

Міністерство освіти і науки України  
Одеський національний технологічний університет  
Кафедра туристичного бізнесу та рекреації



## **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВАРА**

**на тему «Розробка та просування гастротуру з України до Франції»**

Здобувачки Наталі АСЛАНОВОЇ

3 курсу групи МТз-33с

Керівник: Олена МЕЛІХ

**Кваліфікаційна робота допускається до захисту**

Рішення кафедри від 01 червня 2023 р., протокол № 10

Завідувачка кафедри ТБтаР Наталя ДОБРЯНСЬКА

Одеса – 2023 рік

## ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет технології вина та туристичного бізнесу

Кафедра туристичного бізнесу та рекреації

Ступінь вищої освіти бакалавр

Спеціальність 242 Туризм

Освітня програма Міжнародний туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри ТБтаР

Наталя ДОБРЯНСЬКА

---

«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

**ЗАВДАННЯ  
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧКИ**

Асланової Н.О.

ПБ

1. Тема роботи **«Розробка та просування гастротуру з України до Франції»**

Затверджена наказом ОНТУ № 69-03 від 06.02.2023

2. Термін здачі здобувачем закінченої роботи 01 червня 2023 р.

3. Вихідні дані роботи

Література з розвитку екскурсійної та туристичної сфери, законодавство, інтернет-джерела

4. Перелік питань, які потрібно розробити

- Особливості гастрономічного туризму
- Французька кухня та її значення для розвитку туризму
- «Солодкий тур» Францією

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначення обов'язкових креслень)

Презентація (19 слайдів)

6. Консультанти по роботі із зазначенням розділів роботи, що відносяться до їх компетенції:

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 3			

7. Дата видачі завдання – «06» лютого 2023 р.

Керівник \_\_\_\_\_ Олена МЕЛІХ

Завдання прийняла до виконання \_\_\_\_\_ Наталя АСЛАНОВА

#### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Термін виконання етапів роботи
1	Розділ 1. Особливості гастрономічного туризму	20.03.2023
2	Розділ 2. Французька кухня та її значення для розвитку туризму	20.04.2023
3	Розділ 3. «Солодкий тур» Францією	20.05.2023
4	Оформлення роботи та презентації	30.05.2023
5	Підготовка доповіді	01.06.2023

Здобувачка \_\_\_\_\_ Наталя АСЛАНОВА

Керівник роботи \_\_\_\_\_ Олена МЕЛІХ

*Несу відповідальність за ідентичність електронного та друкованого варіантів кваліфікаційної роботи, даю згоду на обробку персональних даних та не заперечую проти розміщення кваліфікаційної роботи на офіційних web-ресурсах ОНТУ.*

*Підтверджую, що в кваліфікаційній роботі відсутні порушення норм академічної доброчесності.*

Здобувач-дипломник \_\_\_\_\_ Наталя АСЛАНОВА

## **АНОТАЦІЯ**

### **на кваліфікаційну роботу бакалавра**

Кваліфікаційна робота містить 115 сторінок, 2 таблиці, список літератури з 52 найменувань, 3 додатка.

Метою виконання роботи є розробка та просування гастрономічного туру.

В роботі передбачено 3 розділи: 1) Особливості гастрономічного туризму, 2) Французька кухня та її значення для розвитку туризму, 3) «Солодкий тур» Францією.

Об'єкт дослідження – тури Францією.

Предмет дослідження – програма для туристів з України.

Робота може бути впроваджена як в екскурсійній справі агенцій, бюро, туристичних підприємств, так і в державних органах.

Рік захисту роботи 2023.

## **SUMMARY**

### **of the qualification work**

The work contains 115 pages, 2 tables, a list of references 52 , 3 appendices.

The purpose of the work is the development and promotion of a gastronomic tour.

The work includes 3 sections: 1) Features of gastronomic tourism, 2) French cuisine and its importance for the development of tourism, 3) "Sweet tour" by France.

The object of the research is tours in France.

The subject - is a program for tourists from Ukraine.

The work can be implemented both in the excursion business of agencies, bureaus, tourist enterprises, and in state bodies.

Year of protection – 2023.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	7
<b>РОЗДІЛ 1 ОСОБЛИВОСТІ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ</b>	
1.1. Класифікація видів туризму, сутність гастрономічного туризму	8
1.2. Характеристика гастротурів (винний, пивний, сирний та інші підвиди турів) .....	22
1.3. Гастрономія, кухня, традиції країн світу .....	33
Висновки до 1 розділу .....	43
<b>РОЗДІЛ 2 ФРАНЦУЗЬКА КУХНЯ ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ .....</b>	
2.1. Винний та сирний туризм Франції .....	45
2.2. Агротуризм Франції (сільський гастрономічний туризм) .....	55
2.3. Фудтуризм Франції (міський ресторанний туризм) .....	65
Висновки до 2 розділу .....	69
<b>РОЗДІЛ 3 «СОЛОДКИЙ ТУР» ФРАНЦІЄЮ .....</b>	
3.1. Опис програми туру (локацій, блюд для дегустації та майстер-класів)	71
3.2. Опис маршруту .....	81
3.3. Оцінка вартості туру .....	86
3.4. Засоби просування туру .....	91
Висновки до 3 розділу .....	93
ВИСНОВОК .....	99
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	99
ДОДАТКИ .....	104

## ВСТУП

В умовах сьогодення важливою ланкою індустрії туризму є харчування гостей. Знайомлячись з історичними пам'ятками міста чи країни, туристи одночасно хочуть знати про особливості національної кухні. Для багатьох подорожуючих національна кухня є надзвичайно цікавим елементом програми туру. Саме тому з'явилося нове поняття – гастрономічний туризм.

Гастротуризм - це спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з історією, технологією та культурою споживання національних страв і продуктів, а також навчанням і підвищенням рівня професійних знань у сфері кулінарії. В туризмі харчування розглядається як важливий елемент розваги і пізнання місцевої культури, тому останнім часом все більшою популярністю користуються гастрономічні тури.

За даними Всесвітньої туристської організації, 79% мандрівників вибудовують маршрут, попередньо вивчивши календар гастрономічних подій і особливість місцевої кухні. Кожен третій турист у світі розглядає національну кухню як важливу складову частину мотивації до подорожі, причому на харчування припадає близько 30% загальних витрат у подорожі.

Гастрономічні тури значно розвинуті та організовані. Франція та її кухня особливі для світового гастрономічного туризму. Саме тому аналіз стану гастрономічного туризму Франції було покладено в основу цієї кваліфікаційної роботи.

Вважаємо, що обрана тема є актуальною. Для обрання локацій нового гастрономічного туру було вирішено взяти кондитерські вироби. Вона є також популярними для туристів, подорожуючих Францією.

Для цього виду «кондитерського» туризму біло обрано декілька цікавих локацій із дегустаціями та майстер-класами, тому в турі можуть брати участь як цілі сім'ї, так і професіонали кондитерської справи. Суттєвою перевагою таких турів є їхня всесезонність, що відрізняє їх від винних чи сирних, безсумнівно дуже популярних.

## РОЗДІЛ 1 ОСОБЛИВОСТІ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

### 1.1. Класифікація видів туризму, сутність гастрономічного туризму

Туризм походить від французького «tourisme» [1] — тимчасове переміщення людей з місця свого постійного проживання в іншу країну або місцевість в межах своєї країни у вільний час, в цілях отримання задоволення і відпочинку, оздоровчих, гостьових, пізнавальних або в професійно-ділових цілях, але без заняття оплачуваною роботою у відвідуваному місці.

Існує більше двохсот визначень туризму. До них відносяться: туризм — один із видів спорту, туризм — один із засобів фізичного виховання, туризм — один із засобів пізнання й естетичного виховання. Усі ці визначення в тій або іншій мірі відображають важливі риси туризму, але не можуть окремо скласти повну картину такого унікального явища, як туризм.

З усіх визначень найбільш повним можна вважати таке: туризм — це один із видів активного відпочинку, що здійснюється в процесі подорожі у вільний від трудової діяльності час, протягом якої відбувається духовний, культурний, соціальний розвиток особистості та задоволення її рекреаційних потреб (оскільки він поєднує рані види рекреаційної діяльності: оздоровлення, пізнання, відновлення виробничих сил), і є складовою частиною охорони здоров'я та фізичної культури [2].

У сучасній вітчизняній і зарубіжній літературі вироблено багато підходів до визначення поняття «туризм». Ці підходи базуються на різних ознаках і можуть бути об'єднані в кілька груп:

- туризм як тимчасові переміщення людей, їх перебування поза постійного місця проживання і тимчасове перебування на об'єкті, що викликає туристичний інтерес;

- туризм як складна соціально економічна система, основу якої становить багатогалузевий виробничий комплекс, званий туристичною індустрією;
- туризм як сегмент ринкової економіки, на якому взаємодіють різні підприємства господарського комплексу з метою пропозиції продукту, який задовольняє туристичний інтерес;
- туризм як тимчасові виїзди громадян і осіб без громадянства у вільний час з постійного місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійних, спортивних, релігійних, ділових, освітніх та інших цілях на термін не менше 24 годин і не більше 6 місяців і без заняття оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування.

Останнє визначення поняття «туризм» є найбільш повним, так як враховує всі ознаки, які відрізняють туризм від подорожі та інших видів переміщень. Найбільш важлива ознака, що визначає туристичні переміщення:

- Вільний час людини. Під вільним часом в туризмі слід розуміти час відпустки, канікул, вихідних і святкових днів, час після виходу на пенсію.
- Друга найважливіша ознака туризму — мета переміщення. У визначенні чітко позначені ці цілі: оздоровчі, пізнавальні, професійні, спортивні, релігійні, ділові, освітні.
- Третя ознака встановлює тимчасові рамки туристичного переміщення — не менше 24 годин і не більше 6 місяців, що надзвичайно важливо для туристичної статистики і економіки туристичної індустрії.
- Четверта ознака, що характеризує туристичні переміщення, передбачає неможливість заняття оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування. Це означає, що турист, крім вільного часу, повинен володіти і вільними коштами, які він готовий витратити на певні цілі, пов'язані з відпочинком і відновленням організму.

Сучасний туризм – явище, з одного боку, молоде, так як масовим воно стало лише після Другої світової війни; з іншого боку, туризм має глибокі історичні корені, бо подорожі відомі людству з найдавніших часів.

В історії розвитку туризму прийнято виділяти чотири етапи:

- до початку XIX ст. — передісторія туризму;
- початок XIX ст. — початок XX ст. — елітарний туризм; зародження спеціалізованих підприємств з виробництва туристичних послуг;
- початок XX ст. — до Другої світової війни — зародження масового соціального туризму;
- після Другої світової війни — сучасний етап — масовий соціальний туризм; формування туристичної індустрії як міжгалузевого комплексу по виробництву товарів і послуг для туристів.

В основу даної періодизації покладено такі критерії: техніко економічні передумови, соціальні передумови, цільові функції туризму на різних етапах розвитку. На першому етапі розвитку туризму основними мотивами подорожі були торгівля, освітні цілі, паломництво і лікування. В середні віки посилюється релігійний фактор подорожі — поклоніння святиням християнства і ісламу. В епоху Ренесансу релігійна складова туризму була кілька ослаблена, при цьому зміцнилися освітній і пізнавальний мотиви мандрівників. Особливістю подорожей до початку XIX в. був примітивізм засобів пересування; подорож була не самоціллю, а необхідною умовою для досягнення власне мети: торговельні справи, розширення освітнього кругозору, лікування, паломництво. Всіх мандрівників об'єднувала одна якість: вони становили меншість, еліту суспільства.

Туризм в сучасному світі виявляється в різних явищах, зв'язках і відносинах, що визначає необхідність його класифікації, тобто угруповання за окремими однорідними ознаками, що залежать від певних практичних цілей [3].

Найбільш поширеною класифікацією туризму є його поділ на типи, категорії, види і форми.

Тип туризму визначається національною приналежністю туристів.

Відповідно до рекомендацій Всесвітньої туристичної організації ВТО (UNWTO) [4] щодо окремої країни, виділяються наступні типи туризму:

- внутрішній туризм — подорожі громадян у межах державних кордонів власної країни;
- в'їзний туризм — подорожі нерезидентів в межах державних кордонів будь-якої країни;
- виїзний туризм — подорожі резидентів однієї країни в якусь іншу країну.

Зазначені типи туризму по різному поєднуються між собою, утворюючи такі категорії туризму:

- туризм в межах країни включає внутрішній і в'їзний туризм;
- національний туризм включає внутрішній і виїзний туризм;
- міжнародний туризм включає в'їзний та виїзний туризм;

Зазначені категорії можуть використовуватися стосовно окремої країни, до регіону в даній країні, або до регіону, що включає кілька країн.

Функціональна класифікація видів туризму визначається метою поїздок.

У класичному трактуванні туризму закладена одна з найпоширеніших ознак його класифікації -- це диференціювання видів туризму за цільовою спрямованістю. Дана ознака лежить в основі класифікацій Всесвітньої туристської організації ВТО.

Дані про мету поїздки необхідні для визначення споживання і ви-трат відвідувачів. Рекомендується збирати дані про головну мету поїздки, яка визначається як «мета, у відсутність якої дана поїздка не відбула-ся б». У багатьох випадках додаткова мета поїздки також має велике значення, і доцільно включати її в дослідження з метою виявлення попиту на

специфічні послуги, наприклад, поєднання відпочинку і ділових цілей, поєднання відвідин знайомих (родичів) і відпочинку, але тільки одна з них буде домінуючою (рис. 1).

Наприклад ВТО, для зручності статистичного обліку відвідувачів, подорожі за туристською метою були об'єднані в декілька блоків: дозвілля, рекреація, відпочинок; відвідини родичів і знайомих; ділові і професійні цілі (участь в ділових зустрічах, конференціях, конгресах і так далі); лікування; поклоніння релігійним святиням (паломництво); інші туристські цілі.



Рис. 1. Класифікація видів туризму за головною метою подорожі

Для впорядкування цільової спрямованості пропонується виділити тільки дві групи туризму -- рекреативно-анімаційний і діловий туризм [9]. Туризм з метою розваги і відпочинку об'єднує всі види турів з різною змістовною і організаційною спрямованістю. Діловий туризм - подорож зі службовими цілями без отримання прибутків за місцем відрядження.

Відповідно за даними ознаками розрізняють наступні основні види туризму [8]:

- рекреаційний;
- лікувально-оздоровчий;
- пізнавальний;
- діловий;
- спортивний;
- етнічний;
- релігійний;
- транзитний;
- освітній.

За активністю туризм можна розділити на два види: активний і пасивний [5]:

— В активному вигляді туризму маються на увазі подорожі, спорт, відпочинок, розваги (рафтинг, спортивні ігри, дайвінг, лазіння по скелях та інше), в яких людина докладає фізичну силу. Такий вид туризму не під силу кожному бажаючому, а тільки певному типу людей, які володіють фізичною силою і витривалістю. Найважчим видом активного туризму вважається екстремальний туризм. Також треба відзначити, що не все, що входить в екстремальний туризм, можна віднести до активного туризму. Наприклад, якщо є бажання, то можна купити тур на перебування в будь-якої в'язниці, де можна провести кілька днів, походити в смугастій робі і посидіти в камері, в якій колись сиділа якась відома особа або історичний персонаж.

Тут слід погодитись, що такий тур навряд чи можна віднести до активного туризму.

— Пасивний туризм більш спокійний, в ньому майже немає фізичних навантажень і розрахований він на людей, які звикли до тихого і спокійного відпочинку, екскурсійним поїздкам, в яких фізичне напруження зводиться до мінімуму. До пасивного туризму відносяться такі види відпочинку як відпочинок на морському узбережжі, в горах, в оздоровчо-лікувальних санаторіях, на водолікувальну курорті, тури на лікування, оздоровчі тури. В основному це все відноситься до категорії туристів старшого віку і туристів, які відпочивають сім'ями з дітьми.

Так само до пасивного відпочинку відносять тури, які називаються *basket making* і *gardening*, в яких можна навчитися плетінню капелюшків з соломи, плетіння кошиків з лози, або навчитися мистецтву кулінарії і як правильно вести домашнє господарство.



Рис. 2. Види туризму

Найбільш поширеними є рекреаційний і пізнавальний туризм.

- Рекреаційний туризм відрізняється великою різноманітністю і може включати видовищно-розважальні програми, полювання, риболовлю, музичну та художню творчість, відвідування спортивних заходів в якості глядача і т. д.

- Лікувально-оздоровчий туризм обумовлений потребою в лікуванні різного роду захворювань і оздоровленні організму після перенесених хвороб. Тут можна говорити про тури з виключно лікувальною метою, для лікування будь-яких важких захворювань, реабілітації після травм, аварій, операцій, та тури лікувально-оздоровчі, з метою підтримки молодості, краси і здоров'я, зняття стресу і втоми.

- Пізнавальний (екскурсійний) туризм включає в себе поїздки з метою ознайомлення з природними та історико культурними пам'ятками, музеями, театрами, традиціями народів в відвідуваній країні. Поїздка може включати в себе пізнавальні і рекреаційні цілі одночасно.

- Діловий туризм охоплює подорожі зі службовими або професійними цілями без отримання доходів за місцем тимчасового перебування. До цього виду туризму WTO відносить поїздки для участі в з'їздах, наукових конгресах і конференціях, виробничих нарадах і семінарах, ярмарках, виставках, салонах, а також для проведення переговорів і укладення контрактів, монтажу та наладки обладнання. Діловий туризм включає: бізнес поїздки, конгресно-виставковий туризм, інсентив-туризм (incentive - стимул, спонукання). Інсентив-туризм [6] являє собою поїздки, надані керівництвом фірми своїм співробітникам безкоштовно в якості заохочення за хорошу роботу. Інсентив тури, як правило, передбачають хороше якісне обслуговування по системі «Все включено» (All inclusive). Загальна частка ділового туризму становить від 10 до 20% в міжнародному туристичному обсязі.

- Спортивний туризм передбачає виїзд для проведення спортивних заходів в тих чи інших країнах і регіонах. Його, в свою чергу, можна поділити на професійний і любительський туризм.

- Етнічний туризм має на меті відвідування місця народження або походження сім'ї, а також місця проживання родичів і / або близьких. Цей вид туризму носить назву ностальгічного (nostalgie tour). Пріоритетне значення цей вид туризму має для країн, де проживають великі діаспори людей родом з інших країн.

- Релігійний туризм ґрунтується на релігійних потребах людей різних конфесій. Релігійний туризм можна назвати найдавнішим, його коріння сягає в незапам'ятні часи. Він має дві основні різновиди: паломницький туризм (окремо слід виділити духовно-паломницький напрямок) і релігійний туризм екскурсійно-пізнавальної спрямованості. Релігійний туризм в окремих конфесіях має свої особливості.

- Транзитний туризм відповідно до рекомендацій ВТО включає два різновиди:

- переміщення авіапасажирів, які не в'їжджають в країну, а лише роблять пересадку на стикувальний рейс;

- переміщення туристів, які їдуть до місця кінцевого призначення з невеликою зупинкою для стикування рейсів в третій країнах.

- Освітній туризм передбачає тури тривалістю від 15 днів до 3 місяців з метою підвищення кваліфікації або поглиблення знань з тих чи інших дисциплін. Найбільш популярними в даний час є освітні тури з метою вивчення іноземних мов або поглиблення знань іноземної мови.

Залежно від способу організації виділяють організований і неорганізований туризм.

- Організований туризм передбачає заздалегідь розроблену і організовану туристичною фірмою програму подорожі для туристів, згідно їх побажань і бюджету. Туристична фірма заздалегідь бронює і оплачує всі

туристичні послуги по всьому маршруту, оформлює всі необхідні виїзні документи.

— Неорганізований туризм передбачає, що туристи самі, без участі посередництва туристичної фірми, організують свою подорож. Самостійно розробляють маршрут поїздки, визначають об'єкти екскурсійного відвідування, планують місця ночівель, оформляють виїзні документи і т. д. Неорганізований туризм в світі дуже популярний. Відносно невеликі відстані, хороша транспортна мережа, можливість вільного перетину кордонів сусідніх держав, наявність багатьох екскурсійних об'єктів і інші важливі чинники вплинули на те, що частка неорганізованого туризму в Європі становить 80%.

За тривалістю подорожей виділяють наступні види туризму: короткостроковий (тури «вихідного дня», поїздки на термін до 8 днів), середньостроковий (тури тривалістю від 9 до 12 днів) і довгостроковий (тури на термін від 15 до 30 днів).

Щодо використання транспортних засобів, задіяних в ході подорожі, можна виділити наступні види туризму:

- залізничний;
- авіаційний;
- теплохідний / водний (морський і річковий);
- автомобільний;
- автобусний;
- велосипедний;
- з використанням інших засобів пересування.

За інтенсивністю відвідування туризм можна поділити на постійний і сезонний.

За джерелами фінансування туризм можна поділити на комерційний і соціальний типи:

- Комерційний туризм орієнтований на отримання туристичними підприємствами прибутку, є основним джерелом для розвитку виробництва послуг. Прагнучи максимізувати прибуток, туристичні фірми постійно шукають найбільш оптимальне поєднання між величиною витрат і кінцевою ціною тур продукту. Надані ними туристичні послуги орієнтовані в основному на клієнтів із середнім і високим рівнем доходу.

- Соціальний туризм субсидується з коштів, що виділяються на соціальні потреби з метою створення умов для туризму певних категорій громадян. Субсидії виділяються як з державних, так і з недержавних фондів, а також благодійними організаціями. У Манильській декларації по світовому туризму [7] вказується, що «соціальний туризм — це мета, до якої суспільство повинне прагнути в інтересах менш забезпечених громадян».

Концепція соціального туризму базується на трьох основних принципах:

- забезпечення відпочинком кожного члена суспільства шляхом залучення в середу туризму людей з низьким рівнем доходу;
- субсидування туристичних поїздок малозабезпечених громадян;
- участь державних, муніципальних і громадських структур в розвитку туризму.

Дана концепція реалізована на практиці в Швейцарії, Німеччині та Франції з використанням відпускних чеків.

Останнім часом з'явилися і користуються попитом нові види туризму: екотуризм, агротуризм, екзотико-пригодницький і екстремальний туризм .

Поява на ринку цих нових видів послуг обумовлено багатьма факторами: науково-технічним прогресом, який надає все нові можливості в організації поїздок, урбанізацією, в зв'язку з якою виникає бажання зняти стрес і абстрагуватися від життєвої рутини, а при певному стабільному рівні доходу, який дозволяє подорожувати – виникає пересиченість від стандартних туристичних програм [9].

- Екзотико-пригодницький і екстремальний туризм пов'язані з відвідуванням екзотичних місць (островів, вулканів, водоспадів, пустель і т. д.). І пригодницької діяльністю (джип-сафарі, рафтинг, дайвінг, тури на слонах, верблюдах, повітряних кулях та інші).

