

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



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

РОЗРОБКА ТА ПРОСУВАННЯ ГАСТРО-ТУРУ В ІСПАНІЮ

Здобувача/ки

Марія БАСОВА

Керівник/ки

Ганна САРКІСЯН

Оксана БАЙРАЧНА

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від 07.06.2022 р., протокол № 11.

Завідувач кафедри ТБтаР _____ Олена МЕЛІХ

Одеса - 2022 рік

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
(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 ТБгаР

Олена МЕЛІХ

11 лютого 2022 р.

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

_____ Марія БАСОВА _____

1. Тема роботи «Розробка та просування гастро-туру в Іспанію»

Затверджена наказом академії від 03.11.2021 наказ № 921-03

2. Термін здачі здобувачем закінченої роботи 06.06.2022

3. Вихідні дані роботи

статистичні дані, сайти, підручники, монографії та наукові статті

4. Перелік питань, які потрібно розробити

4.1. Міжнародний досвід організації гастрономічного туризму в світі.

4.2. Аналіз гастрономічного потенціалу регіонів Іспанії.

4.3. Розробка та просування гастро-туру в Іспанію..

5. Перелік графічного матеріалу

Презентація до кваліфікаційної роботи (25 слайдів)

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 11.02.2022

Керівник/ки _____ Ганна САРКІСЯН
 _____ Оксана БАЙРАЧНА
 Завдання прийняв/ла до виконання _____ Марія БАСОВА

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи
1.	Отримання теми для дипломної роботи	03.11.2021
2.	Затвердження плану дипломної роботи	11.02.2022
3.	Складання бібліографії	20.02.2022
4.	Розділ 1. Міжнародний досвід організації гастрономічного туризму в світі.	20.03.2022
5.	Розділ 2. Аналіз гастрономічного потенціалу регіонів Іспанії.	20.04.2022
6.	Розділ 3. Розробка та просування гастро-туру в Іспанію.	20.05.2022
7.	Здача закінченої дипломної роботи	06.06.2022
8.	Розробка презентації	06.06.2022

Здобувач/ка _____ Марія БАСОВА
 Керівник/ки _____ Ганна САРКІСЯН
 _____ Оксана БАЙРАЧНА

АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи бакалавра

Робота містить 83 сторінок, 5 таблиць, 8 рисунків, список літератури з 59 найменуваннями, 11 додатків.

У кваліфікаційній роботі був розглянутий розвиток гастрономічного туризму в світі, Україні та в Іспанії. Сьогодні гастрономічний туризм стає одним із провідних напрямків туризму та набирає інтерес у туристів з всього світу.

Метою виконання роботи є дослідження ринку світового туризму та розробка нового туристичного продукту у виді гастрономічного туру до Іспанії.

Об'єктом аналізу, узагальнень і дослідження є процес розвитку світового ринку туризму та гастрономічного потенціалу Іспанії.

Завданням роботи передбачено:

- проаналізувати актуальність гастрономічного туризму в світі;
- розглянути гастрономічний потенціал країни Іспанія;
- розробити власний маршрут туру;
- розробити власну програму туру;
- розробити власну технологічну карту туру;
- провести розрахунки вартості гастрономічного туру;

За результатами виконаної роботи сформульовані висновки щодо аналізу регіонів Іспанії і їх гастрономічний потенціал за останні роки; був розглянутий туристичний ринок України, його потенціальний розвиток в напрямку гастрономічного туризму і аналіз гастрономічний турів в Іспанію, представлених на сайтах українських компаній.

Одержані результати можуть бути використані реальним туристичним агентством.

Рік захисту роботи 2022.

ANNOTATION

to the qualification work of a bachelor

The work contains 83 pages, 5 tables, 8 figures, bibliography with 59 titles, 11 appendices.

The qualification work considered the development of gastronomic tourism in the world, Ukraine and Spain. Today, gastronomic tourism is becoming one of the leading areas of tourism and is gaining interest from tourists from around the world.

The aim of the work is to study the world tourism market and develop a new tourist product in the form of a gastronomic tour to Spain.

The object of analysis, generalization and research is the process of development of the world market of tourism and gastronomic potential of Spain.

The task of the work is:

- to analyze the relevance of gastronomic tourism in the world;
- consider the gastronomic potential of Spain;
- develop your own tour route;
- develop your own tour program;
- develop your own technological map of the tour;
- to calculate the cost of the gastronomic tour;

Based on the results of the work performed, conclusions are formulated on the analysis of the regions of Spain and their gastronomic potential in recent years; The tourist market of Ukraine, its potential development in the direction of gastronomic tourism and the analysis of gastronomic tours to Spain presented on the sites of the Ukrainian companies were considered.

The results can be used by a real travel agency.

Year of protection of work 2022.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В СВІТІ.....	9
1.1 Розвиток гастрономічного туризму в світі.....	9
1.2 Характеристика гастрономічних ресурсів Італії, Греції, Франції.....	13
1.3 Популярність гастрономічного туризму в Україні.....	26
ВИСНОВКИ ДО 1 РОЗДІЛУ.....	29
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГАСТРОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНІВ ІСПАНІЇ.....	30
2.1. Основна інформація про Іспанію і її великі міста.....	30
2.2. Гастрономічний потенціал іспанських регіонів.....	41
2.3 Аналіз існуючих гастрономічних турів в Іспанію на туристичному ринку.....	46
ВИСНОВКИ ДО 2 РОЗДІЛУ.....	50
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТА ПРОСУВАННЯ ГАСТРО-ТУРУ В ІСПАНІЮ..	51
3.1 Маршрут туру, технологічна карта екскурсій.....	51
3.2. Програма та просування гастро-туру.....	56
3.3 Розрахунок вартості туру.....	60
ВИСНОВКИ ДО 3 РОЗДІЛУ.....	62
ВИСНОВКИ.....	63
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	65
ДОДАТКИ.....	72

ВСТУП

Темою моєї кваліфікаційної роботи бакалавра є «Розробка та просування гастро-туру в Іспанію».

Актуальність кваліфікаційної роботи бакалавра. Туризм сьогодні вважається одним із перспективних напрямів соціально-економічного розвитку країни, регіонів, міст. Туристична галузь є важливим чинником стабільного й динамічного збільшення надходжень до бюджету, істотного позитивного впливу на стан справ у багатьох галузях економіки.

Іспанія є одним зі світових туристичних центрів. Туристичний ринок Іспанії сформований переважно завдяки зовнішньому попиту, який зорієнтований на прийом іноземних туристів.

Гастрономічний туризм в Іспанії є доволі розвинутим, завдяки популярності іспанської кухні і місцевих страв в світі.

Метою виконання роботи є дослідження ринку світового туризму та розробка нового туристичного продукту у виді гастрономічного туру до Іспанії. Кожен регіон в Іспанії є місцем, з своєю унікальною кухнею і традиціями, що є основним чинником для зацікавленості туристів.

Завданням кваліфікаційної роботи бакалавра на тему «Розробка та просування гастро-туру в Іспанію» є аналіз ринку туроператорів, попит на даний вид туризму, розробка власної програми та маршруту туру та розробка технологічної карти.

Об'єктом дослідження є розвиток гастрономічного туризму в світі та гастрономічний потенціал регіонів Іспанії.

Предметом роботи є сукупність теоретичних та практичних аспектів створення й функціонування гастрономічного туру.

Для досягнення мети в кваліфікаційній роботі бакалавра на тему «Розробка та просування гастро-туру в Іспанію» – поставлені такі завдання:

- проаналізувати світовий туристичний ринок;

- проаналізувати актуальність гастрономічного туризму;
- розглянути гастрономічний потенціал країни Іспанія;
- розробити власний маршрут туру;
- розробити власну програму туру;
- розробити власну технологічну карту туру;
- провести розрахунки вартості гастрономічного туру;

Перша частина кваліфікаційної роботи бакалавра описує розвиток гастрономічного туризму в світі і Україні. Друга частина включає аналіз гастрономічного потенціалу міст і регіонів Іспанії. Третій розділ є заключною частиною, в ньому представлена робота в розробці та розрахунках ціноутворення гастро-туру в Іспанії.

Окремі положення наукового дослідження було включено на Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Актуальні питання землекористування та туризму в контексті сталого розвитку України», 18 травня 2022 р. – Львівський національний університет природокористування, 2022. – с.160. Басова Марія «Актуальність гастрономічного туризму в Іспанії»

Практична цінність роботи. Розроблений туристичний продукт, може бути введений в експлуатацію туристичним агентством. Матеріали, використані у цій роботі можна використати при складанні турів або екскурсій. Інформація може бути корисною для подорожуючих туристів в Іспанію, з метою ознайомлення з гастрономією країни.

Міжнародний досвід організації гастрономічного туризму в світі.

1.1. Розвиток гастрономічного туризму в світі.

У сучасному світі туризм – це різноманітне явище, яке тісно пов'язане із економікою, історією, географією, медициною, культурою, спортом та іншими науками. Туристичну галузь закономірно вважають однією з найбільш швидкозростаючих галузей світової економіки XXI ст. Для багатьох країн індустрія туризму є найважливішою джерело прибутку і, як наслідок, одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки. Численні туристичні підприємства пропонують клієнтам тури, спрямовані на їхні інтереси, матеріальні можливості, пори року, місто відвідування.

Створення нового туристичного продукту пов'язується з освоєнням нових сегментів туристичного ринку, нових туристично-рекреаційних територій, залученням до туристичного ринку нових видів ресурсів. Перспективним у цьому плані є розвиток специфічних видів туризму, зокрема, гастрономічного. Адже тенденції сучасного світового туристичного ринку демонструють зростання інтересу серед споживачів саме до таких видів подорожей.[1]

Сьогодні гастрономічний туризм стає провідним напрямком та набирає інтерес у туристів. Людей зацікавлених у відвідуванні іншої країни для знайомства з місцевою кухнею та традиціями країни чи окремого регіону стає дедалі більше. Цей вид туризму відносно молодий: хоч і існує вже багато століть, лише наприкінці минулого століття він був виділений в окремий вид «гастрономічного туризму» і був детально вивчений. В результаті на туристичному ринку щорічно з'являються нові форми туристичних гастрономічних послуг.

Як визначає Т. Трададенко, «гастрономічний туризм – це подорож по країнах та континентах для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями з метою покуштувати унікальні для приїжджого

людини страви або продукти. Мета гастрономічних турів – насолодитися місцевою рецептурою, що увібрала в собі вікові традиції та звичаї місцевих жителів, культуру приготування їжі»[2]

Гастрономічний туризм – це спосіб урізноманітнити вже застарілі види подорожей та залучити туристів до вже знайомих ним країн. Даний вид туризму зменшує негативний вплив сезонності, - в яку б пору року турист не відвідував країну, його завжди зустрінуть і смачно нагодують. У таких подорожах гість дізнається історію та культуру відвідуваної країни шляхом споживання кулінарних страв, водночас інформація, цікава туристу, надходить набагато більше, ніж від звичайного відпочинку. Тривалість варіюється від трьох до чотирнадцяти днів. Цінова політика гастрономічної подорожі залежить від обраної країни, пори року та наявності екскурсійних об'єктів у програмі. Також варто зазначити, що у такого відпочинку немає поняття «гарячі тури». Гастрономічним туристом можна назвати людину, яка купує місцеву їжу та напої в країні тимчасового перебування і віддає перевагу місцевій кухні, а не кухні громадського і швидкого харчування.[3]

Можна виділити декілька сегментів гастрономічного туризму за фактором інтересу туриста:

1. Основним фактором зацікавлення гастрономічним туризмом є відвідування та дегустація в ресторани, ринки та різноманітні харчові мережі, виноробні, пивоварні, місцеві сирні та морепродукти. Цей сегмент науковці назвали гастрономічним (гурманським, харчовим, кулінарним) туризмом.

2. Другу категорію туристів складають люди, які подорожують в країну і хочуть брати участь у кулінарних майстер-класах, спробувати національні страви, зрозуміти різні складові культури харчування.

3. Третя категорія туристів, які беруть участь у гастрономічних турах, – це люди які мало цікавляться історико-культурним значенням їжі, але

цікавляться сільським господарством країни та відмінності між життям у селі та місті.

4. Четвертий сегмент туристів – це люди, які не цікавляться гастрономією культури і розглядають їжу як частину повсякденної діяльності, однак для них важливі справжні смаки. [4]

Гастрономічний туризм доцільно класифікувати за декількома ознаками, такими як розташування туристичного місця, за видом конкретного продукту або напою, за призначенням.

Таблиця 1.1

Класифікація гастрономічного туризму.[5]

Ознака класифікації	Підвид турів	Характеристика туристичної діяльності
За розташуванням туристичного місця	Сільський	Збір лісних ягід, овочів і фруктів, полювання на трюфелів або прогулянку по дорогах виноробства
	Міський	Відвідування ресторанів із дегустацією делікатесних і фірмових страв
За видом конкретного продукту або напою	Винні	Відвідування виноградників та екскурсії на виноробні господарства з дегустацією вин
	Пивні	Відвідування пивоварень, як великих так і домашніх, дегустації
	Сирні	Відвідування заводів і сирних льохів, дегустації
	Шоколадні	Відвідування шоколадних фабрик, дегустації
	Чайні	Відвідування чайних плантацій, фабрик із розфасовування продуктів збирання
	Кавові	Відвідування кавових плантацій, фабрик із розфасовування продуктів, збирання

Продовження таблиці 1.1

	Агро	Відвідування агрокомплексів, фермерських угідь
	Фруктово-ягідні	Дегустація фруктів, овочів, які притаманні для цієї місцевості, країни
	Змішані	Поєднання декількох спеціалізацій
За метою подорожі	Культурно-пізнавальний	Відвідування різних екскурсій
	Оздоровчий	Дегустація чайних зборів із цілющих трав; меду в поєднанні з апітерапією, винотерапія, дієтотерапія
	Гурман	Дегустація страв та напоїв гастрономічними спеціалістами (сомельє, дегустатор)

У 1998 році вченими університету Bowling Green (Боулінг Грін, США) на кафедрі народної культури було введено до наукового обороту термін «кулінарний туризм». А вже у 2003 році. Було створено Міжнародну асоціацію кулінарного туризму (International Culinary Tourism Association), яка була перейменована у 2012 р. Та отримала назву Всесвітня асоціація гастрономічного туризму (World Food Travel Association) після того, як дослідження показали, що англomовні споживачі невірно трактують поняття «кулінарний туризм». Повна юридична назва цієї організації - «Міжнародний інститут кулінарного туризму», але її не використовують дуже часто. Організація зареєстрована як Всесвітня асоціація продовольчих подорожей у штаті Орегон (США) як назва для «торгівлі/ведення бізнесу». Нині дана асоціація охоплює близько 50 тис. Професіоналів у 139 країнах світу. Саме Всесвітня асоціація гастрономічного туризму у 2012 р. Запропонувала вживання терміну «гастрономічний туризм». У вересні 2013р. Під егідою Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму відбувся перший World Food Travel Summit (Гетеборг, Швеція), тематикою якого була «Нова хвиля у гастрономічному туризмі». Метою саміту стало створення форуму для діалогу, обміну знаннями, знайомство з новими тенденціями гастрономічного туризму, бізнес-знайомства, а також обговорення

проблеми зацікавленості споживачів якістю продуктів та впливу навколишнього середовища на його розвиток.[6]

Успіх європейського туризму заснований на його здатності до інновацій, на диверсифікації пропозицій, на відкриття нових ринків і залучення нових клієнтів. Навіть якщо кухня не є основною мотивацією для вибору місця відпочинку, будучи другою або третьою варіант з точки зору критеріїв вибору місця.

На даний момент в світі існує багато гастрономічних напрямків, які користуються популярністю серед туристів, такі як Франція, Італія, Іспанія, Греція, Грузія та інші.

1.2 Характеристика гастрономічних ресурсів Італії, Греції, Франції.

Гастрономічні ресурси Італії.

П'ята країна в світі і третя в Європі за кількістю міжнародних туристів (рис. 1.1.). Італія щороку приваблює мільйони туристів завдяки своїй захоплюючій культурі, природним ландшафтам, художнім місцям і відомій кухні. Якщо розглядати найпопулярніші напрямки, то Рим, Венеція, Мілан і Флоренція були провідними муніципалітетами в Італії за кількістю ночівель станом на 2019 рік, причому в Римі було вдвічі більше, ніж у інших провідних муніципалітетах.

