

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



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

**Тема: «РОЗРОБКА І ПРОСУВАННЯ ГАСТРО-ТУРУ В НАПРЯМКУ
УКРАЇНА-ІТАЛІЯ»**

Здобувачки Анастасії САМОЙЛЕНКО

Керівники: Олена ВОСКРЕСЕНСЬКА
Олександр КАМУШКОВ

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від 07.06.2022 р., протокол № 11.

Завідувач кафедри ТБтаР _____ Олена МЕЛІХ

Одеса - 2022 рік

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет	Технології вина та туристичного бізнесу
Кафедра	Туристичного бізнесу та рекреації
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	242 Туризм
Освітня програма	Міжнародний туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Зав.кафедри ТБтаР
Олена МЕЛІХ

(підпис)
“11” лютого 2022 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА**

Анастасія Самойленко

1. Тема роботи: Розробка і просування гастро-туру в напрямку Україна-Італія ,затверджена наказом по академії від «03» 11. 2021 р. № 9 2 1 - 0 3 .
2. Термін здачі студентом закінченої роботи «06» 06 2022р.
3. Вихідні дані до роботи:
теоретичні та практичні посібники з організації туризму, довідкова література, електронні ресурси.
4. Перелік питань, котрі необхідно розробити:
Розділ 1. Теоретичні засади гастрономічного туризму
Розділ 2. Стан гастрономічного туризму в Італії
Розділ 3. Розробка гастрономічного туру в Італію.
5. Перелік графічного матеріалу
Презентація до кваліфікаційної роботи на 22 слайди.

6. Консультанти по роботі із зазначенням розділів роботи:

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 3	В'ячеслав ІВАНЧЕНКОВ	11.02.2022	06.06.2022

7. Дата видачі завдання – «11» 02 2022р.

Керівники _____ Олена ВОСКРЕСЕНСЬКА
 _____ Олександр КАМУШКОВ
 (підпис)

Завдання прийняла до виконання _____ Анастасія САМОЙЛЕНКО
 (підпис)

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи
1	Пошук об'єкту дослідження, обґрунтувати теми кваліфікаційної роботи бакалавра та погодження керівником.	11.12 – 16.12
2	Складання бібліографії та ознайомлення з літературними та електронними джерелами	18.12 – 25.12
3	Виконання першого розділу	02.01 – 20.01
4	Виконання другого розділу	23.01 – 17.02
5	Виконання третього розділу	18.02 – 18.03
6	Оформлення роботи	25.03 – 01.04
7	Захист кваліфікаційної роботи бакалавра	15.06.2022

здобувачка _____ Анастасія САМОЙЛЕНКО
 (підпис)

Керівники роботи _____ Олена ВОСКРЕСЕНСЬКА
 _____ Олександр КАМУШКОВ
 (підпис)

АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи бакалавра

Робота містить 67 сторінок, 7 таблиць, 12 рисунків, список літератури з 36 найменувань, 5 додатків.

Метою виконання роботи є аналіз гастрономічного туризму Італії. Виявлення проблем та перспектив розвитку гастрономічного туризму в Італії та розробка гастротуру із України в Італію.

Об'єктом аналізу, узагальнень і дослідження виступають - гастрономічний туризм та особливості організації гастротуру

Завданням роботи передбачено дослідження сутності гастрономічного туризму, розвитку гастротуризму у Італії та розробка гастротуру.

За результатами виконаної роботи сформульовані теоретичні аспекти та стан гастрономічного туризму у Італії

Одержані результати можуть бути використані при розробці програм розвитку гастрономічного туризму в Італії та Україні і бути використаними при розробці спецкурсів для студентів спеціальностей міжнародного туризму, міжнародних відносин, країнознавства.

Рік захисту роботи 2022 р.

ANNOTATION
to the qualification work of a bachelor

The work contains 67 pages, 7 tables, 12 figures, bibliography of 36 titles, 5 appendices.

The purpose of the work is to analyze the gastronomic tourism of Italy. Identifying problems and prospects for the development of gastronomic tourism in Italy and the development of gastronomy from Ukraine to Italy.

The object of analysis, generalizations and research are - gastronomic tourism and features of the organization of gastronomy

The task of the work is to study the essence of gastronomic tourism, the development of gastrotourism in Italy and the development of gastronomy.

Based on the results of the work, the theoretical aspects and the state of gastronomic tourism in Italy are formulated

The obtained results can be used in the development of programs for the development of gastronomic tourism in Italy and Ukraine and be used in the development of special courses for students majoring in international tourism, international relations, country studies.

Year of defense of the thesis 2022

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ГАСТРОНОМІНОГО ТУРИЗМУ	10
1.1 Сутність поняття «гастрономічний туризм» в роботах зарубіжних і вітчизняних	10
1.2 Історія розвитку та види гастрономічного туризму.....	7
1.3 Основні центри гастрономічного туризму у світі	24
Висновки до 1 розділу	26
РОЗДІЛ 2. СТАН ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ІТАЛІЇ	27
2.1. Передумови розвитку гастрономічного туризму в країні	27
2.2. Аналіз динаміки розвитку та структури гастротуризму в Італії	36
2.3. Дестинації гастрономічного туризму в країні.....	41
Висновки до 2 розділу	44
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРУ В ІТАЛІЮ	46
3.1. Технологічна карта туру.....	46
3.2. Форма туру та схема маршруту	52
3.3. Пакет послуг та програма туру	53
3.4. Економічне обґрунтування розробленого туру.....	56
3.5. Організаційно-технічне забезпечення туру	58
3.6. Просування нового туристичного продукту	60
Висновки до 3 розділу	61
ВИСНОВКИ.....	62
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	64
ДОДАТКИ.....	68

ВСТУП

Актуальність дослідження. В цей час у науковій сфері туризм заведено вважати комплексною соціально-економічною системою. Туризм є окремою галуззю економіки невиробничої сфери, різноманітні фірми та компанії якої покривають потреби туристів у матеріальних та нематеріальних послугах, ключове завдання якого полягає в гарантуванні для тієї чи іншої людини раціонального та повноцінного відпочинку. Туризм по праву можна вважати фундаментальною базою економіки досить великої кількості розвинених країн і регіонів всього світу. В сьогоденність туризм модифікувався в індустрію міжнародного масштабу, оскільки в розрізі доходів він посідає третє місце серед основних експортних галузей економіки, поступаючись виключно нафтовидобутку та автомобілебудування.

В умовах сьогодення важливою складовою туристичної індустрії є харчування туристів. Окрім знайомства з цікавими історичними пам'ятками, містами та країнами туристи прагнуть пізнати особливості національної кухні. Гастрономічний туризм як подорожі з метою задоволення своїх гастрономічних потреб та смаків – один із прогресивних та перспективних сучасних напрямків у туристичній галузі.

Такий вид туризму інтенсивно поширюється та набирає неабияке поширення серед європейських країн. Можливість вдосконалювати такий вид подорожей в Італії та світі стимулюватиме розвиток багатьох регіонів, зокрема через надходження коштів до місцевих бюджетів, і тому це робить дану тему особливо актуальною в наш час.

Досвід Італії та інших гастрономічних країн світу набув особливого значення для розвитку українського потенціалу в цьому ж напрямку. Велике значення гастрономічного туризму виявляється у можливості розмежовувати особливості культури певних народів, із цієї точки зору він являє собою засіб посилення перехресного культурного спілкування, є проявом міжнаціональних зв'язків та сприяє встановленню всебічних контактів. В

результаті розмаїття культурних контактів проходить синтез ментальних, матеріальних і духовних цінностей та здобутків від державного рівня до міжособистісного.

Дослідження стану ринку на сучасному етапі та напрямки розвитку гастрономічного туризму є запорукою виявлення перспектив розвитку гастрономічного туризму в Італії та розробки конкурентоспроможного туристичного продукту на світовому ринку туристичних послуг.

Метою даного дослідження є визначення стану, проблем та перспектив розвитку гастрономічного туризму в Італії.

Для досягнення мети поставлено наступні завдання:

- Схарактеризувати поняття та суть гастрономічного туризму;
- розглянути класифікацію гастрономічного туризму;
- скласти та проаналізувати перелік найпопулярніших центрів гастрономічного туризму у світі;
- проаналізувати динаміку розвитку та структуру гостротуризму в Італії;
- виявити проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Італії;
- визначити можливості використання італійського досвіду для розвитку гостротуризму в Україні.

Об'єктом дослідження даної теми є гастрономічний туризм, а **предметом** – сучасний стан та перспективи гастрономічного туризму в Італії.

Дослідженнями теоретичних і практичних аспектів розвитку гастрономічного туризму займалися такі закордонні вчені, як: К. Холл, Д. Гілмор, Б. Пін, Р. Мітчелл, Д. Хендерсон, Ю. Лін, Т. Пірсон, Л. Кей та ін. Аналіз сучасної літератури свідчить про активне науково-практичне опрацювання проблеми гастрономічного туризму і в Україні. В дослідженнях А. Булигіна, Е. Маслової, І. Комарніцького, В. Федорченка, Д. Басюк, Т. Сокол, Т. Божук, Л. Прокопчук, Т. Шпараги, В. Бойко, О. Любіцевої, Ф. Шандора, Г. Волкової, М. Баштової висвітлюється історико-культурний контекст розвитку

цього виду туризму, особливості створення регіональних туристичних продуктів на основі національних кулінарних традицій.

Для виконання поставлених завдань використано такі **методи наукових досліджень**: теоретичний аналіз літературних джерел; статистичний метод; метод порівняльного аналізу; метод класифікації; метод прогнозування; метод узагальнення.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

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

Гастрономічний туризм – новий напрямок розвитку світового туризму, який може бути одним із можливих напрямів збереження та розвитку економіки традиційного господарства, культурної спадщини та фактором сталого розвитку територій [1].

Метою гастрономічних турів на сьогодні є ознайомлення з особливостями кухні інших країн. До того ж слід вивчати особливості місцевої рецептури, яка століттями вбирала традиції та звичаї місцевих жителів, їх культуру приготування їжі [2].

Туроператори дедалі частіше зазначають, що люди обирають місця для відпочинку не за кількістю пляжів чи пам'яток історії, а, зокрема, оцінюючи гастрономічну привабливість країни. Популярними країнами цього напрямку традиційно є європейські держави та азійські країни, такі як Індія, Таїланд, Японія, Китай.

Гастрономічні тури зазвичай розраховані на 6-8 днів. Причому в тур може бути включено не лише відвідування найкращих ресторанів, а й участь у технології приготування страв, традиційному святі з культурною програмою, екскурсії на підприємства, а також відвідування кулінарних та винних курсів.

Для організації гастрономічного туру слід правильно поставити цілі та завдання, визначити ресурси та можливості цієї чи іншої території. Від цього змінюватиметься концепція розробленого туру, об'єкти показу та форма роботи з туристами на маршруті.

По-перше, інтерес організаторів і туристів викликає задана територія, де є харчова сировина для гастрономічного туру. По-друге, увагу туристів може привернути перероблення цієї сировини, тобто, технології, що

застосовуються на підприємствах із виробництва кінцевого продукту. Потрете, необхідно організувати дегустацію одержаного продукту, яка є однією з найпопулярніших форм роботи з екскурсантами [3].

Однією з форм роботи є музей при підприємстві або окремий музейний комплекс, що розповідає про історію виготовлення продукту, вдосконалення технологій збору та перероблення сировини. Плюсом є наявність майданчика з можливістю проведення майстер-класів, дегустацій та тематичних свят.

Оскільки даний вид туризму має спільні риси з іншими видами (рис. 1.1), гастрономічний туризм може бути частиною комплексного туру або мати деякі ознаки інших видів туризму, за якими можна провести класифікацію (рис. 1.2):

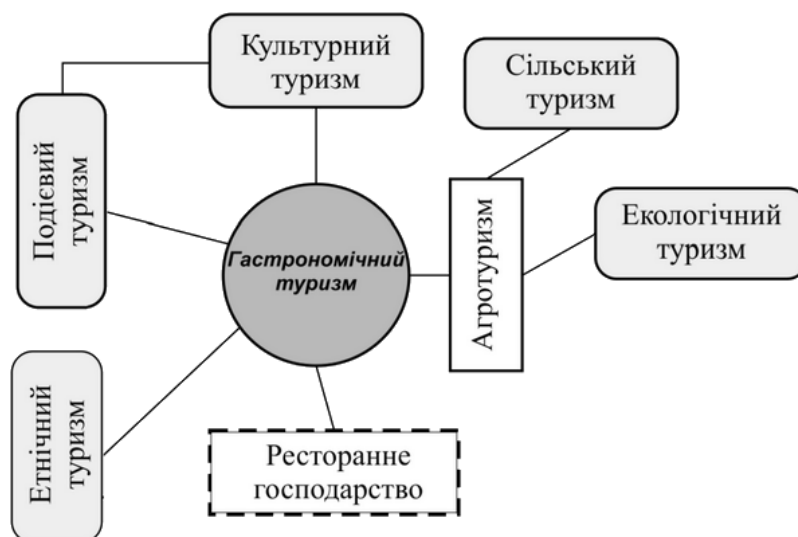


Рис. 1.1. Види туризму, з якими переплітається гастрономічний туризм [22, с.2]



Рис. 1.2. Класифікація гастрономічного туризму [22]

Сільський гастрономічний туризм пов'язаний з агротуризмом. Під час таких турів люди перебувають у природному середовищі, пізнають сільську культуру та побут, намагаються ізолюватися від сучасного світу та прагнуть жити, як їхні предки: займаються збиранням, живуть без особливих зручностей, допомагають фермерам займатися сільськогосподарськими роботами та вживають у їжу екологічно чисті продукти.

Під час ділових поїздок відвідуються фабрики, цехи на заводах, знамениті підприємства харчування та «ресторані ланцюги», проводяться презентації нових брендів та страв, майстер-класи.

Подієвий або фестивальний гастрономічний тур має на меті відвідування конкретної події або гастрономічного фестивалю, які періодично проводяться по всьому світу і мають величезну популярність. Наприклад, вересень – час Устричного фестивалю в Ірландії та Октоберфесту у Мюнхені. У липні традиційно відбувається свято іспанської національної їжі Сан-Фермін та Бонтон – фестиваль тунця в Італії, а у листопаді у Франції – Божоле Нуво – молодого вина і фестиваль білих трюфелів в Сан-Мініато.

Поняття «культурно-пізнавальний гастрономічний туризм» є досить абстрактним, оскільки в такому випадку йдеться про комбінований тур. Це може бути подорож до країни з багатими кулінарними традиціями, знайомство з її пам'ятками, включаючи особливості кухні під час обідів з елементами національної кухні.

Виробники харчові продукти різними способами використовують інтерес споживачів до їжі, що асоціюється з профілем регіону, де деякі моменти можуть замовчуватися, а на інші, навпаки, робитися акцент. Таким чином, з'являється поняття «бренд території» [5, с. 2].