- Основна мета екотуризму – ознайомлення туристів з природними цінностями, екологічне виховання та освіту людей. Особливістю організації цього виду туризму є забезпечення мінімального впливу на природне середовище при організації поїздок, створення мережі екологічних готелів, забезпечення туристів екологічно чистими продуктами харчування і т. д. Екотуризм включає відвідування екологічно чистих природних територій (заповідників, заказників, ботанічних садів, національних парків), ще не змінених або мінімально змінених діяльністю людини. В рамках екотуризму можна виділити екоосвітні тури, тури в екосистемах, фотополування.

- Агротуризм (сільський туризм (rural tourism), зелений сільський туризм (green rural tourism) включає відвідування туристами сільської місцевості з метою відпочинку і / або організації розваг в екологічно чистих (щодо міських поселень) районах. Передумовами для його розвитку, поширення і все більшої популярності є: зростаючий рівень урбанізації, доступність для багатьох відпочинку за невисокою ціною, можливість харчування екологічно чистими і корисними свіжими продуктами, бажання побути на природі.

- Основними мотивами для вибору відпочинку за типом сільського туризму можна вважати наступне:

- відсутність коштів для відпочинку на дорогому фешенебельному курорті або в готелі;
- усталений спосіб життя в сільській місцевості;
- необхідність оздоровлення в кліматичних умовах, рекомендованих лікарем;

- близькість до природного середовища і можливість великий час проводити на свіжому повітрі, в лісі;
  - можливість харчуватися екологічно чистими продуктами;
  - нагальна потреба в спокійного розміреного життя;
  - можливість долучитися до іншої культури та звичаїв.
- І звичайно ж ми повинні згадати про основну тему нашої роботи, гастрономічний туризм.

Більшість людей подорожують з метою подивитися нові міста, країни, побувати на фестивалях, здійснити сходження в гори або насолодитися пляжним відпочинком. Є ще один вид туризму, який часто недооцінюють та не виділяють як основну мету поїздки. За допомогою гастрономічного туризму можна дізнатися країну під новим кутом, краще зрозуміти менталітет мешканців, їхню культуру та традиції. Для цього не обов'язково ходити дорогими ресторанами. Можна просто пройтися локальними ринками, познайомитися з вуличною їжею та поспілкуватися з місцевими жителями, які готують за автентичними рецептами та за допомогою старовинних технік.

Сьогодні непомітно для нас самих дедалі більшої ролі в нашому житті набуває так звана «економіка вражень». Американці Б. Джозеф Пайн II і Джеймс Гілмор, розглядаючи враження як четверта економічна пропозиція, дійшли висновку, що вони мають свої відмінні риси і відрізняються від послуг так само, як і послуги від товарів. Людина, купуючи враження, платить за свої власні почуття та відчуття. Враження готує і пропонує на ринку велику кількість компаній, а в їхньому просуванні беруть участь і турфірми.

Вищезгадані автори розглядають вплив товарів на органи почуттів і пропонують наситити ці товари враженнями, додавши до них те, що може безпосередньо впливати на органи почуттів покупця. Так, деякі товари за своєю природою залежить від чуттєвого сприйняття. До таких товарів сміливо можна віднести гастрономічні фестивалі та гастрономічні тури.

Гастрономічний туризм як самостійний напрямок туризму став розвиватися нещодавно. Існує кілька дефініцій, що дозволяють відносити поїздки до цього виду туризму [10].

Гастрономічний туризм – вид туризму, основна мета якого – знайомство з тією чи іншою країною через призму національної гастрономії. Для гастрономічного туриста їжа – насамперед категорія культури. З такої позиції традиційна кухня сприймається у зв'язку з історією, релігією, економікою, політикою, звичаями, легендами та іншими факторами, що формують унікальну ідентичність країни чи регіону.

Гастрономічний тур, або гастротур – комплекс заходів щодо дегустації страв, характерних для місцевої кухні. Уроки кулінарного країнознавства відбуваються не тільки в ресторанах, а й на ринках, фермах, кухнях місцевих мешканців, під час карнавалу та збирання врожаю, за столом та просто на вулиці.

Кулінарний туризм (гастрономічний туризм) – це різновид туризму, пов'язаний з ознайомленням та дегустацією національних кулінарних традицій країн світу.

Кулінарний туризм, продуктовий туризм або гастрономічний туризм – це дослідження продуктів харчування як мета туризму. Зараз це вважається життєво важливою складовою туристичного досвіду. Вечеря поза домом, є звичайним явищем серед туристів, і «вважається, що їжа посідає місце поряд з кліматом, житлом та краєвидами» за важливістю для туристів.

Кулінарний туризм став відомим 2001 року після того, як Ерік Вольф, президент Всесвітньої асоціації гастрономічних подорожей, написав на цю тему офіційний документ [11].

Категорії і кількість спеціальних видів туризму не є раз і назавжди заданими. Зі зміною потреб туристів можуть з'являтися нові спеціальні види, і в той же час ряд спеціальних видів туризму поступово може переходити в розряд ординарних і звичних.

## 1.2. Характеристика гастротурів (винний, пивний, сирний та інші підвиди турів)

У спеціальній літературі зустрічаються такі поняття, як: «culinary tourism» – кулінарний туризм, «food tourism» – продовольчий туризм, «gastronomic tourism» – гастрономічний туризм.

Продовольчий, дегустаційний, кулінарний, харчовий, винний, пивний та ін. це все різновиди гастрономічного туризму.

Гастрономічний туризм – туризм, коли туристи та відвідувачі, які планують частково чи повністю скуштувати кухню певної місцевості чи здійснити заходи, пов'язані з гастрономією, відвідують певні дестинації.

Іншими словами, гастрономічний туризм – поїздка з метою ознайомлення з національною кухнею країни, особливостями виробництва та приготування продуктів та страв, а також навчання та підвищення рівня професійних знань. Сьогодні саме гастрономічний туризм став однією з інноваційних сфер туризму, що найшвидше розвивається. Туризм схильний до процесу глобалізації, в тому числі, на цей процес вплинула Шенгенська угода. Люди шукають у подорожах досвід, заснований на регіональних особливостях та культурі. Гастрономічний туризм також можна розглядати як галузь туризму, спрямовану на розвиток та просування їжі та напоїв як об'єктів залучення туристів.

Як про нову тенденцію в подорожах про кулінарний туризм стали говорити, починаючи з 2001 року, коли Ерік Вульф (Erik Wolf), засновник і президент Міжнародної асоціації кулінарного туризму (ICTA – International Culinary Tourism Association) представив якийсь документ про кулінарний туризм. Пізніше цей невеликий документ перетворився в книгу, в якій був документально підтверджений зростаючий інтерес до їжі і винному туризму і то, як запити про кулінарні турах змогли змусити місцеві підприємства та рестораторів задовольняти зростаючий попит. Е. Вульф дав таке

визначення: «Гастрономічний туризм — це пошук і насолода унікальною, незабутньою їжею і напоями як на іншому кінці Землі, так і на сусідній вулиці. Адже крім подорожей по своїй країні або всьому світу, ми також можемо стати гастрономічними туристами в своєму регіоні, місті чи навіть районі. «Подорож» передбачає навіть поїздки по своєму місту, а не тільки по своєму регіону, країні або навіть планеті. Відстань, яку ми долаємо, не так важливо, як сам факт того, що ми постійно перебуваємо в русі. Таким чином, всі ми «мандрівники» і всі ми «їдці», а отже, всі ми можемо вважатися гастрономічними туристами».

Не варто поблажливо ставитися до гастротурів як до новомодної вигадки. Гастрономічний туризм — один з аспектів світової науки, їжа — це квінтесенція нації, її менталітету, характеру і, звичайно, історії [14].

Крім ІСТА велику діяльність в цій області веде World Food Travel Association (WFTA) [12] — некомерційна міжнародна організація, визнаний лідер в сфері просування «продовольчих» подорожей. Крім того, у багатьох країнах існують національні організації, що займаються розвитком гастрономічного туризму.

За словами експертів з туризму ЮНВТО, сьогодні на наших очах відбуваються глобальні зміни у перевагах туристів, і саме гастрономічний туризм виходить у лідери [10].

За визначенням фахівців з WFTA, кулінарний або гастрономічний туризм – це прагнення до неповторних і незабутніх вражень від їжі і напоїв, як поблизу, так і на відстані. Кулінарний туризм відрізняється від агротуризму тим, що кулінарний туризм вважається різновидом культурного туризму (кухня як прояв культури), тоді як агротуризм вважається різновидом сільського туризму, але кулінарний туризм і агротуризм нерозривно пов'язані між собою. Кулінарний / гастрономічний туризм не обмежується їжею для гурманів. Гастрономічний туризм можна розглядати як різновид досвідних подорожей.

Хоча багато міст, регіонів або країн відомі своєю їжею, кулінарний туризм не обмежується культурою харчування. Кожен турист їсть приблизно тричі на день, що робить харчування одним з основних економічних двигунів туризму. Такі країни, як Ірландія, Перу та Канада, вкладають значні кошти в розвиток кулінарного туризму і спостерігають зростання прибутків від відвідувань і ночівель, внаслідок просування продовольчого туризму і розвитку продуктової галузі.

Гастрономічний туризм охоплює такі заходи, як заняття з кулінарії; відвідування гастрономічних пивних або винних турів; відвідування фестивалів їжі і напоїв, участь у спеціалізованих обідах, покупок у спеціалізованих торгових точках; відвідування ферм, ринків і виробників.

Економічний вплив.

За оцінками Всесвітньої асоціації гастрономічних подорожей, витрати на їжу та напої становлять від 15% до 35% всіх видатків на туризм, залежно від доступності місця призначення. У WFTA перераховано можливі переваги продовольчого туризму, в тому числі більша кількість відвідувачів, більше продажів, більше уваги засобів масової інформації, збільшення податкових надходжень і велику гордість громади.

Уроки кулінарії у гастротурах.

Зростальною галуззю кулінарного туризму, є кулінарні майстер-класи. Формати варіюються від короткого уроку тривалістю кілька годин до цілоденних і багатоденних курсів. Іноземні туристи зазвичай, звертають увагу на кухню країни, яку вони відвідують, натомість місцеві туристи, можуть прагнути спробувати нові для себе страви. Багато кулінарних класів також передбачають тури по ринку для підвищення культурного досвіду. Деякі кулінарні майстер-класи проводяться в будинках місцевих жителів, що дозволяє іноземним туристам отримати уявлення про повсякденне життя і кухні тих, хто мешкає у країні, яку вони відвідують. І місцеві господарі, і іноземні гості отримують користь від міжкультурного досвіду.

Гастрономічний туризм буває двох видів:

1. Фермерський. Туристи мають можливість насолодитися екологічно чистими продуктами, вирощеними на фермах і угіддях провінцій. В такому турі можна взяти участь в процесі збору врожаю. З здобутих фруктів, горіхів, ягід, овочів у туристів є можливість приготувати оригінальні страви. Можна побувати на майстер-класі з приготування сирів та молочних продуктів. В рамках кулінарного туру людина може спробувати такі унікальні частування, як іспанський хамон, шведська ікра уклейки, пармська шинка і т.д.

2. Міський. Кулінарні тури в місті передбачають відвідування найзнаменитіших кондитерських фабрик, престижних ресторанів, майстер класів від відомих шеф-кухарів. Справжні естети зможуть по достоїнству оцінити майстерність приготування вишуканих страв, професіоналізм персоналу, оформлення страв і в цілому атмосферу закладу.

Види гастрономічних турів.

Існують такі види гастрономічних турів [13]:

- Ресторанні. Передбачають відвідування брендівих ресторанів, які відрізняються високою якістю та національною спрямованістю своєї кухні. Поїздка, що включає відвідування найбільш відомих та популярних ресторанів.
- Сільські. Включають участь туристів у зборі врожаю на виноградниках, в садах і на ягідних плантаціях, знайомство з технологією переробки сільськогосподарської продукції і дегустацію місцевих страв. Це вид туру, який передбачає тимчасове перебування туристів у сільській місцевості з метою дегустації місцевої кухні та продуктів, що виробляються в цьому регіоні, а також може включати участь у сільськогосподарських роботах. Обов'язкова умова: засоби розміщення туристів, індивідуальні або спеціалізовані, повинні знаходитись у сільській місцевості чи малих містах без багатопверхової забудови. Такі тури цікаві не лише своєю кулінарною

складовою, а й тим, що дають можливість через їжу та продукти поринути у повсякденне життя місцевих людей, дізнатися про їхні звичаї, звички, порядки та інші тонкощі, часом дивовижні та незрозумілі представникам іншої мови та культури.

- Освітні. Пропонують знайомство з технологією харчового виробництва, навчання у спеціальних освітніх закладах із кулінарною спеціалізацією, участь у майстер-класах. Наприклад, відома французька кулінарна школа "Le Cordon Bleu" спільно з готелем "Four Seasons Hotel George V" пропонує програму під назвою "Відкриття французької кухні" - 5 ночей у паризькому паласі з п'ятиденними кулінарними курсами в самій школі.

- Подієві. Мають на увазі участь у громадських та культурних заходах з гастрономічною спрямованістю. тур, орієнтований на відвідування місцевості у певний час з метою участі у громадських та культурних заходах з гастрономічною тематикою: виставки, ярмарки, шоу, фестивалі, свята. Прикладом може бути знаменитий Фестиваль пива Октоберфест у Німеччині.

- Екологічні. Запрошують познайомитись із технологією виробництва органічних продуктів, продегустувати еко-продукти, відвідати майстер-класи з приготування екологічно чистих страв. Тур, що включає відвідування екологічно чистих господарств та виробництв, знайомство з екологічно чистими, органічними (їх ще називають біологічними) продуктами та їх виробництвом. Екологічний напрямок особливо розвинений у Франції, Німеччині, Англії, Швейцарії та США – відповідно, туристи найчастіше прямують саме в ці країни.

- Спеціалізовані. Знайомлять із технологією приготування якоїсь однієї страви у різних місцевостях. Прикладом є сирні, пивні, винні та інші тури.

- Комбіновані. Об'єднують кілька перерахованих напрямів. Тур, що містить кілька перерахованих вище напрямків. Комбіновані тури підходять для туристів «зі стажем», тих, хто вже знайомий з гастрономією тієї чи країни, інакше тур може бути інформативно перенасиченим. Приклад об'єднаного туру в тій же Франції: перші пару днів туристи відвідують паризькі ресторани, потім ще кілька днів навчаються в кулінарній школі у найкращих кухарів, а потім їдуть у глиб Франції знайомитися з вирощуванням трав у Провансі або з виробництвом сидру в Нормандії.

Крім того, є такі гастрономічні тури, в яких пропонується знайомство лише з однією стравою у різних місцевостях. З їхнього розряду, вельми знамениті французькі, болгарські винні гастрономічні тури, що пропонують прогулянки виноградниками, збирання винограду, дегустацію вин.

➤ Енотурізм (англ. Enotourism), або винний туризм [15] – це туризм, метою якого є дегустації, споживання і покупки вина безпосередньо на виноробні. Винний туризм — це відвідування виноробства, виноградників, ресторанів, винних фестивалів, погребів зберігання. В Європі винний туризм почав розвиватися ще в позаминулому столітті. Сьогодні любителі і знавці вина можуть самі, або за допомогою туроператора, вибрати ті країни та їх регіони, вина яких ними більше цінуються. В Європі цей вид туризму добре знайомий. Європейці вже багато десятиліть з великим задоволенням відправляються в винні тури. В Україні винний туризм тільки починає формуватися.

Термін «Еногастрономія» з'явився з поєднання слів «Ено» – «вино» та «гастрономія» – «комплекс правил та звичаїв приготування їжі». Це справжня культура, в якій вино та їжа повинні складати чудову пару, гармонійно доповнюючи один одного.

Винний туризм безпосередньо пов'язаний з національною кухнею. Будь-яка національна кухня має свої ексклюзивні рецепти, але в деяких країнах мистецтво приготування їжі зведено в культ. А значить, там

особлива культура їжі. Зараз в світі набирає популярність гастрономічний туризм. Люди купують спеціальні гастрономічні тури з метою глибоко познайомитися з кухнею будь-якої країни.



Ідеї винного туризму дуже прості: пробувати вино тільки в місцях його виробництва, щоб зв'язати в пам'ять букет смаків з таємницею його походження, а так само з духом його природи і місцевості.

Крім того, знавці вин добре обізнані про те, що вино не любить подорожувати. Чим далі воно продається від підвалу та бочки, в яких воно зберігалось, тим більше вино не відповідає оригіналу і тим гірше його якість.

Мода на винно-гастрономічні тури активно розвивається останніми роками. Найбільшими аматорами цієї розваги зарекомендували себе німці, англійці, американці та японці. Гастрономічний туризм є синтезом екології, культури та виробництва. Першопрохідниками у генеруванні ідеї гастрономічних турів вважаються італійці, які вміло поєднали налагодження торговельних та технологічних виробництв із залученням туристів під знаком смачної та здорової їжі. Також у всьому світі особливою популярністю серед поціновувачів користуються Франція, Таїланд, Китай, Японія та Іспанія. Ці країни славляться своєю оригінальною кухнею.

Пропаганда та підтримка цього виду туризму мають місце також в програмах допомоги Євросоюзу країнам Центральної та Східної Європи (Чехія, Угорщина, Україна, Молдова). Наприклад, в рамках пілотного



місці - від популярних туристичних напрямків і закінчуючи набагато менш популярними локаціями.

Можна виділити два види пивного туризму:

- дегустаційний туризм – спеціалізовані поїздки груп любителів алкогольного напою або професіоналів: купці, власники ресторанів тощо.
- алкогольний туризм – подорожі, щоб випити та придбати алкогольні напої. Такі поїздки часто здійснюється з країн, де використання алкоголю обмежене чи заборонене взагалі. Найцікавіші послуги в рамках пивного туризму включають відвідування плантацій хмелю, дегустацію пива місцевих пивоварень та ознайомлення з технологією пивоваріння. Також сюди входять відвідування спеціалізованих музеїв, дегустаційних залів, ресторанів з послугою дегустації пива, участь у торгових виставках, форумах, конференціях, конкурсах та фестивалях.

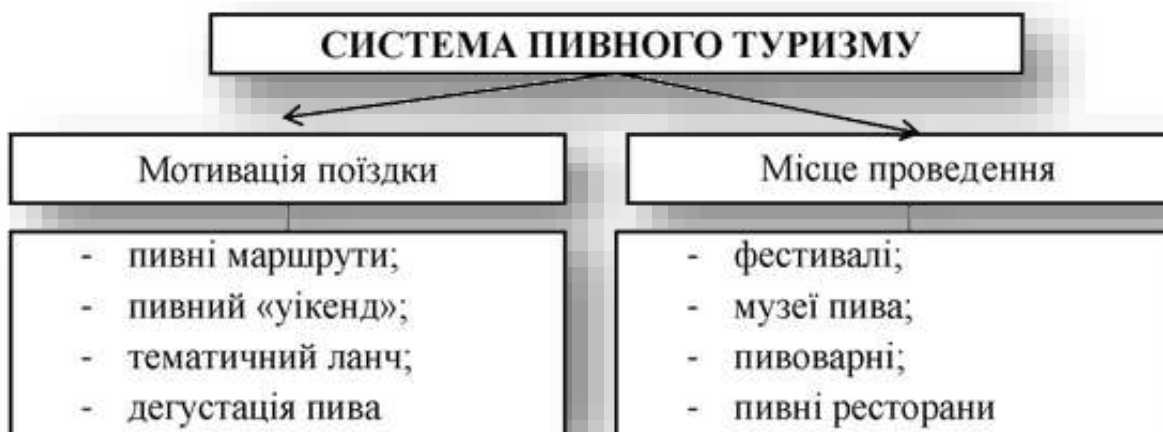


Рис. 4. Система пивного туризму

Дослідження науковців цій сфері засвідчують, що туристи планують свої мандрівки заздалегідь вивчивши календар гастрономічних подій. Тобто у рейтингу відвідувань пивних локацій чільне місце займають фестивалі, пивні майстер-класи, ярмарки, відвідування виробників пива та музеїв.

Мабуть, найпопулярнішими є фестивалі, присвячені вину та пиву і деяким іншим напоям. Серед них найвідомішим, звичайно ж, є грандіозний легендарний пивний фестиваль «Oktoberfest» [18]. Він проводиться з 1810

р. в останніх числах вересня в центрі Мюнхена, на лузі Терези, і вважається найбільшим народним гулянням в світі.



Більш ніж за два тижні його встигають відвідати в різні роки від 6 до 7 млн. туристів, що в кілька разів більше населення міста. За час фестивалю випивається близько 7 млн. літрів пива. За деякими даними, близько 70% відвідувачів є жителями Баварії, 30% – приїжджі з інших земель Німеччини і туристи з усього світу.

➤ Сирний туризм – це один з різновидів гастрономічних подорожей. Мета такої поїздки – відвідування місцевості, де спеціалізуються на виробництві якогось виду сиру.

У світі є кілька визнаних країн-лідерів, де майстерність сироваріння досягла неймовірно високого рівня, а продукт став стійко асоціюватися з місцем свого походження.

Франція, Італія, Німеччина, Голландія, Швейцарія, Іспанія – ось ТОП місць у Європі, куди мріє потрапити кожен поціновувач сиру.



Рис. 5. Сирний туризм

Враховуючи те, що сирний туризм – це досить новий та популярний тренд у подорожах, програма такої поїздки може бути досить різноманітною. Але головний об'єкт для уваги це, звичайно, сир.

Що може залучити у сирній подорожі справжнього гурмана [19]:

- Відвідування приватних сироварень з екскурсією залами з професійним обладнанням. Шанс побачити, як старовинні рецепти втілюються за допомогою сучасних технологій.
- Екскурсія у підвали, де визріває сир. Такий захоплюючий вид розваги може бути зіпсований елементарним холодом – у підвалах, зазвичай, низькі температури. Потрібно пам'ятати про це і одягатися тепліше.
- Кулінарні курси чи майстер-класи. Тут можна навчитися готувати традиційні національні страви, до яких входить сир.
- Освітня зустріч із сирним «сомельє». Тут можна дізнатися все про відтінки смаку та поєднання різних видів сиру.

Що включає гастрономічний тур.

Гастрономічний тур може включати такі заходи:

- відвідування ресторанів, що спеціалізуються на національній кухні, дегустація страв та напоїв;
- гастрошопінг;
- відвідування місцевих харчових виробництв (сироварень, пивоварень, виноделен, ковбасних цехів);
- знайомство із знаковими персонами у сфері гастрономії; відвідування кулінарних лекцій, курсів, майстер-класів;
- участь у професійних конкурсах кухарів, кондитерів, пивоварів, виноробів;
- відвідування фестивалів, виставок, ярмарків із гастрономічною спрямованістю.

Як бачимо, гастротур — це більше, ніж просто дегустація національних страв. Під час такого туру точно нікому не буде нудно.

### 1.3. Гастрономія, кухня, традиції країн світу

Основна мета гастрономічних турів полягає в тому, щоб отримати задоволення від споживання страв кухні тієї чи іншої країни. При цьому дана мета не зводиться до того, щоб спробувати якусь рідкісну, екзотичну страву або перепробувати незліченну кількість страв. Основне завдання зводиться до того, щоб спробувати страви, які поєднують в собі рецепти, зроблені відповідно до традицій, звичаїв місцевих жителів, з їх культурою приготування їжі.

