаптація маршруту до потреб туристів	Розробка спеціальних варіантів маршруту для різних груп туристів (сімейні тури, екскурсії для гурманів, молодіжні тури, корпоративні поїздки, тури для професіоналів гастрономічної сфери).

Джерело: складено автором на основі [14, 15]

- Використання цифрових технологій – розроблення веб-сайту або мобільного додатка, що містить інформацію про тур, маршрути, онлайн-бронювання, відгуки туристів.

- Просування у соціальних мережах – активна робота з цільовою аудиторією через Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, співпраця з блогерами та туристичними платформами.

- Рекламні кампанії – створення промоційних відео, статей у туристичних журналах, співпраця з міжнародними та національними туристичними агентствами [14].

Оцінка результативності гастрономічного маршруту є важливою складовою його успішного функціонування. Для цього використовують кілька методів:

- Аналіз туристичного потоку – визначення кількості туристів, що

скористалися маршрутом, оцінка рівня завантаженості об'єктів.

- Збір зворотного зв'язку – проведення опитувань серед туристів для виявлення їхніх вражень, сильних і слабких сторін туру.

- Оцінка економічного впливу – аналіз прибутковості маршруту, обсягів продажів у закладах, підвищення зайнятості у сфері обслуговування.

- Коригування маршруту – внесення змін до туру на основі отриманих відгуків, оновлення програми, додавання нових локацій [18].

Таким чином, методичні підходи до розроблення гастрономічних турів охоплюють дослідження місцевого гастрономічного потенціалу, визначення концепції маршруту, оцінку інфраструктури, формування сценарію туру, маркетингові стратегії та механізми оцінки ефективності.

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ГАСТРОНОМІЧНИХ ТУРІВ МІСТА ПОЛТАВИ

2.1. Моніторинг існуючих гастрономічних турів міста

Гастрономічний туризм посідає все помітніше місце у структурі туристичної галузі України. На тлі зростаючого інтересу до локальної культури, традицій та кулінарної спадщини гастротуризм перетворюється на один із важливих чинників підвищення туристичної привабливості регіонів, сприяючи диверсифікації туристичних продуктів і сталому розвитку місцевих економік. У сучасних умовах розвитку України гастротуризм активно реагує на соціально-економічні та політичні зміни.

З одного боку, національна ідентичність, яка набуває все більшої ваги у контексті європейської інтеграції та подолання наслідків військових дій, стимулює зростання зацікавленості в автентичній українській кухні, відродженні забутих рецептів і локальних кулінарних практик. З іншого боку, складні умови воєнного стану обмежують туристичну мобільність і змушують орієнтуватися переважно на внутрішній туризм, що своєю чергою створює нові можливості для розвитку регіональних гастрономічних маршрутів [22].

Внутрішній гастротуризм в Україні демонструє тенденцію до зростання за рахунок організації фестивалів їжі, гастрономічних турів, дегустацій локальних продуктів, а також створення тематичних туристичних кластерів. Регіони зі сформованими традиціями виноробства, сироваріння, виробництва меду чи м'ясних делікатесів, такі як Закарпаття, Одещина, Львівщина, Черкащина, Полтавщина, активно формують гастрономічні туристичні продукти, що поєднують кулінарні враження із культурними подорожами [24].

Важливим чинником розвитку гастротуризму є зміна споживацьких переваг: сучасний турист прагне не тільки відпочинку, а й нових знань, емоційного збагачення, відчуття приналежності до автентичної культури. Українські гастротури стають дедалі різноманітнішими: з'являються пропозиції участі у майстер-класах з приготування традиційних страв, екскурсії на сімейні

ферми, візити до локальних виробників вина, сиру, пива, меду [27].

Неабиякого значення набуває розвиток гастрономічного брендингу територій. Наприклад, Закарпаття активно популяризує фестивалі бограчу, Одещина — маршрути виноробними господарствами, Львів — як центр кавової культури та солодоців. Розробка туристичних маршрутів, спрямованих на ознайомлення з гастрономічною специфікою кожного регіону, сприяє підвищенню його туристичної привабливості та економічної стійкості [27].

Однак, поряд із позитивними тенденціями, існують і певні труднощі. Серед них варто зазначити нерівномірність розвитку гастротуризму в регіонах, недостатню маркетингову підтримку локальних ініціатив, брак професійних кадрів для обслуговування туристів, обмежений доступ до міжнародних ринків через об'єктивні безпекові ризики. Крім того, існує потреба в удосконаленні інфраструктури, підвищенні якості гастрономічних послуг, забезпеченні відповідності продуктів міжнародним стандартам безпеки та якості [24].

Отже, гастротуризм в Україні в сучасних умовах виявляється не лише перспективною складовою туристичної індустрії, а й важливим інструментом економічного та культурного відновлення країни. Враховуючи багатство українських кулінарних традицій, різноманіття локальних продуктів і зростання внутрішнього попиту, при належній підтримці та стратегічному розвитку гастротуризм може стати одним із провідних напрямів підвищення конкурентоспроможності національної туристичної сфери на міжнародній арені.

Рис. 2.1. відображає розподіл попиту туристів за основними видами гастрономічного туризму в Україні. Представлені дані ілюструють, які саме форми гастрономічних подорожей є найбільш привабливими для споживачів на сучасному етапі, а також дають змогу окреслити напрями подальшого розвитку туристичних продуктів, спрямованих на популяризацію національної кулінарної спадщини.

На основі представленої кругової діаграми можна зробити висновок про сучасні уподобання туристів щодо напрямів гастрономічного туризму в Україні. Найбільшу популярність мають підприємства ресторанного

господарства — на їхню користь висловилися 29% респондентів. Це свідчить про те, що відвідування ресторанів, кафе, тематичних закладів з автентичною українською кухнею залишається найбільш поширеною формою гастрономічного туризму. Серед чинників такої популярності можна виділити комфортні умови, широкий вибір страв, можливість швидко ознайомитися з регіональними особливостями кухні.



Рис. 2.1. Об'єкти гастрономічного туризму України, які користуються попитом у туристів

Джерело: складено автором на основі [47]

На другому місці за рівнем попиту перебувають заклади торгівлі локальними продуктами харчування — їх обирають 26% опитаних. Це свідчить про зростання інтересу туристів до придбання автентичних продуктів безпосередньо у виробників або в спеціалізованих магазинах, що дозволяє підтримувати локальні громади та забезпечує глибше знайомство з гастрономічною культурою регіонів.

Третю позицію займають гастрономічні свята та фестивалі, що становлять 20% від загального попиту. Така популярність пояснюється тим, що фестивалі надають змогу не лише скуштувати різноманітні страви, а й долучитися до культурної програми, дізнатися більше про традиції та кулінарну спадщину певної місцевості. Кулінарні майстер-класи обрали 13% туристів. Це свідчить про інтерес до інтерактивних форм гастрономічного туризму, де туристи можуть особисто взяти участь у приготуванні традиційних страв, що підвищує емоційну залученість та рівень задоволення від подорожі.

Відносно невелика частка припадає на гастрономічні ярмарки — 7%. Це свідчить про те, що хоча ярмарки і залишаються важливим елементом гастрономічної пропозиції, вони дещо поступаються за популярністю організованим фестивалям і постійним торговим майданчикам. Лише 2% опитаних зацікавлені у гастрономічних маршрутах, пов'язаних із фермерськими угіддями. Це може свідчити про недостатню популяризацію такого виду туризму або про потребу у вдосконаленні туристичних продуктів у цьому сегменті. Щодо 3% респондентів, вони не змогли визначитися з уподобаннями, що може свідчити або про низький рівень обізнаності про гастрономічний туризм, або про потребу у більш ефективній інформаційній підтримці та просуванні гастрономічних маршрутів.

Отже, дані діаграми демонструють, що в Україні гастрономічний туризм розвивається переважно через традиційні заклади харчування та спеціалізовані торгові точки локальних продуктів. Набирають популярності гастрономічні фестивалі й інтерактивні форми участі, як-от кулінарні майстер-класи. Однак деякі напрями, зокрема гастротури на фермерські господарства або гастрономічні ярмарки, поки що мають обмежений попит і потребують додаткових зусиль щодо популяризації та розвитку.

Оцінка розвитку туристичної галузі регіонів України в сучасних умовах є важливим завданням для формування обґрунтованих стратегій підтримки та стимулювання внутрішнього туризму. Одним із показників активності туристичного сектору є надходження туристичного збору, що відображає

кількість туристів, рівень їх витрат та загальну економічну динаміку в галузі.

На рисунку 2.2. представлено зміну обсягів надходжень туристичного збору в Полтавській області за 2022–2024 роки. Представлені дані дозволяють виявити тенденції розвитку туристичної діяльності у регіоні, оцінити вплив зовнішніх чинників, таких як воєнний стан, на туристичну активність, а також визначити перспективи подальшого зростання галузі.

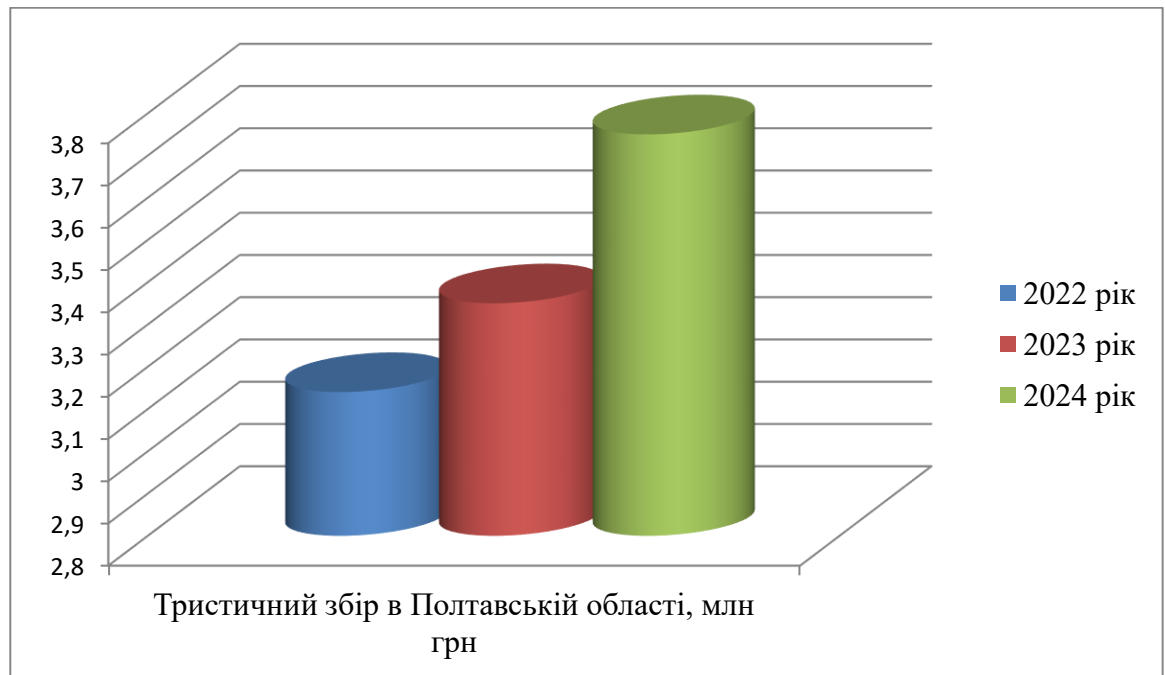


Рис. 2.2. Динаміка надходжень туристичного збору в Полтавській області, млн. грн.

Джерело: складено автором на основі [48-50]

Представлені дані свідчать про стійку тенденцію до зростання надходжень туристичного збору в Полтавській області упродовж аналізованого періоду, попри складні соціально-економічні обставини, викликані війною.

У 2022 році цей показник збільшився до 3.14 млн грн, продемонструвавши зростання приблизно на 27.6% порівняно з попереднім роком. Такий результат є показовим, враховуючи воєнний стан і загальне зниження мобільності населення. Це свідчить про те, що навіть у складних умовах внутрішній туризм на Полтавщині залишався затребуваним, а локальні туристичні продукти були адаптовані до нових реалій.

У 2023 році туристичний збір продовжив зростати й досяг 3.35 млн грн, що свідчить про поступову стабілізацію туристичної галузі. Збільшення збору на 6.7% порівняно з 2022 роком вказує на збереження позитивної динаміки, хоча й із деяким уповільненням темпів приросту, що є природним у період економічної адаптації до тривалого конфлікту.

У 2024 році зафіксовано рекордний рівень надходжень туристичного збору — 3.75 млн грн, що перевищує показник 2023 року на 11.9%. Така динаміка демонструє явну тенденцію до активізації туристичної діяльності в регіоні. Зростання збору свідчить про збільшення кількості туристів, зростання середніх витрат на відпочинок або розширення бази об'єктів, які сплачують туристичний збір.

Аналіз динаміки також дозволяє припустити, що на розвиток туристичної сфери Полтавщини позитивно впливають:

- популяризація культурно-історичних маршрутів та гастрономічного туризму;
 - зростання попиту на внутрішні подорожі серед українців через обмеження виїзду за кордон;
 - вдосконалення туристичної інфраструктури, зокрема збільшення кількості закладів розміщення та організація локальних фестивалів;
- підтримка туристичної галузі з боку місцевої влади через програми розвитку регіонального туризму.

Водночас варто зазначити, що зростання туристичного збору може бути також результатом посилення контролю за його сплатою або перегляду ставок, що вимагає уточнення для повного розуміння причин змін.

Отже, аналіз свідчить про позитивну динаміку розвитку туристичної галузі Полтавської області у 2022–2024 роках. Полтавщина зберігає привабливість для туристів навіть у складних умовах, демонструючи потенціал для подальшого зростання та розширення туристичної пропозиції.

Полтавщина володіє значним туристичним потенціалом завдяки багатому культурному, історичному та природному надбанням. Цей регіон славиться

численними пам'ятками, які відображають його унікальну історію та національну самобутність. До найбільш відвідуваних туристичних об'єктів належать «Гоголівські місця», де можна глибше познайомитися з творчістю та біографією видатного письменника, музей-заповідник «Поле Полтавської битви», що зберігає пам'ять про одну з найвизначніших подій XVIII століття, а також музей-садиба Івана Котляревського, що є осередком української літературної спадщини. Серед інших популярних локацій варто відзначити Корпусний сад з монументом Слави, відомий своєю історичною та архітектурною цінністю, село Опішня, яке є центром традиційного українського гончарства, та Решетилівку, що славиться своєю ткацькою майстерністю. Додатковим фактором привабливості є Миргород із численними санаторіями, що забезпечують можливості для рекреаційного відпочинку та оздоровлення [43].

Особливе місце серед ресурсів регіону займає традиційна кухня Полтавщини, що здавна була оспівана у творах Миколи Гоголя та Івана Котляревського. Завдяки багатству смаків і використанню натуральних продуктів, автентичні страви регіону викликають зацікавленість серед туристів з різними гастрономічними уподобаннями. Полтавська кухня є відображенням глибоких кулінарних традицій, які формувалися століттями, проте рівень розвитку гастрономічного туризму в Полтавській області суттєво поступається іншим регіонам України. Львівщина, Закарпаття та Одещина вже тривалий час використовують гастрономічний туризм як один із основних напрямів туристичної діяльності, де попит на подібні подорожі перевищує інтерес до традиційних екскурсій. У цих регіонах діє значна кількість ремісничих господарств, зокрема сироварень, виноробних підприємств, ягідних ферм та кавових майстерень, що сприяє створенню унікальних гастрономічних маршрутів. Ресторани, які використовують локальні продукти та експериментують з традиційними рецептами, створюють додаткову привабливість для туристів [44].

