

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



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему «Шляхи підвищення конкурентоспроможності локальних продуктів через еногастротуризм»

Здобувачки Козловської О.В.

2 курсу групи МТМз-70

Керівник професор Меліх О.О.
(посада, прізвище та ініціали)

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від 22 листопада 2022 р., протокол № 5

Завідувачка кафедри ТБтаР _____ Наталя ДОБРЯНСЬКА
(назва кафедри) (підпис) (Ім'я ПРИЗВИЩЕ)

Одеса – 2022 рік

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет технології вина та туристичного бізнесу

Кафедра туристичного бізнесу та рекреації

Ступінь вищої освіти магістр

Спеціальність 242 Туризм

Освітня програма Міжнародний туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. Кафедри ТБтаР

Д.е.н., проф. Добрянська Н.А.

«____» _____ 2022 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Козловської О.В.

ПІБ

1. Тема роботи «Шляхи підвищення конкурентоспроможності локальних продуктів через еногастротуризм»

Затверджена наказом ОНАХТ від 03 листопада 2021 р. наказ № 921-03

2. Термін здачі здобувачем закінченої роботи 05 грудня 2022 р.

3. Вихідні дані роботи

Література з розвитку туристичної сфери, законодавство, інтернет-джерела

4. Перелік питань, які потрібно розробити

Теоретичні основи дослідження гастрономічного, винного туризму

Локальні вина та харчові продукти в розвитку еногастротуризму України

Еногастрономічні маршрути по Одеській області

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

Презентація (16 слайдів)

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

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
-			

-			
-			

7. Дата видачі завдання – «01» вересня 2022 р.

Керівник д.е.н., проф. Меліх О.О. _____
(підпис)

Завдання прийняла до виконання Козловська О.В. _____
(підпис)

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Термін виконання етапів роботи
1	<u>Теоретичні основи дослідження гастрономічного, винного туризму</u>	30.09.2022
2	<u>Локальні вина та харчові продукти в розвитку еногастротуризму України</u>	20.10.2022
3	<u>Еногастрономічні маршрути по Одеській області</u>	20.11.2022
4	Оформлення роботи	01.11.2022
5	Підготовка презентації	05.11.2022

Здобувач-дипломник _____ Козловська О.В.
підпис

Керівник роботи _____ О.О. Меліх
підпис

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 _____ Козловська О.В.
підпис

АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи магістра

Робота містить 120 сторінок, 5 таблиць, 29 рисунків, список літератури з 22 найменувань, 3 додатків.

Метою виконання роботи є розробка інструментарію шляхів підвищення конкурентоспроможності локальних продуктів через еногастротуризм.

Об'єктом аналізу, узагальнень і дослідження виступає еногастротуризм.

Завданням роботи передбачено

1. Визначити зміст, сутність поняття, класифікація та значення локальних продуктів через еногастрономічний туризм.

2. Дослідити аспекти розвитку еногастрономічного туризму.

3. Виявити аналіз формування еногастрономічного туризму в Одеській області.

5. Вивчити діяльність конкурентів з еногастрономічного туризму.

6. Дослідити ресурсний потенціал для розвитку.

8. Визначити напрямки підвищення конкурентоспроможності локальних продуктів.

За результатами виконаної роботи сформульовані висновки про конкурентоспроможність локальних продуктів через еногастротуризм.

Одержані результати можуть бути використані в роботі туристичних агенцій та спеціальних департаментів Одеської обласної адміністрації.

Рік захисту роботи 2022.

SUMMARY

to the master's degree

The work includes 120 pages, 5 tables, 29 figures, a list of literature with 22 titles, 3 appendices.

The purpose of the work is to develop tools for improving the competitiveness of local products due to enogastrotourism.

The object of analysis, generalizations and research is enogastrotourism

The task of work is foreseen

1. Define the content, essence of the concept, classification and meaning of local products through enogastrotourism.

2. Study aspects of development of enogastrotourism.

3. Show the analysis of formation of enogastrotourism in Odessa region.

5. To study the activity of competitors in the enogastrotourism.

6. Explore the resource potential for development.

8. Identify areas for improving competitiveness of local products.

Based on the results of the work performed, the conclusions on competitiveness of local products through enogastrotourism were formulated.

The obtained results can be used in the work of tourist agencies and special departments of Odessa Regional Administration.

Year of work protection 2022.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1 Теоретичні основи дослідження гастрономічного, винного туризму	9
1.1. Сутність поняття «гастрономічний туризм» в роботах зарубіжних і вітчизняних вчених	9
1.2. Перспективи розвитку винного туризму в Україні	17
1.3 Дослідження регіонального аспекту винного туризму в Україні	31
Висновки до 1 розділу	43
РОЗДІЛ 2 Локальні вина та харчові продукти в розвитку еногастротуризму України	45
2.1. Розвиток локального виробництва. Основні тенденції в світі та в Україні	45
2.2. Особливості розвитку регіонального еногастрономічного туризму (на прикладі турів по Одеській області)	65
2.3. Виноробство та локальні продукти в Україні: сучасний стан і перспективи	79
Висновки до 2 розділу	86
РОЗДІЛ 3 Еногастрономічні маршрути по Одеській області	87
3.1. Тур в м. Болград (крафтова сироварня «Щедра околиця» - винне господарство "Винхол Оксамитне")	87
3.2. Маршрут з м. Одеса до села Єлизаветівка на равкликому ферму(Family Snail Farm)	93
3.3. Європейські сири та центр культури вина Шабо	99
Висновки до 3 розділу	104
ВИСНОВКИ	105
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	106
ДОДАТКИ	108

ВСТУП

Розвиток туризму в Україні, зростання конкуренції на глобальному туристичному ринку та необхідність активізації регіональних та локальних туристичних дестинацій визначає перспективність гастрономічного та винного туризму як інноваційного виду туристичної діяльності, на основі якого формуються повноцінні туристичні напрями і продукти, що забезпечують стаке економічне зростання, повну і продуктивну зайнятість, активне збереження унікальної місцевої та національної нематеріальної культурної спадщини. Виноградарство та виноробство в Україні мають давні традиції, потужну ресурсну та виробничу базу, систему збуту, підготовки кадрів та науково-технічних розробок, організаційний ресурс.

Еногастрономічний туризм – це індивідуальний туризм і подорожі заради нових вражень, короткі поїздки на вікенд і агротуризм, винний туризм тощо. Це прекрасна можливість поповнити свою скарбничку вражень, збагатити знання, відчувати нові смаки і завести нові знайомства. А для організаторів заходів – можливість додатково заробити, відкрити і розвивати свій бізнес. Еногастрономічний тур має на увазі поїздку з особливою увагою до місцевої кухні, регіональних продуктів і вина. Це новий спосіб подорожей у пошуку нових смаків і кулінарних традицій, що допомагає відчувати найбільш повно культуру і цінності, пов'язані з цією землею і збережені багатьма поколіннями. Кухня кожної країни і регіону унікальна. Еногастрономічний туризм за допомогою знайомства з місцевою кухнею, її особливостями і традиціями, з незвичайними продуктами і напоями, характерними для конкретного регіону, дає можливість пізнавати дух і культуру народу цієї місцевості. Гастрономічні маршрути діляться на кілька типів: дороги вина, дороги смаку, дороги вина і смаку. Вони є інструментами для створення і комерціалізації гастрономічних маршрутів як туристичної пропозиції. В Україні є два основних напрями розвитку гастрономічного туризму – в'їзний та внутрішній. Якщо розглядати внутрішній туризм, то це: – багаті традиції і звичаї, унікальна культура і

місцева кухня; – поки ще невелика популярність серед жителів країни такого виду подорожей. Гастрономічний туризм повинен удосконалюватися паралельно з іншими видами подорожей. У в'їзного туризму теж проблем вистачає – це і високі ціни, і відсутність реклами за кордоном; нові туристичні напрями виникають не часто, незважаючи на те, що на території України живе безліч народів із дуже багатою і неповторною культурою і кухнею, на яку і варто звернути увагу під час формування гастротурів. Енотуризм, набуває все більшої популярності. Це багатообіцяючий у всьому світі вид подорожей, заснований на ідеї дегустації вина або іншого унікального продукту регіону в тому місці, де вони вирощені і вироблені, поєднуючи їх одне з одним, щоб яскравіше відчувати місцевий колорит. Для туристів влаштовуються екскурсії на виробництво і виноградники, а також дегустації власних вин і місцевих продуктів. Гостям і туристам надається можливість із комфортом відпочити і продегустувати регіональні вина і страви з місцевих продуктів. Виноробні, пекарні, сироварні та інші виробництва можуть стати магнітами, що привертають туристів цілий рік. З цією метою формується регіональна інфраструктура, відкриваються фермерські магазини і проводяться презентаційні заходи. Одним із факторів, який притягує тисячі туристів до місць вирощування винограду та виробництва вина, є численні обряди, пов'язані з цим видом діяльності людини. Не винятком є і Одеська область з її багатонаціональним населенням та приказками для застільних промов-тостів. Винний туризм передбачає широкий спектр таких видів туристичної діяльності, як: – відвідування плантацій виноградників, дегустаційних залів і підвалів, дегустація місцевих сортів винограду; – знайомство з технологією виготовлення різних видів алкогольних напоїв безпосередньо на виробництві; – знайомство з історією виноробства, відвідування спеціалізованих музеїв і виставок; – відвідування ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина і майстер-класи від сомельє; – участь у винних фестивалях і тематичних святах; – відвідування і участь у спеціалізованих виставках, форумах, конференціях, конкурсах, аукціонах. Україна володіє великим потенціалом для розвитку

винногастрономічного туризму, проте використовує його не в повному обсязі. Найбільш наближеною за кліматичними характеристиками є південна виноробна частина України, такі виробники, як ТМ «Колоніст» (Придунайська Бессарабія, Одеська область), виноградники якого знаходяться на одній широті з Бордо (Франція) та П'ємонтою (Італія). В Одеській області виноградарство розвинене у 12 адміністративних районах. В останні роки площа насаджень винограду в області збільшується. Для туристичної індустрії вино є суттєвим чинником привабливості туру, мотивом спеціальної подорожі, елементом харчування, лікування та розваг. Для виноробних підприємств винний туризм – гарний спосіб привернути увагу до своєї торгової марки, завоювати тривалу прихильність споживача, збільшити обсяги своїх продажів, а також дієвий засіб боротьби з фальсифікацією продукції. Таким чином, розвиток винного туризму може забезпечити надходження додаткових інвестицій до області та підтримку місцевих виробників.

РОЗДІЛ 1

Теоретичні основи дослідження гастрономічного, винного туризму

1.1. Сутність поняття «гастрономічний туризм» в роботах зарубіжних і вітчизняних вчених

Слово «гастрономія» має грецьке походження, воно складається з двох слів, а саме «gastro», що означає шлунок та «gnomos» – закон. Загалом, гастрономія – це наука, яка вивчає зв'язок між культурою та харчуванням. Харчування – це не лише фізіологічна потреба. У зв'язку з розвитком харчової промисловості, споживання їжі стало ще й частиною такого поняття як відпочинок. Окрім того, люди в сучасному світі все менше часу хочуть витратити на приготування їжі, аби займатися більш продуктивною діяльністю. Внаслідок цього вони все більше харчуються поза домом. Розвиток туризму також вплинув на розширення діяльності харчової галузі. Адже, як відомо, 30% витрат під час подорожі припадають на харчування. Ці чинники зумовили виникнення такого поняття як «гастрономічний туризм». В літературі зустрічаються терміни: гастрономічний туризм, кулінарний туризм, харчовий та продовольчий туризм. Всі ці терміни можна вважати синонімами, але дослідники наполягають на терміні «гастрономічний туризм». Термін «кулінарний туризм» було вперше вжито американським професором Лусі Лонг у 1998 році. Пізніше була створена Всесвітня асоціація гастрономічного туризму, яка запропонувала вживання терміну «гастрономічний туризм» замість «кулінарний» і дала таке визначення цьому поняттю – подорож, ціллю якої є отримання автентичного досвіду, що базується на культурі споживання їжі та напоїв, ознайомленні з унікальними місцями та культурою через національну кухню.

Е. Вольф, засновник Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму, так визначає поняття «гастрономічний туризм» – це пошук і задоволення унікальною та незабутньою їжею та напоями, як на іншому кінці світу, так і у

своєму містечку, адже окрім подорожей у віддалені куточки світу, ми також можемо стати гастрономічними туристами у своєму регіоні. Вітчизняні та закордонні науковці, які займаються цією темою по-різному трактують поняття «гастрономічний туризм». Х. Ридван пояснює цей термін так: «це туризм, створений місцевими громадами для підтримки АПК».

Г. Жеоргхе розуміє цей термін, як «подорож для того, щоб спробувати місцеві продукти чи прийняти участь у гастрономічних заходах». М. Брокеж трактує поняття «гастрономічний туризм» як «інноваційний гастрономічний досвід турів садівництва та дегустації». Д. Дасілва під цим терміном розуміє «досвід туризму, в якому цінуються і споживаються їжа та напої, що відображають місцеву чи національну кухню, культуру споживання, кулінарні методи».

Д. Басюк дає таке визначення: «спеціалізований вид туризму, що здійснює ознайомлення з національними кулінарними традиціями різних країн, що є поєднанням екології, культури і виробництва. За С. Гатауліною гастрономічний туризм – це вид туризму, метою якого є ознайомлення з кулінарними особливостями тієї чи іншої країни. Дослідниця вважає, що гастротуризм є дуже перспективним напрямком, який сприятиме відновленню національних кулінарних традицій. С. Саламатіна говорить про цей вид туризму так – вид діяльності, що ставить за мету ознайомлення з етнічною кухнею, базовими продуктами, технологіями приготування, а також здобуття нових знань в галузі кулінарії. Згідно з Т. Трададенко, гастротуризм – це поїздка країнами і континентами, що має за мету дегустацію унікальних страв та продуктів, знайомство з рецептурою, яка має вікові традиції. В. Кошевніков тлумачить термін «гастрономічний туризм як «особливі винні та гастрономічні тури; відвідування спеціалізованих музеїв, винокурень, сироварень тощо; відвідування місцевих ресторанів, кулінарних курсів, фермерських господарств, ярмарок, фестивалів тощо». Т. Кукліна вважає, що цей вид туризму – це поїздки в різні куточки світу для ознайомлення з кулінарними звичаями регіональної кухні; а головною метою є дегустація

унікальних страв. Таким чином, проаналізувавши з думками науковців, можна сформулювати загальне визначення поняття «гастрономічний туризм» – це один з видів туризму, метою якого є ознайомлення із способами приготування страв та напоїв і їх дегустацією, а також кулінарними традиціями території, регіону, країни тощо. Цей вид туризму можна розглядати, як інструмент пізнання культурної спадщини території, адже національна кухня – це один із чинників, який відображає традиції, світосприйняття та спосіб життя людей, які живуть в певному регіоні. Об'єктами гастрономічного туризму є: країни, що мають специфічні особливості національної кухні; окремі регіони, які виготовляють відомі для цієї місцевості продукти; ресторани, що виділяються оригінальними стравами; організації, які займаються освітніми програмами щодо розвитку гастрономічного туризму; підприємства (заводи, фабрики, цехи) з виробництва певної кулінарної продукції; гастрономічні події: конференції, дегустації, ярмарки, фестивалі тощо.

Як будь-якому виду туризму, гастрономічному туризму притаманні певні особливі риси: 1) потенціал для розвитку даного виду туризму є у всіх країнах, кожен регіон світу має свої цікаві кулінарні особливості, специфічні продукти, характерні лише для цієї місцевості, кліматичні умови, традиції споживання їжі і напоїв, що створює кулінарне різноманіття у світі; 2) гастротуризм є елементом будь-якої подорожі в тій чи іншій мірі, що зумовлено фізіологічними потребами. Але власне гастрономічний туризм переслідує ідею знайомства туристів з національною кухнею. 3) цей вид туризму не залежить від сезону, пори року. Адже певні продукти та страви для даного регіону є доступними цілий рік, або ж для кожного сезону можна підібрати відповідний гастрономічний тур. 4) Просування місцевих виробників продовольчих товарів є важливою частиною будь-якого туру. 5) гастрономічний туризм є підвидом пізнавального туризму і, на відміну від інших підвидів пізнавального туризму, він крім зору і слуху впливає також на такі відчуття як смак і запах. 6) гастрономічні тури не бувають «гарячими» і не пов'язані з поняттям «найнижча ціна».



Рис. 1.1 Переваги гастрономічного туризму

На розвиток гастрономічного туризму впливають соціально-економічні, політичні та релігійні фактори. До соціально-економічних факторів відносять: економічний стан в країні; нормативно-правову базу в галузі туристичної сфери; ресурсний потенціал; екологічний стан території; стан розвитку агропромислового комплексу та харчової промисловості; національний, віковий, професійний, статевий склад населення; розвиток культури та дотримання національних традицій; розвиток інфраструктури. До політичних факторів належать: стабільність політичної ситуації; відсутність міжнаціональних конфліктів; політична культура населення; ставлення населення до іноземних туристів. Релігійними факторами є: відмінності у релігійних сповіданнях; релігійні традиції; толерантність до представників інших віросповідань. Гастрономічний турист – особа, яка здійснює подорож в межах своєї країни, або закордоном на термін від 24 годин з метою ознайомлення з місцевими продуктами, стравами та напоями, технологією їх приготування та виробництвом. Він є мандрівником, який пізнає історію місцевості через їжу. Для таких туристів цікаве походження продуктів, вони цінують гастрономію, як можливість комунікації й отримання досвіду. Гастрономічні туристи поділяються на такі групи: туристи, які шукають для себе нові напрямки; туристи, що прагнуть урізноманітнити своє харчування; туристи-гурмани; туристи, професія яких пов'язана з кулінарією; туристи, що прагнуть дослідити культуру країни через національну кухню; представники

туристичних фірм, які зацікавлені у вивченні гастрономічних особливостей краю для розробки турів. Гастрономічному туризму притаманні певні ознаки, а саме стійкість, якість, зв'язок та співпраця. Стієкість означає незмінність кулінарного продукту, залучення туристів до вже існуючих в певній місцевості кухні, продукції, виробництва, послуг і заходів, а не штучно створювати туристичний продукт для приваблення туристів. Якість пояснюється як необхідність виробництва лише якісної продукції задля захисту споживачів та належного їх прийому. Зв'язок, як особливість, характеризується тим, що між всіма сегментами сфери гастрономічного туризму має забезпечуватися постійний зв'язок, який починається з достовірного опису туристичних destinations, вибору туристом бажаного туру на основі доступної інформації, а закінчується обміном враженнями через соціальні мережі. Співпраця полягає у тому, що всі учасники розробки кулінарного продукту (кухарі, виробники продуктів, готельєри, ресторатори тощо) беруть участь у створенні гастрономічного туристичного продукту. Гастрономічний туризм стає все більш популярним у світі і є важливим явищем не лише культурного та соціального, але і соціально-економічного плану. Все частіше важливим мотивом для здійснення подорожей є відвідування знаних кулінарними традиціями місць, знайомство з новими видами кулінарії, пізнання нових кулінарних шляхів і маршрутів; відкриття територій, що зв'язані з вирощуванням продукції, риболовлю та іншими видами діяльності, пов'язаними з харчовою промисловістю. Завдяки різноманітним культурним контактам під час здійснення гастрономічної подорожі відбувається взаємообмін духовними, матеріальними цінностями та досвідом між людьми, націями, державами.

Отже, гастрономічний туризм – це один з видів туризму, метою якого є ознайомлення із способами приготування страв та напоїв і їх дегустацією, а також кулінарними традиціями території, регіону, країни тощо. Об'єктами даного виду туризму є: країни, з певними специфічними особливостями національної кухні; регіони, які відомі виробництвом конкретного продукту;

ресторани з унікальною та оригінальною кухнею; організації з питань розвитку гастрономічного туризму; підприємства з виробництва кулінарної продукції; гастрономічні фестивалі, ярмарки та інші події. Ознаками гастрономічного туризму є: стійкість, якість, зв'язок і співпраця[1].

Гастрономічний туризм, як самостійний напрям туризму, почав розвиватися відносно недавно. Проте, дослідники стверджують, що вже перші у світі мандрівники були гастрономічними туристами. Відомі дослідники далеких країв Марко Поло, Льюїс і Кларк, Афанасій Нікітін, описуючи свої подорожі, приділяли значну увагу враженням від дегустації місцевої кухні. Середньовічні торговці та купці вирушали в небезпечні довгі подорожі, щоб знайти, скуштувати та привезти додому незвичайні продукти: екзотичні фрукти, спеції, горіхи, вина та масла. Враження від таких продуктів лягало в основу враження про всю країну, її народ та звичаї. Але окремою наукою ця галузь стала набагато пізніше. В 1998 році вперше з'явилося поняття «кулінарний туризм» Цей рік вважається роком початку гастрономічного туризму як окремого туристичного напрямку. Тоді в державному університеті США «Bowling Green» Л. Лонг, доцент кафедри народної культури, увів термін «кулінарний туризм» з метою підтвердження ідеї про те, що інші культури пізнаються через куштування місцевої кухні. Згодом з'явилася перша стаття з даної теми за авторства Еріка Вольфа, а згодом на її основі вийшла в світ і перша книга. Е. Вольф є засновником Міжнародної асоціації гастрономічного туризму, яка потім була перейменована на Всесвітню асоціацію гастрономічного туризму. Місія даної організації наступна: «Допомагати людям, громадськості та підприємствам розвиватися шляхом налагодження взаємовигідних відносин, заснованих на загальному інтересі до їжі та напоїв». Цією організацією було запропоновано вживати термін «гастрономічний туризм» замість «кулінарний туризм» як такий, що краще відображає сутність поняття. Членами асоціації є понад 50 тис. осіб, представлених 139 країнами світу. Створено Міжнародний інститут кулінарного туризму, який займається реалізацією освітніх і навчальних

програм при Міжнародній асоціації гастрономічного туризму. Це стало передумовою до створення туристичних фірм, які спеціалізуються на кулінарному туризмі («GourmetonTour» у Сполучених Штатах, «The International kitchen» у Великій Британії, «Gourmet Getaways» в Італії та ін.) Першими у започаткуванні і вивченні поняття «гастрономічний туризм», були американські науковці, хоча вважається, що підґрунття для цих досліджень створили італійці. Вони перші почали заохочувати туристів до подорожей за смачною їжею та напоями. Створення міжнародного союзу гастрономічних міст Delice говорить про те, що гастрономічний туризм має значний потенціал розвитку у світі. До союзу входять близько двадцяти міст і столиць, які володіють оригінальними гастрономічними традиціями та влаштовують різноманітні фестивалі. Члени організації наполягають на тому, що гастрономічна індустрія є важливою частиною самобутності території і впливає на формування туристичного іміджу. В Україні засновано громадську спілку під назвою «Асоціація сприяння розвитку винного та гастрономічного туризму». До цієї організації на добровільних засадах входять вищі навчальні заклади, установи та організації, підприємства, які пов'язані зі сферою туризму, харчової і виноробної галузей, готельно-ресторанного бізнесу. Метою Асоціації є активне сприяння розвитку гастрономічного і винного туризму в нашій країні, розробка та впровадження українського еногастрономічного продукту на внутрішньому та зовнішньому туристичних ринках, сприяння та підтримка українських виробників відповідної продукції. Асоціація сприяння розвитку винного та гастрономічного туризму ставить перед собою наступні завдання: інтеграція зусиль всіх організацій, які працюють у сферах туризму, готельно-ресторанного бізнесу, виноробної та харчової промисловості з метою розвитку гастротуризму в Україні; ознайомлення з світовим досвідом в даній галузі та налагодження міжнародного співробітництва; підвищення кваліфікації працівників сфери: навчання, тренінги, курси, конкурси на визначення кращого працівника та краще підприємство; маркетингове дослідження регіонів України щодо

розвитку винного та гастрономічного туризму; внесення пропозицій щодо покращення нормативно-правової бази; проведення екскурсій, турів, конференцій, фестивалів в Україні[2].

Також під керівництвом Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму було проведення Глобальної конференції з гастрономічного туризму. Вперше вона відбулася у цьому ж році в США у м. Чикаго. Конференція об'єднує всіх зацікавлених у цій сфері осіб: менеджерів компаній, допоміжний персонал, власників туристичного, готельно-ресторанного бізнесу, покупців з усіх частин світу. З того часу конференція проводиться щорічно і має важливе значення для розвитку гастрономічного туризму. Починаючи з 10 червня 2017 року міжнародна спільнота відзначає День національного харчового туру, демонструючи те, що гастрономічний туризм є важливим напрямом туризму. Існує низка досліджень, присвячених класифікації видів гастрономічного туризму. За С. Гатауліною та В. Шикеринцем гастротуризм поділяється на два основних види: сільський та міський. Відмінність між ними у тому, що туристи, які відправляються у подорож до сільської місцевості, бажають спробувати екологічно чисті продукти та страви з їх використанням. Т. Трададенко стверджує, що для класифікації видів гастрономічного туризму потрібно враховувати не лише географічні фактори, як у попередній класифікації, а й мету подорожі та її програмне забезпечення (кулінарні свята, фестивалі), окрім цього, дослідниця виділяє івентивний гастротуризм – підвид подієвого туризму, що пов'язаний з релігійними та національними святами, ключовими моментами яких є кулінарні традиції (Масляна, Великдень, Різдво та ін.).

Отже, «Гастрономічний туризм» – явище досить новітнє. Вперше його почали досліджувати у 1998 р. Після введення поняття «кулінарний туризм». Е. Вульф – один з найперших дослідників даного виду туризму. Ним було засновано Всесвітню асоціацію гастрономічного туризму, що є важливою організацією і до сьогодні. В Україні також створено подібну асоціацію, яка займається просуванням гастрономічного туризму в Україні. Вона має назву

«Асоціація сприяння розвитку винного та гастрономічного туризму» та була заснована на базі Національного університету харчових технологій. На сьогодні гастрономічний туризм класифікують таким чином: за місцем розташування (сільський, міський), за видом конкретного продукту або напою (винний, пивний, сирний, шоколадний тощо), за метою подорожі (культурно пізнавальний, оздоровчий, гурман), за напрямом подорожі (святковий, фестивальний).