Загалом спостерігається постійне зростання кількості міжнародних туристів, які прибувають до Італії за останні п'ять років, у 2019 році кількість туристів досягла майже 100 мільйонів туристів. Однак у 2020 році це зростання припинилося з початком пандемії коронавірусу (COVID-19), під час якої кількість міжнародних туристів, які прибувають до Італії, різко впала до 40 мільйонів. [8]

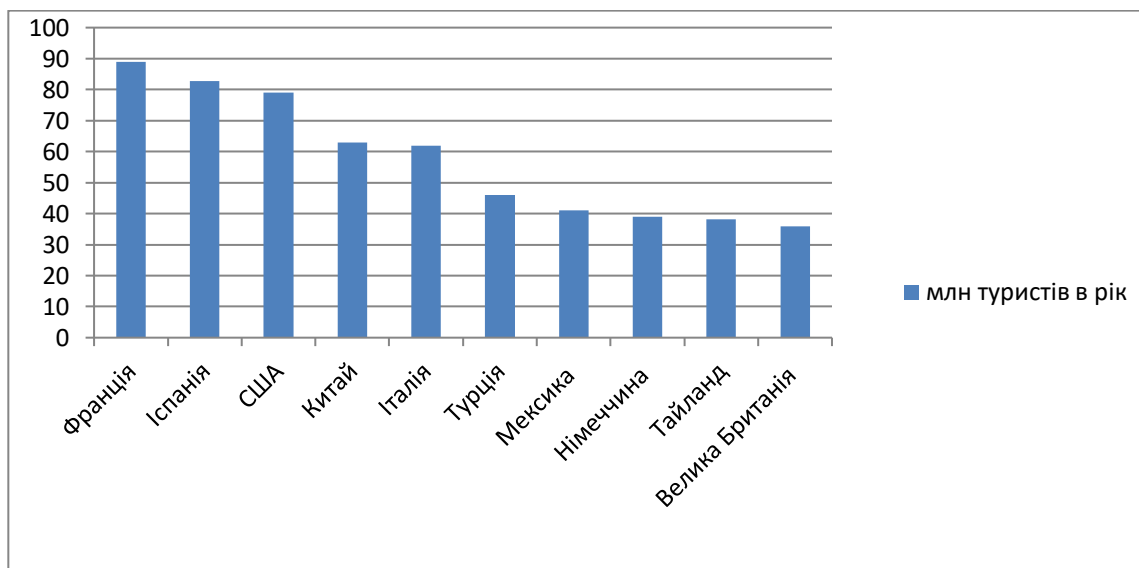


Рис. 1.1 Топ 10 країн в світі за відвідуванням в 2019 році.

Джерело:[7]

Історія Італійської кухні бере свій початок з 4 століття до нашої ери: Італійська кухня - це суміш кулінарних традицій, які залишили багато імперій і племен. У 8 столітті араби привезли багато фруктів і прянощів, які повернулися до Італії. Північна італійська кухня побачила вплив арабів, а кухня півдня Італії побачила ознаки середземноморської кухні. Рання модерна епоха Італійської кухні - це вишукані торти, пироги і, звичайно ж, піца. Сучасна італійська кухня набагато більш розвинена і менш складна, ніж попередня епоха. Використовується велика кількість доступних фруктів, овочів, соусів і м'яса.

Клімат Італії знайшов вображення в кулінарних традиціях регіонів. Основні відмінності існують між кухнею півночі і півдня країни. Можна сказати, що це абсолютно різні кухні. Так, на півночі Італії основними продуктами є м'ясо, молоко та молочні продукти. Цей регіон славиться своїми знаменитими рецептами супів, сиру та морозива. На Півдні люди віддають перевагу морепродуктам: рибі, лобстерам, креветкам тощо. Цей регіон багатий на овочі та фрукти, як стали основними інгредієнтами багатьох салатів, соусів, різноманітних десертів. Риба-меч і гунець виловлюються біля узбережжя і

використовуються в багатьох регіональних рецептах, які включають томати оливки, каперси, лимони та інші цитрусові.

У Північній Італії поширено багато видів страв з макаронів. Полента і ризотто популярні точно так же, якщо не більше. Лигурийська кухня включає в себе кілька видів риб і страв з морепродуктів, базилік (міститься в песто), горіхи і оливкове масло. У Емілія-Романья популярні інгредієнти включають в себе шинку (прошутто), ковбасу (котехіно), різні сорти саламі, трюфелі, гріну, парміджано-реджано і помідори (соус болоньезе або рагу).[9]

Також один з провідних напрямків гастрономічного туризму є сирний туризм. Італія славиться своїми вишуканими і відомими сирами. Кожен регіон може похвалитися своїми типовими продуктами, які відрізняються не лише різними методами переробки, а й типом використовуваного молока, яке може бути від коров'ячого, буйволиного, козячого чи овечого.

- «Parmigiano Reggiano» (парміджано Реджано), коротко називають пармезан, найвідоміший і найбільш типовий італійський сир для макаронів. Це твердий тип сиру, який роблять із жирного молока. Молодий варіант має 1 рік (його їдять переважно без нічого, як аперетив), але справді добрий від двох до трьох (кращий варіант до пасти та салатів).
- «Grana Padano» (Грана Падано) – схожий на пармезан і тертим є відмінним сиром до пасти. Його виготовляють не тільки в Емілія-Романья, але і в Ломбардії і П'ємонті.
- «Gorgonzola» (Горгонзола) – жирний, м'який сир із синьою плісінню з коров'ячого молока. Він має дуже інтенсивний пряно-гострий смак. Його можна їсти просто так, або додавати у соуси. Сир назвали в честь містечка північного від Мілано. На сьогодні його виготовляють у визначних регіонах Ломбардії та П'ємонту.

- «Mozzarella» (Моцарелла) – жирний свіжий сир, який переважно використовують для салатів, але й для запікання піци та іншого. Традиційно він зроблений з молока буйволів, але сьогодні в основному його роблять з коров'ячого молока.[10]
- «Bitto» (Бітто) - За створенням Бітто стоїть близько тисячі років історії. Цей сир з коров'ячого молока народжується на гірських пасовищах в результаті сприятливого поєднання вологості, температури та майстерності. Територія виробництва Bitto PDO включає провінцію Сондріо та муніципалітети верхньої долини Брембана. Традиційний Бітто є обмеженою територією Оробських Передальп, включаючи провінції Сондріо, Бергамо та Лекко.
- «Burrata» (Буррата) - напівжирний сир , виготовлений з коров'ячого молока, типового для Кампанії та Апулії. Зовнішня частина м'яка і обертається навколо кремової серцевини, пропонуючи контраст на відчуття та унікальну маслянисту текстуру. Після розрізання кремова внутрішня частина виходить повільно.[11]

Фестиваль вуличної їжі – це подія на визначеній території, яка об'єднує різні групи людей з приводу однієї визначеної тематики їжі, напоїв та передає культуру споживання, відпочинку і отримання задоволення від життя. Такі фестивалі є важливою компонентою туристичної індустрії та невід'ємною складовою культури, що формує національний колорит, визначає ступінь привабливості території для туристів. Це перспективний вид туризму, що з'явився порівняно недавно та динамічно розвивається у світі. [12]

Гастрономічні фестивалі по всій Італії, найкращий спосіб подорожувати країною, насолоджуючись її дорогоцінними скарбами не тільки своїми очима. Є багато міжнародної слави, як осінній Єврошоколад у Перуджі - рай для всіх

любителів місцевого шоколаду - або як "Фестиваль перцю" в Діаманті, Калабрія.

У районі Вітербо в Соріано-нель-Чіміно восени проходить фестиваль каштанів , а в Марино, в Лаціо, фестиваль винограду, символ регіону, зустріч із традиціями, смаком та інноваціями. У Трентіно-Альто-Адідже, звичайно, не можна було пропустити фестиваль яблук , у Борго-ді-Клес, де на очах відвідувачів також готують яблучний сік. У серпні в Сан-Джуліано-Терме (Піза), «Фестиваль поленти, білих грибів і кабана» у вересні в Поджо-алла-Мальва і Карміньяно (Прато), а в грудні «Фестиваль олії Сан-Квіріко-д'Орча» поблизу Сієни. В жовтні в Монкальво (Пьемонт) проходить ярмарок трюфелів , а в серпні та вересні фестиваль перцю в Карманьола . «Міжнародний ярмарок білих трюфелів Альби», мабуть, найвідоміший на трюфелях, але ті, хто віддає перевагу іншим смакам, можуть відвідати «Фестиваль змішаного вареного м'яса» у Фраціоне-Мантована (Ломбардія) або фестиваль лісових горіхів у Кортемілії (Пьемонт).[13]

Гастрономічні ресурси Греції.

Греція вже давно є популярним місцем для туристів з усього світу, частково завдяки своїй давній культурній історії та багатьом археологічним пам'яткам, наприклад, у столиці Афіні. Греція також має найдовшу берегову лінію серед середземноморських країн, а її численні пляжні курорти на таких островах, як Санторіні та Міконос, щороку приваблюють тисячі туристів. Безумовно, більшість туристичних витрат у Греції припадає на мандрівників, які подорожують у відпочинок, а не на тих, хто подорожує у справах, і це має значний вплив на грецьку економіку.

Хоча світовий туризм зупинився під час пандемії COVID-19 у 2020 році, багато країн все ще підтримували певний рівень активності в'їзного туризму,

хоча кількість прибуття значно зменшилася. До пандемії кількість міжнародних відвідувачів у Греції сягала 34 мільйонів, але в 2020 році ця цифра впала приблизно до 7,4 мільйона.

Загалом більшість відвідувачів приїжджає з інших європейських країн, причому Німеччина та Великобританія є провідними туристами на ринку Греції за останні роки. У 2020 році було близько півтора мільйони німецьких туристів, які відвідали країну. Дивлячись на найпопулярніший напрямок для міжнародних туристів у Греції, регіон Південного Егейського моря, який включає острови Родос і Міконос, привабив найбільшу кількість мандрівників у 2019 році. Однак у 2020 році Аттика, регіон, який охоплює столицю Афін, був найбільш відвідуваним місцем Греції для міжнародних туристів . [14]

Усі зацікавлені сторони в Греції дуже зацікавлені в розвитку гастрономічного туризму в кожному окремому аспекті (наприклад, використання місцевих продуктів, розвиток особливих вражень). Ця дискусія розпочалася в більш широкому благодатному середовищі, оскільки грецький туризм розвивається. Його збагачення за допомогою міжгалузевих зв'язків є пріоритетом. Була зрозуміла необхідність і переваги прив'язки туризму до гастрономії.

Дійсно, в останні роки грецька гастрономія є конкурентною перевагою. Багато паралельних ініціатив було здійснено представниками центрального уряду, установами та бізнес-групами. Загалом, у провідних напрямках країни існує значна та процвітаюча гастрономічна сцена, але є проблеми, які необхідно вирішити, наприклад діапазон і склад досвіду проти своїх конкурентів, підвищення якості інфраструктури, щоб повністю висвітлити потенціал місця призначення (наприклад, Центральний ринок Варвакіос проти ринку Мадрида)]. Крім того, необхідно підтримувати популяризацію грецької гастрономії, щоб збільшити її популярність серед подорожуючої публіки.[15]

У сучасній міжнародній кухні є кілька традиційних грецьких продуктів, які є характерні для грецької кухні. У 1992 р. європейський союз вперше прийняв систему охорони географічних зазначень і найменування походження сільськогосподарської продукції та харчових. Багато грецьких продуктів мають географічне позначення або з а позначення походження. Особливо Греція має 88 продуктів із захищеним позначенням Походження: 27 оливкових олій, 20 різних сирів, 23 овочі та бобові, 10 різних оливкові сорти, сорти меду, традиційний авготарахо Месолонгі (солоні ікра кефалі), критські сухарі, солодкі напої, такі як цитрон Наксос напій і лікер кумкват з Корфу «Томатакі Санторіні» (томат черрі з Санторіні), крокус Козані, мандарини та мастика з Хіоса. [16]

Туристичні підприємства визнали цінність гастрономічного туризму вітчизняними та міжнародними туристами, включивши в свої заклади кулінарні елементи. Очікується, що розробники кулінарного туризму докладуть вимірних рекламних зусиль, щоб краще вирішувати переваги туристів, які впливають на їхню споживчу поведінку у зв'язку з маркетинговою політикою туристичної дестинації. Є загальне визнання того, що туризм здійснюється у співпраці з усіма туристичними фондами та групами громадянського суспільства за підтримки відповідних міністерств.[17] Популярність традиційних грецьких страв і місцевих страв збільшила кількість кулінарних книг, виданих за останні роки. У деяких з книг згадується місцева та етнічна кухня, що підтверджує різноманітність грецьких кулінарних традицій.

Назви продуктів, способи приготування та основні інгредієнти з часом мало змінювалися. Хліб, оливки (і оливкова олія) і вино були триптихом грецької дієти протягом багатьох століть, як і сьогодні.

Греція – це країна дрібних фермерів, які виробляють неймовірний набір переважно органічних сирів, олій, фруктів, горіхів, зернових, бобових та овочів, доповнених безліччю зелених та трав, які ростуть у дикій природі. Це ті продукти,

які становлять основу традиційного грецького режиму, до якого вони додають різноманітність і поживність. Клімат Греції ідеально підходить для вирощування оливкових і лимонних дерев, створюючи два з найважливіших елементів грецької кухні. Широко використовуються спеції, часник та інші трави, такі як орегано, базилік, м'ята і чебрець, а також овочі, такі як баклажани і кабачки, і бобові всіх видів.

Оскільки 20 відсотків території Греції складається з островів – і жодна частина материкової Греції не знаходиться більше ніж в 90 милях від моря – риба та морепродукти є популярною та поширеною частиною грецької дієти. Баранина та коза (козлятина) – традиційне м'ясо свят і свят, а також багато птиці, яловичини та свинини.

Виноградники займають більшу частину горбистої місцевості Греції, і країна стала відомою своєю різноманітністю вишуканих вин і міцних напоїв, особливо узо, лікер зі смаком анісу, який є національним духом.[18]

Грецька кухня поширює свій кулінарний вплив по всій Європі та за її межами. З стародавньою традицією на грецьку кухню вплинули як східна, так і західна культури. Смак грецької їжі змінюється залежно від сезону та географії. Однак свіжі овочі, риба та морепродукти відіграють значну роль у стравах, головним чином через довгу берегову лінію, тоді як м'ясо вважається менш популярним, за винятком баранини. Список традиційних грецьких страв:

- Мусака – це смачна вершкова страва з пряного м'яса (яловичини або баранини), приготованого в томатному соусі, а потім шарами зі смаженими баклажанами та соусом бешамель. Це одна з найкращих традиційних грецьких страв.
- Папуцакія – це фаршировані баклажани, які спочатку запікаються до м'якості, а потім заливаються м'ясним соусом на томатній основі, поливаються соусом бешамель і сиром і запікаються до красивого

золотистого кольору. Блюдо називається папуцакія (туфельки), тому що за формою воно нагадує черевички. Завдяки своїм інгредієнтам страва за смаком нагадує мусаку.

- Пастіцію — ще одна традиційна грецька страва, яка складається із запечених шарів макаронів, соковитого яловичого фаршу, бешамелю та томатного соусу, заправленого плавленим сиром. Яловичий фарш готується в томатному соусі разом із спеціями. Цей традиційний грецький рецепт також називають «грецька лазанья», оскільки його соус з яловичини схожий на смак італійського соусу болоньезе. [19]
- Бугаца — це різновид солодкого пирога (менш солодкого, якщо вважати грецьким стандартом), виготовленого з тіста філо та манного заварного крему
- Долмадакія - це крихітні долмади, виготовлені з фаршированого виноградного листа. Всередину листа ви отримаєте м'ясо з баранини або яловичини (іноді і те й інше) і рисову начинку. Традиційно цю страву подають як закуску з дольками лимона.
- Грецький салат - готують з помідорів, оливок, огірків і великого шматка сиру фета і подають роздягненими. Заправка залишається на вибір людини, тому в усіх ресторанах до салату подають оцет, сіль, перець та оливкову олію.[20]

Грецька та середземноморська кухня завжди користувалася досить високим ступенем популярності. Однак кількість нещодавно опублікованих досліджень, які вказують на користь грецької їжі для здоров'я, разом з нещодавньою революцією в кулінарії підняли грецьку їжу на найвищий рівень популярності. Головне, що грецька їжа просто смачна, а чудовий

спосіб відчутти справжні смаки — це відвідати видатні фестивалі грецької кухні.[21]

Таблиця 1.2.

Гастрономічні фестивалі Греції.

Назва	Місце проведення	Період проведення	Опис фестивалю
Фестиваль сиру фета	м. Елассон	2 вересня	На Елассону припадає майже третина всього виробництва фети в Греції. Фестиваль із живою музикою, мистецтвом та вуличним ярмарком насамперед спрямований на зміцнення бізнесу та фінансової автономії територій.
Фестиваль сардин	м. Скала Калоні	Перший тиждень серпня	Гості можуть скуштувати пасти (свіжі сардини, які були виловлені вранці та засолені на човні), приготовані на грилі та смажені сардини. Поряд із різноманітними стравами на тему сардин пропонують місцеву музику та вистави, а також узо.
Свято сочевиці	Острів Лефкас	30 квітня	Фестиваль передбачає святкування сочевиці з типовими рецептами та дегустаціями. Наступного дня відвідувачі фестивалю поклоняються в маленькій церкві Агіос Донатос, яка була названа на честь єпископа острова в 283 році нашої ери.
Фестиваль вуличної їжі в Афінах	м. Афіни	13-15 травня	Один з найновіших фестивалів їжі в Греції, який з ентузіазмом відзначає рух вуличної їжі. У центрі міста подають страви з усього світу. Спеціальні зони пива та напоїв містять все: від молочних коктейлів до вишуканих алкогольних сумішей.

Джерело [21]

Гастрономічні ресурси Франції.

Франція є провідним туристичним ринком для європейської туристичної індустрії. Як внутрішній, так і міжнародний туризм мають значний вплив на економіку Франції. У 2016 році внесок подорожей в ВВП Франції склав 198,3 мільярда євро, а зайнятість у сфері туризму створила 2,8 мільярда робочих місць, як прямо, так і опосередковано.

Приймаючи приблизно 200 мільйонів іноземних відвідувачів на рік, Франція вважається провідним місцем міжнародного туризму. Столиця Париж є одним з найбільш відвідуваних міст Європи та світу. У 2016 році тільки в цьому місті витрати на міжнародні туристи становили близько 13 мільярдів доларів США. Хоча більшість відвідувачів Франції подорожують з інших європейських країн, азіатські туристи додали до зростання кількості іноземних відвідувачів.