Рисунок 2.3. відображає розподіл туристичних вподобань у відсотковому співвідношенні за основними напрямами гастрономічного туризму.

Представлені дані дають змогу чітко унаочнити, які саме гастрономічні враження є найбільш привабливими для відвідувачів Полтави, а також визначити потенційні зони для розвитку нових туристичних продуктів у сфері кулінарного туризму.



Рис. 2.3. Вподобання туристів щодо гастрономічних приваб Полтави (розподіл у відсотках)

Джерело: складено автором на основі [48-50]

Найбільший інтерес у туристів викликає відвідування ресторанів, що спеціалізуються на традиційній полтавській кухні: 34% опитаних надають перевагу саме цьому виду гастрономічного відпочинку. Це свідчить про високу привабливість локальної кулінарної спадщини Полтави, особливо таких брендів страв як галушки, борщ, печені деруни. На другій позиції перебуває участь у гастрономічних фестивалях і святкових заходах — 25% туристів прагнуть не лише скуштувати місцеву кухню, а й стати учасниками культурних подій, що поєднують гастрономію з етнографічними, музичними та мистецькими традиціями. 18% туристів висловлюють зацікавленість у придбанні локальних продуктів — меду, сирів, ковбас, традиційної полтавської олії. Це свідчить про

попит на автентичні продукти харчування як на сувенірну продукцію або гастрономічні подарунки.

Майстер-класи з приготування автентичних страв приваблюють 12% туристів, що відображає зростаючий попит на інтерактивні форми гастротуризму, коли мандрівники прагнуть отримати особистий кулінарний досвід. 7% туристів обирають екскурсії на фермерські господарства та дегустації продуктів безпосередньо у виробників, що свідчить про формування ніші агротуризму в гастрономічній пропозиції Полтави. 4% респондентів зазначили інші вподобання, серед яких приватні гастроподорожі, індивідуальні дегустаційні тури та відвідування винних підвалів і міні-броварень.

Результати аналізу показують, що найбільшу зацікавленість туристів викликають відвідування ресторанів традиційної полтавської кухні, участь у гастрономічних фестивалях і придбання локальних продуктів харчування. Попит на інтерактивні форми відпочинку, такі як кулінарні майстер-класи, підтверджує актуальність розвитку досвіду, орієнтованого на залучення туристів до автентичної культури. Водночас низький рівень інтересу до екскурсій на фермерські господарства свідчить про необхідність активнішого просування агротуристичних маршрутів. Загалом гастрономічний туризм у Полтаві має добру динаміку розвитку й значні перспективи для подальшого розширення туристичної пропозиції.

Аналіз гастрономічних турів, які пропонують туристичні оператори Полтавщини, свідчить про наявність лише декількох організованих гастротурів, що відповідають сучасним стандартам. Водночас упродовж останніх років значні зусилля громадських організацій та місцевих ініціатив були спрямовані на розвиток сільського зеленого туризму та відродження національної кулінарної спадщини. Це сприяло створенню нових напрямків, які дозволяють глибше познайомитися з гастрономічною культурою регіону та її традиціями.

Одним із таких об'єктів є етнографічний комплекс «Старий Хутір» у селищі Опішня, який включає реконструйовані сільські будиночки з елементами традиційного українського декору. На території комплексу працює «Майстерня

Опішнянських страв», а також є спеціальний простір для проведення гастрономічних фестивалів. Відвідувачі можуть скуштувати традиційні полтавські страви, приготовані з екологічно чистих продуктів, серед яких шпундра, соломаха, баба-шарпанина, качана каша, балабушки, затірка, вергуни та тетеря. Окрім того, комплекс має власну крафтову пивоварню та екоферму, що дозволяє туристам отримати унікальний досвід взаємодії з локальним сільським господарством [42].

Ще однією цікавою локацією є етнографічний музей самогону та пива, розташований у селі Абазівка. Цей заклад знайомить відвідувачів з історією самогонваріння та пивоваріння в Україні, демонструє унікальні апарати для дистиляції та дозволяє відвідати сучасне виробництво крафтового пива. Туристи можуть не лише дізнатися про особливості традиційного українського алкоголю, а й продегустувати місцеві напої та взяти участь у майстер-класах із приготування традиційних страв. До унікальних туристичних об'єктів також належить історико-культурний комплекс «Вечори на хуторі біля Диканьки» в селі Проні, який поєднує елементи ресторанного господарства та театралізованих подій. Комплекс включає стилізований шинок, українські банкетні будиночки, ставок для риболовлі та конюшню. Для відвідувачів організовуються гастрономічні фестивалі, що супроводжуються театралізованими постановками за мотивами творів Миколи Гоголя. Завдяки такому формату туристи мають змогу не лише скуштувати традиційні страви, а й відчувати атмосферу старовинного українського села.

Окремої уваги заслуговує інтерактивний музей народної гастрономії, який функціонує на базі туристичного комплексу «Турист» у Полтаві. Експозиція музею відтворює побут різних соціальних верств населення XIX століття, демонструючи традиції кулінарії селян, міщан та дворян. Відвідувачі можуть ознайомитися з традиційним посудом, предметами побуту та взяти участь у театралізованих майстер-класах із приготування галушок і вареників, що завершується дегустацією страв. Полтава та її околиці пропонують різноманітні гастрономічні тури, що дозволяють зануритися в багатство місцевої кулінарної

спадщини та культурних традицій.

Етнотур «День в Полтаві» - це авторський тур пропонує зануритися в світ цікавих легенд та таємниць старого міста. Учасники матимуть можливість відвідати визначні місця Полтави та скуштувати традиційні страви місцевої кухні (табл. 2.1.). Під час туру учасники дізнаються про легенди та таємниці старого міста, відвідують визначні пам'ятки та насолоджуються місцевою кухнею.

Таблиця 2.1. Етнотур «День в Полтаві»

Елемент туру	Опис
Оглядова екскурсія містом	Відвідування історичних пам'яток, архітектурних ансамблів та культурних об'єктів Полтави. Розповіді про визначні події та відомих постатей міста.
Мультимедійна презентація	Використання сучасних технологій для демонстрації історичних матеріалів, архівних фото та відео, що ілюструють розвиток міста.
Гастрономічна складова	Дегустація традиційних полтавських страв у місцевих ресторанах або під час спеціально організованих дегустацій.
Майстер-класи	Участь у приготуванні автентичних страв Полтавщини, ремісничих виробів, що відображають етнічну культуру регіону.
Відвідування музеїв	Огляд експозицій, що розповідають про історію Полтави, її видатних діячів, традиції та гастрономічну спадщину.
Прогулянки мальовничими місцями	Прогулянки парками, скверами, природними зонами, що є невід'ємною частиною міського ландшафту.

Джерело: [35]

Гастротур «Лісовий равлик» — це унікальна можливість зануритися в світ равликівництва та насолодитися вишуканими делікатесами на фермі «Лісовий Равлик», розташованій поблизу Полтави. Ця екскурсія поєднує пізнавальні та гастрономічні елементи, пропонуючи відвідувачам незабутній досвід (табл. 2.2.).

Культурно-гастрономічна експедиція у серце Полтавщини – це триденна подорож охоплює села Опішня та Козубівка, відомі своєю автентичністю та гончарними традиціями. Учасники зможуть взяти участь у майстер-класах з гончарства, скуштувати традиційні страви Полтавщини та насолодитися проживанням у сучасних будиночках на панорамних схилах. Маршрут охоплює мальовничі села Опішня та Козубівка, відомі своєю автентичною атмосферою та глибоким корінням у народних ремеслах [17].

Таблиця 2.2. Гастротур «Лісовий равлик»

Елемент туру	Опис
Екскурсія фермою	Знайомство з процесом вирощування їстівних равликів <i>Helix Aspersa Maxima</i> та <i>Helix Aspersa Muller</i> . Огляд плантацій, розповідь про життєвий цикл равликів, особливості догляду та технології їхнього розведення.
Дегустація равликових делікатесів	Можливість скуштувати різноманітні страви з равликів, приготовані за традиційними та сучасними рецептами. Ознайомлення з кулінарними особливостями равликів та їх користю для здоров'я.
Равликові перегони	Розважальна частина туру, під час якої відвідувачі можуть спостерігати за змаганнями равликів, робити ставки на улюбленого учасника та вигравати призи.
Фотосесія на території ферми	Можливість зробити яскраві фотографії на спеціально облаштованих фотозонах, що дозволяє зберегти унікальні спогади про відвідування ферми.
Додаткова інформація	Розташування: с. Терентіївка, вул. Злагоди 7, Полтавський район. Контактні телефони: +38 (095) 36 05 777; +38 (096) 36 05 777. Тривалість екскурсії: близько 1 години. Вартість: екскурсія – 200 грн для дорослих, 150 грн для дітей; дегустація – 150 грн.

Джерело: складено автором

Опішня, одне з найдавніших поселень Полтавщини, славиться своїми гончарними традиціями. Тутешні майстри з покоління в покоління передають секрети виготовлення керамічних виробів, які стали символом українського народного мистецтва. Під час експедиції учасники матимуть можливість відвідати майстер-класи з гончарства, де зможуть власноруч створити глиняний виріб, відчути процес формування та оздоблення кераміки [17].

Козубівка відома своїм етнографічним музеєм, де зібрано багатий асортимент традиційного українського одягу, побутових речей та предметів мистецтва. Відвідувачі зможуть зануритися в атмосферу минулих століть, дізнатися про особливості життя та побуту місцевих жителів, а також насолодитися красою народних пісень та танців [17].

Гастрономічна складова експедиції включає дегустацію традиційних полтавських страв, таких як галушки, шпундра та качана каша. Ці страви, приготовані за старовинними рецептами, відображають кулінарну спадщину регіону та дозволяють відчути справжній смак Полтавщини. Проживання під час

подорожі організовано в сучасних SMART-будиночках, розташованих на панорамних схилах уздовж річки Ворскла. Оточені дубовими лісами та луговим різнотрав'ям, ці будиночки забезпечують комфортний відпочинок та можливість насолодитися природою [17].

Експедиція також передбачає прогулянки мальовничими місцями, відвідування місць природної сили та знайомство з енергією людей, які жили та творили на Полтавщині. Це унікальна можливість відчутти дух регіону, доторкнутися до його історії та культури, а також насолодитися гостинністю місцевих жителів [17]. Ця подорож підходить для всіх, хто цікавиться українською культурою, історією та гастрономією, і бажає провести час у затишній атмосфері, насолоджуючись красою Полтавщини.

Інтерактивний музей народної гастрономії. Розташований у туркомплексі «Турист», цей музей пропонує екскурсії, майстер-класи з виготовлення галушок та вареників з подальшою дегустацією. Експозиція представлена селянським інтер'єром, інтер'єром міщанина та дворянина XIX століття, а також речами побуту та кухонного ужитку. Інтерактивний музей народної гастрономії в Полтаві, розташований у туристичному комплексі «Турист» на вулиці Миру, 12, є унікальним закладом, що поєднує культурну спадщину з активною участю відвідувачів. Відкритий у 2018 році, музей пропонує зануритися в атмосферу українського побуту та кулінарних традицій [11].

Експозиція музею представляє інтер'єри селян, міщан та дворян XIX століття, а також побутові та кухонні речі того часу. Особливістю музею є те, що всі експонати дозволено використовувати: їх можна одягати, з них їсти та на них сидіти. Це створює інтерактивний досвід, який дозволяє відвідувачам повністю зануритися в історичну епоху [11]. Під час екскурсії відвідувачі дізнаються про традиції української кухні, беруть участь у міні-виставах, приміряють одяг предків та створюють ексклюзивні фотосесії. Також проводяться майстер-класи з виготовлення галушок та вареників у ресторані комплексу з подальшою дегустацією. Крім того, пропонується дегустація страв з «Енеїди» Івана Котляревського [12].

Музей також організовує полтавські вечорниці, зустрічі з героями творів Миколи Гоголя, співи народних пісень під баян, що робить відвідування ще більш захоплюючим та пізнавальним [13].

Гастрономічна екскурсія «Чого не їли предки наші» Ця екскурсія, започаткована влітку 2022 року, знайомить відвідувачів зі стравами з «Енеїди» Івана Котляревського. Учасники мають можливість не лише дізнатися про кулінарні традиції того часу, але й скуштувати відтворені за старовинними рецептами страви (табл. 2.3).

Таблиця 2.3. Гастрономічна екскурсія «Чого не їли предки наші»

Елемент екскурсії	Опис
Мета екскурсії	Ознайомлення з автентичними стравами української кухні, які сьогодні рідко зустрічаються на наших столах. Відродження та популяризація кулінарних традицій, що відображають багатство української культури.
Історичний екскурс	Розповідь про страви, популярні серед предків, особливості їх приготування та використання традиційних інгредієнтів. Аналіз впливу інших культур на українську кухню та зміни в харчових звичках протягом століть.
Майстер-клас з приготування традиційних страв	Учасники власноруч готують такі страви, як шпундра, тетеря, верещака, соломаха, щерба, хляки, лемішка, шулики, загреби, варенуха, запіканка, чикилдиха, вергуни. Майстри-кулінари розповідають про особливості приготування, дають поради щодо відтворення автентичних смаків.
Дегустація	Після приготування учасники дегустують власноруч створені страви, обговорюють їхній смак, текстуру та аромат. Дегустація супроводжується історичними коментарями про традиції їх вживання, звичаї та обрядові моменти, пов'язані з цими стравами.
Цінність екскурсії	Збереження і відновлення забутих кулінарних традицій, розширення знань про гастрономічну спадщину України. Практичне освоєння приготування автентичних страв дозволяє учасникам долучитися до національної культурної спадщини та відчувати дух історії через гастрономію.

Джерело: [17, 11-14]

На сам кінець, проведемо SWOT-аналіз розвитку гастрономічного туризму в місті Полтава в таблиці 2.4.