Брендинг територій – стратегія підвищення конкурентоспроможності міст, областей, регіонів, географічних зон та держав з метою завоювання зовнішніх ринків, залучення інвесторів, туристів, нових мешканців та кваліфікованих мігрантів [6]. Розширене тлумачення гастрономічного бренду передбачає просування території як експортера унікальної високоякісної

продукції. Обмежене значення гастрономічного бренду має на увазі відбір відмінних рис регіональної кухні, які часто виявляються в присутності однієї або деяких районних страв, що зустрічаються тільки в цьому районі або мають особливу вірогідність [7].

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

Різні землі та території країн можуть дуже відрізнитися своїми кулінарними традиціями, крім того, на кулінарію впливають кухні сусідніх регіонів. Деякі страви навіть носять назви географічної місцевості: шварцвальдська шинка, нюрнберзькі пряники, сир Едем, Рокфор, краківська ковбаса, орлеанські коньяки, кава по-віденськи, півень у вині по-бургундськи й т. д. Зв'язок географічних назв до початку процесу торгівлі продуктами на ринку і давно використовується для класифікації продуктів. Репутація місцевості може навіть додавати цінність товару.

Якщо звернути увагу на українську кухню та її регіональну різноманітність, то можна побачити назви продуктів, що вже стали гастрономічними брендами тієї чи іншої території: вінницький хліб, полтавські галушки, Київські котлети, Львівський круасан, Львівська кава тощо.

В цей час їжа стає не просто їжею, а чимось більшим, ніж цінність її поживності. Їжа – один із найстаріших інструментів та найконкретніших культурних проявів, які заявляють про те, хто ми є і до якої групи хочемо ставитися.

Культура харчування значуща як такий інструмент розвитку туристичного напрямку. Виділяються стереотипні харчові профілі, наголошується на харчових уподобаннях провідної групи суспільства,

цінується ексклюзивність і створюються певні культурні символи того чи іншого місця. Країни, які взяли для себе орієнтиром гастрономічні тури, прагнуть унікальності й виборюють позитивні бренди своєї території, переслідуючи комерційні та політичні цілі у вигляді формування регіональної ідентичності ринку.

Гастрономія часто принципово впливає на вибір мандрівником напряму поїздки, люди готові витратити на харчування величезні кошти. Буває й так, що бажання познайомитись з унікальними стравами є головною причиною подорожі. Турист розглядає місцеву кухню як спосіб краще познайомитися зі звичаями, традиціями та культурою.

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.

В літературі зустрічаються різноманітні 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 куточків 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 взяти участь у гастрономічних заходах»

М. Броеж 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 зображати місцеву чи національну кухню, культуру споживання, кулінарні методи» [4].

Д. Басюк дає таке визначення: «спеціалізований вид туризму, що здійснює ознайомлення з національними кулінарними традиціями різних країн, що є поєднанням екології, культури та 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 й 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».

Таким чином, проаналізувавши з думками науковців, можна сформулювати загальне визначення поняття «гастрономічний туризм» – це один з видів туризму, метою якого є ознайомлення зі 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 зображати традиції, світосприйняття та спосіб життя людей, які живуть в певному регіоні [5].

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, гастрономічному туризму притаманні певні особливі риси (рис. 1.3):

1. Гастрономія – це можливість оживити та урізноманітнити туризм, це правильний спосіб залучити туристів у вже знайомі їм країни та регіони.

2. Гастрономічний тур виключає поняття сезонності для подорожей (подорожі здійснюються цілий рік).

3. У гастрономічних подорожах турист дізнається про повсякденне життя, історію та культуру країни набагато більше, ніж у класичній екскурсійній подорожі.

4. Протягом туру він знайомиться з сім'ями, які століттями трудяться над вирощуванням виноградників, або займаються сироваренням, або століттями виробляють шинку. Ці люди різного достатку та походження, предки одних були аристократами, інших підприємцями, третіми фермерами.

5. Крім гастрономічних задоволень, завжди включено проживання, індивідуальний супровід російськомовним асистентом, індивідуальний транспорт, екскурсії найкрасивішими місцями регіонів, обіди або вечері.

6.. Тривалість гастрономічного туру – від вікенду до повноцінних двох тижнів. Найпопулярнішими є тури тривалістю 4 дні/3 ночі.

Рис. 1.3. Особливості гастрономічного туризму

Також, гастрономічні тури не бувають "гарячими" і не пов'язані з поняттям «найнижча ціна» [3]. Дане твердження зумовлене тим, що гастрономічний тур потребує детального планування та розробки за деякий час до здійснення цього туру, а гарячий тур сам по собі розробляється за кілька днів то його реалізації. Тобто, для планування харчування, або ж гастрономічних фестивалів вимагається дещо більше часу.

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. Гастрономічні тури не бувають «гарячими» і не пов'язані з поняттям «найнижча ціна» [3]. Дане твердження зумовлене тим, що гастрономічний тур потребує детального планування та розробки за деякий час до здійснення цього туру, а гарячий тур сам по собі розробляється за кілька днів то його реалізації. Тобто, для планування харчування, або ж гастрономічних фестивалів вимагається дещо більше часу.

На розвиток гастрономічного туризму впливають соціально-економічні, політичні та релігійні фактори.

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 [8].

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 [9].

Гастрономічному туризму притаманні певні ознаки, а саме стійкість, якість, зв'язок та співпраця. Стійкість означає незмінність кулінарного

продукту, залучення туристів до вже присутнього 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 приймання. Зв'язок, як особливість, характеризується тим, що між всіма сегментами сфери гастрономічного туризму має забезпечуватися постійний зв'язок, який починається з перевірених опис 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 [8].

1.2 Історія розвитку та види гастрономічного туризму

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 [10].

У 2001 році з'явилася перша стаття з даної теми за авторства Еріка Вольфа, а згодом на її основі вийшла у світ і перша книга. Е. Вольф є засновником

Міжнародної асоціації гастрономічного туризму (2003 р.), яка у 2012 році 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». У 2006 році було створено Міжнародний інститут кулінарного туризму, який займається реалізацією освітніх і навчальних програм при Міжнародній асоціації гастрономічного туризму [11].

Це стало передумовою до створення турфірм, які спеціалізуються на кулінарному туризмі («GourmetonTour» у Сполучених Штатах, «The International kitchen» у Великій Британії, «Gourmet Getaways» в Італії та ін.) Першими у започаткуванні й вивченні поняття «гастрономічний туризм», були американські науковці, хоча вважається, що підґрунтя 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 18 частиною самобутності території та впливає на формування туристичного іміджу [8]. В Україні у 2013 році 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 та виноробної галузей, готельно-ресторанного бізнесу. Метою Асоціації є активне сприяння розвитку гастрономічного і винного туризму в нашій країні, розробка та впровадження українського гастрономічного продукту на внутрішньому та зовнішньому туристичних ринках, сприяння та підтримка українських виробників відповідної продукції.

Також з 2015 року під керівництвом Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму започаткувалося 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: 19 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 [8].

Починаючи з 10 червня 2017 року міжнародна спільнота відзначає День національного харчового туру, демонструючи те, що гастрономічний туризм є важливим напрямом туризму [8].

Існує низка досліджень, присвячених класифікації видів гастрономічного туризму. За С. Гатауліною та В. Шикеринець 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 [13].

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 івентний гастротуризм – підвид подієвого туризму, що пов'язаний з релігійними та національними святами, ключовими моментами яких є кулінарні традиції (Масляна, Великодень, Різдво та ін.) [14].

С. Саламатіна виокремлює наступні види спеціалізації гастротуризму: винний, рибний, сирний, кавовий, чайний, медовий, шоколадний, агро, фруктовий-ягідний та змішаний. Відповідно даної класифікації стає зрозумілим те, що кожен з видів гастрономічного туризму передбачає ознайомлення з умовами та технологією виробництва певних продуктів та їх дегустацією [15].

Кавовий туризм – це туризм, який передбачає поїздки центрами кавового виробництва. Що мандрує пізнають історію цієї справи, дегустують напої, знайомляться з процесами обсмаження, способами заварювання кави тощо.

Шоколадний туризм – поїздки екзотичними країнами, що відомі масштабним виробництвом какао бобів, а також країнами, які славляться виготовленням шоколадних виробів.

Пивний туризм – екскурсії до країн, відомих своїми пивоварнями, задля того, аби познайомитися з сортами пива, відвідати пивоварні, пивні фестивалі.

Винний туризм (енотуризм) – це один з найпопулярніших видів гастрономічного туризму, який передбачає екскурсії на виноградники, до винних підвалів, дегустацію вин та винної продукції.

Рибний туризм – подорож з метою дегустації рибних страв та морепродуктів, а також відвідання водних угідь, рибних ферм та заводів з залученням до процесу вилову риби та ознайомлення з технологіями її приготування.

Медовий туризм (авіатуризм, бджолиний туризм) – різновид туризму, метою якого є дегустація, купівля продуктів бджільництва (мед, віск, пилок тощо) безпосередньо на місці виробництва.

Фруктово-ягідний туризм – вид гастротуризму, який передбачає збирання і споживання фруктів та ягід, а також ознайомлення з різноманітними технологіями їх перероблення.

Сирний – поїздки в центри виробництва і споживання сиру, відвідування приватних сироварень, огляд професійного обладнання, знайомство зі стародавніми рецептами, зустріч з сирним «сомельє» і вивченням відтінків смаку сирів.

З даною класифікацією погоджуються більшість дослідників гастрономічного туризму. Зокрема Є. Обухов називає ці підвиди гастрономічного туризму гастрономічним монотуризмом. На його думку,

гастрономічний монотуризм – це особливий вид кулінарного туризму, присвячений єдиному продукту [13].

В. Омельницька виділяє такі класифікаційні ознаки як мета та напрям подорожі. За метою подорожі гастрономічний туризм поділяється на:

— культурно-пізнавальний – відвідування різноманітних екскурсій кулінарного та виробничого характеру;

— оздоровчий – споживання лікувальних трав'яних зборів, чаїв, меду та паралельне проходження оздоровчих процедур (апітерапія, винотерапія, дієтотерапія);

— для гурманів – дегустація вишуканих страв та напоїв спеціалістами (сомельє, дегустаторами);

За напрямками подорожі гастротуризм поділяється на святковий та фестивальний, що передбачають відвідування та участь у гастрономічних ярмарках, фестивалях тощо [14].

В. Омельницька окремо виділяє й такий вид гастрономічного туризму, як особливий, а саме – гастродипломатія – організація дипломатичних прийомів, з урахуванням гастрономічних особливостей держав-гостей та держав-організаторів. Таким чином, на основі досліджень науковців у сфері гастрономічного туризму нами було виділено наступні класифікаційні ознаки щодо видів гастрономічного туризму: за місцем розташування дестинації; за метою подорожі; за видом конкретного продукту; за напрямом подорожі; особливі. Класифікація гастрономічного туризму наведена в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Класифікація гастрономічного туризму [14, с.4]

Ознака класифікації	Підвид	Характеристика туристичної діяльності
За місцем розташування дестинації	Сільський	Куштування екологічно чистих продуктів; збір овочів, фруктів та ягід; прогулянки по виноградниках.

Продовження таблиці 1.1

	Міський	Відвідування промислових або сервісних підприємств (кондитерських фабрик, ковбасних заводів); відвідування ресторанів дегустацією делікатесних страв.
За метою подорожі	Культурно пізнавальний	Відвідування різноманітних екскурсій
	Оздоровчий	Винотерапія; дієтотерапія; терапія цілющими травами та чайними зборами;
	Гурман	Дегустація вишуканих страв та напоїв спеціалістами гастрономічної сфери (дегустаторами, сомельє)
За видом конкретного продукту	Винний	Дегустація вин; прогулянки виноградниками; екскурсія по виноробні.
	Пивний	Дегустація пива; відвідування пивоварень та пивних заводів.
	Сирний	Дегустація сирів; Відвідування сирних погребів; Відвідування екскурсій на сирних заводах та невеликих сироварнях
	Чайний	Дегустація чаю; участь у чайних церемоніях; відвідування чайних плантацій; відвідування фабрик розфасовування та упакування чаю.
	Кавовий	Дегустація кави; відвідування кавових плантацій; відвідування фабрик розфасування та упакування кави.
	Шоколадний	Дегустація шоколаду; відвідування шоколадних фабрик, заводів та майстерень; відвідування плантацій какао.
	Фруктово-ягідний	Дегустація фруктів та ягід, а також фруктові ягідної продукції; збирання фруктового чи ягідного урожаю; відвідування фруктових садів; відвідування заводів з перероблення фруктів та ягід.
	Рибний	Дегустація рибної продукції; відвідування рибних ферм та водойм; відвідування заводів з перероблення риби.
	Медовий	Дегустація меду; відвідування пасіки; походження косметичних процедур з використанням меду та медової продукції; відвідування екскурсій на медових заводах.
	Змішаний	Поєднання декількох спеціалізацій
За напрямом подорожі	Святковий	Відвідування гастрономічних свят
	Фестивальний	Відвідування гастрономічних фестивалів
Особливі	Гастродипломатія	Організація дипломатичних прийомів з урахуванням гастрономічних особливостей держав-гостей та держав-організаторів

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. У 2003 р. 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 у 2013 р. на базі Національного університету харчових технологій.

1.3 Основні центри гастрономічного туризму у світі

Розвиток гастрономічного туризму – це новітня тенденція у всьому світі. Попит на різноманітні послуги гастрономічного туризму обумовлений наявністю в тій чи іншій країні або регіоні відповідних туристичних ресурсів. Такими ресурсами можуть бути ресторани господарства, гастрономічні події та заходи, а також об'єкти гастрономічної та кулінарної спадщини. Всесвітня туристична організація UNWTO у 2019 р. оприлюднила рейтинг найбільш привабливих дестинацій гастрономічного туризму. Перше місце у рейтингу займають заклади ресторанного господарства, друге – заклади торгівлі локальними харчовими продуктами, третє – гастрономічні свята та фестивалі.

Рейтинг об'єктів гастрономічного туризму, які мати попит у туристів зображено на рисунку 1.4:

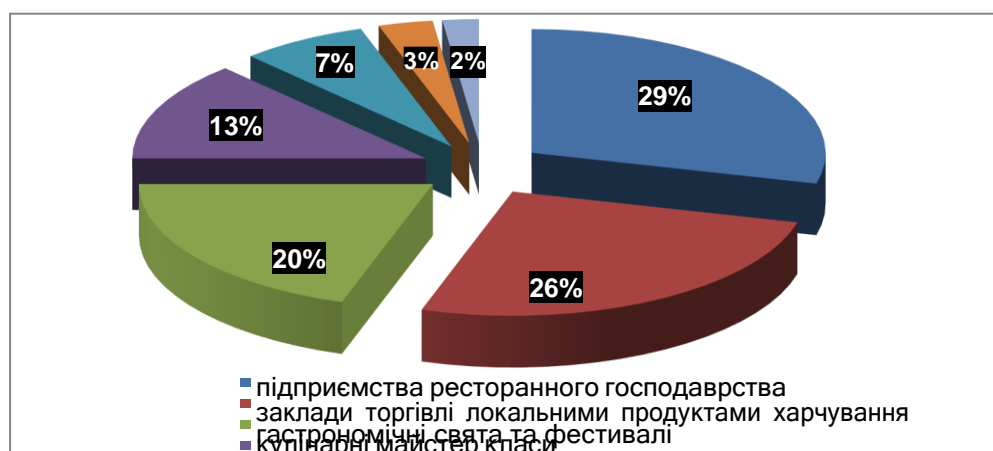


Рис. 1. 4- Об'єкти гастрономічного туризму, які мати попит у туристів

Джерело: розроблено автором за [14]

На сьогодні у довіднику Мішлен згадується більш як 15 тис. ресторанів, проте не всі вони відзначені зірками, хоча згадка у довіднику вже свідчить про високий рівень кулінарної майстерності. Найбільше зірок Мішлен мають ресторани Токіо – 225 ресторанів, Парижа та Кіото – 167 ресторанів у кожному місті, Осака – 139 ресторанів та Нью-Йорку – 65 ресторанів.