Індустрія подорожей і туризму внесла загальний внесок у валовий внутрішній продукт (ВВП) Франції приблизно в 211 мільярдів євро у 2019 році. Потім цифри значно знизилися в 2020 році і досягли лише 108 мільярдів євро внеску у ВВП Франції. Це зниження безпосередньо пов'язане з пандемією COVID-19, яка різко вплинула на туристичний сектор не лише у Франції, а й на міжнародному рівні. Багато тисяч міжнародних туристів щороку відвідують Францію, що робить її одним з провідних напрямків з найбільшою кількістю міжнародних туристів у світі. Крім того, витрати міжнародних туристів у Франції у 2020 році склали майже 30 мільярдів євро. [22]

Французька гастрономія відома в усьому світі своєю вишуканою кухнею з вишуканими приготуваннями та такими стравами, як фуа-гра, гребінці та жаб'ячі лапки. Тим не менш, можна відкрити для себе набагато більше, ніж високоякісна гастрономія.

Особливістю французької кухні є широкий вибір чудових місцевих та регіональних страв, які сильно варіюються з півночі на південь, із заходу на схід.

Франція за своїми кулінарними традиціями поділяється на кілька регіонів. На півдні країни дуже популярні гострі страви з великою кількістю прянощів, на південному сході готують найсмачнішу рибу. На Лазурному узбережжі крім морепродуктів є багато смачних фруктів та овочів, вони завжди якісні та свіжі через надзвичайно сприятливий клімат. Також у цьому регіоні багато страв із баранини і дичини. [23]

Французька гастрономія пропонує безліч смачних і унікальних страв, які радують смакові рецептори мандрівників з усього світу.

- Хоча люди за кордоном можуть думати, що французька їжа – це жаб'ячі лапки та бургундські равлики, є багато інших страв. Коли ви досліджуєте країну, ви не можете пропустити такі страви, як касуле, суміш гусячого конфі, білої квасолі, бекону, свинячої шкірки та свинини, квашеної капусти, тушкованої капусти та телячого банкету.
- Фуа-гра також є символічним продуктом французької кухні. Виготовлений з гусака або качки, цей вишуканий террин виготовляється на південному заході Франції або в Ельзасі, регіоні, де його винайшли. Фуа-гра, намащену на смажених тостах або свіжому хлібі, з цибульним конфі або інжировим чатні, їдять у всіх його формах і зазвичай є в меню провідних ресторанів.
- Сир у всіх його формах також є опорою французької кухні: камамбер, ліваро, канталь, фурме д'амбер, рокфор та інші. Сир також використовується в регіональних стравах, які люблять гурмани, таких як аліго, фондю савоярд або раklet з його смачними в'ялених м'ясними стравами.[24]

У Парижі є багато ресторанів, які є такими ж історичними або відомими, як і багато відомих пам'яток міста. Відвідавши ці відомі

ресторани, можна сповна насолодитись французькою кухнею, страви в цих закладах незабутні для багатьох гостей.

- Ресторан «Le Meurice Alain Ducasse» в Парижі - це, мабуть, найвідоміший ресторан Парижа на даний момент. Здобувши третю зірку Мішлена в 2007 році, це чудовий обід, який підходить для королеви. Розміщений у екстраординарному готелі «Meurice», ресторан був натхненний салонною кімнатою у Версальському палаці. Щоб пообідати тут, ви повинні бути готові викласти більше 500 євро за людину.
- «Le Fouquet's» - це історичний півний ресторан, заснований ще в 1899 році. Він розташований неподалік від Єлисейських полів, тому ви можете легко зайти перекусити, відвідавши такі місця, як Триумфальна арка або знаменитий готель «George V». «Le Fouquet's» здебільшого відомий тим, що влаштовує дуже престижні урочистості після обіду для їх щорічної нагороди «Cesar Awards» у Франції, і робив це протягом останніх 40 років. Це ідеальне поєднання французького шарму та традиційної кухні. Меню було створено разом із партнером-кухарем Мішлен, у якому представлені сучасні класичні страви.
- «Septime» в Парижі - Ніколи не було такого затишного та затишного ресторану Мішлен, як «Septime». Якщо ви не любитель модного одягу, але все одно хочете насолоджуватися найкращою їжею та обслуговуванням – «Septime» - це те. Він представляє себе як неохібно з Бертраном Гребом як власником і шеф-кухарем. Вони тримають це справді в «Septime», стягуючи лише 30 євро за обід зі зіркою Мішлена.
- «Tour d'Agent» у Парижі - Що робить «Tour d'Agent» таким відомим? Ну, для початку, він вперше відчинив свої двері ще в 1686 році. Це робить його офіційно найстарішим кафе в Парижі. Більше того, ресторан у «Tour d'Agent» стверджує, що технічно відкритий з 1582 року, коли приміщення ще функціонувало як корчма. Це зробило б його

найстарішим рестораном на Землі. Приблизно в 16 столітті королівські особи почали відвідувати це місце, і з плином часу речі ставали все ще більш пишними. Зараз це дуже затишне кафе, яким керує шеф-кухар, який отримав зірку Мішлена. З нього відкривається один з найкращих панорамних краєвидів на собор Паризької Богоматері . [25]

1.3. Популярність гастрономічного туризму в Україні.

Важко недооцінити роль їжі в туризмі та економіці в цілому. Можна стверджувати, що все більше туристів шукають автентичні та нові страви, пов'язані з місцями, які вони відвідують. Туристи їдять щонайменше двічі на день, а вартість їжі, як повідомляється, становить не менше 30 відсотків вартості туристів. Очевидно, що ці гроші витрачаються на місцевий бізнес, що позитивно впливає на зайнятість людей і може допомогти зменшити бідність у цих місцях. Все частіше (місцева) влада визнає важливість гастрономічного чи кулінарного туризму та розробляє програми для залучення туристів. Цей розвиток може бути надихнутий успіхом Каталонії в Іспанії та/або розвитком скандинавської кухні в скандинавських країнах. [26]

Туризм в Україні стає більш розвинутим і актуальним в останні роки. З'явилися й розвиваються підприємства, що спеціалізуються на туристичній діяльності різних видів та організаційно правових форм. Створено широку мережу туристичної індустрії, до якої входять засоби розміщення, об'єкти харчування, розважального, пізнавального, ділового, оздоровчого, спортивного, релігійного та іншого призначення.[27]

В Україні офіційно з'явився і починає розвиватись гастро-туризм. Це світова, останнім часом дуже популярна тенденція, яка продовжує набирати популярність серед туристів. Особливу роль у гастро-туризмі грають невеликі локальні виробники з унікальною продукцією свого регіону.

Актуальність гастрономічного туризму полягає в тому що у нього немає сезонності. А в деякі місця навіть краще приїздити в не сезон: на виноробні чи господарства, які займаються виготовленням оливкової олії, збором трюфелів – восени. В цей же час часто проводяться гастрономічні фестивалі та кулінарні шоу. Всі ці події та дегустації можна відвідати і самотійно, і в складі туристичної групи.[28]

Україна, порівняно з іншими країнами світу, має величезний потенціал для розвитку гастрономічного туризму. Окрім історичних та культурних аспектів, цьому сприяють природно-географічні чинники, зокрема: клімат, типи ґрунтів, рельєф, водні та лісові ресурси. Природа в Україні - найрізноманітніша, що позитивно впливає на розвиток різних видів сільського господарства та харчової промисловості.

Однією з важливих цілей гастрономічного туризму є відвідування підприємств з виробництва харчової продукції. В Україні діє понад 2000 підприємств харчової галузі, серед них великі, середні та малі підприємства різної форми власності, які забезпечують близько 20% від загального об'єму промислової продукції. Харчова промисловість України включає в себе більше 40 різних галузей: цукрову, спиртову, хлібопекарську, кондитерську, лікеро-горілочну, м'ясну, рибну, виноробну, пивоварну, овочеву, фруктову, олійно-жирову, консервну тощо.

Щороку в Україні проводяться близько ста кулінарних фестивалів та свят, при цьому спостерігається тенденція до збільшення кількості таких заходів. Вересень - найбільш багатий такими подіями, далі йдуть червень, жовтень та серпень. Таким чином, найбільша активність проявляється влітку та восени.

Гастрономічні фестивалі та свята в Україні присвячуються різноманітним стравам: борщу, дерунам, галушкам, голубцям; напоям: вину, горілці, пиву; ягодам та овочам: черешні, полуниці, помідорам, огіркам, кавунам; меду, солодоцям тощо. Виявлено, що більшість гастрономічних подій проводяться

в Західній Україні, а саме в Закарпатській та Львівській областях, далі йде м. Київ.[29]

Фестиваль кави у Львові. Львівський кавовий фестиваль проводиться у другій половині вересня. Його завдання – зібрати разом всіх, хто небайдужий до культури приготування та споживання ароматного напою. Тут своїми секретами відкрито діляться професіонали та експерти, а цінителі можуть порівняти незвичайні сорти кави та методи заварювання.

Національний Сорочинський Ярмарок, Великі Сорочинці. Сорочинський ярмарок традиційно проводиться в 20-х числах серпня біля села Великі Сорочинці. Щорічно його відвідують десятки тисяч гостей з усього світу. Це не тільки найбільший торговельний, промисловий та ремісничий ярмарок, а й справжня виставка народних товарів і мистецтв. Особливе місце займає гастрономічний напрямок. Тут можна спробувати унікальні національні страви, придбати рідкісні та виключно екологічні продукти.

Свято полуниці, Одеса. В кінці травня на вихідних в сонячній Одесі проводиться яскравий і незвичайний безкоштовний фестиваль полуниці з тематичними вечірками та заходами. Свято першого ароматного врожаю символізує початок літнього сезону. На гостей чекають дивовижні і нестандартні страви з полуниці, майстер-класи, ігри, конкурси. Особливим попитом користуються напої та десерти. Приємний бонус – фестиваль здорової їжі, приурочений до заходу.[30]

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Аналізуючи перший розділ «Міжнародний досвід організації гастрономічного туризму в світі» можна зробити висновки, що :

Гастрономічний туризм - це вид туризму , який базується на відвідуванні виробників їжі, фестивалів їжі, ресторанів і спеціальних місць з метою скуштувати особливий вид їжі, спостерігати за виробництвом їжі або з'їсти їжу, приготовану відомим кухарем

Для багатьох напрямків виробництво їжі, а також виноробство є невід'ємною частиною їхньої історії та ідентичності та стали ключовим елементом іміджу бренду нації. Гастрономічний та винний туризм дає можливість оживити та диверсифікувати туризм, сприяти місцевому економічному розвитку, залучити багато різних професійних секторів та привнести нове використання у первинний сектор. Таким чином, гастрономія та винний туризм сприяють просуванню та брендингу напрямків, підтримці та збереженню місцевих традицій та різноманітності, а також використанню та винагороді автентичності.

На даний момент в світі існує багато гастрономічних напрямків, які користуються популярністю серед туристів, такі як Франція, Італія, Іспанія, Греція, Грузія. Ці країни є популярними серед гастрономічних туристів не тільки тому що в них багата і різноманітна кухня, але і тому що в кожній з цих країн проводиться велика кількість гастрономічних фестивалів, що є дуже привабливим для туристів.

Гастрономічний туризм активно розвивається в Україні в останні роки. З'являється все більше різноманітних фестивалів зв'язаних з локальними продуктами та етнічними традиціями різних регіонів України. Особливу роль у гастро-туризмі грають невеликі локальні виробники з унікальною продукцією свого регіону.

Аналіз гастрономічного потенціалу регіонів Іспанії.

2.1. Основна інформація про Іспанію і її великі міста.

Іспанія - країна, розташована в південно-західній Європі на Піренейському півострові на південь від Франції та Андорри і на схід від Португалії. Вона має берегову лінію на Біскайській затоці (частина Атлантичного океану) і Середземному морі. Столиця і найбільше місто Іспанії - Мадрид, країна відома своєю довгою історією, унікальною культурою, сильною економікою і високим рівнем життя.

Таблиця 2.1.

Основні відомості про Іспанію.

Столиця	Мадрид
Офіційна мова	Іспанська
Найбільші міста	Барселона, Валенсія, Севілья, , Більбао
Форма правління	унітарна парламентська конституційна монархія
Площа	504 645 км ²
Населення	47 500 000(2021 рік)

Територія країни охоплює 80% Піренейського півострова. Особливість її географічного та історико-культурного положення пов'язана з тим, що до Північної Африки лише 13 км, а від решти Європи вона відокремлена високими (середні висоти до 1500 м) Піренеями. У попередні періоди море було набагато меншим бар'єром, ніж гірські хребти. До складу Іспанії входять також Канарські острови та міста Сеута і Мелілья, які територіально знаходяться в Африці. Це залишки найпотужнішої свого часу колоніальної імперії, яка охоплювала всі частини світу. Іспанська мова є нині державною для 19 країн світу.

Природно-рекреаційні ресурси. Визначальним для історії, формування етнографічної ситуації та природного середовища Іспанії став рельєф. За ступенем гористості у Західній Європі країна поступається лише Швейцарії. Середня висота над рівнем моря становить 600 м, а 25 % території лежить вище 1000 м. Внутрішня частина держави – плоскогір'я Месера – переділена високими хребтами: Кантабрійські гори, Іберійські гори, Центральна Кордильєра, Толедські гори, Ла-Манча, Сьєрра-де-Ґуаделупе, Сьєрра-Морена, Кордильєра-Бетіка, Кордильє-ра-Суббетіка, Андалузські гори. Хребти є перепоною для атлантичних і середземноморських повітряних потоків та формують у внутрішніх районах специфічні кліматичні умови. Прибережні гори створюють привабливий амфітеатр для приморських курортів. Гористим є також і рельєф Канарських островів. На о. Тенерифе знаходиться найвища точка Іспанії - влк. Тейде (3718 м).

На сході Іспанія омивається водами Середземного моря, на південному сході – його складовою морем Альборан. Північний захід, південний захід та Канарські острови омиваються Атлантичним океаном. Загальна протяжність 280 іспанського узбережжя становить 4964 км, з яких значна частина має придатні для використання пляжі.[31]

В цілому клімат Іспанії можна розділити на три основні кліматичні зони:

- середземноморський клімат, який характеризується жарким літом і досить холодною зимою (центральна і північно-центральна Іспанія);
- напівпосушливий клімат (південно-східна Іспанія, особливо в Мурсії і в долині Ебро);
- морський клімат (на півночі Іспанії, особливо в Астурії, Країні Басків, Кантабрії, частково, в Галісії).

У Піренеях і Сьєрра-Невада клімат альпійський, а на Канарських островах - субтропічний.

Незважаючи на те, що Іспанія - це гірська країна, по її території протікає велика кількість річок. Найбільші річки в Іспанії - Тахо (1 007 км), Ебро (910 км), Дору (895 км), Гвадіана (657 км) і Гвадалквівір (578 км).

За підрахунками вчених, в Іспанії є кілька сотень озер, причому більше 440 з них - це гірські озера. Найбільше в Іспанії озеро - Санабрія, чия площа становить понад 11 тис. кв. км.

В даний час в'їзд до Іспанії дозволено для всіх мандрівників.

Як громадяни ЄС, так і мандрівники з інших країн, що прибувають повітряним або водним транспортом, повинні подати довідку про вакцинацію, перенесене захворювання або результат негативного тесту.

Інформація Опубліковано 03.06.2022

1. Пасажири повинні мати:

- свідоцтво про одужання на COVID-19, видане щонайменше через 11 днів після позитивного результату тесту на COVID-19 NAAT, отриманого не більше ніж за 180 днів до прибуття; або

- негативний швидкий тест на антиген COVID-19, зроблений щонайбільше за 24 години до відправлення; або

- негативний тест на COVID-19 CRISPR, HAD, LAMP, NEAR, PCR, RT-LAMP, RT-PCR, SDA або TMA англійською, французькою, німецькою, іспанською мовами або супроводжується завіреним перекладом на іспанську мову, зроблений щонайбільше за 72 години до відправлення; або

- свідоцтво про вакцинацію від COVID-19, що свідчить про те, що:

- вони були повністю вакциновані не менше ніж за 14 днів і не більше ніж за 270 днів до прибуття; або

- вони були повністю вакциновані та отримали бустерну дозу.

Приймаються вакцини AstraZeneca (SK Bioscience), AstraZeneca (Vaxzevria), Covaxin, Covishield, Covovax, Janssen, Moderna (Spikevax), Nuvaxovid (Novavax), Pfizer-BioNTech (Comirnaty), Sinopharm і Sinovac. Інші

вакцини приймаються, якщо остання отримана доза є однією з раніше перерахованих вакцин.[59]

Мадрид

Мадрид, місто, столиця Іспанії та провінції Мадрид. Мистецький і фінансовий центр Іспанії, власне місто і провінція утворюють автономне співтовариство в центральній Іспанії.

Таблиця 2.2

Основна інформація про Мадрид.