SWOT-аналіз розвитку гастрономічного туризму в Полтаві дозволяє комплексно оцінити внутрішні та зовнішні чинники, які впливають на формування туристичної привабливості регіону. Проведене дослідження засвідчує, що Полтава має значні передумови для розвитку гастрономічного туризму, але водночас стикається з низкою проблем, що можуть обмежувати

Таблиця 2.4. SWOT-аналіз розвитку гастрономічного туризму в місті Полтава

Фактор	Опис
Сильні сторони (Strengths)	<ul style="list-style-type: none"> - Багата кулінарна спадщина (традиційні страви: полтавські галушки, борщ, вареники, домашня ковбаса). - Географічно вигідне розташування (зручний доступ з Києва, Харкова, Дніпра). - Розвинена культура проведення гастрономічних фестивалів (Фестиваль полтавської галушки, Сорочинський ярмарок). - Наявність туристичних агентств, що спеціалізуються на гастрономічних турах. - Популярність національної української кухні серед туристів. - Відносно доступні ціни на їжу та туристичні послуги порівняно з іншими регіонами України.
Слабкі сторони (Weaknesses)	<ul style="list-style-type: none"> - Недостатньо розвинена туристична інфраструктура (обмежена кількість готелів високого рівня, сервіс у закладах харчування потребує покращення). - Недостатнє просування Полтави як гастрономічного туристичного напрямку на міжнародному рівні. - Відсутність комплексних гастрономічних маршрутів та екскурсійних програм. - Низька інвестиційна активність у сфері гастрономічного туризму. - Недостатня кількість кваліфікованих фахівців у сфері ресторанного бізнесу та туристичних послуг.
Можливості (Opportunities)	<ul style="list-style-type: none"> - Зростаючий інтерес до гастрономічного туризму в Україні та світі. - Можливість інтеграції гостротуризму з іншими видами туризму (етнографічним, екологічним, подієвим). - Розвиток маркетингових кампаній для популяризації гастрономічного туризму в Полтаві. - Залучення міжнародних грантів та інвесторів для розвитку гостротуризму. - Використання соціальних мереж та цифрових технологій для просування Полтави як гастрономічного напрямку. - Організація нових гастрономічних заходів та ярмарків для розширення туристичного потоку.
Загрози (Threats)	<ul style="list-style-type: none"> - Нестабільна економічна ситуація та зниження платоспроможності населення. - Конкуренція з іншими регіонами України, що активно розвивають гастрономічний туризм (Львів, Одеса, Закарпаття). - Вплив глобальних криз (наприклад, пандемії або військові дії), що можуть зменшити туристичний потік. - Екологічні проблеми, що можуть вплинути на якість місцевих продуктів та сировини для гастрономії. - Відсутність системної державної підтримки для розвитку гастрономічного туризму.

Джерело: складено автором

його потенціал. Однією з головних переваг міста є його багата кулінарна спадщина. Полтавські страви, зокрема галушки, борщ із пампушками, вареники,

вергуни та інші традиційні наїдки, є не просто елементами місцевої кухні, а частиною національної культури. Вони мають глибокі історичні корені та згадуються в класичній українській літературі, що сприяє їхній популяризації серед туристів. Додатковим чинником, що підсилює розвиток гастрономічного туризму, є розташування Полтави в центральній частині країни, що забезпечує зручне транспортне сполучення з Києвом, Харковом, Дніпром та іншими великими містами. Таке географічне положення створює умови для формування потужного туристичного потоку, особливо в межах внутрішнього туризму.

Гастрономічні фестивалі, що проводяться у Полтаві, відіграють важливу роль у популяризації місцевої кухні та залученні туристів. Найвідомішими серед них є Фестиваль полтавської галушки та Сорочинський ярмарок, які щорічно приваблюють відвідувачів з різних куточків України. Важливою перевагою регіону є наявність туристичних агентств, що розробляють гастрономічні тури, які включають майстер-класи, дегустації, відвідування місцевих ферм та знайомство з традиційними рецептами. Це сприяє збереженню та відродженню кулінарних традицій, що є важливим чинником розвитку регіонального туризму.

Попри значні перспективи, Полтава стикається з низкою викликів, які гальмують розвиток гастрономічного туризму. Основною проблемою залишається недостатньо розвинена туристична інфраструктура. Обмежена кількість сучасних готелів, недостатній рівень сервісу в деяких закладах харчування та відсутність добре організованих гастрономічних маршрутів обмежують можливості для створення повноцінного туристичного продукту. Ще одним стримувальним фактором є слабка маркетингова стратегія та недостатня міжнародна промоція Полтави як гастрономічного напрямку. Хоча місто має значний потенціал, інформація про його гастрономічну культуру та туристичні можливості не є достатньо представленою у світовому інформаційному просторі.

Фінансова підтримка з боку держави також залишається недостатньою, що знижує можливості залучення інвесторів для розвитку ресторанної індустрії, організації гастрономічних фестивалів та створення унікальних гастрономічних просторів. Важливою проблемою залишається дефіцит кваліфікованих фахівців

у сфері гостинності, зокрема шеф-кухарів, які володіють мистецтвом традиційної української кухні та можуть працювати у форматі гастрономічного туризму.

Водночас аналіз зовнішніх можливостей демонструє, що Полтава має реальні перспективи для розвитку гастротуризму, зважаючи на зростаючий інтерес до локальної та традиційної кухні серед туристів. Інтеграція гастрономічного туризму з іншими видами подорожей, такими як етнографічний, екологічний або подієвий туризм, дозволить урізноманітнити туристичну пропозицію та зробити її більш конкурентоспроможною. Використання цифрових технологій та соціальних мереж для просування туристичного продукту може значно підвищити впізнаваність Полтави як гастрономічного центру. Додаткові перспективи відкриває можливість залучення міжнародних грантів та програм фінансової підтримки, спрямованих на розвиток культурних та туристичних ініціатив. Існують зовнішні загрози, які можуть негативно впливати на розвиток гастрономічного туризму. До таких чинників належать економічна нестабільність, зниження рівня доходів населення, що може зменшити кількість туристів, готових витратити кошти на подорожі та гастрономічні враження. Важливим викликом є конкуренція з іншими регіонами України, що активно розвивають гастрономічний туризм, такими як Львів, Закарпаття чи Одеса. Крім того, глобальні кризи, зокрема пандемії або військові конфлікти, можуть суттєво знизити туристичний потік, що безпосередньо вплине на рентабельність галузі.

Загальний аналіз засвідчує, що розвиток гастрономічного туризму в Полтаві є перспективним напрямком, проте його ефективна реалізація потребує комплексного підходу. Основними заходами, які необхідно впровадити, є покращення туристичної інфраструктури, створення нових гастрономічних маршрутів, активне використання маркетингових стратегій та підвищення рівня сервісу. Особливу увагу слід приділити залученню інвестицій та розвитку державно-приватного партнерства, що дозволить реалізувати масштабні проєкти у сфері гастрономічного туризму. Важливим напрямком є підготовка

кваліфікованих кадрів, які зможуть працювати у сфері туристичних послуг та ресторанного бізнесу.

Враховуючи результати SWOT-аналізу, можна стверджувати, що Полтава має значний потенціал для розвитку гастрономічного туризму, проте для його повноцінної реалізації необхідні активні кроки з боку місцевої влади, бізнесу та туристичних операторів. Лише системний підхід та комплексна стратегія дозволять перетворити Полтаву на привабливий гастрономічний туристичний центр, що сприятиме розвитку місцевої економіки, збереженню культурної спадщини та залученню нових туристичних потоків.

Таким чином, Полтавщина має значний потенціал для розвитку гастрономічного туризму завдяки багатій історико-культурній спадщині та унікальним кулінарним традиціям. Однак цей напрям все ще потребує подальшого вдосконалення, оскільки поступається іншим регіонам за рівнем організації гастротурів та туристичної інфраструктури.

2.2. Аналіз діяльності туристичних підприємств щодо реалізації продуктів гастрономічного туризму

Аналіз діяльності туристичних підприємств Полтави щодо реалізації продуктів гастрономічного туризму показує, що цей напрямок знаходиться на стадії розвитку. У Полтаві є туристичні агентства, які пропонують гастрономічні тури та екскурсії, що дозволяють зануритися в кулінарні традиції регіону.

Туристичний клуб «Аби не дома» — це полтавська організація, яка спеціалізується на організації різноманітних екскурсій та турів по Україні та за її межами. Серед їхніх пропозицій особливе місце займає авторський гастрономічний тур «Гастрономічна Полтавщина», який дозволяє відчутти колорит регіону через його кулінарні традиції. Тур включає майстер-класи з приготування полтавських галушок, дегустації місцевих страв та відвідування музеїв народної гастрономії. Учасники туру мають можливість навчитися готувати такі відомі полтавські страви, як галушки, борщ з пампушками,

вареники з вишнею, домашню ковбаску та інші смаколики [41].

Після майстер-класів учасники можуть насолодитися результатами своєї праці, а також скуштувати інші традиційні страви Полтавщини, що дозволяє глибше зануритися в гастрономічну культуру регіону. Тур включає екскурсії до місць, де можна дізнатися про історію та розвиток української кухні, побачити старовинне кухонне приладдя та ознайомитися з кулінарними традиціями предків. Окрім гастрономічних заходів, програма туру може включати відвідування кінного клубу «Імпульс», де учасники можуть насолодитися спілкуванням з кіньми та дізнатися більше про кінний спорт [46].

Туристична агенція «Магістраль-тур» Полтава, Україна Організовує гастрономічні тури з виїздом з Полтави, включаючи відвідування місцевих ферм, дегустації сирів з вином або узваром, що дозволяє туристам ознайомитися з місцевими гастрономічними традиціями. Туристична агенція «Магістраль-тур» у Полтаві активно займається організацією гастрономічних турів, які дозволяють туристам глибше ознайомитися з місцевими кулінарними традиціями та культурою. Агенція організовує поїздки до фермерських господарств Полтавщини, де туристи можуть ознайомитися з процесом виробництва сільськогосподарської продукції, поспілкуватися з фермерами та дізнатися про особливості ведення господарства в регіоні. У рамках турів пропонуються дегустації місцевих сирів у поєднанні з винами або традиційними українськими напоями, такими як узвар. Це дає можливість відчутти смакові особливості полтавської кухні та оцінити її різноманітність [41].

Туристи мають змогу взяти участь у майстер-класах з приготування традиційних полтавських страв, таких як галушки, борщ та вареники. Під керівництвом досвідчених кухарів учасники дізнаються секрети приготування цих страв та зможуть відтворити їх у домашніх умовах. Окрім гастрономічних заходів, «Магістраль-тур» пропонує екскурсії до місцевих музеїв та культурних об'єктів, що дозволяє глибше зануритися в історію та традиції Полтавщини. Завдяки таким програмам, «Магістраль-тур» сприяє популяризації полтавської гастрономічної спадщини та надає туристам унікальну можливість відчутти

автентичний смак регіону [33].

Туристичне агентство «Фортуна-тур» у Полтаві спеціалізується на організації різноманітних індивідуальних та групових екскурсій по Україні, включаючи гастрономічні тури, які дозволяють туристам ознайомитися з кулінарною спадщиною різних регіонів [45].

Таблиця 2.6. Гастрономічні тури туристичного агентства «Фортуна-тур»

Напрямок діяльності	Опис
Гастрономічні тури по Україні	Організація турів, що поєднують відвідування культурних та історичних пам'яток із дегустаціями місцевих страв. Наприклад, тур «Смачна Гуцульщина» включає дегустацію домашнього вина, екскурсію до заповідника «Білий камінь», пікнік у Карпатському лісі, відвідування форелевої ферми з можливістю ловлі та дегустації риби, а також участь у гуцульських вечорницях.
Екскурсійні тури з гастрономічним акцентом	Під час екскурсійних турів, таких як «Дивовижне Закарпаття», туристи мають можливість відвідати місцеві ресторації, де проводяться дегустації традиційних страв та напоїв. Це дозволяє глибше зануритися в культуру та гастрономічні традиції різних регіонів.
Тури вихідного дня	Організація короткострокових поїздок на вихідні, під час яких туристи можуть відвідати різні куточки України, насолодитися місцевою кухнею, скуштувати регіональні страви та взяти участь у кулінарних майстер-класах.

Джерело: складено автором на основі [45]

Сучасний ресторанний бізнес Полтави демонструє поступове зростання інтересу до відродження традиційної полтавської кухні та її інтеграції у сферу туристичних послуг. Спостерігається збільшення кількості закладів громадського харчування, які впроваджують у своє меню автентичні страви місцевої кухні, відроджуючи давні рецептури. Зокрема, такі ресторани, як «Комора», «Глухомань», «Провінція», «Козачка» та інші, активно співпрацюють з організаторами туристичних маршрутів, розширюючи спектр своїх послуг. Вони пропонують не лише харчування, а й тематичні екскурсії, інтерактивні програми та майстер-класи з приготування традиційних страв Полтавщини, зокрема галушок та вареників [17].

Однак, незважаючи на наявність значної кількості закладів, орієнтованих на відтворення полтавських кулінарних традицій, вони поки що не здобули широкої популярності на національному рівні. Основною причиною цього є

відсутність комплексного, унікального туристичного продукту, який би вирізняв Полтаву серед інших гастрономічних напрямків України. Заклади ресторанного господарства залишаються лише супутнім елементом у туристичних подорожах, забезпечуючи харчування відвідувачів, проте не виступають самостійною туристичною атракцією. Більшість закладів не змогли сформувану впізнавану концепцію, створити історію власного бренду, яка б стала невід'ємною частиною туристичного досвіду та привертала увагу мандрівників з інших регіонів. У результаті, питання про те, який заклад у Полтаві варто відвідати як знаковий гастрономічний об'єкт, залишається відкритим і не має однозначної відповіді [17].

Аналіз існуючої ситуації підкреслює важливість та перспективність розвитку високоорганізованих концептуальних гастрономічних турів, які могли б інтегрувати ресторанну культуру регіону в туристичну індустрію. Створення якісного та конкурентоспроможного туристичного продукту, орієнтованого на гастрономічні подорожі, можливе лише за умови тісної співпраці між закладами готельно-ресторанного господарства, туристичними операторами, транспортними компаніями, місцевими органами влади та громадськими організаціями. Спільні зусилля цих структур дозволять сформувану привабливі пропозиції для розвитку гастрономічного туризму, залучення туристичних потоків та ефективного використання внутрішніх ресурсів регіону.

Таким чином, аналіз діяльності туристичних підприємств Полтави у сфері гастрономічного туризму засвідчує, що цей напрямок знаходиться на етапі формування та розвитку. Попри значний потенціал, гастрономічний туризм у регіоні поки що не набув широкої популярності на всеукраїнському рівні. Це зумовлено відсутністю комплексного туристичного продукту, який би поєднував історичні, культурні та гастрономічні складові в єдину цілісну концепцію. Полтава має багаті кулінарні традиції, які можуть стати основою для розвитку унікального гастрономічного туризму. Туристичні компанії міста, зокрема «Аби не дома», «Магістраль-тур» та «Фортуна-тур», пропонують різні формати подорожей, що включають дегустації, майстер-класи з приготування

традиційних страв, відвідування місцевих ферм та етнографічні екскурсії. Однак наразі такі ініціативи залишаються недостатньо розвиненими та не є системними, що ускладнює створення впізнаваного гастрономічного бренду регіону.

Таблиця 2.7. Гастрономічні фестивалі в регіонах Полтавщини

Назва гастрономічного фестивалю або свята	Місце проведення	Дата проведення
Свято Полтавської галушки	м. Полтава	вересень
Свято сала	м. Полтава	лютий
Всеукраїнський полуничний фестиваль-ярмарок «Білецьківський край полуничний рай»	с. Білецьківка, Кременчуцький р-он	червень
«Галушка-Fest»	м. Полтава	квітень
Гастрономічний фестиваль «Полтавські страви»	м. Полтава	травень
Благодійний культурно-гастрономічний фестиваль «До Енея на гостину»	м. Полтава	
«Пливе щука з Кременчука»	с. Білецьківка, Кременчуцький р-н	липень
Етно-фестиваль «деМЕД»	м. Кременчук	
Міжнародний гастрономічний фестиваль-квест «Борщик у глиняному горщику»	с. Опішня	серпень
«Сорочинський ярмарок»	Великі Сороченьці	серпень
«Свято миргородської свині»	м. Миргород	вересень
Етнофестиваль «Гелон фест»	с. Більськ	серпень
«Солодкий Кременчук»	м. Кременчук	вересень

Джерело: [17, 43]

Ресторанний бізнес Полтави також демонструє тенденцію до відродження автентичної кухні, проте значна частина закладів громадського харчування не змогла сформуванати власну унікальну концепцію, яка б привертала увагу туристів з інших регіонів. Попри наявність ресторанів, які пропонують традиційні страви, відсутність масштабної маркетингової стратегії та конкурентоспроможного туристичного продукту не дозволяє їм стати головними гастрономічними атракціями міста. Заклади переважно виконують функцію обслуговування туристів, а не є самостійним елементом туристичної індустрії. Важливою складовою гастрономічного туризму є фестивальна діяльність. У Полтавській області регулярно проводяться численні гастрономічні заходи, такі як Свято

полтавської галушки, фестиваль «Галушка-Fest», «Борщик у глиняному горщику», «Сорочинський ярмарок», що сприяють популяризації місцевої кухні. Водночас ці події мають переважно локальний характер і не охоплюють широку аудиторію на загальнодержавному та міжнародному рівнях.