1.2. Перспективи розвитку винного туризму в Україні

Харчування є складовою матеріальної культури. Коли ми розглядаємо його з цієї точки зору, то розглядаємо особливості технологій: вирощування певних сільськогосподарських культур, які є характерними для даної місцевості, їх обробки та переробки, приготування їжі (кулінарія), її споживання. З харчуванням пов'язані певні традиції та ритуали, використання відповідного посуду, меблів, облаштування приміщень, їхній декор тощо. Фахівці розрізняють їжу повсякденну, святкову, ритуальну з особливостями її приготування та споживання. Тобто, харчування є складовою традиційної етнічної культури, до того ж належить до найменш трансформованих складових матеріальної культури (навіть, незважаючи на глобалістичні тенденції сьогоденної організації харчування). Таким чином, етнічна кухня є потужним туристичним ресурсом, на основі якого розвивається гастрономічний туризм і його різновиди. Ще давні греки вважали кулінарію мистецтвом. А у Давньому Римі у II ст. н.е. за часів правління імператора Адріана на Палантинському пагорбі в Римі була заснована Академія кулінарного мистецтва. У сьогоденній ресторанній справі розвиваються етнічні ресторани, які пропагують етнічну кухню по всьому світові (ресторани «високої» французької кухні, італійські, індійські, китайські, мексиканські тощо) і певні страви та напої таким чином «включені» до асоціативного ряду туристів, входять до програм перебування в DESTINATION. «Через шлунок», через

смакові рецептори людина пізнає культуру (в широкому сенсі) певного народу, що проживає на території, яку відвідує турист. Гастрономічний (кулінарний) туризм є складовою культурно-просвітницького туризму - одного з найбільших сегментів туристичного ринку. Гастрономічний туризм презентує етнічну (почасти регіональну) кухню як складову традиційної культури певного етносу або його частини. Гастрономічний туризм має свою внутрішню структуру. Структурувати його можна за етнічними ознаками, за видами страв та напоїв, технологією приготування, особливостями споживання і т.д. Структурно до складу гастрономічного (кулінарного) туризму входить винний туризм - здійснення подорожі з метою отримання вражень від споживання вина в районах його безпосереднього вирощування.

Розвиток винного туризму пов'язаний з такими аспектами: 1) виховання культури споживання вина - споживання вина є складовою загальної культури харчування. В районах виноробства ця культура наявна, вона є традицією, в інших регіонах - потребує впровадження через систему певних заходів з пропаганди культурного споживання вина. Тобто, в першу чергу варто підкреслити культурний аспект розвитку винного туризму, що дозволяє розглядати його як складову загального виховання через виховання культури споживання вина. Культура споживання вина сформувала професію сомельє - людини, яка допомагає у виборі вина, є порадником і водночас консультантом, який виховує смак, ту таки культуру споживання. Саме цій меті сприяє розвиток дегустаційних залів і відповідних лекцій, екскурсії по винних погребах тощо. 2) специфіка технологічного процесу, яка обумовлює складність та ризикованість виноробного бізнесу. Виноробство належить до ресурсо-орієнтованих галузей агропромислового комплексу, оскільки виноград - продукт мало-транспортабельний. Якість вина як кінцевого продукту виноробства, залежить від властивостей сировини. Тут постають такі питання: а) природно-кліматичні, погодні, ландшафтні умови вирощування винограду. Від тривалості сонячного сяйва, кількості днів з високою температурою, вологості, кількості опадів, експозиції схилів, якості ґрунтів і

т.д. залежить якість винограду і в кінцевому рахунку - якість вина; б) селекційні, пов'язані з роботою над удосконаленням наявних сортів (стійкість до погодних умов, перепадів температури, посухостійкість тощо), виведенням нових сортів; в) виробничі, коли традиційні виноробні технології поєднуються з можливостями новітніх технологій.

Виноградарство є трудомісткою сферою діяльності, його вирощування вимагає постійної праці, догляду, оскільки виноград хворіє, втрачає свої властивості, звідси: праця виноградаря є важким і ризикованим бізнесом, відчувається брак робочих рук та кваліфікованих фахівців. Трудомістким є також процес виноробства. Праця винороба є також ризикованим бізнесом, залежним як від попиту на ринку, так і від погодно-кліматичних умов. Саме з огляду на складні умови зростання та виробництва кожна пляшка має прописаний «паспорт» із зазначенням умов зростання та виробництва, оскільки цим визначаються смакові особливості вина кожного року для певної місцевості. Звідси, винний туризм може бути складовою ділового туризму, коли це стосується виконання виробничих завдань (укладання угод з закупівлі вина, наприклад). 3) еногастрономія - напрямок в туризмі, який має за мету пропаганду традиційних для певної місцевості продуктів, які вирощені з дотриманням традиційних технологій в гарантовано екологічно чистій місцевості, виготовлення з цих продуктів страв за традиційними для даної місцевості технологіями і їх споживання. Еногастрономія передбачає комплексне споживання вина разом із іншими традиційними продуктами (сири, м'ясні продукти, фрукти, овочі). Тобто, еногастрономія репрезентує кулінарне мистецтво певної місцевості, вона виключно локальна, «прив'язана» не тільки до місцевості, а й до певного об'єкту (виноробного підприємства, сироварні, фазенди). В країнах з розвиненим винним туризмом (Італія, Франція, Іспанія, а в останні десятиріччя - Австралія, Аргентина, Чилі) еногастрономічний напрямок розвивається здебільшого на базі виноробних підприємств. 4) ампелотерапія - використання вина з лікувальною метою, коли лікувальні властивості вина успішно застосовуються в комплексі з клімато- та

бальнеотерапією. Винний туризм передбачає споживання вина в районах його безпосереднього вирощування, тобто його локалізаційні особливості є основою пропаганди туристичних можливостей переважно сільської місцевості, «туристичної глибинки» і є шляхом пропаганди умов і можливостей регіонів виноробства щодо розвитку туризму через споживання вина. До дегустації вина долучаються страви національної кухні, оглядові екскурсій, ознайомлення з архітектурою, культурою, історією, природою певного краю, його сьогоденням. До того ж терміни збору винограду і виробництва молодого вина - по завершенні «пікового» туристичного сезону, що дозволяє продовжити туристичний сезон і сприяє розвитку туризму в DESTINATION. А коли процедура споживання вина обставляється як свято - ми маємо винні фестивалі (у Іспанії, Німеччині, інших країнах, які вже мають славу виноробних), які також пропагують культуру споживання вина і виноробство країн та регіонів. Всім відомі «гранди» ринку виноробства: Італія, Франція, Іспанія, Португалія, Греція, Німеччина, Угорщина (в Європі), США (Каліфорнія), Аргентина, Чилі - в Південній Америці, Грузія - на Кавказі, Австралія і цей список можна продовжити. В цих країнах розвивається й винний туризм, вино з цих країн є сувеніром, складовою туристичного іміджу (а почасти, бренду) країни/регіону. Винний туризм можна також розглядати як один з механізмів просування винного продукту країни на ринок виноробної продукції, який є доволі щільним, з високою конкуренцією. Україна, можливо, й не належить до «клубу винних грандів», але має виноробство як традиційну галузь АПК[3]. Як відомо з археологічних джерел, ще з VI ст. до н.е. в давньогрецьких полісах, що розташувалися в Криму (Херсонес, Пантікапей) та Причорномор'ї (Ольвія), мешканці займались вирощуванням винограду та виноробством, а з кінця XVIII ст. в цих регіонах розпочинається вже промислове виноробство. У 1913 р. площа під виноградниками на півдні України становила 53,9 тис. га, а на початок 1990-х рр. понад 170 тис. га. Нажаль, з того часу виноградарство зазнає тільки втрат: скорочуються площі виноградників, не вистачає коштів на оновлення посадкового матеріалу,

скорочується державна підтримка селекційної роботи. Слід зазначити, що незважаючи на складні умови, плідно працює ННЦ «Інститут виноградарства і виноробства ім. В.Є. Таїрова» (сmt. Таїрове, Одеська обл.). Зміни погоднокліматичних умов (як наслідок «глобального потепління») також призводять до втрат урожаїв та виноградників. Ще однією гострою проблемою є проблема збуту виноробної продукції. З одного боку, не продумана цінова політика держави, з іншого, контрафактний товар і недобросовісна конкуренція наносять значні збитки виноробству і не сприяють формуванню культури споживання вина у населення. Часто виникають питання експорту продукції виноробної галузі. За даними Асоціації «Виноградарі та винороби України», в країні щорічно виробляється понад 25 млн. дол. виноматеріалів і щорічно їх виробництво, внаслідок зазначених та ще багатьох інших причин, зменшується на 15-20%[4].

Традиційно виноробними регіонами є: 1) Крим, де сьогодні концентрується майже половина площ під виноградниками (тут знаходяться найвідоміші українські винороби: концерн «Масандра», агрофірма «Магарач», завод шампанських вин «Новий світ», винні заводи Євпаторії, Алушти, Бахчисарая та інші); 2) Причорномор'я (Одеська, Миколаївська, Херсонська області відомі винами «Шабон», «Коблево» та ін.); 3) Закарпаття (Ужгород, Хуст, Виноградово тощо). Крім вина, в цих регіонах виготовляють коньяк («Коктебель», «Шабон», «Тиса»). В країні відомі виробники шампанських вин: «Новий світ», «Артемівське», «Київське». Координаційну політику в сфері виноградарства та виноробства держава здійснює через корпорацію «Укрвинпром». Водночас з метою об'єднання зусиль задля спільної політики на ринку виноградарства та виноробства виноградарі та винороби створили ряд громадських організації, серед яких найбільш потужна - Асоціація «Виноградарі та винороби України». Вихованню культури споживання вина і просуванню винної продукції на внутрішньому ринку країни сприяє Всеукраїнська асоціація виноробів та сомельє, яка на базі школи сомельє готує кадри для торгових та ресторанних підприємств. Таким чином, можна

засвідчити, що, незважаючи на певні проблеми розвитку, виноградарство та виноробство в нашій країні мають тривалу традицію, ресурсну та виробничу базу, систему збуту, підготовки кадрів та науково-технічних розробок, організаційний ресурс (система державного управління, громадської підтримки, спеціалізовані ЗМІ), тобто є сформованою, потужною галуззю, яка має можливість використати туризм як засіб поширення знань про свою діяльність. Сполучення можливостей виноробства та туризму є основою для розвитку винного туризму, а звідси: виховання культури споживання вина населенням, розширення можливостей для збуту продукції, залучення додаткових споживачів (в тому числі й іноземних туристів) і просування винного продукту як виробничого та регіонального брендів, сувенірів. Через винний туризм ми можемо просувати виробничі («Артемівськ», «Новий Світ» тощо) та регіональні бренди (Крим, Закарпаття, Причорномор'я).

Таким чином, є всі підстави для створення Асоціації винного туризму, до якої мають бути залучені всі перераховані складові галузі виноградарства та виноробства і складові сфери туризму.



Рис. 1.2 Орієнтовна структура Асоціації винного туризму України

Можливо, саме такі галузеві об'єднання, які формують видові туристичні ринки, стануть основою, певним «локомотивом» розвитку туризму в регіонах, які не спеціалізуються на туризмі, та додатковим поштовхом для інтенсифікації туризму в відомих дестинаціях. Можливо, створення такої, однієї з перших, асоціацій, при загальній пасивності держави з розвитку туризму, є шляхом розвитку як туризму, так і окремих виробничих галузей, певних територій. Однак в традиційній українській кухні значну роль відіграє

не тільки (нажаль, навіть, не стільки вино) як інші напої, які також мають локальне походження і можуть рекламувати туристичні можливості певної території. В останнє десятиріччя значно зросла культура споживання меду населенням (завдяки державній підтримці пасічників, діяльності їхніх громадських об'єднань, проведенню фестивалів тощо). Одним з медових продуктів є питний мед - медовуха. Медовуха - напій, створений на основі технології бродіння медового продукту (з додаванням або без додавання інших компонентів: смородина та інші ягоди, трави тощо). Мед виробляється в багатьох регіонах України, має свої яскраві регіональні відміни. Вже діють асоціації: бджолярів України, виробників медовухи. Відповідно, в Закарпатті розроблений тур «Медовий шлях», який користується значним попитом. Є в традиційній українській кухні й ще один популярний народний продукт - наливки та настоянки, популяризація яких може стати доповненням до винних турів і сприятиме популяризації певних регіонів, формуванню спеціалізованих DESTINATION.

Туризм найбільше постраждав від карантинних обмежень, а епідемія призвела до певного переосмислення туристичних маршрутів і підвищення рівня саме внутрішніх поїздок. Відтак торік більшість українців провели свої літні відпустки в Україні. Цього року туристичні потоки дещо відновилися, однак зацікавленість до внутрішнього туризму не зникла. Ба більше, як повідомляє Державне агентство розвитку туризму, за перше півріччя 2021 року Україна на 9% прийняла більше закордонних туристів, аніж минулого року. І зупинялися вони не лише у великих містах, на кшталт Львова, а й селах, які пропонують гастрономічні тури, екстремальні мандрівки, чи яскраві події. Сьогодні туризм має всі шанси стати тим механізмом, який запустить інвестиційні та розвиткові процеси як на загальнонаціональному, так і на регіональному рівні. Для громад капіталовкладення в локальний туризм – це один із найшвидших методів повернення грошей. Інша річ, настільки українські громади готові до того, щоб запропонувати якісний туристичний продукт внутрішньому і зовнішньому візитеру. Про це дискутували українські

та польські експерти в межах круглого столу «Розвиток туризму в територіальних громадах локальні відпочинкові та туристичні продукти». Його в онлайн організувала «Подільська агенція регіонального розвитку» спільно з польським Фондом «Лідери змін». До обговорення долучилися представники територіальних громад із різних куточків України, які мали можливість дізнатися про алгоритм розвитку локального туризму. Іншими словами, з чого потрібно розпочинати реалізувати ідею, яка може перетворитися на туристичний магніт. Для українських громад туризм – це феноменальна сфера, оскільки вона поєднує кілька десятків суміжних галузей економіки і дає можливість залучити всіх мешканців громади – від умовної бабусі Галі до аграрія чи промисловця, який мешкає на цій території. Інша річ, що громади не вміють себе презентувати. І навіть маючи на своїх територіях вікові палаци, національні парки, заповідники, маяки чи кінні заводи, не знають, як зробити їх привабливими для туристів. Тому перш, ніж братися за розробку стратегій розвитку територіальних громад, важливо проаналізувати всі наявні архітектурні та природні пам'ятки і зрозуміти, як можна їх ефективно використати, каже експерт з екотуризму, координатор з розвитку мережі Greenways Ukraine Сергій Підмогильний. Завдяки комплексному підходу та синергії зусиль місцевої влади, науковців, представників бізнесу, експертів, із залученням активних мешканців громад та центральних органів виконавчої влади можна розвивати як туристичні продукти, так і супутні послуги навколо цих пам'яток. «Коли ми говоримо слово «стратегія», воно дуже складне для сприйняття, і не всі громади одразу розуміють, що воно означає. Тому я радив би говорити про таку собі дорожню мапу, яка визначить вектори розвитку і допоможе розробити послідовність дій із короткостроковою і довгостроковою перспективою, бо це не спринт, а марафон, у якому мають бути правильно розподілені завдання і планування. Тобто це має бути документ не просто з описом, а чіткими завданнями і розрахунками, – каже Сергій. – Фактично він мав би складатися з аналітичної частини, яка дасть можливість зрозуміти, на чому базується туризм, який стан

здоров'я ресурсів. Друга – це стратегічне бачення ідеї, яку ми маємо закласти і яка буде дороговказом. Третя частина – набір інструментів, як цю ідею втілити в життя. І це найскладніше, бо їх треба структурувати і правильно описати. Після цього громада може ухвалити свою «туристичну конституцію» і планомірно її втілювати в життя. Гарний приклад напрацювання туристичної стратегії у Вінниці, при чому йдеться не лише про структуру документа, а й про його втілення в практичній площині. Вінниця ніколи не асоціювалася з туризмом, але місцевий актив горів ідеєю принадити до міста туристів. Для цього було залучено людей з різних сфер (готельєри, ресторатори, маркетологи). Між ними в процесі розробки стратегії з'явилися тісні зв'язки, комунікація і кооперація. Це дало можливість напрацювати документ, який задовольняє інтерес туриста в різних сферах. Зрештою, сервіс, якість та гостинність сприяли збільшенню туристичного потоку до міста, і, хоча стратегія реалізується трохи більше року, кількість ночівель у готелях та гостелах Вінниці збільшується. Це помітно і по підвищенню обсягів надходжень до бюджету міста». «БАГАТО ГРОМАД, МАЮЧИ ГАРНІ МІСЦІНИ, НЕ МОЖУТЬ РОЗВИВАТИ ТУРИЗМ, АЛЕ Є ТЕРИТОРІЇ БЕЗ ОЧЕВИДНИХ РЕСУРСІВ, ДЕ ТУРИЗМ ПРОЦВІТАЄ» Сергій Підмогильний додає, що в сучасних реаліях можливі й інші випадки, коли на такі розробки дають кошти донори, але пасивність громади наскільки велика, що документ залишається лежати на полиці й припадати пилюкою. І це характерно не лише для українських громад, а й для сусідніх, зокрема й польських. Хоча часом буває, що процес йде від зворотного: голова громади має в голові ідею і лише на шляху до її реалізації чи навіть по завершенні її прописують у документі. Так приблизно відбулося в польському містечку Балтув, де вирішили створити парк Юрського періоду, керуючись тим, що знайшли на території кіготь динозавра. Здавалося б, ідея так собі, бо динозаври свого часу мешкали на всій території Польщі, але вона вистрілила, бо наповнення парку, комфортні умови для розміщення родин із дітьми, атракції привабили поляків з різних куточків країни. Головна особливість, як каже незалежний консультант, спеціаліст з

питань створення інноваційних мережових туристичних продуктів у Польщі Зенон КОСІНЬСКИЙ, що місцеві не намагаються викачати гроші з туриста, а навпаки створити такі умови, щоб він сам захотів заплатити і віддячити за послугу. «Парк Юрського періоду JURAPARK BALTOW – це гарне місце для сімейного дозвілля в долині річки Кам'яна. Його створили 2004 року польським представництвом проєкту трансєвропейського Парку динозаврів. На території понад 3,5 гектара «проживає» приблизно 100 моделей динозаврів (і інших доісторичних тварин), створених професійними скульпторами. Навколо JuraPark, протягом кількох років, у Балтові було створено великий туристичний комплекс. Унікальну пропозицію, орієнтовану на всіх шанувальників живої природи, приготував Балтовський Звіринець, де можна побачити 500 тварин з різних частин світу. Комплекс постійно збільшується, пропонуючи нові й нові послуги, щоб туристи поверталися. За рік заклад відвідує до 300 тисяч туристів, – розповідає Зенон. – Узагалі туризм це також галузь економіки, де найважливішою є ідея, яка може допомогти громаді заробляти. Багато громад, маючи ставки, ліси, гарні місцини, не можуть розвивати туризм, але є території без очевидних ресурсів, де туризм процвітає. Важлива річ – це людські ресурси, які будуть носіями цього процесу. Саме місцеві мешканці мають сформувавши туристичну пропозицію – освітню, бізнес, медичну. Але спершу вони самі мають вивчити історію своєї громади, знати про видатних особистостей, перекази і легенди, горіти ідеєю просувати свій туристичний продукт. Так, на цьому шляху може бути багато проблем: не завжди виходить знайти порозуміння між бізнесом і владою, яка може надати адміністративні рамки, або навпаки місцева влада не може допомогти, щоб виділити певну територію під бізнес. Крім того, багато питань із визначенням бренду, маркетингом, промоцією. Однак у кожній справі вирішальним є бажання. І якщо є населений пункт, який має велику культурну спадщину, але залишається бідним, то тут питання не до держави, а до місцевих мешканців. По суті, кожна громада має що показати і чим зацікавити, та не кожна має бажання тим займатися». «КЛЮЧОВЕ ПИТАННЯ НЕ В ТОМУ, ЩО МИ

РОБИМО, А В ТОМУ, ЧОГО МИ ХОЧЕМО ДОСЯГТИ» На сьогодні в туристичній галузі є великі резерви. Один з них – залучення українців до мандрів, адже за статистикою 80% наших співвітчизників не подорожують власною країною. Громади повинні працювати над тим, щоб підвищити надходження цього збору. Варто виокремити найкращі 10 туристичних місць у громаді, цю інформацію слід розмістити поблизу зупинок автобусів, розкручувати в соцмережах, на туристичних сайтах. Зробити внутрішні музеї громади, працівники яких теж будуть обізнані з туристичною інформацією. Можна скласти графік сезонності, тобто того, що можна побачити в громаді в різні пори року. Наприклад, на Закарпатті є місто Перечин. У ньому діє хімічний завод, що створює не лише неприємний аромат, а й репутацію. Але за кілька років зусиль, реалізованих проєктів місто нарешті потрапило на туристичну мапу України і стало зупинкою для туристів. Як? Створили кілька сезонних магнітів, серед них лавандове поле, яке відвідують десятки тисяч візитерів протягом двох місяців. Поряд, як відзначає експерт з туризму, засновник «Школи сільського туризму» Олександр КОВАЛЬ, уже почали працювати готелі і ресторани. І розглядають можливість створення інших квіткових магнітів на території, щоб туристи могли приїздити в Перечин протягом усього теплого періоду року. «Первинно слід зрозуміти, з ким ви хочете працювати, кого місцеві хочуть бачити: візитера чи туриста, бо між ними також є різниця. Адже приїхати на кілька годин, подивитися і поїхати далі – це одне, а залишитися на вечерю і ночівлю – інше. Навіть шкільні тури вимагають іншої подачі, їм потрібна не просто емоція, а квести, драйв, інтерес. Адже ключове питання не в тому, що ми робимо, а в тому, чого ми хочемо досягти, – зазначає Олександр. – До прикладу, в Карпатах є озеро Синевир. Усі про нього чули. Туди приїжджають візитери, виходять з автобуса, вдихають чисте карпатське повітря, а екскурсовод їм каже: «Так, у нас година часу, давайте швиденько і поїхали!». Тут питання: як затримати цього візитера на день, два чи три? Яким має бути туристичний продукт, що може стати його цінністю, щоб її сприйняв візитер. Людина, яка приїхала, залишає гроші, а

гроші – це послуга. Якщо послуги є, то їх купуватимуть. Якщо їх немає, то їдуть. Продати щось як унікальне вже не актуально, бо сьогодні продає зображення, репутація, рекомендація, відеоогляд, блогтур – це вже територія маркетингу і тут успішним буде той, хто правильно її побудує».

«ЗАДОВОЛЕНИЙ І ВДЯЧНИЙ КЛІЄНТ ПОВЕРНЕТЬСЯ ЗНОВУ, ЯКЩО ОБМАНЕТЕ ЙОГО ОЧІКУВАННЯ, ТО ВТРАТИТЕ НАЗАВЖДИ» Під час дискусії звучали запитання від громад, представників пам'яткоохоронних органів та природних парків. Так, представниця НПП «Олешківські пішки» (яка не відрекомендувалася) цікавилася, як можна було б привабити туристів, щоб вони, відвідуючи одну з найбільших пустель Європи, залишалися в Олешках на ночівлю, а в ідеалі – на кілька днів. Адже за 100 кілометрів звідти розташовані два моря – Азовське і Чорне, поряд – річка і зелені садиби, але туристи приїждять просто, щоб погуляти і пофотографуватися. Олександр Коваль вказав на те, що важливо не просто створити умови, інфраструктуру, а подарувати людям емоцію, створити яскравий спогад. «Люди, які до вас приїжджають, мають відчувати цей клімат, перейнятися красою, дізнатися історію й отримати емоції, – переконує експерт. – Можна купити два верблюда і катати їх пустелею. Але краще сконтактувати з туроператорами, які працюють на внутрішньому ринку, і напрацювати спільні пропозиції. Наприклад, це може бути схід чи захід сонця в пустелі або гастротур локальною кухнею з дегустацією. Покажіть, як ви живете, – з музикою і фольклором. У серпні є астрономічне явище – падіння Персеїди. Зробіть з цього подію. Візьміть фотографів, організуйте акцію, що у вас можна спостерігати за піком активності Персеїд. Покажіть ці фото в соцмережах, на туристичних сайтах, змусьте людей приїхати до вас за емоцією. А якість послуг, сервіс, інфраструктура вже має бути. Задоволений і вдячний клієнт повернеться знову, якщо обманене його очікування, то втратите назавжди».

Якщо резюмувати, то розвиток туризму в громаді – це не лише можливості додаткових надходжень до бюджету, а й виявлення всього потенціалу, який має громада і чим може зацікавити інших людей. Можна сидіти і чекати змін

та інструкцій з Києва. Але краща альтернатива – діяти «знизу». Не може бути універсальної поради, як конкретній громаді розвивати туризм. Усе залежить від того, що в неї є. І не обов'язково це мають бути гори, море, печери, водоспади чи замки. Туристичну активність можна розвинути і на рівному місці: головне – ідея[5].

У винному туризмі можна визначити кілька фундаментальних принципів: автентичність, атрактивність, культура споживання, комплексність. В Україні існують передумови для успішного розвитку винного туризму, оскільки держава входить в двадцять світових лідерів виробництва цього сонячного напою. Ключовим фактором розвитку ринку винного туризму в Україні виступають підприємства і структури, пов'язані з виробництвом і продажем алкогольної продукції. Їх частка в роздрібному продовольчому товарообігу України становить в межах 20%, що є досить високим показником для економіки (для порівняння внесок туризму у ВВП України становить близько 1%).