В цілому до Списку ЮНЕСКО включено французьку, мексиканську, японську, малавійську кухні. Окремо виділяють Грецію, Іспанію, Італію та Марокко, середземноморська дієта яких оголошена культурною спадщиною.

Французька культура приймання їжі опирається на виборі найсвіжіших продуктів і підборі вина до кожної страви, строгому порядку подачі страв, а також традиції довгих вечер з вишукане сервування, навіть вдома.

Мексиканська кухня цінна тим, що більшість рецептів мають стародавнє походження та нетрадиційні способи приготування.

Японські страви готуються при мінімальній тепловій обробці, для того, щоб зберегти первинний смак продуктів з повагою до природи та традицій, що змусило ЮНЕСКО включити японську кухню до свого списку.

Кухня Малаві відома традиціями приготування страв з кукурудзяної муки, а ще жителі цієї країни не їдять м'яса та хліба.

Середземноморська дієта спонукає вживати більше свіжих овочів та фруктів, оливкової олії, червоного вина, їсти менше м'яса та вести здоровий спосіб життя. Внесення цих об'єктів до Списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО сприяло розвитку гастрономічного туризму в згаданих країнах.

У додатку 2 ви можете переглянути карту гастрономічних фестивалів світу.

Висновки до 1 розділу

Гастрономічний туризм – це один з видів туризму, метою якого є ознайомлення зі способами приготування страв та напоїв і їх дегустацією, а також кулінарними традиціями території, регіону, країни тощо.

Історія гастрономічного туризму є відносно не великою. Термін «кулінарний туризм» вперше було вжито у 1998 р. американським професором Л. Лонг, а у 2001 р. з'явилася перша стаття за даною темою, автором якої був Е. Вольф. Згодом у 2003 р. автор першої статті та книги про гастрономічний туризм заснував Міжнародну асоціацію гастрономічного туризму, що є важливою організацією і в наш час.

Нами було проаналізовано та доповнено класифікацію гастрономічного туризму. Так за місцем розташування дестинації даний вид туризму поділяється на сільський та міський; за метою подорожі на культурно пізнавальний, оздоровчий та гурман; за видом конкретного продукту на винний, пивний, сирний, чайний, кавовий, шоколадний, фруктовий-ягідний, рибний, медовий, змішаний тощо; за напрямом подорожі на святковий і фестивальний; особливим гастрономічним туром є гастродипломатія.

Особливістю гастрономічних турів є те, що вони не можуть бути «гарячими» та за «заниженою вартістю», адже гастрономічний тур потребує детального планування та розробки за деякий час до здійснення цього туру, а гарячий тур сам по собі розробляється за кілька днів до його реалізації.

РОЗДІЛ 2. СТАН ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ІТАЛІЇ

2.1. Передумови розвитку гастрономічного туризму в країні

Зацікавленість гастрономією сприяє активному проведенню гастрономічних свят і фестивалів. У багатьох країнах світу гастрономічні свята є давніми традиціями. Їх люблять як місцеві жителі, так, звичайно, і туристи. Гастрономічний фестиваль – хороший привід для подорожі.

Одними з найпопулярніших фестивалів є ті, які присвячені алкогольним напоям, а саме вину і пиву. Найграндіознішим серед них є легендарний пивний фестиваль Oktoberfest. Починаючи з 1810 р. в Мюнхені (Німеччина) наприкінці вересня щорічно проводиться цей фестиваль, де випивають понад 7 млн літрів пива, з'їдають 1,5 млн мюнхенських сосисок, 84 бики, 65 свиних рульок, 500 тис. курей. Його відвідують близько 7 млн туристів [17].

Також, дуже відомими є інші пивні фестивалі: у Портленді (США), Таллінні (Естонія), Фирзен-Дюлькені (Німеччина), Сіетлі (США), Сінгапурі тощо. На таких фестивалях пропонується від 100 до 250 сортів пива.

Найвідомішим винним фестивалем є «Божоле нуво», який проводиться в Бургундії (Франція) з середини 20 століття. Цей фестиваль присвячений дегустації молодого вина сорту «Божоле», до якого подаються французькі ковбаси та запечена птиця [23].

В Італії щороку проводиться гастрономічний фестиваль «Канеллі – місто вина». Головною метою фестивалю є не лише дегустація вишуканих італійських вин, але й куштування найкращих італійських страв.

Найпопулярнішими є гастрономічні фестивалі присвячені морепродуктам та м'ясу. У Великобританії щороку проходить «Тиждень молюсків і креветок», у ПАР – Фестиваль устриць, у Нідерландах – «Свято оселедця», у Франції – свято морських гребінців Fetedela Coquille, у Фінляндії – Фестиваль салаки.

З 1947 р. у містечку Рокленд (США) проходить фестиваль лобстерів. За 5 днів святкування поїдається не менше 10 тис. кг лобстерів. Окрім дегустації, фестиваль пропонує інші різноманітні розважальні заходи: виставки, конкурси, ярмарки, кулінарні змагання та ін.

Найбільший в Європі фестиваль сосисок проходить в Угорщині в м. Бекешчабе. Його відвідують близько 70 тис. туристів. На цьому святі готують сосиски як професійні кухарі, так і місцеві жителі, використовуючи власні оригінальні рецепти. Подібні фестивалі проводяться у Чехії, Фінляндії, Франції, Німеччині та інших країнах.

В Сакраменто (США) проходить фестиваль, присвячений бекону – Bacon Fest. Понад 100 кулінарів з Америки та Європи готують страви зі свинини, навіть м'ясні десерти.

Фестиваль вуличної їжі проходить у Брюсселі (Бельгія). Це найбільший фестиваль, присвячений вуличній їжі різних країн світу, в Європі. Протягом трьох днів святкування сто фургончиків годують і розважають понад 150 тис. туристів. Тут представлені японські, китайські, французькі, бельгійські, мексиканські страви. В кінці фестивалю обирають та нагороджують фургончик з найсмачнішою їжею.

У Неаполі (Італія), що є батьківщиною піци, з 1997 р. проходить «Піца фест», на який збираються найкращі піцейоло з Італії та всього світу. Окрім поїдання різноманітних видів піци, проводяться майстер-класи по приготуванню цієї страви, а також конкурси та змагання.

У світі популярності набувають фестивалі, присвячені овочам та фруктам. Так на острові Уайт (Велика Британія) щороку проходить фестиваль часнику. Крім традиційних страв з використанням часнику, тут можна

поласувати вишуканими часниковими пирогами, пивом та навіть морозивом зі смаком часнику. Також цей фестиваль славиться своїми музичними традиціями.

Фестиваль «Ла Томатіна» було започатковано у 1945 р. та проводиться у Валенсії (Іспанія). Особливістю цього свята є те, що 30 тис. туристів з усього світу з'їжджаються сюди не лише для того, аби поласувати місцевими стравами з використанням томатів, але й взяти участь у масовій стрілянині помідорами. На проведення фестивалю йде понад сто тонн перезрілих томатів [24].

У м. Ментон (Франція) ще з 30-х років минулого століття проходить щорічний фестиваль лимонів. З лимонів створюють величезні фігури казкових героїв. Туристи мають змогу спробувати різноманітні страви з лимонів, апельсинів та грейпфрутів.

У світі є чимало місць та регіонів, відомих потужним виробництвом певного продукту, приготуванням унікальної страви чи напою. Поціновувачі сиру відвідують Францію, Італію, Німеччину, Голландію, Швейцарію, Іспанію, де процес сироваріння досягне ймовірно високої майстерності. «Сирні» регіони Франції – це Нормандія та Бургундія. Тут виготовляють такі сири як камамбер, брі, канталь, рокфор, бресс та ін. У Французьких Альпах знаходиться Музей сиру, де можна продегустувати найпопулярніші сорти та ознайомитися з процесом їх виробництва.

У Швейцарії існує більш як 400 видів сиру. Найпопулярнішими є вашренмон-д'ор, грюйер, Берн, ементаль та ін. В цій країні можна здійснити поїздку на так званому «сирному поїзді» за маршрутом Монтре – Шато д'О. Турист має змогу покуштувати сир, побачити, як він готується, та помилуватися красвидами Швейцарії.

В Італії сирними регіонами вважаються Ломбардія, Абулія, Сардинія, Сицилія, Тоскана та інші. Тут виготовляють такі відомі сири як маскарпоне, моцарела, горгонзола, пармезан тощо. Італійську кухню неможливо уявити без використання сирів [25].

Кава – це один з найпопулярніших напоїв у світі. Кавові тури мати попит серед гастрономічних туристів. Більш як 50 країн світу вирощують каву, таким чином сформувалося 4 географічні зони розвитку кавового туризму: Південна Америка (Бразилія, Колумбія, Венесуела, Перу, Еквадор), Центральна Америка (Домініканська Республіка, Мексика, Гватемала, Нікарагуа, Сальвадор, Ямайка, Коста-Рика, Куба), Африка (Кенія, Ефіопія, Танзанія, Конго, Камерун), АТР (Китай, Індія, Лаос, Індонезія, Австралія, Ємен, Папуа Нова Гвінея) [24].

Бразилія – найпопулярніша країна серед «кавових» туристів у світі. Кавові плантації займають половину площі цієї країни. Щороку Бразилія вирощує понад 3 мільярди кілограмів кавових зерен. В країні налічується 14 регіонів з найкращими кавовими плантаціями. Найкращою кавовою фермою Бразилії вважається Fazenda Recreio в регіоні Вале так Грама. Кава цієї ферми неодноразово високо оцінювалася на різноманітних професійних кавових конкурсах. Всього ферма займає 605,6 га, з яких 240 зайнято кавою [26].

Колумбія представляє особливу цінність для цього виду туризму. За експортом кави Колумбія займає друге місце у світі. У країні є 600 тис. виробників кавової продукції. Все більш популярним стає туризм кавовими фермами Колумбії. В департаменті Антьокія, Кальдас та Кандинському департаменті розташовані найкращі кавові плантації.

Також кавовий туризм досить поширений в Індії. Головними регіонами, де вирощують найкращу каву, є Карна така, Керала, Тамілнад. Наприклад, у регіоні Карнатака розташований цілий кавовий курорт – Coffee Village Retreat.

Оскільки, особливою популярністю в наш час користуються тури, присвячені відвідуванню виноградних плантацій та виноробень та звісно ж дегустації вин. Винний, або етнотуризм, представлений у таких країнах, як Італія, Франція, Іспанія, Португалія, Кіпр, Греція, США, Аргентина, Австралія.

Існує легенда, що виноробство було винайдено в Європі на острові Кіпр ще у 3500 році до нашої ери. З часів заснування винної справи та до сьогодні найвідоміше вино на острові випускається під марками КЕО та ЕТКО. Популярними кіпрськими винами також є: Шардоне, Совіньйон Бланк, Каберне Совіньйон, Каберне Франк, Карінін Нуар та ін. На Кіпрі розроблені спеціальні винні маршрути, більшість з них прокладені через околиці муніципалітету Лімасола, що є найбільшим центром виноробства на острові. На Кіпрі функціонує Музей вина у м. Ерімі, у якому можна продегустувати усі види кіпрського вина.

Країною, де існує певний особливий зв'язок між вином та культурою народу, є Італія. Ця країна є лідером світу за різноманітністю вин. В Італії виділяють 20 регіонів з виробництва вин, де вирощують більш як 300 сортів винограду. Найвідомішим виноробним регіоном вважається Тоскана. Найбільшою гордістю регіону є вино «Vinsanto» - солодке десертне вино, яке виготовлене зі в'яленого винограду та має горіхово-абрикосовий присмак. А найвідомішим вином регіону, та всієї Італії загалом, є червоне сухе вино «К'янти».

Ломбардія та Емілія-Романья – найвідоміші виноробні регіони Північної Італії. Тут виготовляють ігристі вина сортів Мерло, Шардоне, Піно Блан. А найвідомішим ігристим вином регіонів є Ламбруско.

В Португалії нараховується 29 виноробних регіонів. Найвідомішими є: Вінья Верде, Дау, Дору, Алентежу, Мадейра, Траз-уж-Мотіш і Байррада. Португальською винною продукцією є класичні білі та червоні вина, мадера, портвейн, мускат і так звані «зелені вина».

Мільйони літрів вина щороку виготовляє Іспанія. У всіх 17 адміністративних регіонах Іспанії знаходяться величезні плантації виноградників. Найвідомішими виноробними регіонами країни вважають Ріоху, Андалусію, Каталонію та Галіцію. Гордістю Іспанії є вино Ріоха. На території однойменної області розкинулося близько 3000 виноградників і 500 виноробень.

Отже, у світі існує велика кількість країн та DESTИНАЦІЙ гастрономічного туризму. Даний вид туризму досить розвинений у наступних країнах: Франція, Італія, Іспанія, Сінгапур, Китай, Японія, Індія, США, Перу, Мексика тощо. Привабливими для туристів є різноманітні гастрономічні фестивалі, тури до регіонів, які спеціалізуються на виробництві певного конкретного продукту, відвідування ресторанів з особливою кухнею та дегустація страв, внесених до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

Італія розташована в басейні Середземного моря і включає Апеннінський півострів, Падуанську рівнину, південні схили Альп, острови Сицилія, Сардинія та ін.

Італія має зовнішні сухопутні кордони з Францією, Швейцарією, Австрією, Словенією та внутрішні кордони з державою Сан-Марино, та містом-державою Ватикан, розташованим усередині Риму.

Протяжність країни з півночі на південь 1170 км, найбільша відстань зі сходу на захід у середній частині 230 км. Гори займають 35% (гірські лижі - популярний тип турів до Італії), височини 42%, рівнина 23% усієї території. Довжина берегової лінії 7122 км. Вища точка країни — гора Монблан, італійською Монте-Б'янко (4807 м). Проте в Альпах чимало вершин від 2000 до 4000 м заввишки, а в Апеннінських горах зустрічаються гори до 2000 м. Чимало в Італії та вулканів, при цьому деякі з них діють: Везувій, Етна, Стромболі, Вульконо. Найбільша річка Італії - По (682 км). Більшість інших річок гірські, несудноплавні, які річище обгороджені дамбами. Причому деякі річки пересихають у літні місяці настільки сильно, що їх може переступити будь-яка людина, як якийсь струмок. Вона займає четверте місце у світі по відвідуваності іноземними туристами й за доходами від міжнародного туризму, що пов'язано з різноманітними рекреаційними ресурсами й, як наслідок, з дуже багатим туристично-рекреаційним потенціалом.