2.3. Дослідження впливу факторів на розвиток гастрономічного туризму м. Полтави

Гастрономічний туризм є важливим напрямом у розвитку туристичної індустрії, оскільки поєднує гастрономічні традиції з культурною спадщиною, що сприяє залученню туристів і підвищенню економічного потенціалу регіону. Полтава, відома своєю автентичною кухнею, історичними та культурними пам'ятками, має великий потенціал для розвитку гастрономічного туризму. Водночас, реалізація цього потенціалу залежить від багатьох чинників, серед яких культурні, соціально-економічні, маркетингові, політичні та інфраструктурні аспекти (табл. 2.8).

Таблиця 2.8. Позитивні фактори впливу на розвиток гастрономічного туризму в Полтаві

Фактор	Опис
Культурна та історична спадщина	Полтава є одним із регіонів України, де збереглися давні кулінарні традиції, що формувалися століттями. Полтавські галушки, борщ з пампушками, вергуни, домашня ковбаса, медові напої та узвари – усе це відображає особливості місцевої гастрономічної культури. Багато страв Полтавщини згадуються в класичних українських літературних творах, зокрема в «Енеїді» Івана Котляревського, що додає гастрономічному туризму історичного забарвлення.
Географічне розташування	Полтава знаходиться в центральній частині України, що забезпечує зручне транспортне сполучення з великими містами – Києвом, Харковом, Дніпром. Завдяки цьому місто приваблює туристів, які подорожують різними регіонами країни. Наявність залізничного та автомобільного сполучення сприяє доступності для внутрішнього туризму.
Проведення гастрономічних заходів	Полтава відома своїми кулінарними фестивалями та ярмарками, що популяризують місцеву кухню. Найвідомішим заходом є Фестиваль полтавської галушки, який щороку збирає сотні туристів. Інші заходи, такі як «Сорочинський ярмарок», також включають дегустації традиційних українських страв, майстер-класи з приготування їжі, гастрономічні виставки. Такі заходи сприяють підвищенню туристичної привабливості регіону.

Фактор	Опис
Туристичні програми та екскурсії	Розвиток туристичних агентств, що пропонують гастрономічні тури, також позитивно впливає на гостротуризм. Наприклад, туристичний клуб «Аби не дома» пропонує авторський тур «Гастрономічна Полтавщина», який включає кулінарні майстер-класи, відвідування етнографічних музеїв і дегустації місцевих страв.

Джерело: складено автором

Географічне розташування Полтави відіграє важливу роль у формуванні туристичних потоків, забезпечуючи зручний доступ для відвідувачів із різних частин України. Крім того, регулярне проведення гастрономічних заходів, таких як Фестиваль полтавської галушки, «Сорочинський ярмарок» та інші тематичні події, сприяє популяризації місцевої кухні та залученню нових туристів. Активний розвиток туристичних агентств, що спеціалізуються на гастрономічних турах, позитивно впливає на формування туристичних маршрутів, які включають кулінарні майстер-класи, дегустації місцевих страв та екскурсії до етнографічних музеїв. Це сприяє не лише розвитку туризму, а й відродженню та збереженню місцевих гастрономічних традицій. Таким чином, сукупність зазначених факторів створює передумови для динамічного розвитку гастрономічного туризму в Полтаві, сприяючи зростанню туристичного потоку, підвищенню впізнаваності регіону та розвитку місцевої економіки.

Таблиця 2.9. Негативні фактори, що гальмують розвиток гастрономічного туризму в Полтаві

Фактор	Опис
Нестача розвиненої туристичної інфраструктури	Однією з основних проблем Полтави є недостатній рівень туристичної інфраструктури. Хоча місто має низку готелів і ресторанів, кількість сучасних закладів із високими стандартами обслуговування все ще обмежена. Окрім того, стан доріг і транспортної логістики може стати перешкодою для комфортного пересування туристів.
Недостатня промоція та маркетинг	Попри великий потенціал, Полтава залишається недостатньо представленою у сфері міжнародного гастрономічного туризму. Відсутність активної рекламної кампанії та якісного контенту для просування регіону через соціальні мережі, блоги та туристичні платформи обмежує привабливість міста для туристів. Більшість іноземних мандрівників дізнаються про гастрономічні можливості Полтавщини випадково або через рекомендації знайомих.

Фактор	Опис
Відсутність інвестицій та державної підтримки	Розвиток гастрономічного туризму потребує значних фінансових вкладень у покращення туристичної інфраструктури, організацію тематичних заходів, створення сучасних кулінарних просторів та інтеграцію новітніх технологій. Відсутність комплексної державної програми розвитку гостротуризму на місцевому рівні стримує процеси залучення інвесторів.
Економічні та соціальні фактори	Низька платоспроможність населення впливає на внутрішній туризм, оскільки гастрономічні подорожі можуть бути недоступними для широкого загалу. Крім того, сучасні тенденції до економії коштів змушують туристів віддавати перевагу більш бюджетним варіантам відпочинку.
Брак кваліфікованих фахівців у сфері гастрономічного туризму	Полтава має обмежену кількість професійних шеф-кухарів, які спеціалізуються саме на традиційній українській кухні, а також недостатньо фахівців, які можуть на високому рівні проводити екскурсії, дегустації та навчальні гастрономічні програми.

Джерело: складено автором

Розвиток гастрономічного туризму в Полтаві стикається з низкою бар'єрів, які уповільнюють його динаміку та обмежують привабливість регіону для туристів. Однією з основних проблем є недостатньо розвинена туристична інфраструктура, що включає обмежену кількість сучасних закладів харчування, низьку якість транспортної логістики та недостатню кількість готелів високого рівня. Ще одним значним викликом є відсутність ефективної промоції та маркетингових стратегій. Попри багатий гастрономічний потенціал, Полтава залишається мало представленою на міжнародному туристичному ринку. Відсутність активної реклами через соціальні мережі, туристичні платформи та блоги зменшує впізнаваність регіону.

Критичною проблемою також є дефіцит інвестицій і державної підтримки. Без належного фінансування інфраструктури, організації тематичних заходів та модернізації сервісу галузь не зможе розвиватися повноцінно. Державні програми підтримки гастрономічного туризму майже не реалізуються на місцевому рівні, що створює труднощі у залученні інвесторів. Додатково, економічні та соціальні фактори впливають на платоспроможність туристів, змушуючи багатьох обирати бюджетні варіанти відпочинку, що зменшує попит на спеціалізовані гастрономічні тури. Також спостерігається дефіцит кваліфікованих фахівців у сфері гастрономічного туризму – нестача досвідчених

шеф-кухарів, гідів та організаторів заходів призводить до зниження якості туристичного продукту.

Таким чином, незважаючи на великий потенціал, розвиток гастрономічного туризму у Полтаві потребує комплексного підходу, що включає покращення інфраструктури, розширення маркетингових кампаній, залучення інвестицій та підготовку кваліфікованих кадрів.

На останок, доречним буде проведення PEST-аналізу для оцінки впливу макрофакторів на розвиток гастрономічного туризму в м. Полтаві в таблиці 2.10. Цей метод дозволяє систематично проаналізувати фактори політичного (P), економічного (E), соціального (S) та технологічного (T) середовища, які впливають на туристичну індустрію загалом та на гастрономічний туризм зокрема.

Результати проведеного PEST-аналізу свідчать про значний потенціал розвитку гастрономічного туризму в Полтаві, однак цей процес залежить від впливу зовнішніх політичних, економічних, соціальних та технологічних факторів. Політична ситуація відіграє важливу роль у формуванні сприятливих умов для розвитку гостротуризму. Державна підтримка туристичної галузі, ефективне законодавче регулювання та сприяння розвитку малого бізнесу можуть значно покращити ситуацію. Водночас геополітичні виклики, обмеження на міжнародні подорожі та відсутність системного підходу до розвитку туризму можуть створювати труднощі у залученні туристів.

Економічні фактори є визначальними для доступності туристичних продуктів. Рівень платоспроможності населення безпосередньо впливає на кількість туристів, готових витратити кошти на гастрономічні подорожі. Високі ціни на продукти, послуги харчування та проживання можуть обмежувати розвиток туристичних потоків. З іншого боку, створення нових робочих місць у сфері гастрономічного туризму та залучення інвесторів сприятиме економічному зростанню регіону. Соціальні фактори формують сприйняття гастрономічного туризму серед населення та туристів. Полтава має багату кулінарну спадщину, яка може бути використана як туристичний бренд. Зміни у вподобаннях туристів,

популярність автентичної кухні, інтерес до екологічних продуктів та майстер-класів створюють нові можливості для розвитку. Водночас рівень обслуговування у ресторанах та загальна підготовка персоналу в туристичній сфері потребують удосконалення для забезпечення якісного досвіду для відвідувачів. Технологічні фактори відкривають перспективи для популяризації гастрономічного туризму через цифрові платформи та інноваційні підходи до обслуговування туристів. Використання соціальних мереж для реклами, розвиток мобільних додатків, систем онлайн-бронювання та автоматизація процесів у ресторанному бізнесі можуть значно підвищити конкурентоспроможність Полтави у сфері гастротуризму.

Таблиця 2.10. PEST-аналіз впливу факторів на розвиток гастрономічного туризму м. Полтави

Фактор	Опис впливу
Політичні фактори (Political)	<ul style="list-style-type: none"> - Політична стабільність у регіоні та країні впливає на привабливість туристичного ринку. - Наявність державних програм підтримки гастрономічного та внутрішнього туризму. - Законодавче регулювання туристичної та ресторанної діяльності, податкові умови для готельно-ресторанного бізнесу. - Санітарні та екологічні норми, які впливають на ресторанну галузь та виробництво харчових продуктів. - Геополітичні виклики, такі як війна, які суттєво знижують туристичний потік.
Економічні фактори (Economic)	<ul style="list-style-type: none"> - Рівень економічного розвитку України та платоспроможність населення (чи готові туристи витратити кошти на гастрономічні подорожі). - Інвестиційний клімат, можливості залучення фінансування для розвитку туристичних об'єктів та гастрономічних фестивалів. - Вартість продуктів харчування, ціни у ресторанах, доступність місцевих інгредієнтів для створення автентичного туристичного продукту. - Ціни на транспорт і проживання, що впливають на загальні витрати туристів.
Соціальні фактори (Social)	<ul style="list-style-type: none"> - Кулінарні традиції Полтавщини та їхня роль у формуванні туристичного бренду міста. - Зміни у споживчих вподобаннях (попит на локальні, екологічні, традиційні страви, гастрономічні майстер-класи). - Демографічні характеристики туристів (які вікові та соціальні групи найбільше зацікавлені у гастрономічному туризмі). - Культура гостинності та рівень сервісу в місцевих ресторанах, закладах харчування.

Технологічні фактори (Technological)	<ul style="list-style-type: none"> - Розвиток цифрових технологій, онлайн-реклами, мобільних додатків для бронювання гастрономічних турів. - Використання технологій у ресторанному бізнесі (інноваційні методи приготування страв, автоматизація сервісу). - Вплив соціальних мереж на популяризацію гастрономічного туризму (Instagram, YouTube, TikTok). - Використання віртуальних турів, онлайн-дегустацій та інтерактивних форматів залучення туристів.
--------------------------------------	---

Джерело: складено автором

Таким чином, розвиток гастрономічного туризму в Полтаві потребує комплексного підходу, який включає підтримку з боку держави, залучення інвесторів, покращення сервісу, впровадження сучасних маркетингових інструментів та використання новітніх технологій. Сприятливе середовище для розвитку гастротуризму може зробити Полтаву привабливим туристичним центром, який поєднує традиційну українську кухню з сучасними туристичними тенденціями.

РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗРОБЛЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНИХ ТУРІВ ДО ПОЛТАВИ

3.1. Розроблення нових гастрономічних турів

У попередніх розділах було всебічно розглянуто теоретичні засади гастрономічного туризму, проаналізовано роль гастрономічного туризму та методичні підходи до підготовки гастрономічних турів. Особливу увагу приділено дослідженню стану гастрономічного туризму на Полтавщині. Зокрема, створення нових тематичних маршрутів у межах Полтавської області сприятиме залученню туристичних потоків, популяризації регіону та забезпеченню економічного зростання галузі.

У межах цього дослідження було запропоновано розробку нового гастрономічного маршруту, орієнтованого на відродження та популяризацію гастрономічних традицій Полтавщини. Даний туристичний продукт покликаний сприяти формуванню Полтавщини не лише як культурного та історичного центру, а й як осередку традиційної української кухні, що має унікальні гастрономічні особливості. Важливим аспектом цього туру є його незалежність від потенційних карантинних обмежень, що робить його стабільним та привабливим для мандрівників у будь-який період.

Як свідчать дані аналізу, представленого у другому розділі, з кожним роком на Полтавщині зростає кількість гастрономічних фестивалів, святкових заходів та тематичних ярмарків, які привертають увагу туристів з різних куточків країни. Даний напрям є перспективним, адже харчування є фундаментальною потребою людини, а гастрономічні вподобання відіграють важливу роль у виборі туристичного продукту.

Основна концепція гастрономічного туризму базується на ідеї ознайомлення туристів із традиційними стравами та технологіями їхнього приготування. При виборі локацій для гастрономічного туру важливим критерієм є наявність у регіоні аутентичних закладів ресторанного господарства, гастрономічних музеїв, кулінарних фестивалів, що дозволяють туристам не лише

скуштувати регіональні страви, а й узяти участь у їхньому приготуванні. Запропонована гастрономічна подорож Полтавщиною може стати гідною альтернативою для тих туристів, які традиційно надавали перевагу подорожам за кордон у пошуках унікальних гастрономічних вражень, але через пандемічні обмеження не мають можливості реалізувати такі поїздки. Цей маршрут дозволить їм зануритися в атмосферу традиційної української кухні, ознайомитися з автентичними рецептами, а також особисто взяти участь у процесі приготування страв.

З огляду на популярність національної кухні серед туристів, було запропоновано створення нового тематичного гастрономічного туру під назвою «Смак Полтавщиною». Даний туристичний продукт орієнтований на осіб віком від 18 років та спрямований на задоволення гастрономічних інтересів учасників шляхом залучення до інтерактивних кулінарних заходів. Програма туру включає такі елементи: дегустації традиційних полтавських страв, відвідування історико-культурних об'єктів, ознайомлення з традиціями та звичаями регіону, а також проведення кулінарних майстер-класів із приготування національних страв.