Регіон	Мадрид
Провінція	Мадрид
Громада	Ареа-Метрополітана
Алькальд	Хосе Луїс Мартінес-Алмейда
Площа	607 км ²
Населення	3 266 126 (2019 рік)
Національність	Іспанці
Конфесія	Католики

Мадрид лежить майже точно в географічному центрі Піренейського півострова . Він розташований на хвилястому плато з піску та глини, відомому як Месета (походить від іспанського слова *mesa* , «стіл») на висоті приблизно 2120 футів (646 метрів) над рівнем моря , що робить його однією з найвищих столиць у світі. Європа. Це місце, а також близькість до Сьєрра-де-Гуадаррама частково спричиняє погодні умови холодних, рішучих зим, що супроводжуються різкими вітрами. Можливі раптові коливання температури, але літо постійно сухе і спекотне, стає особливо гнітючим у липні та серпні, коли температура іноді піднімається вище 100 °F (38 °C). Середні температури коливаються від 41 до 75 °F (5 і 24 °C), тоді як середня кількість опадів коливається від менше ніж 0,5 дюйма (11 мм) у липні до приблизно 2

дюймів (50 мм) у жовтні, як правило, найбільш дощовий. місяць року. Помірний період року – весна та осінь, які також є найпривабливішими сезонами для відвідувачів.[32]

Мадрид має багату та різноманітну туристичну пропозицію, в центрі якої є культурні цінності. Місто є домом для 1800 пам'ятників, 200 історичних будівель і 70 музеїв, включаючи музей королеви Софії, Пласа-Майор, Королівський палац і собор Альмудена, які щороку приваблюють мандрівників з усього світу.

Кількість міжнародних туристів, які переночували в Мадриді, Іспанія, у 2021 році становила приблизно 2,2 мільйона після того, як у попередньому році впало на 77,5 відсотка. У період з 2013 по 2019 рік обсяг міжнародного туризму в цьому автономному співтоваристві Іспанії, яке включає іспанську столицю, збільшився більш ніж на 80 відсотків.

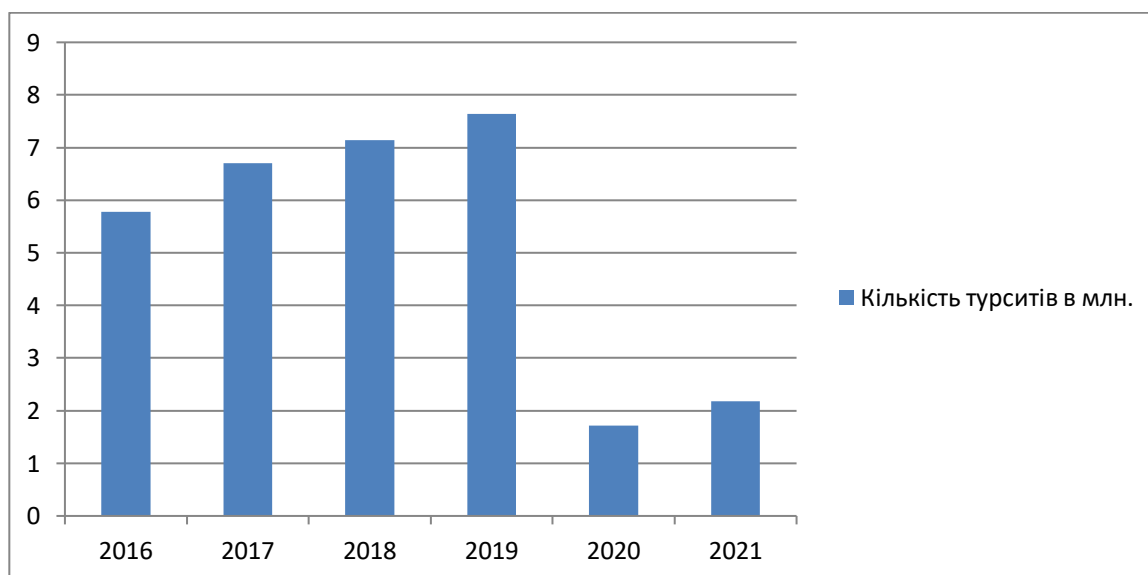


Рис. 2.1. Кількість міжнародних туристів, які переночували в Мадриді (млн.)

Незважаючи на пандемію коронавірусу (COVID-19), Мадрид у 2020 році увійшов у десятку європейських міст з найбільшою кількістю ночей туристів у платному житлі. А минулого року іспанська столиця навіть посідала 6-е місце. У роки, що передували світовій кризі в галузі охорони здоров'я,

міжнародний туризм становив найбільшу кількість туристів з ночівлею в Мадриді, досягнувши понад 5,7 мільйона мандрівників за останній рік. Однак ця тенденція була перевернута через жорсткі карантини та обмеження на поїздки, введені урядами по всьому світу. Загальна сукупна кількість іноземних відвідувачів у готелях та квартирах у місті у 2020 та 2021 роках становила менше трьох мільйонів проти 4,7 мільйона внутрішніх відвідувачів, зафіксованих у ті самі роки. [33]

Незважаючи на те, що Мадрид особливо популярний як місце відпочинку, діловий туризм також добре розвинений в іспанському місті, як свідчать зафіксовані цифри, фактично 12% відвідуваності міста припадає на цей сектор. У 2018 році в мегаполісі відбулося понад 23 300 заходів, що становить збільшення на 14,8%, що помістило Мадрид на 3-є місце за кількістю проведення заходів згідно з рейтингом Міжнародної асоціації конгресів і конгресів (ICCA). Таким чином, сектор MICE займає важливе місце в місцевій економіці, оскільки він становить близько 1 мільярда євро на рік. Крім того, Мадрид визнаний провідним місцем для ділового туризму на різних рівнях і отримав нагороду «Краще місце для зустрічей та конференцій у Європі» у 2019 році, а також нагороду «Краще місце для зустрічей та конференцій у світі». Цей вплив ділових туристів, окрім традиційних туристів, дозволив аеропорту Мадрида посісти 5-є місце в Європі за трафіком перевезень.

Мадрид хоче підкреслити свої культурні та гастрономічні цінності, які формують його ідентичність, з метою залучення туристів із вищим середнім бюджетом і таким чином більшого внеску в місцеву економіку. Дестинація прагне позиціонувати себе в сегменті високого класу та класу люкс, щоб запропонувати туристичну пропозицію відповідно до очікувань і потреб цієї категорії туристів. Сталість та цифровізація також стають пріоритетами, оскільки з минулого року вони зайняли набагато важливіше місце в суспільстві.

Нарешті, сектор МІСЕ залишається ключовим для Мадрида, і місто має намір закріпити свій статус провідного напрямку в цій галузі.[34]

Барселона

Барселона – друге за величиною і, безумовно, найбільш космополітичне місто Іспанії, а також один із найнавантажениших портів Середземного моря. Барселона – столиця Каталонії, регіону Іспанії зі своєю власною мовою – каталонською, власною культурою.

Розташована між Середземним морем і гірським хребтом Кольсерола, Барселона має довгу історію, що налічує принаймні 2000 років, і багатшарову ідентичність як другого за величиною міста Іспанії, так і столиці Каталонії. Місто внесло величезний внесок у світову культуру, будучи домом для восьми об'єктів Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, сім з яких є вражаючими спорудами Гауді, який є одним із багатьох всесвітньо відомих сучасних художників з Барселони, включаючи Міро, Далі та Тапієса.

З населенням 1,6 мільйона чоловік є одним із найбільш густонаселених міських районів Західної Європи. Вона має багатокультурне громадянство, 20,2% жителів з-за кордону, зокрема з Італії, Китаю та Пакистану. Розмовляють понад 200 мовами, але в самому місті є дві офіційні мови, каталонська та іспанська. У місті також знаходяться найважливіші самоврядні установи Каталонії, включаючи Генералітат Каталонії та каталонський парламент.[35]

У 2020 році Барселона була одним з провідних туристичних напрямків у Європі за кількістю ночей, незважаючи на вплив COVID-19 та жорсткі обмеження на пересування, введені урядом Іспанії того року. У 2019 році місто навіть потрапило до сімки найкращих.

Ще в 1990 році готелі Барселони, на які припадає найбільша частка туристів, які ночують у місті, приймали 1,73 мільйона гостей. У 2019 році ця кількість зросла майже до 9,5 мільйонів, перш ніж впасти через вплив пандемії COVID-19. Під час глобальної кризи в галузі охорони здоров'я Франція, Італія та Сполучені Штати були одними з основних міжнародних ринків-джерел для готельної індустрії Барселони. Більше того, столиця Каталонії також значною мірою сприяла тому, щоб її регіон увійшов у трійку найбільш відвідуваних іспанськими туристами автономних спільнот.

Архітектурні шедеври та музеї Антоніо Гауді, наприклад, присвячені Пабло Пікассо та історичний музей Барселони, є лише деякими прикладами з дуже довгого списку місць і пам'ятників цього середземноморського міста, які не можна пропустити. Собор Святого Сімейства Гауді, який все ще будується, і парк Гуель у 2020 році відвідали приблизно 764 тисячі та 589 тисяч відвідувачів відповідно, зберігаючи свої провідні місця в рейтингу найбільш відвідуваних пам'яток Барселони протягом першого року пандемії COVID-19. І з приблизно 359 тисячами відвідувачів того року музей «CosmoCaixa» обійшов третє місце Музею ФК Барселона.[36]

У столиці Каталонії, Барселоні, заснованої в II ст. до н. е., зберігся майже недоторканим весь історичний центр у готичному стилі, а також безліч архітектурних пам'яток. Визначним у місті вважається найбільший у Каталонії Кафедральний собор св. Теклі, побудований на місці древнього святилища Юпітера. Будинок побудований у готичному стилі в XIV-XV ст. і поєднує в єдиний ансамбль ще три палаци: Каза-дел-Канонжес, Дега і Каза-де-Л'ардіака. Старе місто (Парті-Альта) оточує римська стіна, яка датується III ст. до н. е. Зараз у межах старого міста розміщений палац Претора з музеєм Римської імперії, фонтан на Пла-де-Палау і копія знаменитої римської "Капітолійської вовчиці", дві добре збережені циліндричні вежі римської фортечної стіни й акведук. Готичний квартал Барріо-Готіко розміщений у межах захищеного

фортечними стінами римського поселення й отримав назву через значну кількість пам'яток готичного стилю. У межах району є: палац Реал-Майор (XI-XIV ст.), каплиця Санта-Агата та Історичний музей на площі Дель Рей.

Центр древньої Барселони є на місці, де сьогодні розміщена площа Сант Жаума, - тут був розміщений римський форум. Прогулянку готичною Барселоною найкраще почати з площі Пласа Нова, де є залишки римських і середньовічних фортечних міських стін, що нібито захищають фасад Кафедрального собору. Ансамбль собору прикрашений двома вежами фасаду, шпилем центральної частини і двома чудовими восьмигранними вежами з кулями. Інтер'єр вражає строгістю, витягнутими і гармонічними колонами, елегантними зводами. Поруч із Кафедральним собором є палац Архієпископа.[37]

Валенсія

Валенсія, місто, столиця як провінції Валенсії так і автономного співтовариства Валенсії. Історична столиця колишнього королівства Валенсія, східна Іспанія. Розташований на узбережжі Середземного моря в гирлі річки Турія (Гвадалавіар), він оточений фруктовими садами в регіоні, відомому як Уерта-де-Валенсія.

Вважається одним з головних міст Середземноморської арки. Один з найбільших старих кварталів Європи в кожному зі своїх каменів демонструє шляхетне минуле того, що було економічною та культурною столицею Середземномор'я протягом 14-го і 15-го століть.

Заснований римлянами в 138 році до нашої ери, пізніше вторгся вестготами, а потім і мусульманами, які перетворили його на чудовий економічний і культурний центр. Звільнений від мавританського підкорення Ель Сідом Кампеадором, хоча лише в 1238 році арагонський король Хайме

І остаточно відвоював його, заснувавши королівство Валенсія, яке він включив у свою корону.

Культура, комерційна діяльність і створення законодавчих інституцій з власними привілеями перетворили Валенсію на столицю конфедерації, яку сприяла корона Арагону, і в одну з економічних держав Середземномор'я протягом 14-го і 15-го століть, період, який збігається з «золотий вік Валенсії».
[38]

Клімат Валенсії один з найкомфортніших у Європі. Для нього характерний м'який клімат, типово середземноморський, із середньорічною температурою вище 17°C. Літо тепле, а зима дуже помірна. У зимові місяці температура зазвичай не опускається нижче 10°C. Оподи є непомітними і представляють класичний середземноморський літній мінімум з двома максимумами, один восени, а другий наприкінці зими та на початку весни.

Валенсія є перспективним місцем з туристичної точки зору. У місті поєднуються історія, традиції та сучасність. Це унікальне місто, традиційне, оригінальне, ультрасучасне та сповнене контрастів. Його архітектура датується першим століттям до нашої ери до самого футуристичного дизайну 21 століття. Пляжі на березі Середземного моря, лише за 15 хвилин їзди від центру міста, розташовані поруч із Мариною Реал Хуан Карлос I, перспективною спортивно-туристичною маркою, яка задумана стати найпривабливішою на Середземному морі.

Валенсія також стала центром конференційного туризму, а також основним місцем для інсентив-поїздок. Місто може похвалитися широким спектром екологічних пропозицій через його близькість до природного заповідника Альбуфуера та зелених легенів, розташованих у старому руслі річки Турія, яка перетинає центр міста зі сходу на захід.[39]

Севілья

Місто Севілья — іспанська столиця однойменної провінції та незалежної громади Андалусії. У 2007 році Севілья нараховувала 699 145 жителів згідно з переписом населення, будучи четвертим містом Іспанії за кількістю населення після Мадрида, Барселони та Валенсії. Муніципалітет має площу 141,31 км². Столична зона Севільї також є четвертою в країні з 1 450 214 жителів, що становить 77,5% від загальної кількості 1 871 399 жителів у провінції.

Стара частина є однією з найпростіших на Старому континенті, налічує близько 335 га., приблизно три кілометри в довжину і два в ширину. Його історична та монументальна спадщина та різноманітність культурних та мальовничих просторів перетворюють його на привітне місто як для національного, так і для міжнародного туризму. Деякі з найпредставніших пам'яток - Хіральда, собор, Алькасар, архів Індії та Золота вежа. Деякі з них оголошені ЮНЕСКО спадщиною людства в 1987 році. Музей образотворчого мистецтва в Севільї є найбільш відвідуваним в Андалусії і другою за значенням пінакотекою в Іспанії.

Незважаючи на те, що річка Гуадалквівір знаходиться на відстані приблизно 80 км від Атлантичного океану, вона є судноплавною від її витoku в Санлукар-де-Баррамеда аж до Севільї, причому розміри човнів, які досягають міста, обмежені умовами судноплавності річки. Севілья оснащена розвиненою автомобільною та залізничною системою, а також міжнародним аеропортом.[40]

У 2021 році провінція Севілья зареєструвала понад 2,5 мільйона туристів, що на 61% більше, ніж у попередньому році, і ця цифра наближається до 3,1 мільйона, досягнутого протягом 2019 року. З цих 2,5 мільйонів туристів 1 719 654 мандрівники зупинилися в готельних закладах, які забезпечили понад 3,2

мільйона ночівель (3 262 939), що на 53% зросло відповідно до попереднього року.

За даними на 2021 рік, на Андалусію припадає 20 мільйонів туристів у наборі регіонального розміщення (майже на 50% більше, ніж у 2020 році), з витратами на туриста на добу 67 євро на добу та середнім перебуванням в сім днів.[41]

2.2. Гастрономічний потенціал іспанських регіонів.

Іспанія є стійким туристичним ринком у Європі — регіоні з найбільшою кількістю туристів у світі. У 2013 році Іспанія зареєструвала понад 100 мільйонів іноземних відвідувачів, і ця тенденція продовжувала зростати до 2019 року, коли це число перевищило позначку 125 мільйонів осіб. Ця остання цифра більш ніж у 2,5 рази перевищує загальну чисельність населення Іспанії, яка у 2021 році становила 47,1 мільйона людей. Таким чином, туризм є одним із основних двигунів іспанської економіки.

Вартість товарів та послуг, що пропонуються туристичним сектором в Іспанії, збільшилася майже на 70 відсотків у 2021 році після того, як у попередньому році вона впала до менш ніж 55 мільярдів євро. Незважаючи на позитивні тенденції відновлення в країні, індустрії туризму доведеться пройти певний шлях, перш ніж вона досягне до пандемічного рівня економічної значущості. До кризи, викликаній коронавірусом (COVID-19), цей сектор був одним із провідних двигунів зростання іспанської економіки, збільшивши фінансові ресурси країни майже на 155 мільярдів євро. [42]

Безсумнівно, ще однією з його визначних пам'яток Іспанії є гастрономія. Під впливом багатьох культур, які проходили через її територію, і місць, які вона пізніше колонізувала, Іспанія знала, як зберегти найкраще з кожного регіону, створивши найбагатші кулінарні страви. Відома на міжнародному рівні, її кухня має велику репутацію.

Протягом кількох років багато хто приїжджає до Іспанії в пошуках делікатесів, які пропагують іспанську гастрономію в усіх путівниках світу. Наприклад, 90 відсотків клієнтів, які приїжджають в найкращий ресторан світу «El Celler de Can Roca», є іноземцями, переважно німцями та британцями. Правда в тому, що в гастрономічному туризмі Іспанія добре працює. Національна гастрономія залучила 7,4 мільйона міжнародних туристів у 2013 році, що на 32,14 відсотка більше, ніж у попередньому році, коли 5,6 мільйона іноземних відвідувачів обрали Іспанію, щоб насолодитися своїми гастрономічними мріями. За даними «Turespaña», кожен з них залишив у середньому 1170 євро.