Виноробна продукція має потенційну конкурентоспроможність як за смаковими, так і ціновими параметрами, про що свідчать економічні ніші на європейському та інших ринках продовольства, які розробляються українськими товаровиробниками. Енотуризм виступає як потужний маркетинговий інструмент просування продукції вітчизняної харчової промисловості на ринки країн СНД і Європейського союзу і популяризації українських вин та іншої алкогольної продукції. Винні тури по Закарпаттю, Одеській, Херсонській та Миколаївській областях, які є традиційними центрами українського виноробства, набувають все більшої популярності. Для стимулювання збуту при заводах-виробниках (ТОВ ПТК «Шабон», ЗАТ «Ізмаїльський винзавод», ЗАТ «Одеський завод шампанських вин», винзаводу «Інкерманський», «Коктебель» і ін.) створені експозиційні та дегустаційні зали. Так, при знаменитому винзаводі «Массандра» діє Музей виноробства і дегустаційний зал. Енотека підприємства включає більше 1 мільйона пляшок колекційних вин і занесена в Книгу рекордів Гіннеса. Під час екскурсії туристи

відвідують унікальні Голіцинські підвали, де в дубовій тарі на витримці перебувають сухі, десертні, міцні і лікерні вина. Тут також можна придбати марочні і колекційні вина Масандри. Популярністю серед туристів користується «Центр культури вина Шабо» (с. Шабо, Білгород-Дністровський район, Одеська область), розташований в 70 кілометрах від Одеси. Це перший і поки єдиний освітній комплекс в Україні, який об'єднує в собі унікальний музейний лабіринт, оригінальні культурні об'єкти, історичні винні підвали і сучасне високотехнологічне виробництво. «Центр культури вина Шабо» – це соціальний проект компанії «Шабо», включений до Європейської карту музеїв вина. Його головна мета – підвищення в Україні культури споживання вина, яке є мірилом цивілізації і надбанням національної культури, також підвищена увага до якості продукту. При сьогоdnішній практиці використання замінників – різноманітних домішок, концентратів, порошків важливо ознайомити споживачів з справжнім смаковим багатством вина, навчити відрізняти натуральне вино від підробки. Практиками туристичного бізнесу і фахівцями – енологами розробляються тематичні винні маршрути. Зокрема, слід відзначити оригінальну туристичну поїздку «Винні перлини України» (Інститут туризму ФПУ, школа сомельє «Мастер-клас»). Туристам пропонується 12-денний тур по найкращим виноробним і коньячним підприємствам України. Туристичним інформаційним центром Закарпаття на замовлення Асоціації приватних виноробів краю розроблений унікальний турпродукт «Винний шлях Закарпаття» та підготовлено екскурсоводів за маршрутом, розроблені анімаційні програми, щоб перетворити виноробні господарства в туристичні об'єкти підвищеної привабливості і продемонструвати збір винограду, гастрономічні традиції, культуру виноробства а також запропонувати дегустацію вина і традиційні сувеніри.

Отже, розвиток винного туризму в Україні, зважаючи на досвід країн з розвиненим виноробством, на стан виноградарства та виноробства в країні, має перспективи, але потребує підтримки, координації зусиль зацікавлених сторін. Тому створення галузевих асоціацій, в даному разі Асоціації винного

туризму України, може бути шляхом до формування в країні такого видового туристичного ринку. Винний туризм вказує ще на один шлях розвитку кулінарного (гастрономічного) туризму в країні: через пропаганду напоїв і страв - до просування регіонів, формування кластерів і дестинацій, що є напрямком перспективного розвитку туризму, перспектив регіонального розвитку. Використання туризму як засобу для просування вітчизняної виноробної продукції є одним із шляхів інтенсифікації як розвитку туризму, так і виноробства в країні.

1.3 Дослідження регіонального аспекту винного туризму в Україні

Україна входить в найпродуктивніших європейських регіонів. Найпродуктивніший – тому що саме тут клімат найкраще підходить для винограду: йому завжди було «комфортно» в помірному континентальному і теплому субтропічному кліматі Європи.



Рис. 1.3. Карта виноградних зон України

В Україні налічується низка регіонів, які характеризуються вдалим поєднанням географічних, екологічних, кліматичних, культурних та політичних умов для вирощування різних сортів винограду та виробництва вин. Саме у цих регіонах доцільно організовувати енотури. Розглядаючи виноробну сферу України за кількістю виробленого вина у процентному

співвідношенні, можна визначити, що основні виноробні підприємства розташовані в Одеській, Закарпатській, Херсонській та Миколаївській областях. Ми вважаємо, що саме ці регіони є найбільш перспективними для розвитку енотуризму, оскільки вони якнайкраще підходять для розвитку та просування винного туризму, є центрами розвитку винного туризму в Україні, в них наявні необхідна туристична інфраструктура та гарно розвинений виноробний комплекс із власними виробниками, марками та брендами. За даними асоціації «Виноградарі і винороби України», в Одеській області вирощується в середньому половина українського винограду, і на цей же регіон припадає понад 50% виробництва вітчизняних вин. Найбільш відомими виноробними підприємствами Півдня України вважаються «Одесавинпром» та «Одеський коньячний завод». Більша частина продукції виготовляється великими підприємствами, одне з яких – ТОВ «Промислово-торговельна компанія «Шабо». Щомісяця «Шабо» випускає близько 1 млн пляшок вина та 1,6 млн пляшок коньяку. Підприємство працює переважно на власній сировині, а в разі нестачі закуповує виноград у місцевих фермерів. Херсонщина – благодатна і своєрідна виноробна область України. Природні умови тут дуже сприятливі для обробки виноградної культури, а специфічні ґрунтово-кліматичні умови місцевості дають змогу виробляти як тонкі, ніжні, свіжі столові, так і досить екстрактивні десертні вина. Основним винним виробником Херсонської області є АТ «Князь Трубецькой», що виробляє марочні сухі таврійські вина. Миколаївська область представлена заводом «Коблево», який вважається одним із потужних виноробних підприємств України. Завод був побудований у 1982 р. та налічує у своєму володінні понад 2 500 га виноградних плантацій. Також у Миколаївській області випускається винна продукція АТ «Радсад», добре відома як в Україні, так і за кордоном.

Отже, регіоном із найбільш стійкими традиціями виноградарства та виноробства є Закарпаття. Тут на відміну від південних регіонів практично немає великих підприємств. Велика частина виробних потужностей розташована у радгоспах або приватних садибах. У рік такі підприємства

виробляють від 1 тис до 25–30 тис літрів вина, а площі, які задіяні під виноградні плантації, становлять від 0,2 до 7 га. Серед відомих виноробних господарств – орендне підприємство «Ужгородський коньячний завод», АПТП «Бобовище», ДП АПФ «Леанка».

Україна - це багатий край з великою історією для розвитку винного туризму. Ось як описується маршрут України, який має назву "Сонячний винний рай": "Землі Південної України: Одеса, Херсон, Крим відкривають можливість незабутнього відпочинку не тільки в курортний сезон, а цілий рік. І все це - завдяки чудовим винним турам".

Винні тури можуть бути як окремими подорожами, турами вихідного дня, так і комплексними заходами: вони чудово поєднуються з літнім відпочинком, можуть стати справжнім подарунком для учасників інсентив турів і абсолютно унікально поєднуються з кейтеринговими заходами (корпоративними фуршетами, вечірка' ми, банкетами, святкуваннями різних знаменних дат). Основними відправними точками винних турів є маршрути "Київ - Одеса" і "Київ - Закарпаття".

Сторінки енциклопедії рясніють від знаменитих імен вчених, першопрохідців, філософів, винахідників і письменників. Однак даремно ми будемо шукати там ім'я людини, який придумав ВИНО. Напевно, все тому, що вино - це продукт праці багатьох поколінь, плід мудрості народу, його бурхливої історії, традицій і звичаїв. Це продукт ґрунту, клімату і навіть пейзажу тій місцевості, де росте дивовижне творіння природи - виноградна лоза. Волею долі Таврія Нова Каховка потрапляє у вузьку зону, позначену на карті світу, де культивується і вирощують виноград, де є чудові майстри' винороби. А додайте сюди ще унікальні природні особливості краю, його історичні реліквії - як, наприклад, овіяне легендами маєток князя Трубецького. Процес створення вина здавна вважався високим мистецтвом, оволодіти яким було під силу лише обраним. Природа південноукраїнських земель щедро нагородила ґрунт цих районів підземними багатствами: чистою джерельною водою, мінералами і мікроелементами, завдяки чому в цих місцях з глибокої

давнини процвітало виноградарство і виноробство. Респектабельні курорти тутешніх місць вдало перемежуються розкішними виноградниками і рясними винними підвалами. Хоча історичною батьківщиною вина в Україні вважається Магарач (Крим), насправді українське виноробство почалося з Херсонщини. Херсонський селянин на прізвище Сербуленко став одним з перших виноробів Магарача. Було це на початку XIX століття, тоді навіть ходила приказка: "Приїхати до Ялти і не побачити Сербуленко, все одно, що приїхати до Ватикану і не побачити Папу Римського". Спочатку в Магарач виробляли сухі вина, а спиртувати напої робити міцні, десертні і т. п. стали багато пізніше.

В Європі не п'ють ні "Мускатів", ні "Кагорів", тому що до лікувальних вин вони ніякого відношення не мають. А в цих краях, що надзвичайно цінно збереглася класика - сухі виноградні вина з тонким букетом і смаком, що виготовляються з чудових місцевих сортів винограду. Вишуканим діамантом серед них виділяється "Наддніпрянське", яке отримало Гранпрі у Франції. Вище нагороди за виноробне мистецтво буває тільки нагорода від Господа Бога... "Виноград навчив людину не бути варваром", - сказав хтось із великих. Таїнство споживання хорошого вина вимагає високого рівня культури і не має нічого спільного з проблемою алкоголізму. Великим попитом користуються винні тури до Закарпаття. Ось невеличка частка найбільш відомих з них: "Сировинний тур по Закарпаттю", " Свято молодого вина - Закарпатське Божоле", "Дегустаційний тур - Закарпатський глінтвейн", "Фестиваль - Червоне вино" та багато інших. Всі гастрономічні і винні подорожі можна умовно поділити на дві основні групи: міські і сільські. В міських турах, як впливає з назви цієї категорії подорожей, мандрівникам буде запропоновано познайомитися з найбільш автентичними ресторанами, кафе і барами якогось конкретного міста. В сільських турах є можливість побачити, як готуються деякі страви в домашніх (фермерських) умовах. Саме тут можна проинятися національним духом, дізнатися більше про кулінарні традиції і, можливо, самому взяти участь у приготуванні будь-якої страви. У добре спланованому

гастрономічному турі у туриста є можливість побувати у кількох регіонах, щоб скуштувати найрізноманітніші страви, які готують у тих чи інших краях. Фахівці туристичної галузі в гастрономічному і винному туризмі визначають п'ять основних напрямів, які користуються найбільшим попитом. Італійську кухню не випадково багато хто вважає номером один у світі. Вишукані десерти, витончені делікатеси, неперевершені вина - список італійських шедеврів можна довго перераховувати. Варто побувати в Тоскані, на виноградниках у фермерських господарствах. Натуральне домашнє вино, сири, соус з оливок, в'ялене м'ясо і ковбаси, а також свіжоспечена чіабата з хрусткою скоринкою підкорять любого гурмана. У Франції найпопулярнішими для гастрономічних і винних турів вважаються такі провінції, як Прованс, Бордо, Бретань, Нормандія, Шампань. Гурмани оцінять поїздку в Перигору - батьківщину трюфелів. Фахівці радять спробувати круасан з чашкою еспрессо на сніданок, традиційний французький цибулевий суп з грінками на обід і фуагра з білим напівсухим вином на вечерю. Перепробуйте безліч видів місцевих сирів, щоб знайти свій улюблений сорт. Незабутньою буде поїздка в винний тур по Франції. А також варто спожити знаменитий французький багет.

Грузія батьківщина дуже смачного вина різних сортів: Кіндзмараулі, Цинандалі, Алазанська долина, Хванчкара та ін. Грузинська кухня - чоловіча кухня. Тут багато м'ясних, ситних і пряних страв. Варто окремо виділити хінкалі, хачапурі (особливо аджарський з яйцем), сациві, чакупули, лобіо і, звичайно ж, шашлик. Хоча туристам рекламують шашлик з баранини і ягнятини як національні страви, самі грузини воліють шашлик зі свинини. Кулінарні традиції Іспанії - унікальні і неповторні. Величезний вибір авторських і класичних національних страв, а також іспанських делікатесів дозволять туристу доторкнутися до кулінарної історії країни. Обов'язково потрібно спробувати легендарний томатний суп гаспачо, паелью з величезними тигровими креветками, каракатицю в чорнилі, легке вино Сангрія з фруктами і просто тане в роті горіховий торт "Сантьяго". На п'ятому

місці знаходиться тайська кухня, яка суттєво відрізняється від звичної для нас. Можливо, смак деяких страв буде дещо дивним для європейського туриста. Однак точно правда в одному - гастрономічний тур до Таїланду - це неповторний досвід, який надовго запам'ятовується. Тут рай для тих, хто любить морепродукти та страви з риби. Вони тут самі найсвіжіші. У меню доцільно звернути увагу на суп з кокосового молока, суп Том Ям Кум, зелене каррі з курчам, бананові млинці. За даними Всесвітньої туристської організації (UNWTO, дослідження Global Report on Food Tourism), 79 відсотків мандрівників вибудовують маршрут, попередньо вивчивши календар гастрономічних подій і особливості місцевої кухні. Кожен третій турист у світі розглядає національну кухню як важливу складову мотивації до подорожі, причому на харчування припадає близько 30 відсотків загальних витрат на поїздку.

За даними досліджень UNWTO, 88,2 відсотка респондентів вважають гастрономію важливою складовою бренду території. На сьогодні 88,2 відсотка респондентів сприймають гастрономічний туризм як стратегічний елемент брендового іміджу регіону, а привабливість локальної кухні і високий рівень сервісу в закладах громадського харчування - найважливіший мотив при купівлі житла за кордоном.

Згідно з даними Міжнародної організації виноградарства та виноробства (OIV), за 2020 рік у трійку лідерів експорту увійшли такі країни як Італія, що експортувала майже 21 млн гл цього напою, Іспанія (20,2 млн гл) та Франція з показником у 13,6 млн гл. Перебуваючи серед лідерів експорту, жителі Апеннінського півострова примудряються ще й майже повністю забезпечити вином власні чималі потреби — Італія розташувалася на третьому місці у світі за рівнем споживання вина (24,5 млн гл). Їх змогло обігнати лише багатомільйонне населення США, яке приймає “на душу” майже на 10 млн гл більше, і споконвічні любителі вина — французи (24,7 млн гл). До п'ятірки світових експортерів також увійшли Чилі (8,5 млн гл) та Австралія (7,5 млн гл). Розміри експорту п'ятірки країн, куди входять Аргентина, США, Південна

Африка, Німеччина і Португалія, набагато скромніші й коливаються в межах 3-4 млн гл. В Україні у 2020 році було виготовлено всього 1,2 гл вина. Натомість було поставлено історичний рекорд з імпорту. Всього було ввезено вин на загальну суму \$179,3 млн. Вважається, що на одного українця припадає 2,68 л вина на рік, і ця цифра поступово зростає. Як писали раніше Investory News, Україна опинилася на 35 місці серед 39 європейських країн за рівнем споживання алкоголю. Хоча в статистиці не враховане споживання нелегального алкоголю. Так, у Франції - другий за величиною країні-виробнику вина, прогнозується зниження виробництва популярного напою на цілих 12 відсотків по причині граду, заморозків і посухи, що зачіпають виноградники. У 2016 році найбільшим виробником вина в світі стала Італія з обсягом виробництва в 48,8 млн гектолітрів, за нею йдуть Франція – 41,9 млн гектолітрів та Іспанія – 37,8 млн гектолітрів. Крім того, стали відомі країни, які споживають найбільше вина. Так, на першому місці розмістився Ватикан, жителі якого випивають в середньому близько 54 літрів вина щорічно. У рейтингу зазначено, що наводяться дані, відповідні до літрів вина на людину. Слідом за Ватиканом йде Андорра, де місцевий житель в середньому вживає близько 46 літрів, а трійку лідерів замикає Хорватія і Словенія, де в середньому житель випиває щорічно близько 44 літрів вина. У десятку країн, які споживають найбільшу кількість вина, також увійшли: Франція, Португалія, Швейцарія та Македонія, Молдова, Італія, Австрія, Угорщина, Уругвай, Греція та Швеція, Німеччина, а також Великобританія.

На сьогодні виробництво вина та туризм настільки щільно переплелися, що винний туризм розвивається у всіх без виключення виноробних регіонах. Ознайомлення з технологією виробництва вина, а також його дегустація на території виноробні є головними складовими винного туризму. Крім того, винний туризм передбачає ознайомлення з історією, технологією та культурою споживання вина, а також участь у спеціальних тематичних закладах та заходах, серед яких – винні підвали, винні виставки, конкурси, фестивалі, ін. Винний туризм, безсумнівно, є одним із найбільш романтичних

різновидів туризму, а пік організації т. з. «винних турів» припадає на вересень-жовтень, коли відбувається збір урожаю і туристи мають можливість не лише посмакувати молодого вина, але й долучитися до збору винограду (в Італії та Франції, щоправда, урожай винограду збирають протягом п'яти місяців і «пік» винних турів є доволі тривалим). Окрім, власне, самого вина, шанувальників винного туризму приваблюють культурні пейзажі виноградників, пам'ятки архітектури, мальовничі села, шато, виноробні заводи, а також особлива атмосфера спілкування з людьми, закоханими у вино, феєричні свята і багата палітра смаків під час дегустації.

Винний туризм ґрунтується на тому, що дегустувати вино слід лише в місці його безпосереднього виробництва, щоб міцно зв'язати у своїй пам'яті та уяві букет і смак напою з таємницею його походження через природу, історію та дух місцевості, технологічну культуру виробництва, а також особисто познайомитися з виноробами, дізнатися про вікові традиції виноградарства та виноробства, а його основними принципами є автентичність, атрактивність, культура споживання, комплексність. Так, більшість фахівців, а також справжніх поціновувачів вина наполягають на тому, що дегустувати напій слід лише в місці його виробництва, адже кожна територія – теруар – має свою енергетику, відповідно вино, вивезене з місця, де воно виросло і дозріло, втрачає свій неповторний смак та аромат; важливо, аби туристи отримали задоволення не лише від дегустації вина, але й від споглядання технології його виробництва, приміщення, інтер'єру, посуду, ін. (турист має не лише посмакувати вино, але й отримати від нього візуальне задоволення, відчути його на дотик); обов'язковим є дотримання винного етикету, в т. ч. міри у споживанні вина; запорукою успіху винного туризму є співпраця виробників вина з різними суб'єктами туристичного ринку у напрямку створення цілісного туристичного продукту та його просування. У світлі зазначеного безсумнівною видається роль винного туризму у популяризації культурної спадщини регіону, а також популяризації продукції місцевих виноробів. Так, приїжджаючи у той чи інший виноробний регіон,

туристи ознайомлюються з традиціями виробництва вина у ньому, а стосуються вони не тільки способів обробітку винограду і виробництва вина, а й різних звичаїв, пов'язаних зі збором винограду, його переробкою на сік і т. д. Своєю чергою, з погляду регіонів і місцевостей, в яких вирощується виноград, інтерес туристів до вина і виноробства дає змогу зберегти ці звичаї. Крім того, з вирощуванням винограду пов'язаний характерний тип «культурного пейзажу», на який накладаються не тільки виноробство, але й певний тип міської забудови, планування споруд і будівель. Відтак, винний туризм сприяє підтримці і зміцненню культурного пейзажу. Що стосується просування продукції місцевих виробників, винні тури дозволяють їм забезпечити підвищення упізнаваності своєї продукції, її популяризації на національному та міжнародному ринку, а також нарощування обсягів виробництва. Очевидними також є додаткові економічні та соціальні вигоди, що їх отримують місцеві громади. Так, дедалі частіше винний туризм сприймається ключовим елементом сталого розвитку виноробних регіонів, потужним соціально-економічним чинником стабілізації місцевого економічного розвитку, збереження трудового та виробничого потенціалу. До прикладу, м. Бордо (Франція), яке ще 30 років було «брудним сірим містом» з потоком туристів на нульовому рівні, сьогодні є загальновизнаною столицею вина та винного туризму, яку за рік відвідує більше 4,3 млн туристів, понад 600 тис з яких прибувають на літній фестиваль вина і відкорковують близько 65 тис пляшок.

Смаки і тренди змінюються, але незмінним залишається одне – любов до вина. Білі, червоні, рожеві, веганські, органічні – нас цікавлять всі. Лідерство Італії, безумовно, цей список не обійдеться без італійських вин. В 2019 експерти рекомендують звернути увагу на регіон Апулії. А пояснюється це дуже просто. Все більше туристів подорожуючи Південною Італією обирають вина з цього регіону. Вони мають яскравий, виражений смак, часто напівсухі і містять високий рівень алкоголю, який, практично, не відчувається. Виробляються з сортів негроамаро та примітиву, нерідко за технологією

аппассімєнто з підв'яленого винограду, що робить вина більш щільними та насиченими. Попит на тихі та ігристі рожеві вина росте з кожним роком. Сомельє стверджують, що в 2019 в тренді рожеві вина з усього світу, яких випускають особливо багато останнім часом. Особливо доречні ці вина в жаркий період. Влітку вони прекрасно освіжають та є невід'ємною частиною будь-якого свята.

Кращі повнотілі вина в світі виробляються на Піренейському півострові – в Іспанії і Португалії. Іспанія радує нас міжнародними сортами, а Португалія локальними винами та стилями. Але і за ціною, і за якістю вони рівноцінні навіть винам з Нового Світу. Наприклад, альваріньо (аналог іспанського альбаріньо) – дуже виразні вина з високою кислотністю, схожі на рислінг. В регіоні Дау роблять приголомшливі червоні вина з автохтонного сорту бага. Ці вина відрізняються насиченим смаком і танинами. Вони довго витримуються, що вже говорить про високу якість. Не дивлячись на тренди, у Франції винороби, в основному, дотримуються класики, яка за всю свою історію встигла підкорити світ, встановити стандарти і користуватися незмінною популярністю. Тренди приходять та йдуть, а французькі вина хочеться пити завжди. Кажуть, що вже зовсім скоро в Україні почнеться бум особливих вин. Ми спробуємо органічне, біодинамічне, «натуральне» і навіть веганське вино. Сомельє стверджують, що такі вина припадуться до смаку, як досвідченим поціновувачам так і любителям. Незважаючи на те, що вони досить таки популярні в Європі, в Україні пік їх популярності варто очікувати з 2020 року[6].

В Україні традиції виноградарства та виноробства є доволі давніми: у південній частині вони сягають IV ст. до н. е., а в північній – IX ст. Проте, у зв'язку з антиалкогольною компанією М. Горбачова, у 1986–1989-х рр. на території України було розкорчовано понад 60 тис га виноградників, і галузь зазнала значних витрат. Суттєвої активізації виробництва вина в Україні зазнало лише на початку 2000-х рр., і власне з того часу бере свій початок розвиток у нашій державі винного туризму. Наразі винний туризм набуває

дедалі більшої популярності у всіх виноробних регіонах України, особливо на Закарпатті та в Північному Причорномор'ї, клімат яких є особливо сприятливим для вирощування винограду та створення смачного напою. Так, формуються спеціальні винні маршрути, на виноробнях відкриваються дегустаційні зали та музеї вина, розробляються тури з відвідуванням виробництва та виноградників, дегустаціями та участю у фестивалях вина, ін. Щодо спеціальних винних маршрутів, на сайті Клубу мандрівників НавколоUA, приміром, таких представлено сім – різними куточками України, з усталеними, а також такими, що лише зароджуються, традиціями виноробства, компанія TravelYourWay пропонує розроблення індивідуальних та групових винних турів виноробними регіонами України з урахуванням побажань та запитів туристів, а більшість внутрішніх туристичних операторів України мають у своєму асортименті тури, маршрутами яких передбачене відвідування виноробень з дегустаціями вин, участь у винних фестивалях, ін. Як відомо, перші винні маршрути в Україні були розроблені та презентовані виноробними підприємствами південних регіонів України. Йдеться, зокрема, про колаборацію Всеукраїнської асоціації виноробів і сомельє, а також Школи сомельє ТОВ «Майстер-клас» та Інституту туризму ФПУ, результатом якої стало розроблення у 2007 р. винних турів за участі винзаводу «Шабон», Одеського заводу шампанських вин, Одеського коньячного заводу ТМ «Шустов», ТМ «Вина Гулієвих», ТМ «Колоніст». Пізніше було розроблено винний маршрут Закарпаттям, за участі відомого винороба О. Ковача та ще кількох місцевих ентузіастів. Закарпатський винний шлях об'єднав 12 винних підвалів та дегустаційних залів кращих виноробів, у яких приймають відвідувачів з метою популяризації закарпатських вин. У 2020 р. з'явився еногастрономічний маршрут «Дорога вина та смаку Української Бессарабії», довжиною 900 км та з 36 локаціями, серед яких – унікальні виноробні, крафтові сироварні, равликівська еко-ферма та еко-садиби Одещини.

Винна складова маршруту представлена сімейною виноробнею «Колоніст», Центром культури вина «Shabo» та винним підвалом Vinaria. Як

засвідчив аналіз винних турів від провідних туристичних операторів України, організовуються вони, зазвичай, на 2–3 або 4–5 днів (виключення становлять профілактично-лікувальні тури, які тривають від 14 до 21 дня) і умовно можуть бути диференційовані на три групи: – економ-тури, які включають дегустації вин, відвідування винних заводів чи винних фестивалів. За своєю суттю такі тури, як правило, є культурно-пізнавальними і включають лише окремі елементи винних подорожей та тривають в середньому 2–3 дні; – тематичні тури, які передбачають відвідування відомих виноробних підприємств певного регіону та дегустації і тривають 4–5 днів; – професійні тури, які адресуються туристам, чиї професійні інтереси безпосередньо пов'язані з вином та гастрономією, або просто вимогливим клієнтам. Такі туристи віддають перевагу індивідуальним маршрутам, прагнуть ексклюзивної програми та готові за це платити. На сьогодні розвиток виноградарства та виноробства в Україні досягнув такого рівня, що окремі з виробників почали гідно конкурувати з провідними виноробами Європи та світу й успішно брати участь у різноманітних міжнародних конкурсах. Як наслідок, авторитет українського вина почав стрімко зростати не лише в Україні, але й далеко за її межами[7]. Так, завдяки вдалій маркетинговій політиці виноробів, а також роботі фахівців туристичної індустрії на сьогодні в Україні маємо низку різних за масштабами виробництва, але однаково популярних у туристів виноробень, відвідування яких гарантує останнім особливо яскраві та позитивні емоції. Серед кращих виноробень одне з провідних місць по праву займає Виноробне господарство князя Трубецького – розміщене на березі Дніпра в оточенні гарної природи (с. Веселе на Херсонщині), єдине в Україні історичне шато зі старовинною архітектурою та глибокими таємничими підвалами, якими в XIX ст. ходив князь Трубецький і які зберігають вина з понад столітньою історією. Дана виноробня наразі є основним винним виробником Херсонської області, в якій виробляються марочні сухі таврійські вина. Загалом, підприємство виробляє 26 видів вин, а в його підвалах зберігається понад 10 тис пляшок напою. У Будинку марочних

коньяків «Таврія» (м. Нова Каховка на Херсонщині) можна знайти не лише хороше вино, але й ознайомитися з технологією перетворення винограду в елітний напій. У галереях господарства, яке є найбільшим в Україні виробником коньяків із великими виноробними угіддями – близько 1400 га сортових виноградників – зберігається понад 6 тис дубових діжок і бутів, в яких витримуються найкращі коньячні спирти. Сухі, напівсухі та солодкі вина преміум-класу, виготовлені виключно з місцевого винограду, своїм відвідувачам пропонує сімейна виноробня «Колоніст», на півдні Одеської області (с. Криничне Болградського р-ну).