Територія Італії дуже сприятлива для організації туризму. Приморські частини країни мають тепле сухе літо і коротку м'яку зиму, витягнутий по довжині Апеннінський півострів має значну протяжність морського

узбережжя з прекрасними пляжами й мальовничими бухтами, на півночі країни панують високогір'я, покриті льодовиками й вічними снігами, багаті обривами, скелястими схилами, крутими ущелинами. Ці природні особливості створюють передумови для інтенсивного розвитку курортного і гірничо-спортивного напрямів в організації відпочинку населення.

Насамперед туризм в Італії – це можливість долучитися до прекрасного. Оскільки Італію по праву можна назвати всесвітнім культурним центром, усі її пам'ятники перерахувати неможливо. Це Пантеон, Колізей, Капела Медічі, Римський форум, собор Святого Петра, Палац дожив, Сикстинська капела.

В Італії туризм є однією з найприбутковіших галузей країни - прибуток від нього становить 12% державного бюджету. І це не дивно, адже Італія дуже різноманітна і пропонує туристам безліч можливостей [29].

Для всебічного дослідження туристичного продукту Італії скористаємося таким інструментом маркетингової діяльності, як PEST-аналіз. Він призначений для виявлення політичних (Policy), економічних (Economy), соціальних (Society) і технологічних (Technology) аспектів зовнішнього середовища, які можуть вплинути на стратегію розвитку гастротуризму в країні. PEST-аналіз Італії наведено в табл. 2.1

Таблиця 2.1

PEST-аналіз Італії

Політичні фактори	Вплив (+/-)
1. Політично стабільний регіон.	+
2. Президент – є сильним авторитетним лідером. Як папа Римський.	+
3. Продумана національна політика, спрямована на формування максимально вигідних умов для залучення інвестицій	+
4. Підтримка туристичної індустрії з боку уряду.	+

Продовження таблиці 2.1

5. Наявність широкого діапазону міжнародних і внутрішньодержавних зв'язків	+
Економічні фактори	Вплив (+/-)
1. Високорозвинена економіка	+
2. Італія за рівнем розвитку економіки займає 6-е місце у світі	+
3. Частка у ВВП – торгівлі, фінансів і сфери послуг – 56,9%, промисловості – 31,7%, сільського господарства – 4,9%	+
4. Грошова одиниця – євро	+
5. Найважливішим джерелом доходів є туризм. Щорічно Італію відвідують понад 50 млн осіб	+
6. Італія – батьківщина банків, у 67% її населених пунктів є банківські установи	+
7. Близько 80% території Італії займають гори, їх передгір'я і пагорби. Протяжність території Італії з півночі на південь дає великі кліматичні відмінності між окремими районами – від помірно теплого клімату Падуанської рівнини (з жарким літом, але холодною і туманною зимою) до яскраво вираженого субтропічного в Сицилії. Власне середземноморським є клімат півострівної й острівної Італії	+
8. Попри видобуток енергоносіїв, їх вкрай недостатньо та Італія на 80% залежить від їх імпорту	-
9. За виробництвом сталі та прокату країна займає 2-е місце в Західній Європі після Німеччини	+
10. Позитивне сальдо туристського балансу	+
Соціальні фактори	Вплив (+/-)
1. Чисельність населення – понад 60 млн ос., 94% населення складають італійці. Інші національності: німці (в області Трентіно-Альто-Адідже), французи (в області Валлед'Аоста), словенці (в області Трієсті-Гориція)	+

Продовження таблиці 2.1

2. У сучасній Італії проживає досить велика кількість біженців з країн третього світу, в основному араби та албанці	-
3. Спостерігається динаміка перевищення грошових доходів над витратами населення	+
4. Позитивний імідж Італії поліпшується з року в рік	+
5. Розвиненість інфраструктури та високий рівень життя в регіоні	+
Технологічні фактори	Вплив (+/-)
1. Сприяння уряду країни розвитку ринків наукомісткої продукції, захист інтелектуальної власності, стимулювання взаємозв'язку інвестицій з науководослідними та дослідно-конструкторськими розробками	+
2. Високий інноваційний потенціал чинний освітніх установ	+
3. Розвинена мережа транспорту	+

Джерело: розроблено автором

Для того, щоб ретельніше дослідити туристський продукт Італії, скористаємося таким інструментом маркетингу, як SWOT-аналіз. SWOT – метод аналізу в стратегічному плануванні, що полягає в поділі чинників і явищ на чотири категорії: Strengths (Сильні сторони), Weaknesses (Слабкі сторони), Opportunities (Можливості) і Threats (Загрози). Це легкий у застосуванні інструмент швидкої оцінки стратегічного положення регіону. SWOT - аналіз підкреслює, що стратегія розвитку об'єкта дослідження повинна якомога краще поєднувати внутрішні можливості території (її сильні та слабкі сторони) і зовнішню ситуацію (частково зображений в можливостях і загрозах). SWOT-аналіз Італії представлений в додатку 3.

На підставі проведеного PEST- і SWOT- аналізу можна зробити висновок, що Італія – це дуже перспективна країна в плані туризму. Вона володіє широким діапазоном унікальних переваг: особливий природний, екологічний, ресурсний, історико-культурний потенціал. Підтримка

туристичної індустрії з боку уряду країни, наявність стимулюючих програм дають величезні можливості для швидкого розвитку туризму і створення якісного і відомого туристського продукту Італії, зокрема гастрономічного. Він є одним з найбільш швидко зростає сегментів туристичного ринку за останні роки.

На рисунку 2.1 можна побачити, скільки відсотків припадає на прибуття туристів до країни з метою гастрономічного туризму.

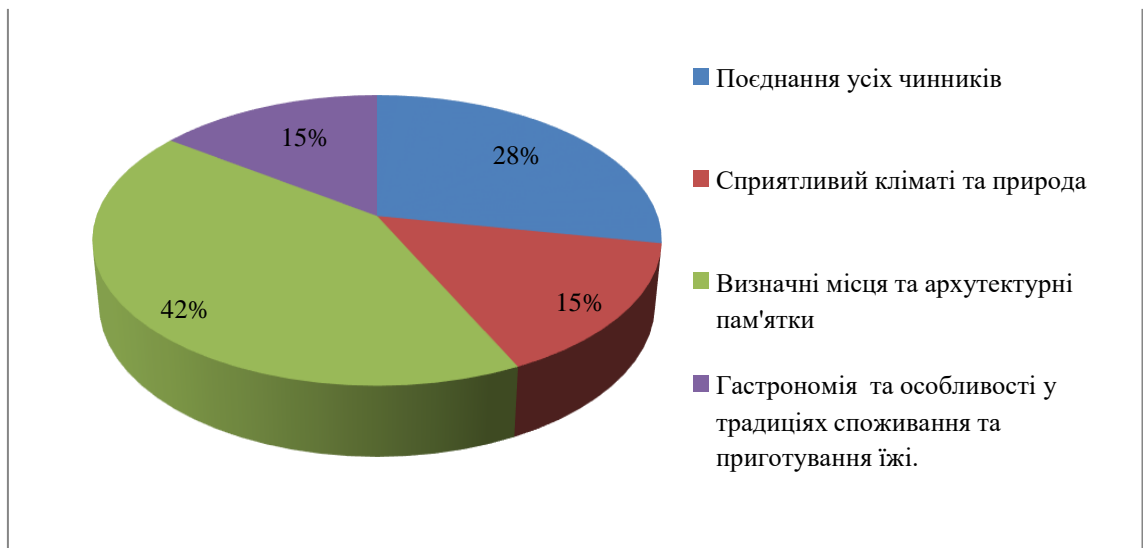


Рис. 2.1. Мотивація туристичного прибуття в Італію

Найбільше іноземні туристи витрачали на відвідування культурних пам'яток Італії – витрати на них склали 15,5 млрд євро. На другому місці за популярністю – пляжний відпочинок, витрати закордонних відвідувачів на цей вид відпочинку склав 5,5 млрд євро. На третьому місці за популярністю – традиції, гастрономія та особливості споживання та приготування їжі.

2.2. Аналіз динаміки розвитку та структури гастротуризму в Італії

Першими в Європі, хто отримував справжню насолоду від їжі, були італійці. Саме італійці вели активну торгівлю з країнами Близького та Далекого Сходу. На території Італії жили представники давніх латіян, греків, скандинавських норманів, франків, юдеїв. Бувши тісно пов'язаними між собою торговими інтересами, представники міжнародної буржуазії звернули

увагу на національні звичаї та традиції харчування, тим самим зумовивши появу регіональної середземноморської кухні – пекучої, ніжною, ароматною, легкою та ситною.

Не менш важливу роль у становленні кулінарного мистецтва Італії відіграло духовенство, яке раніше за всіх соціальних верств стало підіймати та затверджувати свій статус шляхом покращення якості та асортименту їжі. Італійська кухня поруч із французькою є однією з найкращих у світі. Вона має старі традиції, що сягають давньоримської кухні. І сьогодні в Італії готують деякі давньоримські страви Італійська кухня походить з легендарного грецького та римського гурманства.

У приготуванні страв італійці використовували основні продукти: оливкова олія, вино, хліб, паста, риба та морепродукти, овочі, м'ясо, ковбаси, дичина, птиця, сир, прянощі та ароматичні рослини.

Їжа італійців різних станів і в цей час готується з одних і тих же продуктів і тією різницею, що бідний їсть, коли може, багаті - коли хоче. Але жодна страва в Італії не готується без оливкової олії, яка надає м'ясу рибі, овочам, макаронним виробам досконалого аромату та посилює їх власний смак.

Вино, яке щодня п'ють за столом італійці - не показник багатства, ні бідності. Воно такий же супутник їжі, як хліб, оливкова олія, сири.

Хліб в італійській культурі харчування був і є на столі та протягом століть є основною їжею селян.

Зернові продукти, страви з пшениці, кукурудзи та рису є істотною складовою традиційної середземноморської їжі.

Італійська кухня славиться у всьому світі своїми національними стравами зі спагеті, таглітеллі (локшина), кане лоні (колобки), тортеліні (кільця) з неймовірно різноманітними соусами, заправками, сирами. Загалом страви з тіста називають «паста», вони мають десятки назв, які в кожній області Італії мають своє «звучання» [3].

Країна поділена на 20 регіонів, кожен і яких має свої природні та культурні особливості. У таблиці 1 у додатку дано характеристику кожного з регіонів Італії та його гастрономічних особливостей. Більшість території країни має морські кордони, майже кожен регіон має вихід до моря, що позначається на продуктах, які вживаються його жителями. Це регіони о.Сардинія, о.Сицилія, Калабрія, Базиліката, Кампанія, Апулія, Полізе, Абрुццо, Лаціо, Марке, Тоскана, Емілія-Романья, Лігурія, Венето, Фріулі-Венеція-Джулія. Італійці у великій кількості вживають різні морепродукти. По всій країні італійці виробляють сир із коров'ячого та козячого молока. В Італії понад 400 видів сирів. Багато регіонів славляться своїми виноробними районами. На сьогодні в Італії 521 виноробна зона, серед них 330 DOC, 73 DOCG та 118 IGT. Ці вина становлять 70% виробництва.

Закон про виноробні зони DOC в Італії було підписано 12 липня 1963 року. Італійська система загалом заснована на французькій моделі. Італійська DOC є еквівалентом французької AC.

Denominazione di Origine Controllata e Garantita (DOCG) — теоретично це верхній ступінь якості класичних італійських вин, обмежений декількома регіонами зі строгими обмеженнями врожайності та методів виробництва.

Denominazione di Origine Controllata (DOC) - це головні марки вин (апельсини), подібні до регіонів AC у Франції. Визначає сорти винограду, урожайність, розташування виноградника та методи виробництва. Indicazione Geografica Tipica (IGT) - порівняно нова (1992) класифікація для регіональних вин, подібна до французької *vin de pays*. Визначає регіон чи географічну область походження вина, сорт винограду, метод виробництва [17].

Indicazione Geografica Tipica (IGT) - порівняно нова (1992) класифікація для регіональних вин, подібна до французької *vin de pays*. Визначає регіон чи географічну область походження вина, сорт винограду, метод виробництва.

Vino da tavola — загалом це прості столові вина, але окремі виробники пропонують під ярликом *vin da tavola* приголомшливі вина, які не підпадають під обмеження DOC, хоч і не такі дешеві, як найвибагливіше столове вино [17].

У країні розташовано майже 335 тисяч закладів харчування, близько 23 тисячі ферм та 114 тематичних музеїв, які пов'язані із темою гастрономії, а також в Італії розташовано 173 «винні дороги» та 3900 виноробень [30].

За сучасних умов розвитку ринку туристичних послуг Італії можна спостерігати такі тенденції у розвитку гастрономічного туризму:

- сталість розвитку. Гастрономічний туризм може генерувати економічні результати, не завдаючи шкоди навколишньому та культурному середовищу;

- зростання ролі та значення культурної спадщини. Гастрономія дозволяє відвідувачам дізнатись про культурну та історичну спадщину DESTINATION через дегустації, щоденне споживання їжі та напоїв, а також гастрономічні експерименти. Хоча гастрономічний туризм заснований на традиційній їжі, варто також подумати про появу нових інноваційних страв і напоїв, які додають країні багатство та культурне різноманіття. У цьому відношенні традиції та інновації природно співіснують;

- акцент на якість. У спеціалізованих, непопулярних видах подорожей акцент робиться не на ціні, а на якості, оскільки туристи більш вимогливі та платоспроможні, ніж масові сегменти;

- характер подорожей. За сучасних умов характер подорожей істотно змінився. Гастрономічний тур насправді набагато раніше дати початку туру (турист надихається, збирає інформацію, читає відгуки в Інтернеті), а потім закінчується, коли турист оцінює та ділиться своїм досвідом, наприклад, через соціальні мережі..

- кооперація. Тісна співпраця усіх суб'єктів, залучений у системі гастрономічного туризму (фермери, рибалки, шеф-кухарі, ресторатори, готельєри, продавці сувенірів, органи державного управління та ін.) створює синергетичний ефект і підвищує ефективність гастрономічних турів;

- мотивація є ключовим поняттям у розробці та створенні продуктів та послуг харчового туризму.

За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) [23], 79% мандрівників планують свої маршрути, попередньо вивчивши календар гастрономічних подій. Далі у «рейтингу мотивації» йдуть гастрономічні тури та кулінарні майстер-класи (62%), продовольчі ярмарки з місцевими продуктами (59%), відвідування ринків і виробників (53%). Дещо меншу вагу серед пропозицій гастрономічного туризму мають відвідини музеїв (12%) – рис. 2.2.