Запропонований тур має тривалість 3 дні / 2 ночі та спрямований на людей, які прагнуть розширити власні гастрономічні горизонти, покращити навички дегустації традиційних українських страв і напоїв, а також відвідати фестивалі та ярмарки. Важливою особливістю туру є вікове обмеження (18+), зумовлене тим, що в межах екскурсійної програми передбачено дегустацію алкогольних напоїв, зокрема локальних настоянок і самогону.

Під час розробки маршруту було виявлено, що окрім відвідування кулінарно-гастрономічних локацій, до програми можна включити історико-культурні пам'ятки Полтавщини, що значно підвищує привабливість туру для туристів, які цінують комплексний підхід до подорожей. Відбір об'єктів для туру здійснювався на основі тематичної спрямованості, гастрономічної автентичності, історичної значущості локацій, а також з урахуванням гастрономічних фестивалів, які відбуваються в регіоні.

Запропонований тур розроблено з урахуванням сучасних тенденцій

гастрономічного туризму та передбачає комплексне знайомство з традиціями харчування Полтавщини, інтеграцію інтерактивних активностей, дегустаційні програми, відвідування локальних виробництв і культурно-освітні заходи.

Ефективна організація гастрономічного туру передбачає чітке планування маршрутів, вибір відповідних локацій, забезпечення комфортного транспортування туристів, оптимізацію логістики та координацію між усіма учасниками туристичного процесу. Даний тур передбачає три основні організаційні компоненти: проживання, транспортне забезпечення, харчування, а також додаткові заходи, які підвищують якість обслуговування та рівень задоволеності туристів.

Таким чином, розроблений гастрономічний маршрут «Смак Полтавщини» має посприяти розвитку внутрішнього туризму, популяризації Полтавщини як туристичного регіону та збереженню гастрономічної спадщини України. Він надає можливість туристам зануритися в культуру регіону, отримати унікальний досвід, пов'язаний із традиційними стравами, та збагатити власні гастрономічні знання. Запровадження такого туру не лише підвищить туристичну привабливість Полтавщини, а й стимулюватиме розвиток ресторанного бізнесу, локального фермерства та ремісництва, що сприятиме загальному економічному зростанню регіону.

З огляду на тривалість туру (3 дні / 2 ночі) та його гастрономічну спрямованість, туристам необхідно забезпечити комфортне розміщення в готелі, що відповідає вимогам якості, рівня сервісу та місцезнаходження.

- Обраний готель Premier Hotel Palazzo (4 зірки).

Адреса: м. Полтава, вул. Гоголя, 33.

Категорії номерів: стандарт, покращений стандарт, люкс.

Додаткові послуги: безкоштовний Wi-Fi, сніданки, ресторан, конференц-зал.

Запропонований готель має наступні переваги:

- Вигідне розташування у центрі міста (зручність для пішохідних екскурсій).

- Наявність ресторану з традиційною українською кухнею.
- Високий рівень сервісу та позитивні відгуки туристів.

Готель надає можливість раннього заїзду та пізнього виселення при необхідності, що важливо для туристів, які прибувають ранковими поїздами.

Для комфорту туристів важливо забезпечити якісний транспорт, що відповідатиме їхнім потребам під час туру.

Прибуття туристів до Полтави:

1. Залізничний транспорт:

- Потяги далекого сполучення (Київ – Полтава, Харків – Полтава, Львів – Полтава, Дніпро – Полтава). Станції прибуття: Полтава-Київська, Полтава-Південна.

2. Автобусний транспорт:

- Автобусні рейси з Києва, Харкова, Дніпра.

3. Власний транспорт:

- Парковка біля готелю або організація паркінгу у межах міста.

Для організованих переїздів передбачено оренду туристичного автобуса «Полтава-Автотранс» на 20-30 місць.

Тип транспорту: мікроавтобус туристичного класу.

Маршрути переїздів:

- Готель – ресторани локації – туристичні дестинації – готель.
- Виїзні локації: Опішня, Абазівка, ферма «Лісовий равлик».
- Пішохідні екскурсії у центральній частині міста для забезпечення автентичного досвіду знайомства з Полтавою.

Раціональне планування харчування в гастрономічному турі має враховувати традиційні страви Полтавщини, баланс між дегустаційними програмами, майстер-класами та повноцінними прийомами їжі.

Типи харчування:

- Сніданки – у готелі або ресторанах з традиційною полтавською кухнею.
- Обіди – у ресторанах, що спеціалізуються на регіональній кухні.
- Вечері – інтегровані у гастрономічні активності (фольклорні програми,

дегустації).

- Дегустації та майстер-класи – поєднання гастрономічного навчання та практичного досвіду.

Враховуючи тип пропонованого туру було підібрано спеціальні заклади харчування (табл. 3.1.)

Таблиця 3.1. Заклади харчування, включені у програму туру

Тип прийому їжі	Локація	Адреса	Основні страви
Сніданок (день 1)	Ресторан “Галушка”	вул. Європейська, 7	Галушки, вареники, узвар
Обід (день 1)	Ресторан “Комора”	вул. Пилипа Орлика, 29	Борщ із пампушками, качана каша
Вечеря (день 1)	Ресторан “Панорама”	вул. Соборності, 43	Запечена качка, сирники
Сніданок (день 2)	Ресторан “Лілея”	вул. Небесної Сотні, 60	Вареники з сиром, медовий чай
Обід (день 2)	Етно-комплекс “Старий хутір”	Опішня	Домашня ковбаса, соломаха, сирники
Вечеря (день 2)	Ресторан “Глухомань”	вул. Панянки, 65	Деруни, настоянки
Сніданок (день 3)	Ресторан “Козачка”	вул. Соборності, 67	Куліш, житній хліб
Обід (день 3)	Ресторан “Провінція”	вул. Гоголя, 9	Качка з чорносливом, льодяний сирник

Джерело: складено автором

У рамках туру передбачено три групи додаткових послуг: дегустаційні та інтерактивні програми, культурно-розважальні заходи та туристична підтримка (табл 3.2.).

Додаткові послуги у рамках гастрономічного туру «Смаки Полтавщини» створюють комплексний туристичний продукт, який поєднує дегустаційні, інтерактивні, культурно-розважальні та організаційні аспекти. Завдяки майстер-класам, екскурсіям, театралізованим шоу та гастрономічним дегустаціям, туристи не лише знайомляться з місцевими стравами, а й отримують безпосередній досвід їх приготування та історичний контекст регіональних кулінарних традицій. Включення до програми фольклорних вечорів, театралізованих дійств та гастрономічних святкувань сприяє глибшому зануренню в атмосферу Полтавщини, роблячи подорож незабутньою та

насиченою. Наявність професійного супроводу гіда, медичної підтримки та анкетування дозволяє забезпечити високий рівень комфорту, безпеки та організації подорожі.

Таблиця 3.2. Додаткові послуги та забезпечення комфорту туристів у гастрономічному турі

Категорія	Назва заходу	Опис
Дегустаційні та інтерактивні програми	Майстер-клас «Приготування полтавських галушок»	Туристи дізнаються про історію галушок, замішують тісто, формують галушки, беруть участь у варінні та дегустують власноруч приготовані страви.
	Майстер-клас «Гончарна справа та сільська кухня»	Знайомство з гончарною справою Опішні, виготовлення глиняного посуду, розпис кераміки, дегустація страв, приготованих у глиняному посуді.
	Майстер-клас «Медові пряники Полтавщини»	Ознайомлення з рецептурою медових пряників, самостійне випікання, майстер-клас із розпису глазур'ю, дегустація готових виробів.
	Дегустація локальних сирів (Сироварня «Старий млин»)	Відвідування сироварні, ознайомлення з виробництвом сирів, дегустація різних видів сирів (коров'ячий, козячий, овечий), поєднання із вином і медом.
	Дегустація домашніх настоянок та самогону (Музей пива та самогону)	Туристи відвідують музей, дізнаються про традиції самогоноваріння, беруть участь у дегустації місцевих продуктів: крафтового пива, фруктових настоянок.
Культурно-розважальна програма	Театралізована екскурсія у Музеї народної гастрономії	Екскурсія у музей із театралізованою частиною, знайомство з історією гастрономії, огляд кухонь XIX століття, інтерактивні дегустації.
	Фольклорний вечір «Козацький бенкет» (Ресторан «Старий хутір»)	Жива музика, народні танці, конкурси на знання козацьких традицій, дегустація традиційних українських страв.
	Шоу-програма «Вечори на хуторі біля Диканьки»	Театралізоване шоу за мотивами творів Гоголя, ворожіння, народні конкурси, вечеря з традиційними стравами.
Туристична підтримка	Супровід гіда-екскурсовода	Супровід туристів протягом туру професійним гідом, який забезпечує організацію заходів, пояснює гастрономічні традиції.
	Медична підтримка (страховий поліс)	Наявність страхового полісу для кожного туриста, медична підтримка у разі потреби, аптечки у транспорті та локаціях туру.
	Зворотній зв'язок із туристами	Анкетування після туру, аналіз відгуків для покращення організації, роздача сувенірної продукції (буклети, магніти, сертифікати).

Джерело: складено автором

Розроблений гастрономічний тур «Смаки Полтавщини» є комплексною програмою, що поєднує кулінарні традиції, історико-культурну спадщину, майстер-класи та дегустації автентичних страв Полтавщини. Туристи не лише знайомляться зі стравами традиційної української кухні, а й дізнаються про їхню історію, беруть участь у приготуванні та дегустації унікальних продуктів регіону.

Розглянемо детальну програму гастрономічного туру «Смаки Полтавщини» в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3. Програма гастрономічного туру «Смаки Полтавщини»

Час	Етап туру	Опис
08:00 – 09:30	Прибуття до Полтави, трансфер до готелю	Зустріч туристів на вокзалі, трансфер до Premier Hotel Palazzo, поселення
09:30 – 10:30	Сніданок у ресторані «Галушка»	Полтавські галушки, узвар, домашній сир
10:30 – 12:30	Пішохідна екскурсія «Гастрономічна Полтава»	Огляд пам'ятника полтавській галушці, будинку Івана Котляревського, дегустація вергунів
13:00 – 14:30	Обід у ресторані «Комора»	Борщ із пампушками, домашня ковбаса, качана каша, узвар
15:00 – 16:30	Майстер-клас «Секрети приготування полтавських галушок»	Туристи готують галушки під керівництвом шеф-кухаря, дегустація власноруч приготованих страв
17:00 – 18:30	Відвідування Інтерактивного музею народної гастрономії	Театралізована екскурсія, знайомство з історією харчування селян та міщан
19:00 – 21:00	Вечеря у ресторані «Панорама»	Запечена качка, вареники з картоплею, десерт – сирники
21:00 – 23:00	Фольклорна програма «Козацький бенкет»	Жива музика, народні танці, дегустація настоянок
08:30 – 09:30	Сніданок у ресторані «Лілея»	Вареники з вишнею, млинці з сиром, трав'яний чай
10:00 – 12:00	Відвідування ферми «Лісовий равлик»	Ознайомлення з процесом вирощування равликів, дегустація равликів у вершковому соусі
13:00 – 14:30	Обід у етно-комплексі «Старий хутір»	Домашня ковбаса, запечена качка, сирники
15:00 – 17:00	Гончарний майстер-клас у музеї гончарства Опішні	Виготовлення глиняного посуду, історія використання кераміки в українській кухні
18:30 – 20:00	Відвідування Музею пива та самогону	Розповідь про самогонваріння, дегустація домашнього самогону
20:30 – 22:00	Вечеря у ресторані «Глухомань»	Деруни з грибним соусом, вареники з м'ясною начинкою, домашні настоянки
08:30 – 09:30	Сніданок у ресторані «Козачка»	Козацький куліш, житній хліб, узвар

10:30 – 12:30	Відвідування сироварні «Старий млин»	Ознайомлення з виробництвом сиру, дегустація локальних сирів
13:00 – 14:30	Обід у ресторані «Провінція»	Качка з чорносливом, сирник із вишневим соусом
15:00 – 16:00	Майстер-клас із випікання медових пряників	Випікання медових пряників за традиційним рецептом
16:30 – 18:00	Гастрономічний ярмарок «Смак Полтавщини»	Придбання локальних продуктів (сири, мед, варення, ковбаси)
18:30	Трансфер на вокзал, від'їзд туристів	Трансфер до залізничного вокзалу, завершення туру

Джерело: складено автором

Розроблена програма гастрономічного туру «Смаки Полтавщини» є комплексним туристичним продуктом, що поєднує в собі традиційні гастрономічні практики, культурну спадщину, інтерактивні майстер-класи та дегустаційні заходи. Вона дозволяє туристам не лише скуштувати унікальні полтавські страви, а й глибше познайомитися з історією їхнього походження, локальними виробниками та автентичними кулінарними традиціями регіону.

Програма побудована з урахуванням балансу між активними пішохідними екскурсіями, гастрономічними майстер-класами та відпочинковими дегустаційними сесіями, що забезпечує оптимальний рівень комфорту та зацікавленості учасників. Включення до маршруту не лише ресторанів традиційної кухні, але й місцевих фермерських господарств, крафтових виробників, музеїв і етнографічних комплексів дозволяє створити глибокий і всебічний гастрономічний досвід.

Завдяки інтеграції сучасних туристичних практик, таких як театралізовані екскурсії, дегустації, фольклорні виступи, активна взаємодія з місцевими громадами та кулінарні демонстрації, тур орієнтований на широку аудиторію – від поціновувачів української кухні до іноземних туристів, які прагнуть глибше пізнати гастрономічну культуру України.

Важливим аспектом програми є її економічна та соціальна значущість. Залучення місцевих виробників, підтримка регіональних фермерських господарств, розвиток ресторанного бізнесу та популяризація гастрономічного туризму як окремої галузі сприяють зміцненню туристичного іміджу

Полтавщини. Крім того, створення якісного туристичного продукту позитивно впливає на розвиток інфраструктури, створюючи додаткові можливості для малого бізнесу, зайнятості населення та регіонального економічного розвитку.

Таким чином, запропонований гастрономічний тур є не лише розважальним, але й культурно-просвітницьким заходом, який сприяє збереженню та популяризації кулінарної спадщини Полтавщини, а також стимулює сталий розвиток туристичної сфери регіону.

Розроблений гастрономічний тур є інтегрованою моделлю туристичного продукту, що поєднує гастрономічні, культурні та історичні аспекти регіону. Його реалізація сприятиме збереженню та популяризації гастрономічної спадщини Полтавщини, залученню нових туристичних потоків та розвитку локального бізнесу.

3.2. Економічне обґрунтування запропонованих турів

Організація гастрономічного туру потребує детального фінансового аналізу для забезпечення високої якості послуг і комфортного перебування туристів. Витрати розраховуються на одну особу, що дозволяє формувати остаточну ціну туру та передбачити можливі коригування вартості залежно від кількості учасників.

Гастрономічний тур «Смаки Полтавщини» розрахований на 3 дні / 2 ночі та включає комплекс заходів, спрямованих на знайомство туристів із традиційною кухнею Полтавщини, її історико-культурною спадщиною та автентичними локаціями.