Зазвичай об'єктами гастрономічного туризму є (рис. 7):

1. Країни, кухня яких найбільш популярна на світовій арені. Сьогодні до таких країн належать Франція, Італія, Іспанія, Японія, Китай.

2. Регіони, відомі продуктами, що виробляються в цій місцевості. Наприклад, такі регіони Франції, як Бордо, Ельзас, Бургундія, Шампань, що входять в класифікацію «Контроль справжності походження» (Appellation d'Origine Controle [20]) (назва продуктів за місцем їх виробництва) і відомі своїми унікальними винами. Відомі також голландські міста Гауда та Едам, в яких виробляються сири.

3. Так звані, «ресторанні міста». Головний критерій виділення таких destinations – це наявність закладів, які представляють різноманітні види кухонь, стилів і форматів. Наприклад, Нью-Йорк, Лондон, Париж, Токіо, Рим, Брюссель, Гонконг, Барселона, Сан-Франциско, Новий Орлеан.

Щоб отримати статус «ресторанного міста», місто має відповідати низці критеріїв:

- в місті повинна бути унікальна кухня, яка визначає харчову культуру;
- повинна існувати певна критична маса людей, які готові витратити гроші на ресторани: як місцевих жителів, так і туристів;

— статус найкращих ресторанів не повинен знаходитися під сумнівом, тобто кращі ресторани міста повинні бути дійсно кращими в світі, не копіями і не «зірками другої величини»;

— в місті має бути певна кількість ресторанів вищого класу, стандарти якості, декор та розкіш яких настільки високі, наскільки це взагалі можливо;

— окремі ресторани, що виділяються якістю та ексклюзивністю кухні, оригінальним меню або ж мають статус «кращих». Наприклад, до них відносяться власники трьох зірок ресторанного гіда «Мішлен» [21] (гід випускається з 1900 року): «Ла Пергола» (Рим, Італія), «Фет Дак» (Брей, Великобританія), «Коджі» (Токіо, Японія).



Рис. 6. Обкладинка Червоного гіда 1929 року та зірки Мішлен

Експерти Червоного гіда відвідують ресторани інкогніто і судять по найсуворішим та об'єктивними критеріями. Потім створюється професійний рейтинг ресторанів: зірки «Мішлен» означають наступне:

- одна зірка – ресторан заслуговує зупинки по шляху;
- дві зірки – варто зробити відхилення в поїздки, щоб заглянути в цей ресторан;
- три зірки – поїздка планується спеціально для відвідування даного ресторану.

Гід «Мішлен» — це найавторитетніший довідник ресторанів з бездоганною репутацією, він є майже стовідсотковою гарантією якості та унікальності представленої в ресторані кухні;

4. Об'єктами гастрономічного туризму можуть бути підприємства, відомі своєю кулінарною продукцією. Наприклад, знамениті монастирські пивоварні «Андекс» і «Етталь», розташовані у Верхній Баварії, Німеччина, найбільша в світі фабрика з виробництва шоколаду «Альпрозе» в Швейцарії.



Рис. 7. Об'єкти гастрономічного туризму

5. Установи, що надають освітні послуги за різними напрямками кулінарії та гастрономії. Наприклад, Вища школа італійської кухні (Italian Cuisine High School), французька академія кулінарного мистецтва «La Cordon Bleu».

6. Кулінарні заходи: фестивалі, ярмарки, свята, дегустації, майстер-класи, виставки, конференції. Наприклад, Різдвяні ярмарки, відкриваються в листопаді в таких містах, як Кельн, Дрезден, Нюрнберг (Німеччина); Будапешт, Угорщина).

Цільова аудиторія гастрономічних турів включає:

- туристів, охочих долучитися до культури країни через її національну кухню;
- туристів-гурме. «Гурме» – це людина з високими вимогами до їжі та витонченим смаком. На відміну від нього, гурман – людина, яка просто любить багато і смачно поїсти. У літературі часто плутають ці два поняття.
- туристів, що використовують кулінарний тур з метою проходження навчання та отримання професійних навичок (кухарі, сомельє, бариста, дегустатори, ресторатори);
- представники турфірм, які подорожують з метою вивчення даного туристичного напрямку [22].

Вплив гастрономічного бренду формування бренду туристського регіону.

Існує цікавий метод, який називається «дактилоскопіюванням бренду», за допомогою якого можна вивчити той чи інший бренд, у тому числі і гастрономічний бренд, і бренд туристичного регіону. Даний метод включає вивчення таких образів, як звуковий, нюховий, смаковий, тактильний та загальний. В останні роки гастрономія стала невід'ємною частиною знайомства з тією чи іншою територією, з її культурою та стилем життя.

Гастрономічний бренд є дуже сильним «магнітом» для туристів. Привабливі кулінарні образи пов'язані з вкрай приємними відчуттями, тому вони легко запам'ятовуються і часто спричиняють повернення до певного регіону знову і знову. Національна кухня є способом знайомства з місцевою культурою, що відображає характер та менталітет місцевого населення.

Гастрономія включає всі традиційні цінності, що асоціюються з новими трендами в туризмі: повага до культури і традицій, до здорового способу життя, до нового досвіду.

Завдяки наявності гастрономічних брендів (пармська шинка, італійська паста, грецька мусака та ін.), територія набуває додаткової популярності, а брендові продукти стають невід'ємною частиною іміджу конкретної місцевості.

Ось складові гастрономічного бренду:

- добре розвинена галузь гастрономії;
- енергійна гастрономічна спільнота з традиційними ресторанами та кухарями;
- місцеві інгредієнти, що використовуються у традиційній кухні;
- місцеве ноу-хау у кулінарії;
- традиційні продовольчі ринки та харчова промисловість;
- гастрономічні фестивалі, нагороди, конкурси;
- повага до навколишнього середовища;
- просування гастрономії в освітні установи.

Водночас у гастрономічному брендингу не може бути прісних та анонімних продуктів – вони повинні мати індивідуальність, інакше бренд стане вразливим та ділокалізованим. Таким чином, дуже важливо визначити традиційні та природні ресурси, які будуть перетворені на туристичні продукти, які зможуть асоціюватись з тим чи іншим регіоном [23].

Розподіл гастрономічного бренду у світі:

1). Найсильнішими світовими гастрономічними брендами мають, безумовно, Франція, Італія та Іспанія, в яких історично склалася та зміцнилася репутація гастрономічних центрів Європи.

2). Визначився і другий ешелон гастрономічних центрів. Це бренди, яких вже сформовані, але ще не набули світової популярності в таких країнах, як США, Австралія, Нова Зеландія, Великобританія, Греція, Швейцарія, Бельгія, Австрія, Німеччина, Португалія, Японія, Китай, Індія, Сінгапур, Марокко, Перу, Аргентина та Мексика.

3). Однак за останні 10-15 років виникло безліч інших регіонів, що розвиваються, які ставлять гастрономічний бренд на чільне місце. Це такі країни, як Таїланд, В'єтнам, Азербайджан, Казахстан, Бразилія, Південна Корея, Грузія та ін.

У світі сьогодні проходять сотні гастрономічних фестивалів, присвячених різним продуктам, їжі та напоям. Їжа та гастрономія можуть самі по собі вважатися креативними індустріями, які стимулюють інновації, залучаючи споживача в спільну творчість, зміцнюючи зв'язок між глобальними та локальними культурами і створюючи легенди про їжу. Сьогодні багато інноваційних процесів, що відбуваються навколо їжі, гастрономії, ресторанного бізнесу та туризму, пов'язані з креативним туристичним досвідом, гастрономічними заходами, гастрономічними маршрутами і знайомством з новими кухнями.

- Серед Європейських країн перше місце займає Франція. Адже не дарма французьку кухню внесли до списку Всесвітньої нематеріальної культурної спадщини людства рішенням ЮНЕСКО (доречі, Україна приєдналася до Конвенції із захисту нематеріальної культурної спадщини у 2008 році). Гастрономія у Франції займає одне з центральних місць як в місцевій культурі, традиціях та способів життя, так і в територіальному бренді країни.

Французька кухня заснована на простих поєднаннях багатих натуральних уподобань, які разом створюють незабутні страви. Багато хто починає знайомство з французькою їжею через вино і сир – що ж, спочатку краще і не придумати. Але насправді все набагато цікавіше. Кожен регіон Франції розмовляє своєю особливою кулінарною мовою.

- На другому місці світових гастрономічних центрів – Італія. Вона, як і Франція, володіє цілим спектром гастрономічних брендів. Від цілої країни до окремих страв, таких як паста, піца або лазанья. Італія вважається першою країною, що стала генератором ідеї гастрономічних

турів, оскільки саме італійці першими грамотно поєднали налагодження торгових та технологічних виробництв із залученням туристів під знаком смачної та здорової їжі. Сьогодні, за даними Національного управління Італії з туризму, не менше 10% туристів прибувають до цієї країни для участі у всіляких гастрономічних та винних турах.

Сирні тури до Італії. Головний сирний фестиваль Італії відбувається у Бра. Раз на два роки на три дні на початку осені сюди з'їжджаються шанувальники цього продукту з усього світу. На вулицях міста встановлюються сотні наметів, де представники десятків країн демонструють свої сирні шедеври. Зрозуміло, із дегустацією, цікавими історіями, обміном досвідом. Тут проходять навіть семінари та майстер-класи з виготовлення та вживання різноманітних сортів сиру.

Що може запропонувати гастро-туристу Італія:

- 825 продуктів, що мають географічну прив'язку
- 5 тисяч гастрономічних традицій
- 2 еногастрономічні столиці, що входять у список ЮНЕСКО
- 875 ресторанів високої кухні
- понад 23 тис. садіб зеленого туризму
- 114 музеїв, присвячених гастрономії
- 173 винних доріг
- Ще один безумовний гастрономічний лідер – Іспанія. Тисячі людей їдуть в цю країну для того, щоб покуштувати місцеві вишукування: паелью, хамон або гаспаччо.

В Іспанії є Іспанська асоціація вина та кулінарного туризму (Spanish Association of wine and culinary tourism) - некомерційна, національна, професійна організація, що представляє країну та виступає за спільні інтереси професіоналів туризму, що спеціалізуються на винно-продовольчому туризмі в Іспанії.

Метою цієї організації є просування нових тенденцій на ринку дозвілля, пропозиція нових захоплюючих та унікальних пропозицій для задоволення запитів туристів, які приїжджають до Іспанії. Асоціація складається з членів, які відповідають наступним вимогам: компанії, що займаються гастрономічним туризмом, які є резидентами Іспанії, сплачують податки і ті, хто на законних підставах працює в цьому секторі, наприклад, туристичні агенції.

- Півні та гастрономічні тури Німеччини, Загалом, як і в багатьох інших країнах, у різних куточках Німеччини готують по-різному. Так, Баварію відрізняє безліч борошняних виробів і страв, наприклад, тут дуже люблять локшину! Ще для цього регіону є звичним снідати двічі. Другий сніданок зазвичай складається з білих сосисок, печінкового сиру та жаркого, а запивається все світлим пивом. А ось у Саксонії дуже родючі землі, тому ця область країни хвалиться своїми овочами та фруктами. Тут у місцевих жителів у пошані такі страви, як «Лейпцизька всячина» – суміш тушкованих молодих овочів, до яких іноді подають раків. У Тюрингії обов'язково треба скуштувати місцеві галушки, пироги і всю різноманітність німецьких ковбасок, варених та обсмажених на грилі, які німці обожають їсти разом із булочкою та картоплею.

Головним напоєм у Німеччині вважається пиво, хоча вино теж посідає важливе місце у житті цього народу. Найкраще пиво, на думку німців, вариться у Баварії та місті Дортмунд.

- Сирні тури до Голландії. Чудовий сир у Голландії можна спробувати всюди: і в ресторанчиках Амстердама, і на аукціоні у Воллендамі, і в лавках легендарного Еддама, і на великому ярмарку в Гауді, і в сирному селі Заансе Сханс, і на численних дрібних фермах. Але культове місце для сироділів у Нідерландах - це сирний ринок в Алкмарі, традиційний аж з XVII століття, куди щоп'ятниці з квітня по вересень туристи та фахівці їдуть за смаком та шоу.

- Швейцарія, в основному за рахунок своїх високих цін, поки не є провідною туристичною дестинацією, проте в сфері гастрономічного туризму швейцарські бренди, такі, наприклад, як сир, шоколад та вино, вважаються одними з найсильніших в Європі.

- Гастротуризм США. Американська кухня інтернаціональна – тут можна зустріти китайські, мексиканські, кубинські, російські ресторани, спробувати острівні і марокканські страви. Ціни і рівень обслуговування теж вельми різноманітні – від 2 \$ в закусточній до 100 \$ і вище (без напоїв) в кращих ресторанах Нью-Йорка.

В США сформувалося меню самобутніх страв, яке представляє державу. Вони складені переважно з елементів європейської кухні і скомбіновані з прийомами і вихідними продуктами індеанської кулінарії, що проявляється в популярності кукурудзи та квасолі, кленового сиропу, гарбуза, пеканових горіхів та деяких страв з морських тварин.

Улюбленими стравами американців можна назвати: овочеві та фруктові салати (жоден сніданок, обід, вечеря не обходиться без них), м'ясо і птицю з овочевим гарніром, фруктові десерти. Великою популярністю користується зелений салат, який подається крупно нарізаним, в натуральному вигляді, і вже на столі присмачується різними спеціями.



Рис.7. Різноманітність деяких кухонь світу

Мода на гастрономічні тури активно розвивається останніми роками. Найбільшими аматорами цієї розваги зарекомендували себе німці, англійці, американці та японці. Гастрономічний туризм є синтезом екології, культури та виробництва.

Гастрономічний туризм добре організований у Франції, Італії, Іспанії, Японії, де існує розвинена мережа винно-гастрономічних турів.

Слід зазначити, що практично будь-яка країна має потенціал для розвитку гасротуризму, адже в кожній країні своя неповторна національна кухня, свої традиції гостинності.



Рис. 8 «Гастрономічні» прапори деяких країн світу

#### Висновки до 1 розділу

На початку нашої роботи було розглянуто гастрономічний туризм, який визначається як поїздка з метою ознайомлення з національною кухнею

країни, особливостями приготування, навчання та підвищення рівня професійних знань в області кулінарії.

Гастротуризм зовсім не пов'язаний з «філософією набитого черева». Це навіть не легковажна розвага, яка покликана урізноманітнити проведення часу завзятого мандрівника. Це насправді — серйозний захід, пов'язаний з вивченням світової культури та самобутністю кожного народу через національну кухню.

Гастрономічний туризм – це різновид туризму, в рамках якого мандрівник відвідує різні регіони світу, знайомиться з місцевими кулінарними традиціями, куштує національні страви та напої, дізнається секрети їхнього приготування у місцевих шеф-кухарів. Основна мета такого туризму – отримати найбільш повне уявлення про регіон (країну, місто), навчитися готувати нові страви, відкрити для себе цілу палітру смакових відчуттів.

Слід зазначити специфічні риси гастрономічного туризму:

- Умови для розвитку кулінарного туризму мають абсолютно всі країни і це унікальна риса цього виду туризму.
- Також гастрономічний туризм не носить характер сезонного відпочинку, для будь-якої пори року можна підібрати потрібний тур.
- Кулінарний туризм у тому чи іншою мірою є складовим елементом всіх турів. Але, на відміну від інших видів туризму, знайомство з національною кухнею стає головним мотивом, метою та елементом гастрономічної подорожі.
- Просування місцевих господарств та виробників продовольчих товарів – є невід'ємною частиною будь-якого гастрономічного туру.

Гастрономічна подорож — палітра, за допомогою якої турист може намалювати своє уявлення про ту чи іншу країну. Їжа відкриває таємницю духу народу, допомагає зрозуміти його менталітет.

Мета гастрономічних турів — насолодитися особливостями кухні, властивій певному регіону та народу на планеті. При цьому дана мета не зводиться до того, щоб спробувати якусь рідкісну, екзотичну страву або перепробувати незліченну кількість страв.

На додаток до відвідування різних міст і поселень, різного роду дегустацій та кулінарних змагань, гастрономічний туризм охоплює такий місцевий кулінарний досвід, як виноробні (енотуризм) та пивоварні тури, відвідування ресторанів і підприємств по виробництву продуктів харчування, конференції та інші заходи з професіоналами в області кулінарії і авторськими майстер-класами, а також дегустацію етнічної їжі.

Сьогодні можна говорити про нову економіку — економіку вражень, до якої гастрономічний туризм має безпосереднє відношення. У сучасному суспільстві змінюються уподобання, і гастрономічний туризм стрімко розвивається. Цей вид туризму сприяє соціально-економічному розвитку регіонів, включаючи створення додаткових робочих місць, збереженню або відкриттю виробництв окремих продуктів, а також їх реалізації, допомагає брендингу регіонів, залученню туристичних потоків.

## РОЗДІЛ 2 ФРАНЦУЗЬКА КУХНЯ ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

### 2.1. Винний та сирний туризм Франції

Столицею Франції є місто Париж. Інші відомі французькі міста – Ліон, Тулуза, Ніцца, Ренн, Лілль, Марсель і Бордо. Назву всесвітньо відомого вина «Бордо» пов'язують саме з цим містом. Взагалі у Франції є багато винних регіонів, які прославилися своєю продукцією по всьому світу і які приваблюють величезну кількість гастрономічних туристів з усіх куточків планети.

Виноробні регіони Франції включають наступні: Ельзас, Бургундія, Бордо, Шампань, Лангедок-Руссійон, Долина Луари, Прованс, Арманьяк, Божоле та ін.



Рис. 9. Виноробні регіони Франції  
(винні маршрути проходять по цих же регіонах)

Працівники виноробних компаній та туристичних фірм розкажуть відпочивальникам про відомі винні традиції краю, легенди і перекази

середньовіччя, що пов'язані з місцевим вином та цікаві факти з історії виноробства, про корисність споживання вина та можливості його використання з лікувальними та релаксаційними цілями, яким займається європейська винотерапія.

У всі часи до вина, при розумному і помірному вживанні, було позитивне ставлення. Цей напій має не тільки багатогранні відтінки смаку, але і має загальнозміцнюючу дію на організм людини, а також володіє лікувальними властивостями: підвищує апетит, розширює судини, підтримує в нормі кислотність шлунка, має антиоксидантні властивості, та багато іншого.

Вино немов живий організм: народжується, дозріває, старіє, вмирає — всьому свій термін. Не дарма цінується вино, багато років, а може і століття, витримане в підвалах, — вино, як і вода, вміє зберігати інформацію. Тому, відкриваючи пляшку витриманого вина, вдихаючи його аромат і пробуючи на смак, справжні цінителі відчують не просто дві ці складові, а відчують історію цього напою, його багатогранність. Вино різних років, різної витримки, з різних виноробних господарств, з різних бочок та умов зберігання, а також завдяки багатьом іншим нюансам сильно відрізняється одне від одного. Справжні цінителі і, звичайно ж, експерти, можуть, не дивлячись на етикетку, по аромату та смаку визначити регіон походження даного вина, його витримку і навіть сезон, в який був зібраний виноград.

Оскільки вино зазвичай вважається найвишуканішим алкогольним напоєм, винний туризм або енотуризм широко розвинені в багатьох регіонах світу. Енотуризм — відмінний спосіб дізнатися про людей, культуру, спадщину та звичаї регіону. Деякі з відомих виноробних регіонів світу виробляють вино протягом століть або навіть тисячоліть, і виробництво та споживання вина глибоко вкоренилися в місцевій культурі. Крім того, ці райони, як правило, знаходяться в стороні від второваних туристичних

маршрутів (хоча і не так далеко), тому енотурізм може відкрити мандрівникам нові й цікаві райони. Виїзд та відвідування виробників вина забезпечує контакт з місцевими фермерами та ремісниками, які глибоко піклуються про регіон. Винороби є фермерами, і їх погляд на місцевість та життя в цілому, як правило, відрізняється від інших місцевих жителів, які зазвичай зустрічаються під час подорожей.

Для енофілов енотурізм – прекрасний спосіб краще зрозуміти терруар, складну для визначення концепцію, яку винороби часто використовують для опису ключового компонента свого мистецтва. Грубо кажучи, це пов'язано з тим, як якість землі, на якій вирощується виноград, впливає на смак вина. Дегустація вина у винному магазині або в домашньому затишку може дати натяк на терруар, який справило вино. Але провівши кілька днів у цьому районі, побалакавши з виноробами, та з'ївши блюда місцевої кухні (яка еволюціонувала разом з вином для того, щоб вони ідеально доповнювали один одного), забезпечить винятковий контекст для вина та дасть глибоке розуміння в чому і як вино виявилось таким, яким воно було.

Один з кращих способів почати пригода в енотурізмі – відвідувати винні класи в респектабельної винної школі.

Винний туризм в даний час активно розвивається в багатьох країнах світу, особливо у Франції – класичній країні туризму, де, як ні в якій іншій, цей вид туризму настільки логічний та доречний. Європа щодо давно почала пропонувати туристам програми, в яких відвідування виноробства, виноробних господарств, спеціалізованих музеїв, дегустацій, участь в національних святах та фестивалях, присвячених збору винограду, вину та виноробству, займають важливе місце і жваво цікавлять туристів. Крім найважливішого культурно-пізнавального аспекту, енотурізм – потужна прибавка до бюджету країни.

Франція – найвідоміший і найстаріший виноробний регіон Європи. За довгі роки в кожному господарстві сформувалися власні традиції і

технології, а на світ з'явилися тисячі різних марок вин. Якість французьких вин контролюється Національним Інститутом найменувань і походження. У 1935 році Інститутом було випущено кілька законів, що регламентують виробництво вина.

На їх основі була створена класифікація вин за походженням щоб дати можливість виробникам спиратися на певні стандарти якості, а покупцям краще орієнтуватися у величезній різноманітності. Зараз у Франції виробляється кілька десятків тисяч марок вин [24]. До речі, 72% французів з трудом розбираються в численних винних виробниках, бо тільки у Бордо їх понад 9000 різновидів. Ну і найвідоміші в світі лікери теж виробляються у Франції (і це не говорячи про коньяк, кальвадос та інше).

Вино – це солодкий, пікантний, легкий еліксир, який підкреслює смак їжі та підвищує тонус. Біле, червоне, рожеве, ігристе – Франція може похвалитися винами, звичайними та шампанськими, з найкращою у світі репутацією. Багато французьких вина маркуються по апелласьону – регіону, в якому росте той чи інший сорт винограду: АОС (Appellation d'origine contrôlée – Контрольоване зазначення походження) [26]. АОС означає, що вина, що володіють таким маркуванням, повинні відповідати якимось унікальним якостям ґрунту та клімату регіону походження. Відрізнити одне таке марочне вино від іншого не так просто – у Франції понад 300 винних апелласьонів; саме тому винний туризм рік у рік набирає обертів, а знамениті виноробні проводять екскурсії та дегустації.

Виноробні регіони Франції подарували світу найвідоміші сорти винограду. Хоча сьогодні такі сорти, як Каберне Совіньйон, Совіньйон Блан, Мерло, Сіра, Піно Нуар, Шардоне поширені в багатьох місцях планети, вони або були виведені у Франції, або набули популярності через їхнє вираження у французьких винах.