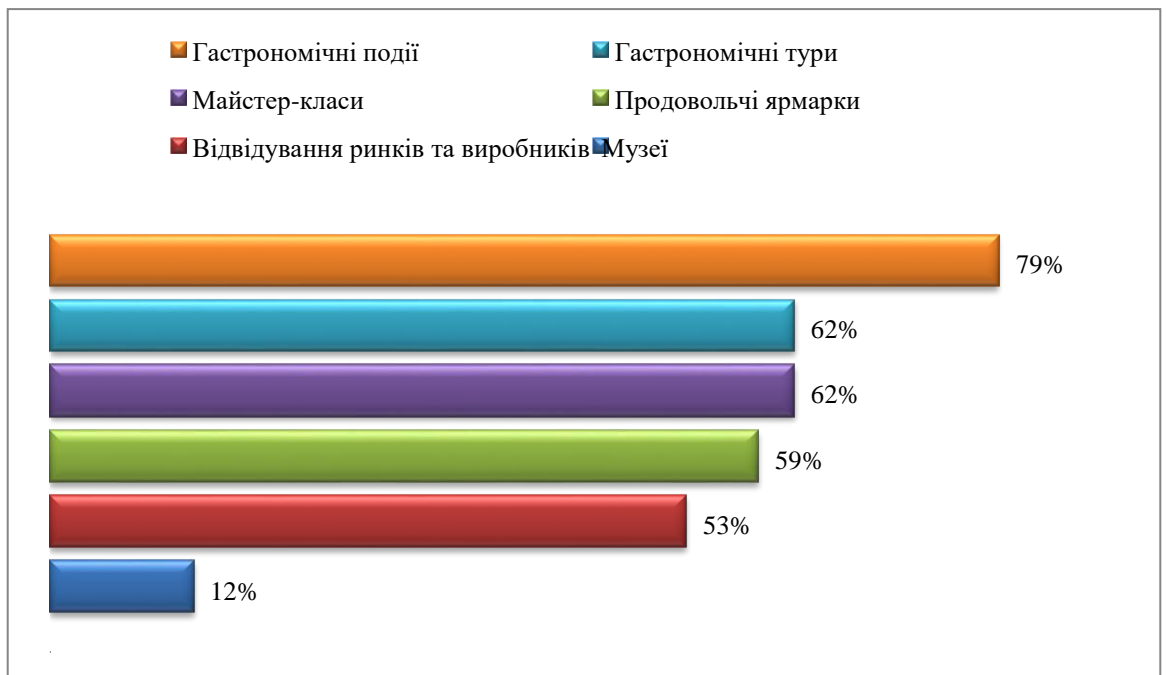


Рис. 2.2. Мотивація у гастрономічному туризмі в Італії

Джерело: розроблено автором за [24]

Слід зазначити, що важливими мотивами вибору гастрономічного туризму є фізіологічні потреби людини (наприклад, потреба їсти смачні та поживні страви), а також соціальні потреби (потреба в естетиці їжі, спілкуванні, навчанні, самопізнанні). Крім того, література вказує на два аспекти мотивації: гедоністичний (фізичне задоволення) та утилітарний (або раціональний) аспекти.

Також, Італія багата на всілякі подієві заходи, фестивалі, виставки іншими святами. Окрім гастрономічних багато танцювальних, кінофестивалів, так, наприклад, один із найвідоміших у світі Венеціанський

фестиваль, релігійні свята та урочистості, також широко відзначаються італійцями. Відзначати різні свята поєднуючи їх з пишними гуляннями це в крові в італійців.

2.3. Дестинації гастрономічного туризму в країні

Позитивний розвиток гастрономічного туризму зумовила унікальна національна кухня Італії. Італійська кухня – одна із найбільш поширених у світі, здебільшого через простоту приготування страв та їх прекрасний смак. Як правило, в одній страві використовується від 4 до 8 інгредієнтів. Італійські шефи роблять ставку не на складності страви, а на якості продуктів, з яких вона готується. Кожна провінція має свої кулінарні секрети. Історично північний регіон відомий м'ясними та молочними продуктами, де тваринництво надзвичайно розвинене, а південна Італія відома вегетаріанською їжею та морепродуктами, оскільки ці регіони бідніші. Піца, паста, равіоли, ризотто, лазанья, карпачо і тирамісу відомі на весь світ і стають міжнародними стравами. За даними італійського звіту із гастрономічного та винного туризму 2019 року, Італія пропонує близько 825 продуктів, характерних для певного регіону та 5056 традиційних харчові продукти. У країні розташовано майже 335 тисяч закладів харчування, близько 23 тисячі ферм та 114 тематичних музеїв, які пов'язані із темою гастрономії, а також в Італії розташовано 173 «винні дороги» та 3900 виноробень.

Поширені гастрономічні тури всією країною, кожна із 20 областей країни володіє своїми унікальними кулінарними особливостями. За даними Statista 2019 року, майже 98% туристів під час своєї подорожі спробували місцеву кухню, 93%, окрім того, також взяли участь у гастрономічних заходах (фестивалі, виставки, ярмарки, тури та відвідування ринку) [24].

Однак, Італія пропонує не лише класичні гастрономічні тури для ознайомлення зі своєю кухнею. Зараз набуває поширення нова розвага для туристів – кулінарні школи та майстер-класи. У Флоренції працює кулінарна

школа Гіліо, де туристи можуть не лише спостерігати за роботою кухаря, а й взяти участь у процесі приготування страви. Під наглядом кухарів, туристи можуть навчитися приготуванню класичних тосканських страв, а також дізнатися усі тонкощі італійської кухні. Є різні навчальні програми: тижневі, місячні. Також, за індивідуальним бажанням і платою, можна організувати спеціальну програму, яка буде спрямована на кухню будь-якого регіону Італії.

Щодо фестивалів пов'язаних із вином, то популярними є фестиваль вина Fiera del Vino у Монтеф'ясконе (неподалік Риму, Лаціо), виставка вина Vinitaly у Вероні (Венето), фестиваль вин К'янті у Флоренції (Тоскана) та багато інших. Таких фестивалів у Італії тисячі, туристам варто лише обрати місяць та регіон, куди б вони хотіли потрапити та які вина хотіли б спробувати. Зокрема, у 2019 році відбулась 53 виставка вин у Вероні, яка зібрала близько 125 тисяч відвідувачів зі 145 країн світу (найбільше з США, ФРН, Великобританії, Китаю та Канади). На виставці було представлено 4600 компаній, на 130 більше, ніж минулого року. Важливим є те, що ця виставка популяризує італійського виробника та продукцію не лише у своїй країні [26].

Розглянемо гастрономічні центри країни:

Неаполь. Знавці італійської кухні вважають, що найкращу піцу можна знайти саме у Неаполі. Тут її готують так само як і 100, і 200 років тому — на дровах у печі. Тісто підрум'янюється і набуває характерного аромату легкого серпанку. До речі, до тіста в Італії пред'являються не менші вимоги, ніж до соусу та начинки. Воно має бути м'яким, пористим і водночас дуже еластичним. Краї, що підрум'янилися, само собою, повинні апетитно хрумтіти.

У Неаполі є кілька культових піцерій. Деякі з них рекомендують самі мешканці цього міста, інші набули популярності завдяки знаменитостям. Наприклад, Піцерія та Мікеле відома тим, що тут їла піцу Джулія Робертс у фільмі «Їж, молись, кохай». Заклад працює з 1870 року та відзначитися зірки Мішлена. Проте воно лише одне з багатьох подібних. Якщо ви хочете відвідати найстарішу піцерію в Неаполі, обов'язково відвідайте Бранді. Вона

заснована Папіно Бранді у 1780 році. Саме він пригостив королеву Маргариту піцею з начинкою з томатів, моцарели та базилику та отримав за це королівську грамоту. До речі, назву "Маргарита" піца отримала, згідно з розповідями, саме тоді [25].

Емілія-Романья. Не лише сонячний, яскравий регіон Італії, але ще й батьківщина пасти Болоньезе, названої на честь адміністративного центру міста Болонья. Насправді болоньезе - це рагу, яке подається з макаронами тальятеле, паккарде або феттучині. Українська, До речі, Емілія-Романья - наймолочніший регіон Італії, не дивно, що він вважається також батьківщиною цього знаменитого сиру. Тут пармезан із грушею та волоськими горіхами подають навіть на десерт.

Лаціо. Морозиво або італійською джелато вважається найкращим у Лаціо. Це регіон Італії, столиця якого – Рим. Ніхто не може сказати точно, скільки джелатерій знаходиться в Лаціо. Проте відомо, що тут продають близько 500 видів різного морозива. Ви можете замовити морозиво у вафельному ріжку або паперовому стаканчику. або навіть більше американська версія спагеті «Болоньезе» нічого не має спільного з оригіналом. Адже тонкі спагеті не можуть утримати насичений та щільний м'ясний соус-рагу. Готову страву щедро посипають тертим пармезаном.

Ломбардія. Ломбардія – регіон Італії, який межує зі Швейцарією. Це найбагатша область країни. Оскільки в Ломбардії вирощують рис та кукурудзу, тут і народилися назви відомих страв – ризотто та полента. А ще Ломбардія вважається батьківщиною м'якого вершкового сиру маскарпоне, апельсинового лікеру Кампарі та мигдального лікеру Амарето. До речі, відмінна риса останнього – пляшка неординарної квадратної форми.

П'ємонт. У П'ємонті, а точніше – у маленькому містечку Альба щорічно проходить виставка-ярмарок білих трюфелів, які не піддаються штучній культивуваці та ростуть лише у природі з жовтня до кінця листопада. П'ємонт ще у 18 столітті вважався місцем, де ростуть найкращі трюфелі в Італії.

Сьогодні П'ємонт – місце збору всіх трюфелеманів світу.

Апулія. Піца Кальцоне – це закрита піца, начинка якої захована всередині, як у наших пиріжках чи чебуреках. Кальцоне стали готувати в печі у всіх регіонах Італії ще позаминулому столітті, але в провінції Апулія вона вперше з'явилася в смаженому вигляді. Таку піцу називають *ganzerotti*. Обсмажують такий «чебурек» з начинкою з томатного соусу, моцарели та базиліка на оливковій олії [25].

Венеція. Регіон Венеція знаходиться на сході країни. Тут, як і в Ломбардії, вирощують рис, кукурудзу, роблять сири та вина. Проте відмінна риса кухні цього регіону — особлива увага до морепродуктів та риби. До складу знаменитого венеціанського ризотто входять мідії та різні морські «жителі».

Висновки до 2 розділу

На підставі проведеного PEST- і SWOT- аналізу було виявлено такі передумови розвитку туризму в країні. Італія – це дуже перспективна країна в плані туризму. Вона володіє широким діапазоном унікальних переваг: особливий природний, екологічний, ресурсний, історико-культурний потенціал. Підтримка туристичної індустрії з боку уряду країни, наявність стимулюючих програм дають величезні можливості для швидкого розвитку туризму і створення якісного і відомого туристського продукту Італії, зокрема гастрономічного. Він є одним з найбільш швидко зростає сегментів туристичного ринку за останні роки.

За сучасних умов розвитку ринку туристичних послуг Італії можна спостерігати таку динаміку у розвитку гастрономічного туризму:

- сталість розвитку;
- зростання ролі та значення культурної спадщини;
- акцент на якість;
- характер подорожей;

- кооперація;
- мотивація є ключовою концепцією для розробки та створення продуктів і послуг у гастрономічному туризмі.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРУ В ІТАЛІЮ

3.1. Технологічна карта туру

Нами було розроблено винний тур до Італії, для реалізації туру було обрано три регіони Італії, які вважають одними із найбільш відвідуваних - Емілія-Романья, Тоскана, Венето, також вони славляться своїми гастрономічними особливостями. Для відвідування було обрано період збору винограду та виготовлення вина, оскільки Італія по праву вважається країною виноробів. Кількість туристів – 12 осіб. Супроводом групи є керівник групи.

Таблиця 3.1.

Загальна інформація туру «Особлива Італія»

Характеристика туру	
За характером організації	Плановий
За формою організації	Груповий
За терміном та тривалістю	Серпень-листопад
За віком учасників подорожі	Молодіжний, середньовіковий та для старших людей
За метою	Гастрономічний туризм
В залежності від способів пересування	Комбінований (повітряний, наземний)
Клас обслуговування	перший клас
Кількість людей у групі	12
Маршрут	лінійний
Пункти маршруту	Емілія-Романья, Тоскана, Венето

Основними пунктами маршруту є регіон Емілія-Романья, Тоскана, Венето. Регіон Емілія-Романья знаходиться в північній частині Італії і є одним із найкрупніших регіонів країни. З давніх тимчасових етапів територія отримала величезне стратегічне значення, тому перші найбільші поселення тут з'явилися ще в античний час. Столицею сучасного регіону є місто Болонья. За межі столиць також представлені сотні унікальних історичних об'єктів, які

доступні гостям регіональної екскурсійної програми, дуже широкої та цікавої. [12].



Рис. 3.1 Регіон Емілія-Романья

Регіон Емілія-Романья - рай для шанувальників італійської культури, а також широких пляжів і спокійного моря. Він образив себе всіма можливими видами відпочинку та розвитку - прекрасні старовинні замки, аквапарки та парки атракціонів, шумні дискотеки. Його пляжі славляться чистим піском і пологими склоками, а вода - спокоєм. Крім того, це один із небагатьох регіонів, де виготовляють велику кількість вина – близько 12% всіх вин, що виготовляються в Італії. Це вдалось досягти завдяки тому, що Емілія-Романья займає простору територію, а кожна провінція цього великого регіону стала спеціалізуватись на своєму унікальному сорті винограду. Кількість виноградників і виноробні в регіону дуже велика, кращими, які необхідно обов'язково відвідати є:

- Antica Acetaia Cavedoni Dal 1860
- Cantina il Poggio
- Acetaia del Cristo Società Agricola s.s.
- Cantina Val Tidone
- Azienda Agricola Bre del Gallo

Також популярним є в регіоні є відвідування музеїв їжі. Популярним є музей шинки, музей салямів та музей пасти у Пармі (Емілія-Романья), музей

помідора у Коллеккьо (Емілія-Романья), музей пармезану у Сораньї (Емілія-Романья).

На західному узбережжі Італії розташовується один з наймальовничіших італійських регіонів - Тоскана. Протягом усієї своєї історії регіон приваблює численну кількість туристів. Важко зрозуміти, що є популярнішим в Тоскані - прекрасні пляжі, першокласні вина чи історичні пам'ятки. У будь-якому випадку це один з найвідоміших туристичних районів Європи, де пам'ятники стародавньої історії органічно вписані в мальовничі ландшафти.

Тоскана - це один зі знакових та найкращих виноробних регіонів Італії, класична зона красних вин Тоскана для всіх любителів вина є місцем, яке обов'язково треба відвідати хоча б раз у житті. Ще в 1970-х рр. мало хто знав про цей регіон за межами Італії. Популярність регіон завоював завдяки працелюбності місцевих виноробів у поєднанні з м'яким кліматом. Обов'язково потрібно відвідати виноробні та виноградники:

- Castello Monterinaldi
- Fattoria del Colle - Cantine
- Azienda Agricola Capanna di Cencioni
- Cucina Giuseppina - Italian Cooking Family
- Tenuta Casanova



Рис. 3.2. Регіон Тоскана

Тоскана славиться своїми м'ясними стравами, тому дегустація включає м'ясні страви. Саме завдяки туру Тосканою турист зможе дізнатися справжній смак флорентійського стейка. Також, регіон популярний своїми хлібними виробами та сирами, із додаванням різного роду спецій. Найбільш відомий сир Тоскани – овечий сир Пекоріно [30].