Для розрахунку загальної вартості враховуються такі основні витрати:

- Проживання в готелі;
- Транспорт (оренда туристичного мікроавтобуса для групи)
- Харчування;
- Дегустаційні програми, екскурсії, майстер-класи
- Послуги екскурсовода (фіксована сума для групи);

- Реклама туру;
- Очікуваний прибуток з кожного туриста.

Для економічного аналізу розглянемо витрати на одного туриста та на групу з 10 осіб.

Для комфортного розміщення обрано готель «Атмосфера» у Полтаві.

- Категорія номерів: двомісні
- Тривалість: 3 дні / 2 ночі
- Додаткові послуги: Wi-Fi, сніданки, ресторан;
- Вартість на 1 особу 1 800 грн;
- Вартість на 10 осіб 18 000 грн.

Транспортні витрати включають туристичний мікроавтобус для переїздів між локаціями.

Маршрути: Полтава – Опішня – Абазівка – Диканька – Полтава

Вартість на 1 особу 1 500 грн

Вартість на 10 осіб 15 000 грн

Програма туру передбачає 6 повноцінних прийомів їжі у традиційних закладах Полтавщини.

Заклади: «Галушка», «Комора», «Панорама», «Старий хутір», «Глухомань», «Козачка». Типи страв: борщ, галушки, вареники, деруни, запечена качка.

Вартість на 1 особу 2 500 грн.

Вартість на 10 осіб 25 000 грн.

До програми входять дегустаційні програми та майстер-класи

- Майстер-клас із приготування галушок
- Дегустація сирів у сироварні «Старий млин»
- Відвідування Музею пива та самогону
- Гончарний майстер-клас в Опішні

Вартість на 1 особу 1 200 грн.

Вартість на 10 осіб 12 000 грн.

Послуги гід-екскурсовода мають фіксовано оплату. Гід супроводжує

групу протягом туру, забезпечуючи логістику та організацію.

Вартість на 1/10 осіб 1 000 грн

Для залучення туристів передбачена мінімальна рекламна кампанія:

- Реклама у Facebook та Instagram
- Промоція у туристичних блогах та Telegram-каналах.

Загальні витрати на рекламу 1 000 грн.

Для забезпечення рентабельності туру встановлено прибуток 10% від загальних витрат на особу.

Прибуток на 1 особу 700 грн

Прибуток на 10 осіб 7 000 грн

Загальний розрахунок вартості туру на 1 особу та 10 осіб представимо в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4. Загальний розрахунок вартості туру на 1 особу та 10 осіб

Категорія витрат	Вартість на 1 особу (грн)	Вартість на 10 осіб (грн)
Проживання (готель «Атмосфера»)	1 800	18 000
Транспортні витрати (оренда автобуса)	1 500	15 000
Харчування (6 прийомів їжі)	2 500	25 000
Екскурсії, дегустації, майстер-класи	1 200	12 000
Послуги гίδα-екскурсовода (фіксована сума)	1 000	1 000
Витрати на рекламу	100	1 000
Очікуваний прибуток (10%)	700	7 000
Загальна вартість туру	6 800	79 000

Джерело: складено автором

Розроблений гастрономічний тур «Смаки Полтавщини» забезпечує оптимальне співвідношення вартості та якості. Загальна ціна туру на одну особу складає 6 800 грн, що відповідає заданому бюджету ($\leq 7 000$ грн). Для групи з 10 осіб загальна вартість туру складає 79 000 грн, що дозволяє забезпечити комфортні умови проживання, якісний транспорт, автентичне харчування та унікальні гастрономічні активності.

Для оцінки економічної ефективності туру проведемо розрахунки наступних показників:

- Точка беззбитковості (ВЕР) – мінімальна кількість туристів для покриття

витрат

- Чистий прибуток на 1 та 10 туристів
- Рентабельність продажів (%)
- Окупність інвестицій (ROI, %)

Точка беззбитковості – це мінімальна кількість туристів, за якої тур не приносить збитків, але й не генерує прибуток.

Розраховується за формулою:

$BEP = \text{Фіксовані витрати} / \text{Ціна туру на 1 особу} - \text{Змінні витрати на 1 особу}$

Фіксовані витрати – це витрати, які не змінюються залежно від кількості туристів (наприклад, послуги гіда та реклама).

Фіксовані витрати = $1000 + 1000 = 2000$ грн

Змінні витрати на 1 особу – це витрати, які змінюються залежно від кількості туристів (проживання, транспорт, харчування, екскурсії).

Змінні витрати на 1 особу = 6100 грн

Ціна туру на 1 особу = 6800 грн.

$BEP = 2000 / 6800 - 6100 = 2000 / 700 = 2.86$

Мінімальна кількість туристів для покриття витрат – 3 особи. Це означає, що при меншій кількості учасників організатор зазнає збитків.

Чистий прибуток на 1 та 10 туристів

Формула розрахунку чистого прибутку:

Чистий прибуток = $\text{Ціна туру} - \text{Собівартість на 1 особу}$

Чистий прибуток на одного туриста:

$6800 - 6100 = 700$ грн

Чистий прибуток на 10 туристів:

$(6800 \times 10) - (6100 \times 10) - 2000 = 7000$ грн

Рентабельність продажів (Profit Margin, %) розраховується за формулою:

Рентабельність продажів = $(\text{Прибуток} / \text{Доходи}) \times 100$

Для 1 туриста:

$(700 / 6800) \times 100 = 10.29\%$

Для 10 туристів:

$$(7000/68000) \times 100 = 10.29\%$$

Таким чином, рентабельність продажів становить 10.29% як для 1 туриста, так і для групи.

Окупність інвестицій (Return on Investment, ROI, %) розраховується за формулою: $ROI (\%) = (\text{прибуток} / \text{витрати}) \times 100$

Рентабельність для одного туриста:

$$(700/6100) \times 100 = 11.5\%$$

Рентабельність для групи з 10 осіб:

$$(7000/72000) \times 100 = 9.7\%$$

Тур є рентабельним, оскільки рівень прибутковості складає 11.5% на одного туриста та 9.7% на групу з 10 осіб. Загальний прибуток при повному завантаженні групи – 7 000 грн, що є економічно доцільним показником для подібних туристичних продуктів. Дохідність туру є стабільною, оскільки всі витрати ретельно розраховані, а прибутковість залишається в межах 10% без значного збільшення загальної вартості.

Підсумкова таблиця розрахунків економічної ефективності туру представлена в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5. Оцінка економічної ефективності запропонованого гастрономічного туру

Показник	Формула	Розрахунок	Значення
Точка безбитковості (BEP) – мінімальна кількість туристів	Фіксовані витрати / (Ціна туру – змінні витрати на 1 особу)	2000 / (6800 – 6100)	3 особи
Чистий прибуток на 1 туриста	Ціна туру – собівартість	6800 – 6100	700 грн
Чистий прибуток на 10 туристів	(Ціна туру * 10) – (Собівартість * 10) – Фіксовані витрати	(6800 * 10) – (6100 * 10) – 2000	7 000 грн
Рентабельність продажів на 1 туриста (%)	(Прибуток / Доходи) * 100	(700 / 6800) * 100	10.29%
Рентабельність продажів на 10 туристів (%)	(Прибуток / Доходи) * 100	(7000 / 68000) * 100	10.29%
Окупність інвестицій (ROI) на 1 туриста (%)	(Прибуток / Сукупні витрати) * 100	(700 / 6100) * 100	11.5%
Окупність інвестицій (ROI) на 10 туристів (%)	(Прибуток / (Змінні + Фіксовані витрати)) * 100	(7000 / 72000) * 100	9.7%

Джерело: складено автором

Аналіз економічної ефективності гастрономічного туру «Смаки Полтавщини» демонструє стабільний рівень прибутковості та рентабельності. Розрахунок точки беззбитковості показав, що для покриття всіх витрат необхідно залучити мінімум трьох туристів. Це пояснюється тим, що фіксовані витрати, такі як послуги екскурсовода та витрати на рекламу, не залежать від кількості учасників, а тому їхній розподіл між меншою кількістю осіб збільшує собівартість туру. У разі меншої кількості учасників організатор зазнає збитків, тоді як при збільшенні групи рентабельність туру зростає.

Розрахунок чистого прибутку показує, що для одного туриста він становить 700 грн, а для групи з 10 осіб загальна сума прибутку досягає 7 000 грн. Це вказує на стабільний рівень доходу незалежно від кількості учасників, що робить тур фінансово доцільним для реалізації. Аналіз рентабельності продажів показує, що цей показник становить 10.29% як для одного туриста, так і для групи з 10 осіб. Це свідчить про те, що 10.29% доходу від продажу туру є чистим прибутком, а решта покриває витрати на його організацію.

Розрахунок окупності інвестицій (ROI) показує, що для одного туриста цей показник становить 11.5%, тоді як для групи з 10 осіб – 9.7%. Зниження ROI у випадку групового туру пояснюється тим, що фіксовані витрати (зокрема, витрати на рекламу та оплату екскурсовода) залишаються незмінними, а отже, займають більшу частку у загальних витратах. Таким чином, для підвищення ефективності туру необхідно або збільшувати кількість учасників, або оптимізувати фіксовані витрати.

Таким чином, гастрономічний тур «Смаки Полтавщини» є рентабельним та фінансово вигідним продуктом. Для підвищення його економічної ефективності можна розглянути такі стратегії: збільшення розміру груп, що дозволить знизити витрати на одного туриста; впровадження додаткових платних послуг, які збільшать середній чек туру; оптимізація маркетингових витрат, що зменшить їхній вплив на кінцеву вартість. Оскільки гастрономічний туризм є перспективним напрямком розвитку туристичної індустрії Полтавщини, варто враховувати можливість розширення пропозиції на міжнародний ринок,

залучення партнерських програм та розвитку гастрономічних подій, які зможуть стати додатковими джерелами доходу.

Аналіз економічної ефективності туру показав його рентабельність, проте існують можливості для подальшого покращення фінансових показників та збільшення прибутковості. Враховуючи сучасні тенденції у сфері туризму, а також результати аналізу витрат і доходів, можна визначити кілька стратегічних напрямків для підвищення економічної ефективності туру (табл 3.6).

Таблиця 3.6 Пропозиції щодо підвищення економічної ефективності гастрономічного туру

Напрямок оптимізації	Детальний опис
Оптимізація витрат на організацію туру	Зниження собівартості туру через оптимізацію витрат на транспорт, проживання та харчування. Використання більш місткого транспорту дозволить зменшити витрати на одного туриста. Партнерська співпраця з готелями сприятиме отриманню знижок, що знизить вартість розміщення. Раціоналізація харчування через пропозицію дегустаційних сетів замість комплексних обідів у ресторанах.
Оптимізація рекламних витрат та маркетингових стратегій	Просування туру через партнерські програми та співпрацю з блогерами дозволить зменшити витрати на рекламу. Використання контент-маркетингу, соціальних мереж і реферальних програм підвищить впізнаваність туру без значних витрат. Запуск програми лояльності для постійних клієнтів залучить повторних туристів.
Диверсифікація туристичних пропозицій	Розширення лінійки турів за тривалістю та варіативністю, створення коротких 1-2-денних маршрутів для тих, хто не готовий витратити значну суму на довготривалі поїздки. Впровадження додаткових платних послуг, таких як ексклюзивні дегустації, майстер-класи та фотосесії. Організація сезонних гастрономічних фестивалів для залучення туристів у пікові періоди попиту.
Залучення групових туристів та корпоративних клієнтів	Організація корпоративних заходів, тимблдінгів, шкільних та студентських гастрономічних турів. Співпраця з компаніями, що можуть замовляти тури для своїх співробітників. Розвиток партнерських програм із навчальними закладами для проведення практичних екскурсій студентів.
Використання сучасних технологій для підвищення ефективності	Автоматизація бронювання та створення онлайн-системи для реєстрації туристів. Розробка мобільного додатку або інтерактивного сайту для покращення комунікації з клієнтами. Використання технологій доповненої реальності (AR) для інтерактивних екскурсій, що підвищать унікальність туру та залучить молоду аудиторію.

Джерело: складено автором

Таким чином, для підвищення економічної ефективності гастрономічного туру «Смаки Полтавщини» необхідно поєднати кілька стратегій: оптимізацію витрат на проживання, харчування та транспорт, ефективніші методи просування, розширення туристичних пропозицій, залучення групових клієнтів та впровадження цифрових технологій. Використання комплексного підходу до управління витратами та маркетингом дозволить не лише збільшити прибутковість туру, а й зробити його більш популярним серед туристів, що сприятиме розвитку гастрономічного туризму в Полтавському регіоні.

ВИСНОВКИ

В результаті аналізу наукових джерел було встановлено, що гастрономічний туризм є специфічною формою подорожей, що базується на інтересі до національної кухні, традицій приготування їжі, локальних гастрономічних практик і культури споживання. З'ясовано, що гастрономічний туризм виконує не лише рекреаційну функцію, а й сприяє збереженню нематеріальної культурної спадщини, активізує місцеву економіку, формує імідж дестинації, залучаючи цільову аудиторію туристів, які шукають автентичний досвід.

Дослідження довело, що гастрономія є важливою складовою загального туристичного продукту, яка дозволяє формувати унікальні враження і зміцнювати конкурентоспроможність регіону. Виявлено, що через локальні страви, автентичні рецепти, гастрономічні події (фестивалі, дегустації, майстер-класи) формується позитивний емоційний зв'язок між туристом і дестинацією, що стимулює повторні візити, розширення цільової аудиторії і підвищення середньої тривалості перебування туристів у регіоні.

На основі порівняльного аналізу наукових і практичних підходів сформовано алгоритм розроблення гастрономічного туру, що включає аналіз наявного ресурсного потенціалу, вивчення цільової аудиторії, структурування маршруту, логістичну оптимізацію, вибір кулінарних об'єктів та розробку інформаційно-маркетингової стратегії. Особливу увагу приділено принципам автентичності, локалізації, сезонності, доступності та емоційної залученості туриста до процесу гастрономічного досвіду.

Проведений моніторинг показав, що на території Полтави гастрономічні тури поки не сформовані як окремий сталий продукт. Існуючі спроби мають епізодичний або подієвий характер (наприклад, фестивалі борщу чи вареників), не мають чіткої маршрутної структури, не інтегровані в офіційні туристичні стратегії міста та практично не промотуються через спеціалізовані туристичні канали. Це свідчить про відсутність системного підходу до розвитку гастрономічного туризму.

Встановлено, що більшість туристичних підприємств Полтави спеціалізуються переважно на культурно-пізнавальних і релігійних турах, тоді як гастрономічний напрям залишається поза увагою. Ініціативи окремих ресторанів, кафе або фермерських господарств, які мають потенціал стати частиною гастромаршрутів, не охоплюються туроператорами. Відсутній механізм координації між суб'єктами, а також не налагоджена співпраця з готельно-ресторанним бізнесом як носіями кулінарної автентики.

У ході аналізу виявлено позитивні чинники — розвинену локальну кухню з історичними витоками, наявність автентичних страв (галушки, борщ з вушками, полтавська ковбаса), кулінарні традиції, значний потенціал аграрного середовища. До негативних факторів віднесено недостатню популяризацію локального продукту, відсутність фахових кадрів у сфері гастрономічного туризму, слабке включення теми гастрокультури у туристичне позиціонування Полтави, а також відсутність підтримки з боку місцевої влади.