Висновки до 1 розділу

На завершення необхідно підкреслити, що пошук нових шляхів організації харчування базується на дослідженні гастрономічної складової туристського продукту, на основних принципах брендингу території, які формують туристичний імідж місцевості, на процесі створення враження про товар у свідомості споживачів. Місцеву кухню можна розглядати як туристичний ресурс територій, що дозволяє створити нові туристські продукти, відкрити нові грані туристської дестинації. Вона може бути використана для розуміння соціального та економічного стилю життя дестинації. Зв'язок гастрономії та туризму сприяє збільшенню припливу туристів, сприяє подовженню перебування туристів, збільшує прибуток від туризму [8].

Отже, сучасний винний туризм передбачає досить широкий спектр видів туристичної діяльності: відвідування плантацій виноградників; дегустація місцевих сортів винограду; ознайомлення з технологією виготовлення різних видів алкогольних напоїв безпосередньо на виробництві; відвідування дегустаційних залів та підвалів; ознайомлення з історією виноробства, відвідування спеціалізованих музеїв і виставок; відвідування ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина та майстер-класи від сомельє; участь у винних фестивалях та тематичних святах; відвідування та участь у

спеціалізованих виставках, форумах, конференціях, конкурсах, винних аукціонах тощо. Виноробна продукція має потенційну конкурентоспроможність як за смаковими, так і ціновими параметрами, про що свідчать економічні ніші на європейському та інших ринках продовольства, які розробляються українськими товаровиробниками. Енотурізм виступає як потужний маркетинговий інструмент просування продукції вітчизняної харчової промисловості на ринки країн СНД і Європейського союзу і популяризації українських вин та іншої алкогольної продукції. Винні тури по Закарпаттю, Одеській, Херсонській та Миколаївській областях, які є традиційними центрами українського виноробства, набувають все більшої популярності. Для стимулювання збуту при заводах-виробниках (ТОВ ПТК «Шабо», ЗАТ «Ізмаїльський винзавод», ЗАТ «Одеський завод шампанських вин», винзаводу «Інкерманський», «Коктебель» та ін.) створені експозиційні та дегустаційні зали. Винний туризм зародився і найбільш розвинений в Європі. Це пов'язано з тим, що Європа є найбільшим в світі виробником і експортером вин і лідируючим регіоном за кількістю відвідин туристів. Туризм і виробництво виноробної продукції в сукупності складають досить значну статтю доходу в бюджеті Франції, Італії, Іспанії, Німеччини, Португалії, Греції, Австрії та Угорщини. Україна є європейською державою, що має досить розвинений виноградарсько-виноробний комплекс, який виробляє різноманітну виноробну продукцію. На європейський і світовий ринок українська виноробна продукція просувається повільними темпами, в силу ряду об'єктивних економічних і політичних причин.

РОЗДІЛ 2

Локальні вина та харчові продукти в розвитку еногастротуризму України

2.1. Розвиток локального виробництва. Основні тенденції в світі та в Україні

Зростання попиту на органічні фермерські та локальні продукти спостерігалось і до початку пандемії, але вона значно посилила попит на трендові продукти. Наприклад, у Німеччині попит на органічні продукти на початку пандемії зріс на 17%, а в США майже на 50%. Досліджуємо, як змінився попит в Україні та яка різниця між цими поняттями для споживачів. Органічні продукти - це продукція сталого сільського господарства та/або харчової промисловості, отримана в результаті сертифікованого органічного виробництва, на всіх етапах якого застосовуються природні речовини та процеси задля збереження природних ресурсів, захисту навколишнього середовища, відновлення родючості ґрунтів, збагачення біологічного різноманіття, високих стандартів добробуту тварин, виробництва продуктів високої якості, розвитку сільських територій та сприяння гармонії між людиною і природою. Фермерські продукти – продукти вирощені та виготовлені малим чи сімейним фермерським господарством. Часто такі продукти реалізуються самим виробником, але й якість виробництва залежить цілком від виробника. Локальні продукти – це продукти, які виготовлені та реалізуються в межах одного регіону. Таким чином виробники сприяють розвитку регіону та зменшують навантаження на довкілля, адже уникають додаткових перевезень. Але в різних країнах поняття «локальний» розуміють по-різному – в залежності від обсягів самої країни та конкретної території. За якість таких продуктів також відповідає виробник.

Наприклад, в Україні, за даними органа сертифікації «Органік Стандарт», із майже 600 сертифікованих органічних операторів близько 150 є фермерськими господарствами. Здебільшого такі господарства мають площу менше 100 га, більше гектарів обробляють до 30 господарств. Найбільше

фермерських господарств у Вінницькій та Київській областях. Отже, якщо ви знайдете в своєму регіоні такого виробника і будете купувати продукти у нього напряму, то це якраз і буде той самий органічний фермерський локальний продукт. Але зовсім небагато споживачів готові кудись їхати за потрібним продуктом. Окрім того, фермерський не завжди є органічним, і навпаки – органічний не обов'язково фермерський. Розповсюджена думка, що продукт, придбаний «від бабусі», гарантовано «екологічний», не відповідає дійсності, адже багато фермерів продовжують використовувати хімічні пестициди та добрива, щоб захистити і без того невеликий врожай.

Деякі супермаркети почали формувати окремі секції для органічних та фермерських продуктів, а локальні продукти здебільшого продаються в маленьких крамницях, тому їх стає дедалі легше знайти та розпізнати. Органічні продукти можна розпізнати за спеціальним маркуванням, – наразі українські виробники використовують євролисточок. Це затверджений в ЄС знак для маркування органічної продукції та такої, що виготовлена за стандартом, еквівалентним органічному законодавству ЄС. Та вже незабаром очікуємо появу органічної продукції з державним логотипом для маркування органічної продукції за українськими стандартами. Фермерські та локальні продукти поки що не мають в Україні власного маркування, і споживачі звикли купувати такі продукти здебільшого на місцевих ринках. За даними Закордонної сільськогосподарської служби (FAS) Міністерства сільського господарства США (USDA) близько 50% харчових продуктів українці продовжують купувати на місцевих ринках. Саме тому таким болючим для фермерів виявилось закриття ринків на час жорсткого карантину у зв'язку з COVID-19. У відповідь на це багато фермерських господарств почали пропонувати споживачам адресну доставку продукції та розширили можливості он-лайн замовлень. За результатами Регіональних форумів «Органічна Україна 2020», які проводились в усіх областях протягом червня-жовтня, за словами Олени Березовської, президента Бізнес-спілки «Органічна Україна», більшість органічних виробників наголошують на необхідності

розвитку локальних фермерських ринків. Звісно, збільшення продажів ближче до місця виробництва, а також проведення спеціалізованих органічних ярмарків та фермерських ринків сприятиме доступу споживачів до органічного фермерського локального продукту. Важливо паралельно проводити просвітницькі акції та надавати роз'яснення щодо різних видів маркування харчових продуктів.

Так часто трапляється: те, що здається близьким та знайомим, може назавжди залишитися незвіданим. Ми вже встигли розібратися, чим том-ям відрізняється від том-кха, навчилися вибирати хамон і прошутто, розкуштували галісійського восьминога, а може, й морських свинок на грилі. І це чудово. Якби не парадокс: часто виявляється так, що про можливості української гастрономії люди знають набагато менше, ніж про етнічну кухню будь-якої іншої країни.

Вирішили це виправити: разом із Сім'єю ресторанів Діми Борисова ми склали список українських делікатесних продуктів, про які варто знати.



Рис. 2.1. Устриці

Неймовірно, але факт: до початку Першої світової війни Україна видобувала кілька мільйонів устриць на рік. Вони мали попит і на чорноморських курортах, і в Києві, і в європейських столицях. Звісно ж, йшлося про устриці дикого лову. Українську устрицю, яку подають у ресторанах зараз, вирощують на фермі на Херсонщині. Чорноморські устриці менш солоні, ніж середземноморські, мають приємний солодкуватий горіховий присмак. Їх можна їсти просто так, можна додавати до них лимонний сік чи різні соуси. Наприклад, у ресторані «Канапа» устриці подають із калиновим соусом, щавлевою гранітою або снігом із хрону, в арт-

гастрономічному просторі «Остання Барикада» - з помідорним розсолем, і це, до речі, дуже смачно.



Рис. 2.2. Фуагра в малиновому соусі

Українську фуа-гра роблять у Снятині, Івано-Франківська область. Більшість гусячої печінки вирушає на експорт, але якась кількість потрапляє і в магазини, і на кухні ресторанів. Готувати її можна по-різному. Можна просто злегка обсмажити і подати з ягодами або придумати щось складніше: у «Канапі», наприклад, мариновану у білому вині фуа-гра подають із желе з яблучного квасу та грушевим варенням.



Рис. 2.3. Стерлядь

Осетрові здавна займали значне місце в українській кухні – поряд з вугром та сомом. Наразі вилов диких осетрових заборонено, але це не означає, що немає можливості їсти українську стерлядь та українського осетра. У київській області є кілька сучасних ферм, що розводять цих риб. Готувати стерлядь можна по-різному. У просторі «Остання Барикада», наприклад, запікають її і подають з овочами і в'яленими томатами, а в «Бессарабії» пропонують філе стерляді з соусом голландез і 4 видами ікри.



Рис. 2.4. Ікра

Зрозуміло, якщо в Україні є ферми, які розводять осетрових, то виробляється і своя чорна ікра. Крім того, радимо звернути увагу на ікру річкової форелі, а також щучу ікру, яка особливо добре «по-одеськи» - збита з цибулею та олією.



Рис. 2. 5. Камбала

Камбала вважається беззаперечним делікатесом. До речі, одна з найсмачніших камбалових – калкан – мешкає саме у Чорному морі та видобувається у значних кількостях. Її не можна запікати в солі (у риби немає луски), але можна смажити на сковороді або грилі, запікати в пергаменті, готувати на пару. Калкан можна знайти в меню різних київських ресторанів: серед них «Бессарабія», «Любчик», «Остання Барикада» та інші. А в «Каналка барі», наприклад, подають «стейк» із калкана з копченою устрицею та спаржею[9].



Рис. 2.6. Дунайка та інша риба

Не тільки осетр і камбала заслуговують на вашу увагу. Є ще низка делікатесних локальних риб. Наприклад, «дунайський оселедець», який жирніший і ніжніший, ніж голландський матіас. У місцях вилову "дунайки" - у Вилковому та окрузі - є сотні рецептів страв з дунайки: смажена дунайка, юшка з дунайки, рибні битки і так далі. Це якщо говорити про традиційну українську кухню. У ресторанах з локальною рибою працюють ще винахідливіше – наприклад, у «Бессарабії» роблять із дунайки севичі – маринують рибу в чилі та соку цитрусових та подають із соусом на основі манго. Крім дунайки, також зверніть увагу на сарган, кефаль, чорноморську барабульку, вугра з Шацьких озер і, зрештою, на звичайнісінькі бички.



Рис. 2.7. Равлики

Факт: за рік Україна продає понад 300 тонн фермерських равликів. У ресторанах їх готують найчастіше класичним способом – запікають з олією, часником та пряними травами. Де спробувати? У «Бессарабії», «Канапі», «Канাপка-барі» та багатьох інших місцях.



Рис. 2.8. Жаб'ячі лапки

На Одещині ще в 70-ті роки була ферма, яка займалася розведенням жаб та експортом жаб'ячих лапок. Наразі кілька господарств повертаються до цієї ідеї. Найчастіше жаб'ячі лапки просто обсмажують у паніровці. У ресторані «Бессарабія» їх подають у форматі зручного снеку – на кісточці, у клярі, з медово-гірчичною заправкою.



Рис. 2. 9. Раки

Річкові раки – це набагато більше, ніж закуска до пива. І якщо бути зовсім чесними, то м'ясо раків солодше і ніжніше, ніж у тих же лобстерів. Раків запікають, смажать з овочами та спеціями, готують з ними рис на кшталт паельї, на ракових панцирях варять бісок, багато соусів та супів.



Рис. 2. 10. Мідії

Мідії – молюски, які можна готувати тисячею різних способів. Можна тушкувати у вині або вершковому соусі і подавати в казанках, як це, наприклад, роблять у одеському ресторані «Любчик». Можна додавати в супи чи соті. Можна експериментувати зі складними рецептами: наприклад, у ресторані «Канапа» мідії подають на розпеченому камені, в оточенні пряних трав. Їх заливають окропом, а коли стулки розкриваються, додають до мідій желе з яблучного соку і заливають все на ракових панцирях.



Рис. 2.11. Рапани

Рапани – одні з найнебезпечніших хижаків Чорного моря. Вони з'явилися у нас у середині 20 століття, почали швидко розмножуватись і у величезних масштабах поїдати мідії та устриць. Але те, що для деяких мешканців моря –

заклятий ворог, для кухарів – смачний продукт. Найбільш популярний формат приготування рапанів – гасіння у вині, медові стільники з рапанами. Але є й оригінальніші варіанти: наприклад, у ресторані «Бессарабія» вирізають найніжнішу частину рапанів і роблять з неї тартар із соусом «молоко тигра».



Рис. 2. 12. Стейки з української мармурової яловичини

Здавалося б, що таке стейк? Не більше ніж шматок підсмаженого м'ясо. Однак виробництво хорошого стейку – це досить складний процес. Все починається з вирощування корів спеціальних м'ясних порід, правильного догляду та корму, потім – гуманного вибою без стресу для тварини. Але і це ще не все - потрібно правильно обробити тушу, відправити м'ясо на дозрівання. Все це щоб у результаті можна було отримати кілька ідеальних стейків. Стейкова культура в Україні ще знаходиться на етапі становлення, але вже є господарства, які спеціалізуються на розведенні бичків потрібних порід та постачання якісного стейкового м'яса. У свою чергу ресторани освоїли техніку сухого та вологого визрівання м'яса у спеціальних камерах (такі камери встановлені у ресторанах «Ватра», «Остання Барикада», «Полювання на овець»). Під час визрівання змінюється текстура м'яса, а смак стає більш насиченим. Стейк із м'яса, яке, наприклад, визрівало 40 днів методом сухої вилежки – це справжній делікатес.



Рис. 2. 13. Мангалиця

Мангалиця - це особлива порода свиней, яку вивели в Австро-Угорщині в 19 столітті шляхом схрещування домашньої та дикої свині. По-перше, мангалиця дуже незвичайно виглядає: вона вкрита густою білою вовною і нагадує, швидше, овечку. По-друге, її м'ясо вважається делікатесним. Через особливості розподілу сала м'ясо мангалицю називають мармуровим і навіть порівнюють із «вагою». Розводять цих «волохатих» свиней на Закарпатті. У другій половині 20 століття намітилося істотне скорочення чисельності тварин цієї породи, але зараз до них снів прокинувся інтерес. У ресторані «Ватра» можна скуштувати копчені ребра мангалиці, відбивну з мангалиці та шовдар із мангалиці – карпатський варіант хамона.



Рис. 2. 14. Каплун

У місті Бурштин є єдина ферма в Україні, де вирощують каплунів – спеціально відгодованих «м'ясних» півнів. До речі, каплун – один із головних продуктів класичної французької кухні. Страви з каплунів можна скуштувати в ресторані Chicken Kyiv. А ще тут на копченому капуні наполягають горілку та роблять на її основі авторський коктейль Bloody Rooster.



Рис. 2. 15. Українські сири

Нині в Україні існують десятки ферм, які виробляють гідні сири – як класичні, так і авторські. Від буррат до «Нарциса Карпат», від качокавалло до бюша в золі – всі ці сири виробляються в Україні. А є ще чудові сири, витримані в каві, сири з буйволиного молока та багато іншого. Смачне та дивовижне. У деяких ресторанах (наприклад, «Ватра», «Бессарабія», «Канапа», «Остання Барикада») навіть працюють фрамаж – сирні сомельє, які знайомлять гостей із колекцією сирів та допомагають скласти свій власний сирний сет.



Рис. 2.16. Спаржа

Так, в Україні вирощують чудову спаржу. Напевно, один із найпопулярніших брендів цього сезону – «Спаржа з Любимівки» (Херсонська область).



Рис. 2.17. В'ялені томати

Так, в Україні також є традиція в'ялення томатів. І є бренди, які виробляють чудові в'ялені томати на ринку.



Рис. 2. 18. Вина

По Україні багато працює туристичних фірм , які допомагають нам подорожувати по всій країні з послугами винного та гастрономічного туризму. Наприклад, турфірма «Wondersholidays» , вона надає послуги еногастрономічного туризму по всій країні. Також туроператор «Відвідай» , в якого є багато гастрономічних турів по Україні, як наприклад « Сиро-Винний тур Закарпаттям», «На бринзу до Рахова (через Яремче)» і так далі. У 2020 та 2021 рока, за результатами конкурсу Ukraine Tourism Awards, туроператор “Відвідай” двічі поспіль став найкращим в Україні. За нас проголосувала

найбільша кількість туристів, і разом з балами від журі ми зайняли почесне перше місце. Шлях до цих перемог був довгим. Весь час ми розширювали як колектив, так і горизонти. Нині “Відвідай” – це велика команда професіоналів, а наші тури та екскурсії охоплюють всю Україну. Звання “Кращий туристичний оператор України” це показник, що наша плідна робота була не даремна. Подяка організаторам конкурсу Ukraine Tourism Awards 2020 та 2021 за файну можливість проявити себе, і велике дякую нашим туристам, які підтримали нас у конкурсі.

Українське виноробство зараз перебуває у стадії стрімкого зростання, і є компанії, які виробляють справді гідні вина. Особливо зверніть увагу на виноробню "Колоніст", Виноробне господарство князя Трубецького, Вина Гулієвих, Grande Vallee, Shabo.

Споконвічно Україна славилася як край садівництва. Відповідно, у традиційному харчуванні українців чільне місце посідали фрукти та ягоди. Найчастіше вживали яблука, груші, сливи, вишні, черешні, порічки, з дикоростучих - калину, бузину, чорниці, маслини, терен. Влітку та восени фрукти й ягоди їли свіжими. На зиму їх сушили. Для цього використовували печі і спеціально обладнані у садах сушні. Іноді фрукти сушили на сонці, розклавши їх на чисті дерев'яні дошки або на солом'яний дах. У лісових, лісостепових та гірських районах суттєвим доповненням до раціону були гриби. Їх смажили, тушкували, варили з картоплею, юшкою. На зиму гриби засушували у печі або на сонці, а також засолювали.

Основна маса населення м'ясні страви споживала рідко, здебільшого на свята. М'ясо, сало і рибу в бідних сім'ях використовували лише як приправу. Однак незважаючи на це, до традиційної народної кулінарії входив значний асортимент виробів з м'яса. Найуживанішою була свинина, менше - баранина. Яловичина вживалася порівняно рідко. На свята також різали курей, гусей, качок. У деяких регіонах розводили індиків. Свіже м'ясо споживали рідко, як правило, коли забивали худобу. Основну його частину переробляли з метою тривалого зберігання: взимку заморожували, навесні засолювали. Побутовув і

такий ефективний спосіб консервування, як вудження. Солонину і вудженину зберігали до великих польових робіт, які вимагали посиленого харчування. Найчастіше м'ясо використовували у вареному вигляді. З юшки приготувляли борщ, супи, а відварене м'ясо додавали до каші. Поширеною була «печеня» - тушковане м'ясо з картоплею або без неї. Із сирі свинини готували традиційну українську страву - ковбасу. М'ясо різали на шматки, добавляли сало, часник, перець, солили і начиняли добре вичищені та промиті кишки. На Східній Україні ковбаси переважно підсмажували або запікали у печі і для тривалого зберігання заливали смальцем. У Галичині ковбаси вудили димом. З товстих кишок, наповнених відвареною гречаною, ячмінною, вівсяною кашею, перемішаною з кров'ю, готували кров'янку. Вареними вухами, язиком, легенями, щеквиною, підчервиною начиняли вичищений шлунок, який потім відварювали у воді чи запікали у печі. Цю страву називали салтисон, кендюх.

Однією з поширених на Україні страв був холодець. Для його приготування впродовж тривалого часу відварювали м'ясо, ноги та голову. Відварене м'ясо відокремлювали від кісток, розкладали у миски, заливали розсолем та ставили у холодне місце, щоб страва затвердла. Їли холодець з гострими приправами: хрінном, гірчицею, перцем, оцтом. Цінним продуктом вважалося свиняче сало. Для тривалого користування його консервували двома способами: солили і вудили. З внутрішнього сала виготовляли смалець. Сало і смалець використовували для смаження різних продуктів, для заправки борщу, юшок та каш, тушкування квашеної капусти. Крім цього, часто сире солоне сало їли з хлібом та часником як окрему страву. Молоко та молочні продукти порівняно з м'ясними споживали частіше. Як правило, молочні страви готували на свята, рідше - у будні. Найпоширенішим було коров'яче молоко: свіже, кип'ячене, парене або кисле. Молоко свіже і кисле пили з хлібом, картоплею. На молоці варили каші, галушки, локшину. З кислого молока знімали сметану, яку споживали як Окремий продукт або як основу для збиття масла. Масло виготовляли різними способами: у макітрі - розмішуючи

сметану дерев'яною ложкою, у бутлях - тривалим збовтуванням, у дерев'яних масницях, більш удосконалених для цієї мети пристроях. Деякі господарки, щоб надати маслу приємного смаку, перед збиванням ставили сметану у теплу піч. Масло і сметану використовували як приправу до страв - вареників, галушок, кулешів, картоплі тощо. На відходах (масляниці) варили пшоняну кашу та пекли оригінальні коржики - мандрики. З кислого, переважно коров'ячого, молока виготовляли сир. Для цього кисле молоко ставили на певний час у теплу піч, щоб воно відігрілося. Відцідивши сироватку, сир відтискували у конусоподібній полотняній торбі - «вороку», яку клали під прес з каміння або підвішували. Для тривалого зберігання сир солили та складали у діжечки. Їли його з хлібом, а також використовували як начинку для вареників, пирогів, дерунів та інших страв. У гірських районах Карпат робили сир з овечого молока. Для штучного заквашування овечого молока використовували спеціально приготовлений з шлунка дво-, тритижневого теляти або ягняти каталізатор - глег. Під впливом глегу молоко швидко густішало. Після збовтування та віджимки одержували сир - бузу. Його деякий час сушили, потім розминали у дерев'яному кориті, добавляли солі, червоного перцю. Приготовлену у такий спосіб масу вигрівали у теплому місці й отримували бринзу. Для тривалого зберігання її щільно набивали у дерев'яні діжечки. І хоча бринза була гострою на смак, її з великою охотою їли з хлібом, картоплею, кулешою, іншими стравами.

Риба та рибні продукти посідали другорядне місце в народній кулінарії українців. Зі свіжої риби варили юшку. Її також смажили, тушкували в сметані. Споживали солону рибу («просол») та в'ялену. Значення риби як продукту харчування зростало у дні посту. Віддавна славилась Україна різними напоями. Ще з часів Київської Русі на українських землях зберігалася традиція вживати мед та пиво. Бджолиний мед розбавляли водою, переварювали, добавляли хміль та відповідні трави. Після бродіння утворювався надзвичайно смачний малоалкогольний напій. Наприкінці XIX - початку XX ст. медовий напій у селянських сім'ях виготовляли лише на великі свята - Різдво,

Великдень. Пиво спочатку варили лише з пшениці, а пізніше з дешевого продукту - ячменю. Наприкінці XIX ст. його майже припинили готувати у домашніх умовах. Традиційними на Україні були різні наливки: слив'янки, вишнівки, тернівки та запіканки. Для їх приготування діжки засипали фруктами та ягодами, добавляли горілку, цукор, мед. Робили також настойки з різних трав та горілки. Однак через високу вартість горілки наливки та настойки вживалися рідко, переважно на свята і в заможних сім'ях. З розвитком капіталістичних відносин народні алкогольні напої все більше витіснялися купленою горілкою. На Україні її стали виробляти ще наприкінці XV ст., спочатку в західних регіонах, а потім і на Наддніпрянщині та Поділлі. З давніх часів горілка вживалась головним чином у побуті феодалів, шляхти, духівництва, заможних міщан. З посиленням колоніального гніту на українських землях правлячі кола Російської та Австрійської монархій здійснювали послідовну політику, спрямовану на споювання трудящих мас. Кількість ґуралень, корчмів, шинків неухильно зростала. Величезні прибутки від державної монополії на виробництво горілки значною мірою використовувались для утримання репресивного апарату та подальшого закабалення українського народу. Надзвичайно популярними на Україні були кваси та узвари. Кваси готували з житнього хліба, буряка, фруктів та ягід, со-ків дерев (береза і клен). Значного поширення набув хлібний квас. Його готували з сушеного чорного, переважно житнього хліба, «малаїв», спечених із житніх висівок, а в деяких регіонах - із житнього, ячмінного або вівсяного зерна. Хлібну основу заливали водою, заквашували сушеними дріжджами домашнього приготування або хмелем. Після декількох днів бродіння квас відціджували і ховали у льох. Його пили, як правило, у гарячу пору року, під час польових робіт. Буряковий квас готували з нарізаних кружечками, складених у відповідний посуд та залитих водою буряків. Їх ставили на певний час у тепле місце. Щоб буряки не темніли, зверху клали дерев'яні кружки. Буряковий квас пили рідко. Його переважно використовували для приготування борщу, хрону тощо. Подібною була і технологія приготування

квасів із фруктів та ягід. Навесні у лісових районах збирали й пили свіжий сік дерев (берези, клена). З них виготовляли квас. Для цього сік зливали у діжки, додавали вощину, ягоди калини або журавлини, іноді підсмажені зерна ячменю або чорний хліб. Після бродіння квас ховали у льох. Досить популярними були фруктові та ягідні узвари. Найчастіше їх варили із сушених груш, слив, вишень, яблук та диких ягід. Вживали узвар щодня і на свято. Всі напої за способом приготування були національними напоями українського народу. Вони широко побутували серед різних верств українського суспільства.