Тоскана - ідеальне місце для еногастрономічного туризму та відпочинку. Типовий місцевий пейзаж виглядає так: Холми з проникаючі блакитним небом кипарисами, села з виноробнями, гірські дороги, старі абатства, замки, майже іграшкові містечка із середньовіковою архітектурою, місцеві хлібосольні тратторії та мішленівські ресторани.

Венето з центром – містом Венецією є дуже популярним у світі. Впродовж століть воно було квітучою столицею Венеціанської республіки. Місто розташоване на численних острівцях в лагуні Адріатичного моря.

Кухня Венеції пишається своїми морепродуктами та стравами з рису. Тут варто спробувати risotto nero — чорне ризотто, приготоване з чорнилом каракатиці, а також моеке (moeche) — страву з невеликих місцевих крабів. Своїми традиціями приготування цих страв славиться, наприклад, Trattoria da Romano — ресторан на острові Бурано



Рис. 3.3. Регіон Венето

В кожному районі є характерні страви, які необхідно скуштувати при візиті до них, вони узагальнені в табл. 3.2

Регіони маршруту та традиційні страви для них [31]

Назва регіону	Традиційні перші страви регіону	Основна та відомі страви	Десерт
Венето	Суп-бульйон із каплуна, венеціанський суп із червоної квасолі	Різотто з цикорієм, печінка по-венеційські, варена телятина з соусом із редьки, паста з квасолею. До овочів, що користуються особливим визнанням, відносять червоний салат радічіо з Тревізо та біла спаржа з Басано-дель-Граппа	Веронський коровай, соус із фруктів із маскарпоне, мигдальна нуга
Емілія-Романья	Суп із телятини з креветками	Лазанья і тортеліні з м'ясною начинкою, фарширована свиняча ніжка з овочами, запечена риба Саба у винному соусі, тортілья, кальцоне. Варто також спробувати сири пармеджано реджано та грана падано, а також такі знамениті види м'яса, як: прошуто, панчета, та мортаделла.	Болонський пиріг, торт із кремом маскарпоне, рисовий пиріг
Тоскана	Томатний суп пюре, міністроне, густий овочевий суп із хлібом, квасолею і горошком, ріболіта, качукко	Грінки з печінкою та бульйоном із каплуна, тушкована цесарка, запечені грачі з печінкою і Салатом, канелонні	Свинське печиво, мигдальне печиво риччарелло, панетонне. панфортне

Розглянемо детальніше приготування відомих в даних районах страв:

Качукко. Суп із морепродуктів, що дуже популярний у портовому містечку Ліворно, в Тоскані. Качукко - дуже густий і по консистенції схожий на гуляш. Готується ця страва із суміші рибного бульйону, томатної пасти й червоного вина із додаванням морепродуктів. За легендою качукко вперше приготувала вдова рибачка. Кожен із його друзів поділився із жінкою тим, чого було не шкода. Італійці досить оригінальні у своїх традиціях. За звичаєм у качукко має бути стільки сортів риби, скільки літер "с" у слові сассіуссо.

Каннеллоні – це паста у вигляді трубочок діаметром 2-3 см і довжиною близько 10 см. Зазвичай їх у порції 4-5 штук. Під час приготування їх спочатку відварюють, а потім трубочки наповнюють начинкою із сиру, шпинату, м'яса та інших інгредієнтів. Далі запікають у духовці і смакують із насолодою.

Кальцоне - один із видів піци, але непростий - закритої. Після викладання начинки, вона складається вдвоє, у форму півмісяця. Ця страва типова для центральних та південних регіонів Італії. Тут її вживають як закуску. Начиняють кальцоне чим завгодно - овочами, грибами, ковбасою, сиром і навіть фруктами. Ти можеш також зустріти іншу італійську назву цієї страви - рапегейо. Справжній аромат кальцоне ("штани") можна відчутися тільки, коли розкриєш начинене тісто. Маленькі піци цього виду – «кальцончеллі» ("штанці") мають вигляд пиріжків у формі півкола.

Лазанья – це своєрідна запіканка з широких смуг тіста, що виготовляється з яєчної локшини, з томатним соусом, соусом бешамель, м'ясом і сиром.

Найзнаменитіший суп – мінестроне. Готується він з семи інгредієнтів – семи типів овочів, семи типів м'яса і семи видів приправ, які по легенді символізують сім чеснот кардинала.

Різотто - одне з найулюбленіших багатьма страв італійської кухні. Головна складова різотто - це, безумовно, рис. Рекомендується використовувати рис "Арбор", але при певних обставинах його також можна замінити на звичайний круглозерний.

Прошутто – італійська шинка, зроблена з окосту, натерта сіллю й прянощами. Найчастіше нарізають тоненькими скибочками й подають на стіл з динею або інжиром.

3.2. Форма туру та схема маршруту

Для комфорту туристів було обрано авіа переліт з Києва до Болоньї. Рейс компанії Ryanair. Маршрут починається з аеропорту «Бориспіль» м. Київ, завершується в аеропорту Болоньї імені Гульєльмо Марконі. Час перельоту – 2 години 40 хв. Початок перельоту о 15:05, завершення о 16:45 - рис. 3.

Зворотний авіапереліт буде відбуватись з «Міжнародного аеропорту імені Марко Поло» Венеції до аеропорту «Бориспіль» м. Київ. Час перельоту – 3 години 20 хв. Початок перельоту о 15:25, завершення о 18:45.

Для комфорту туристів переміщення по Італії буде відбуватись на орендованому мікроавтобусі. Основна частина маршруту по Італії включає: м.Болонья, Емілія-Романья, Castello Nipozzano, Тосканія, Венеція. Стан доріг в Італії середній, ідеальний стан в платних доріг (автобанів), але ми не будемо ними користуватись.

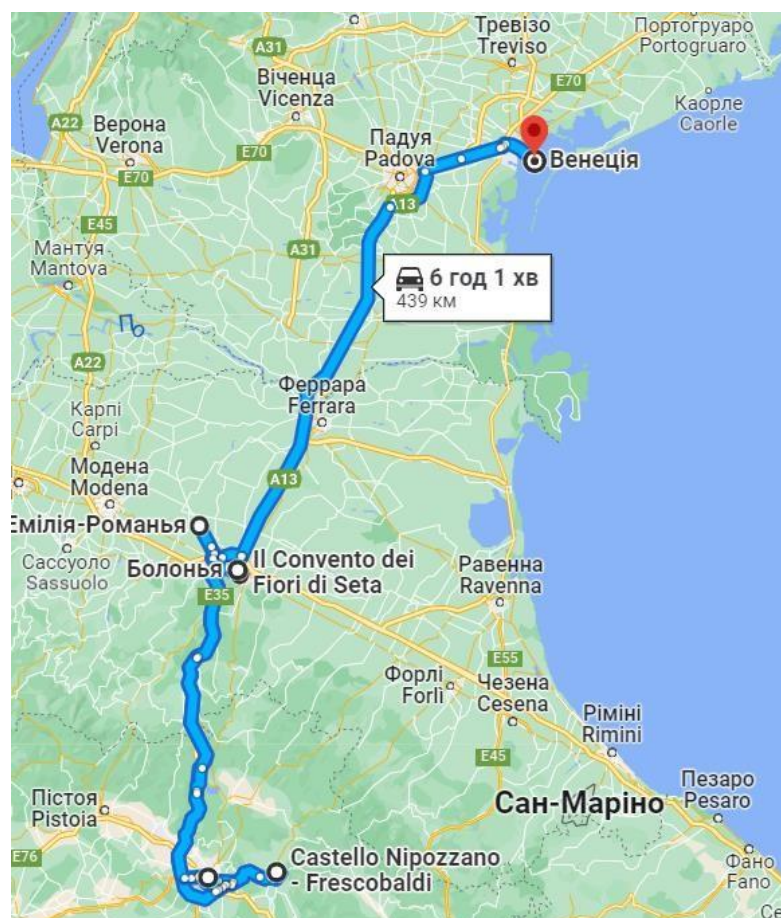


Рис. 3.4. Маршрут по Італії

Тур починається в м. Болонья, надалі буде відбуватися переїзд в м. Castello Nipozzano, Castello Nipozzano, що поблизу Тосканії, та буде повернення в готелі м. Болонья. З Болоньї буде подальший маршрут до м. Венеції.

3.3. Пакет послуг та програма туру

Програма туру є основою інформаційного листа туру для туристів, в програмі туру вказано по днях подорожі переїзди та заходи (екскурсії, обіди, ночівлі, вільний час і так далі), з розбиттям за часом.

Загальна програма туру узагальнена в табл. 3.3

Таблиця 3.3

Програма туру

Час	Заходи	Вартість євро/особу
День 1		
15:05	Вийзд з м. Київ, аеропорт «Бориспіль»	-
16:45	Приїзд до аеропорту Болоньї імені Гульєльмо Марконі, трансфер до готелю	-
17:30	Поселення в готель «Il Convento Dei Fiori Di Seta» (Via Orfeo 34/4, Santo Stefano, 40124 Болонья, Італія)	45€
18:00-21:00	Експедиція «Болонья: Торе дельї Асінеллі та дегустація страв»	80€
21:15	Повернення в готель «Il Convento Dei Fiori Di Seta», нічліг	-
День 2		
8:00-9:00	Сніданок в готелі «Il Convento Dei Fiori Di Seta»	Включено у вартість
9:30-13:30	Експедиція в Грандіозний Гастрономічний Парк FICO	40€
13:30-14:30	Вільний час, за бажанням обід	-
15:00-19:00	Відвідування музею морозива Carpigiani Gelato». Дегустація	60€
20:30	Повернення в готель «Il Convento Dei Fiori Di Seta». Ночівля. Вільний час	45€
День 3		
8:00-9:00	Сніданок в готелі «Il Convento Dei Fiori Di Seta»	Включено
9:30-13:20	Відвідання Винзаводу Il Poggio, дегустація	70€
13:30	Переїзд в Castello di Nipozzano (140 км)	-
15:10	Огляд виноградників і винних погребів Castello di Nipozzano	25€
18:30	Вечеря з дегустацією вина в Замку Маркізів Фрескобальди	35€
19:30	Переїзд в м. Болонія (140 км)	-
22:00	Повернення в готель. Вільний час	45€

День 4		
8:00-9:00	Сніданок в готелі «Il Convento Dei Fiori Di Seta»	Включено
9:00-9:30	Виселення з готелю «Il Convento Dei Fiori Di Seta»	
9:00	Переїзд в м. Венеція (150 км)	
11:00	Поселення в готелі «Hotel Belle Arti» (Rio Terà Foscarini 912/A, Дорсодуро, 30123 Венеція,)	85€
14:00-15:00	Обід в ресторані «Osteria Al Vecio Forno» (mSestiere Dorsoduro 3924 Ponte della Donna Onesta, 30123 Венеція,)	15€
15:30-19:00	Оглядова екскурсія Венецією на гондолі	20€
19:30	Повернення в готель «Hotel Belle Arti», вечеря, ночівля	-
День 5		
8:00-9:00	Сніданок в готелі «Hotel Belle Arti»	Включено
9:00-9:30	Виселення з готелю «Hotel Belle Arti»	-
10:00-12:00	Прогулянка по гастрономічних базарах Венеції	-
12:00-13:00	Обід в ресторані «Ristorante Alle Corone», Campo della Fava 5527, 30122 Венеція	18€
15:25	Виліт з аеропорту м. Венеція	
18:45	Приліт м. Київ. Прощання з групою	

Опис туру

Болонья. Грандіозний Гастрономічний Парк FICO (Fabbrica Italiana Contadina). Перший у світі парк такого типу, розташований на 100000 кв.м: 2 гектара полів і загонів для тварин, 8 гектарів - демонстрації виробництва найвідоміших італійських страв, майстер-класи, дегустації. Мортаделла, Парміджано-реджано, Кулателло, Пармська шинка, вина кращих марок, Традиційний Бальзамічний Оцет Модени, оливкова олія Лігурії, піца і фокачча, натуральна косметика, шоколад, сицилійські солодоші, трюфель, овочі фрукти, пиво, рибні делікатеси - все це фермерської якості.

На території парку знаходяться, також, дитячі ігрові майданчики, тенісні корти, 40 пунктів харчування, дитячі інформативно-ігрові майданчики; для зручності переміщення можна скористатися спеціально розробленим велосипедом.

Екскурсія «Болонья: Торре дельї Асіnellі та дегустація страв». Полубуємось неймовірними краєвидами з найвищої нахиленої середньовічної вежі у світі, побудованої між 1109 і 1119 роками. Панорамний вид з Торре-дельї-Асіnellі захоплює подих. Після відвідування вежі насолодитесь дегустацією страв із типових продуктів Болоньї та насолоджуйтесь тарілкою «Кресчентина» з Мортаделлою та вина. Включає: дегустацію типових продуктів, вхідний квиток у Торре, ваучер на домашнє морозиво, воду.

Відвідання музею морозива Carpigiani Gelato. Машини з виробництва желат, сотні архівних матеріалів і відео, майстер-класи та, звичайно ж, багато-багато морозива! Музей створений зовсім недавно, у 2012 році, в штаб-квартирі знаменитої марки морозива Карпігіані. Тут ви можете не тільки дізнатися історію желат, але і влаштувати дегустацію в місцевому кафе [32]

Емілія-Романья. Експурсія в довколишнє до Болоньї містечко Доцца з метою відвідати одне з чарівних середньовічних передмість регіону Емілія-Романья. Під час експурсії туристи :

- відвідають замок Доцца, до недавніх пір належав «панам» шляхетських родин Малвецці, Кампеджо і Сфорца;
- прогуляються по вуличках середньовічного містечка, розташованого на пагорбах підніжжя Апеннінських гір;
- відвідають енотеку, що зібрала понад 1000 вин регіону Емілія-Романья;
- візьмуть участь в дегустації вин, а після цього повечеряють в ресторані.

Винзагод Il Poggio. Садиба народилася в районі передгір'я Парми, де водні шляхи відмовляються від останніх відростків Апеннінців і виходять на високу рівнину; район вважається биттям серця Пармської продовольчої долини. Саме тут виробляються вина Емілії із типовим географічним зазначенням (I.G.T.). З початку 1950-х років компанія вирощувала виноград Барбера, Бонарда, Каберне, Мерло та Мальвазія ді Кандія на кам'янистому і вапняному ґрунті, типовому для великих червоних вин, з щасливою експозицією на південному сході на рівні 380 метрів над рівнем моря [33].

Тосканія. Фермерство Castello di Nipozzano. Рід Фрескобальді походить коренями далеко в глибину історії мистецтв, культури та торгівлі Італії та Тоскани. Уже 700 років сільського господарства та вирощування винограду є основним заняттям сімей Фрескобальді. Замок Ніпоццано був побудований близько 1000 років і служив фортеця, а на початку 15 століть став центром однойменного поселення. Цей замок - символ довгої історії виноробства, всього 626 га, з яких 212 га виноградники. Тут виробляються такі вина, як Ніпоццано Різерва, Монтесоді та Морморето.