За багатовікову історію виноробства різноманітні сорти винограду прижилися у м'якому французькому кліматі. Слово «терруар» часто

вживається, коли йдеться про французькі вина. Терруар – це сукупність ґрунтово-кліматичних чинників, притаманних даної місцевості [25].

Таблиця 2.1

Сорти винограду по районах, які Франція подарувала світу

Назва регіону	Сорти винограду
Бордо	Каберне Совіньйон, Каберне Фран, Мерло, Мальбек, Петіт Вердо
Долина Рони (червоні)	Сіра, Гренаш, Сінсо
Долина Рони (білі)	Марсан, Руссан, Гренаш Блан, Віоньо
Бургундія	Шардоне, Піно Нуар
Шампань	Шардоне, Піно Менье, Піно Нуар
Ельзас	Гевюрцтрамінер, Піно Блан, Рислінг
Долина Луари	Шенін Блан, Совіньйон Блан, Мускат, Віоньо, Каберне Фран, Гренаш Божоле Гамі
Божоле	Гамі

Культура споживання вина у Франції.

Вино традиційно вважається центральним напоєм у гастрономічній культурі Франції. Хоча останніми роками французи стали пити менше вина, у середньому його споживання становить 60 літрів на рік на людину, тобто 2-3 келихи на день.

Ланч у французькому кафе часто супроводжується келихом вина, а на вечерю традиційно замовляють пляшку. У першій половині ХХ ст. дитячий ланч також супроводжувався келихом вина. Сьогодні французькі діти вперше пробують вино в середньому 8-12 років. З 16-ти років французькі підлітки можуть законно вживати вино та пиво, з 18-ти – міцний алкоголь.

Багато французів купують вино не в магазинах, а спеціально їздять на виноробні, де можна скуштувати різні вина та придбати кілька пляшок. Вино для французів – це частина соціальної культури та національної ідентичності. Виноробство – частина історії та культури Франції. Ця порівняно невелика у географічному плані країна виробляє 20% світового обсягу вина [27].



Рис. 10. Споживання французького вина

Виноробні традиції Франції є унікальними, а виробництво вина — головний економічний ресурс багатьох регіонів країни. Незважаючи на те, що вино – алкогольний напій, воно гармонійно поєднується зі здоровим харчуванням і є частиною мистецтва насолоджуватися життям у розумінні французів.

Сирний туризм Франції.

Відмінності в кліматичних умовах різних частин країни наклали свій відбиток на кулінарні традиції та звичаї у Франції. Приголомшливе розмаїття інгредієнтів, рецептів і способів приготування справляють незабутнє враження.

Кожна з провінцій має свої секрети та спеціалізацію. Наприклад, Гасконь славиться найсмачнішим паштетом з гусячої печінки, Прованс – томатами, ароматними динями, Нормандія – найсвіжішими дарами моря, Коньяк – чудовим витонченим напоєм. У кожній провінції свої правила та улюблені поєднання вин із різними стравами. Звичаї у Франції вимагають від сомельє знання найдрібніших відтінків сортів вин. Все, що пов'язане з гарною їжею та вином священне – такі звичаї у Франції.

Але особливий шик Франції – найсмачніші натуральні сири.



Рис. 11. Сири Франції

Сир по-французьки – «ле фромаж» («le fromage»). Вважається, що це слово походить від спотвореного «формажу» - формування, формування. Справді, розкладка у форми сирної маси, що утворюється внаслідок згортання молока, є найважливішим етапом у процесі виготовлення сиру.

На запитання «скільки сортів сиру у Франції?» не можуть дати відповідь навіть знавці. Можливо, його взагалі ніхто не знає. Знаменитий вислів Шарля де Голля свідчить, що їх стільки ж, скільки днів на рік.

Дослідники ж коливаються в діапазоні від чотирьохсот до шестисот. Можна поглянути на цю справу й по-іншому: відомо, що в одного колекціонера зберігається близько десяти тисяч етикеток різновидів одного камамбера, зібраних за останні двадцять років. За такого підходу ми отримаємо, страшно подумати, так півсотні тисяч варіантів сортів.

Все просто: у кожному французькому селі зберігають свій неповторний рецепт приготування сиру. Одним сортам пощастило більше – про них знає весь світ, і вони красуються на вітринах супермаркетів. В інших і назв немає. Справа не в цьому. Справа в тому, що сир у Франції – це не просто їжа. Це традиція, мистецтво, наука, майже релігія.

Перепробувати всі французькі сири – справа воістину непосильна. Та що там їх, як бачимо, навіть перерахувати важко. Якось кулінари спробували скласти «Карту французьких сирів», заповнивши обрисами сирних голів контур країни. Помістилися лише шістдесят найвідоміших сортів.

Це країна багатой різноманітності сирів, виготовлених з коров'ячого, козячого, овечого молока та їх комбінацій. Ось що сказав про них Моріс Едмон Сайан (Кюрноскі), французький письменник і журналіст, обраний в 1927 р. «Принцом гастрономів»: «Французькі сири настільки численні, настільки різноманітні і так не схожі один на інший, що серед них обов'язково знайдеться такий, що сподобається найвибагливішому смаку, навіть смаку королів. Вони – апофеоз гарного обіду, його заключний феєрверк.»

Сортів сирів по-справжньому багато – близько кількох сотень сортів. Понад 2000 тисяч років французькі сировари накопичували досвід та вдосконалювали майстерність. Ще древнім римлянам був відомий французький сир, який тепер називають Конте. Йому, окрім смакових якостей, приписували цілющі властивості.

Кожен регіон країни славиться окремим видом сиру. Це є результатом традицій, що переходять із покоління в покоління і дійшли до наших днів. Нормандія (царство молока та вершків) славиться сортом Камембер та Пон Л'Евек, Долина Луари – сирами з козиного молока, регіон Ельзас – сиром Манстер. Область Альпійських гір відома твердими сортами сиру, що відрізняються до того ж тонким ароматом, як, наприклад, Реблшон. Що ж до столиці Франції, то тут виготовляють найпрестижніший у всій країні сир під назвою Брі. Слід зазначити, що професійні виробники сирів дуже відповідально підходять до своєї справи. Адже репутація Франції як раю для любителів сиру є цілком заслуженою і її необхідно підтримувати на належному [28].

Сирний туризм – це один із різновидів гастро-туризму. Основна мета «сирної поїздки» – це відвідина регіону, що спеціалізується на виготовленні певних типів сирів.

Вважається, що у світі є декілька-країн лідерів у сирному туризмі, франціясирний туризм в даному виді є повноцінним фаворитом.

Що може привабити сирного гурмана:

— Освітній вечір із фромаж'є (сирним сомельє). Під час такого заходу гості дізнаються про усі відтінки смаку сиру, його поєднуваність із напоями та іншими продуктами харчування. А також, багато цікавої інформації про сир, молоко та тварин, що його дають;

— Екскурсія у підвали де дозріває сир. Це просто рай для сиролоба! Цей неповторний аромат кожного із сирних підвалів вельми легко запаморочить ваші нюхові та смакові рецептори. Відвідувачі кажуть, що у сирних підвалах таке відчуття, ніби «скуштував сир, просто понюхавши його». Проте, у підвалах зазвичай прохолодно та волого, тому вдягатися потрібно тепліше;

— Кулінарні курси та майстер-класи. Кулінарні курси, на яких навчають готувати традиційні страви із місцевих сирів – це чудовий спосіб

відчутти автентичність регіону на смак. А майстер-клас із виготовлення молочних продуктів дасть можливість відчутти себе учнем справжнього сировара та приготувати продукт власноруч;

— Екскурсії до приватних сироварень. Це унікальний шанс побачити як та де саме молоко перетворюється у сир, поспілкуватись із професійними сироварами та власниками підприємств, скуштувати найсвіжіших молочних продуктів, отримати фахову консультацію щодо зберігання та споживання сиру у домашніх умовах. І, звичайно ж, придбати смаколиків додому та на гостинці;

— Піші екскурсії до ферм та полонин, де проживають тварини влітку. Чудовий варіант сирного туризму, для любителів гір та піших прогулянок. Тут можна не тільки скуштувати смачнющого сиру, але і досхочу помилуватись пейзажами та поспілкуватись із тваринками [29].

Сирний туризм є новим різновидом гастрономічних подорожей, що набирають популярності у туристів. Головною метою подібного виду туризму є відвідування регіонів, що спеціалізуються на виробництві сирів, і, відповідно, їх дегустація. Ось перелік декількох місць у Франції, які ідеально підходять для всіх любителів сиру і гастрономії.

1). Бордо – це портове місто на річці Гаронне в області Жиронда на південно-заході Франції. У Бордо розвинена найбільша в світі виноробна промисловість, і місто є домом для головного винного ярмарку у світі Vinexpo. Франція випускає багато найкращих сирів у світі. Сотні регіональних сортів відрізняються своїми відмінними смаками, текстурами, фігурами.

2). Нормандія є одним з 18 регіонів Франції, приблизно відповідає історичному князівству Нормандії. Відомі спеціальні сири в Нормандії включають Камамбер, Паве-д'Оге, Ліварот, Понт-евек, Нефчатель, Бурсін, Бріллат-Саварін і Брін де Пайл.

3). Французькі Альпи. Французькі Альпи є частинами гірського хребта Альп, які знаходяться в межах Франції, розташованих у регіонах Рона-Альпи та Прованс-Альпи-Лазурний берег. Хоча деякі масиви французьких Альп повністю перебувають у Франції, інші, такі як масив Монблан, поділяються між Швейцарією та Італією. Відвідавши Французькі Альпи, можна скуштувати такі сири, як Bleu du Vercors-Sassenage, Abondance, Beaufort, Emmental, Reblochon і Tomme de Savoie.

## 2.2. Агротуризм Франції (сільський гастрономічний туризм)

Агротуризм (або сільський туризм) — сектор туристичної індустрії, орієнтований на використання природних, культурно-історичних та інших ресурсів сільської місцевості та її особливостей для створення комплексного туристичного продукту. Туристи ведуть сільський спосіб життя, знайомляться з місцевими культурою і звичаями, беруть участь в традиційній сільській праці. Цей вид туризму добре розвинений в Іспанії, Італії, Франції [30].

Сільський туризм розрахований на те, що втомлена від міста і його суєти людина прагне заслужено відпочити, нехай і недовго. У більш широкому розумінні це сектор економічної діяльності в територіальному аспекті, коли ряд інших сфер господарювання підлаштовуються під даний вид туризму для забезпечення відповідних умов з метою припливу нових засобів в економіку регіону.

Цей вид туризму передбачає тимчасове перебування туристів у сільській місцевості з метою відпочинку і / або участі в сільськогосподарських роботах; сектор туристичної галузі, орієнтований на використання природних, культурно-історичних та інших ресурсів сільської місцевості та її специфіки для створення комплексного туристичного продукту.

Обов'язкова умова: локації розміщення туристів, індивідуальні або спеціалізовані, повинні перебувати в сільській місцевості або малих містах без промислової і багатоповерхової забудови.

В першу чергу від сільського туризму очікують спокою і розміреності сільського життя, чистого повітря, тиші і натуральних продуктів, комфортних умов проживання, домашньої атмосфери, прийнятних цін, відчуття близькості з природою, отримання нових вражень, знайомства з місцевими традиціями, можливості розваги для дітей і проведення дозвілля для дорослих.



Рис. 12. Очікування споживачів від сільського туризму

Агротуризм існує не одне десятиліття. Родоначальником агротуризму в Європі можна вважати Австрію, завдяки розвиненому сільському господарству і мальовничим альпійським пейзажам з маленькими селами. Вважають, що агротуризм почав свій розвиток в Європі в першій половині 19 століття, майже 200 років тому. Це було ознаменовано відкриттям у Франції 1-ї асоціації агротуристів «Agriculture et tourisme» [31].

Останнім часом частина туристів воліють проводити свою відпустку в сільській місцевості, де можна провести кілька тижнів, живучи в сільських будинках, знайомлячись з сільським способом життя, з місцевою культурою і місцевими звичаями, беручи участь в традиційно сільській праці. Даний вид туризму вибирають ті туристи, які вже багато чого побачили і хочуть різноманітності. Найчастіше це жителі великих мегаполісів, втомлені від постійних стресів і від напруженого темпу життя. Вони хочуть провести свою відпустку в спокійній обстановці далеко від міської суєти. Даний вид відпочинку відрізняє використання природних, сільськогосподарських та інших ресурсів сільської місцевості.

Агротуризм, в залежності від мотивації споживача, можна класифікувати на:

- сільський туризм,
- екотуризм,
- етнотуризм,
- кулінарний туризм,
- геотуризм,
- заміський відпочинок.

Поряд з поняттям агротуризм мають місце такі види туризму, як сільський, фермерський, м'який, зелений, екологічний. Нерідко агро, сільський і фермерський туризм — поняття взаємозамінні, синонімічні. Це пояснюється тим, що в даному сегменті сільська культура виступає визначальним компонентом туристичного продукту

Агротуризм та сільський туризм на сьогоднішній момент має кілька визначень:

Агротуризм — це туризм, який надає підтримку розвитку аграрних регіонів, збереженню культурної спадщини, відродження місцевих традицій і продуктів. Регіональна ідентифікація визначає даний вид туризму і служить задоволенню потреб туристів в розміщенні, харчуванні, дозвіллі,

всьому, що сприяє сталому розвитку соціальної сфери села (визначення фахівців Європейської організації Euroter).

Агротуризм — це сільськогосподарський туризм, класифікується як діяльність фермерів, які надають послуги, пов'язані з відпочинком і навчанням населення з метою збуту сільськогосподарської продукції та отримання додаткового заробітку (університет Пудрдью, США).

Агротуризм — це поняття, яке включає в себе всю туристичну діяльність в сільському середовищі (вчений J.W.Kloeze).



Рис. 13 Класифікація агротуризму

Нерідко агротуризм асоціюється з сільським туризмом, але поняття агротуризму дещо ширше. Можна дати визначення агротуризму виходячи з західного підходу до зазначеного поняття, але прийняти до уваги особливості українського сегмента: «Агротуризм — це вид туризму, що передбачає відвідування туристами діючої ферми (готелю), агропідприємства або особистого підсобного господарства, розташованого в сільській місцевості». Українська різниця від західної практики полягає в

тому, що особисті підсобні господарства, будучи часом основним джерелом сімейного доходу, не зареєстровані в якості фермерського господарства, але вони в змозі надати туристам всі переваги і екскурсійні послуги, що і на фермі. У зазначеному вище визначенні агротуризму важливо, що господарство чинне і сільськогосподарська діяльність є для нього основною, а надання послуг агротуризму — другорядними (комплементарними), що дозволяють отримувати стабільні конкурентні переваги на основі наявних ресурсів.

Основними характеристиками агротуризму є:

- задоволення потреб людини, пов'язаних з практичною участю в процесі виробництва продукції, в житті сільської родини, а також сільської громади;
- задоволення потреб людини в сфері виробництва сільськогосподарської продукції або етнографії;
- задоволення емоційних потреб, заснованих на бажанні безпосереднього контакту з домашніми тваринами, задоволення потреби, пов'язаної з сільською атмосферою.

Екологічна і соціальна складові виступають фактором активного розвитку агротуризму, який отримав підтримку в економічній сфері в якості можливості придбання додаткових заробітків. У зв'язку з бурхливим розвитком мегаполісів сільське господарство, втративши колишню привабливість через падіння доходів, спонукало фермерів шукати нові джерела доходу. Для туристів же агротуризм з'явився привабливим способом проведення дозвілля за межами традиційного пляжу і готелю.

В останні роки за кордоном з'явилися перші публікації з сільського туризму, які відображають взаємозв'язок міжнародного туризму з екологічними проблемами, результати аналізу функціонування національних парків, піднімають проблеми сталого розвитку сфери туристичних послуг. Однак, незважаючи на активізацію досліджень у галузі

сільського туризму, ряд суттєвих питань ще не знайшов відображення в спеціалізованій літературі. Серед найбільш важливих:

- система регулювання туристських послуг;
- оптимізація взаємовідносин між суб'єктами сільського туризму;
- розвиток сільського туризму як конкурентоспроможного сектора міжнародних туристичних послуг;
- сертифікація послуг в сільському туризмі відповідно до міжнародних стандартів;
- розвиток сільського туризму на основі виробництва екологічно чистих продуктів.



Рис. 14 Основні проблеми, які вирішуються в сільській місцевості за допомогою розвитку сільського туризму

В даний час детально не досліджено вплив розвитку сільського туризму на збереження національної культури, ремесел, традицій. Крім того, розвиток сільського туризму необхідно розглядати у взаємозв'язку з виробництвом сільськогосподарської продукції, проблемами сільського господарства. Таким чином, сільський туризм — комплексна галузь

економіки, яку слід розглядати як: сферу різноманітних послуг; сектор внутрішнього і міжнародного туризму; вид підприємницької діяльності в сільській місцевості. Розвиток сільського туризму передбачає також і рішення ряду економічних, екологічних і соціальних проблем, наявних в приймаючому регіоні [32].

Французька модель організації сільського туризму.

Франція стала однією з перших європейських країн, у якій сільський туризм почав розвиватися вже в середині ХХ ст. Нині їм охоплено практично всі французькі департаменти.

У Франції представлено багато варіацій сільського туризму. Для півдня Франції характерне поєднання сільського та купально-пляжного туризму. Так, у сільських населених пунктах, розташованих у прибережній зоні, будуються цілі котеджні селища для туристів. Якщо звернутися до агротуризму, то у Франції він дуже тяжіє до садівничих та виноградарських підприємств. Цікаво, що проживання у будинках фермерів набагато менш популярне, ніж, наприклад, у Німеччині. Тому основним засобом розміщення туристів є невеликі котеджі-апартаменти. Французи вважають за краще самостійно готувати собі їжу, використовуючи екологічно чисті сільські продукти.

Французька модель включає різноманітні форми класичного сільського туризму, що змінюються залежно від близькості до моря. Також модель передбачає більший ухил у бік гастрономічного та винного туризму.

Сільський туризм Франції представлений Національною організацією будинків відпочинку та зеленого туризму (Maison des Gites de France et du Tourisme Vert) [33]. Ця організація представляє відпочинок, сертифікований за високими національними стандартами сервісу. Щороку країну відвідують 7 млн туристів, які віддають перевагу відпочинку на селі.

Аграрні регіони Франції характеризуються різноманітним житлом – від найпростіших сільських будинків до вілл та приватних історичних

замків (chateaux). Райони Шампані, Провансу, Гасконі, Нормандії, Савойї мають свої етнографічні особливості, яких не зустрінеш більше ніде у Європі. У країні прийнято високі стандарти для сільського житла. Так, 5-та категорія передбачає проживання у респектабельно мебльованій садибі з художнім оформленням, каміном, великою кількістю побутової техніки. На прилеглий території розташовані індивідуальний ландшафтний парк, басейн, сауна чи джакузі, майданчики для активного відпочинку (наприклад, тенісний корт), гараж для автомобіля тощо. У вартість проживання включено харчування, що відповідає національним кулінарним традиціям (хрусткий хліб із молоком, круасани з джемом домашнього приготування, різноманітні сири, вино місцевого виробництва).



Рис. 15. Агротуристичні краєвиди Франції

У Франції існують різні організаційні форми агротуризму:

- Приморські агросадиби;
- Кінні ферми;
- Винні агросадиби;
- Гірськолижні шале;
- Панда-готелі та агроєкоколеджі;
- Замки у сільській місцевості;
- Рибальські будинки.

Панда-готелі (Panda-Gotes) розташовуються в національних природних парках, сертифіковані WWF та відповідають таким вимогам:

- Вписуються в природний ландшафт і мають помірний рівень сервісу (що не вимагає значних витрат);
- Не порушують природної рівноваги;
- Пропонує гостям програми екотуристичного супроводу, оренду біноклів, довідники – ідентифікатори фауни, топографічні карти з екотуристичними маршрутами, екотуристичні брошури.

Як у самих французів, так і в іноземців популярністю користуються програми проживання в замках, де туристам пропонується зробити вибір: від кімнати з одним ліжком до апартаментів з витонченим аристократичним сервісом. У країні налічується близько 700 замків, сертифікованих прийому агротуристів.

Часто садиби різних категорій приймають гостей із домашніми тваринами (кішками, собаками, морськими свинками та ін.), для яких створено спеціальну інфраструктуру.

Існують категорії садиб для інвалідів, сертифіковані організацією «A.P.F.»:

- категорія I – розміщення на першому поверсі з можливістю в'їзду до садиби та переміщення нею на інвалідному візку до кухні, спальні, ванної;
- категорія II – подібна до першої, але, крім того, передбачає оснащення спеціальними пристроями для переміщення людей з обмеженими можливостями.

У Франції розроблено програму дитячого відпочинку у сільській місцевості під час шкільних канікул. Діти віком від 3 до 13 років розміщуються в сім'ях, знайомляться із сільським подвір'ям (ягнятами, поросятами, кроликами), займаються активними іграми на природі зі своїми сільськими ровесниками, ходять у походи. Також вони мають змогу вивчати

народні танці, мистецькі промисли, фольклор краю, іноземні мови. Якість такого відпочинку контролюється та сертифікується DDASS – Міністерством охорони здоров'я та соціального забезпечення та Міністерством молоді та спорту.

Для любителів подорожей на власному автомобілі призначені автотуристичні кемпінги, що отримали в країні значний розвиток, «прив'язані» до сільської місцевості. Тут туристи можуть скуштувати свіжі продукти домашнього приготування. Кемпінги постійно перевіряються на відповідність національним стандартам та мають сертифікати певної категорії.

Поєднання сільського та пізнавального туризму також характерне для Франції. Багато селянських господарств, що розташовані в долині річки Луари, охоче розміщують туристів, які бажають поєднати відпочинок у сільській місцевості із досконалим оглядом знаменитих замків. В альпійській Франції, зрозуміло, однією з основних мотивацій сільського відпочинку є спортивний туризм (прогулянки гірськими стежками, альпінізм, гірськолижний туризм).

Будь то вілла у Франції, ферма, садиба, замок, апартаменти чи шале – кожен із цих варіантів проживання сьогодні може пропонувати послуги агротуризму. У Франції всі вони включаються в один термін – *Gîtes ruraux*. Одна з рис агротуризму у Франції – поєднання видів відпочинку. Тут практично немає об'єктів, які б пропонували лише проживання. Кожен з варіантів крім даху над головою включає той чи інший вид активного відпочинку. Рибалка, тури визначними пам'ятками, екскурсії на виноробні та сироварні, поїздки замками, кінні прогулянки – ось лише невеликий список з тих послуг, які сьогодні пропонуються в рамках сільського відпочинку у Франції.

Унікальність Франції – й у різноманітності регіонів. Тут кожна область є неповторним сплавом традицій, культурних особливостей,

гастрономії. Бордо чи Долина Луари, рибальський будиночок у Бретані чи вілла у Провансі біля лавандового поля, околиці Орлеана чи передмістя Ліона? Це питання кожен турист має вирішити собі сам [34, 35].