У народному харчуванні українців чільне місце посідала святкова, чи обрядова, їжа. До свят і урочистостей намагалися приберегти та придбати необхідну кількість і відповідного асортименту продукти. Страви приготували особливо старанно, суворо дотримувалися усталених традицій. Споживання їжі також супроводжувалося здійсненням відповідних обрядів і ритуалів. Святковий і обрядовий стіл відрізнявся від повсякденного. Як правило, подавалися перші страви - борщ з м'ясом, густо зварена з пшоном, картоплею та м'ясом кисла капуста. Потім були м'ясні страви, зокрема свиняча, тушкована з картоплею печеня. Часто подавали різні каші, приправлені смаженим або тушкованим м'ясом. Вареники, молочні каші тощо їли як третю страву. На десерт споживали молочний чи фруктовий кисіль, інші напої[10]. Найбагатшим був різдвяний стіл, на який подавали від дев'яти до дванадцяти страв. У цей вечір приготувалися основні види пісних страв, що вживалися впродовж року: кутя, вареники різних сортів, голубці, пироги з різною начинкою, капуста, риба, млинці, хліб, горох, квасоля, цибуля, узвар тощо. На Волині, крім цього, готували ще пенчак - кутю з горохом, картоплею з маком або з бобами, пироги з квасолею, горохом і капустою. У Карпатах і на Поліссі додавалися гриби та сушені фрукти. Взагалі вечеря напередодні Різдва мала сімейний характер і була символом домашнього вогнища. До столу сідали всі члени сім'ї. Обов'язково згадували добрим словом з тих чи інших причин відсутніх членів сім'ї та близьких родичів. Одна з основних страв на

різдвяному столі - кутя, пшенична каша, полита медовою ситою. Часто до неї добавляли третій мак та дрібно посічені горіхи. Кутя на вечері відігравала символічну роль. З нею пов'язано чимало повір'їв, звичаїв, які мали характер пережитків культу померлих, аграрної магії. Велику кількість страв готували на Пасху. Насамперед пекли обрядовий великодній хліб - паску. Тісто для нього виготовляли з найкращих сортів борошна. До нього додавали масло, яйця, цукор. Пекли паски напередодні Великодня, у суботу. Цій події надавали дуже великого значення. Вважалося, що від того, як вийде паска, залежала доля усієї сім'ї впродовж року. Перед вживанням цей обрядовий хліб освячували в церкві. На Пасху випікали також калачі у вигляді подовжених плетінок. З ними ходили поздоровляти родичів. Подібні калачі пекли і на Новий рік. Обов'язковою стравою на пасхальному столі були крашанки - круто відварені та пофарбовані курячі яйця. Згідно з традиційними віруваннями вони символізували весняне відродження природи, продовження року. У гірських селах великоднім яйцям приписували магичну силу плодючості. Як правило, святкова трапеза розпочиналась із споживання свяченої крашанки. Її розрізали на стільки частин, скільки було присутніх членів сім'ї. Потім подавали інші страви, серед яких чільне місце посідали м'ясні: ковбаса, холодець, вуджене м'ясо, смажена свинина, а також масло, сир (у горян - бринза), ряжанка, хрін і т. д. Завершувався великодній обід паскою.

Чимало різноманітних страв, напоїв, печива готували на весілля, яке на Україні вважалося важливим сімейним святом. Традиційна їжа, що подавалася на весіллі, повинна була показати значимість цієї події у житті молодих та згідно з побутуючими уявленнями забезпечити міцність нової сім'ї. Обов'язковим атрибутом весільного обряду був коровай - великий здобний хліб, випечений з квасного тіста. Для його приготування використовували високоякісне пшеничне борошно (лише у деяких районах Чернігівщини, Волині, Карпат застосовували житню муку), масло, яйця. Увесь процес замішування тіста і випікання короваю відбувався урочисто і пишно, супроводжувався спеціальними піснями та магичними діями. Зверху коровай

прикрашали різними фігурками з тіста - голубками, шишками, качечками, які мали символізувати любов, урожай, плідність, вірність. За прикраси вико-ристовували квіти, виліплені з тіста, калину, сушену вишню, барвінок, паперові стрічки, прапорці. Іноді в середину клали монету або пару яєць. Виготовлення ритуального печива зумовлене не тільки традиціями, а й естетичними уподобаннями, що виявлялося в постійному бажанні прикрашати хліб, одяг тощо. На інші сімейні урочистості готували простіші страви, відповідно й асортимент їх був бідніший. Зокрема, на хрестини в деяких регіонах України пекли спеціальний хліб, а також баба-повитуха варила кашу («бабину кашу»). Глечик з кашею розбивали об ріг столу і ту частину страви, яка зали-шалась в руках, клали на стіл, щоб потім з'їсти. Каша у цьому ритуалі символізувала продовження роду. Інші страви, що подавали до столу, не мали обрядового навантаження. На поминки варили з пісної крупи (ячної або пшеничної) кашу - (коливо), яку заливали медовою ситою. Кожен з присутніх повинен був скуштувати три ложки колива. У деяких регіонах пекли поминальний книш- круглий пшеничний хліб, розрізаний навхрест. У поминальні дні його роздавали шматочками жебракам. Інші страви, що подавали на поминальний обід, були звичайною їжею для даного регіону. Деякі зміни у народному харчуванні українців відбулися у радянський період. Зменшилися відмінності у їжі сільського та міського населення, жителів різних регіонів України. Збільшилося споживання продуктів харчування на душу населення. І хоча зберігається традиція переваги рослинної їжі в раціоні українців, значно зросла питома вага м'ясних, рибних, молочних страв. Одночасно спостерігається збільшення споживання фруктів та овочів, у тому числі південних, а також різних продуктів і спецій, імпортованих з інших країн.

Загалом відбулося деяке поліпшення якості харчування населення України, досягнуто це було переважно внаслідок зменшення низькокалорійних (із незадовільними смаковими характеристиками) страв, напоїв, способу приготування, кон-сервації та зберігання продуктів,

запозичених в інших народів. Водночас надмірна хімізація, не завжди контрольоване вживання отрутохімікатів, науково необґрунтовані експерименти у сільському господарстві і, зокрема, у тваринництві, орієнтація переробної промисловості лише на кількісні показники різко погіршили якість сільськогосподарської продукції. Все це спонукає нас згадати народні традиції та поміркувати, як їх можна використати у сучасному харчуванні українців.

Лібералізація винного законодавства (скасування ліцензії на гуртову торгівлю вартістю 500 тис. грн у 2016 році; спрощення процедури ліцензування у 2018-му) дала серйозний поштовх для розвитку гаражного виноробства в Україні. По всій країні стали з'являтися невеликі господарства з власними виноградниками, власники яких випускають авторське вино обмеженими партіями. Як вважає Сергій Клімов, засновник Kyiv Food and Wine Festival, співвласник та ідеолог винних барів Like a Local's, найчастіше такий крафтовий продукт за якістю набагато кращий за вина великих виробників. До слова, навіть поява мережі барів Like a Local's, де продається винятково українське вино, говорить про те, що в країні за останні роки виріс інтерес до вітчизняного продукту.

Отже, українські туристи усе більше подорожують, пробують нові вина з різних куточків світу, змінюють свої переваги, підвищуючи і розвиваючи культуру споживання вина. Імпорт продовжить набирати обертів, і однією з причин цього є скасування держмити. Українська кухня дуже багатогранна, народне харчування — важливий елемент матеріальної культури. Його склад, якісні характеристики залежать від багатьох чинників. Це передусім історичні, соціально-економічні, культурно-побутові, географічні умови проживання етносу, традиції, напрями і ступінь розвитку сільського господарства. У зв'язку з тим, що їжу необхідно готувати систематично і цей процес нерозривно пов'язаний із сімейним побутом, народне харчування залишається найстійкішим компонентом матеріальної культури. Страви та способи їх приготування виступають специфічними ознаками національних особливостей кожного народу.

2.2. Особливості розвитку регіонального гастрономічного туризму (на прикладі турів по Одеській області)

Гастрономічний туризм є одним з перспективних напрямів розвитку світового господарства. В умовах трансформації економіки України підвищення ефективності функціонування цієї галузі набуває особливої актуальності, беручи до уваги її вплив на прибутковість та розвиток різних сфер суспільного виробництва, розв'язання широкого спектра соціально-економічних проблем країни. Розвиток регіональної системи гастрономічного туризму України тривалий час не був досліджений діячами національної науки. Так, немає належного дослідження на тему передумов виникнення гастрономічного туризму в світі, Україні та в окремих регіонах та областях України, немає достатньої кількості досліджень на тему розвитку гастрономічного туризму в Україні та його впливу на економіку країни в цілому. Однією з причин відсутності досліджень є відсутність регіональної статистики, відсутність даних про мету подорожі туристів, які відвідують Україну, не існує динамічних показників кількості закладів ресторанного господарства як в Україні, так і в конкретному регіоні України. Серед українських науковців, які досліджували регіональну систему гастрономічного туризму є Агеєнко О.Г., Антоненко В.Г., Бабкін О.В., Басюк Д.І., Божук Т.І., Вишневська Г.Г., Комарніцький І.О., Кукліна Т.С., Расулова А.М., Саламатіна С.Є, Стельмах О.А., Каурова А.Д., Коваленко К.Ю., Матвеев В.В., Прокопчук Л.А. та інші. Роботи даних дослідників стосуються гастрономічного туризму в Україні, впливу гастрономічного туризму на економіку України, на розвиток гастрономічного туризму в окремих регіонах країни. Але не зважаючи на широкий діапазон тем досліджень, незначна увага приділяється моделюванню управління регіональним розвитком в сфері гастрономічного туризму.

Туризм – це складна система, яка тісно пов’язана з економікою країни. Гастрономічний туризм, як і будь-який інший вид туризму, тісно пов’язаний з іншими сферами господарства – з готельним, транспортним господарствами, зі сферами зв’язку, продовольчою, виробничою сферами тощо. Гастрономічний туризм є специфічним елементом регіонального розвитку і задля успішного і керованого функціонування повинен опиратися на визначену державну політику[11].

Отже, сфера гастрономічного туризму потребує державного регулювання і особливих законодавчих документів. В сучасному світі не існує домінуючої моделі державного регулювання регіональної системи розвитку гастрономічного туризму. Більшість країн використовують власні моделі. Виділяють три основних типи моделей державної участі в регіональному розвитку туристичною діяльності, в тому числі й гастрономічного туризму. Модель номер 1 передбачає відсутність центрального органу державної туристичної адміністрації, всі проблеми вирішуються в межах регіону. Розподіл фінансування також відбувається в межах регіону. Дана модель дозволяє регіону вирішувати на які потреби підуть виділені кошти. Перевагою даної моделі є те, що місцеві органи влади в середині регіону є більш обізнаними в питаннях проблем свого регіону і зможуть більш точно використати фінансування. Недоліком є те, що за даної моделі можливий розвиток корупції та присвоєння державних коштів та ресурсів. Схожа модель використовується в Сполучених штатах Америки з 1997 року, Україна планує перейти до подібної моделі в наступні роки. Наступна модель (номер 2) припускає створення центрального туристичного органу – міністерства, яке контролюватиме діяльність усіх підприємств, пов’язаних з туристичною галуззю, в тому числі з галуззю гастрономічного туризму. Перевагами даної моделі є те, що центральний орган буде мати вузьку спеціалізацію, що дозволить бути максимально обізнаним у питаннях туризму. Негативною стороною є те, що через те, що туризм пов’язаний з дуже великою кількістю сфер, міністерству буде важко визначити межі своєї роботи. Дана модель

використовується в Єгипті, Мексиці, Тунісі, Туреччині та в інших країнах, де туризм є однією з головних галузей економіки. Третя модель зазвичай присутня розвиненим європейським державам. Дана модель передбачає створення туристичного підрозділу в межах багатогалузевого міністерства. При цьому цей орган, що відповідає за розвиток туризму в країні, здійснює діяльність у двох напрямках: вирішує загальні питання державного регулювання (розробка нормативно-правової бази, координація діяльності регіональної представницької й виконавчої влади, міжнародне співробітництво на міждержавному рівні, збирання й обробка статистичної інформації тощо) та спрямовує й координує маркетингову діяльність (участь у виставках і міжнародних об'єднаннях у туристичній сфері, управління туристичними представництвами своєї країни за кордоном тощо). В більшості країн, в яких туризм набрав високого рівня, при міністерстві створюються організації, які займаються розробкою програм розвитку різних видів туризму в регіонах (включаючи гастрономічний туризм). Наприклад, у Великобританії – BTA (British Tourist Authority), в Ірландії - Irish Board, в Іспанії - Turespana, в Італії - ENIT, у Норвегії - NORTRA тощо. Вони займаються розміщення представництв по туризму в інших регіонах та інших країнах. Отже, державна модель розвитку регіональної системи всіх видів туризму є надзвичайно важливою. Правильно обрана модель забезпечить вірний розподіл фінансування, стабільне надходження коштів від туристичної галузі до державного бюджету. Туристична галузь може стати розвиненою галуззю економіки і приносити стабільний дохід країні.

Головною особливістю гастрономічного туризму Одеського регіону є поєднання кулінарних традицій багатьох народів. Одним із факторів, який притягує тисячі туристів до місць вирощування винограду та виробництва вина, є численні обряди, пов'язані з цим видом діяльності людини. Не винятком є і Одеський регіон з його багатонаціональним населенням та приказками для застільних промов-тостів. Будь-яка гастрономічна туристична подорож має допомогти гостю сформуванню своє уявлення про Україну, а саме

Одеський регіон. Гастрономічні маршрути діляться на кілька типів: дороги вина, дороги смаку, дороги вина і смаку. Вони є інструментами для створення і комерціалізації гастрономічних маршрутів як туристичної пропозиції. Південь Одещини, а саме Бессарабія, має величезний потенціал як об'єкт гастрономічного туризму. Сприятливими факторами є мультинаціональність регіону, наявність ресурсної бази, розвинена інфраструктура, розвиток сільського господарства. Болгарські смачні страви, солодощі турецького походження, українські солонощі, гострота гагаузьких страв, запечені страви російської кухні, молдавські мамалига та різноманіття фруктів і овочів, чудова їжа та прекрасна природа – основні переваги Одещини. Україна володіє великим потенціалом для розвитку винногастрономічного туризму, проте використовує його не в повному обсязі. Найбільш наближеною за кліматичними характеристиками є південна виноробна частина України, такі виробники, як ТМ «Колоніст» (Придунайська Бессарабія, Одеська область), виноградники якого знаходяться на одній широті з Бордо (Франція) та П'ємонтою (Італія). В Одеській області виноградарство розвинене у 12 адміністративних районах. В останні роки площа насаджень винограду в області збільшується. Для туристичної індустрії вино є суттєвим чинником привабливості туру, мотивом спеціальної подорожі, елементом харчування, лікування та розваг. Для виноробних підприємств винний туризм – гарний спосіб привернути увагу до своєї торгової марки, завоювати тривалу прихильність споживача, збільшити обсяги своїх продажів, а також дієвий засіб боротьби з фальсифікацією продукції. Таким чином, розвиток винного туризму може забезпечити надходження додаткових інвестицій до області та підтримку місцевих виробників. З метою розвитку ринку винного туризму в Одеському регіоні ще у 2009 р. компанія «Шабо» відкрила перший в Україні «Центр культури вина Шабо», головною метою якого стало підвищення культури споживання благородних напоїв. «Центр культури вина Шабо» розташований безпосередньо на місці виробничого комплексу компанії «Шабо», в одному з найдавніших виноробних регіонів Європи, традиції якого

були закладені ще в античні часи. Це єдиний в Україні культурний центр, який об'єднує діюче високотехнологічне підприємство, стародавні винні підвали, дегустаційний зал, експозиції сучасного скульптурного та архітектурного мистецтва, а також унікальний Музей вина та виноробства. «Центр культури вина Шабо», вже включено комісією Ради Європи до туристичних карт європейських винних маршрутів. З недавніх пір це селище приваблює туристів не тільки винами, а й сучасною «Європейською сироварнею», яка працює за голландською технологією. Туристичні маршрути невеликими господарствами дуже популярні в Європі, вони навіть діляться тематично: дороги вина, дороги смаку, дороги вина та смаку – рибні, сирні, медові, оливкові, фруктово-ягідні та багато інших маршрутів.

В Одеському регіоні гастрономічний туризм тільки зароджується – відсутні тури в чистому вигляді, але елементи його доволі яскраві. В регіоні пропонують тури «Гастрономічна Бессарабія», «Фрумушика-Нова», що дозволяють ознайомитися з гастрономічними особливостями болгарського, гагаузького та молдавського народів, наблизитися до їх культури. В Україні спроби розробити і презентувати винні тури здійснюються виноробними підприємствами південних регіонів України. Так, у 2007 р. Всеукраїнська Асоціація виноробів і сомельє, а також Школа сомельє ТОВ «Майстер-клас» спільно з Інститутом туризму Федерації профспілок України вперше в Україні почала розроблення винних турів по країні. У цей проект були залучені виноробні підприємства південних регіонів України – винзавод «Шабо», Одеський завод шампанських вин, Одеський коньячний завод ТМ «Шустов», ТМ «Вина Гулієвих», ТМ «Колоніст». В Одеській області щороку відбувається 5 виноробних фестивалів. Найбільш відомими для національного туриста є Фестиваль аматорського вина «Живе вино України», Свято бесарабського вина і Фестиваль молодого вина. Є також фестивалі суто гастрономічного спрямування («Свято дунайського оселедця»). Не менш відомий у регіоні музей коньячної справи «Шустов»: відвідування купажного цеху, екскурсія з дегустацією різних видів коньяків та розповідями про Одесу, вір-дегустації

коньяків 50-річної витримки, Метр де Ше – створення особистого коньячного купажу, а також дегустація вин на заводі «Французький бульвар». Це завод із багатою історією, яка починається з 1857 року, коли французький купець Ф. Нуво заклав тут винні підвали[12].

В Україні офіційно з'явився і дуже добре себе почуває гастро-туризм. Це світова, останнім часом дуже популярна тенденція, яка продовжує набирати обертів. Особливу роль у гастро-туризмі грають невеликі локальні виробники з продукцією свого регіону та душевним прийомом гостей. Звісно, можна було їздити на маленькі ферми з дегустаціями і раніше, але тепер це офіційно, сертифіковано, з інформаційною підтримкою в ЗМІ, з піаром закордоном, з вказівниками (навіть біг-бордами на трасах!), з піклуванням про харчову безпеку туристів та з масштабними, далекосяжними планами.

Перші еногастрономічні маршрути в Україні розробили в Одеській області у рамках проекту ЄС “Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні”. Їх об'єднали під спільною назвою Дорога вина і смаку Української Бессарабії.

Процес створення та налагодження всіх процесів тривав 2 роки, результати виявилися успішним і зараз схожі маршрути розбудовують у інших регіонах. На черзі – Закарпаття, презентація для туристичних операторів відбулася вже у жовтні 2020 р. Вони повезуть гостей за маршрутами в туристичному сезоні 2021 р. Також триває підготовка Доріг вина та смаку Херсонщини, Миколаївщини (в майбутньому ці регіональні дороги планують поєднати в Південний український винно-гастрономічний шлях), Прикарпаття та Криворіжжя.

Як це працює? Серед усіх видів туризму гастрономічний сьогодні – найбільш трендовий. Щорічні надходження у світі до коронакризи сягали \$150 млрд. Туристичні маршрути невеликими господарствами дуже популярні в Європі, вони навіть діляться тематично: дороги вина, дороги смаку, дороги вина та смаку – рибні, сирні, медові, оливкові, фруктово-ягідні та багато інших маршрутів. У ЄС порахували: середній чек звичайного туриста дорівнює €50,

а середній чек туриста саме гастрономічного маршруту – €200. Об'єм виробництва у малих господарств Одеської області, які стали учасниками Дороги вина та смаку, після того збільшився на 30% (це враховуючи, що був карантин). З появою еногастрономічних маршрутів у регіоні виграє одразу багато-хто: туристи приємно проводять час та знайомляться з унікальними особливостями місцевості, про які раніше, можливо, і не здогадувалися. Наприклад, в Одеській області є не лише море чи сама Одеса, а й чудове, якісне вино з українських сортів винограду – Тельті-Курук від SHABO, Одеський Чорний, Сухолиманський Білий від “Колоніст” та TMVilla Tinta, смачна болгарська бринза, м'ясні делікатеси від “Балканські Ястія”, а у Вилкове готують виняткову липованську рибну юшку. У гастрономічних подорожах можна дізнатися про повсякденне життя, історію та культуру країни часом більше, ніж в класичних екскурсійних поїздках (тим паче, коли вони набридли чи все вже передивилися). Туристи особисто знайомляться з сім'ями, які десятиліттями займаються вирощуванням винограду, сироварінням, виготовленням повидла чи сигар. І звісно, продукція на виробництві, в товаристві людей, які її зробили, в особливій атмосфері смакує краще. Поблизу маршрутів розвивається інфраструктура, відкриваються сільські садиби, з'являється потреба в послугах перевізників, екскурсоводів, виробників сувенірів, рекламодавців.

Гастрономічний тур актуальний увесь рік – сезонності немає. А в деякі місця навіть краще приїздити в не сезон: на виноробні чи господарства, які займаються виготовленням оливкової олії, збором трюфелів – восени. В цей же час часто проводяться гастрономічні фестивалі та кулінарні шоу. Всі ці події та дегустації можна відвідати і самостійно, і в складі туристичної групи. Гастротуризм в Європі, наведемо кілька прикладів гастротуризму в ЄС. В країнах Середземномор'я дуже популярні Дороги оливкової олії. Виробництво олії в Греції, Італії, Іспанії – не лише важлива складова економіки, а ще й дуже цікавить туристів. От, для прикладу, один із сайтів Дороги оливкової олії в Греції. Серед іншого, вони пропонують “тур оливкового врожаю” в “найбільш

оливковому” грецькому регіоні – Каламата. Ціна – €55. В програмі: тригодинна екскурсія плантаціями оливкових дерев, яка починається з відвідування замку Андрюса (13 ст.); збір врожаю з місцевими в традиційний спосіб, з допомогою сіток; відвідування фабрики. Біля чавильного пресу 1904 р. олійник у п'ятому поколінні пояснить групі процедуру видобутку свого продукту та пригостить безпосередньо з сепаратора свіжою та теплою оливковою олією; міні-семінар досвідченого дегустатора; дегустація місцевих продуктів на основі оливкової олії: оливкова паста, різні сорти оливок, оливковий мармелад, сушений інжир, кунжут із медом, палички з оливковою олією, місцевий сир, тощо.

Дороги оливкової олії є і в Хорватії, в регіоні Істрія. Вони навіть мають спеціальне маркування, яке видно з машини на дорозі. Багато фірм пропонують тури з відвіданням не лише олієнь, а й на господарства, які виготовляють особливі для регіону в'ялене м'ясо – пршут, відомі істрійські трюфелі, продукцію з лавандою та, звісно, вино з автохтонних для Істрії сортів винограду – Мушкат Мом'янські, Мальвазія Істрійська та Теран. От список винних господарств Істрії, які запрошують на дегустації – 30 найменувань!

Окрема тема – винні події, їх теж цілий список: Фестиваль винограду, Фестиваль істрійської Мальвазії, Дні мускату та трюфелів, та ін. Пропоную для прикладу розглянути одну, скажімо, Istria Wine & Walk в травні. Учасники отримують дегустаційний келих і карту маршрутів у пункті відправлення та вирушають у винну подорож лабіринтом виноградників та оливкових гаїв. Кожні 2 км місцеві виробники зустрічають їх на дегустаційних зупинках зі своїми стравами та напоями, а також можна заходити в мистецькі галереї та винні погребі. Врешті учасники маршруту приходять до оглядового майданчика, звідки відкривається красивий вид на гори та море вдалині, а також до природного парку Шкарліне зі струмками та озерами. За день можна пройти до 20 км. А от, наприклад, сайт однієї з винних столиць Німеччини, міста Майнц – там десятки варіантів турів на виноградники, готелів, ресторанів неподалік та інших послуг для туристів. В середньому прогулянка

тривалістю 3 години та дегустація 5 вин коштує €25 з людини. В сусідній з Хорватією Словенії, яка площею менша за Хмельницьку область, Дороги вина і смаку надзвичайно популярні. У другому найбільшому місті країни Маріборі росте найдавніша виноградна лоза в світі, якій уже понад 400 років. Від неї розходяться три винних маршрути, які можна проїхати на велосипеді. Вони пов'язані між собою міжнародним Винним маршрутом ерцгерцога Йогана, що проходить від австрійського Граца до словенського Марібора. А якщо ви не дуже любите крутити педалі, можна проїхати сільськими винними дорогами на електровелосипеді. От список винних господарств Словенії, які запрошують на дегустації – кількість вражає!

Одну зі словенських гастрономічних місцин Віпавську долину відомий видавець туристичних путівників Lonely Planet включив у десятку кращих напрямків Європи якраз із акцентом на Дорогах вина та смаку. Віпавський маршрут теж спланований для велосипедистів, але іншим туристам насправді буде, чим зайнятися. Місцеві жителі запропонують безліч характерних для регіону страв і делікатесів: юшку віпавська йота, в'ялений на середземноморському вітрі пршут, солодкі штруклі і штрудель із фруктами. Я хотіла би продемонструвати масштаб маршруту, надавши такі приклади: список виноробень долини: список господарств, які готують локальні страви, список господарств, які виготовляють оливкову олію; список сироварень. Це при тому, що Словенія – справді дуже маленька країна. А важковаговики на кшталт Франції та Італії просто шокують масштабами. 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. Експертка із питань еногастрономічного туризму Олена Мотузенко має великий досвід відвідування та роботи з гастро-маршрутами в Європі, бо три роки працювала у науково-практичних проектах в Італії та в рамках проекту Wine Week розробляла маршрут, адаптований для російськомовних туристів

на Апеннінах. “Подорож європейськими винними маршрутами дуже захоплива, – розповідає вона Lowcost.Ua. – Є окрема ніша, яка в Україні поки взагалі не представлений – це СПА на продуктах виноробства. В Європі є чудові винні бутік-готелі, де туристи можуть проходити корисні для здоров’я процедури, різні маніпуляції з олією з виноградних кісточок, приймати ванни – великий спектр послуг. Ви можете будь-якою міжнародною мовою зауглити «винна дорога + регіон Європи, який вас цікавить» і одразу отримаєте масу інформацію [13].