Венето. В даному регіоні буде відвідано місто Венеція. Перше це буде проведено Оглядову експурсію на гондолі. Під час експурсії туристи

дізнаються про архітектурні стилі, конструктивні особливості та історію важливих персонажів, зможете зрозуміти історичне поживлення цього міста; почують історії Річарда Вагнера, Д'Аннунціо та Тіціана, найбагатших сімей, меценатів мистецтва стародавнього та сучасного, дожив та голлівудських зірок; завітають до площі Св. Марка.

Osteria Al Vecio Forno – ресторан пропонує традиційні італійські страви та морепродукти. Розташований в красивому кварталі Сан-Поло Венеції. Тут варто скуштувати яловичини з грибами, равіолі з сібасом, піцу з різними смаками та домашню пасту.

Ristorante Alle Corone – ресторан який отримав зірку Мішлена. В ресторані сучасна середземноморська та венеціанська кухня подається у трьох елегантних залах або, на запит, у винному барі, оточеному пляшками вина. Через вікна насолоджуйтесь видовищем гондол, що проїжджають невеликим каналом зовні [34].

3.4. Економічне обґрунтування розробленого туру

Ціна турпакета в розрахунку на одного туриста визначається за формулою:

$$Ц = [(\sum Vi + (Вп + П + Вчі) * 1,2)] / Чт, \text{ де}$$

Ц – ціна турпакета в розрахунку на одного туриста, грн;

$\sum Vi$ – вартість послуг, які входять до пакета, складеного туроператором, (транспортне перевезення, розміщення, харчування, екскурсійне обслуговування, страхування), грн;

Вп — умовно-постійні витрати туроператора (витратина оплати праці, відрахування на соціальні заходи, витрати на рекламу, витрати на інші заходи щодо стимулювання збуту, усі інші витрати, в т. ч., оренда офісу, комунальні послуги, опалення, банківські послуги, амортизаційні відрахування та ін.) – *20% від обмеженої собівартості туру;*

П-прибуток туроператора, грн; *15% від обмеженої собівартості туру;*

Вчі – вартість послуг осіб, які супроводжують групу туристів, грн як правило, це проживання і харчування;

Чт – чисельність туристів у групі, осіб;

1,2 – коефіцієнт, що враховує податок на додану вартість з маржинального доходу.

Таблиця 3.3

Зведена калькуляція вартості туристичного продукту

Стаття витрат		Розрахунок	Загальна вартість, (євро)
Σ Ві	Проживання		
	Готель «Il Convento Dei Fiori Di Seta»	$(45+45+45)*12$	1620
	Готель ««Hotel Belle Arti»»	$85*12$	1020
	Харчування		
	Вечеря з дегустацією вина в Замку Маркізів Фрескобальди	$35*12$	420
	Обід в ресторані «Osteria Al Vecio Forno»	$15*12$	180
Обід в ресторані «Ristorante Alle Corone»	$18*12$	216	
Транспорт	$439 \text{ км} * 1,5$	658,5	
	Екскурсійне обслуговування:		
	– Екскурсія «Болонья: Торре дельї Асінеллі та дегустація страв»	$80*12$	960
	– Екскурсія в Грандіозний Гастрономічний Парк FICO	$40*12$	480
	– Відвідування музею морозива Carpigiani Gelato	$60*12$	720
	– Відвідання Винзаводу П Poggio, дегустація	$70*12$	840
	– Огляд виноградників і винних погребів Castello di Nipozzano	$25*12$	300
	– Оглядова екскурсія Венецією на гондолі	$20*12$	240
	Страховання	$5*12$	60
	ПЛР-тести	$28*12$	336
Σ Ні	Непрямі податки	-	-
Обмежена собівартість туру		$2640+816+658,5+3540$	7654,5
Вп	Умовно-постійні витрати	$7654,5*0,2$	1530,9
П	Прибуток туроператора	$7654,5*0,18$	1377,81
К	Комісійна винагорода турагенту чи іншому посереднику	-	-
Вчі	Вартість послуг осіб, які супроводжують групу туристів	$30 \text{ (год.)} * 10 \text{ євро}$	300
Σ Зн(к)	Комерційні знижки для окремих туристів чи туристських груп	-	-
Загальна вартість туру на групу		$7654,5+(1530,9+1377,81+300)*1,2$	10863,21
Вартість туру на 1 особу		$10863,21/ 12$	905,2

Отже, ціна турпакета в розрахунку на одного туриста для туристичного продукту «Особлива Італія» становить: 905,2 євро.

У вартість туру входить:

- Сніданки;
- Проживання;
- Харчування, яке вказана в турах;
- Екскурсії та дегустації;
- Трансфер по країні Італія;
- Страхування;
- ПЛР-тести

У вартість не входить:

- Міжнародний авіапереліт Київ-Болонья
- Міжнародний авіапереліт Венеція-Київ
- Додаткові дегустації з розрахунку 30 Euro / чел (за бажанням, на місці)
- Обіди та вечері, крім тих, що вказано в програмі туру
- Особисті витрати.

3.5. Організаційно-технічне забезпечення туру

Нами було обрано постачальників харчування, готельних послуг, екскурсій. Готелі було обрано в категорії-3-4 зірки, з розміщенням в одномісних номерах (за бажанням у двомісних номерах). В кожному готелі є все необхідне для комфортного відпочинку.

Готель «Il Convento Dei Fiori Di Seta». Готель Il Convento Dei Fiori di Seta розташований у тихому районі Болоньї, поруч із прекрасним парком Джардіні Регіна Маргарита. Адреса - Via Orfeo 34/4, Santo Stefano, 40124 Болонья, Італія [35].

«Il Convento Dei Fiori Di Seta» в Болоньї - це колишній монастир з оригінальними цегляними та кам'яними роботами та красивими фресками.

Номери оснащені безплатний Wi-Fi та РК-телевізором із каналами Sky. У вартість проживання включено сніданок – рис. 3.5.



Рис. 3.5. Готель «Il Convento Dei Fiori Di Seta»

Готель Belle Arti знаходиться за 200 метрів від Великого каналу Венеції та за 5 хвилин ходьби від колекції Пеггі Гуггенхайм. Гості можуть розслабитися на відкритій терасі в саду готелю.

Номери в готелі Belle Arti обладнані люстрами з муранського скла, кондиціонерами й супутниковим телебаченням. Кожне помешкання має окрему ванну кімнату з феном.

Готель розміщений у художньому кварталі Венеції Дорсодуро, за 15 хвилин ходьби від площі Святого Марка. Пройшовши через міст Академії, Ви дістанетесь до церкви Святого Стефана – рис. 3.6.



Рис. 3.6. Готель « Belle Arti»

Працівники стійки реєстрації гостей працюють цілодобово й можуть порекомендувати Вам визначні місця, а також допоможуть замовити столик у ресторані.

3.6. Просування нового туристичного продукту

Для просування туру «Особлива Італія » було обрано соціальні мережі, адже основні покупці тури – молоді люди. Основним шляхом популяризації свої продукти є таргетна реклама, вартість якої складає від 1 долара за добу, оптимальний термін реклами є один місяць.

Таргетована реклама бере до уваги дані, отримані під час відстеження активності користувачів у мережі, історію пошуку і персональну інформацію з профілів (наприклад, Facebook). Вона дозволяє сфокусуватися на аудиторії з конкретними інтересами та уподобаннями.

Таблиця 3.4

Витрати на просування та рекламування «Пізнай Італію»

Спосіб просування	Кількість	Вартість одиниці, євро	Загальна вартість, грн
Інтернет-розсилка	Кожен день, на безплатних ресурсах	0	0
Таргетова реклама в соціальних мережах	щодня, протягом 1 місяців	5	150
Затрати на створення відео повідомлення	1 раз	50	50
Затрати на трансляцію рекламного повідомлення	Реклама раз в тиждень, протягом місяця	50	200
Загальні витрати			400

Такий підхід дозволяє оптимізувати рекламний бюджет, скоротити витрати та підвищити ефективність кампанії. Таргетована реклама націлена на

аудиторію, яка зацікавлена у вашому продукті або пропозиції. Вона більш результативна, ніж інші рекламні канали, які намагаються охопити найбільшу аудиторію. Для просування туру нами буде затрачено 400 євро. Також доцільно шукати ще інші шляхи.

Висновки до 3 розділу

Нами було розроблено гастрономічний тур «Особлива Італія», який буде тривати 4 дні та 5 ночей. Період туру – серпень-листопад.

В перший день буде відбуватися авіапереліт Київ-Болонья, поселення в готель «Il Convento Dei Fiori Di Seta», екскурсія «Болонья: Торре дельї Асінеллі та дегустація страв».

Другий день: екскурсія в Грандіозний Гастрономічний Парк FICO, відвідування музею морозива Carpigiani Gelato». Дегустація

Третій день: Відвідання Винзаводу Il Poggio, дегустація, переїзд в Castello di Nipozzano, огляд виноградників і винних погребів Castello di Nipozzano, вечеря з дегустацією вина в Замку Маркізів Фрескобальди, переїзд в м. Болонья.

Четвертий день: переїзд в м. Венеція, поселення в готелі «Hotel Belle Arti», обід в ресторані «Osteria Al Vecio Forno», оглядова екскурсія Венецією на гондолі.

П'ятий день: прогулянка по гастрономічних базарах Венеції, обід в ресторані «Ristorante Alle Corone», авіапереліт Венеція-Київ.

Ціна турпакета в розрахунку на одного туриста для туристичного продукту «Особлива Італія» становить: 905,2 євро. Для просування основним шляхом було обрано таргетну рекламу.

ВИСНОВКИ

Гастрономічний туризм – новий напрямок розвитку світового туризму, який може бути одним із можливих напрямів збереження та розвитку економіки традиційного господарства, культурної спадщини та фактором сталого розвитку територій. Метою гастрономічних турів на сьогодні є ознайомлення з особливостями кухні інших країн. До того ж слід вивчати особливості місцевої рецептури, яка століттями вбирала традиції та звичаї місцевих жителів, їх культуру приготування їжі. Тривалість гастрономічного туру – від вікенду до повноцінних двох тижнів. Найпопулярнішими є тури тривалістю 4 дні/3 ночі. Зазвичай дані тури відбуваються не залежно від сезону.

Гастрономічний туризм поділяється: за місцем розташування дестинації (сільський, міський), за метою подорожі (культуро-пізнавальний, оздоровчий, гурман), за видом конкретного туризму (винний, пивний, сирний, чайний, кавовий, шоколадний, фруктовো-ягідний, рибний, медовий, змішаний), за напрямом подорожі (святковий, фестивальний), особливі (гастродипломатія). Великою популярністю у світі користуються заклади, що відносять до = довідника Мішлен згадується більше ніж 15 тис. ресторанів, проте не всі вони відзначені зірками, хоча згадка у довіднику вже свідчить про високий рівень кулінарної майстерності. Найбільше зірок Мішлен мають ресторани Токіо – 225 ресторанів, Парижа та Кіото – 167 ресторанів у кожному місті, Осака – 139 ресторанів та Нью-Йорку – 65 ресторанів. Саме ці ресторани дуже часто прагнуть відвідати туристи.

Італія є одним із центром гастрономічного туризму. Італійська кухня – одна із найбільш поширених у світі, здебільшого через простоту приготування страв та їх прекрасний смак. Як правило, в одній страві використовується від 4 до 8 інгредієнтів. Італійські шефи роблять ставку не на складності страви, а на якості продуктів, з яких вона готується. Кожна провінція має свої кулінарні секрети. Історично північний регіон відомий м'ясними та молочними

продуктами, де тваринництво надзвичайно розвинене, а південна Італія відома вегетаріанською їжею та морепродуктами, оскільки ці регіони бідніші.

На підставі проведеного PEST- і SWOT- аналізу було виявлено такі передумови розвитку туризму в країні. Італія – це дуже перспективна країна в плані туризму. Вона володіє широким діапазоном унікальних переваг: особливий природний, екологічний, ресурсний, історико-культурний потенціал. Підтримка туристичної індустрії з боку уряду країни, наявність заохочувальних програм дають величезні можливості для швидкого розвитку туризму і створення якісного і відомого туристського продукту Італії, зокрема гастрономічного. Він є одним з найбільш швидко зростає сегментів туристичного ринку за останні роки.

Нами було розроблено винний тур до Італії, для реалізації туру було обрано три регіони Італії, які вважають одними із найбільш відвідуваних - Емілія-Романья, Тоскана, Венето, також вони славляться своїми гастрономічними особливостями. Для відвідування було обрано період збору винограду та виготовлення вина, тому, що Італія по праву вважається країною виноробів. Кількість туристів – 12 осіб. Супроводом групи є керівник групи.

Екскурсійне обслуговування туру включає: екскурсія «Болонья: Торре дельї Асінеллі та дегустація страв», екскурсія в Грандіозний Гастрономічний Парк FICO, відвідування музею морозива Carpigiani Gelato, відвідання Винзаводу Il Poggio, дегустація, огляд виноградників і винних погребів Castello di Nipozzano, оглядова екскурсія Венецією на гондолі

Ціна турпакета в розрахунку на одного туриста для туристичного продукту «Особлива Італія» становить: 905,2 євро. У вартість туру входить: сніданки, проживання, харчування, яке вказана в турі, екскурсії та дегустації; трансфер по країні Італія; страхування, ПЛР-тести. У вартість не входить: міжнародний авіапереліт Київ-Болонья, Венеція-Київ, додаткові дегустації з розрахунку 30 Euro / чел (за бажанням, на місці), обіди та вечері, крім тих, що вказано в програмі туру, особисті витрати.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Железова О. Р. Этнический гастрономический туризм, его роль в сохранении национальной культуры и самобытности народов // Молодой ученый. – 2013. – № 5. – С. 855-858.
2. Гастрономический туризм URL: <http://www.gastrotur.ru/gastronomicheskij-turizm>.
3. Нехаева Н. Е., Терехова Ю. С. Гастрономический туризм как перспективное направление развития регионов России // Естественные и математические науки в современном мире: Сб. ст. по материалам XXXIV междунар. науч.-практ. конф. – № 9 (33). – Новосибирск: Изд. АНС «СибАК», 2015. – С. 82-87.
4. Гастрономічний туризм в Україні як тренд популяризації нематеріальної культурної спадщини URL: https://tourlib.net/statti_ukr/stukalska2.htm
5. Гордин В. Э., Трабская Ю. Г. Региональные гастрономические бренды как фактор развития туристских территорий. – СПб.: Научный исследовательский Университет Высшая школа экономики, 2013. – 216 с.
6. Нагорняк Т. Л. Брендинг территории как вектор политики URL: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2013/4/Nagornyak_Place-Branding/.
7. Брендинг из первых рук: блог Андрея Пуртова о брендинге и маркетинговых коммуникациях URL: <http://pourtov.com>.
8. Корнілова В. В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму Ефективна економіка. 2018. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2018/37.pdf
9. Вишнеvsька Г. Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. – 2013. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/vyshnevaska.htm.