### 2.3. Фудтуризм Франції (міський ресторанний туризм)

Винно-гастрономічний туризм – доволі молодий вид подорожування, який стрімко набирає популярності у світі. На сьогодні прибутковість такого бізнесу – близько 6,5 млрд євро на рік.

На сьогодні винно-гастрономічний туризм взагалі, та французький зокрема, можна умовно розділити на такі види: сільський «зелений», міський, фестивальний та навчальний.

Сільський туризм передбачає, що основна частина подорожі проходить у провінційній місцевості, де туристи можуть спостерігати й брати участь у процесі збору врожаю, виготовленні того чи іншого продукту, дегустації, просто влитися в «екологічний», «зелений» спосіб життя. Найчастіше сюди відносять і винний туризм, оскільки головним його принципом є дегустація вина в місці виробництва.

Міський винно-гастрономічний туризм Франції можна розглядати як наслідок зростання добробуту населення. Просто похід у ресторан не лише став загальнодоступним, а й перестав здаватися чимось надзвичайним. Споживач став більш вимогливим та обізнаним щодо кулінарії.

Одним із найвідоміших та найвпливовіших ресторанних рейтингів на сьогодні є «Червоний путівник» або «Червоний гід Мішлен» [21], що оцінює ресторани за тризірковою шкалою. Згідно цього путівника, більшість тризіркових ресторанів розміщувалися в Парижі. Ресторани цієї ж категорії є також у Жуаньї, Сольє, Ежені-ле-Бен, Ліоні, Вайрьє-дю-Лак, Шаньї, Руані, Сен-Бонне-ле-Фруа, Ільхаузерні, Баренталі, Лагіюлі, Померолі, Канкалі й Валансі [36].

Експерсії на фабрики та інші виробництва є одним із найпоширеніших видів гастрономічного туризму. Найпопулярніші експерсійні виробничі підприємства з виробництва меду, сиру та фуа-гра. Вони розміщені по всій території країни. Проте більшість популярних серед туристів сироварень сконцентровані на південному сході (Лангедок-Русільйон, Прованс та Рона-Альпи) та в Ельзасі. Більшість же «туристичних» ферм фуа-гра розміщена в регіонах Аквітанія та Південь-Піренеї.

Трюфельні ферми поширені в Лімузені, Провансі, Франш-Коте, Іль-де-Франс, безпосередньо навколо Парижу – основного споживача трюфелів, та регіоні Шампань-Арденни.

Так звані «маслинні млини» – підприємства з виробництва оливкової олії, зосереджені майже виключно в Провансі.

Відвідати шоколадну фабрику туристи мають можливість у Бретані та Нормандії, Пікардії та околицях Парижа. Невеличкі ж «шоколатеріє», де виготовляється та продається шоколад ручної роботи, можна зустріти по всій Франції.

Устричні та осетрові ферми розміщені на вузьких узбережних смугах уздовж Атлантичних берегів Бордо, Пуату-Шарант, Західної Луари, Бретані й у Середземноморських затоках Лангедок-Русільйону та Провансу. Лідером за популярністю та прибутками є підприємства Аркашонської затоки (Бордо).

Ферми з вирощування спеціального виду жаб для приготування славнозвісних «жаб'ячих лапок» розміщені по всій країні. Проте масової популярності серед туристів власне ферми не здобули, незважаючи на феноменальний попит на цей продукт у ресторанах країни.

Таким чином, сільський та міський винно-гастрономічний туризм представлені майже у всіх регіонах Франції. При цьому кожен регіон залишається самобутнім та має свою спеціалізацію.

На сьогодні, можна виділити певні географічні центри, в межах яких туристичні потоки найінтенсивніші, а прибутки від винного та гастрономічного туризму найвищі.



Рис. 16. Центри найінтенсивнішого сільського та міського гастрономічного туризму та виноробні регіони Франції

Фестивальний туризм є чи не найдавнішою складовою кулінарних та винних подорожей по Франції. Ще в 16 ст. трапляються письмові згадки про відвідання мешканцями сусідніх сіл і містечок свят врожаю винограду, молодого вина або сиру.

Навіть на сьогодні, якщо інші види винно-гастрономічного туризму в більшості своїй орієнтовані на іноземного туриста, то серед відвідувачів різноманітних фестивалів в'їзні туристи складають лише 30–50 %, а внутрішні – 70–50%, відповідно.

Як представлено на рис. 17, більшість популярних фестивалів, відвідуваність яких перевищує 25 тис. осіб, проводяться в, або поблизу відомих виноробних регіонів чи великих міст.



Рис. 17. Виноробні регіони та центри фестивального гастрономічного туризму Франції

Проте, без перебільшення, майже кожен населений пункт має своє гастрономічне свято або фестиваль. Переважно вони присвячені вину чи винограду, сиру, стравам із птиці, млинцям чи пирогам, шоколаду та іншим продуктам.

Навчальний винно-гастрономічний туризм у Франції залишається найпопулярнішим серед спеціалістів харчової та виноробної промисловості усього світу. У Парижі, Марселі, Ліоні, Тулузі, Бордо, Страсбурзі, Монпельє, Нанті, Орлеані та Діжоні розміщені найпопулярніші та найдорожчі кулінарні школи, школи сомельє, навчальні центри з управління ресторанним та винним бізнесом. Якщо раніше серед студентів переважали американці та європейці, то останній тренд – переорієнтація на китайську та японську аудиторію [37].

Романтика вечірніх вулиць, шелест каштанів, аромати свіжої випічки та ледь чутні ноти шансону. Все це – чарівна, заворожлива Франція з усім її пишнотою та величчю. Французька кухня відома на весь світ і вважається однією з найкращих. Кожен французький ресторан – як трюфель. Щоб зрозуміти весь смак, треба копнути глибше. А починати найкраще із закладів, які здобули зірку Мішлена та удостоєні статусу найкращих ресторанів світу.

### Висновки до 2 розділу

Франція займає чільне місце за рівнем розвитку гастрономічного та винного туризму. Гастрономічний туризм має на увазі туристські поїздки з метою знайомства з кухнею того чи іншого регіону. І тут туристи-гурмани зупиняються на фермах, які пропонують повний пансіон. Безпосереднє проживання в хазяйському будинку виявляється важливим моментом, так як багато туристів бажають не тільки скуштувати місцеві делікатеси, а й ознайомитися з процесом приготування цих страв і дізнатися їх рецепт.

Винний туризм є «обличчям» французького сільського туризму. За цією назвою ховається безліч туристичних занять: дегустація вин та шампанських; відвідування кількох виноробних господарств, які виробляють однойменні сорти вин; вивчення технологічного процесу виноробства на аматорському та професійному рівнях; ознайомлення з правилами подачі вина до столу та поєднання його з гастрономічними стравами; колекціонування марочних вин.

Агротуризм у Франції – це усталена частина туристичної промисловості країни, де доходи вимірюються мільярдами євро. Франція однією з перших у світі стала розвивати у себе сільський туризм як окремий напрямок. Сьогодні ця країна за кількістю спеціальних агротуристичних господарств знаходиться серед світових лідерів.

Франція, яка є 20 років найпопулярнішою серед туристів країн світу, звичайно, має й величезний потенціал для розвитку сільського туризму. У Франції - тисячі найцікавіших куточків, де можна сьогодні відпочити від суєти і дізнатися ближче характер місцевих жителів.

У країні діє спеціальна асоціація «Сільський туризм у Франції», що сприяє розвитку перспективного спрямування відпочинку. Програма працює: 25% французів обирають відпочинок у провінції, яка займає 80% території Франції.

Дослідження свідчать, що розвиток сільського зеленого туризму може забезпечити прискорення темпів реформування економіки та зміцнення ринкових основ господарювання; збільшення дохідної складової місцевих бюджетів; створення робочих місць та оптимізацію сфери зайнятості; залучення довгострокових інвестицій у високотехнологічні об'єкти дозвілля; поглиблення економічних та гуманітарних зв'язків; збільшення інвестицій, дотацій та інших форм підтримки, обсягів фінансування, призначених для підтримки гуманітарних сфер діяльності; стимулювання попиту на продукцію народних ремесл та художніх промислів; покращення економічних результатів фінансування господарського комплексу регіону та об'єднаних територіальних громад; підвищення ефективності діяльності з організації змістовного дозвілля населення, популяризації національної історико-культурної спадщини тощо; збереження та раціональне використання природних рекреаційних ресурсів у межах територій та об'єктів природно-заповідного фонду.

## РОЗДІЛ 3 «СОЛОДКИЙ ТУР» ФРАНЦІЄЮ

### 3.1. Опис програми туру (локацій, блюд для дегустації та майстер-класів)

«Солодкий тур», який ми хотіли б представити у нашому дипломному проєкті, розрахований на 8 днів (тут враховується переїзд автобусом із міста Львова до міста Париж і назад).

Чисельність групи туристів складе 12 осіб – така кількість людей розрахована на те, що в майбутніх майстер-класах у цьому турі чисельність туристів обмежується 12 особами.

Протягом туру гості проживатимуть у двох готелях, а також зможуть відвідати три майстер-класи з приготування солодких страв французької кухні.

Також у тур закладено відвідування кількох найвідоміших локацій Парижа, таких як Єлисейські поля та Ейфелева вежа, відвідування «солодких» торгових точок, факультативні заходи.

Переїзд до Парижа з України здійснюватиметься з міста Львів (так само і назад). Це автобусний маршрут, рейси якого здійснюються на регулярній основі навіть у наш теперішній суворий воєнний час.

Зустрічатиме та супроводжуватиме групу гостей протягом усього туру буде україномовний гід-екскурсовод із власним мікроавтобусом пасажиромісткістю 12 осіб, що у свою чергу забезпечить вільне переміщення між локаціями для нашої групи гостей.

Далі ми докладно опишемо готелі, локації, страви для дегустації та майстер-класи, які є у турі:

1). Рейсовий автобусний маршрут зі Львова до Парижа і назад (рис.18). Тривалість переїзду в один бік складає в середньому приблизно 37 годин – вся інформація отримана з інтернет-ресурсу з автобусних пасажирських перевезень за посиланням [38].

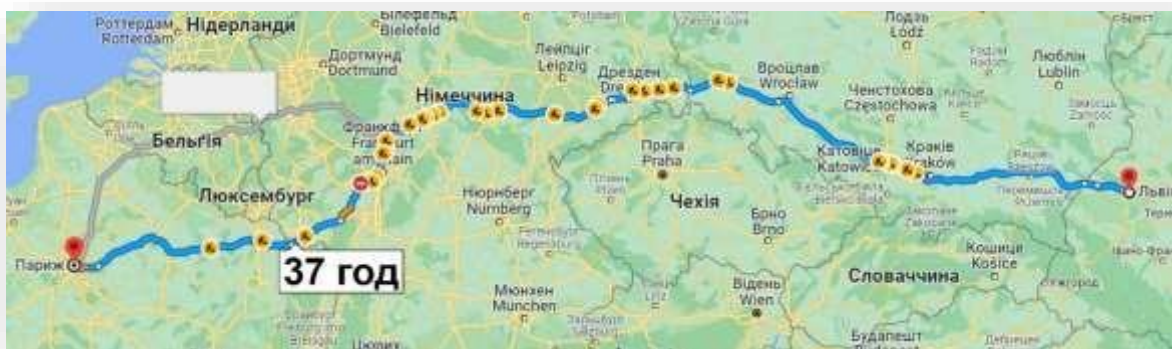


Рис. 18. Переїзд автобусом м. Львів – м. Париж, орієнтовно 37 годин

2). Перша знаменита локація у нашому маршруті це Єлисейські поля [39] (Рис. 19) – один із символів Парижа та всієї Франції. Вулиця столиці, яка згадується у багатьох віршах, романах та піснях, має довжину майже два кілометри. Починається вона на площі Згоди та впирається у Триумфальну арку. Своєю назвою найбагатша та найелегантніша вулиця Європи зобов'язана грецькій міфології. У прекрасні Єлисейські поля потойбіччя боги відправляли знаменитих героїв.

Єлисейські поля – одна з найбільш відвідуваних туристами вулиць Франції. За добу тут проходить близько 1,5 млн людей. Вулиця умовно поділяється на паркову та торговельну зони. Парк складається із квадратів, по периметру яких висаджені дерева.

Більшість перехожих поспішають до всесвітньовідомої Триумфальної арки, якою закінчуються Єлисейські поля. Грандіозний пам'ятник було зведено за указом Наполеона на згадку про героїв, які загинули за Францію. Навколо нього встановлено сто гранітних тумб – символ правління Наполеона упродовж ста днів.

Можливість помилуватися шикарною вулицею у всій красі з'явиться під час підйому на оглядову вежу Триумфальної арки. З висоти 49 метрів відкривається панорамний краєвид на Єлисейські поля, що особливо вражає ввечері, коли все навколо осяєне казковою ілюмінацією.

Ще одна відома на весь світ визначна пам'ятка найшикарнішої вулиці Парижа – Єлисейський палац. Побудований у XVIII столітті для графа Евре, чудовий особняк виконаний у класичному стилі. За часів Наполеона у цих стінах жила кохана дружина полководця Жозефіна. Особняк розташований у парку на полях Єлисейських і прихований від сторонніх очей. Можна підійти до палацу і помилуватися витонченою архітектурою, але зайти всередину неможливо. Сьогодні це резиденція президента Франції. Її двері відчинені для туристів щорічно – у другу неділю вересня.

Між двома площами – Злагоди та Rond-Point des Champs-Élysées розташовані дві чудові будівлі у стилі неокласицизму – Grand Palais (Великий Палац) та Petit Palais (Малий Палац). Побудовані до Міжнародної виставки 1900 року, чудові будови були спроектовані відомим архітектором Шарлем Жіро. У палацах можна відпочити у Зимовому саду, помилуватися унікальними експонатами виставкових залів, посидіти за філіжанкою кави у затишних кафе.

Шопінг. На найдорожчій вулиці Європи розташовані бутіки практично всіх відомих брендів. Магазины тут відкриті до пізнього вечора. Дівчатам неможливо пройти повз бутіки косметики Sephora Champs Élysees, ювелірних прикрас та годинників Cartier, парфумерії люкс та мас маркету Marionnaud Paris, модного одягу Hugo Boss. Любителі розкішних автомобілів можуть побачити новітні моделі автомобілів в автосалоні Le Rendez-Vous Toyota. Справжня скарбниця іграшок чекає на дітей у магазині Disney Store. Якщо зацікавлені у недорогих, але якісних товарах, не пропустіть універмаг Monoprix.

3). Наступна локація – Ейфелева вежа [40] (Рис. 19) – металева вежа в центрі Парижа, найвідоміша його архітектурна пам'ятка. Названа на честь головного конструктора Гюстава Ейфеля; сам Ейфель називав її просто «300-метровою вежею» (tour de 300 mètres).

Вежа, що згодом стала символом Парижа, була побудована в 1889 році і спочатку замислювалася як тимчасова споруда, яка служила вхідною аркою паризької Всесвітньої виставки 1889 року.

Ейфелеву вежу називають найбільш відвідуваною платною і найбільш фотографованою



Рис. 19. Єлисейські поля, Єлисейський палац, Тріумфальна арка, Ейфелева вежа

4). Перший готель у нашому турі – Hôtel 34В – Astotel [41]. Готель розташований у Парижі, за 1 км від Опери Гарньє та за 1,5 км від Лувру. Wi-Fi надається безкоштовно на всій території. Сучасно мебльовані номери оснащені телевізором із плоским екраном і міні-баром з безкоштовними безалкогольними напоями. Усі вони мають окрему ванну кімнату з ванною або душем. Співробітники цілодобової стійки реєстрації пропонують безкоштовні закуски щодня. Щоранку у фойє сервірують сніданок «шведський стіл» зі свіжих продуктів. У другій половині дня та до пізнього вечора гості також можуть насолодитися безкоштовними безалкогольними напоями та закусками у фойє готелю. Можна скористатися цією послугою в

усіх інших закладах Astotel у Парижі. Відстань від готелю 34В - Astotel до Центру Помпіду та саду Тюїльрі становить 1,5 км. Станція метро Grands Boulevards (лінії 8 і 9) дозволить дістатися до основних пам'яток Парижа.

Відповідно до незалежних відгуків гостей, це найкращий район для мандрівників, які відвідують Париж.

Для нашої групи з 12 осіб нам знадобиться шість двомісних номерів. У кожному номері є двоспальне ліжко, кондиціонер, окрема ванна кімната, телевізор з пласким екраном, міні бар, безкоштовний WIFI.



Рис. 20. Hôtel 34В – Astotel

5). Restaurant 20 Eiffel [43].



Рис. 21. Ресторан «20 Eiffel»

Точка зору керівництва Michelin: – Ресторан розташований на тихій вуличці в двох кроках від Ейфелевої вежі, цей ресторан пропонує стриманий інтер'єр, наповнений світлом. У меню можна вибрати з ряду оновлених страв, приготованих двома шеф-кухарями, у кожному з яких акцентується увагу на ароматі та смаку. Наприклад, смачне філе дикого минтая з кабачком.

У закладі на вибір гостей є багато традиційних французьких десертів, що дуже перегукується з темою нашого «солодкого туру». Приклади десертів у ресторані «20 Eiffel»: полуниця, фіалковий мус і меренга; малинове суфле; шоколадний десерт; сирна тарілка; крем-брюле з бурбонською ваніллю; суфле Grand Marnier.

б). Майстер-клас «Навколо заварного тіста» [42] під черовством шеф-кухаря майстер-класу Міхалака (тривалість складає 3 години).

З ніжністю та жадібністю гості дізнаються про заварне тісто все: нунс, еклери, Париж-Брест та ін., список довгий.

У програмі майсер-класу:

- Браконьєрська техніка
- Монтаж та декорування
- Техніка й майстерність бісквіта.



Рис. 22. Майстер-клас «Навколо заварного тіста» [42]

Це тематичні уроки, які завжди проводить один із членів команди шеф-кухаря Крістофа Міхалака. Шеф-кухар направляє учнів до ідеального розуміння рецепту та жестів, необхідних для розробки випічки. Вчимося пов'язувати смаки, текстури, температуру або відкривати походження сировини. Усе в атмосфері та під ритми рок-н-ролу.

Сюрприз майстер-класу – кожна страва різна, шеф-кухар готує зміст своєї страви відповідно до свого натхнення та сезонних продуктів, ніхто не знає рецептів заздалегідь.

Шеф-кухар Michalak Masterclass створює свої рецепти від А до Я під очима учасників, коментуючи кожен етап оформлення. Це анімовані, динамічні курси, діалог починається між шеф-кухарем і учасниками для ідеального розуміння необхідних жестів і для розробки випічки. Ми вчимося пов'язувати смаки, текстури, температуру або відкривати походження сировини. Усе в дружній атмосфері та під ритми рок-н-ролу

За 3 години шеф-кухар розкриває свої рецепти, свої поради, це не майстер-класи, а кондитерські демонстрації, де кожен може втрутитися, запитати. Це вибір шеф-кухаря Крістофа Міхалака, який хоче, щоб 5 почуттів учасників були мобілізовані на дизайні десертів, щоб краще запам'ятовувати, вчитися та, чому б не по черзі, передавати!

Кожна страва відрізняється, але всі творіння систематично дегустуються на місці та подаються на тарілці, як у ресторані!

7). Готель - ресторан «Auberge des ecluses» [44]. Готель Auberge des Ecluses розташований у приємному місці на березі річки Сени, за 20 хвилин їзди від паризьких Єлисейських полів, за 35 км на північний захід від Парижа. Гостям пропонуються елегантні номери та люкси з кондиціонером, телевізором та безкоштовним бездротовим доступом до Інтернету.

Гості можуть насолодитися стравами французької кухні в ресторані Auberge. У літній сезон на терасі з видом на Сену відпочиваючим запропонують також меню, яке складається зі страв барбекю.



Рис. 23. Готель - ресторан «Auberge des ecluses»

Ми не випадково вибрали цей готель-ресторан, адже тут проводиться виключно високої якості та зразка майстер-класи з французької кухні.

Майстер-клас від французького шеф-кухаря – готуємо по-французьки та поринаємо у різноманітний світ національних страв та напоїв.

Пропонується поринути у атмосферу кулінарної Франції. Шеф-кухар навчить гостей готувати цибульний суп та фуа-гра, м'ясо по-бургундськи та інші вишуканості. Майстер-клас пройде на кухні справжнього французького будинку готелю-ресторану «Auberge des ecluses».

Тут не тільки навчать готувати, а й розкажуть про порядок проведення французької трапези, правила вибору напоїв та інші цікаві кулінарні особливості та традиції країни. Після майстер-класу проходить дегустація страв – повноцінний обід/вечеря за красиво накритим столом.

Під керівництвом досвідченого шеф-кухаря гості зможуть приготувати одну або кілька страв із наведеного нижче переліку:

- цибульний суп
  - суп із каштанів із беконом
  - суп-камамбер (нормандський сирний суп)
  - м'ясо по-бургундськи (яловичина, тушкована у червоному вині)
  - качина грудка під нормандським соусом з яблуками, вершками та кальвадосом
- стейк блакитної акули (під вершково-мигдальним соусом)
  - тріо сан-жак (морський гребінець під трьома різними соусами)
  - крем-брюлле (знаменитий французький десерт)
  - фондан у шоколя (ніжне тістечко з рідким шоколадом усередині).

Останні дві страви є тематичними у нашому «Солодкому турі».

Майстер-класи відбуваються на просторій кухні готелю-ресторану «Auberge des ecluses», де можуть розміститись від 1 до 12 учасників процесу.

Приїхавши до Кар'єр-Су-Пуасі, саме в цій місцевості знаходиться готель-ресторан «Auberge des ecluses», туристи зможуть не тільки опанувати азами французької кухні, а й провести чудовий день, прогулюючись тихими та затишними вуличками містечка. Помилуватися звивистою мальовничою річкою, на берегах якої стоять гарні будиночки, і заглянути до церкви XI ст. Дійти до будинку Еміля Золя та подивитися замок XV століття, в якому збиралася культурна еліта з письменників та художників тієї епохи.

8). Ecole Ducasse Paris Studio, майстер клас безе, макарунс [45]. Студія пропонує уроки кулінарії, уроки кондитерської справи та уроки енології. Обов'язкова частина французької випічки, безе пропонує абсолютну вишуканість і делікатес.

Макарунс, макаруни, макарони – повітряні печива зі спідничкою і прошарком крему, основний інгредієнт правильних макарунс – це мигдальне борошно. Отримують його шляхом перемелювання (роздавлювання) мигдальних горіхів.



Рис. 24. Ecole Ducasse Paris Studio, майстер-клас макарунс

Дивлячись на ці повітряні печива зі спідничкою і прошарком крему здається, що немає нічого простішого аніж приготувати їх на домашній кухні. Однак макаронс — десерт підступний. Процес його приготування — це ціле мистецтво, з безліччю нюансів і тонкощів, які обов'язково слід врахувати.

Сьогодні цей десерт готують кондитери по всьому світу. У кафе і ресторанах можна зустріти білі, чорні, кольорові макарунс з різними начинками. Багато кулінарів експериментують зі смаковими добавками і допрацьовують оригінальний рецепт.