У селі Струмок Одеської області місцевий фермер робить авторські вина та планує виробляти олію з виноградних кісточок і розвивати винний туризм. Господарство Валерія Петрова налічує 76 га виноградників, частина з них - столові сорти. Щорічно з гектара фермер отримує 2–3 т врожаю, на вино йде 30–40 т. Щороку реалізується близько 20 т вина. Пляшка авторського вина з господарства Петрова коштує 230–250 грн, повідомляє segodnya.ua. У виробництві унікальних вин задіяна вся сім’я Петрових. Сезонних працівників (15–20 чоловік) беруть тільки на обрізку ранньою весною й на збирання врожаю. Фермер побував практично скрізь, де виробляють вино: у Європі, Південній Африці, навіть у Канаді, Чилі та Новій Зеландії. У Франції стажувався. На його думку, різницю між магазинним і авторським вином можна вловити лише в порівнянні. Ті, хто бував за кордоном її знають, іншим треба дати спробувати.

Багатьох туристів приваблює виноробня «Колоніст». Її заснували 15 років тому. За цей час бренд встиг розійтися по країні. Винне господарство найвищого класу, унікальні виноградники, красивий природний заповідник. Все це знаходиться в одному місці. Саме там ви знайдете цінні зразки напоїв. Також варто відвідати Болградський винний завод. Ще одне популярне господарство в Одеській області. Нові знання та дегустація вин не є єдиним плюсом. Раніше такі екскурсії недооцінювали, зараз вибудовуються черги. Виділяють такі переваги: тур по місцевим заводам; Екскурсія по виноградниках; Дегустація рідкісних вин; Можливість навчання у самого

сомельє; Історична довідка; Можливість купити пляшку вподобаного напою. Виноробство прирівнюють до мистецтва, яке зараз доступно кожному. Тури орієнтовані на широку аудиторію. Сподобається представникам будь-якого віку.

Вирушаючи в Одесу, молодь часто вирушає в Great Wine. Це винний клуб, який представляє собою відразу бар, магазин, літній майданчик. В асортименті знайдуться українські вина, європейські, американські екземпляри. Якщо вам хочеться більше зануритися в історію і специфіку створення, є пропозиція. Відправляються на популярну екскурсію на завод шампанських вин Одеси. Там професіонали розкажуть про всі тонкощі, покажуть підвали з цінними пляшками і запропонують дегустацію. Практично такі ж послуги пропонує і виноробня «Колоніст». Кожен зануриться в атмосферу створення улюбленого напою.

Розвиток алкотуризму в межах Одеської області є актуальним та перспективним напрямом, адже Одещина зберігає давні унікальні традиції виготовлення локальних вин і міцних спиртних напоїв. Однак на сучасному етапі в Одеській області спостерігається певний пріоритет розвитку суто винного туризму [6], що пояснюється лідерством Одеського регіону серед виноградно-виноробних регіонів України завдяки своїм унікальним сортам винограду й особливим типам вин. Виноградне вино є одним з найпопулярніших у світі алкогольних напоїв. Адже цей древній благородний напій займає особливу нішу серед харчових продуктів – вино зігріває, лікує, веселить, приносить задоволення. Сьогодні модно шукати оригінальні смаки і аромати. Це нові враження та емоції, до яких завжди прагнуть люди. Так, наприклад, позитивне сприймання людьми дозвілля полягає в відчуттях та емоціях від туристичної подорожі, враженнях і спогадах про поїздку.

Сирний туризм - це один з різновидів гастрономічних подорожей. Мета такої поїздки - відвідання місцевості, яка спеціалізується на виробництві будь-якого виду сиру. У світі є кілька визнаних країн-лідерів, де майстерність сироваріння досягло неймовірно високого рівня, а сам продукт став стійке

асоціюватися з місцем свого походження. На сьогодні в Одеській області сирний дегустаційний бізнес лише набирає популярності. Світова культура споживання сиру активно запроваджується на Україні і є привабливим сегментом розвитку Одеської області. Сучасному туристу цікаво не тільки відвідувати сирні бутики чи ресторани, а й побувати безпосередньо на виробництві, сирній фермі чи на підприємстві, що виробляє сир. Його основне бажання полягає у набутті нових знань від сировини- молока , до кінцевого продукту- сиру, історії виникнення сироваріння, видів та типів сиру, різноманітності технології сирів та правил подавання, споживання, поєднання з напоями. Сирне виробництво Одеської області хоч і знаходиться тільки на стадії зародження, але набирає поширення, особливо з розвитком сільського та зеленого та гастрономічного туризму, звичайні сироварні чи сирні заводи перетворюються на туристичні об'єкти, радо зустрічають туристів і популяризують культуру споживання сирів. Відроджуються старовинні рецептури і технології, запроваджуються нові, використовується досвід передових європейських країн.

Якщо говорити про каву, як зазначає О.О. Меліх [16], то ринок кави в Україні теж зростає. Є однак всі підстави вважати, що з огляду на давні стосунки України і Османської імперії, козаки мали куштувати каву майже одночасно з османами. За деякими даними, перші кав'ярні на території сучасної України з'явилися ще в 1670 році. Стверджують, що після перебування османів вживання кави стало поширюватися і по Європі, коли османи пішли туди далі війною. Історично не доказано, але у м. Львів є легенда про першу кав'ярню в Україні у 1871 році. У цьому ж місті відбувається щорічне свято – «На каву до Львова». Екскурсійна справа у м. Одеса відстоює свою версію у першочерговості появи кави. Легенда наголошує, що у місті працювала кав'ярня грека Аспоріді (ліворуч від Одеського Національного Академічного театру Опери та Балету), де за грубими дерев'яними столиками у 1879 адмірал де-Рібас святкував взяття фортеці Хаджибей.

Міжнародний проект «Море вина» реалізується командою Одеського національного технологічного університету (ОНУТ) спільно з такими провідними партнерами, як Міжнародний центр досліджень та освіти в галузі агробізнесу Вірменії (ICARE), Фонд «Грузинський центр розвитку агробізнесу» (Грузія) та Університет Арістотеля в Салоніках (Греція). Як відомо, Чорноморський регіон є колискою світового виноробства. Мабуть, неймовірно знайомо, що країни з цих територій вирішили не змагатися за гучність, а розвивати спільний бренд винного туризму. Мета проекту The Sea of Wine – допомогти винним і туристичним компаніям, готелям і ресторанам цих чотирьох країн розробити спільні сучасні підходи до просування продуктів і послуг. Незабаром запрацює платформа проекту seaofwine.travel, на якій будуть представлені винні маршрути України, Греції, Грузії, Вірменії, а також спільний маршрут країн-партнерів – Чорноморський винний шлях. Тож вибрати напрямок і спланувати подорож можна прямо з дому. Завантаживши додаток, у еногастрономічних туристів усі винні маршрути завжди будуть під рукою – вибирайте та подорожуйте. Платформа ІКТ (інформаційно-комунікаційні технології) є дуже важливим продуктом для спілкування. Сьогодні просунутий турист обирає саме такі платформи, які мають вбудований крос-постинг із переходом у соцмережі та інші сучасні опції (до речі, у проекту «Море вина» вже є сторінки в Instagram та Facebook). Це інтерактивна платформа, яка надає систему оцінки маршрутів і виноробень, де ви можете залишити свій відгук. І такий зворотний зв'язок, зауважимо, безкоштовний, але він дає неоціненний маркетинговий досвід кожній виноробні-учаснику. Крім англійської, сайт і мобільний додаток будуть доступні місцевими мовами: українською, вірменською, грецькою та грузинською. Мобільний додаток для гаджетів можна завантажити в App Store або Google Play. Він простий і зручний у використанні. На ній представлені онлайн-маршрути, створені фахівцями. Платформа є більш розвиненою, оскільки вона підключена до Google Maps. Крім того, працює система фільтрів і хештегів за інтересами. Відвідувач зможе самостійно сформувати свою

подорож, обравши те, що йому цікаво. Веб-сайт розроблений відповідно до останніх сучасних тенденцій веб-дизайну, щоб він був цікавим, корисним і зрозумілим з точки зору взаємодії з користувачем. Усі країни-учасниці представлені на головній сторінці. Тут відвідувач може вибрати той, який його цікавить, і перейти на його сторінку. Далі подано загальну інформацію про виноробство регіону, винні маршрути. Ви можете зайти на сторінки виноробень або скористатися хештегами та фільтрами, щоб дізнатися, що є поблизу, наприклад, культурні пам'ятки, архітектура, готелі та ресторани, фестивалі тощо. Також є інформація про мову, якою можна проводити екскурсію, та способи оплати послуг. Створивши власний маршрут, ви можете за допомогою сучасного сервісу зберегти його опис, карту, локації у форматі PDF, таким чином створивши свій офлайн путівник. Крім того, на сайті представлені туристичні агентства та туроператори, через яких можна замовити поїздку. На сторінці Україна розробники приділили велику увагу сортам винограду, зокрема місцевим одеським чорним, суходоліманським та європейським сортам, які чудово культивуються в українському Причорномор'ї. Тому платформа проводить просвітницьку роботу в ширшому розумінні, щоб гість ще до відвідування виноробні був поінформований про особливості місцевих вин тощо. Це важлива інформація і для фахівців з інших країн, тому що, на жаль, теж Про українське виноробство у світі мало знають. З цією ж метою створено розділ блогу з цікавими дослідженнями та тренінгами. ІКТ-платформа та мобільний додаток Sea of Wine – це зручні інноваційні інструменти, які надають енотуристам усього світу необхідну інформацію про маршрути, країни та їхні пропозиції. Це інструмент, який розширює горизонти.

Отже, проаналізувавши роботи проф. Меліх О.О., доц. Калмикова І.С., проф. Саркісян Г.О, можемо сказати, що саме вони розробили концепцію маршруту "Дороги вина та смаку" в Одеській області. Крім того, на даний момент вони ще реалізують проєкт "Море вина" який є основою розбудови справжніх винних доріг. Багато видів туристичної активності

супроводжуються вживанням алкогольних напоїв, зокрема вина. З кінця 1990-х років енотуризм користується все більшою популярністю як у традиційних, так і в нових виноградарських регіонах. І дослідження для розуміння того, чому люди їдуть у виноробний регіон, разом з чинниками, що впливають на їхню поведінку, пов'язані перш за все з вином. Тому огляд широкого спектру еногастротуризму Одеського регіону є актуальним і одним із надзвичайно важливих аспектів туристичної мотивації.

2.3. Виноробство та локальні продукти в Україні: сучасний стан і перспективи

Виноградарство в Україні має багатовікову історію. Найбільші площі виноградників були в 60-х роках минулого століття і складали близько 400 тис. га. Проте на сьогодні площа виноградників скоротилася майже в 5 разів і продовжує скорочуватись. На сьогодні їх площа становить близько 40 тис. га. В основному виноградники зосереджені в Одеській, Херсонській, Миколаївській, Запорізькій та Закарпатській областях. Географічно виділяється 6 основних виноробних регіонів України, 15 макрозон (винних районів) і 58 мікрозон, хоча законодавчо ці зони не закріплені. У зв'язку з останніми кліматичними змінами географія виноградарства України значно розширилась на північ і охоплює майже всю Україну. А саме збільшилась ще на 15 областей, що в майбутньому призведе до зростання площ виноградників. Це є однозначно перспективою для розвитку та дослідження цих виноградарських зон на тему, які саме сорти підходять під ці нові кліматичні умови. Виноробна промисловість України представлена підприємствами первинного та вторинного виноробства. Основним видом сировини для виробництва вин є виноматеріали. Окрім потужних винзаводів, які мають по близько тисячі гектар власних виноградників, створюються малі виноробні господарства, які роблять свій внесок у розвиток культури споживання і

виробництва вина в Україні шляхом виробництва авторських вин, проведення дегустацій вин, проведення винних фестивалів.

Основними сортами в Україні є Аліготе, Бастардо магарацький, Каберне Совіньйон, Мерло, Мускат, Одеський чорний, Піно, Рислінг тощо. Хоча існує тенденція до зменшення кількості виробництва вина в порівнянні з 2016 роком, проте у 2020 році було виготовлено 119 мільйонів літрів вина. У 2020 році Україна експортувала 14,4 мільйона літрів вина, що вдвічі більше, ніж у 2019 році, хоча імпорт вина в Україну в 2020 році зріс на 22% порівняно з 2019 роком. Незважаючи на це, в Україні розвивається виноградно-виноробна галузь. В умовах глобалізації ринку вина та вступу України до СОТ конкуренція загострюється, що потребує перебудови галузі таким чином, щоб її продукція відповідала високим вимогам ринку. У 2009 р. була розроблена і затверджена Галузева Програма виноградарства та виноробства України на період до 2025 року, на жаль, вона не діє в повному обсязі. Метою Програми була реалізація державної політики України щодо регулювання розвитку цієї галузі економіки, концентрації фінансових, матеріально-технічних та інших ресурсів, виробничого і науково-технічного потенціалу для розв'язання головних проблем галузі[14]. Хоча багато найважливіших понять законодавчо взагалі не закріплені, або наявні закони не відповідають сучасним вимогам світового ринку виробництва вин. Вкрай необхідні закони і нормативні акти щодо правил маркування вин, методів класифікації, контроль найменувань за походженням, закон про систему контролю якості й орган контролю або інститут. Потрібно збільшувати посадки, відновлювати і закладати нові розсадники винограду, а головне покращувати якість вина з визнаних міжнародних сортів, які чудово ростуть на території України, а також розвивати місцеві аборигенні сорти, яких в Україні досить багато. Проте існують загальні проблеми галузі: зараз в Україні з 2019 р. очікується створення десятків малих виноробних господарств. Закладення насаджень садивним матеріалом низьких селекційних категорій. Невідповідність сортового складу виноградних насаджень вимогам виноробства. Низька

ефективність виробництва винограду, яка зумовлена високою долею старих та зріджених виноградних насаджень, що підвищує собівартість і знижує конкурентоспроможність столового винограду та вітчизняної виноробної продукції. Держава вже робить кроки, які стають поштовхом в розвитку галузі виноробства в Україні. Для розвитку галузі також необхідна розробка експортної стратегії та дорожньої карти розвитку виноградно-виноробної галузі, а також зменшення відсотків при кредитуванні галузі. Наразі необхідно визначити пріоритети розвитку виноградарства з урахуванням зональних та регіональних особливостей. Приділити увагу розробці спеціальних державних програм зі збереження кращих сортів винограду. Уряду необхідно відновити дію Закону України «Про збір на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства» (587-14) до 2025 р. та удосконалити механізм надання державної підтримки виноградарству і забезпечити розвиток виноробства з урахуванням вимог СОТ, розробити Виноградний кадастр в рамках загального земельного кадастру. Відкритим питанням залишається врегулювання земельних відносин та раціоналізація землекористування, розробка юридичного та технічного оформлення права оренди землі під виноградники, формування ринку земель сільськогосподарського призначення. Також шляхами розвитку виноробної галузі є: залучення великих інвестицій у галузь обрання правильної маркетингової політики здійснення заходів щодо забезпечення розвитку інфраструктури ринку виноробної продукції, диверсифікації каналів реалізації та забезпечення якості продукції, регулювання попиту і пропозиції, захист ринку від імпоротної винопродукції та сировини низької якості здійснення заходів щодо збільшення ємності ринку винограду та продуктів його переробки з урахуванням потреб населення, його купівельної спроможності та максимальних можливостей експорту інноваційно-інвестиційне зміцнення матеріально-технічної бази виноградно-виноробної галузі, впровадження екологічно безпечних, ресурсо- та енергоощадних технологій удосконалення страхової та податкової політики у сфері виноградно-виноробного виробництва підвищення ролі науки й освіти,

розвитку дорадництва удосконалення системи управління у виноградно-виноробній галузі; розроблення галузевої нормативної і технологічної документації, яка відповідає положенням та вимогам Європейського Співтовариства.

Отже, сприятливі ґрунтово-кліматичні умови, відмінні сорти винограду, знання та багаторічний досвід у виробництві вина дозволяють створювати українське вино з унікальними смаковими та якісними показниками. А потенціал ємності внутрішнього й зовнішнього ринку вина, наявність інтелектуального та виробничого капіталів для впровадження інноваційних технологій, переорієнтація споживчих переваг від міцних алкогольних напоїв до вин обумовлюють необхідність вдосконалення й розвитку виноградарства та виноробства в Україні.

Україна наростила імпорту по всіх групах молочної продукції. За січень – червень 2020 року було імпортовано молочної продукції на \$137 млн, що в 2,6 рази більше, ніж за аналогічний період минулого року. Витіснення вітчизняної продукції пов'язано з більш конкурентними цінами європейської продукції на ринку. Водночас останні пару років спостерігається тренд на українські продукти. Деякі ресторани відмовилися від імпорту на користь локальних виробників. Але що робити з вишуканими й делікатесними продуктами, якими Україна ще не може похвалитися? Вина яких українських виробників вибирають ресторани? Про це розповіла Mind керуюча відомим київським рестораном Veranda on the river Тетяна Авраменко.

Ми маємо велике меню, звичайно ж, працюємо з імпортними товарами. Ті страви, які ми пропонуємо гостям, мають якусь автентичність тих країн, де вони виробляються. На жаль, їхнє виробництво не є можливим на території України. Наприклад, ніхто не зробить краще хамон, ніж іспанці; неможливо виловити сардину в Україні через те, що вона тут не водиться. Неможливо виростити тут камчатського краба, тому що він водиться тільки на Камчатці або в Норвегії. Більша частина продуктів ресторану Veranda on the river – це імпортний товар.

Що стосується алкоголю – те ж саме. Спочатку не було гідного локального вина. Але зовсім на сьогоднішній день ситуація змінилася на краще. Ми прагнемо до того, щоб просувати вітчизняного виробника, і буквально недавно почали працювати з невеликою виноробнею в Київській області – Biologist. Ми з ними навіть розглядаємо варіант виростити спеціально для нашого закладу урожай і зробити вино ексклюзивно для Veranda on the river. Якщо подивитися на понад 1500 найменувань у винній карті, звичайно ж, поки що українське вино програє за попитом у гостей. Але ми працюємо над тим, щоб познайомити ближче наших гостей з локальним вином. Наприклад, рік тому, на День Незалежності, ми три дні пригощали місцевим вином, щоб люди зрозуміли, що локальний продукт – це теж добре. На жаль, гості реагували по-різному. Але нас це не лякає. Ми, можна сказати, вчили і прищеплювали смак до нових, маловідомих продуктів і раніше й будемо продовжувати це робити надалі. Це не кращий, але дійсно гідний продукт поряд із багатьма іншими.

Українські продукти в ресторанах – тренд чи бажання здешевити позиції в меню? Кожен ресторан вибирає свій шлях, свою позицію і своїх постачальників. Я, як патріот своєї країни, зазначу, що має бути політика держави щодо розвитку якісних локальних продуктів. Це потрібно робити не для галочки, а для того, щоб піднімати продажі на внутрішньому ринку. Плюс – це свіжість продуктів і відсутність заморозки, швидке транспортування на відміну від імпорту. Але, якщо подивитися на вибір локального продукту, то, наприклад, зелень ми беремо в ізраїльського виробника. В Україні немає вибору, немає достатнього асортименту. Ми намагалися на деяких фермах домовитися, щоб в теплицях вирощували спеціально для нас ті чи інші види зелені: маш-салат, мікрогрин тощо. І це виявилось проблемою. Так, все потихеньку з'являється, але загалом сьогодні ринок України не пропонує в повному обсязі асортимент, якого потребують ресторани. І, якщо порівняєте ціни, будете дуже здивовані.

Можна стверджувати, що Україна володіє чималими туристичними можливостями і ресурсами для організації виноробного туризму. Для підвищення ефективності розвитку енотуристичного напрямку в Україні необхідно:

Напрями підвищення ефективності розвитку енотуристичного напрямку в Україні:	
	на державному рівні врегулювати законодавчі питання, що стосуються якості продукції, відповідності її міжнародним стандартам, та податкові питання, що стосуються акцизних зборів для виробників вин;
	створити інформативні багатомовні джерела інформації (карти, буклети, путівники по винних маршрутах і провідних винних підприємствах) для їх подальшого поширення серед дипломатичних і торгових представництв, туристів, що подорожують Україною;
	популяризувати серед громадян України культуру споживання вина;
	з урахуванням досвіду країн – лідерів даного виду туризму за державної підтримки розробити та втілити регіональні та національні програми розвитку винного туризму в Україні;
	розробити програми навчальних семінарів та майстер-класів із питань організації винних маршрутів, спеціалізованих атракцій, професійних та споживчих дегустацій тощо.

Табл.2.1. Напрями підвищення ефективності розвитку енотуристичного напрямку в Україні

Ціна українського виробника практично не відрізняється від імпортного, але у виборі та якості програє. Для нас важлива якість, але перевага місцевих продуктів перш за все у свіжості. Органіка і плюси-мінуси локальних продуктів - в Україні дуже складно йдуть справи з органічними продуктами

лише тому, що немає загальноприйнятих стандартів і правил органічної сертифікації. Але тут все залежить від продукту: якщо зелень, то я не зустрічала органічну зелень українського виробництва. Органічна молочка є на ринку України й досить хороша. Ми закупаємо локальне молоко в місцевих виробників, а варимо сири на власній сироварні. буффало, страчателла, буррата – все це справа рук наших сироварів Veranda on river. У принципі всі продукти ми готуємо самі й не купуємо нічого готового: в'ялимо й коптимо м'ясо, рибу, язик. За білими грибами їздимо в Чернігівську область, збираємо великий урожай і продаємо протягом року. Вони не мають органічної сертифікації, але ми знаємо і впевнені в натуральності продукту. Тому частково ми самі є виробниками, чим ы пишаємося[15].

На сьогодні в процентному співвідношенні імпорту та українського продукту – приблизно 70/30 на користь імпорту. Люди приходять до нас спробувати стейк з американського м'яса, різноманітні морепродукти в соте, у пасті, салатах, устриці. Так, є локальне виробництво устриць на устричних фермах, і є хороші за смаком. Але можу сказати з повною упевненістю, що жодна устриця не зрівняється з вершковим смаком тієї ж устриці тарбурьєш. Не буде такої солодощі, соковитості в м'ясі. Кожна країна пишається своїми національними продуктами – і це правильно. У нас хороша яловичина, телятина, баранина на заході України (до речі, органічна, яку ми закупаємо), краще сало – це ми вміємо вирощувати, виробляти споконвіку. А вирощувати осетра, щоб він метал чорну ікру в Україні – це дивно. Я не думаю, що вона може бути краще, ніж імпортна чорна ікра. Ми завжди готові співпрацювати з українськими постачальниками високоякісних продуктів (що ми й робимо). Головне, щоб продукт був свіжим і якісним, а страви з нього неповторними. Тоді можна продавати його з упевненістю, не соромлячись.

Висновки до 2 розділу

Можемо зробити такі висновки, серед сучасних туристів зростає частка тих, хто шукає можливість додати своєму відпочинку більше свята і задоволення з точки зору культури відкриття нових гастрономічних відчуттів в поєднанні з вишуканими винами. Тому, впевнено можна стверджувати, що еногастрономічний туризм хоч і доволі новий вид туризму, але він стоїть на міцному підґрунті, що в подальшому буде тільки сприяти його розвитку. Організація еногастрономічних турів потребує чіткого планування, організації, сил та коштів. Проте все це виправдовує себе, адже еногастрономічний туризм є досить перспективним напрямом розвитку туризму в Україні, зокрема в Одеській області. Таким чином, основним в цьому туризмі - це поєднання традицій, дегустації страв традиційної місцевої кухні, вина та видовищного дійства.

Сучасний винний туризм передбачає досить широкий спектр видів туристичної діяльності: відвідування плантацій виноградників; дегустація місцевих сортів винограду; ознайомлення з технологією виготовлення різних видів алкогольних напоїв безпосередньо на виробництві; відвідування дегустаційних залів та підвалів; ознайомлення з історією виноробства, відвідування спеціалізованих музеїв і виставок; відвідування ресторанів, що пропонують послуги дегустації вина та майстер-класи від сомельє; участь у винних фестивалях та тематичних святах; відвідування та участь у спеціалізованих виставках, форумах, конференціях, конкурсах, винних аукціонах тощо.

РОЗДІЛ 3

Еногастрономічні маршрути по Одеській області

3.1. Тур в м. Болград (крафтова сироварня «Щедра околиця» - винне господарство "Винхол Оксамитне")

Вирушаємо в подорож по місту Болград, щоб ознайомитися з історією міста, який знаходиться на півдні Одеської області, а також болгарською національною кухнею, продегустувати крафтові сири, натуральні вина та сиров'ялені ковбаси, виготовлені за старовинними балканськими рецептами. Все це, звичайно, можна буде придбати з собою! Пізнавальний, смачний і веселий тур Бессарабією! Бессарабія - один із найцікавіших куточків України. До складу нашої країни входить лише південна її частина, і називається вона Буджак, що в перекладі з тюркської означає "кут". І справді, якщо подивитися на карту, то ми побачимо на території Одеської області трикутник, що починається від Дністра і закінчується кутом на берегах Дунаю. Назва (порумунськи Цара Бессарабська - "Земля Бессараба") походить від імені волоського воєводи Бассараба Першого Великого, що правив у 13-14 ст. Відвідавши цей регіон, Ви будете вражені його етнічною та культурною різноманітністю. Ця місцевість стала батьківщиною багатьом народностей. Тут проходили дикі орди кочових племен під час великого переселення народів, воювали з персами хитрі скіфи, жили і працювали горді елліни. Пізніше сюди бігли жителі Балкан від Османського ярма, старообрядці, які не прийняли нових законів, кріпаки, тут селилися козаки після ліквідації Запорізької Січі. Протягом століть складався своєрідний "етнічний вінегрет". Тож дивуватися різним мовам та діалектам у Бессарабії навряд чи варто.