Завдяки маркетинговій роботі, яка була проведена в останні роки, іспанська кухня наразі є другою улюбленою їжею європейців, поступаючись лише італійській, згідно з щорічним опитуванням про подорожі та гастрономію, проведеним туристичним веб-сайтом TripAdvisor.[43]

Говорити про іспанську кухню загалом було б несправедливо, тому що в кожному регіоні вона своя, що зумовлено особливостями клімату, наявністю моря та традиціями місцевого населення. З цієї причини вважається, що туристичні організації повинні працювати з приватним сектором для розробки конкурентоспроможної пропозиції гастрономічного туризму, об'єднуючи місцевих виробників, виноробні та інші агропродовольчі підприємства, які можна відвідати. Звіт, заснований на опитуваннях туристів, показує, що мандрівники віддають перевагу Країні Басків, Галісії та Ла-Ріохи.

Дослідження відносить Країну Басків, Андалусію та Ла-Ріоху до кращих місць для тапас; Країна Басков, Мадрид та Каталонія, щоб поїсти у добрих ресторанах; Ла-Ріоха, Кастилія-і-Леон та Андалусія для винного туризму; Астурія, Ла-Ріоха та Кантабрія, щоб купити місцеві продукти; Мадрид, Каталонія та Галісія, щоб відвідати ринки; та Галісії, Ла-Ріохе та Андалусії для участі в гастрономічних фестивалях. [44]

Андалусія - цей регіон привертає увагу туристів з різних куточків світу саме своєю гастрономією, про що свідчить місцевий Департамент туризму. Кілька років тому керівник департаменту туризму Рафаель Родрігез під час свого перебування на гастрономічному форумі в Малазі, зазначив, що саме кулінарна тема є однією з головних причин, що приваблює мандрівників у Севілью, Малагу, Гранаду та інші міста регіону. Родрігез підкреслив, що місцеві блюда Андалусії є неперевершеними за смаком, що суттєво вирізняє Андалусію серед інших регіонів Іспанії.

Вслід за Родрігезом, у вересні 2019 року президент Андалусії Сусанна Діаз під час свого виступу у Іслі-Майор (Севілья) повідомила про запуск нового проекту, щодо розвитку гастрономічного туризму Андалусії – «Пейзажи, які мають смак» («Paisajes con Sabor»), який допоможе поширити продукти регіону на національний та міжнародний ринок. Цей проект націлений на формування гастрономічного бренду Андалусії. Президент зазначила, що гастрономічний туризм є одним з ключових сегментів регіону, який щороку приваблює 650 00 тисяч туристів з різних країн світу, які приїжджають щоб насолодитися місцевою кухнею, етнологічним багатством регіону та неймовірними ландшафтами, пізнати країну з середини, пізнати країну на смак. Ця пропозиція відповідає новим вимогам мандрівників, які шукають враження та унікальність. На сьогоднішній день гастрономія відіграє вирішальну роль у виборі туристичного маршруту. Гастрономія Андалусії має свою унікальність завдяки географічному розташуванню, завдяки контрасту між морем та горами цей регіон може похвалитися якісними місцевими продуктами та рецептами які відображають злиття тисячолітньої культури і найбільш інноваційні методи. [45]

По всьому регіону проходить велика кількість першокласних гастрономічних маршрутів . Маршрут шинки Хабуго, маршрут рису в провінції Севілья, маршрут вина та алкогольних напоїв у Хересі, Монтілі

або Серранія-де-Ронда, або маршрут лову тунця Альмадраба на узбережжі Кадіса є одними з найвідоміших.

Вирощування лози в Андалусії налічує багато століть, і цей регіон відомий виробництвом престижних вин, відомих у всьому світі. Винні маршрути в Андалусії є ідеальним поєднанням енологічних, культурних, історичних і традиційних аспектів сіл, міст і районів, через які вони проходять.

- Гарним прикладом є винний маршрут Кондадо-де-Уельва, який, окрім різноманітних винних закладів, дозволяє відвідувачам оглянути міські стіни та замок Нібла, «містки Колумба», місто Могер, місце народження лауреата Нобелівської премії Хуана. Рамон Хіменес та природний рай Доньяни, який не можна пропустити, а також насолоджуватися багатою гастрономією з місцевими продуктами, такими як шинка, креветки чи полуниця.
- У 2007 році маршрути Херес і Херес Бренді були офіційно визнані «Іспанськими винними маршрутами». Вони проходять повз винні магазини, готелі та ресторани, музеї та розважальні заклади дев'яти різних міст, включаючи Санлукар-де-Баррамеда та Херес-де-ла-Фронтера з їхніми історичними будівлями та пам'ятниками, а також Лебрія, Требужена, Чіпіона, Рота, Ель-Пуерто-де-Санта-Марія, Пуерто-Реал і Чіклана-де-ла-Фронтера.
- Винний маршрут Монтілья-Морілес проходить через міста, селища та села, такі як Агілар-де-ла-Фронтера, Кордова, Фернан Нуньес, Ла-Рамбла, Лусена, Монтемайор, Монтілья, Морілес і Пуенте-Хеніль. У Сьєрра-де-Монтілья в оточенні виноградників також є цікаві та привабливі пресові заводи, де відвідувачі можуть скуштувати вина прямо з чанів.[46]

Каталонія, розташована вздовж східного узбережжя Іспанії, має власну кухню. Великий вплив на страви мають інгредієнти, які зустрічаються на

узбережжі Середземного моря: овочі (баклажани, помідори, артишоки), бобові (нут і квасоля), пшениця (макаронні вироби та хліб), оливкова олія, вино, свинина (ковбаса та шинка) та риба (тріска, тунець, сардини та анчоуси тощо). І в цьому регіоні, безсумнівно, є кілька відзначених нагородами ресторанів і кухні, нагороджені великою кількістю зірок Мішлен. Каталонські кулінари люблять поєднання солодкого та солоного, а також соуси, приправлені мигдалем, кедровими горіхами та фундуком (наприклад, соус у рибному поєднанні ромеско де пескадо).

Багато традиційних каталонських страв зосереджуються на демонстрації цих інгредієнтів, перетворюючи їх на рагу, салати, супи та страви з риби та свинини, а не просто необхідні тапас, які можна знайти по всій Іспанії. Поїздка до Каталонії дозволить вам насолодитися обвугленим кальчотом (ендемічною для регіону цибулею), салатами, всипаними солоною тріскою, і тоннами домашньої ковбаси з купками квасолі.[47]

Каталонія - це захоплююча іспанська провінція, де виробляються одні з найбільш затребуваних іспанських вин в країні. Пенедес є найбільшим і найважливішим виноробним регіоном Каталонії. Це також один із найстаріших виноробних регіонів Європи зі слідами раннього виноградарства, що датуються шостим століттям до нашої ери. Різноманітність його рельєфу робить його особливо придатним для різноманітних сортів винограду. Сьогодні він відомий як будинок деяких з найбільш авангардних виробників вина в Іспанії.

10 виноробних регіонів Каталонії зосереджені переважно на так званих середземноморських сортах винограду, насамперед Гарнача і Каріньян (також званий Каріньяна або Самсо) серед червоного винограду та Гарнача Бланка і Ксарель-ло серед білого винограду.

Також по всій Каталонії висаджують Темпранільо, Каберне Совіньон, Мерло, Сіра і Трепат, а також білі сорти Парельяда і Макабео (Віура

в Ріохі) , які в основному використовуються для виробництва Кава, найкращого ігристого вина Іспанії.

Каталонські вина мають тенденцію бути насиченими та багатими алкоголем через сорти винограду та теплі погодні умови регіону. Але найкращі вина Каталонії також мають інтенсивну мінералізацію, отриману з виноградників, посаджених на граніті, крейді та тріщинах сланцевих ґрунтах.[48]

Різноманітність заходів, пов'язаних із гастрономічним туризмом, робить його придатним для будь-якого бюджету. У дослідженні «Dinamiza Asesores» представлений профіль гастрономічного мандрівника у віці від 46 до 55 років, з вищою освітою та середнім та вище середнього рівня доходу. Більшість з них подорожують удвох або всією сім'єю, а також зазвичай здійснюють поїздки на вихідні та відпустки.

У дегустаційному меню гастрономічний турист може витратити в середньому 45 євро, але є й доступніші варіанти: 21 євро в меню дня або 12 у сніданку з місцевих продуктів. Крім того, він витрачає у середньому 10 євро на відвідування агропродовольчих виробництв (наприклад, ферм); 17 євро на дегустації вин та льохів; та 40, при покупці місцевих продуктів. [44]

2.3 Аналіз існуючих гастрономічних турів в Іспанію на туристичному ринку України.

Після аналізу існуючих сайтів туроператорів і турагенств на туристичному ринку України, мною було виділено декілька компаній які надають послуги з створення або часткового відвідування гастрономічних напрямків Іспанії.

1. «Акорд Тур» — українська туристична компанія заснована в 2003 році. Компанія "Акорд-Тур" спеціалізується на різноманітних

автобусних турах до Європи. Також пропонує широкий вибір авіатурів, дитячих, морських, гірськолижних та лікувальних турів, та весільних подорожей. Крім того, туристи мають можливість відвідати концерти та найкращі спортивні події, побувати на популярних фестивалях, карнавалах та святах, здійснити паломництво до Святих місць.[49]

На сайті туроператора представлена велика кількість турів з напрямом до Іспанії. На сайті немає розділу «гастрономічний туризм до Іспанії», але в більшій частині представлених турів є екскурсії, або декілька днів (в турі) присвячені знайомству і дегустації гастрономії країни, або відвідування місцевих виноробень.

2. Туристична агенція «Visaway Travel» - команда досвідчених, професійних спеціалістів, які вже чимало часу працюють у сфері туризму. Туристична агенція «Visaway Travel» пропонує такі послуги:

- підбір турів;
- професійна візова підтримка;
- страхування;
- авіа білети;
- освіта за кордоном.

На сайті туристичного агента є велика кількість різновидів турів і також представлений розділ «гастрономічні тури». Є декілька напрямів в Іспанію по регіонам, наприклад Андалусія і Ла-Ріоха. Також є декілька екскурсійних турів в які входить екскурсії знайомство з місцевими стравами.

3. «VEMEKС» - туристична компанія в Одесі пріотритетною діяльністю якої є надання туристичних послуг відповідно до новітніх тенденцій у світі туризму, індивідуальна підготовка, максимальний облік побажань та інтересів, організація турів по всьому світу.

Спектр послуг:

- Бронювання авіа білетів.
- Бронювання готелів по всього світі.
- Відкриття віз, допомогу при складанні пакета документів, подання до відповідних структур.
- Надання послуг щодо отримання запрошень для іноземних громадян (складання пакету документів, подання заяви до Міграційної служби).

На сайті компанії представлений розвід «гастрономічні тури». На даний час на сайті компанії існує лише один тур в гастрономічному напрямку до Іспанії у Барселону.

4. «TripAdvisor» - фокусується на незвичайних екскурсіях, у ході яких гід розповідає історію міста, показує дахи з красивими краєвидами, проводить місцевими барами та залишає в компанії шеф-кухарів. Сервіс розпочинав розвиток з індивідуальних екскурсій, пізніше додав групові. Усі гідди, які розміщують свої послуги у системі, проходять перевірку у модераторів платформи. Сервіс гарантує високу якість послуг та ставить високу планку для екскурсоводів. Мандрівники мають можливість зв'язатися з гідом через систему особистих повідомлень. [50]

«TripAdvisor» не є туроператором або турагентом, але розробляє саме туристичні екскурсії. На сайті представлено велика кількість гастрономічних екскурсій саме у Барселоні. Екскурсії представляють собою знайомство з Барселаною прикладом відвідування різноманітних ресторанів з майстер класами по приготуванню різних іспанських страв, відвідування місцевих виноробень та майстер класів з приготування місцевого вина. Є декілька

екскурсії з відвідуванням різних районів Барселони і куштування у кожному районі локальних закусок.

На даний час великим недоліком для українського туристичного ринку є мала кількість представлених саме гастрономічних турів. За моїм аналізом сайтів туроператорів і тур агентів, було виявлено, що не всі компанії просувають даний напрямок в Україні. На більшій кількості сайтів не представлено окремого розділу «гастрономічний туризм». Більша частина компаній робить екскурсійні тури і вже в них пропонує додаткові екскурсії чи майстер класи з приводу гастрономії, або відвідування ферм або плантацій в даному регіоні.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Аналізуючи другий розділ «Аналіз гастрономічного потенціалу регіонів Іспанії.» можна зробити висновки, що :

Іспанія - це привітна и гостинна країна з стародавніми звичаями , доброзичлива жителями і красивою архітектурою минулих століть

Іспанії – є одним із провідних напрямків туризму, тому що іспанська кухня відома у всьому світі, вона смачна, корисна, традиційна, креативна та різноманітна, а також завдяки своїм популярним ресторанам та вишуканим стравам, про що свідчить міжнародне визнання її шеф-кухарів. Іспанський гастрономічний напрямок зараз є цікавим та популярним в європейських країнах.

Кожен регіон в Іспанії є місцем, з своєю унікальною кухнею. Велика кількість різноманітних страв і локальних продуктів є основною зацікавленістю для туристів.

Мадрид і Каталонія є містами з найкращими ресторанами в Іспанії ; Ла-Ріоха, Кастилія-і-Леон та Андалусія славляться своїми виноградниками і тому є потенціальними містами для винного туризму. Найкращі місцеві продукти можна купити саме в Астурії, Ла-Ріоха та Кантабрії. Мадрид, Каталонія та Галісія, мають найкращі продуктові ринки. Кращі гастрономічні фестивалі можна відвідати в Галісії, Ла-Ріохе та Андалусії.

Після аналізу існуючих гастрономічних турів в Іспанію на туристичному ринку України. Можна зробити висновки, що на даний момент гастрономічні тури в Іспанію, не є провідними напрямками для українських туристів.

За моєю думкою маркетинг компаній на українському туристичному ринку більше рекламує тури для пляжного так екскурсійного відпочинку , ніж більш вузьки напрямки туризму, такі як гастрономічний.

Розробка та просування гастро-туру в Іспанію.

3.1 Маршрут туру, технологічна карта екскурсій.

Назва маршруту «Незабутня Барселона»

Вид маршруту Авіа тур

Протяжність маршруту (км) 4 452,25 км

Кількість туристів у групі 2

Карта переміщення туристів (на кожну добу)

День 1. Переліт, трансфер до готелю (Додаток 1), екскурсія в «Храм Святого Сімейства»

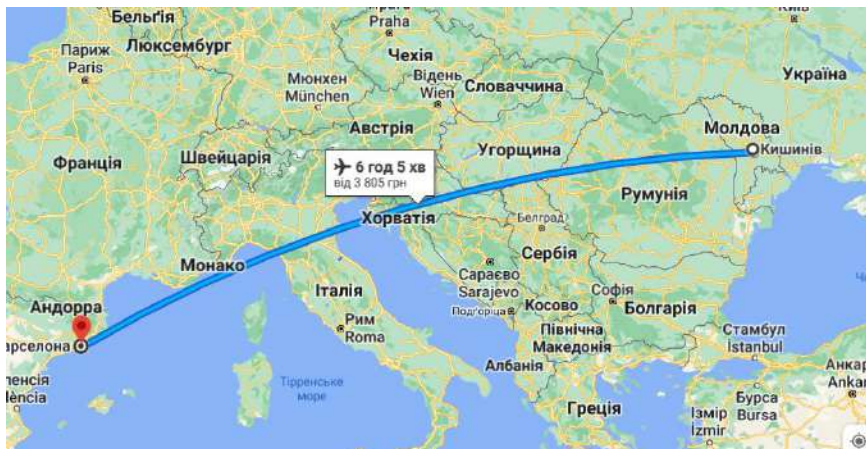


Рис. 3.1 Авіапереліт між м.Кишенів і м. Барселона.

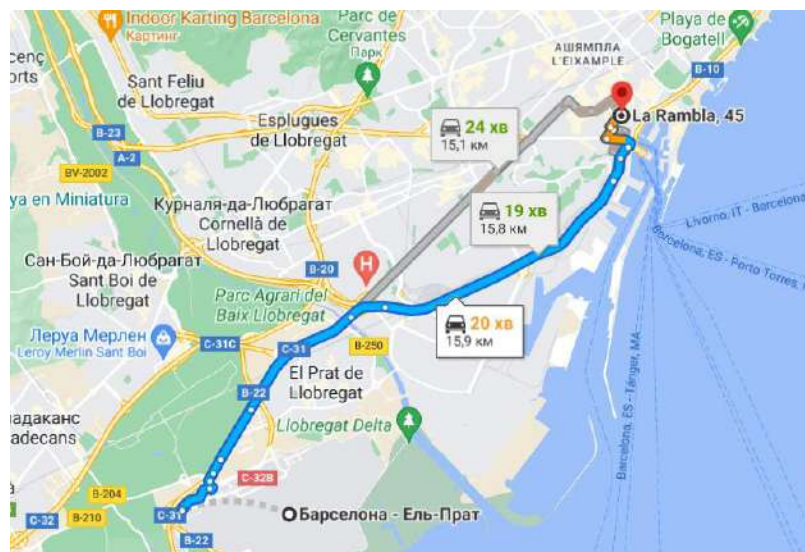


Рис. 3.2. Трансфер до готелю з аеропорту.