Даний солодкий майстер-клас – це чудова класика, яку варто (заново) відкрити. Місцеві кухарі навчать гостей техніці приготування цієї випічки, яка є обов'язковою для досконалості.

- Макарунс з абрикосовим розмарином
- Макарунс з полуницею і м'ятою
- Макарунс з шоколадом
- Потрісканий макарунс

### 3.2. Опис маршруту

«Солодкий тур», маршрут якого ми розробляли, був прив'язаний до певних дат – у нашому випадку це середина літа (період з 19 липня – дата виїзду з України, і по 26 липня – дата повернення в Україну). У прикладі найбільш приємний і можна сказати класичний сезон для відвідування Франції, хоча проведення цього туру можливе в будь-яку пору року, тому що у нас немає сезонних прихильностей до чогось.

Всі наведені далі розрахунки, заходи та ціни прив'язані та зіставлені із зазначеними вище датами.

Далі ми покажемо і опишемо тур по днях і годинах, виглядатиме він таким чином:

➤ 1 день, 19 липня. Львів.

21-40. Цього вечора наша група вирушає автобусом зі Стрийського автовокзалу міста Львів до Парижа.

Загальний час такої поїздки становитиме приблизно 37 годин (рис. 25), де на географічній карті ми показали маршрут від міста Львова до Парижа.



Рис. 25. Переїзд автобусом м. Львів – м. Париж, орієнтовно 37 годин

➤ 2 день, 20 липня. Переїзд Європою.

Цього дня триває поїздка автобусом, а також відбувається чотиригодинна зупинка та відпочинок у готелі Hotel Grand у місті Брно, Чехія (рис. 26).

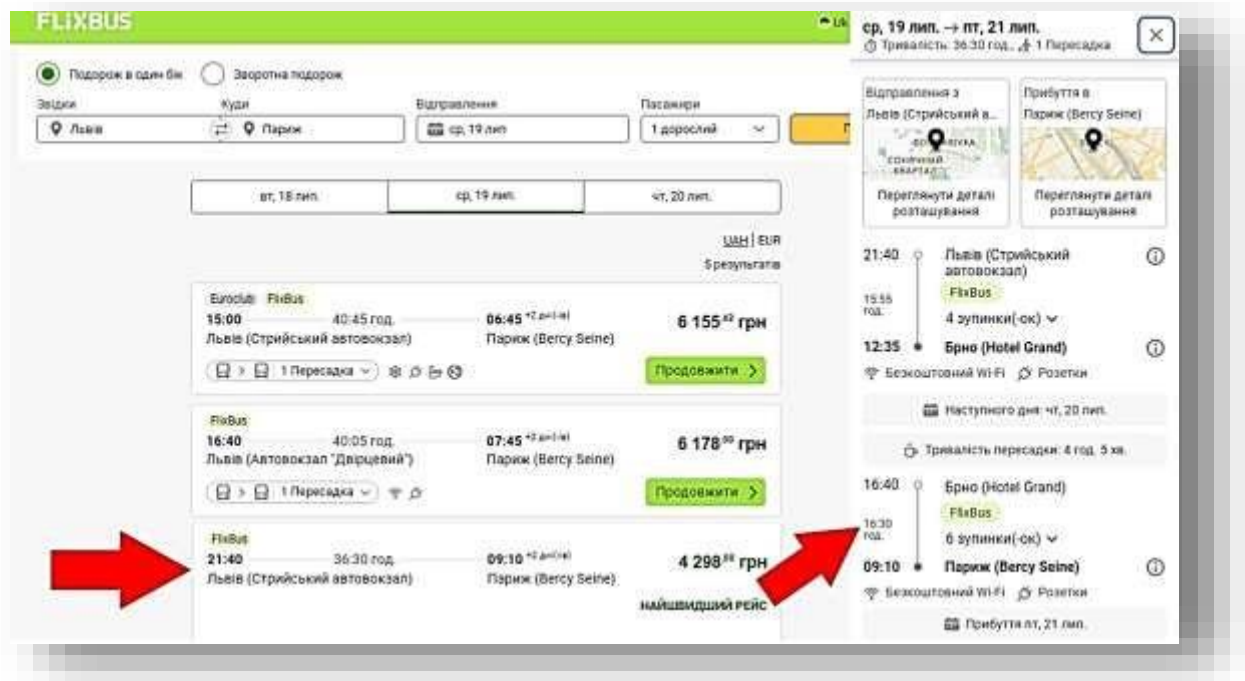


Рис. 26. Квиток на автобус м.Львів – Париж. Вартість, подробиці рейсу

➤ 3 день, 21 липня. Париж.

09-10. Автобус прибуває до автобусної зупинки «Paris – Bercy Seine; Париж – Берсі Сена» міста Парижа, де групу зустрічає україномовний гід екскурсовод із своїм мікроавтобусом пасажиромісткістю 12 осіб.

9-25 – 10-00. Трансфер на мікроавтобусі до центру Парижу.

10-00 – 13-20. У супроводі гйда-екскурсовода – екскурсія по Єлисейським полям. Прогулянка на Ейфелеву вежу.

13-30 – 14-00. Трансфер до готелю «Hôtel 34B – Astotel».

14-00. Заселення групи у готель.

14-20 – 18-20. Вільний час.

18-20 – 18-50. Переїзд групи зі станції метро Grands Boulevards (знаходиться близько від готелю) до Ейфелевої вежі. Вона рівновіддалена від станцій метро Trocadéro (це ще й оглядовий майданчик, звідки відкривається класичний вид на Ейфелеву вежу, тут проходить 9 гілка) та станцією Bir-Hakeim. До Ейфелевої вежі можна доїхати на RER C (станція Champ de Mars Tour Eiffel).

19-00 – 21-00. Метою цього переїзду була запланована вечеря у ресторані «20 Eiffel». Вечеря у ресторані з винами та десертами.

21-00. Вільний час.

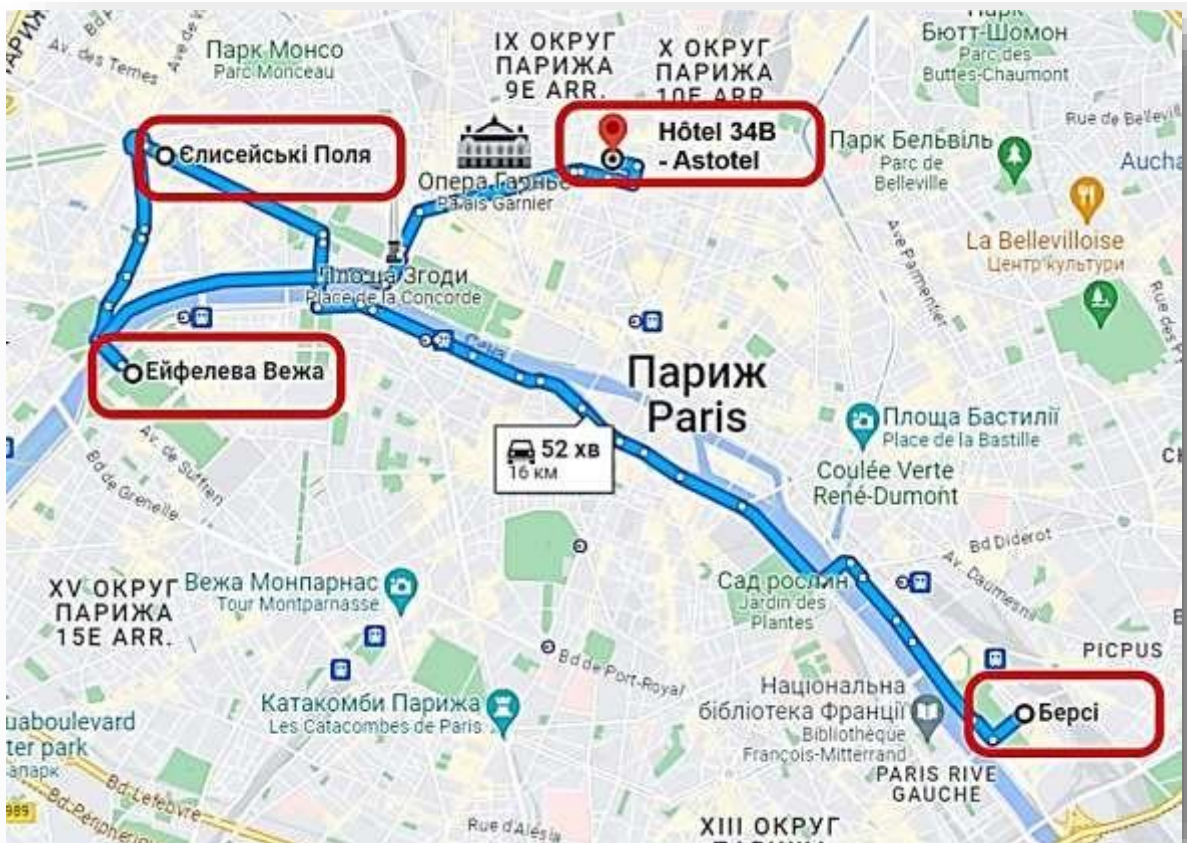


Рис. 27. Маршрут 21 липня. 3 день туру. 1 день у Парижі

➤ 4 день. 22 липня. Париж.

8-00. Завтрак у готелі «Hôtel 34В – Astotel».

9-20. Вихід групи з готелю та піша прогулянка у локацію, де буде проводитись майстер-клас «Навколо заварного тіста», за адресою локація знаходиться в безпосередній близькості від готелю.

10-00 – 13-00. Майстер-клас «Навколо заварного тіста». За 3 години шеф-кухар Крістоф Міхалак розкриває свої рецепти, свої поради, показує кондитерські демонстрації, де кожен може втрутитися, запитати.

13-00. Вільний час. Прогулянки та продовження знайомства з містом Париж, шопінг, фото та відео зйомки тощо.

➤ 5 день. 23 липня. Париж.

8-30. Завтрак у готелі «Hôtel 34B – Astotel».

9-40. Виїзд з готелю та трансфер у готель - ресторан «Auberge des ecluses», де гостей чекатиме запланований програмою туру майстер-клас.

11-00 – 13-30. Майстер-клас від французького шеф-кухара на кухні справжнього французького будинку готелю-ресторану «Auberge des ecluses».

13-30 – 14-30. Обід у ресторані «Auberge des ecluses» тими стравами, які гості приготували на майстер-класі.

14-30. Заселення групи в готель «Auberge des ecluses».

15-00. Вільний час. Проведення чудового дня, прогулки тихими та затишними вуличками містечка. Змога милуватися звивистою мальовничою річкою, на берегах якої стоять гарні будиночки, і заглянути до церкви XI ст. Дійти до будинку Еміля Золя та подивитися замок XV століття, в якому збиралася культурна еліта з письменників та художників тієї епохи.



Рис. 28. Маршрут 23 липня. 5 день туру. 3 день у Парижі

➤ 6 день. 24 липня. Париж.

9-00. Завтрак у готелі «Auberge des ecluses».

11-00. Виїзд з готелю та трансфер до Ecole Ducasse Paris Studio, де гостей чекатиме запланований програмою туру майстер-клас.

12-00 – 14-30. Ecole Ducasse Paris Studio, майстер-клас макарунс.

14-45. Трансфер до автобусної зупинки «Paris – Bercy Seine; Париж – Берсі Сена» міста Парижа.

15-15. Прибуття до автобусної станції Paris – Bercy Seine.

16-00. Відправлення рейсового автобусу м. Париж – м. Львів.

Орієнтовно через 37 годин група гостей прибуде у м.Львів на автовокзал



Рис. 29. Маршрут 24 липня. 6 день туру. 4 день у Парижі

➤ 7 день, 25 липня. Переїзд Європою.

Цього дня триває поїздка автобусом, а також відбувається чотиригодинна зупинка та відпочинок на автостанції Варшава-Заходня, Польща (рис. 30).

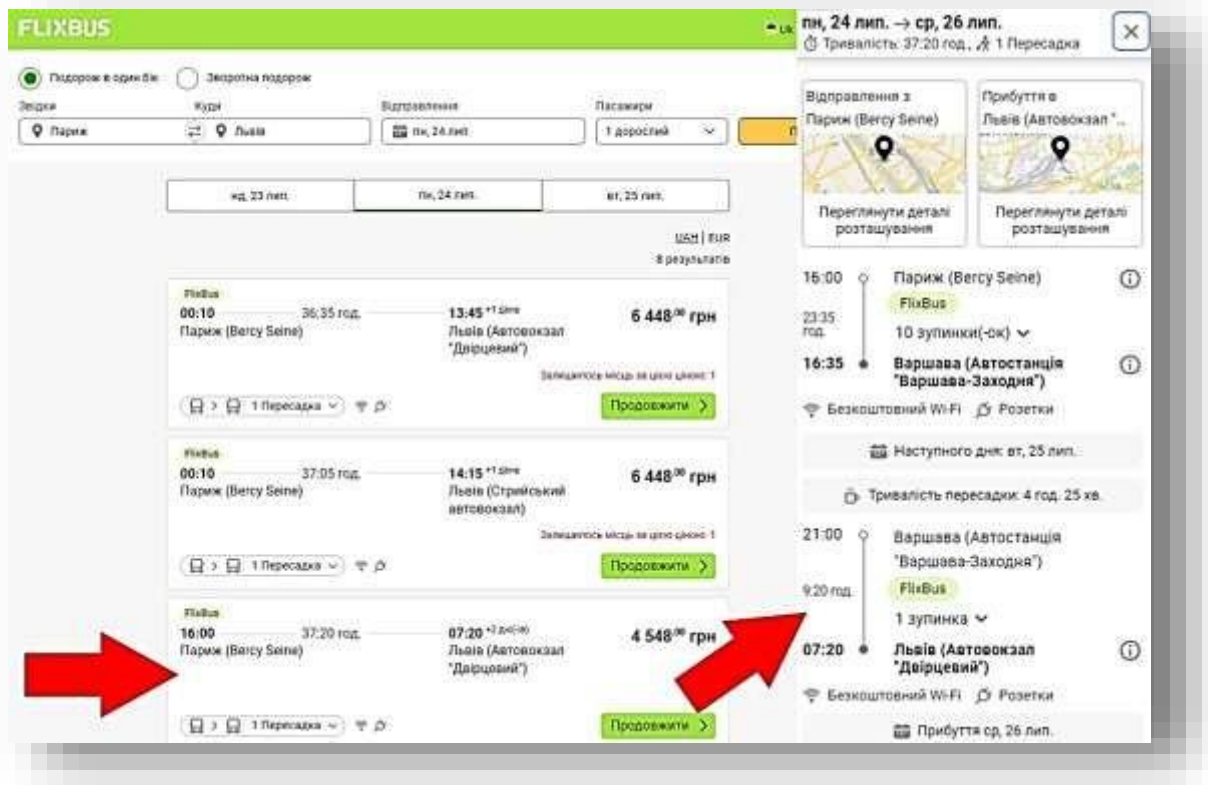


Рис. 30. Квиток на автобус м. Париж – м.Львів. Вартість, подробиці рейсу

➤ 8 день, 26 липня. Львів.

7-20. Прибуття автобусу до м. Львів, автовокзал Дворцовий (рис. 30).

Кінець туру.

\* Докладні описи об'єктів туру були в пункті 3.1 цієї роботи.

\*\* Усі скріншоти з картами та маршрутами зроблені за допомогою ресурсу Google Maps [46].

### 3.3. Оцінка вартості туру

Всі наведені далі розрахунки, заходи та ціни прив'язані та зіставлені із зазначеними вище датами. Ціни, зокрема проживання, можуть коливатися залежно від сезону високий або невисокий сезон, відповідно ціна кінцевого продукту, нашого туру, протягом року може змінюватися.

Далі ми представимо розрахунок вартості туру для туристів. В розрахунок вартості туру буде входити:

- бронювання квитків на автобус Львів – Париж та Париж – Львів;
- зустріч та супровід туристів гідом-екскурсоводом,
- підбір та бронювання житла для гостей,
- трансфер гостей в місце проживання,
- трансфер та супровід гідів по локаціях туру,
- відвідування різноманітних закладів.
- страхування туристів.
- розмір грошової винагороди організатора туру складе 10% від загальної вартості туру.

Як ми вже згадували, учасниками туру за чисельністю буде 12 осіб, імовірно це 6 пар по 2 особи, з урахуванням можливості проживання однієї пари в одному двомісному номері в готелях.

Далі детальніше за пунктами:

- Бронювання квитків на рейсовий автобус – вартість квитків взята нами з офіційного джерела [38], при бронюванні ми отримали наступні результати (рис. 26 та рис. 30):

Квиток на одну особу Львів – Париж = 4298 грн., або 108 Євро.

Квиток на одну особу Париж – Львів = 4548 грн., або 114 Євро.

Загальна вартість квитків в обидві сторони для всієї групи:

$(108 + 114) \times 12 \text{ Осіб} = 2664 \text{ Євро.}$

- Гід екскурсовод зі своїм мікроавтобусом на 12 місць. До цієї послуги увійде і трансфер групи по локаціях.

Вивчивши ринок даних послуг за допомогою інтернет-ресурсів [47, 48] ми дійшли висновку та результату, що найм такого фахівця зі своїм автомобілем у середньому обходиться 250 євро за 3-4 години роботи.

Також слід зазначити, що якщо нам буде потрібний екскурсовод без автомобіля, тоді ціни стартують від 15 євро за годину роботи екскурсовода.

У нашому випадку група прибуває в Парижі 4 дні, при цьому 3 дні з цих чотирьох нам знадобиться мікроавтобус і екскурсовод на повноцінні 4 години (це 3, 5 та 6 дні туру). Один із днів екскурсовод без мікроавтобуса нам знадобиться для походу з готелю на майстер-клас лише на 1 годину (це 4 день туру).

Виходячи з цих даних, отримаємо загальну вартість роботи екскурсовода та експлуатації мікроавтобуса:

3 дні по 250 Євро = 750 Євро.

1 день гід на 1 годину = 20 Євро.

Загальна вартість послуги = 770 Євро.

- Підбір та бронювання житла для гостей проводилися за допомогою офіційних сайтів потрібних нам готелів (Hôtel 34В – Astotel [41]; Готель - ресторан «Auberge des ecluses» [44]) та за допомогою найбільш поширеного ресурсу з оренди житла booking.com [49].

Тип номера	Вміщує	Ціна за 2 ночі	На ваш вибір
<b>Двомісний номер</b> 1 широке двоспальне ліжко	2 дорослих	€ 456 + € 8 податків та зборів	Сніданок коштує € 12 - оцінка <b>Дуже добре</b> • Вартість не повертається

Рис. 31. Вартість проживання в одному двомісному номері готелю «Hôtel 34В – Astotel»

— Hôtel 34В – Astotel, тут гості проведуть 2 ночі, вартість для двох осіб, які займають один номер =  $456 + 8 = 464$  Євро (рис. 31). Таких номерів нам потрібно шість. Загальна вартість проживання у цьому готелі:

$464 \text{ Євро} \times 6 \text{ номерів} = 2784 \text{ Євро}$ .

Тип номера	Вміщує	Ціна сьогодні	На ваш вибір
<b>Двомісний номер</b> 1 двоспальне ліжко 18 кв. м Кондиціонер Міні-бар Безкоштовний Wi-Fi ✓ Душ ✓ Туалет ✓ Телевізор ✓ Телефон ✓ Радіо ✓ Антисептик для рук	2 дорослих	€ 91 <b>€ 82</b> Включає податки та збори -10% Genius	Сніданок коштує € 10 - оцінка <b>Дуже добре</b> ✓ Безкоштовне скасування до 22 липня 2023 • Нічого не платите до 19 липня 2023 р. ✓ Genius-знижка 10% застосовується до ціни без урахування податків і зборів

Рис. 32. Вартість проживання в одному двомісному номері готелю - ресторану «Auberge des ecluses»

— Готель - ресторан «Auberge des ecluses», тут гості проведуть 1 ніч, вартість для двох осіб, які займають один номер = 82 Євро (рис. 32). Таких номерів нам потрібно шість. Загальна вартість проживання у цьому готелі:

$$82 \text{ Євро} \times 6 \text{ номерів} = 492 \text{ Євро.}$$

Загальна вартість проживання групи у двох готелях за час перебування у Парижі:

$$2784 + 492 = 3276 \text{ Євро.}$$

- Вечеря у ресторані «20 Eiffel» [43] з винами та десертами.

Вивчивши меню на офіційному сайті закладу ми дійшли результату, що середній чек такої вечері становить 60 Євро за одну особу. Загальна вартість вечері для групи з 12 осіб:

$$60 \text{ Євро} \times 12 \text{ Осіб} = 720 \text{ Євро.}$$

- Майстер-клас «Навколо заварного тіста» [42] (рис. 22).

Вартість майстер-класу, представлена на офіційному сайті заходу, становить 140 євро за одну особу. Загальна вартість для групи з 12 осіб:

$$140 \text{ Євро} \times 12 \text{ Осіб} = 1680 \text{ Євро.}$$

- Майстер-клас з французької кухні з десертами та вином у готелі-ресторані «Auberge des ecluses» [44].

Вартість майстер-класу, представлена на офіційному сайті готелю-ресторану, становить 250 Євро за одну особу. Загальна вартість для групи з 12 осіб:

$$250 \text{ Євро} \times 12 \text{ Осіб} = 3000 \text{ Євро.}$$

- «Ecole Ducasse Paris Studio», майстер-клас макарунс [45] (Рис. 24.)

Вартість майстер-класу, представлена на офіційному сайті заходу, становить 179 Євро за одну особу. Загальна вартість для групи з 12 осіб:

$$179 \text{ Євро} \times 12 \text{ Осіб} = 2148 \text{ Євро.}$$

- Страхування туристів.

У нашому випадку тур складатиме 8 днів. Скориставшись послугами інтернет страхування [50] ми отримали наступний результат (рис. 33)



Рис. 33. Страхування однієї особи на весь тур

Середня вартість страхування на весь період туру становитиме 7 Євро на одну особу. Загальна вартість страхування для групи з 12 осіб:

$$7 \text{ Євро} \times 12 \text{ Осіб} = 84 \text{ Євро.}$$

Таблиця 3.1

### Розрахунок вартості «Солодкого туру»

№	Витрати на:	Вартість, Євро
1	Автобусне перевезення в обидві сторони	2664
2	Гід-екскурсовод зі своїм мікроавтобусом на 12 осіб	770
3	Проживання у готелях Парижу	3276
4	Вечеря у ресторані «20 Eiffel»	720
5	Майстер-клас «Навколо заварного тіста»	1680
6	Майстер-клас з французької кухні	3000
7	Майстер-клас «Макарунс»	2148
8	Страхування туристів	84
	Загальні Витрати групи з 12 осіб	14342
	Прибуток тур агентства (10 % від витрат групи)	1434
	Загальна вартість туру для групи з 12 осіб	15776
	Вартість туру для однієї особи	1314,6

### 3.4. Засоби просування туру

Розвиток сучасного туристичного бізнесу та успіх підприємств даної галузі на економічній арені будь-якої країни світу базується на побудові чіткої й всебічно розвиненої системи туристичних послуг, яка характеризується диверсифікацією напрямів їх просування, чітким розмежування каналів збуту із визначенням стратегічного призначення та високою ефективністю напрямів просування туристичного продукту [51].