Після закінчення Російсько-турецької війни (1806—1812), згідно з підписаним у травні 1812 р. Бухарестським мирним договором, до Росії відійшли землі східної Молдавії між Прутом і Дністром, що отримали назву Бессарабія. Незабаром почалося інтенсивне заселення краю. З 1820-х років у місто почали прибувати болгари, що втекли від османського гніту. На

пропозицію головного піклувальника про іноземних поселенців Південного краю Росії генерала І. Н. Інзова було вирішено закласти на березі озера Ялпуг нове місто. У 1821 р. болгарської колонії було надано статус міста. Бессарабські болгари завжди шанували генерала Інзова як благодійника та засновника їхньої столиці. Болград став як адміністративним, а й культурним центром болгарських колоній у Бессарабії. Спільне проживання різних етносів у Бессарабії сприяло взаємозбагаченню культур, але у цей час народності цього краю змогли зберегти свою ідентичність. Наприклад, гагаузи, православні тюркомовні переселенці змогли сформуватися в самостійний етнос. Крім них у регіоні компактно проживають українці, росіяни (старовіри), болгари, молдавани, вірмени, албанці, цигани, німці, швейцарці та інші. Усі вони переважно займалися і займаються землеробством, полюванням, рибалкою, садівництвом, виноробством. Незважаючи на степову зону, у регіоні багато водойм. Насамперед це потужні водні артерії: Дністер та Дунай. Їхня назва походить від скіфського слова “дон”, що означає вода. Окрім річок, тут досить багато озер та лиманів.

На півдні Бессарабії розташувалися Ялпуг, Катлабух, Китай, Алібей, Шагани, Сасик. А яка гастрономічна різноманітність у регіоні! Навіть найвибагливіша в їжі людина не залишиться голодною. У різних бессарабських селах вам запропонують каварму з баранини, заму, мамалигу зі шкварками, ногут, митітеї, фазана, плацинди, тверду та солону бринзу. Останніми роками у регіоні досить активно розвивається туризм. Приїхавши сюди Ви отримаєте неймовірно позитивні емоції[17]. Жителі Бессарабії привітні та доброзичливі, ніхто не поїде від них голодним та тверезим. Наш тур до Болграда з Одеси розпочнеться з невеликої оглядової екскурсії цим південним містом, під час якої ми познайомимося з далеким минулим краю, історією заснування міста та його розвитку. Побачимо пам'ятник засновнику міста І.М. Інзову від вдячних нащадків, пройдемося парком ім. А.С. Пушкіна, після відвідування якого свого часу Олександр Сергійович написав романтичну поему «Цигани галасливим натовпом по Бессарабії кочують».

Обов'язково відвідаємо вражаючий своєю величиною Спасо-Преображенський собор (збудований у 1838 р. у стилі класицизму, на пожертвування мешканців міста). Розписи собору виконані на початку XX ст. за ескізами знаменитого художника Васнецова. Далі у с. Тютюн, неподалік Болграда, на нас чекає нас чекає крафтова сироварня «Щедра околиця» - виробництво із сучасним обладнанням та власним сирним підвалом. Екскурсія з виробництва, знайомство туристів із традиційними рецептами сироваріння Бессарабії та, звичайно, дегустація. Сироварня розміщується в унікальному місці біля початку одного з відомих Траянових валів.

Після ми вирушимо до с. Бархатне, де розташоване виноробне господарство «Вінхол Бархатне». На вас чекає унікальна можливість продегустувати бріот на даху винзаводу, милуючись виноградниками та південними степовими краєвидами. Дегустація натуральних вин Півдня України. І на закуску - механа "Балканська Ястія" у м. Болграді. Механа - це традиційний болгарський ресторан, також як в Україні - корчма, в Росії - трактир, в Греції - таверна, у Сербії - кафана. Сімейне виробництво м'ясних делікатесів «Балканські Ястія» виготовляє сиров'ялені ковбаси за старовинними балканськими рецептами з використанням локальної сировини. Вас чекає цікава розповідь про історію створення підприємства, традиції болгарської національної кухні, спеції та прянощі. Дегустація сиров'ялених м'ясних продуктів з хорошим вином, після дегустації продукцію, що сподобалася, можна буде придбати з собою. На завершення насиченої програми – обід із традиційних болгарських страв. Ну а сама механа – це вже міні-музей, який знайомить нас із традиціями та побутом болгар. Маршрут представлений в таблиці 3.1.

Табл. 3.1. Маршрут з м.Одеса до м. Болград

крафтова сироварня «Щедра околиця» - винне господарство "Вінхол Оксамитне	Туристи мають змогу побачити	Та продегустувати
	7.30 Виїзд із Одеси на мікроавтобусі; 11.00 Прибуття у м. Болград, прогулянка-екскурсія містом. 12.30 Прибуття до с. Тютюн .Тут на нас чекає сироварня «Щедра околиця» - виробництво із сучасним обладнанням та власним сирним підвалом. Екскурсія з виробництва, знайомство туристів із традиційними рецептами сироваріння Бессарабії та, звичайно, дегустація; 15.00 Переїзд до с. Бархатне, де розташоване виноробне господарство «Вінхол Бархатне. 17.00 Повернення до м. Болграда, прибуття в механу «Балканські Ястія». Механа - це традиційний болгарський ресторан. Дегустація сиров'ялених м'ясних продуктів з хорошим вином, після дегустації продукцію, що сподобалася, можна буде придбати з собою; 19.30 Відправлення до Одеси; 23.00 Прибуття до Одеси.	Крафтові сири, такі як: сир коров'ячий» Чорна принцеса», сир твердий коров'ячий «Флюгер», сир твердий «Буковинський», сир твердий «Степовий», сир напівтвердий «Пікантний», сир напівтвердий «Шамбала» та продегустувати бруд та сиров'ялені м'ясні продукти. Вартість всього туру – 1 450 грн. (все разом)



Рис. 3. 1. Крафтова сироварня

Програма туру: 7.30 Виїзд із Одеси на мікроавтобусі; 11.00 Прибуття у м. Болград, прогулянка-екскурсія містом. Ми познайомимося з далеким минулим краю, історією заснування міста та його розвитку, відвідаємо Спасо-Преображенський собор та пройдемося парком ім. Пушкіна до озера Ялпуг –

найбільшого прісноводного озера України; 12.30 Прибуття до с. Тютюн (Болградський р-н, Одеська обл.). Тут на нас чекає сироварня «Щедра околиця» - виробництво із сучасним обладнанням та власним сирним підвалом. Екскурсія з виробництва, знайомство туристів із традиційними рецептами сироваріння Бессарабії та, звичайно, дегустація; 15.00 Переїзд до с. Бархатне, де розташоване виноробне господарство «Вінхол Бархатне».

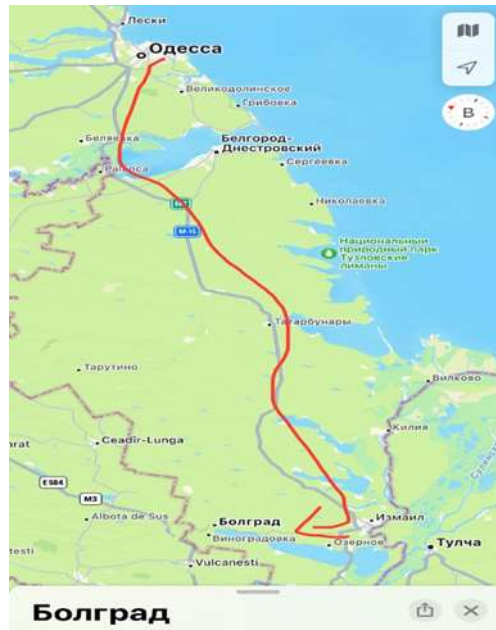


Рис.3.2. Маршрут з м. Одеса до м. Болград (114км, 1год 54 хв)



Рис. 3.10. Готель «Інзов» 550 грн з однієї особи

На нас чекає унікальна можливість продегустувати бріут на даху винзаводу, милуючись виноградниками та південними степовими краєвидами. Дегустація 10 видів вин та можливість придбати найпрестижніші вина у фірмовому магазині заводу; 17.00 Повернення до м. Болграда, прибуття в механу «Балканські Ястія». Механа - це традиційний болгарський ресторан, як і в Україні - корчма, у Греції - таверна, у Сербії - кафана. Сімейне виробництво м'ясних делікатесів «Балканські Ястія» виготовляє сиров'ялені ковбаси за старовинними балканськими рецептами з використанням локальної сировини. Нас чекає цікава розповідь про історію створення підприємства, традиції болгарської національної кухні, спеції та прянощі. Дегустація сиров'ялених м'ясних продуктів з хорошим вином, після дегустації продукцію, що сподобалася, можна буде придбати з собою. Обід із традиційних болгарських страв; 19.30 Відправлення до Одеси; 23.00 Прибуття до Одеси. Вартість всього туру – 1 450 грн. (все разом)



Рис. 3.3. Спасо-Преображенський собор

Отже, ми відвідаємо вражаючий своєю величчю Спасо-Преображенський собор. Розписи собору виконані на початку XX ст. за ескізами знаменитого художника Васнецова. Далі у с. Тютюн, неподалік Болграда, на нас чекає нас чекає крафтова сироварня «Щедра околиця» - виробництво із сучасним обладнанням та власним сирним підвалом. Екскурсія з виробництва, знайомство туристів із традиційними рецептами сироваріння Бессарабії та, звичайно, дегустація. Сироварня розміщується в унікальному місці біля

початку одного з відомих Траянових валів. Колекція сирів підприємства нікого не залишить байдужим! Після ми вирушимо до с. Бархатне, де розташоване виноробне господарство «Вінхол Бархатне». На нас чекає унікальна можливість продегустувати брют на даху винзаводу, милуючись виноградниками та південними степовими краєвидами. Дегустація натуральних вин Півдня України. І на закуску - механа "Балканська Ястія" у м. Болграді. Механа - це традиційний болгарський ресторан. Сімейне виробництво м'ясних делікатесів «Балканські Ястія» виготовляє сиров'ялені ковбаси за старовинними балканськими рецептами з використанням локальної сировини.

3. 2. Маршрут з м. Одеса до села Єлизаветівка на равкликому ферму(Family Snail Farm)

Сьогодні в Україні постійно росте цікавість до розведення равликів як прибуткового бізнесу з високою рентабельністю. Гарантований збут продукції на фоні щорічних потреб у споживанні равликів у Європі полегшить можливість розбагатіти з нуля. Сьогодні попит на равликів в ресторанах Франції, Італії, Іспанії, Німеччині, Португалії задоволений імпортерами не більше, ніж на 60-70%, ще 20% забезпечують локальні постачальники. Щорічний експорт з України в 360 тонн – несуттєвий для Франції (складає 0,34% її річного споживання в 104 тисячі тонн).

Вживання равликів в їжу – це скоріш за все питання культури і сформованих традицій, ніж знання про дієтичних якостях їх м'яса. До цих пір, в Україні не прийнято було їсти равликів. Тільки до закуски як вишуканий та дорогий делікатес в ресторані. Та і ще не кожен вважає їх для себе прийнятною їжею. В Франції їдять равликів по 2-3 дюжини на порцію з хлібом і білим вином, існує масса рецептів приготування з них різних страв. Одне з самих найвибагливіших страв ресторанах Європи – страви з равликів, що підвищують чоловічу силу. Також є ікра равликів з ніжним грибним смаком, яка вважається дуже дорогим делікатесом. Навіть в країнах СНГ, уже буде не

в новину побачити равлики в меню ресторана чи заморожені равлики на полиці в супермаркеті. Прикладом самого поширеного рецепту є равлик в соусі по- бургунські. Ця страва придумана в Бургундії, Франції. Рецепт равликів по-бургунські свій секрет зберігає не в самих равликах, м'ясо яких нейтрально до смаку. Секрет популярності равликів по-бургунські в особистому часниковому соусі.

Рецептів приготування равликів дуже багато. Равлики можна запікати в мушлі з різними соусами, готувати крем-суп, додавати до салатів, готувати гуляш і т.д. Головна ідея страв з равликами -підкреслити нейтральний смак м'яса равлика соусами з різними смаками.

Одеська родина Байрамових після поїздки до Тернопільської області вирішила розпочати свій бізнес. Побувавши там на равликовій фермі, брат та сестра – Артем та Ірина – привезли до Одеси 200 кілограмів «равликів». І з того часу вони вирощують молюсків на експорт і балують своїх гостей французькими делікатесами, такими як ескарго: фаршированими равликами під вишуканими соусами та дуже корисною ікрою равликів. Нині їхнє господарство займає площу понад 0,7 га. В цьому підрозділі ми більше дізнаємося про локації зеленого туризму, цього разу це равликова ферма Family Snail Farm у Єлизаветівці.

Равликова ферма Family Snail Farm знаходиться за 30 кілометрів від Одеси в селі Єлизаветівка, їхати туди приблизно 40 хвилин машиною. На громадському транспорті на ферму можна дістатися 42 маршрутною від Старосінної площі.

Равликовий бізнес брат та сестра Артем та Ірина Байрамови розвивають вже понад 4 роки. Почалося це несподівано, з простої подорожі до Тернопільської області, де вони познайомилися з господарем равликової ферми, і так надихнулися, що вирішили також вирощувати молюсків. Ця ферма є сімейною, бо там працює сестра та брат. Ідея прийшла до них несподівано: вони побачили в Тернопільській області маленьку равликову ферму їх партнера на сьогоднішній день, який тоді лише перший рік займався

розведенням равликів. Для них це було здивуванням, бо 5 років тому цей бізнес лише стартував у нашій країні. В Україні взагалі тоді було дуже мало ферм: загалом до 5. Сім'я Байрамових були на Одещині першими, хто відкрив равликову ферму. На фермі вирощують равликів на експорт, переважно до Іспанії та Франції. Частина залишають для внутрішнього ринку – для гостей ферми та на продаж. Загалом тут вирощують понад 10 тонн равликів на рік. Сама ферма – це територія у дві великі ділянки: перша облаштована із зоною комфорту та займає площу у 20 соток, там Ірина та Артем приймають гостей та туристів, друга – він же основний – площею 0,5 га, де вирощують більшу частину продукту. Равлики там ростуть під спеціальними будиночками, які захищають молюски від яскравого сонячного світла. Під одним таким щитом зростає до 5 кг улиток.

За словами Ірини, равлик – це тварина, яка не харчується всім підряд і не живе в екологічно забруднених місцевостях. Ці молюски травоядні, відповідно їхнє м'ясо збагачене корисними речовинами. Крім того, воно на 80% складається з води та на 15% із білка, це означає, що калорійність продукту досить низька.

Гостям ферми розповідають про повний цикл життя равликів та умови їх вирощування, про те, що люблять їсти ці молюски, і дають пробувати відомий равликовий делікатес – ескарго. Це фаршировані равлики, що подаються під вишуканими соусами до келиху вина. На фермі можна скуштувати ескарго під 6 різними соусами. Іноді господарі змінюють рецептуру страв, розробляючи нові смачні приправи до молюсків.



Рис. 3.4. Равлики приготовлені у трьох соусах

Слимак вони вирощують *Helix aspersa* Muller – це сортовий равлик, вирощений спеціально для вживання в їжу. Має смачне соковите філе, немає якогось яскраво вираженого смаку. Вона нейтральна, скажімо так. Це чисте філе – білок, який не викликає алергію. І смак цього білка надає певний вишуканий соус. Вони розробили шість різних соусів під ескарго. У вихідні там організовують свята та іноді фестивалі, а також подають гостям теплі салати з равликів, пасту та паелью. Загалом, за словами власниці ферми Ірини, равлики вважаються екологічно чистим продуктом, адже вони живуть у чистій природі, молюсків годують зерном та спеціальним збалансованим комбікормом. Люди у захваті від цього продукту. Також була одна пара, яка приїжджала, і казали, що равлики не поступаються європейській якості. Хоча це французький делікатес, але у нас він має місце. Люди побоюються, порівнюють із рапанами та устрицями. Це, до того ж, корисно, бо це екопродукт. Равлик харчується зерном та збалансованим комбікормом, і більше жодних біодобавок, як у іншому м'ясі. М'ясо равликів багате на вітаміни, мікро- та макроелементи, а також жирні кислоти. І плюс до того ж –

соуси у нас якісні, смачні, щоб люди, поївши, отримали насолоду від продукту, – розповіла Ірина.

А ще зараз господарі розробляють новий делікатес – це равликова ікра. Ця страва – для справжніх гурманів, вона ще корисніша, ніж ескарго. Яйця равликів дуже поживні та містять понад 27 мікроелементів, а ціна продукту на ринку в середньому становить 1700 євро за кілограм. Вона дуже корисна. У ній міститься 27 мікроелементів, і це мегапродукт.

Табл. 3.2. Маршрут на равликову ферму

Равликова Ферма	Побачимо	Продегустуємо
Family Snail Farm	виїзд о 15:00, вартість маршруту 500 грн (сюди входить проїзд, дюжина равликів, екскурсія по фермі).	Продегустуємо равлики в 6 соусах: по-Бургунські, ДорБЛю, Бешамель, в індійському стилі, з в'яленими томатами, та з соусом карі, 1 дюжина=200грн, та білим сухим вином, яке добре поєднується з ними, та зможемо взяти з собою.



Рис. 3.5. Равликова ікра

Здебільшого це європейський продукт, – розповіла Ірина. Відпочинок на равликовій фермі, далеко від галасливого міста, на спокійній та незачепленій міській цивілізацією території – один із видів зеленого туризму. Сюди можна приїжджати з сім'єю або компанією, щоб відпочити просто неба або розслабитися в тіні на терасі, дегустуючи смачні страви. Зазначимо, що равликова ферма працює усі дні, крім понеділка.

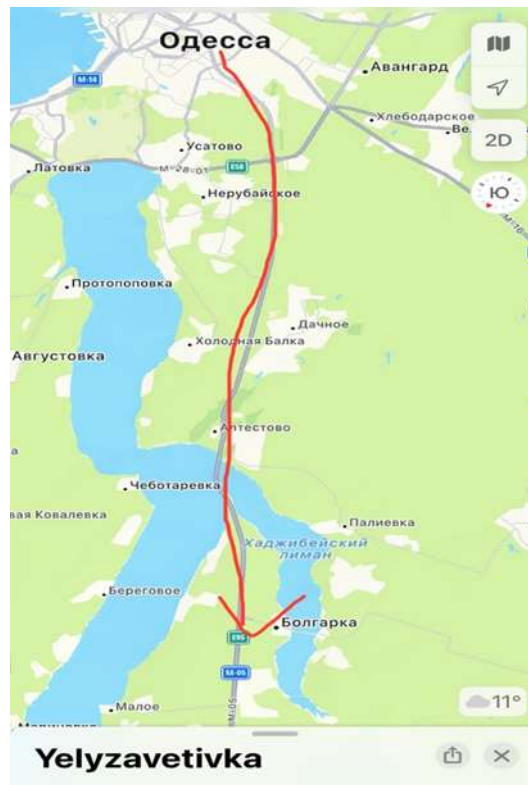


Рис. 3.6. Маршрут з м. Одеса до с. Єлизаветівка (34 км, 40 хв) на мікроавтобусі

Маршрут на ферму Family Snail Farm з м. Одеса, виїзд о 15:00, вартість маршруту 500 грн (сюди входить проїзд, дюжина равликів, екскурсія по фермі). Також на фермі гостей чекає розіграш від директора ферми це дві упаковки найсмачніших равликів в двох різних соусах. Можна пофотографуватися та добре відпочити з друзями чи рідними.

Отже, ми зможемо побувати на равликовій фермі, прогулятися по полю з равликами, послухати екскурсію, та дізнатися багато чого цікавого, а також продегустувати ескарго (франц. равлик) в шести соусах.

3.3. Європейські сири та центр культури вина Шабо

Сучасна сироварня європейського зразка у поєднанні найновішого та автентичного обладнання з Голландії з оригінальними голландськими технологіями. Для дітей - унікальна міні-ферма з тваринами, яких можна погодувати та погладити. На території сироварні є дитячий майданчик, кафе, фотозони та фірмовий магазин. Після екскурсії можна відпочити та поділитись враженнями, а діти пограти на майданчику. Проводяться захоплюючі екскурсії по сироварні, дегустації сирів та сирних ласощів, знайомимо відвідувачів із процесом та секретами виробництва сиру. VIP-екскурсії з дегустацією для сирних гурманів: ви дізнаєтеся, з чим сири гармонійно поєднуються і як відчутти всю повноту відтінків смаку цього продукту. У форматі фуршету насолоджуйтеся найкращими сортами наших сирів. На території є кафе, дитячий майданчик, зони відпочинку та міні-ферма з тваринами, де їх можна погодувати та погладити, дізнатися про особливості отримання молока. Після екскурсії ви можете купити в магазині натуральний сир, що сподобався, і сувенірну продукцію.



Рис. 3.7. Шабська сироварня

Центр культури вина SHABO розташований у курортній зоні Одеської області, на півдні України, в одному із найстаріших регіонів Європи, де

традиції виноградарства беруть початок ще з античних часів. Це єдиний в Україні туристичний комплекс, розташований безпосередньо на території діючого виноробного підприємства та поєднує в собі сучасне високотехнологічне виробництво та унікальні культурні та історичні об'єкти. Щорічно Центр культури вина SHABO відвідують десятки тисяч туристів. Тут з великим успіхом відбуваються організовані екскурсії, а також заходи, спрямовані на підвищення культури пиття, популяризацію здорового способу життя, зміцнення сімейних традицій. Унікальність цього об'єкта гідно оцінили не лише споживачі-шанувальники благородних напоїв, а й міжнародні експерти. У вересні 2011 р. під патронатом Ради Європи «Центр культури вина SHABO» став місцем проведення міжнародного форуму «Дні європейської спадщини», включений до європейської карти музеїв вина та названий культурною спадщиною Європи. «Центр культури вина SHABO» – член міжнародної «Асоціації з культурного та туристичного обміну».



Рис. 3.8. Центр культури вина Шабо

Маршрут туру: 08:45 Збираємося всією групою на Старосінній площі; 09:00 Вирушаємо в гастрономічну подорож; 11:00 Прибуваємо в село Шабо на сироварню. На екскурсії ми дізнаємося технологію збору молока, побачимо маленьких мешканців ферми, зайдемо в виробничий цех і дізнаємося процес

виготовлення сирних голів; 12:00 Йдемо на дегустацію п'яти видів сиру. Ми спробуємо м'який, молодий і зрілий сир. Технолог заводу розповість нам, як правильно вибирати і пробувати сири, а так само з яким вином який сир поєднується. Любителі вина зможуть оцінити смакове поєднання сирів і сухих вин, які виробляються з місцевих сортів винограду на винному заводі Шабо; 13:00 Вирушаємо на екскурсію по центру культури вин Шабо. Дізнаємося історію виноробства, заглянемо в старовинні підвали, де «дорослішає» сухий херес, побуваємо в величному «кон'ячному дворі» з дубовими бочками для витримки благородних кон'ячних спиртів. Наситившись старовинною атмосферою і познайомившись з древніми рецептами іменитих майстрів, ми відвідаємо «Шампанський будинок». Тут знайомляться вже з сучасним методом холодного розливу і принципом стерильного бутілювання. Тут розкажуть про те, як влаштований цех, яке обладнання необхідно сьогодні для збереження природних властивостей вина. Увінчає екскурсію дегустація. Її проводять у залі, оформленому в стилі соцреалізму. Спробувати можна 5 найменувань тихих вин «Шардоне»: біле Піно-Гріджіо Reserve Shabo; сухе червоне Каберне Shabo; природно-напівсолодке біле Reserve Shabo; природно-напівсолодке червоне Reserve Shabo; ігристе напівсолодке біле Мускатне Special Edition Shabo (метод і Charmat Lungo). Про кожен з напоїв докладніше розповість досвідчений сомельє. У якості закуски подається крекери. 15:00 На території «винзаводу Шабо» розташований фірмовий магазин, в якому можна придбати вино і кон'як від виробника. 15:30 Виїжджаємо в Одесу. 17:30 Приїжджаємо на залізничний вокзал. Ціна всієї поїздки 650 грн.

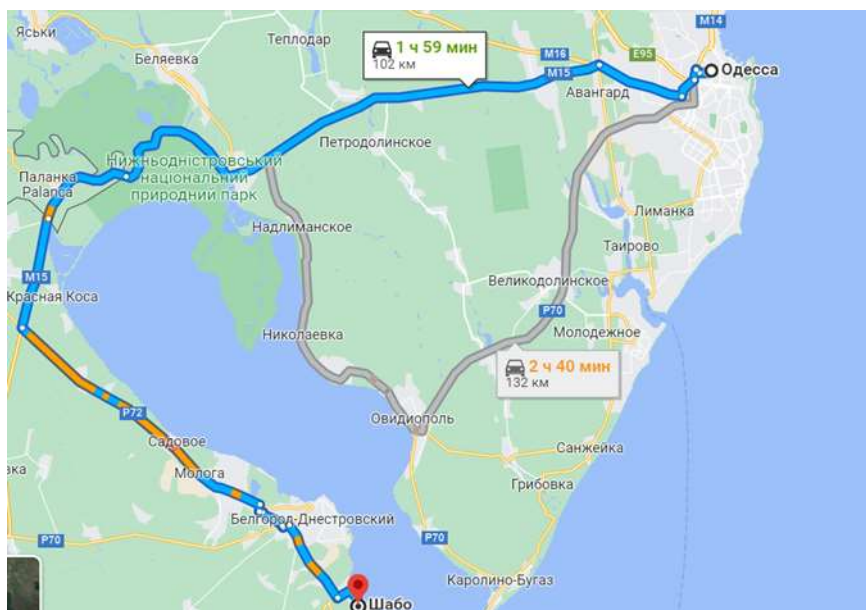


Рис. 3.9. Маршрут з м. Одеса до с. Шабо (64км,1 год)

Отже, ми познайомимося з історією Шабо. Ми зможемо відвідати музей, а також музейний лабіринт із кінотеатром та історичний Королівський підвал. До речі, останній якраз створений швейцарськими переселенцями 1822 року. Деякі інші приміщення старовинних вино сховищ теж будуть доступні гостям на екскурсії. Далі на нас чекає захоплюючі розповіді гідів про виноградарство. Після чого ви зможете відобразити неповторні арт-об'єкти, які є гордістю центру. Ну а потім екскурсія набирає нових обертів і підводить туристів до найцікавішої частини: знайомства з напоями, що виробляються на заводі, а також дізнаємося смак неперевершених сирів. У цій програмі ми дізнаємося багато нового та цікавого про тихі та ігристі вина, коньяк, бренді та виноградну горілку. Що це? Чим відрізняється від решти? Як і з чим пити? На ці запитання ми обов'язково отримаємо розгорнуті відповіді. Як зазначено в таблиці 3.3.