10. Гастрономический туризм: история, развитие, становление *Biznes*. – 2017. URL: <http://www.biznes-daily.uz/ru/mening-mulkim/47471-gastronomichskiy-turizmistoriya-razviti-standovlni>.
11. Трададенко Т. Гастрономічний туризм: перспективні напрями НУХТ. – 2014. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/tradadenko.htm.
12. Драчева Е. Л. Гастрономический туризм: современные тенденции и перспективы Т. Т. Христов URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gastronomicheskij-turizmsovremennye-tendentsii-i-perspektivy/viewer>.
13. Громадські спілки "Асоціація сприяння розвитку винного та гастрономічного туризму в Україні НУХТ. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <http://awgt.nuft.edu.ua/page/view/statut>.
14. Омельницька В. О. Сутність та класифікація видів гастрономічного туризму Приазовський економічний вісник. – 2018. URL: http://oblrada.rv.ua/documents/938.%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B5-%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%BE-7-min_compressed.pdf.
15. Саламатіна С. Є. Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму на півдні Одещини Наукові праці 2014. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Np_2014_46%282%29_82
16. Стешенко Д. О. Гастрономічний туризм як чинник розвитку гастрономічної сфери Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна. – 2014. URL: http://ekhnuir.uni-ver.kharkov.ua/bitstream/123456789/12527/2/Turbiz_HNU_konf_nojab_2012-240-242.pdf.
17. Гастрономічний туризм в Італії URL: <http://refleader.ru/jgeujgyfsmermer.html> Фестивалі продуктів, їжі і напоїв в світі 2020. URL: <https://svitom.info/mandruemosvitom/festivali-produktiv-izhi-i-napoiv-v-sviti.html>.
18. Фестивалі продуктів, їжі і напоїв в світі – 2020. URL: <https://svitom.info/mandruemosvitom/festivali-produktiv-izhi-i-napoiv-v-sviti.html>.

19. Все о сырном туризме в Европе: куда поехать и какие виды сыра попробовать TravelTourWay. – 2020 URL: <https://travelyourway.com.ua/planirovanie-samostoyatelnyhputeshestvij/poleznye-melochi-v-poezdke/syrnyj-turizm-v-evrope>.
20. Бразилія, фазенда Рекрейо Gastronomic Association. URL: <http://gastra.com.ua/ru/magazinkofe/katalog/monosorta/braziliya-fazenda-recreiejo/>.
21. Коркуна О.І., Никига О.В., Підвальна О.Г. Економічний простір. 2020. №155. С.40-43
22. Global Report on Food Tourism. UNWTO, 2012. URL: <https://tourlib.net/wto/food-tourism2012.pdf>.
23. The Local it “Truffle tourism” worth 63 million euros in Italy Режим доступу до ресурсу: [https:// www.thelocal.it/20181123/truffle-tourism-worth-63million-euros-in-italy](https://www.thelocal.it/20181123/truffle-tourism-worth-63million-euros-in-italy).
24. Record di visite per i Musei del Cibo. Prosciutto di Parma superstar. Режим доступу до ресурсу: <https://www.informacibo.it/record-visitatori-museidel-cibo-2019/>.
25. Italia Convention Report on Italian food and wine tourism, 2019. Режим доступу до ресурсу: <https://www.italiaconvention.it/en/news-en/food-andwine-report-2019/>.
26. Вікіпедія [Електронний ресурс] // wikipedia – Режим доступу до ресурсу: <https://uk.wikipedia.org>
27. UNWTO Tourism Highlights, 2014 Edition [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.unwto.org/pub>.
28. Любіцева О.О. Туристичне країнознавство: Країни лідери туризму : навч. посіб. – К. : Альтерпрес, 2008. – 436 с.
29. Боусфільд Д. Италия : путеводитель. / Д. Боусфільд. – Москва АСТ, 2008. – 575 с.
30. Степанова О.А. Гастрономічний туризм в Італії: кваліфікаційна робота. Київ. 2021. С.82

31. Патійчук В.О., Тарасюк Н.А., Ціпошук С.А. Регіональні особливості розвитку гастрономічного туризму Італії. The latest problems of modern science and practice. 2022. С.171-180.

32. Топ 14 незвичайних музеїв їжі. URL:
<https://www.forumdaily.com/uk/top-14-neobychnyx-muzeev-edy/>

33. Cantina Il Poggio. Електронний ресурс. URL:
<https://www.viniparma.it/tenuta-poggiolo/>

34. Alle Corone. URL:
<https://guide.michelin.com/en/veneto/venezia/restaurant/alle-corone>

35. Готель «Il Convento Dei Fiori Di Seta». URL:
<https://www.booking.com/hotel/it/conventodeifioribologna.uk.html?aid=2000318&label=metaskyscan-hotel-18639>

36. Hotel Belle Arti. URL: <https://goo.su/hhROFsF>

ДОДАТКИ

Додаток А. Карта гастрономічних фестивалей світу



Умовні позначення	
1. Oktoberfest	19. Фестиваль чаю
2. Portland International Beerfest	20. "Taste of Chicago"
3. Фестиваль крафтового пива	21. "Flemish Food Fest"
4. "Божоле нуво"	22. Фестиваль "Gastronomika"
5. "Канеллі – місто вина"	23. Фестиваль Білого Трюфелю
6. Фестиваль устриць	24. Фестиваль камбали і восьминога
7. "Свято оселедця"	25. Фестиваль лосося
8. Свято морського гребінця	26. Фестиваль чурчхели
9. Фестиваль салаки	27. Фестиваль кумису
10. Фестиваль лобстерів	28. "Бананафест"
11. Фестиваль сосисок	29. Фестиваль текіли
12. "Vasco Fest"	30. Фестиваль "Сідней Крейв"
13. Фестиваль вуличної їжі	31. Фестиваль дикої їжі Хокітіка
14. "Піцафест"	32. "Містурра"
15. Фестиваль часнику	33. "Малина"
16. "Ла Томатіна"	34. Фестиваль морепродуктів
17. Фестиваль лимонів	35. Фестиваль їжі і вина
18. "Festival Vale do Cafe"	

Додаток Б. Географічне розташування Італії



Сильні сторони	Слабкі сторони
Унікальний природний, екологічний та ресурсний потенціал	68 Яскраво виражений гірський рельєф
Унікальна культурноісторична спадщина	Високі екологічні навантаження в деяких регіонах країни
Наявність різних курортів, як гірськолижних, так і морських	Дорожнеча розміщення і сервісу в деяких регіонах країни
.Наявність накопиченого інфраструктурного потенціалу	Високі транспортні тарифи
Позитивні асоціативні уявлення про Італію	Багато привабливих туристичних об'єктів розташовані на значній відстані від аеропортів і залізничних магістралей і недостатньо підготовлені для прийому туристів
Підтримка розвитку туризму з боку уряду	
Зростаючий з року в рік потік туристів (в тому числі наявність внутрішнього попиту)	
Хороша транспортна доступність	
Продуктивна маркетингова стратегія країни	
Наявність широкого діапазону міжнародних і внутрішньодержавних зв'язків	
Можливості	Загрози
Можливість для розвитку широкого діапазону видів туризму	Загроза існування об'єктів культурної спадщини через бурхливе зростання

	обсягів будівництва на об'єктах туристичної інфраструктури
Будівництво та введення в експлуатацію нових гірськолижних трас	Стрімке виснаження ресурсів
Сприятливі інституційні умови розвитку підприємницької ініціативи в індустрії туризму	Велика кількість сильних конкурентів: країни Європи
Фінансування туризму з боку уряду країни	
Розвиток грального бізнесу	
Підвищення рівня життя населення, отже, збільшення платоспроможного попиту	
Розвиток співпраці з іншими країнами Європи	

Додаток Д. Всеукраїнська студентська науково-практична конференція

НАУКОВА ПРАЦЯ

XVIII Всеукраїнська наукова ZOOM-конференції студентів з розділу «Харчові технології» та наукової конференції здобувачів вищої освіти.

Розробка та просування гастро-туру в напрямку Україна-Італія

Студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВ та ТБ Самойленко А.Е.

Науковий керівник – к.т.н., ст.викл. Воскресенська О.В

Самойленко А.Е взяла участь у «Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції» на тему: «Актуальні питання землекористування та туризму в

контексті сталого розвитку України» 18 травня 2022 р. – Львів : Львівський національний університет природокористування, 2022. – 278 с. Самойленко

Анастасія «Дестинації гастрономічного туризму в Італії» 18 травня 2022 року

Сдано тези доповідей до друку на тему: «Дестинації гастрономічного туризму в Італії».



АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ ТА ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ
СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ



*Матеріали Всеукраїнської студентської
науково-практичної конференції*

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ ТА
ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**

18 травня 2022 року

Львів

Додаток Д. Всеукраїнська студентська науково-практична конференція

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ ТА ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ
СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

<i>Мелконян Маріам</i> Характеристика й особливості використання гідрологічних туристично-рекреаційних ресурсів у екскурсійній роботі	269
<i>Нікітенко Єлизавета</i> Стратегія рекламної кампанії в сучасних умовах на прикладі Турції	272
<i>Орел Віолета</i> Розробка та просування шопінг-туру в Нідерланди	274
<i>Пошивак Неоніла</i> Інноваційні підходи у сфері туризму та готельно-ресторанної справи	276
<i>Самойленко Анастасія</i> Дестинації гастрономічного туризму в Італії	278
<i>Турчин Олена</i> Розвиток концептуальних готелів у Львівській області	280
<i>Фарима Мар'ян</i> Інноваційні підходи у сфері туризму та готельно-ресторанної справи	283
<i>Чех Христина</i> Інноваційні підходи до організації екотуристичної діяльності в умовах викликів сучасності	287

ДЕСТИНАЦІЇ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ІТАЛІЇ

Італія – це дуже перспективна країна в плані туризму. Вона володіє широким діапазоном унікальних переваг: особливий природний, екологічний, ресурсний, історико-культурний потенціал. Підтримка туристичної індустрії з боку уряду країни, наявність

278

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ ТА ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

стимулюючих програм дають величезні можливості для швидкого розвитку туризму і створення якісного і відомого туристського продукту Італії, зокрема гастрономічного. Він є одним з найбільш швидкозростаючих сегментів туристичного ринку за останні роки.

Позитивний розвиток гастрономічного туризму зумовила унікальна національна кухня Італії. Італійська кухня – одна із найбільш поширених в світі, здебільшого через простоту приготування страв та їх прекрасний смак. Як правило, в одній страві використовується від 4 до 8 інгредієнтів. Італійські шефи роблять ставку не на складності страви, а на якості продуктів, з яких вона готується. Кожна провінція має свої кулінарні секрети. Історично північний регіон відомий м'ясними та молочними продуктами, де тваринництво надзвичайно розвинене, а південна Італія відома вегетаріанською їжею та морепродуктами, оскільки ці регіони бідніші. Піца, паста, равіоли, ризотто, лазанья, карпаччо і тірамісу відомі на весь світ і стають міжнародними стравами. За даними італійського звіту із гастрономічного та винного туризму 2019 року, Італія пропонує близько 825 продуктів, характерних для певного регіону та 5056 традиційних продуктів харчування. У країні розташовано майже 335 тисяч закладів харчування, близько 23 тисячі ферм та 114 тематичних музеїв, які пов'язані із темою гастрономії, а також в Італії розташовано 173 «винні дороги» та 3900 виноробень.

Поширені гастрономічні тури всією країною, кожна із 20 областей країни володіє своїми унікальними кулінарними особливостями. За даними Statista 2019 року, майже 98% туристів під час своєї подорожі спробували місцеву кухню, 93% окрім того, також взяли участь у гастрономічних заходах (фестивалі, виставки, ярмарки, тури та відвідування ринку) [1].

Однак, Італія пропонує не лише класичні гастрономічні тури для ознайомлення зі своєю кухнею. Зараз набуває поширення нова розвага для туристів – кулінарні школи та майстер-класи. У Флоренції працює кулінарна школа Гіліо, де туристи можуть не лише спостерігати за роботою кухаря, а й взяти участь у процесі приготування страви. Під наглядом кухарів, туристи можуть навчитися приготуванню класичних тосканських страв, а також дізнатися усі тонкощі італійської кухні. Є різні навчальні програми: тижневі, місячні. Також, за індивідуальним бажанням і плато, можна організувати спеціальну програму, яка буде спрямована на кухню будь-якого регіону Італії.

Щодо фестивалів пов'язаних із вином, то популярними є фестиваль вина Fiera del Vino у Монтеф'ясконе (неподалік Риму, Лацио), виставка вина Vinitaly у Вероні (Венето), фестиваль вин К'янті у Флоренції (Тоскана) та багато інших. Таких фестивалів у Італії тисячі, туристам варто лише обрати місяць та регіон, куди б вони хотіли потрапити та які вина хотіли б спробувати. Зокрема, у 2019 році відбулась 53 виставка вин у Вероні, яка зібрала близько 125 тисяч відвідувачів із 145 країн світу (найбільше з США, ФРН, Великобританії, Китаю та Канади). На виставці було представлено 4600 компаній, на 130 більше, ніж у минулому році. Важливим є те, що ця виставка популяризує італійського виробника та продукцію не лише у своїй країні [3].

До основних гастрономічних центрів країни належать:

- Неаполь (Знавці італійської кухні вважають, що найкращу піцу можна знайти саме у Неаполі);
- Емідія-Романья (батьківщина паста Болоньєзе, названої на честь адміністративного центру міста Болонья);
- Лацио (найкращим тут вважається морозиво або італійською джелато);
- Ломбардія (тут і народилися назви відомих страв – ризотто та полена, а ще Ломбардія вважається батьківщиною м'якого вершкового сиру маскарпоне, апельсинового лікеру Кампарі і мигдального лікеру Амаретто);
- П'ємонт (вважається місцем, де ростуть найкращі трюфелі в Італії);
- Апулія (тут вперше з'явилась піца panzerotti);

279

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ ТА ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ
СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

– Венеція (відмінна риса кухні цього регіону — особлива увага до морепродуктів та риби) [2].

Отже, за сучасних умов розвитку ринку туристичних послуг Італії можна спостерігати таку динаміку у розвитку гастрономічного туризму:

- сталість розвитку;
- зростання ролі та значення культурної спадщини;
- акцент на якість;
- характер подорожей;
- кооперація;
- мотивація є ключовою концепцією для розробки та створення продуктів і послуг у гастрономічному туризмі.

Бібліографічний список

1. Record di visite per i Musei del Cibo. Prosciutto di Parma superstar. Режим доступу до ресурсу: <https://www.informacibo.it/record-visitatori-museidel-cibo-2019/>.
2. Italia Convention Report on Italian food and wine tourism, 2019. Режим доступу до ресурсу: <https://www.italiaconvention.it/en/news-en/food-andwine-report-2019/>.
3. Вікіпедія [Електронний ресурс] // wikipedia – Режим доступу до ресурсу: <https://uk.wikipedia.org>