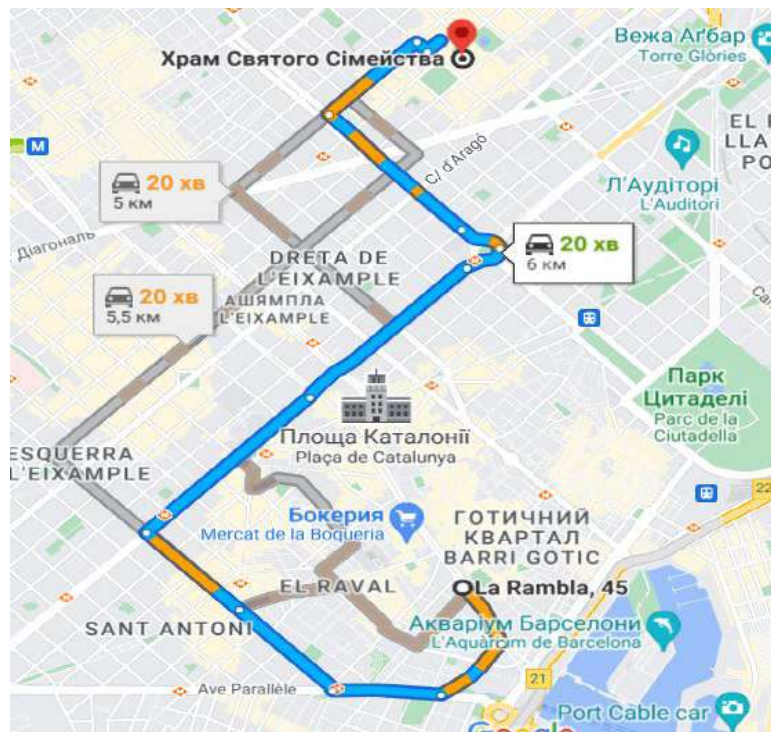


Рис. 3.3. Переміщення туристів по місту в перший день.

День 2. Дегустація «Вечірній тапас-тур по Готичному кварталі зі смаком Барселони»

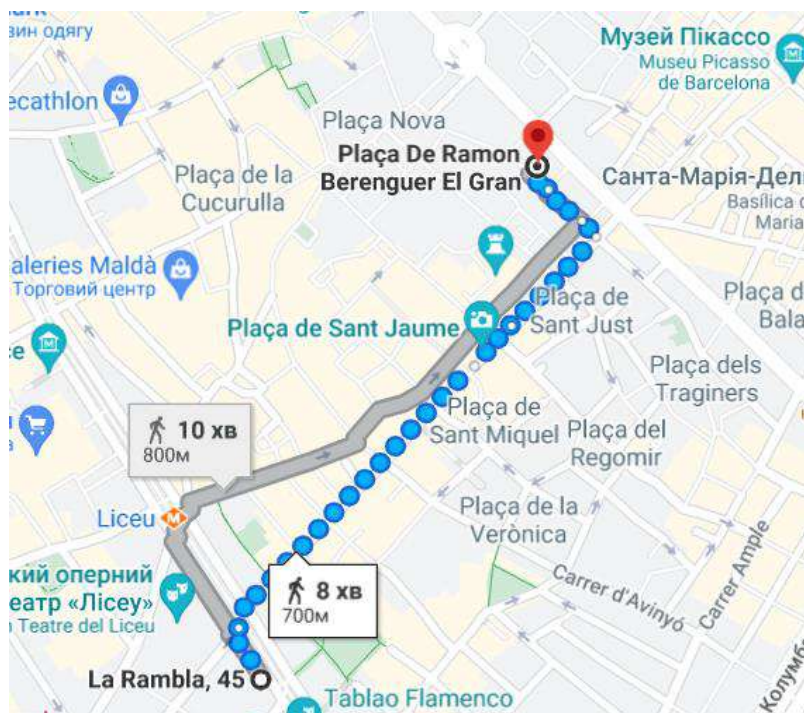


Рис. 3.4. Переміщення туристів по місту на другий день.

День 3. Дегустація «Кулінарний та винний тур в Барселону з сомельє»

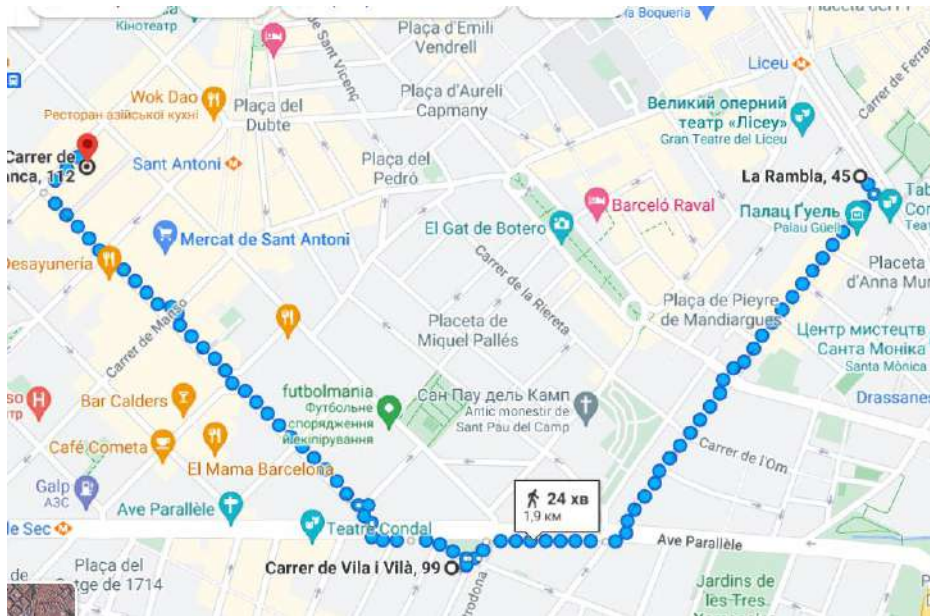


Рис. 3.5 Переміщення туристів по місту на третій день.

День 4. Майстер клас «Справжній іспанський кулінарний досвід»

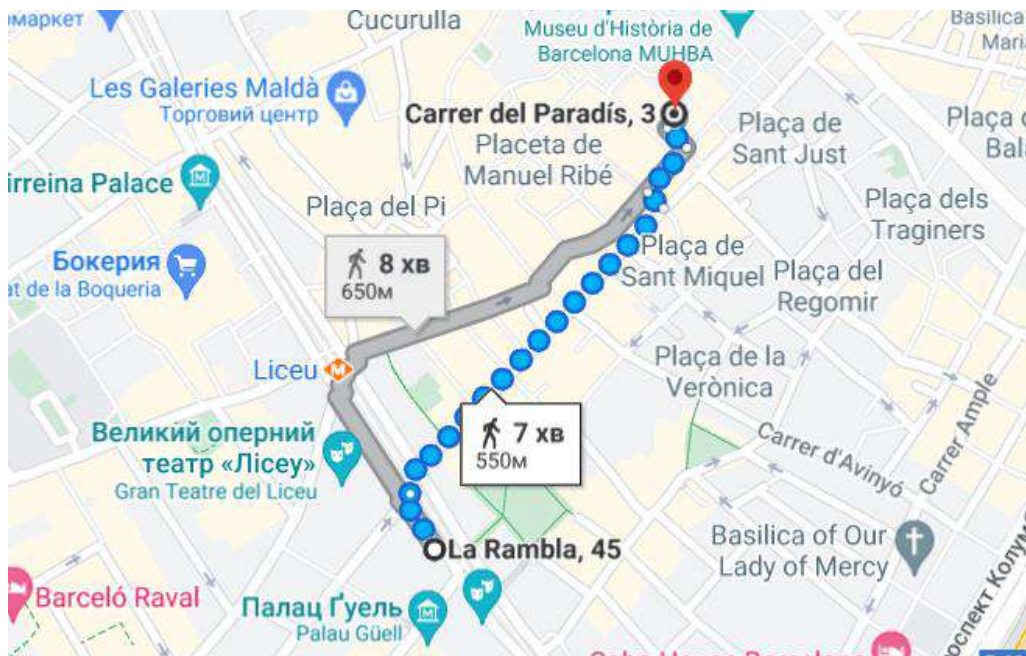


Рис. 3.6 Переміщення туристів по місту на четвертий день.

День 5. Трансфер з готелю до аеропорту (Додаток 2)

Тривалість подорож: 5 днів/4 ночі

Початок обслуговування: 14.07.2022

Закінчення обслуговування: 18.07.2022

Вартість путівки: 2357,5 EUR

Вартість перевезень 21 276 грн

Трансфер по маршруту: 56 EUR (з аеропорту в готель; з готелю в аеропорт)

Страхування 306 грн (10 EUR)

Вартість квитків та екскурсій:

Екскурсія в «Храм Святого Сімейства» - 51 EUR

Дегустація «Вечірній тапас-тур по Готичному кварталі зі смаком Барселони» - 126 EUR

Дегустація «Кулінарний та винний тур в Барселоні з сомельє» - 99 EUR

Майстер клас «Справжній іспанський кулінарний досвід» - 71 EUR

Вартість ночівлі та готельних послуг: 20 326 грн

Ціна харчування за період всього туру: Сніданки включені в вартість готелю.

Обід не включений в вартість туру.

Вечеря не включена у вартість туру.

Дегустації включені в вартість туру.

ТЕХНОЛОГІЧНА КАРТА ЕКСКУРСІЇ.

Таблиця 3.1

Екскурсія в «Храм Святого Сімейства»

Маршрут	Ля Рамбла 45 - Каррер де Сарденья, 311 - Базиліка Святого Сімейства.
Довжина маршруту	12 км (з готелю і назад)
Тривалість екскурсії	1 год 30 хв (90хв)
За способом пресування	Пішохідна, автобусна
По складу і кількості учасників	Від 2 до 15
По місцю проведення	Музейна
Автор розробник	Місцевий розробник _Julia Travel

Опис екскурсії. Привітайте свого гіда на місці зустрічі поблизу Святого Сімейства у вибраний час початку. Ваш квиток без черги означає, що ви не стоїте в черзі більше ніж 2 години, не витрачаючи даремно свій дорогоцінний час відпустки.

Потрапивши всередину, помилуйтеся найвизначнішими ознаками об'єкта всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, серед яких вівтар, вежі та вітражі. Послухайте вашого гіда та відкрийте для себе натхнення найвідомішим твором мистецтва Гауді.

Після достатнього захоплення очолюйте музей, щоб дізнатися більше про будівництво Ла Саграда Сімейство та прогнозовану дату завершення. Попрощавшись зі своїм гідом, сміливо продовжуйте оглядати музей у своєму власному темпі.[51]

3.2. Програма та прасування гастро-туру.

День 1. (14 липня)

Виліт з міста Кишинів відбувається 14 липня о 12:00 в Міжнародному аеропорту Кишинів (Додаток 3) і прямує в Барселону в аеропорт Ель-Прат. (Додаток 4) Приліт в Барселону відбувається о 14:15. [52]

Трансфер і заселення у тризірковий готель «Oriente Atiram».(Додаток 5)

Готель Atiram Oriente розташований на вулиці Рамбла, між Великим театром Лісео і пам'ятником Колумбу. У готелі в будівлі XIX століття працює ресторан та є тераса. У гарному ресторані готелю щодня подають страви за системою «шведський стіл» та подають континентальний сніданок. Стійка реєстрації працює цілодобово, відвідувачі можуть скористатися послугами туристичного бюро. На вулиці Рамбла, поряд з численними магазинами та ресторанами, відкрито кафе готелю Atiram Oriente Barcelona.[53]

16:00 – Експерсія «Храм Святого Сімейства». (Додаток 6) Тривалість 1,5 години.

Досвідчений гід забере вас з офісу та проведе до базиліки. Увійдіть до пам'ятника та відкрийте для себе найголовнішу пам'ятку Барселони, яку обов'язково потрібно побачити. Дізнайтеся про історію та значення Саграда Сімейства від руки вашого місцевого гіда. Подивіться дивовижному інтер'єру, багатому символікою, натхненною природними чудесами. Гуляйте вільно по нефу, слухаючи пояснення гіда про шедевр Гауді на ваших навушниках. Усвідомте всі деталі ідеального поєднання архітектури та духовності. Ознайомтеся з зовнішніми фасадами та здивуйтеся розкішності деталей. Наприкінці експерсії ви можете залишитися в Саграді Сімействі та відвідати музей. Виставка малюнків, моделей та картин розповідає історію базиліки. У музеї також представлена інформація про життя та кар'єру Гауді. [51]

Вільний час. Ночівля і готелі.

День 2. (15 липня)

Сніданок у готелі. Вільний час.

19:00 - Дегустація «Вечірній тапас-тур по Готичному кварталі зі смаком Барселони». Тривалість 3 години.

Здійсніть міні гастрономічний тур по Готичному кварталі Барселони (Додаток 7) та зайдіть у місцеві ресторани, на які ви могли б не помітити, з орієнтуючись у місті та помилуючись такими визначними пам'ятками, як римські стіни та собори. Місцевий гід допоможе подолати мовний бар'єр і надати уявлення про кожне місце призначення та страву, а також місцеве життя та культуру.[54]

22:00 – Вільний час. Ночівля в готелі.

День 3. (16 липня)

Сніданок у готелі.

13:00 - Дегустація «Кулінарний та винний тур в Барселоні з сомельє». Тривалість 3 години.

Ваша дегустація розпочнеться в центрі Барселони, де ви зустрінете свого гіда і відправитесь до свого першого місця для гурманів: богемного району Ель-Раваль та історичних будівель Ель-Побле-сек. Під час прогулянки зупиніться в магазинах ремісничих продуктів, щоб спробувати місцеві фірмові страви, такі як сир манчего, іберійська шинка, оливкова олія та гарячі чуррос. Після цього всебічного знайомства з іспанською регіональною кухнею та її винами ваша екскурсія закінчиться в районі Сан-Антоні, районі міста, де є кулінарні та винні магазини.[55]

Вільний час. Ночівля в готелі.

День 4. (17 липня)

Сніданок у готелі.

12:00 - Майстер клас «Справжній іспанський кулінарний досвід».
Тривалість 4 години.

Відчуйте справжній іспанський кулінарний досвід у «Cook&Taste». Ви приготуєте собі традиційну їжу з 4 страв, яку організовує наш місцевий шеф-кухар, вино та місцеву їжу, щоб перекусити протягом уроку кулінарії та трапези.

Ваше меню складатиметься з двох закусок (які можуть змінюватися залежно від сезону, щоб забезпечити найсвіжіші та смачні результати), а також паелью як основну страву (морепродукти, вегетаріан або курка залежно від дня тижня та дієтичних потреб учасників), а завершиться традиційним іспанським десертом. Звісно, вам нададуть набір друкованих рецептів, щоб ви могли робити все, що забажаєте. Покуштуйте місцеві закуски, вивчаючи основи, а також почуйте про історію, культуру та традиції. [56]

Вільний час. Ночівля в готелі.

День 5. (18 липня)

Сніданок у готелі. Виїзд з готелю.

8:15 - Трансфер в аеропорт.

12:05 – виліт з Барселони в Мілан. Пересадка в Мілані 2 год 10хв. Виліт з Мілана в Кишинів. Всього в дорозі 6 год 15 хв. (Додаток 8)

19:20 – приліт в Кишинів.

У туризмі велике значення надається заходам щодо просування продукту до споживача. Під просуванням туристичного продукту розуміють комплекс заходів, спрямованих на реалізацію туристичного продукту: реклама, участь у спеціалізованих виставках, ярмарках, організація туристичних інформаційних центрів із продажу туристичного продукту, видання каталогів, буклетів і т. п. Іншими словами, просування тур продукту Припускає проведення різних видів діяльності по доведенню інформації про кращі сторони продукту до

потенційних споживачів і стимулювання в них бажання його купити. Реклама в сфері туризму більш актуальна, ніж у інших галузях. [57]

Соціальні мережі є однією з найпопулярніших маркетингових платформ для туроператорів.

Соціальні мережі – це деякі з цих онлайн-платформ, де мандрівники шукають тури, визначні пам'ятки та туристичні напрямки. Сьогодні багато мандрівників залежать від соціальних мереж, щоб отримати ідеї, куди піти і що там робити.

Переваги використання соціальних мереж для реклами турів:

- Підвищення впізнаваності бренду: соціальні мережі дають вам можливість продемонструвати свій бренд перед широкою аудиторією.
- Підвищення рейтингу в Google: якщо ваш бізнес можна легко знайти на сторінці результатів цієї бажаної пошукової системи, ви зробили це. Наявність кількох активних облікових записів у соціальних мережах, пов'язаних із веб-сайтом, означає більше посилань, які ведуть до вашого бізнесу. Це, в результаті, підвищує рейтинг.
- Збільште залучення: існує багато способів, яким потенційні клієнти та ваші поточні клієнти можуть взаємодіяти з вашою туристичною та атракціонною компанією. Наприклад, коментувати, ділитися та ставити лайк до своїх публікацій. Спілкуючись із клієнтами в соціальних мережах, ви також дізнаєтеся більше про їхні потреби та бажання. Потім можна адаптувати свої турпакети для задоволення цих потреб.

Instagram – це все про фотографії та зображення. Він ідеально підходить для маркетингу туристичних компаній, оскільки це галузь, яка досить візуально орієнтована. Як туроператор або власник атракціонів, ви можете публікувати фотографії різних вражень, які пропонуєте клієнтам.

Facebook особливо чудово підходить для збільшення залучення бренду за допомогою коментарів, лайків та поширення. Ви можете публікувати різні види контенту для свого туристичного бізнесу, щоб викликати залучення. Це включає відео, фотографії, нотатки або навіть посилання на публікації вашого блогу. Наявність різноманітних варіантів на вибір робить його ідеальним, особливо для початку маркетингу в соціальних мережах.[58]

Отже якщо казати саме про прасування гастрономічного туру «Незабутня Барселона» то найкращій варіант буде створення сторінки в соціальній мережі Instagram і прасування туру саме через рекламу. На саму сторінку можна додати фотографії готелю в якому буду проживати туристи. Також важливо додати фотографії з екскурсій і дегустацій з детальним описом заходів. Рекламу треба створити саме під цільову аудиторію туристів, які можуть зацікавитись даним маршрутом.