Табл. 3.3. Маршрут до центру культури «Шабо»

Центр культури «Шабо»	Що побачимо?	Що продегустуємо?
	08:45 збір на Старосінній площі; 09:00 Вирушаємо в гастрономічну подорож; 11:00 Прибуваємо в село Шабо на сироварню.; 12:00 Йдемо на дегустацію п'яти видів сиру. Ми спробуємо м'який, молодий і зрілий сир 13:00 Вирушаємо на екскурсію по центру культури вин Шабо. 15:00 На території «винзаводу Шабо» розташований фірмовий магазин, в якому можна придбати вино і коньяк від виробника. 15:30 Вийжджаємо в Одесу. 17:30 Приїжджаємо на залізничний вокзал.	Спробуємо такі види вин як: Шардоне Reserve сухе біле, Тельті-Курук Reserve сухе біле, Каберне Reserve сухе червоне, Сапераві Reserve сухе червоне, Мерло Limited Edition природно напівсолодке червоне, Ігристе Classic бріют білий, Ігристе Grand Reserve extra бріют біле, Grande Reserve Шардоні сухе біле, Grande Reserve Тельті-Курук біле сухе, Grande Reserve Каберне червоне сухета потім зможемо придбати з собою. Ціна всієї поїздки 650 грн.

Розрахунок вартості туру «Болград-Єлизаветівка-Шабо»

Далі в таблиці ми представимо розрахунок вартості туру «Болград-Єлизаветівка-Шабо» для група туристів з 6 чоловік.

Табл.3.4. Розрахунки вартості туру «Болград-Єлизаветівка-Шабо»

Дні та події	Витрати, грн
Болград «Щедра околиця» та винне господарство «Вінхол Оксамитне»-1 день	100 грн
-7.30 виїзд із Одеси на мікроавтобусі до м. Болград	150 грн
-13.00 Дегустація сирів, сирних виробів	
-15.00 Переїзд до с. Бархатне, де розташоване виноробне господарство «Вінхол Бархатне».	200 грн
-17.00 Повернення до м. Болграда, прибуття в механу «Балканські Ястія».	550 грн
19.30 ночівля в готелі «Інзов»	
Шабо-Єлизаветівка -2 день:	250 грн
-9.00 вирушаємо в	380 грн
центр культури «Шабо».	
- Трансфер до с. Шабо	
-11.00 екскурсія по центру культури вина «Шабо» та дегустація різних видів вина.	500грн
-15.00 вирушаємо в с. Єлизаветівка на равликову ферму, екскурсія	
-Після чого вирушаємо в м. Одеса, у 19.30 на Старосіній площі.	
-Трансфер до м. Одеса	50 грн
Загальна вартість туру для 6 осіб	13 080 грн
Загальна вартість туру для 1 людини	2180 грн

Висновки до 3 розділу

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

ВИСНОВКИ

Отже, одним із перспективних напрямів розвитку ринку туристичних послуг є еногастрономічний туризм. Еногастрономічний туризм - це нова філософія подорожей з метою пошуку незвіданих смаків та автентичних кулінарних традицій. Тому, впевнено можна стверджувати, що еногастрономічний туризм хоч і доволі новий вид туризму, але він стоїть на міцному підґрунті, що в подальшому буде тільки сприяти його розвитку. Організація еногастрономічних турів потребує чіткого планування, організації, сил та коштів. Проте все це виправдовує себе, адже еногастрономічний туризм є досить перспективним напрямом розвитку туризму в Україні, зокрема в Одеській області. Таким чином, основним в цьому туризмі - це поєднання традицій, дегустації страв традиційної місцевої кухні, вина та видовищного дійства. Серед сучасних туристів зростає частка тих, хто шукає можливість додати своєму відпочинку більше свята і задоволення з точки зору культури відкриття нових гастрономічних відчуттів в поєднанні з вишуканими винами. Тому, впевнено можна стверджувати, що еногастрономічний туризм хоч і доволі новий вид туризму, але він стоїть на міцному підґрунті, що в подальшому буде тільки сприяти його розвитку. Організація еногастрономічних турів потребує чіткого планування, організації, сил та коштів. Проте все це виправдовує себе, адже еногастрономічний туризм є досить перспективним напрямом розвитку туризму в Україні, зокрема на Закарпатті. Таким чином, основним в еногастрономічному туризмі - це поєднання традицій, дегустації страв традиційної місцевої кухні, вина та видовищного дійства.

Еногастрономічний туризм може стати потужним напрямком розвитку привабливості південних регіонів України та інструментом покращення стану економіки країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Басюк Д.І. Науково-теоретичні основи розвитку винного туризму. Географія та туризм: науковий збірник. К.: Альтерпрес, вип.19.с.28-37
2. Іванов С.В., Домарецький В.О., Басюк Д.І. та ін. Винний туризм: підручн. Кам'янець-Подільський : ФОП Сисин О.В., 472 с.
3. Актуальні проблеми управління виноградно-виноробним комплексом: монографія; за заг. ред. П.Л. Шияна, Д.І. Басюк. К.: Видавець ПП Д.Г. Зволейко, 252с.
4. Баглей Д.В. Досвід розвитку винно-гастрономічного туризму Франції в українських реаліях. Конструктивна географія та раціональне використання природних ресурсів. с. 3-15.
5. Електронний ресурс <https://m.day.kyiv.ua/uk/article/cuspilstvo/lokalnyy-turyzm-yak-monetyzuvaty>
6. Електронний ресурс <https://www.red-on-white.com.ua/post/>
7. Ковешніков В.С. Винний та гастрономічний туризм : важливий потенціал розвитку економіки [Електронний ресурс] / В.С. Ковешніков // НУХТ.-2017.- Режим доступу до ресурсу: http://www.investplan.com.ua/pdf/4_2017/9.pdf.
8. Омельницька В.О. Сутність та класифікація видів гастрономічного туризму [Електронний ресурс] / В.О. Омельницька // Приазовський економічний вісник.2018.- Режим доступу до ресурсу: https://tourlib/net/statti_ukr/omelnycka2.htm.
9. Електронний ресурс: posteat.ua/obzory/25-ukrainskix-delikatesnyx-produktov/
10. Топ-10 місць для винного туризму в Україні. URL: <https://vokrugsveta.ua/food/top-10-mists-dlya-vinnogo-turizmu-v-ukrayini-30-10-2017>
11. Куліш І. Вплив новітніх тенденцій виробництва і споживання продуктів харчування на конкурентні переваги сільських територій // Регіональна економіка. 2016. №2. С.112-120.
12. Електронний ресурс: <https://lowcost.ua/what-is-food-tourism/>
13. Офіційний сайт Міжнародної асоціації гастрономічного туризму. URL: <https://worldfoodtravel.org/>.

14. Електронний ресурс: <https://agropolit.com/blog/475-vinorobstvo-v-ukrayini-suchasniy-stand-i-perspektivi>
15. Патійчук В. О. Особливості організації гастрономічних турів. Рекреаційно-туристичний потенціал регіонів України: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку: матеріали І Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конференції (м. Луцьк, 30–31 березня 2017 р.). Луцьк : Терен, 2017.
16. Електронний ресурс: https://fileview.fwdcdn.com/?url=https%3A%2F%2Fmail.ukr.net%2Fapi%2Fpublic%2Ffile_vie
17. Електронний ресурс : <https://alex-gut.com.ua/product/vkusnyy-bolgrad>
18. Рибушная Е. Правила локаворов // Корреспондент. 2013. №15. С.36-38.
19. Басюк Д.І. Теоретичні і прикладні основи формування дестинації винного туризму: монографія. Кам'янець-Подільський: Д.Г. Зволейко, 2014. 272 с.
20. Божук Т.І., Прокопчук Л.А. Сучасний стан і перспективи розвитку винного туризму (на прикладі Закарпатської області) // Туристична індустрія: сучасний стан та пріоритети розвитку: Матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Луганськ, 28-29 квітня 2011 р.). Луганськ: ЛНУ імені Тараса Шевченка, 2011. Вип.6. Т.2. С.171-177.
21. Кляп М.П., Шандор Ф.Ф. Сучасні різновиди туризму: навч. посіб. К.: Знання, 2011. 334 с.
22. Сеник Л.Я. Конкурентні переваги гастрономічного туризму у м. Львові // Стратегія розвитку туризму в ХХІ столітті у контексті вирішення глобальних проблем сучасності: Зб. матер.міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів 27-28 березня 2014 р.). Львів: ЛІЕТ, 2014. С.459-464.

ДОДАТОК 1

Перевірка тексту на плагіат

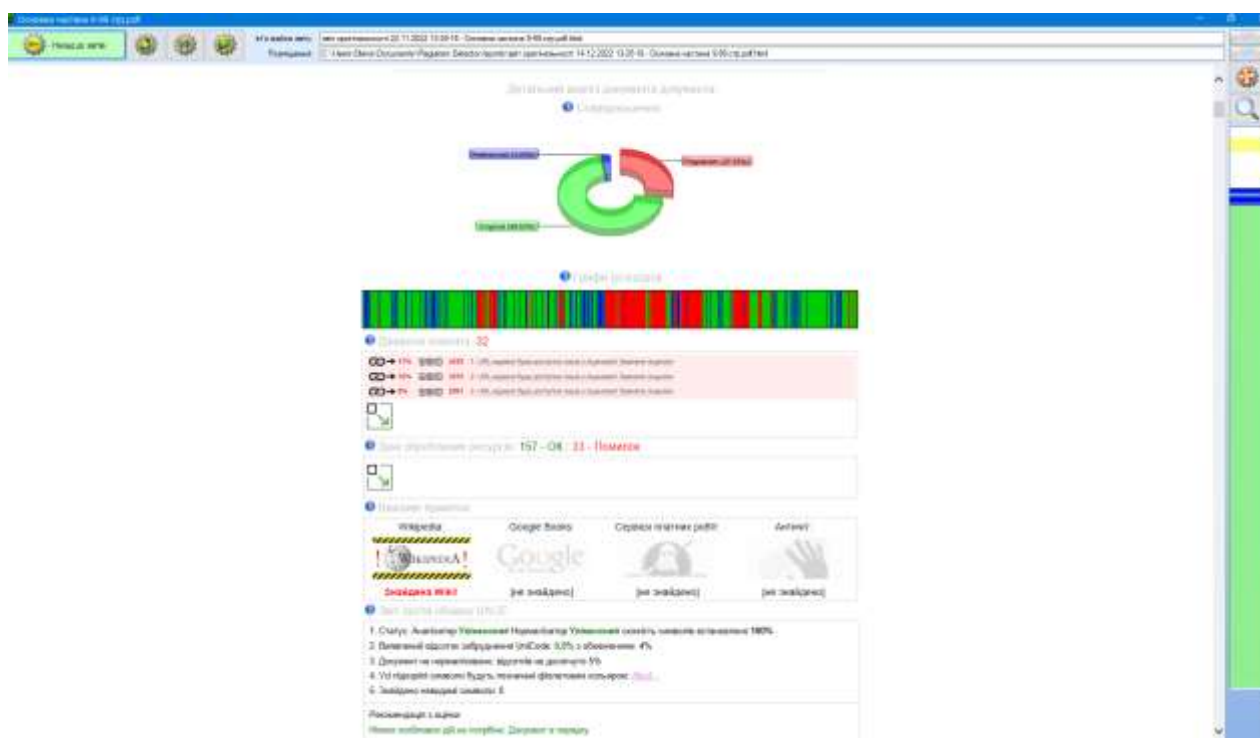
Кваліфікаційна робота магістра

Тема: «Шляхи підвищення конкурентоспроможності локальних продуктів через еногастротуризм»

Засіб перевірки <https://plagiarism-detector.com/>

Унікальність по фразам > 30 %

Унікальність по словам > 30 %



Керівник:


(підпис)

професор, д.е.н. Меліх О.О.

(вчене звання, прізвище та ініціали)

Здобувачка:

(підпис)

Козловська О.В.

(ПІБ)

ДОДАТОК 2

Наукова робота здобувача

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ**

**XV Всеукраїнської науково-практичної
конференції молодих учених і студентів
з міжнародною участю
до 120-річчя Одеського національного
технологічного університету**



**«Проблеми формування
здорового способу життя у молоді»**

6 жовтня – 8 жовтня 2022 року

м. Одеса

ТРЕНДИ СПОЖИВАННЯ ЛОКАЛЬНИХ ПРОДУКТІВ ТА ЇХ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ

Козловська О.В., студентка 2 курсу
ОКР «Магістр» факультету ТВaTb
Одеський національний технологічний університет,
м. Одеса

Термін «локальні продукти» достатньо широко в останні роки обговорюється в науці та практиці. Його можна пов'язати з концепцією виробництва натуральних товарів або місцевих послуг, які надаються різними підприємствами в сільській місцевості, зі сформованою соціально-економічною ідентичністю. Дуже часто в наукових джерелах вказується на те, що локальні продукти – це продукти, які вироблені в певному радіусі, про чому ця територія може охоплювати і міську частину. Чим менше частина такого міського виробництва, тим більше натуральною (екологічною) вважається споживачами продукція.

210

Таким чином, споживання харчових продуктів і сільська місцевість цікава споживачам з різних територій. А оскільки туристи – це теж споживачі, які вмотивовані подорожувати за чимось новим чи для чогось нового, сільський туризм є методом просування локальних продуктів.

Країни Західної Європи достатньо активно просувають сільський туризм (фермерський туризм, агротуризм, агритуризм тощо) [1]. В основі цього просування лежить сталість розвитку дестинацій. Сталість розвитку дестинацій – це триєдність розвитку соціуму, економіки та екології. Дійсно, не можна не погодитися, сільська місцевість може бути центром «екофрендлі» культури, надавати не тільки споживачам натуральні продукти і продукти перероблення сировини без зайвих витрат на транспортування, надавати цікаві туристичні продукти (гастрономічні тури, івенти тощо), підвищувати підприємницьку ініціативу та рівень зайнятості населення. Тобто одночасно впливати на соціальну, економічну та екологічну ефективність.

Загальноєвропейські дослідження [2-5] показують, що споживачі поступово все більше приділяють уваги тому, яким способом продукція вироблена і саме де знаходиться виробництво. Серед таких споживачів переважна кількість жінки (до 60 %). Чому подобається продукція із сільської місцевості? Хороший смак, якість, зовнішній вигляд, просте упакування. Серед відповідей на питання про мотивацію споживання локальних продуктів в сільській місцевості головним було занепокоєння споживачів зникненням рецептів і гастрономічної культури певної місцевості.

Серед виробників локальних продуктів європейських країн і США більша чисельність чоловіки (до 53 %). Вони також зацікавлені в сільському туризмі, оскільки основну свою вироблену продукцію можуть прямо реалізувати споживачу-туристу. Без зайвих витрат на посередників

Значна кількість локацій сільського зеленого туризму [6] приймає гостей на більшу кількість днів відпочинку, якщо може комплексно представити дестинацію, в якій знаходиться виробництво/виращування/перероблення. Тобто таким чином отримати від споживання продуктів, від гостинності, від екскурсійної діяльності тощо додаткові прибутки. Для того щоб представити туристам дестинацію – її стан та краєвиди повинні бути привабливими. Такий підхід формує концепцію «екофрендлі» в сільському туризмі.

Роблячи підсумок, можна сказати, що сільський туризм, дестинації якого потребують сталого розвитку, є основним трендом. А для підприємства і для держави, як інституцій, такий тренд не може бути не врахований в стратегіях та програмах розвитку.

211

Джерела інформації:

1. Cvijanovi'c D., Ignjatijevi'c S., Tankosi'c J., Cvijanovi'c V. Do Local Food Products Contribute to Sustainable Economic Development? [Electronic resource] – Access mode: <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/7/2847>
2. Colasanti, K.J.; Matts, C.; Hamm, M.W. Results from the 2009 Michigan Farm to School Survey: Participation grows from 2004. *J. Nutr. Educ. Behav.* 2012, 44, 343–349.
3. Phillips, R.; Wharton, C. *Growing Livelihoods: Local Food Systems and Community Development*; Routledge: London, UK, 2016; ISBN 978-0-415-72706-8.
4. Donald, B.; Blay-Palmer, A. The urban creative-food economy: Producing food for the urban elite or social inclusion opportunity? *Environ. Plan. A* 2006, 38, 1901–1920.
5. Cvijanovi'c, D.; Ignjatijevi'c, S. International Competitiveness of Niche Agricultural Products: Case of Honey Production in Serbia. In *Handbook of Research on Globalized Agricultural Trade and New Challenges for FoodSecurity*; Erokhin, V., Gao, T., Eds.; IGI Global: Hershey, PA, USA, 2020; pp. 443–464.
6. Balaban, M.; Župljanin, S.; Nešovi'c, D. Regional sustainability of local and rural development. *Econ. Agric.* 2019, 66, 1173–1186.

Наукові керівники – доктор екон. наук,
професор Олена МЕЛІХ,
канд.екон.наук., ст.викладач
В'ячеслав ІВАНЧЕНКОВ

ДОДАТОК 3

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра туристичного бізнесу та рекреації
Напрямок підготовки (спеціальність)
242 «Туризм»
Освітня програма Міжнародний туризм

Презентація

кваліфікаційної роботи магістра

на тему «Шляхи підвищення конкурентоспроможності локальних продуктів
через еногастротуризм»

Кількість слайдів 16

Здобувачка: _____ / Козловська О.В./
(підпис)

Керівник: _____ / Меліх О.О./
(підпис)

Одеса 2022

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра туристичного бізнесу та рекреації

ПРЕЗЕНТАЦІЯ
кваліфікаційної роботи магістра

«Шляхи підвищення конкурентоспроможності локальних продуктів
через еногастротуризм»

Виконала : Козловська Олена

Керівник: д.е.н., проф. Меліх Олена

Зміст роботи

Робота виконувалась у три етапи

1. Теоретичні основи дослідження гастрономічного, винного туризму
2. Локальні вина та харчові продукти в розвитку еногастротуризму України
3. Еногастрономічні маршрути по Одеській області

Метою роботи є розробка інструментарію шляхів підвищення конкурентоспроможності локальних продуктів через еногастротуризм

Досягнення поставленої мети дослідження визначило необхідність вирішення наступних завдань:

1. Визначити зміст, сутність поняття, класифікація та значення локальних продуктів через еногастрономічний туризм.
2. Дослідити аспекти розвитку еногастрономічного туризму.
3. Виявити аналіз формування еногастрономічного туризму в Одеській області.
5. Вивчити діяльність конкурентів з еногастрономічного туризму.
6. Дослідити ресурсний потенціал для розвитку.
8. Визначити напрямки підвищення конкурентоспроможності локальних продуктів.

Об'єктом дослідження обрано еногастрономічний туризм.

Предметом дослідження є особливості розвитку локальних продуктів через еногастрономічний туризм.

Напрями підвищення ефективності розвитку еногастрономічного напрямку в туризмі України:



на державному рівні врегулювати законодавчі питання, що стосуються якості продукції, відповідності її міжнародним стандартам;

створити інформативні багатомовні джерела інформації (карти, буклети, путівники по винних маршрутах і провідних винних підприємствах) для їх подальшого поширення серед дипломатичних і торгових представництв, туристів, що подорожують Україною;

популяризувати серед громадян України культуру споживання вина та локальних продуктів.

Одеський регіон є одним із найперспективніших виноробних регіонів України зі сприятливими умовами для розвитку еногастрономічного туризму, який може збільшити туристичні потоки до Одеської області й дасть змогу згладити фактор сезонності і розвивати туристичну дестинацію в будь-яку пору року.



У еногастрономічному турі запропоновано 2 дні, 1 ніч:

1 день

Болград «Щедра околиця» та винне господарство «Вінхол Оксамитне»

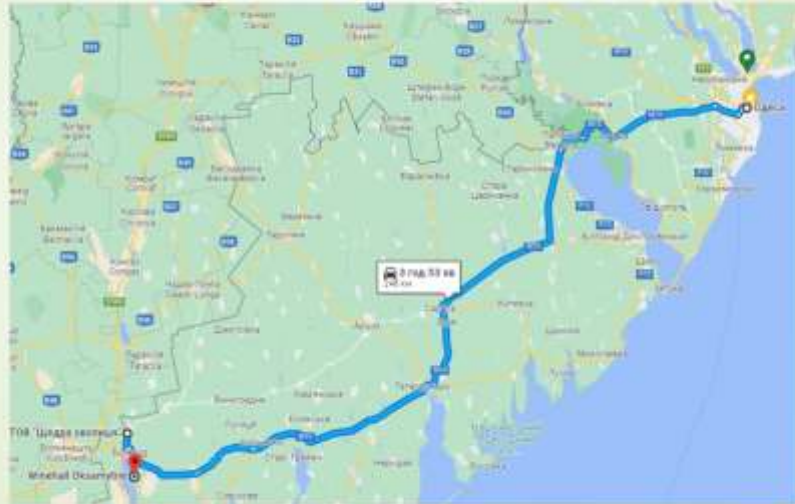
Сімейна сироварня «Щедра Околиця» почала закладати сири більше трьох років тому. Для виробництва сирів використовується молоко виключно місцевих корів, що дає незвичайний і насичений смак молока.

Після ми вирушимо до с. Бархатне, де розташоване виноробне господарство «Вінхол Бархатне». На вас чекає унікальна можливість продегустувати бріот на даху винзаводу, милуючись виноградниками та південними степовими краєвидами.

Також ми по дорозі до м. Болград зночівею дегустуємо м'ясні вироби в «Балканській ястї»



**МАРШРУТ ЗА НАПРЯМКОМ З м. Одеса
«Щедра околиця», «Винхол Оксамитне», «Балканські ястія»**



Сироварня «Щедра околиця» м. Болград



«Винхол Оксамитне» м. Болград



Механа «Балканські ястія» м. Болград



2 день

С. Шабо- с. Єлизаветівка

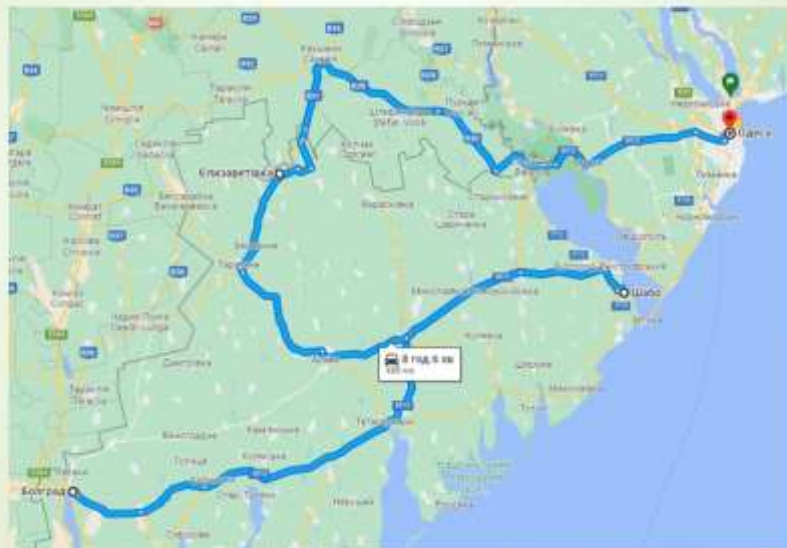
Шабо -це єдиний в Україні туристичний комплекс, розташований безпосередньо на території діючого виноробного підприємства та поєднує в собі сучасне високотехнологічне виробництво.

Равликова ферма в с. Єлизаветівка

Ми зможемо побувати на равликовій фермі, прогулятися по полю з равликами, послухати екскурсію, та дізнатися багато чого цікавого, а також продегустувати ескарго (франц. равлик) в шести соусах.



**МАРШРУТ ЗА НАПРЯМКОМ З м. Болград
«ШАБО» та равликова ферма з поверненням в м.Одеса**



Виноробний завод «Шабо» с.Шабо



Family Snail Farm (равликова ферма с. Єлизаветівка)



Вартість туру

Дні та події	Витрати
7.30 виїзд із Одеси на мікроавтобусі до м.Болград	
13.00 Дегустація сирів, сирних виробів	100 грн
15.00 Переїзд до с. Бархатне, де розташоване виноробне господарство «Винхол Оксамитне»	150 грн
17.00 Повернення до м. Болград, прибуття в механу «Балканські Ястія».	200 грн
19.30 Розміщення в готелі «Інзов»	550 грн
9.00 Вирушаємо в Центр культури «Шабо»	
Трансфер до с.Шабо	250 грн
11.00 Екскурсія по центру культури вина «Шабо» та дегустація різних видів вина	380 грн
15.00 Вирушаємо в с. Єлизаветівка на равликову ферму, екскурсія	500грн
Після чого вирушаємо в м. Одеса	50 грн
19.30 На Старосінній площі	
Загальна вартість туру для 6 осіб	13 080 грн
Загальна вартість туру для 1 людини	2180 грн

Висновки

Еногастрономічний туристичний маршрут прокладений районами Одеської області дає змогу туристам ознайомитися детальніше із локальними продуктами, відкрити для себе щось нове, дегустувати різні види вина, сиру та равликів.

Наші конкуренти – це туристичні агенції м. Одеса, наприклад, Туристичне бюро «Сім'я», Туристичні подорожі і поїздки за авторством Олександра Грабовського, Олексія Дишлевого, Романа Козловського. В основному, вони формують поїздки на один день, без ночівлі. Вартість поїздки приблизно 1500 грн в залежності від асортименту дегустації.

Наш тур розрахований на 2 дні та вартість його складає на 6 осіб -13 080 грн, а на одну людину 2180 грн.

Тобто конкурентоспроможна ціна. Даний маршрут є цікавий та змістовний, насичений екскурсійною програмою та дегустаціями, гарантує туристам, що ця подорож буде смачною, безпечною та екологічною.

ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!