Для успішного функціонування підприємств туристичного бізнесу необхідний постійний та ефективний зв'язок з потенційними клієнтами та торговими посередниками, які наближають виробника туристичного продукту до його споживача. Його мета полягає у виявленні впливу на цільову групу, створенні таких вражень про товар чи послугу, які б спричинили зміни існуючих поглядів та вплинули на майбутню поведінку.

Враховуючи нестабільний споживчий попит та постійні валютні коливання, туристичним підприємствам необхідно приділити значну увагу саме швидкому продажу власного туристичного продукту, який неможливо накопичувати та споживання якого обмежене у часі.

Актуальним стає визначення сутності просування туристичних послуг як цілісної системи. Для такої системи важливо відокремити канали та засоби, за допомогою яких буде відбуватись просування туристичних послуг, враховуючи сучасні стрімкі економічні зміни.

Процес просування туристичних послуг містить у собі низку класичних елементів (засобів просування) із характерними рисами та технологіями. До основних можна віднести: рекламу, стимулювання збуту, персональний (особистий) продаж, зв'язки з громадськістю, прямий маркетинг.

Комплекс просування, крім основних, на думку окремих науковців також може включати синтетичні засоби, зокрема:

- виставкова діяльність, основна мета якої полягає в інформуванні громадськості шляхом демонстрування продукції, що є у розпорядженні фірми;
- брендинг – діяльність зі створення, реалізації та управління брендом підприємства;
- спонсорство – система взаємовигідних договірних відносин між спонсором, який є постачальником коштів, ресурсів і послуг, і реципієнтом – стороною, що їх отримує, в особі індивідів, груп, організацій з метою досягнення спонсором певних маркетингових цілей;
- інтегровані маркетингові комунікації на місці продажу — комплексний засіб маркетингових комунікацій, який потребує використання елементів реклами, стимулювання збуту, персонального продажу, public relations (зв'язків з громадськістю) та інших комунікаційних засобів у місцях продажу продукту підприємства [52].

На основі сукупності зовнішніх та внутрішніх засобів просування туристичного продукту та в залежності від низки факторів, таких як імідж компанії, цільова аудиторія, місце розташування підприємства тощо кожне туристичне підприємство визначає стратегію збуту. Залежно від цих факторів, туристичний оператор обирає різні способи збуту власного туристичного продукту.

Використовуючи засоби просування туристичних послуг та ґрунтуючись на виборі оптимальної стратегії збуту, туристичні підприємства можуть здобувати конкурентні переваги над іншими, збільшуючи частку на ринку та підвищуючи лояльність кінцевих споживачів. Тобто, просування власних туристичних послуг має вагомe значення для успішного функціонування підприємств на туристичному ринку. Проте їх технології залишаються недослідженими, потребують ідентифікації та наукового визначення. У розрізі існуючих та нових класифікаційних ознак, що характеризують туристичну послугу з точки

зору місця та можливості споживання, дефініція цього поняття набуває подальшого розвитку і має своє чітке тлумачення.



Рис. 34. Способи збуту туристичного продукту

При цьому сутність поняття «просування туристичних послуг» охоплює не лише систему маркетингових комунікацій, спрямованих безпосередньо на споживача, а й полягає у розробленні туристичним підприємством комплексу заходів, направлених на суб'єкти туристичного бізнесу (підтримка у процесі збуту, підвищення винагорода, пільгові умови співпраці тощо) з метою отримання лідируючої позиції на туристичному ринку.

### Висновки до 3 розділу

В нашій роботі було розраховано вартість туру 1314,6 Євро/на особу. Тривалість туру разом із трансфером з/в Львів 8 днів.

Вважаємо, що представлені економічні розрахунки достатньо привабливі для туристів, тим більше, що планується через соціальні мережі та різні канали вести активну програму просування.

## ВИСНОВКИ

Гастрономічний туризм можна розглядати як галузь туризму, спрямовану на розвиток та просування їжі та напоїв як об'єктів залучення туристів.

Як про нову тенденцію про гастротуризм стали говорити, починаючи з 2001 року, коли Ерік Вульф (Erik Wolf), засновник і президент Міжнародної асоціації кулінарного туризму (ICTA – International Culinary Tourism Association) представив визначення: "Гастрономічний туризм — це пошук і насолода унікальною, незабутньою їжею і напоями як на іншому кінці Землі, так і на сусідній вулиці"

азвичай об'єктами гастрономічного туризму є:

1. Країни, кухня яких найбільш популярна на світовій арені. Сьогодні до таких країн належать Франція, Італія, Іспанія, Японія, Китай

2. Регіони, відомі продуктами, що виробляються в цій місцевості. Наприклад, такі регіони Франції, як Бордо, Ельзас, Бургундія, Шампань. Відомі також голландські міста Гауда та Едам, в яких виробляються сири

3. Так звані, "ресторанні міста". Головний критерій виділення таких дестинацій – це наявність закладів, які представляють різноманітні види кухонь, стилів і форматів. Наприклад, Нью-Йорк, Лондон, Париж, Токіо, Рим, Брюссель, Гонконг, Барселона

Назва ашого нового туру - «Солодкий тур»

Переїзд автобусом Львів - Париж

Пересування по Парижу - пішки, метро та автобусом

Чисельність групи туристів - 12 осіб – бо в майстер-класах у цьому турі чисельність туристів обмежується 12 особами.

Протягом туру гості проживатимуть у двох готелях, а також зможуть відвідати три майстер-класи з приготування солодких страв французької кухні.

Також у тур закладено відвідування кількох найвідоміших локацій Парижа, таких як Єлисейські поля та Ейфелева вежа, відвідування «солодких» торгових точок, факультативні заходи

Тривалість переїзду в один бік складає в середньому приблизно 37 годин.

Перша знаменита локація у нашому маршруті це Єлисейські поля – один із символів Парижа та всієї Франції. Вулиця столиці, яка згадується у багатьох віршах, романах та піснях, має довжину майже два кілометри. Починається вона на площі Згоди та впирається у Тріумфальну арку. Своєю назвою найбагатша та найелегантніша вулиця Європи зобов'язана грецькій міфології. У прекрасні Єлисейські поля боги відправляли знаменитих героїв. За добу тут проходить близько 1,5 млн людей.

Наступна локація – Ейфелева вежа – металева вежа в центрі Парижа, найвідоміша його архітектурна пам'ятка. Названа на честь головного конструктора Гюстава Ейфеля; сам Ейфель називав її просто «300-метровою вежею»

Вежа, що згодом стала символом Парижа, була побудована в 1889 році і спочатку замислювалася як тимчасова споруда, яка служила вхідною аркою паризької Всесвітньої виставки 1889 року.

Ейфелеву вежу називають найбільш відвідуюваною платною і найбільш фотографованою

Перший готель у нашому турі – Hôtel 34В – Astotel.

Готель розташований у Парижі, за 1 км від Опери Гарньє та за 1,5 км від Лувру.

Співробітники цілодобової стійки реєстрації пропонують безкоштовні закуски щодня. Щоранку у фойє сервірують сніданок "шведський стіл" зі свіжих продуктів. У другій половині дня та до пізнього вечора гості також можуть насолодитися безкоштовними безалкогольними напоями та закусками у фойє готелю.

Можна скористатися цією послугою в усіх інших закладах Astotel у Парижі. Відстань від готелю 34В - Astotel до Центру Помпіду та саду Тюїльрі становить 1,5 км

Станція метро Grands Boulevards дозволить дістатися до основних пам'яток Парижа.

Вечеря. Restaurant 20 Eiffel. Ресторан розташований на тихій вуличці в двох кроках від Ейфелевої вежі. У закладі на вибір гостей є багато традиційних французьких десертів, що дуже перегукується з темою нашого "солодкого туру".

Приклади десертів у ресторані "20 Eiffel":

полуниця, фіалковий мус і меренга;  
малинове суфле; шоколадний десерт;  
сирна тарілка;  
крем-брюле з бурбонською ваніллю.

Майстер-клас "Навколо заварного тіста" під черовством шеф-кухаря майстер-класу Мічалака (тривалість складає 3 години).

Шеф-кухар створює свої рецепти від А до Я під очима учасників, коментуючи кожен етап оформлення. Це анімовані, динамічні курси, діалог починається між шеф-кухарем і учасниками для ідеального розуміння необхідних жестів і для розробки випічки.

З ніжністю та жадібністю гості дізнаються про заварне тісто все.

У програмі майсер-класу:

- Техніка виготовлення
- Монтаж та декорування виробів
- Майстерність та різновиди

Готель - ресторан "Auberge des ecluses".

Готель Auberge des Ecluses розташований у приємному місці на березі річки Сени, за 20 хвилин їзди від паризьких Єлисейських полів, за 35 км на північний захід від Парижа.

Гості можуть насолодитися стравами французької кухні в ресторані Auberge.

У літній сезон на терасі з видом на Сену відпочиваючим запропонують також меню, яке складається зі страв барбекю.

Вибір цього готелю не випадковий. Бо в неділю і по понеділках майже всі ресторани Парижа з французькою кухнею зачинені. А в передмісті працюють.

Пропонується поринути у атмосферу кулінарної Франції.

Шеф-кухар навчить гостей готувати цибульний суп та фуа-гра, м'ясо по-бургундськи та інші вишуканості.

Майстер-клас пройде на кухні справжнього французького будинку готелю-ресторану "Auberge des ecluses".

Тут не тільки навчать готувати, а й розкажуть про порядок проведення французької трапези, правила вибору напоїв та інші цікаві кулінарні особливості та традиції країни.

Під керівництвом досвідченого шеф-кухара гості зможуть приготувати одну або кілька страв, в тому числі

- крем-брюлле (знаменитий французький десерт)
- фондан у шоколя (ніжне тістечко з рідким шоколадом усередині).

Ecole Ducasse Paris Studio, майстер-клас макарунс

Студія пропонує уроки кулінарії, уроки кондитерської справи та уроки енології.

Обов'язкова частина французької випічки, безе пропонує абсолютну вишуканість і делікатес.

Макарунс, макарони, макарони – легкі печива з прошарком крему, основний інгредієнт правильних макарунс – це мигдальне борошно.

Отримують його шляхом перемелювання (роздавлювання) мигдальних горіхів.

Для успішного функціонування підприємств туристичного бізнесу необхідне постійне оновлення.

Ми вважаємо розроблений тур актуальним і новим, бо більш серед гастрономічних турів популярні винні та сирні.

Оригінальність туру залишається в будь-яку пору року.

Основні канали просування - соціальні мережі.

Вартість туру 1314,6 Євро - конкурентна

Для професіоналів - можливість отримати сертифікати в спеціальних студіях.

Для звичайних туристів - дізнатися цікаві солодкі рецепти Франції.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Туризм – феномен ХХ століття. URL: [https://tourlib.net/books\\_tourism/kvartalnov\\_tourism\\_full.htm](https://tourlib.net/books_tourism/kvartalnov_tourism_full.htm) (дата звернення: 20.03.2023)
2. Спортивний туризм: Навчальний посібник. URL: [https://tourlib.net/books\\_tourism/kvartalnov\\_tourism\\_full.htm](https://tourlib.net/books_tourism/kvartalnov_tourism_full.htm) (дата звернення: 20.03.2023)
3. Соколова М.В. Історія туризму. URL: <https://infotour.in.ua/sokolova.htm> (дата звернення: 20.03.2023)
4. Всесвітня туристична організація UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/> (дата звернення: 20.03.2023)
5. Активний і пасивний туризм. URL: <https://dailyday.com.ua/travel/aktivnij-i-pasivnij-turizm.html> (дата звернення: 20.03.2023)
6. Ін센див-туризм. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Інсендив-туризм> (дата звернення: 20.03.2023)
7. Манильська декларація по світовому туризму. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtoecd.1981.4.p296872hj828q8x1> (дата звернення: 20.03.2023)
8. Види туризму. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Види\\_туризму](https://uk.wikipedia.org/wiki/Види_туризму) (дата звернення: 20.03.2023)
9. Александрова А.Ю. Міжнародний туризм. URL: <https://infotour.in.ua/aleks.htm> (дата звернення: 20.03.2023)
10. Гастрономічний туризм: сучасні тенденції та перспективи. URL: [https://tourlib.net/statti\\_tourism/dracheva.htm](https://tourlib.net/statti_tourism/dracheva.htm) (дата звернення: 20.03.2023)

11. Гастрономічний туризм. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Кулінарний\\_туризм](https://uk.wikipedia.org/wiki/Кулінарний_туризм) (дата звернення: 20.03.2023)
12. World Food Travel Association (WFTA). URL: <https://web.archive.org/web/20211028164608/https://worldfoodtravel.org/> (дата звернення: 20.03.2023)
13. Види гастрономічних турів. URL: <https://studfile.net/preview/2278589/page:4/> (дата звернення: 20.03.2023)
14. Що таке гастрономічний туризм. URL: <https://www.worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism> (дата звернення: 20.04.2023)
15. Винний туризм. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Винний\\_туризм](https://uk.wikipedia.org/wiki/Винний_туризм) (дата звернення: 20.04.2023)
16. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. URL: [http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/2\\_2018/37.pdf](http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/2_2018/37.pdf) (дата звернення: 20.04.2023)
17. Перспективи розвитку пивного туризму. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/petlin3.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/petlin3.htm) (дата звернення: 20.04.2023)
18. Oktoberfest. URL: <https://www.oktoberfest.de/en> (дата звернення: 20.04.2023)
19. Все про сирний туризм у Європі. URL: <https://travelyourway.com.ua/planirovanie-samostoyatelnyh-puteshestvij/poleznye-melochi-v-poezdke/syrnyj-turizm-v-evrope/> (дата звернення: 20.04.2023)
20. Контроль справжності походження. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Контроль\\_справжності\\_походження](https://uk.wikipedia.org/wiki/Контроль_справжності_походження) (дата звернення: 20.04.2023)
21. Червоний гід «Мішлен». URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Червоний\\_путівник\\_Мішлен](https://uk.wikipedia.org/wiki/Червоний_путівник_Мішлен) (дата звернення: 20.04.2023)

22. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/kornilova.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/kornilova.htm) (дата звернення: 20.04.2023)
23. Гастрономічний брендинг територій. URL: <https://evgenysolomin.livejournal.com/254391.html> (дата звернення: 20.04.2023)
24. Класифікація французьких вин. URL: <https://vynoblog.wordpress.com/2015/12/04/класифікація-французьких-вин/> (дата звернення: 20.04.2023)
25. Винний туризм: досліджуємо виноробні регіони Франції. URL: <https://zkol.org.ua/?p=20776> (дата звернення: 20.04.2023)
26. Appellation d'origine contrôlée (AOC). URL: <https://www.inao.gouv.fr/Les-signes-officiels-de-la-qualite-et-de-l-origine-SIQQ/Appellation-d-origine-protégée-contrôlée-AOP-AOC> (дата звернення: 20.04.2023)
27. Культура їжі у Франції. URL: <https://gastrotravel.club/ua/blog/food-culture-in-france> (дата звернення: 20.04.2023)
28. Сирний дух Франції. URL: <https://holidaymtours.livejournal.com/127285.html> (дата звернення: 20.04.2023)
29. Про життя і сир. URL: <http://sirovarnia.blogspot.com/2017/08/blog-post.html> (дата звернення: 20.04.2023)
30. Агротуризм. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Агротуризм> (дата звернення: 20.04.2023)
31. Agriculture et tourisme. URL: <https://www.agriculture-tourisme.org/> (дата звернення: 20.04.2023)
32. Розвиток сільського туризму. URL: [https://bstudy.net/693253/turizm/razvitie\\_selskogo\\_turizma\\_tselyu\\_ucheta\\_treb](https://bstudy.net/693253/turizm/razvitie_selskogo_turizma_tselyu_ucheta_treb)

ovaniy\_sovremennogo\_potrebatelya\_ekologizatsii\_zhizni (дата звернення: 20.04.2023)

33. Maison des Gites de France et du Tourisme Vert. URL: <https://www.societe.com/societe/maison-gites-de-france-et-tourisme-vert-431893031.html> (дата звернення: 20.04.2023)

34. Французька модель організації сільського туризму. URL: <https://studfile.net/preview/5410944/page:2/> (дата звернення: 20.04.2023)

35. Агротуризм у Франції. URL: <https://www.datscha-booking.com/173/agrotourismo/france-agro.html> (дата звернення: 20.04.2023)

36. Michelin Guide. URL: <https://guide.michelin.com/en/fr/restaurants> (дата звернення: 20.04.2023)

37. Винний та гастрономічний туризм Франції. URL: <https://internationalconference2014.wordpress.com/2015/12/17/винний-та-гастрономічний-туризм-фран/> (дата звернення: 20.04.2023)

38. Автобусні подорожі. URL: <https://www.flixbus.ua/> (дата звернення: 20.04.2023)

39. Єлисейські поля . URL: <https://planetofhotels.com/guide/ru/franciya/parizh/eliseyskie-polya> (дата звернення: 20.04.2023)

40. Ейфелева вежа. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Ейфелева\\_вежа](https://uk.wikipedia.org/wiki/Ейфелева_вежа) (дата звернення: 20.04.2023)

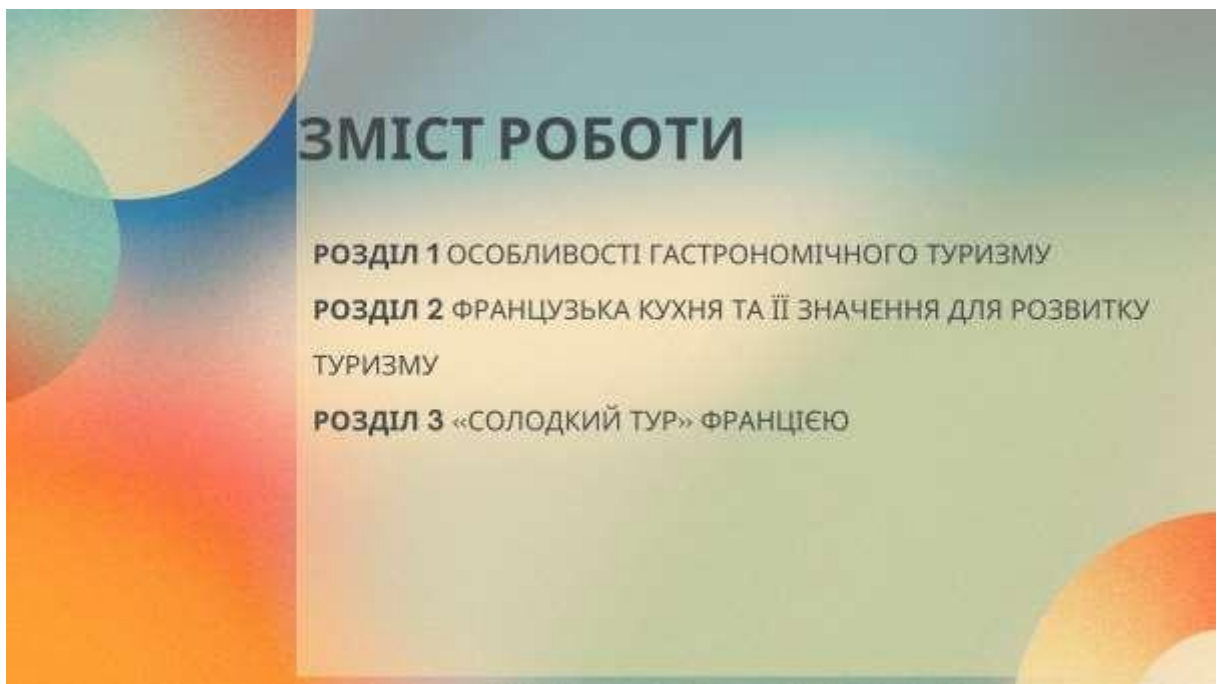
41. Hôtel 34B - Astotel. URL: [https://en.astotel.com/hotel/34b-en/overview?\\_gl=1\\*1ttzwgz\\*\\_ga\\*MTEwNTEzNjcхMy4xNjg2MDY0MTY4\\*\\_ga\\_QTXCVPC5PE\\*MTY4NjE0Mjc0Ny40LjEuMTY4NjE0MzA0Ny42MC4wLjA](https://en.astotel.com/hotel/34b-en/overview?_gl=1*1ttzwgz*_ga*MTEwNTEzNjcхMy4xNjg2MDY0MTY4*_ga_QTXCVPC5PE*MTY4NjE0Mjc0Ny40LjEuMTY4NjE0MzA0Ny42MC4wLjA) (дата звернення: 20.04.2023)

42. Майстер-клас «Навколо заварного тіста». URL: <https://www.christophemichalak.com/cours-de-patisserie/autour-de-la-pate-a-choux-samedi-1-juillet-de-900-a-1200> (дата звернення: 20.05.2023)

43. Restaurant 20 Eiffel. URL: <https://www.restaurant20eiffel.com/> (дата звернення: 20.05.2023)

44. Готель - ресторан «Auberge des ecluses». URL: <https://www.aubergedesecluses.com/> (дата звернення: 20.05.2023)
45. Ecole Ducasse Paris Studio. Майстер клас макарунс. URL: <https://www.paris-ecoleducasse-studio.com/fr/les-cours/macarons-a-la-folie> (дата звернення: 20.05.2023)
46. Google Maps. URL: <https://www.google.com.ua/maps/> (дата звернення: 20.05.2023)
47. Український Екскурсовод у Парижі. URL: <https://travelingturks.com/uk/український-екскурсовод-у-парижі/> (дата звернення: 20.05.2023)
48. Екскурсія по Парижу. URL: <https://paradis.voyage/tour-item/paris-sights/> (дата звернення: 20.05.2023)
49. booking.com. URL: [booking.com](https://www.booking.com) (дата звернення: 20.04.2023)
50. Туристичне страхування онлайн. URL: <https://hotline.finance.ua/> (дата звернення: 20.05.2023)
51. Просування туристичного продукту на ринку. URL: <https://buklib.net/books/30447/> (дата звернення: 20.05.2023)
52. Туристичний продукт. URL: [https://tourlib.net/books\\_tourism/lojko2-4.htm](https://tourlib.net/books_tourism/lojko2-4.htm) (дата звернення: 30.05.2023)

Додаток А  
Презентація





Гастрономічний туризм можна розглядати як галузь туризму, спрямовану на розвиток та просування їжі та напоїв як об'єктів залучення туристів.