Також одним із методів прасування туру може бути Facebook. На цій платформі можна також створити сторінку і розробити пост про гастрономічний тур з яскравими фотографіями, які привернуть увагу туристів і зацікавлять їх щодо купівлі гастрономічного туру.

3.3. Розрахунок вартості туру

Переліт здійснюється авіаперевізником «FLYONE» в Барселону і «Ryanair» з Барселони, 2 місця в економ класі без включення багажу та ручною поклажою до 10 кг.

Курс євро на момент розрахунків вартості - 31,59

Вартість квитків: 674 EUR (21 276 грн)

Дата виліту – 14.07.2022

Дата повернення – 18.07.2022

Вартість трансферу(з аеропорта в готель; з готеля в аеропорт) 56 EUR

Вартість страхування: 10 EUR (306 грн) за 2 особи

Вартість екскурсій по маршруту: 347 EUR за 1 особу за 4 екскурсії
694 EUR за 2 людини.

Вартість ночівлі та готельних послуг: 643 EUR (20 326 грн) за 4 ночі на 2
людини.

Розрахуємо ціну нетто:

$647\text{€} + 643\text{€} + 694\text{€} + 10\text{€} + 56\text{€} = 2\,050\text{€}$ на 2 людини.

Тобто 1 025€ - ціна туру на 1 людину.

Прибуток від туру для туристичного агента складатиме 15%.

Від чистої суми розробленого туру вираховуємо 15%,

$2050\text{€} / 100 * 15 = 307,5\text{€}$

Розрахуємо ціну брутто:

$2050\text{€} + 307,5\text{€} = 2357,5\text{€}$

Тобто після повного розрахунки вартості туру кінцева сума гастрономічного туру в Іспанію складає 2357,5 € на дві особи з урахуванням перельоту, проживання, трансферу, страховки і екскурсії, дегустацій і майстер класу.

На даний момент ця сума не є найнижчою ціною серед гастрономічних турів. Але з урахуванням підвищення цін в останні місяці, можна сказати, що даний тур є середнім за ціновою політикою.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

Розглянувши перший розділ «Розробка та просування гастро-туру в Іспанію» можна зробити висновки, що :

Гастротур – це різновид туризму. Суть його в подорожах по різних країнам з метою ознайомлення з їхньою національною кухнею. Гастротуристів цікавлять напої, продукти, блюда, їх смак та особливості приготування. Гастротуризм – це яскравий та дуже перспективний напрям.

Був розроблений гастрономічний тур «Незабутня Барселона». Тривалість туру становить 5 днів , виліт з міста Кишинів 14 липня.

Ціна туру становить 2357,5 € на двох туристів з урахуванням того, що прибуток від тура для туристичного агента складатиме 15%. На даний момент з урахуванням підвищення цін в останні місяці, можна сказати, що даний тур є середнім за ціновою політикою. У вартість туру входить переліт, страхівка, трансфер, проживання у готелі, екскурсія, дві дегустації і майстер клас.

Також була розроблена технологічна карта туристичної подорожі за маршрутом та технологічна карта екскурсії з її описом. Був проведений повний розрахунок туристичної подорожі, з представлених розрахунків можна побачити з чого складається собівартість туристичної подорожі.

Щодо методів прасування, після розгляду різних інтернет ресурсів, мною був зроблений висновок, що найкращім шляхом для прасування туристичного продукту є соціальні мережі, такі як Instagram і Facebook, в яких можна зробити пост, або сторінку з детальним описом туру і яскравими зображеннями і запусити рекламу.

ВИСНОВКИ

Кваліфікаційна робота бакалавра «Розробка та просування гастро-туру в Іспанію» складається з трьох розділів.

В першому розділі був розглянутий міжнародний досвід організації гастрономічного туризму в світі і були проаналізовані провідні країни цього виду туризму.

Італія - п'ята країна в світі і третя в Європі за кількістю міжнародних туристів. Італія – країна, яка славиться у світі своєю кухнею. Італійська кухня – головна національна пам'ятка.

Велика кількість унікальних і неповторних страв роблять цю країну привабливою для гурманів з усього світу. Гастрономічні традиції регіонів Італії дуже різноманітні, в кожному є свої локальні страви або місцеві продукти.

Франція і Греція також є провідними країнами в яких активно розвивається гастрономічний туризм. Французька і грецька кухня є одні з найвідоміших в світі, велика кількість відомих страв робить їх привабливою для туристів.

Франція також є виробником відомих сирів і вин, що також спонукає туристів відвідати цю країну.

В першому розділі також було розглянуто питання актуальності гастрономічного туризму в Україні. На даний момент цей вид туризму тільки розвивається, активно створюються різноманітні заходи пов'язані з гастрономією і розвитком локальних продуктів регіонів.

Другий розділ представляє собою аналіз гастрономічного потенціалу регіонів Іспанії.

Іспанія є стійким туристичним ринком у Європі — регіони з найбільшою кількістю туристів у світі. Гастрономія є однією з визначних пам'яток цієї країни. Відома на міжнародному рівні, її кухня має велику репутацію

Кожен регіон Іспанії унікальний, що зумовлено особливостями клімату, наявністю моря та традиціями місцевого населення. З цієї причини вважається, що туристичні організації повинні працювати з приватним сектором для розробки конкурентоспроможної пропозиції гастрономічного туризму, об'єднуючи місцевих виробників, виноробні та інші агропродовольчі підприємства, які можна відвідати.

Після аналізу всіх регіонів, можна зазначити, що мандрівники віддають перевагу Країні Басків, Галісії та Ла-Ріоху.

В результаті третього розділу, після аналізу варіантів гастрономічних турів, запропонованих туристичними компаніями, було розроблено власний гостро-тур до Іспанії.

Була розроблена технологічна карта туристичної подорожі за маршрутом та технологічна карта екскурсії з її описом, представлений детальний опис пересування туристів на кожний день туру.

Після розробки туру був проведений повний розрахунок туристичної подорожі.

Завдання поставлені перед дипломною роботою були виконані.

Розвиток гастрономічного туризму в світі, аналіз гастрономічного потенціалу регіонів Іспанії, аналіз попиту на даний вид туризму та розробка власної програми туру було виконано та детально розписано у трьох розділах дипломної роботи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Корнілова В.В., Корнілова В.Н. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. 20.12.2014. С.8
2. Трададенко Т. Гастрономічний туризм: перспективні напрями / Т.В. Трададенко, К. Верес // Наукові здобутки молоді - вирішення проблем харчування людей у XXI столітті: програма і матеріали 80 Міжнар. наук. конф. молодих учнів, аспірантів і студентів (10-11 квітня 2014 р.). К.: НУХТ, 2014. Ч.3. С.563-564.
3. Красовський, С.О. (2021). Гастрономічний туризм як актуальний тренд сучасної культури. Питання культурології, (37), С.169-180
4. Tsatava Dalila. The study about gastronomic tourism and gastronomic tourists issues. *Social and Economic Aspects of Education in Modern Society*. 2021.
5. Омельницька В.О. Приазовський економічний вісник. 2018. №1(6). С.15-20
6. Нездоймінов Сергій Георгійович/Матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції/"Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні" (м. Херсон, 23 квітня 2021 р.) Херсон: ХДАЄУ, 2021. 327 с. С.236-239.
7. Most Visited Countries 2022. *WorldPopulationReview*. URL: <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/most-visited-countries> (дата звернення 02.05.2022)
8. Tourism in Italian cities. *Statist*. URL : <https://www.statista.com/topics/5972/tourism-in-italian-cities/> (дата звернення 02.05.2022)
9. Історія італійської кухні, її розвиток, традиції і особливості. *DrinkpinkOnline*. URL : <https://ukr.drinkpinkonline.com/4268244-the-history-of-italian-cuisine-its-development-traditions-and-features> (дата звернення 02.05.2022)

10. Італійські сири. *StreetFood*. URL: <https://streetfood.in.ua/italiiski-syry-korotkyi-opys/> (дата звернення 02.05.2022)
11. 25 migliori formaggi italiani. *CucinaMoree*. URL: <https://cucinamoree.it/migliori-formaggi-italiani/> (дата звернення 02.05.2022)
12. Солоненко Ю. В. Фестивалі вуличної їжі як елемент туристичної дестинації. *Економіка і організація управління*. 2021. №4 С 243- 253
13. Sagre gastronomiche in Italia. *ViaggieVacanze*. URL: <https://www.viaggievacanze.com/sagre-gastronomiche-13258.html> (дата звернення 02.05.2022)
14. Travel and tourism in Greece. *Statist*. URL : <https://www.statista.com/topics/8595/travel-and-tourism-in-greece/> (дата звернення 03.05.2022)
15. Gastronomy Tourism in Greece. *RobertaGaribaldi*. URL : <https://www.robertagaribaldi.it/gastronomy-tourism-in-greece/?lang=en>(дата звернення 03.05.2022)
16. Efthalia Vasilaki. Local gastronomy and tourist behavior: research on domestic tourism in Greece. *Journal of tourism research*. 2014. №9 С.118
17. Gerasimos Panas, Natalia Thrasidi. Transcending Borders in Tourism Through Innovation and Cultural Heritage. 8th International Conference, IACuDiT, Hydra, Greece, 2021 С. 655–677
18. An Introduction to Greek Food and Greek Cooking. *TheSpruceEats*. URL: <https://www.thespruceeats.com/greek-food-history-1705413> (дата звернення 03.05.2022)
19. Top 25 Greek Foods – The Most Popular Dishes in Greece. *ChefsPencil*. URL: <https://www.chefspencil.com/top-25-greek-foods-the-most-popular-dishes-in-greece/> (дата звернення 04.05.2022)

20. Greek Food Bucket List: 30 Traditional Dishes to Eat From Greece. *BucketListJourney*. URL: <https://bucketlistjourney.net/traditional-greek-foods-you-must-eat-in-greece/> (дата звернення 04.05.2022)
21. The best Greek Food Festivals. *TheGreekFood*. URL: <https://www.thegreekfood.com/blog/best-greek-food-festivals/> (дата звернення 06.05.2022)
22. Travel and tourism in France. Statista. URL: <https://www.statista.com/topics/3768/travel-and-tourism-in-france/> (дата звернення 06.05.2022)
23. French Food: 50 Popular French Dishes. *ChefsPencil*. URL: <https://www.chefspencil.com/french-food-50-popular-french-dishes/> (дата звернення 06.05.2022)
24. French cuisine. *France-Voyage*. URL: <https://www.france-voyage.com/practical/enjoying-french-cuisine-29.htm> (дата звернення 08.05.2022)
25. The Most Famous Restaurants in Paris. *DiscoverWalks*. URL: <https://www.discoverwalks.com/blog/paris/the-most-famous-restaurants-in-paris/> (дата звернення 08.05.2022)
26. Saurabh Kumar Dixit. *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*. 2021. С 32.
27. Р.Б. Кожухівська. Туризм в Україні: стан, фактори та перспектива розвитку. Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку: збірник матеріалів Всеукр. наук.-прак. інт.-конф., 30-31 жовтня 2019 р. Умань: ВПЦ «Візаві», 2019. - 350 с.
28. Гастрономічний туризм в Україні та світі: чим цікавий та як все влаштовано. *Lowcost*. URL: <https://lowcost.ua/what-is-food-tourism/>

29. Стукальська Н.М., Антоненко А.В. Тези доповідей IV Міжнародної науково-практичної конференції-фестивалю «Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації» (м. Київ, 20-21 травня 2021 р.)К.: Вид. центр КНУКіМ, 2021. 426 с. С.247-251.

30. Найкращі гастрономічні фестивалі України. *Ukr-Prokat*. URL: https://ukr-prokat.com/blog/najkrashhi_gastronomiczni_festivali_ukrajini.html (дата звернення 12.05.2022)

31. Туристичне країнознавство: Навчальний посібник / За ред. В.Ф.Семенова./- Одеса, «Атлант» ОДЕУ, 2010р. С 278-279.

32. Madrid. *Britannica*. URL : <https://www.britannica.com/place/Madrid> (дата звернення 12.05.2022)

33. Number of international tourists in the Community of Madrid, Spain from 2001 to 2021. *Statista*. URL : <https://www.statista.com/statistics/449249/yearly-number-of-international-tourists-visiting-madrid/> (дата звернення 12.05.2022)

34. The tourism relaunch of the major European metropolises : Madrid. *Hospitality-On*. URL : <https://hospitality-on.com/en/tourism/tourism-relaunch-major-european-metropolises-madrid> (дата звернення 12.05.2022)

35. Barcelona. *WorldCitiesCultureForum*. URL:<http://www.worldcitiescultureforum.com/cities/barcelona> (дата звернення 12.05.2022)

36. Tourism in Barcelona. *Statista*. URL: <https://www.statista.com/topics/4156/tourism-in-barcelona/> (дата звернення 12.05.2022)

37. Мальська М.П., Гамкало М.З., Бордун О.Ю. Туристичне країнознавство. Європа. С.59

38. Valencia. *Ecured*. URL: <https://www.ecured.cu/Valencia> (дата звернення 18.05.2022)

39. Tourism in Valencia. *EuropeanBestDestinations*. URL: <https://www.europeanbestdestinations.com/destinations/valencia/> (дата звернення 18.05.2022)
40. General Information about Seville. *Visitarsevilla*. URL: <https://www.visitarsevilla.info/en/information-seville.asp> (дата звернення 18.05.2022)
41. Andalucía. *EuropaPress*. URL: <https://www.europapress.es/esandalucia/sevilla/noticia-sevilla-alcanza-25-millones-turistas-2021-acerca-31-millones-2019-20220119152503.html> (дата звернення 20.05.2022)
42. Contribution of the tourism sector to the gross domestic product in Spain from 2006 to 2021. *Statista*. URL: <https://www.statista.com/statistics/640440/travel-tourism-total-gdp-contribution-spain/> (дата звернення 20.05.2022)
43. TripAdvisor. *Веб-сайт*. URL: <https://www.tripadvisor.com/> (дата звернення 20.05.2022)
44. The favorite destinations in Spain for gastronomic tourism. *Elmundo*. URL: <https://www.elmundo.es/viajes/espana/2020/08/17/5ef9fad7fdddffca08b4621.html> (дата звернення 25.05.2022)
45. Печерна, К., Яковлева, Т., & Беспалова, Н. (2020). ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ АНДАЛУСІЇ. *Молодий вчений*, 3 (79), 175-179.
46. The andalusian wine. *Andalucia*. URL: <https://www.andalucia.org/en/eno-gastronomy/andalusian-wine> (25.05.2022)
47. Traditional Catalan Dishes You Need To Try. *TheCultureTrip*. URL: <https://theculturetrip.com/europe/spain/articles/9-traditional-catalan-dishes-you-need-to-try/> (дата звернення 27.05.2022)
48. Catalonia wine region. *WineTourism*. URL: <https://www.winetourism.com/wine-region/catalonia/> (дата звернення 27.05.2022)

49. Інформація про Аккорд Тур. *Mastertura*. URL: <https://mastertura.com.ua/companies/Akkord-tour>. (дата звернення 01.06.2022)

50. Інформація про «Tripster». *Events.Travelpayouts*. URL: <https://events.travelpayouts.com/ru/kak-prodavati-ekskursii-rukovodstvo-ot-tripster/>. (дата звернення 01.06.2022)

51. Екскурсія «Храм Святого Сімейства». *TripAdviso*. URL: https://www.tripadvisor.com/AttractionProductReview-g187497-d11446611-Fast_Track_Sagrada_Familia_Guided_Tour-Barcelona_Catalonia.html (дата звернення 01.06.2022)

52. Авіаквитки. *Avia.Tickets*. URL: https://avia.tickets.ua/m/search/pre_booking?session_id=8975e33d4a1facf5ba648fef2674cf18&recommendation_id=7490a430ad63b972d9446a80179f387a_3272%5E%5E3&refid=272&route=KIVBCNKIV&vs=5F (дата звернення 02.06.2022)

53. Готель «Oriente Atiram». *Booking*. URL: <https://www.booking.com/hotel/es/atiramoriente.uk.htm> (дата звернення 02.06.2022)

54. Дегустація «Вечірній тапас-тур по Готичному кварталі зі смаком Барселони». *TripAdviso*. URL: https://www.tripadvisor.com/AttractionProductReview-g187497-d17587703-Gothic_Quarter_Evening_Tapas_Tour_with_The_Barcelona_Taste-Barcelona_Catalonia.html (дата звернення 02.06.2022)

55. Дегустація «Кулінарний та винний тур в Барселоні з сомельє». *TripAdviso*. URL: https://www.tripadvisor.com/AttractionProductReview-g187497-d12284552-Food_Wine_Tour_in_Barcelona_with_a_Sommelier_Small_Group_MAX_6_People-Barcelona_Ca.html (дата звернення 02.06.2022)

56. Майстер клас «Справжній іспанський кулінарний досвід». *TripAdviso*. URL: <https://www.tripadvisor.com/AttractionProductReview-g187497->

d19404132-Authentic_Spanish_Culinary_Experience-Barcelona_Catalonia.html

(дата звернення 02.06.2022)

57. Пуцентейло П.Р. Навчальний посібник. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва. 2007. С 137.