Розроблено туристичний маршрут, який передбачає поєднання відвідування автентичних гастролокацій (ресторанів з регіональною кухнею, фермерських господарств, музею галушки) з інтерактивними активностями (майстер-класами, приготуванням страв, дегустаціями). У маршруті враховано логістику, часову тривалість, доступність, сезонність і різноманітність, що дозволяє створити глибокий гастрономічний досвід для туриста. Програма маршруту гармонійно поєднує пізнавальні, естетичні та кулінарні враження.

Проведено калькуляцію витрат і доходів при реалізації гастрономічного туру з урахуванням типових тарифів на логістику, харчування, організаційні послуги та маркетинг. Розрахунки показали, що тур може стати прибутковим вже після формування мінімального пулу партнерів та за умови залучення групових замовлень. Проєкт має потенціал масштабування і може бути адаптований для різних цільових аудиторій, що підвищує його привабливість для туристичних операторів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Борисюк О.А., Дудник І.М., Беркова О.П. Географічний регіон як об'єкт туристичного маркетингу. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Географія*. 2020. Вип. 4 (74). С. 23-31
2. Вульф Е. Що таке гастрономічний туризм. URL: <https://worldfoodtravel.org/ua/what-is-food-tourism-definition-food-tourism/> (дата звернення: 15.03.2025)
3. Голод А. П., Никига О. В. Структура факторів розвитку гастрономічного туризму. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 49. Одеса, 2020. С. 174–178.
4. Горянська О.В. Еногастрономічний туризм: сучасні тенденції та перспективи розвитку *Географія і туризм*. 2020 . Вип 52.С.143-150
5. Графська О., Головчук Ю., Никига О. Роль маркетингових інновацій у розвитку гастрономічного туризму в регіоні. *Економіка та суспільство*. 2022. №. 39. С. 283
6. Давидюк Ю. В., Горшкова Л. О. Гастрономічний туризм як перспективний напрям для розвитку індустрії гостинності в Україні. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2022. №. 4. – С. 5-13.
7. Дишкантюк О.В. Гастрономічний туризм: підручник. Одеса: 2021, 136.
8. Житкевич, О. В. Еногастрономічний туризм: сутність, види, переваги та перспективи розвитку. *Стратегії підприємств*. 2019.Т. 3, № 32. С. 134-140.
9. Закон України «Про туризм». URL: https://tourlib.net/zakon/pro_turyzm.htm (дата звернення: 15.03.2025)
10. Заяць О.В. Етногастрономічна спадщина України. <http://www.gastrotur.ua> (дата звернення: 15.03.2025)
11. «Інтерактивний музей народної гастрономії», URL: <http://lr-pl.gov.ua/index.php/novyny/1032-interaktyvnyi-muzei-narodnoi-hastronomii.html> (дата звернення: 15.03.2025)
12. Інтерактивний музей народної гастрономії, URL: https://www.tourist-poltava.com.ua/interactive_museum_folk_gastronomy.php (дата звернення: 15.03.2025)

13. Інтерактивний музей народної гастрономії,
URL: <https://visitpoltava.com/uk/historydata/view?id=97> (дата звернення: 15.03.2025)
14. Коркуна О. І., Никига О. В., Підвальна О. Г. Гастрономічний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територіальних громад. *Економічний простір*. 2020. № 155. С. 40-43
15. Корнілова В. В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. *Ефективна економіка*. 2020 URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/2_2018/37.pdf (дата звернення: 15.03.2025)
16. Корнілова Н. В. Гастрономічні фестивалі в Україні як фактор розвитку гастрономічного туризму, *Агросвіт*. 2020. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/20_2018/4.pdf (дата звернення: 20.03.2025)
17. Культурно-гастрономічна експедиція у серце Полтавщини,
URL: https://kuliarpohod.com/ua/routes/expedition_poltava_region/ (дата звернення: 20.03.2025)
18. Клішевич, О. В. Гастрономічний туризм як вектор розвитку туристичної галузі України. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2017. Т. 27, № 3. С. 51-56.
19. Календарний план гастрономічних фестивалів України. URL: <http://agvt.nuft.edu.ua/kalendarnyj-plan-gastronomichnyh-festyvaliv-ukrayiny> (дата звернення: 20.03.2025)
20. Карчевська М. О., Хмара М. А. Перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні. *Секція 1. Актуальні проблеми розвитку освіти в сфері туризму*. 2023. С. 42.
21. Корнілова В.В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму // *Ефективна економіка*. 2020. № 2. С. 48
22. Корнілова В.В., Корнілова Н.В. Гастрономічні фестивалі в Україні як фактор розвитку гастрономічного туризму. *Агросвіт*. 2018. № 20. 2020. С. 21 – 26.
23. Красовський С. О. Гастрономічний туризм як актуальний тренд сучасної культури. *Питання культурології*. 2021. №. 37. С. 169-180.

24. Кукліна Т. С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України. URL: <http://www.sworld.com.ua/konfer30/682.pdf> (дата звернення: 20.03.2025)
25. Кушнірук Г., Цьолковська І. Гастрономічний бренд туристичної дестинації. *Туристичний бренд як фактор формування позитивного іміджу України на світовому ринку*. 2019. С. 68-71.
26. Курс лекцій з дисципліни Гастрономічний туризм./ Укл. Гладчук О.П. Тернопіль: Навчально-виробнича майстерня редакційно-видавничих технологій Галицького фахового коледжу імені В'ячеслава Чорновола, 2022, 99 с.
27. Лепкий М., Левчук О. Гастрономічний туризм як інструмент брендингу регіонів України. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2024. №. 3 (13). С. 62-68.
28. Лоза В. Еногастрономічний туризм: теорія і практика. URL: www.ipro.kiev.ua (дата звернення: 20.03.2025)
29. Мальська М.П., Філь М.І., Пандяк І.Г. Гастрономічний туризм. К. Каравела. 2021. 314 с.
30. Макарова Л.О. Еногастрономічний туризм: теорія та практика організації. URL: <http://www.gastrotur.ua> (дата звернення: 20.03.2025)
31. Мірзодаєва, Т. В. Вітчизняна практика розвитку гастрономічного туризму. *Часопис картографії*. 2019. Вип. 20. С. 100-110.
32. Мітал О. Гастрономічний туризм як перспективний напрямок туризму на національному туристичному ринку. *Молодий вчений*. 2019. №. 12 (76). С. 455-459.
33. Магістралтур, URL: <https://www.instagram.com/magistraltur/p/DEpzjuQtXCQ/> (дата звернення: 20.03.2025)
34. Омельницька В. О. Сутність та класифікація видів гастрономічного туризму. *Приазовський економічний вісник*. 2020. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/omelnytska2.htm (дата звернення: 20.03.2025)
35. Омельницька В. О. Об'єкти світового ринку послуг гастрономічного туризму. Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції «Сталий

- розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика*». 2020. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/omelnytska.htm (дата звернення: 20.03.2025)
36. Омельницька В. О. Сучасний стан ринку послуг гастрономічного туризму України. *Економічні студії*. 2020. № 2. С. 121-126.
37. Рубіш М.А., Чорій М.В., Зеленська Л.В. Гастрономічний туризм як засіб активізації туристичних дестинацій. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія Економіка*. 2020. Вип.1(13). С. 61-66.
38. Саркісян Г.О. Роль і значення стимулювання гастрономічного туризму в структурі розвитку регіональних туристичних ринків України *Український журнал прикладної економіки*. 2020. Том 5. № 1. С. 312–320.
39. Сливенко В. А. Шляхи активізації вітчизняного гостротуризму на міжнародному туристичному ринку. *Ефективна економіка*. 2020. № 5. С. 78
40. Слащева, А. В. Слащева А. В. Етнічні кухні : навч. Посіб. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2020. 159 с.
41. Туристичний клуб «Аби не дома» Екскурсії по Україні та всьому світу, URL: <https://abynedoma.wixsite.com/natella/smachnenka-poltava-pid-zapit> (дата звернення: 20.03.2025)
42. Фесенко Г. О. Гостротуризм як актуальний тренд сучасного розвитку сфери туризму в Україні. *Ефективна економіка*. 2021. № 5. С. 68
43. Фестивальний туризм: теорія та практика: навч. Посібник / М. П. Мальська, А.Т. Грицишин, С.В Білоус, М.Я Топорницька. Київ. Видавець ФОП Піча Ю.В. 2022. 232с
44. Яхно Т. П., Мартинюк У. А. Перспективні напрями розвитку вітчизняного гостротуризму в умовах євроінтеграції. *Регіональна економіка*. 2020. №. 4. С. 98.
45. Фортуна-тур, URL: <https://fortunatour.com.ua/ua/o-nas> (дата звернення: 20.03.2025)
46. Instagram Аби не дома, URL: <https://www.instagram.com/abunedoma/p/C4nlJBVNU13/> (дата звернення: 20.03.2025)
47. Державне агентство розвитку туризму України. Тенденції розвитку внутрішнього туризму в Україні: аналітичний огляд. Київ, 2024.

URL: <https://www.tourism.gov.ua>

48. Майже 4 мільйони гривень туристичного збору зібрали у Полтавській громаді, URL: <https://suspilne.media/poltava/935077-majze-4-miljoni-griven-turisticnogo-zboru-zibrali-u-poltavskij-gromadi/>

49. Про Програму розвитку туризму і курортів у Полтавській області на 2021–2025 роки, URL: <https://media.poda.gov.ua/docs/ftnlr3eu/programa-rozvytku-turyzmu-i-kurortiv-u-poltavskiy-oblasti-na-2021-2025-roky.pdf>

50. Туризм і рекреація в Україні у воєнний та повоєнний час: збірник матеріалів Всеукр. Наук.-практ. Конф., 28 червня 2024 р. Полтава : ПДАУ, 2024. 196 с. <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/2908/zbirnyktez28062024.pdf>

ДОДАТКИ

Додаток А

Хоруженко Лада Геннадіївна,
здобувачка освітнього ступеня
«Бакалавр» спеціальності Туризм
та рекреація» Національний університет
біоресурсів і природокористування України,
м. Київ

ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ У ПОЛТАВІ

Гастрономічний туризм є важливою складовою кожного туру, не кажучи вже про гастрономічні тури, де розвинена гастрономія регіону чи міста є основою створення такого туру. Гастрономічні тури це ті, що поєднують гастрономічні традиції та культурну спадщину досліджуваного регіону. Місто Полтава є одним із центрів національної гастрономії України і має надпотужний потенціал для розвитку та успішного просування цього сектору. Метою дослідження є саме розроблення та обґрунтування методичних і практичних засад створення гастрономічного туру до Полтави, а також аналізу сучасного стану гостротуризму у Полтаві для виявлення основних проблем та шляхів їх вирішення [1].

Ресторанна індустрія м. Полтави представлена великою кількістю закладів, що пропонують традиційні українські страви, серед яких особливе місце займають полтавські галушки, борщ, вареники. Крім того, у місті функціонує інтерактивний музей народної гастрономії, що сприяє популяризації місцевої кухні та її історичного контексту. Цікавість до гостротуризму серед вітчизняних та іноземних туристів все більш зростає, що підтверджується збільшенням кількості відвідувачів підприємств ресторанного господарства та тематичних екскурсій [2].

Але, незважаючи на позитивні тенденції, існує низка проблем, які уповільнюють розвиток гастрономічного туризму у місті Полтаві. Наразі гастрономічні маршрути, які пропонують туристичні агенції, здебільшого стандартні та не зовсім розкривають культурну спадщину регіону для туристів. Зазвичай туристична програма більше зосереджена на загальній культурі, історії і незначний акцент припадає саме на кулінарні традиції місцевої кухні. Крім того, відсутність взаємодії між рестораторами, туроператорами та місцевою владою ускладнює створення комплексного туристичного продукту, який би включав не лише дегустаційні заходи, а й освітні програми, фестивалі та майстер-класи. На мою думку, важливим аспектом є створення унікальних туристичних маршрутів, які включають відвідування ключових гастрономічних об'єктів, участь у майстер-класах та дегустаціях, а також інтеграцію історико-культурних елементів у програмі туру. Велику увагу слід також приділити маркетинговим стратегіям просування турів, таким як соціальні мережі, онлайн-платформи для подорожей та партнерство з місцевими готелями і ресторанами [3].

Наукові дослідження підтверджують, що гастрономічний туризм дійсно має помітний вплив на економічний розвиток регіону саме шляхом залучення додаткових інвестицій, розвитком підприємств малого і середнього бізнесу та сприяє збільшенню туристичних потоків. Згідно з опитуванням Інституту регіонального розвитку, понад 60% туристів зацікавлені у гастрономічному туризмі, але наявні туристичні продукти практично завжди не відповідають їхнім очікуванням [4].

Тому, вважаємо, що перспектива запровадження гастрономічних турів до міста Полтави й полягає у створенні комплексного туристичного продукту, який включатиме не тільки дегустації традиційних страв, а й занурення у місцеву культуру через тематичні заходи, кулінарні майстер-класи та практичні екскурсії. Провідним елементом для створення такого продукту може стати розширення співпраці з місцевими ресторанами, фермерами, автентичними виробниками, виробниками сувенірів та гастро продукції, місцевими майстрами кулінарії для створення автентичного та конкурентоспроможного туристичного продукту. Задля ефективного просування в нагоді стануть спеціальні маркетингові інструменти, наприклад різні цифрові платформи, що й призведе до залучення нових туристів. Буде корисним для притягнення уваги до гастрономічних турів також й впровадження інтерактивних технологій, таких як доповнена реальність у мобільних додатках для того, щоб забезпечити туристам унікальний досвід та зручність використання задля кращого пізнання гастрономічної культури Полтавщини. А врахування міжнародного досвіду в організації гастрономічних маршрутів та адаптація найуспішніших практик до місцевих умов зумовить швидке підвищення конкурентоспроможності міста Полтави на туристичному ринку України. Таким чином, перспектива вдосконалення та впровадження гастрономічних турів у місті є важливим кроком у формуванні іміджу всього туристичного регіону як одного з провідних центрів кулінарного туризму в Україні.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що подальший розвиток гастротуризму у м. Полтаві дійсно потребує комплексного підходу, що означає повну диверсифікацію турів, посилення партнерських відносин між ресторанами, туроператорами та місцевими виробниками, а також активні маркетингові стратегії на національному та міжнародному рівнях.