Як про нову тенденцію про гастротуризм стали говорити, починаючи з 2001 року, коли Ерік Вульф (Erik Wolf), засновник і президент Міжнародної асоціації кулінарного туризму (ICTA – International Culinary Tourism Association) представив визначення: *"Гастрономічний туризм — це пошук і насолода унікальною, незабутньою їжею і напоями як на іншому кінці Землі, так і на сусідній вулиці"*

#### **Зазвичай об'єктами гастрономічного туризму є:**

1. Країни, кухня яких найбільш популярна на світовій арені. Сьогодні до таких країн належать Франція, Італія, Іспанія, Японія, Китай
2. Регіони, відомі продуктами, що виробляються в цій місцевості. Наприклад, такі регіони Франції, як Бордо, Ельзас, Бургундія, Шампань. Відомі також голландські міста Гауда та Едам, в яких виробляються сири
3. Так звані, "ресторанні міста". Головний критерій виділення таких дестинацій – це наявність закладів, які представляють різноманітні види кухонь, стилів і форматів. Наприклад, Нью-Йорк, Лондон, Париж, Токіо, Рим, Брюссель, Гонконг, Барселона

# ЗАГАЛЬНИЙ ОПИС ТУРУ

Назва - «Солодкий тур»

Перїзд автобусом Львів - Париж  
Пересування по Парижу - пішки, метро та автобусом

Чисельність групи туристів - 12 осіб – бо в майстер-класах у цьому турі чисельність туристів обмежується 12 особами.

Протягом туру гості проживатимуть у двох готелях, а також зможуть відвідати три майстер-класи з приготування солодких страв французької кухні.

Також у тур закладено відвідування кількох найвідоміших локацій Парижа, таких як Елісейські поля та Ейфелева вежа, відвідування «солодких» торгових точок, факультативні заходи

## 1-2 ДЕНЬ

Рейсовий автобусний маршрут зі Львова до Парижа.

Тривалість переїзду в один бік складає в середньому приблизно 37 годин.



## 3 ДЕНЬ

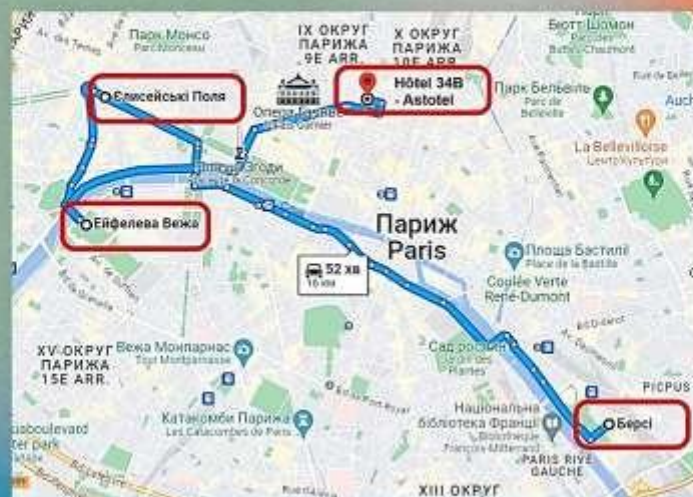
Перша знаменита локація у нашому маршруті це Єлисейські поля – один із символів Парижа та всієї Франції. Вулиця столиці, яка згадується у багатьох віршах, романах та піснях, має довжину майже два кілометри. Починається вона на площі Згоди та впирається у Триумфальну арку. Своєю назвою найбагатша та найелегантніша вулиця Європи зобов'язана грецькій міфології. У прекрасні Єлисейські поля боги відправляли знаменитих героїв. За добу тут проходить близько 1,5 млн людей.

Наступна локація – Ейфелева вежа – металева вежа в центрі Парижа, найвідоміша його архітектурна пам'ятка. Названа на честь головного конструктора Гюстава Ейфеля; сам Ейфель називав її просто «300-метровою вежею»

Вежа, що згодом стала символом Парижа, була побудована в 1889 році і спочатку замислювалася як тимчасова споруда, яка служила вхідною аркою паризької Всесвітньої виставки 1889 року.

Ейфелеву вежу називають найбільш відвідуюваною платною і найбільш фотографованою

## 3 ДЕНЬ



## 3 ДЕНЬ



## 3 ДЕНЬ

**Перший готель у нашому турі – Hôtel 34B Astotel.**

Готель розташований у Парижі, за 1 км від Опері Гарньє та за 1,5 км від Лувру.

Співробітники цілодобової стійки реєстрації пропонують безкоштовні закуски щодня. Щоранку у фойє сервірують сніданок "шведський стил" зі свіжих продуктів. У другій половині дня та до пізнього вечора гості також можуть насолодитися безкоштовними безалкогольними напоями та закусками у фойє готелю.

Можна скористатися цією послугою в усіх інших закладах Astotel у Парижі. Відстань від готелю 34B Astotel до Центру Помпиду та саду Тюільрі становить 1,5 км.

Станція метро Grands Boulevards дозволить дістатися до основних пам'яток Парижа.



## 3 ДЕНЬ

### Вечеря. Restaurant 20 Eiffel

Ресторан розташований на тихій вулиці в двох кроках від Ейфелевої вежі.

У закладі на вибір гостей є багато традиційних французьких десертів, що дуже перегукується з темою нашого "солодкого туру".

Приклади десертів у ресторані "20 Eiffel":

полуниця, фіалковий мус і меренга;

малинове суфле; шоколадний десерт;

сирна тарілка;

крем-брюле з бурбонською ваніллю.



## 4 ДЕНЬ (СУБОТА)

Майстер-клас "Навколо заварного тіста" під черовством шеф-кухаря майстер-класу Мічалака (тривалість складає 3 години).

Шеф-кухар створює свої рецепти від А до Я під очима учасників, коментуючи кожен етап оформлення. Це анімовані, динамічні курси, діалог починається між шеф-кухарем і учасниками для ідеального розуміння необхідних жестів і для розробки випічки.

З ніжністю та жадібністю гості дізнаються про заварне тісто все.

У програмі майстер-класу:

- Техніка виготовлення
- Монтаж та декорування виробів
- Майстерність та різновиди



## 5 ДЕНЬ (НЕДІЛЯ)

### Готель-ресторан "Auberge des ecluses".

Готель Auberge des Ecluses розташований у приємному місці на березі річки Сени, за 20 хвилин їзди від паризьких Елісейських полів, за 35 км на північний захід від Парижа.

Гості можуть насолодитися стравами французької кухні в ресторані Auberge.

У літній сезон на терасі з видом на Сену відпочиваючим запропонують також меню, яке складається зі страв барбекю.

Вибір цього готелю не випадковий. Бо в неділю і по понеділках майже всі ресторани Парижа з французькою кухнею зачинені. А в передмісті працюють.



## 5 ДЕНЬ (НЕДІЛЯ)

Пропонується поринути у атмосферу кулінарної Франції.

Шеф-кухар навчить гостей готувати цибульний суп та фуа-гра, м'ясо по-бургундськи та інші вишуканості.

**Майстер-клас** пройде на кухні справжнього французького будинку готелю-ресторану "Auberge des ecluses".

Тут не тільки навчать готувати, а й розкажуть про порядок проведення французької трапези, правила вибору напоїв та інші цікаві кулінарні особливості та традиції країни.

Під керівництвом досвідченого шеф-кухаря гості зможуть приготувати одну або кілька страв, в тому числі

- крем брюлле (знаменитий французький десерт)
- фондан у шоколя (нижнє тістечко з рідким шоколадом усередині).



## 6 ДЕНЬ



## 6 ДЕНЬ

### ÉCOLE DUCASSE PARIS STUDIO, МАЙСТЕР КЛАС МАКАРУНС

Студія пропонує уроки кулінарії, уроки кондитерської справи та уроки енології.

Обов'язкова частина французької випічки, безе пропонує абсолютну вишуканість і делікатес.

Макарунс, макаруни, макарони – легкі печива з прошарком крему, основний інгредієнт правильних макарунс – це мигдальне борошно. Отримують його шляхом перемелювання (роздавлювання) мигдальних горіхів.



## 7-8 ДЕНЬ

ПЕРЕЇЗД М. ПАРИЖ – М.ЛЬВІВ. ВАРТІСТЬ, ПОДРОБИЦІ РЕЙСУ



### Розрахунок вартості "Солодкого туру"

№	Витрати на:	Вартість, Євро
1	Автобусне перевезення в обидві сторони	2664
2	Гід-екскурсовод зі своїм мікроавтобусом на 12 осіб	770
3	Проживання у готелях Парижу	3276
4	Вечеря у ресторані «20 Eiffel»	720
5	Майстер-клас «Навколо заварного тіста»	1680
6	Майстер-клас з французької кухні	3000
7	Майстер-клас «Макарунс»	2148
8	Страховання туристів	84
	Загальні Витрати групи з 12 осіб	14342
	Прибуток тур агентства (10 % від витрат групи)	1434
	Загальна вартість туру для групи з 12 осіб	15776
	Вартість туру для однієї особи	1314,6

## ВИСНОВКИ

Для успішного функціонування підприємств туристичного бізнесу  
необхідне постійне оновлення.

Ми вважаємо розроблений тур актуальним і новим, бо більш серед  
гастрономічних турів популярні винні та сирні.

Оригінальність туру залишається в будь-яку пору року.  
Основні канали просування - соціальні мережі.

Вартість туру - конкурентна  
Для професіоналів - можливість отримати сертифікати в спеціальних  
студіях.

Для звичайних туристів - дізнатися цікаві солодкі рецепти Франції.

**Дякую за увагу!**

## Додаток Б

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Одеський національний  
технологічний університет



## ПРОГРАМА

Наукової конференції  
здобувачів вищої освіти

28-30 березня 2023 року

Одеса 2023

**СЕКЦІЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ТА РЕКРЕАЦІЇ**

*Засідання*

*28 березня 2023 року о 13.00 год*

**Ідентифікатор конференції: 478 956 9027**

**Код доступу: f7fBRf**

Науковий керівник – зав.каф. ТБ та Р, д.е.н., проф. Добрянська Н.А.

Секретар – к.е.н., доц. Крушца І.В.

**26. Особливості організації гастротуру в Україні**

Студент СВО «Бакалавр» ф-ту ТВтаТБ Асланова Н.О.

Науковий керівник – д.е.н., проф. Меліх О.О.

**27. Круїзний туризм в США**

Студент СВО «Бакалавр» ф-ту ТВтаТБ Швець Л.О.

Науковий керівник – к.е.н., ст.викл. Шекера С.С.

**28. Шопінг туризм як інноваційна форма туристичного потенціалу країни**

Студент СВО «Бакалавр» ф-ту ТВтаТБ Чебан А.І.

Наукові керівники – к.т.н., доц. Трішин Ф.А., к.е.н., ст.викл. Шекера С.С.

## Додаток В

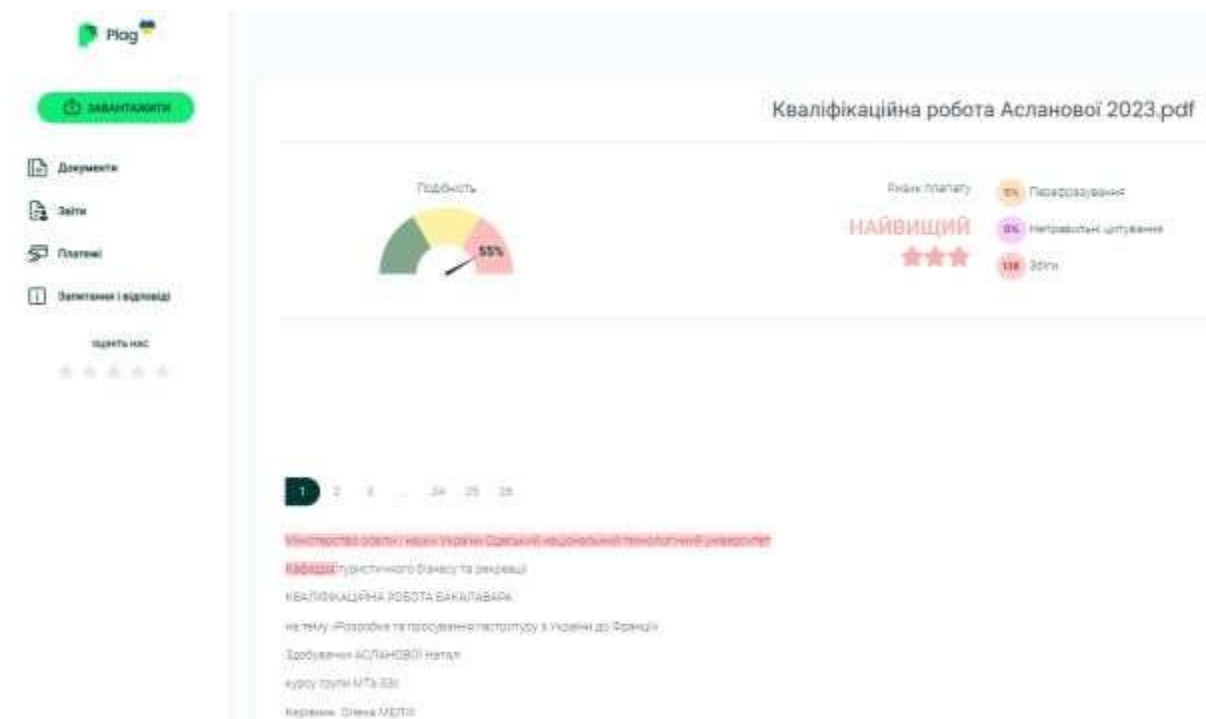
## Перевірка тексту на плагіат

## КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВАРА

на тему «Розробка та просування гастротуру з України до Франції»

Засіб перевірки [plug.com.ua](http://plug.com.ua)

Унікальність > 30 %



Здобувачки \_\_\_\_\_ Наталі АСЛАНОВОЇ

Керівник \_\_\_\_\_ Олена МЕЛІХ

ТЕЗИ ДО ХІХ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ  
ЗДОБУВАЧІВ ВО З РОЗДІЛУ «ХАРЧОВІ ТЕХНОЛОГІЇ» (КОНЦЕПЦІЇ  
РОЗВИТКУ ТУРРЕСУРСІВ ТА ДЕСТИНАЦІЙ УКРАЇНИ) 10-12 ТРАВНЯ  
**ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРУ В  
УКРАЇНІ**

**Асланова Наталія Олександрівна, Одеський національний  
технологічний університет, м. Одеса**

Гастрономічний туризм як подорожі з метою задовольнити свої гастрономічні смаки – одна із прогресивних та перспективних сучасних туристичних галузей, що досить стрімко розвивається.

Сьогодні гастрономічний туризм добре організований у Франції, Італії, Іспанії, Португалії, Чехії, Польщі, Угорщині, Шотландії, де існує розвинена мережа турів національних ресторацій та практикуються традиційні та екзотичні гастротури. В останній час усе більше до таких туристичних заходів долучається й Україна.

Гастрономічний туризм є одним з найбільш цікавих та пізнавальних видів туризму і може стати вагомим чинником економічного розвитку нашої країни та важливим засобом поглиблення інтеграційних процесів між країнами світу. В рекламно-інформаційній продукції багатьох українських туроператорів можна побачити заклики відвідати ті, чи інші місця приготування традиційної місцевої кухні, кулінарні фестивалі та ярмарки, а також інші різноманітні видовищно-масові заходи, що пов'язані з їжею та культурою виробництва продуктів харчування.

Кожна національна кухня славиться своїми ексклюзивними рецептами, тому під час гастрономічного туризму не завжди навіть треба покидати межі країни. Справжній гурман завжди зможе знайти місця, де особливим чином готують ті або інші страви. Але в деяких країнах приготування їжі зведене в культ, а страви або продукти є своєрідними символами держави. Саме такі країни і слід відвідати, вирушаючи в гастрономічний тур.

Туристу, який обирає гастротур, потрібно знати, що така подорож дає йому не тільки ознайомлення з новими смаками та харчовими насолодами, особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями і звичаями, але й викликає певні ризики з боку сласного організму щодо несприйняття певних видів їжі, можливостей шлункових розладів, алергії та харчових отруєнь, які можуть супроводжувати мандрівника, який звик до класичної національної кухні або має власну систему харчування.

Часто для людського організму екзотичні гастрономічні продукти викликають цілу низку незручностей і можуть призвести до небажаних, а інколи й негативних наслідків такого необдуманого відпочинку. Наявно багато специфічних ознак регіональних національних кухонь, які потребують урахування специфіки приготування страв.

Наприклад, азійська кухня є досить гострою із використанням багатьох спецій та способів приготування їжі на відкритому вогні, що притаманно для споживання місцевого населення, яке проживає в посушливих та надмірно жарких кліматичних територіях і може спричинити гастроентерологічні загрози для європейських туристів.

Японська – базується на використанні сирих та напівсирих морепродуктів, що можуть становити кишково-інфекційну загрозу, що не завжди може знешкоджуватися гострими приправами типу васабі.

Центральноєвропейська кухня є досить жирною та калорійною, що може нести загрозу отримання не тільки зайвих калорій, але й серцево-судинного та гастроентерологічного характеру.

Найбільш небезпечною для європейського населення є острівна та африканська їжа, яка пов'язана з традиціями використання білків із дикої природи, нестачею прісної очищеної води, нестачею кулінарної та термічної обробки тощо і потребує додаткових заходів при плануванні таких гастротурів.

Не менш екзотичною є південноамериканська та мексиканська кухня із широким використанням рослинних продуктів, насамперед чергу

кукурудзи та бобових, гострих або солодко-кислих соусів та м'яса екзотичних тварин (ламів, альпаків, яків, тапірів тощо).

Досить специфічною та неоднозначною є традиційна кухня народів Океанії, на приготування якої іде весь «підніжний корм» – усе, що можна знайти їстівного на ізольованій острівній території, що могло бути виправданим у дані історичні часи. Проте з розвитком цивілізації та налагодженням комунікації острівних народів із розвинутими континентальними територіями залишається у першу чергу як екзотичне дійство для приїжджих туристів.

Найбільш екзотичної у цьому плані, наприклад, є філіппінська й тайська кухня, де страви готують із плазунів, черепах, личинок комах, а також вживають прогниле м'ясо та тухлі яйця птахів (великим делікатесом за місцевими мірками є інколи протухле або напівварене качине яйце із зародком так званій – балут), що користується попитом таких собі «вишуканих» гурманів.

Незважаючи на стрімке зростання кількості ресторанів, закладів швидкого харчування, кафе, пабів, барів, особливо в столиці (наприклад, у 2018 році в Києві було відкрито 195 нових ресторанів) в Україні, цей ринок залишається досить ненасичений. У Києві у закладах ресторанного господарства на одне посадкове місце претендують 30 осіб, для порівняння, в Європі на місце претендують 8 осіб.

Але основа гастротуризму полягає не тільки у площині розвитку мережі ресторанних закладів. Сама українська кухня вважається однією з найбагатших і найрізноманітніших. Процес її останнього етапу розвитку тривав кілька століть.

За цей час їй вдалося запозичити кілька іноземних страв і, вдосконаливши технологію приготування, поділитися ними зі світом. У різні часи письменники та поети говорили про страви української кухні у своїх творах. Сьогодні українські страви із задоволенням готують відомі кухарі та подають у найкращих ресторанах світу.

В Україні гастрономічний туризм знаходиться в стадії зародження і в чистому вигляді гастрономічні тури зустрічаються достатньо рідко, хоча «смачних» назв серед усього асортименту пропозицій вже дуже багато. Але гастрономічний туризм стає все більш популярним. Україна - це країна з багатими смаковими якостями, та якщо подивитися на гастрономічну карту України, то можна помітити, що в кожній області є своє блюдо.

Незважаючи на майже рівні можливості у сфері кулінарних доробків, кожен регіон ними скористався по різному. В результаті було складено статистичну мапу України щодо кількості гастрофестивалів у різних областях України. Лідером гастрономічних турів та й туризму в цілому можна вважати – м. Львів. Місто має багато ресторанів, кафе, барів і т.д. Пропозиції туристичних агенцій Львова мають в асортименті пивні тури (наприклад «Львів нетверезими очима»), в ньому можна відвідати відому Львівську броварню, музей пивоваріння, а також продегустувати різні сорти пива. Не варто забувати, що Львів так само асоціюється із кавою та шоколадом, відповідно, місто пропонує шанувальникам цього напою та смаколика цікаві туристичні пропозиції гастрономічного спрямування. Львів привабить туриста й іншими гастрономічними пропозиціями: в цьому місті можна знайти сирні тури, майстер класи по їх виготовленню. Саме тут існує цілих три музеї із гастрономічною тематикою.

Одеса – ще одне місто з безліччю гастротурів. Одеська кухня дуже різноманітна, вона славиться своїм вином і стравами з риби єврейської кухні. Один з найбільш популярних гастротурів "Смачна Одеса" пропонує туристам відвідати три заклади в центрі, що любляють місцеві мешканці, але пересічному туристу знайти їх майже не можливо. Так само не слід забувати про винні тури, в яких можна відвідати заводи «Французький бульвар» і «Шабо» з дегустацією одеських вин і коньяків.

Не можна оминати увагою батьківщину галушок і вареників - Полтавщину. Саме тут причаїлося багатство української культури, тут

проходить безліч національно-етнічних фестивалів. Полтавщина перш за все славиться своїми варениками самої різної форми. Але не менш відомими є різноманітні алкогольні напої: настої на травах, самогон і фруктові наливки. У Полтавській області перелік різних турів задовольнить вимоги будь-якого вибагливого туриста ("Від пуза". Етно-гастротур «На Полтавщину», "Гоголь-тур", "Екскурсія на Полтавщину", "Хмільна Полтава").

Серед найбільших досягнень України, які заслуговують на увагу потенційний туристів можна відзначити перший в Україні офіційно зареєстрований еногастрономічний маршрут «Дорога вина і смаку Української Бессарабії», який об'єднує одразу декілька населених пунктів Одеської області: Фрумушика-Нова, Шабо, Делжилер-Татарбунари-Струмок, ПриморськеВилкове, Ізмаїл-Криничне-Болград. Її учасниками стали бессарабські винороби, сировари, фермери, туроператори, ресторатори і власники готелів, які зацікавлені у просуванні власного регіону та послуг. Над подібним проектом зараз працювали підприємці сфери гостинності Закарпаття, представивши свою «Дорогу вина та смаку Закарпаття». Обидва проекти реалізуються за підтримки Євросоюзу «Підтримка розвитку системи Географічних зазначень в Україні».

Закарпатська та Одеська область обрані не випадково, адже тут присутні всі необхідні складові: локальні туристичні об'єкти з історичним минулим; розвинена туристична інфраструктура (готелі, ресторани); непогана транспортна інфраструктура, яка надасть можливість вільного пересуватися від однієї локації до іншої. Для успішної реалізації обох проектів створено одноіменні з маршрутами громадські організації, покликані здійснювати контроль якості всіх складових процесу обслуговування туристів.

Гастрономічний туризм в Україні знаходиться на стадії формування. Проте, вже на даний момент накопичено достатній для подальшого розвитку досвід в організації гастрономічних турів на українському ринку.

Лідирують у цій сфері діяльності західні області та окремі регіони на півдні країни та Київська області. Невисокою, поки що, є активність щодо розвитку гастротуризму серед східних областей України, хоча кулінарні традиції та наявна інфраструктура сфери гостинності (зокрема, у Харківській, Дніпропетровській та Запорізькій областях) дозволяють розвивати цей напрям туризму не менш ефективно, ніж на заході країни.

Науковий керівник – доктор економічних наук,  
професор, професор кафедри ТБтаР Меліх О.О.