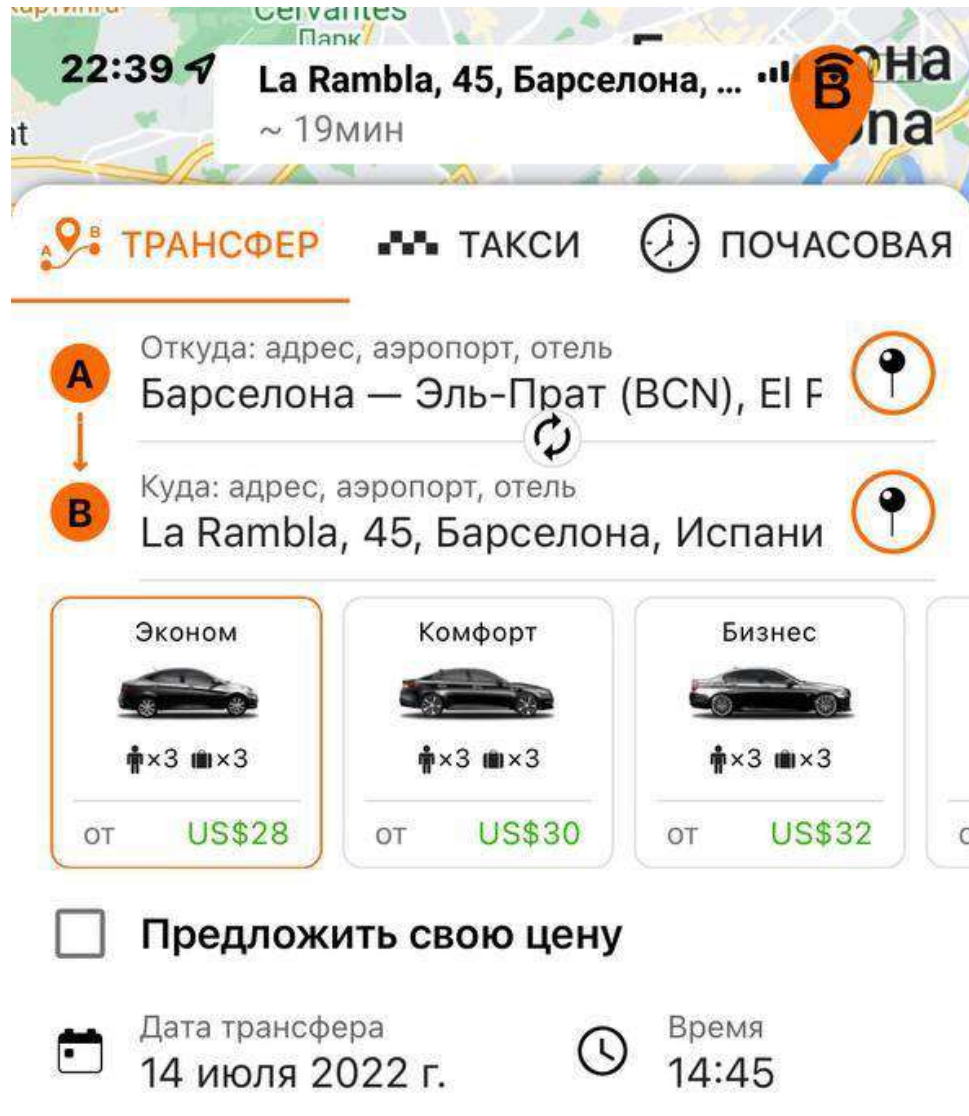
58. How to Use Social Media to Promote Tour Packages. *Pro.Regiondo*. URL: <https://pro.regiondo.com/social-media-tours/> (дата звернення 02.06.2022)

59. COVID-19 Travel Regulations Map. *IataTravelCentre*. URL: <https://www.iatatravelcentre.com/world.php> (дата звернення 03.06.2022)




ДОДАТКИ

Додаток 1

Трансфер до готелю з аеропорту Ель-Прат.






22:39 ↗ La Rambla, 45, Барселона, ... ~ 19мин


 **ТРАНСФЕР**
 **ТАКСИ**
 **ПОЧАСОВАЯ**


A Откуда: адрес, аэропорт, отель
 Барселона — Эль-Прат (BCN), EI F

B Куда: адрес, аэропорт, отель
 La Rambla, 45, Барселона, Испани

Эконом	Комфорт	Бизнес
		
👤×3 🧳×3	👤×3 🧳×3	👤×3 🧳×3
от US\$28	от US\$30	от US\$32

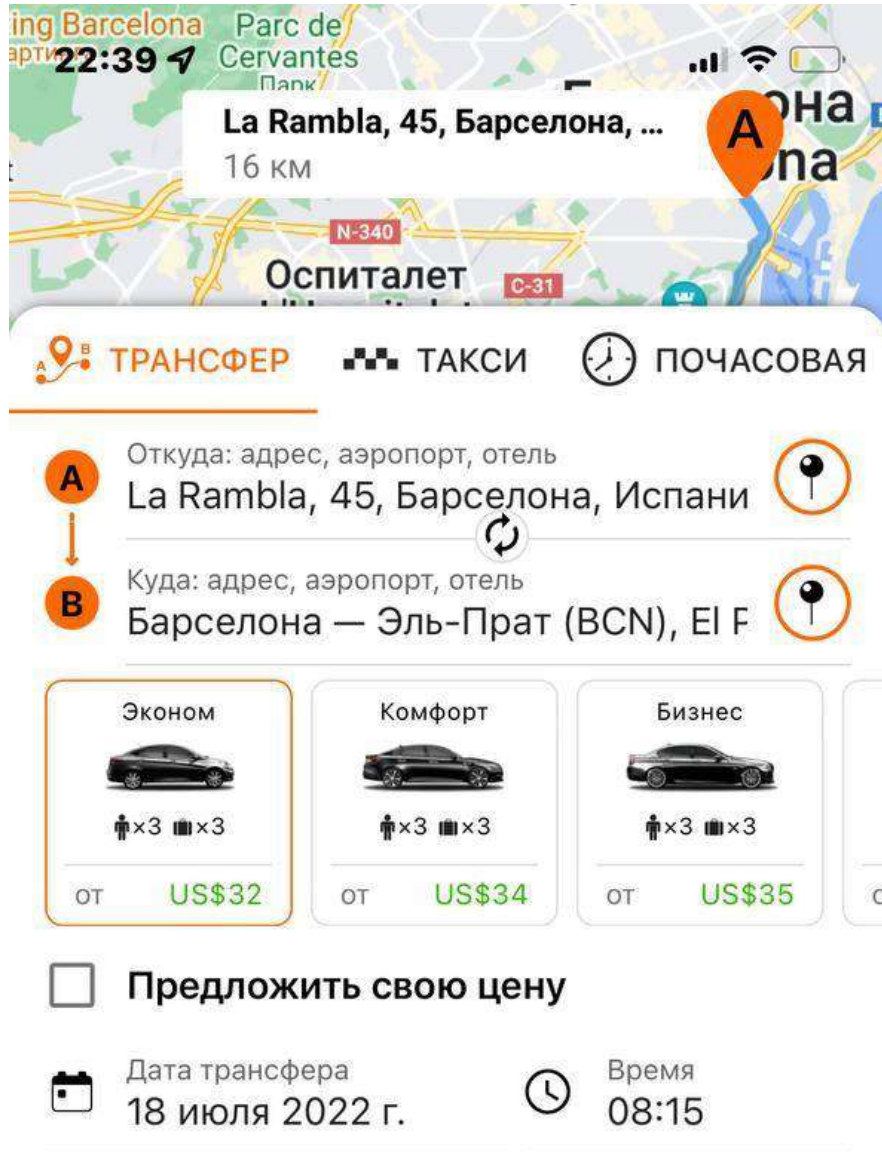
Предложить свою цену

 Дата трансфера
 14 июля 2022 г.

 Время
 14:45

Додаток 2

Трансфер з готелю до аеропорту.



Додаток 3

Міжнародний аеропорт Кишенів.



Додаток 4
Аеропорт Ель-Прат



Додаток 5

Готель «Oriente Atiram»



Додаток 6
Храм Святого Сімейства.




Додаток 7







Готичний квартал.



Додаток 8

Авіаквитки.

 **Смарт-маршрут**
Ми збрали окремі рейси в один маршрут, щоб зменшити вартість замовлення. Зверніть увагу: можливі різні умови перельоту, а квитків буде кілька.

	12:00 14 липня 2022, Четвер Кишинів KIV	3 год 15 хв	14:15 14 липня 2022, Четвер Барселона BCN	 Лише ручна поклажа  Багаж не входить у вартість
	12:05 18 липня 2022, Понеділок Барселона BCN	6 год 15 хв 1 пересадка MIL	19:20 18 липня 2022, Понеділок Кишинів KIV	 Лише ручна поклажа  Багаж не входить у вартість

[Детальніше про переліт](#)

Переліт

Авіаквитки 21 276.00 UAH

Пасажири

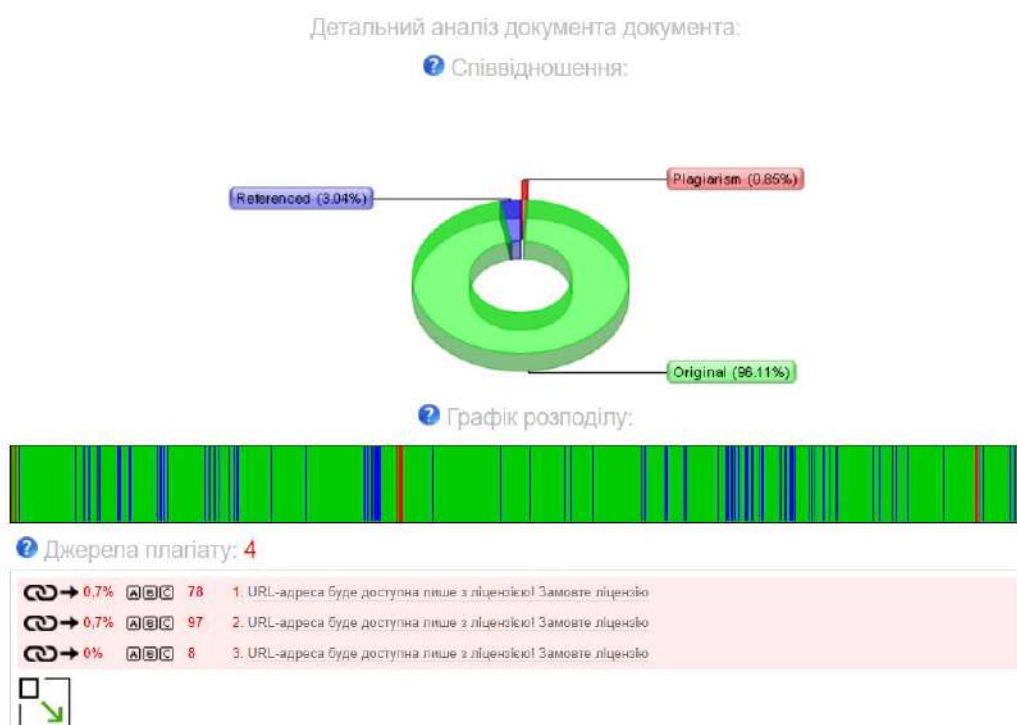
Разом 21 276.00 UAH

Додаток 9

Перевірка тексту на плагіат.

Кваліфікаційна робота бакалавра. Тема «Розробка і прасування гостро-туру в Іспанію».

Засіб перевірки: «Plagiarism».



Керівники: _____ Саркісян Ганна Овсепівна

_____ Байрачна Оксана Констянтинівна

Здобувач: _____ Басова Марія Дмитрівна

Додаток 10
Наукова праця.

Всеукраїнська студентська науково-практична конференція «Актуальні питання землекористування та туризму в контексті сталого розвитку України», 18 травня 2022 р. – Львівський національний університет природокористування, 2022.

Басова Марія «Актуальність гастрономічного туризму в Іспанії» с.160



Додаток 11

Наукова праця в збірнику «Актуальні питання землекористування та туризму в контексті сталого розвитку України».

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ ТА ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ
СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**Басова Марія**Науковий керівник: Байрачна Оксана, к.е.н., старший викладач
Одеська національна академія харчових технологій

АКТУАЛЬНІСТЬ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ІСПАНІЇ

Іспанія є стійким туристичним ринком у Європі — регіоні з найбільшою кількістю туристів у світі. У 2013 році Іспанія зареєструвала понад 100 мільйонів іноземних відвідувачів, і ця тенденція продовжувала зростати до 2019 року, коли це число перевищило позначку 125 мільйонів осіб. Ця остання цифра більш ніж у 2,5 рази перевищує загальну чисельність населення Іспанії, яка у 2021 році становила 47,1 мільйона людей. Таким чином, туризм є одним із основних двигунів іспанської економіки.

Вартість товарів та послуг, що пропонуються туристичним сектором в Іспанії, збільшилася майже на 70 відсотків у 2021 році після того, як у попередньому році вона впала до менш ніж 55 мільярдів євро. Незважаючи на позитивні тенденції відновлення в країні, індустрії туризму доведеться пройти певний шлях, перш ніж вона досягне допандемічного рівня економічної значущості. До кризи, викликаній коронавірусом (COVID-19), цей сектор був одним із провідних двигунів зростання іспанської економіки, збільшивши фінансові ресурси країни майже на 155 мільярдів євро. [1]

Гастрономічний відпочинок це спеціально розроблені програми для прихильників кулінарії, де враховуються побажання туристів. Гастрономічні тури дають змогу не тільки продегустувати вишукані делікатеси, але й вивчити кулінарну культуру країни, дізнатися про історію виникнення страви і навіть побувати на майстер-класах. Особливістю гастрономічного туризму є те, що з такої поїздки ви привезете не банальні сувеніри, а цінні рецепти та знання.

За видами гастрономічний туризм можна поділити на 2 групи сільський та міський. Під час першого туристи насолоджуються натуральними продуктами, які вирощені на приватних фермах у провінціях. Вони можуть взяти участь у збиранні горіхів, ягід, фруктів та приготувати з них будь-яку страву. [2]

Безсумнівно, ще однією з його визначних пам'яток Іспанії є гастрономія. Під впливом багатьох культур, які проходили через її територію, і місць, які вона пізніше колонізувала, Іспанія знала, як зберегти найкраще з кожного регіону, створивши найбагатші кулінарні страви. Відома на міжнародному рівні, її кухня має велику репутацію.

Протягом кількох років багато хто приїжджає до Іспанії в пошуках делікатесів, які пропагують іспанську гастрономію в усіх північних світу. Наприклад, 90 відсотків клієнтів, які приїжджають в найкращий ресторан світу «El Celler de Can Roca»[3], є іноземцями, переважно німцями та британцями. Правда в тому, що в гастрономічному туризмі Іспанія добре працює. Завдяки маркетинговій роботі, яка була проведена в останні роки, іспанська кухня наразі є другою улюбленою їжею європейців, поступаючись лише італійській. Говорити про іспанську кухню загалом було б несправедливо, тому що в кожному регіоні вона своя, що зумовлено особливостями клімату, наявністю моря та традиціями місцевого населення. З цієї причини вважається, що туристичні організації повинні працювати з приватним сектором для розробки конкурентоспроможної пропозиції гастрономічного туризму, об'єднуючи місцевих виробників, виноробні та інші агропродовольчі підприємства, які можна відвідати. Звіт, заснований на опитуваннях туристів, показує, що мандрівники віддають перевагу Країні Басків, Галісії та Ла-Ріохи.

Дослідження відносять Країну Басків, Андалусію та Ла-Ріохи до кращих місць для тапас; Країна Басков, Мадрид та Каталонія, щоб поїсти у добрих ресторанах; Ла-Ріоха, Кастилія-і-Леон та Андалусія для винного туризму; Астурія, Ла-Ріоха та Кантабрія, щоб

160

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ ТА ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ
СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

куштувати місцеві продукти; Мадрид, Каталонія та Галісія, щоб відвідати ринки; та Галісії, Ла-Ріохе та Андалусії для участі в гастрономічних фестивалях.

Різноманітність заходів, пов'язаних із цим туризмом, робить його придатним для будь-якого бюджету. У дослідженні «Dinamiza Asesores» [4] представлений профіль гастрономічного мандрівника у віці від 46 до 55 років, з вищою освітою та середнім та вище середнього рівня доходу. Більшість з них подорожують удвоє або всією сім'єю, а також зазвичай здійснюють поїздки на вихідні та відпустки.

Гастрономічні тури в Іспанії — є одним із провідних напрямків туризму, тому що іспанська кухня відома у всьому світі, вона традиційна, смачна та різноманітна, а також завдяки своїм популярним ресторанам та вишуканим стравам, про що свідчить міжнародне визнання її шеф-кухарів. Іспанський гастрономічний напрямок зараз є цікавим та популярним в європейських країнах.

Бібліографічний список

1. Статистика туризму в Іспанії — Режим доступу до ресурсу: <http://www.statista.com/statistics/640440/travel-tourism-total-gdp-contribution-spain/>.
2. Поняття гастрономічний туризм — Режим доступу до ресурсу: <http://visaway-travel.net.ua/tours/gastro-tury/>.
3. Ресторан "El Celler de Can Roca" [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу: https://uk.wikipedia.org/wiki/El_Celler_de_Can_Roca.
4. «Dinamiza Asesores» — Режим доступу до ресурсу: <https://dinamizaasesores.es/>.