Список використаних джерел:

1. Гаврилюк А. (2019). Туристичне портфоліо елементу нематеріальної культурної спадщини як засіб реалізації державної регіональної політики в Україні. Научні записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Вип. Серія «Державне управління». Т. 30 (69). № 2.
2. Гастро блог про традиційні страви Полтави. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=zZY56QY5ydE>

3. Про традиційну їжу Полтавщини. URL: <https://poltava.depo.ua/ukr/poltava/stravi-rodом-z-poltavi-yakimi-tradiciynimi-smakolikami-poltavci-zamanyuyut-turistiv-20170707601484>

4. Маріанна Душар. Гастрономічна спадщина та національна ідентичність. URL: <https://www.istpravda.com.ua/columns/2021/08/11/159985/>

Додаток Б

1)



Національний університет біоресурсів і природокористування України
Навчально-науковий інститут неперервної освіти і туризму
Кафедра готельно-ресторанної справи та туризму

ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА СТУДЕНТСЬКА КОНФЕРЕНЦІЯ

ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ТА ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ

12 березня 2025 року

По дипломам за III місце нагороджено:

МИХАЛЮКА Олега, здобувача першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності «Готельно-ресторанна справа», Київський фаховий коледж туризму та готельного господарства, м. Київ – «Застосування технологій VR та AR у сфері гостинності» (науковий керівник: к.пед.н., доцент ЗЕМЛІНА Ю.В.);

ХОРУЖЕНКО Ляду, здобувачку освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності «Туризм і рекреація», НУБіП України, м. Київ – «Гастрономічний туризм у Полтаві» (науковий керівник: д.е.н., професор МЕЛЬНИЧЕНКО С.В.);

ДАВИДОВУ Анастасію, здобувачку першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності «Харчові технології», Полтавський фаховий коледж підприємництва і ресторанного бізнесу, м. Полтава – «Ризики відкриття власної справи у сфері HoReCa в умовах воєнного та поствоєнного стану» (науковий керівник: ЛУГОВА М.В.);

САДА Дмитра, здобувача освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності «Готельно-ресторанна справа», НУБіП України, м. Київ – «Важливість корпоративної культури у діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу» (науковий керівник: к.е.н., доцент СТРЕТОВИЧ О.А.);

КОСТЮК Марію, здобувачку освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності «Готельно-ресторанна справа», НУБіП України, м. Київ – «Новітнє устаткування барбершопів» (науковий керівник: д.т.н., професор БАНДУРА В.М.).



Міжнародний конкурс студентських наукових робіт «BLACK SEA SCIENCE 2025»

Одеський національний технологічний університет запрошує студентів закладів вищої освіти до участі в Міжнародному конкурсі студентських наукових робіт «Black Sea Science 2025».

КОНКУРС ПРОВІДИТЬСЯ ЗА НАСТУПНИМИ НАПРЯМКАМИ:

Харчова наука і технології
Економіка і управління
Інформаційні технології, автоматизація і робототехніка
Енергетика та енергоефективність
Екологія та охорона навколишнього середовища
Туризм та готельно-ресторанна справа

КОНКУРСНІ РОБОТИ НЕОБХІДНО НАДІСЛАТИ ДО 1 ЛЮТОГО 2025

Положення конкурсу, вимоги до учасників та контактна інформація знаходяться на сайті [HTTP://ISC.ONU.EDU.UA](http://isc.onu.edu.ua)

FIELD OF «TOURISM, HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS»
IN THE INTERNATIONAL COMPETITION OF STUDENT SCIENTIFIC WORKS
«BLACK SEA SCIENCE 2025»
organized by
Odesa National University of Technology
Odesa, Ukraine

Certificate of the winner
Innovative approaches to popularizing Ukrainian and Polish cultural heritage and tourism through modern souvenirs
authored by
Lada Khoruzhenko
under the supervision of
Iryna Kudimova, Michal Roman
was awarded the 3rd place

Head of the Organizing Committee: Rector of Odesa National University of Technology **Larysa PANCHENKOVA**

President of Odesa National University of Technology **Bogdan EGOROV**

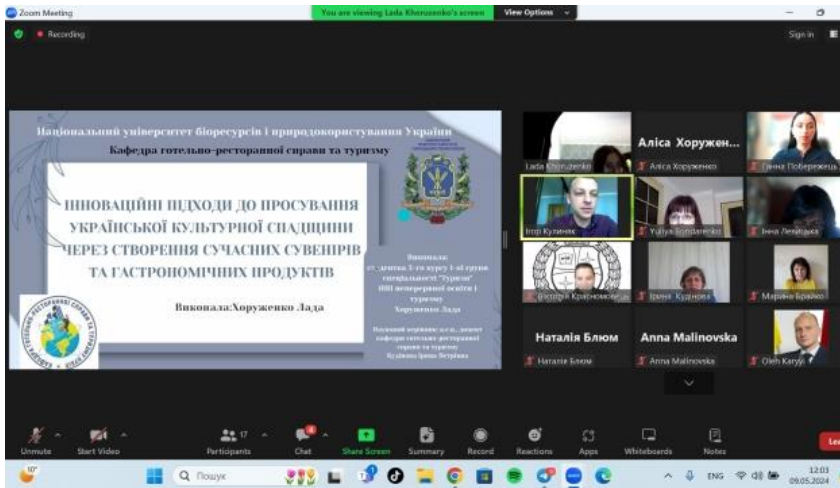
Vice-Rector for Scientific Work and International Relations of Odesa National University of Technology **Olena OLSHEVSKA**

Head of the Jury in the field of «Tourism, Hotel and Restaurant Business» **Natalia DOBRANSKA**

ISS: 2025.0.04

III	Ukraine	Odesa National University of Technology Separate structural subdivision "Professional College of Oil and Gas Technologies, Engineering Infrastructure and Service of Odesa National Technological University"	The role of social networks and enogastronomic blogs in the development of enogastronomic tourism	Hanagin Artem, Husak Daryna, Zaitseva Marharyta	Shepeteva Olga, Trishyn Fedir	92	26,3	118,3
III	Ukraine	Mykolaiv National Agrarian University	Trends in the development of philanthropic and psychological tourism as priority types of tourism in war conditions.	Yuliia Cherkashyna	Halyna Harbar	92	25,6	117,6
III	Republic of Moldova	Trade and Cooperative University of Moldova	Amazing global tourist attraction - mud volcanoes: analysis and perspectives	Imandii Aprelin, Dachevici Ionelia	Savga Larisa	92	24,6	116,6
III	Ukraine	Cherkasy State Technological University	Specifics of organisation and prospects for the development of events in restaurant business	Kristina Puskova, Anna Polishchuk	Larysa Byshovets, Olena Starynets	92	24,3	116,3
III	Ukraine	Bogdan Khmelnytsky Melitopol State Pedagogical University	Hotel and restaurant space of a modern metropolis in a discursive context	Sofia Bryhina	Natalia Babko	93	23	116
III	Ukraine Spain	Odesa Polytechnic National University Marianna Yatsenko Ukrainian Saturday School «Nove Dzherelo»	Humanitarian tourism in wartime	Motynka Lada, Gelyukii Nikol	Kacunia Kovtunenka, Marianna Yatsenko	92	23,5	115,5
III	Ukraine	O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv	Trendwatching of global tourism and hospitality development	Volodymyr Pokolodnyi, Sofia Ivashchenko	Iryna Andrenko	91,5	24	115,5
III	Ukraine Poland	National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine	Innovative approaches to popularizing Ukrainian and Polish cultural heritage and	Lada Khoruzhenko	Iryna Kudimova, Michal Roman	92,5	22,5	115

Додаток В



Додаток Г

Гастрономічні свята та фестивалі в Україні

№	Область	Назва гастрономічної події	Місце проведення	Дати проведення
1.	Вінницька	Всеукраїнський фестиваль борщу	с. Правилівка, Оранівського району	Вересень
2.	Волинська	1. «Lutsk Food Fest»	м. Луцьк	Травень
		2. Фестиваль національної кухні	м. Луцьк	Вересень
		3. Фестиваль пива і м'яса у Луцькому замку	м. Луцьк	Вересень
		4. «Смаковиця по-володимирськи»	м. Володимир-Волинський	Вересень
		5. «З любов'ю до сала»	м. Луцьк	Жовтень
3.	Дніпропетровська	1. Фестиваль Галушки	с. Гречане, Петриківського району	Травень
		2. Фестиваль кулішу «Смачна традиція козацтва»	с. Старі Кодаци, Дніпровського району	Червень
4.	Донецька	-----	-----	-----
5.	Житомирська	1. Фкестиваль Дерунів	м. Коростень	Вересень
6.	Закарпатська	1. «Конкурс різників свиней – гентешів»	с. Геча	Січень
		2. «Червоне вино»	м. Мукачево	Січень
		3. Фестиваль млинців «Ужгородська палачінта»	м. Ужгород	Лютий
		4. «Біле вино»	м. Берегово	Березень
		5. Всеукраїнський фестиваль вареників	м. Яремче	Березень
		6. Фестиваль вина «Sakura Wine»	м. Ужгород	Квітень
		7. Фестиваль вина «Угочанська лоза»	м. Виноградов	Травень
		8. Гастрономічний фестиваль вина та меду «Сонячний напій»	м. Ужгород	Травень
		9. «Берлибашський бануш»	с. Костилівка, Рахівського району	Травень

		10. «Фестиваль ріп'янки»	с. Колочава	Червень
		11. Фестиваль тушкованого півня	с. Косонь	Червень
		12. Фестиваль Великоберезнянського сиру «Молочна ріка»	с. Стужиця, Великоберезнівського району	Червень
		13. Фестиваль-Ярмарок «Червона черешня»	с. Пацканьово, Ужгородський р-н та с. Оклі Гедь, Виноградівський р-н	Червень
		14. Фестиваль голубців	с. Четфалва	Липень
		15. Фестиваль голубців	с. Великий Бичків	Серпень
		16. Фестиваль чорниць «Верховинська яфина»	с. Гукливе	Серпень
		17. «Сливовий леквар»	с. Геча	Серпень
		18. «Гуцульська бринза»	м. Рахів	Вересень
		19. Солодке свято меду в Мукачеві	м. Мукачево	Вересень
		20. «Варишське пиво»	м. Мукачево	Вересень
		21. Фестиваль «Смажений баранчик»	с. Лазещина, Рахівського району	Вересень
		22. «Золотий гуляш»	с. Мужієво	Жовтень
		23. Фестиваль молодого вина «Закарпатське Божолє»	м. Ужгород	Листопад
7.	Запорізька	1. Фестиваль домашньої консервації «Нас не подолати»	м. Запоріжжя	Вересень
8.	Івано-Франківська	1. «Станіславівська мармуляда»	м. Івано-Франківськ	Жовтень
9.	Київська	1. Фестиваль Здорової Їжі «Best Food Fest»	м. Київ	березень
		2.«Kyiv Coffe Festival»	м. Київ	Квітень
		3. Фестиваль морозива	м. Київ	Травень
		4. «Вулична їжа»	м. Київ, Арт-завод «Платформа»	червень-серпень
		5. «Kyiv Food and Wine Festival»	м. Київ	вересень-жовтень
		6. «Борщ фест»	с. Чубинське	Жовтень
		7. Фестиваль українського крафтового пива «Craft Beer Fest!»	м. Київ	Жовтень
		8. Фестиваль односолодових віскі «Whisky Dram»	м. Київ	Листопад
		9. Маркет «М'ясний листопад» в «Всі. Свої. Гастрономія»	м. Київ	Листопад
		10. Фестиваль «Цукерки та Пундики»	м. Київ	Листопад
		11. Фестиваль солодоців «SWEETs Fest»	м. Київ	Грудень
		12. Ярмарок «Sweets&Gifts»	м. Київ	Грудень
10.	Кіровоградська	1. Фестиваль полуниці	с. Миронівка	Червень
		2. День бджоляра	с. Виноградівка, Компаніївського району	Серпень
11.	Луганська	----- -----	-----	-----
12.	Львівська	1. «Дні глінтвейну у Львові»	м. Львів	Січень
		2. Міське свято пампуха	м. Львів	Січень
		3. Фестиваль крафтового пива та вінілової музики «Craft Beer & Vinyl Music Festival»	м. Львів	Квітень
		4. «Львів на тарілці»	м. Львів	Червень
		5. «На каву до Львова»	м. Львів	Вересень
		6. «Свято Хліба»	м. Львів	Вересень

		7. Національне свято шоколаду	м. Львів	Жовтень
		8. Свято сиру і вина	м. Львів	Жовтень
		9. Фестиваль Глінтвейну	с. Славське	Листопад
13.	Миколаївська	1. Фестиваль вуличної їжі «Брячіна»	м. Миколаїв	Травень
		2. Фестиваль вуличної їжі «НікФест»	м. Миколаїв	Жовтень
14.	Одеська	1. «Таки да, вкусно!»	м. Одеса	квітень-травень
		2. «Свято полуниці»	м. Одеса	Травень
		3. Фестиваль міської їжі в Зеленому театрі	м. Одеса	Червень
		4. День помідора	м. Одеса	Серпень
		5. «Volgrad Wine Fest»	м. Болград	Листопад
		6. Фестиваль «Прянощі і радощі»	м. Одеса	Листопад
15.	Полтавська	1. Свято сала	м. Полтава	Лютий
		2. Фестиваль полуниці	м. Кременчук	Червень
		3. Всеукраїнський полуничний фестиваль-ярмарок «Білецьківський край-полуничний рай»	с. Білецьківка	Червень
		4. Свято Полтавської галушки	м. Полтава	Червень
		5. «Пливе шука з Кременчука»	с. Білецьківка	Липень
		6. Міжнародний гастрономічний фестиваль-квест «Борщик у глиняному горщику»	с. Опішня	Серпень
		7. «Свято миргородської свині»	м. Миргород	Вересень
16.	Рівненська	1. Фестиваль їжі «FoodFest.PLAZA»	м. Рівне	Вересень
		2. Фестиваль шашлика	м. Рівне	Вересень
		3. Гарбузовий фестиваль	м. Рівне	Жовтень
17.	Сумська	1. Фестиваль «Віншуємо суницю – першу ягоду-царицю»	с. Малий Самбір, Коноторського району	Червень
18.	Тернопільська	1. «Галицька дефіляда»	м. Тернопіль	січень, квітень, липень, жовтень
		2. «Вареник і капуста-fest»	м. Збараж	Травень
		3. Фестиваль коропа «Коропфест»	с. Коропець, Монастирського району	Липень
		4. «Борщ`їв»	м. Борщів	Вересень
19.	Харківська	1. Фестиваль полуниці	м. Ізюм	Червень
		2. «Міський Рісник»	м. Харків	Червень
20.	Херсонська	1. «Український кавун – солодке диво»	м. Гола Пристань	Серпень
		2. «Тышо-Тышо FEST»	м. Херсон	Вересень
21.	Хмельницька	1. «Проскурівські смаколики»	м. Хмельницький	Травень
		2. «Октоберфест»	м. Кам'янець-Подільський	Жовтень
22.	Черкаська	----- -----	-----	-----
23.	Чернівецька	1. Фестиваль березового соку	с. Банилів-Підгірний	Травень
24.	Чернігівська	1. «Сало»	м. Чернігів	Лютий
		2. «Дерун-фест»	м. Чернігів	Квітень
		3. Фестиваль хліба «Хліб своїми руками»	с. Мистецький	Серпень
		4. «40-Ух»	м. Чернігів	Серпень
		5. «Його величність, Ніжинський огірок»	м. Ніжин	Вересень
24.	АР Крим	2. Фестиваль кримськотатарської національної кухні «Хидирлез»	м. Судак	Травень
		2. «WineFeoFest»	м. Феодосія	Вересень

Пам'ятники, присвячені продуктам та стравам України



Пам'ятник полтавській галушці, м. Полтава

Пам'ятники
присвячені
продуктам та
стравам в Україні



Пам'ятник кременчуцькій щуці, м. Кременчук



Пам'ятник «славетному» помідору, м. Кам'янка-Дністровська



Пам'ятник ніжинському огірку, м. Ніжин



Пам'ятник кавуну, м. Гола Пристань



Пам'ятник бичку-годувальнику, м. Бердянськ



Пам'ятник поліському деруну, м. Коростень



Пам'ятник чорниці, с. Гукливе