

Рубіш Марина Андріївна,  
к. е. наук, ст. викл. кафедри готельно-ресторанного бізнесу,  
Чорій Мирослава Василівна,  
ст. викл. кафедри готельно-ресторанного бізнесу,  
Зеленська Лілія Володимирівна,  
аспірант,  
Мукачівський державний університет

## ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ЗАСІБ АКТИВІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

Тенденції розвитку туризму XXI ст. дозволяють стверджувати, що одним із перспективних напрямів, пов'язаним з ознайомленням із виробництвом, технологією приготування та дегустацією національних страв і напоїв, є гастрономічний туризм. Концепція формування туристичного продукту у вигляді гастрономічного чи кулінарного туру об'єднує економічні, соціальні та культурні цінності території, охоплює клімат, традиційні види сільського господарства та промислів, мистецтво, національні звичаї, традиції та побут. Тобто, гастрономічний туризм повною мірою сприяє розвитку туристичної сфери та є засобом активізації туристичної дестинації. В статті йдеться про напрями розвитку гастрономічного туризму, як засобу активізації туристичних дестинацій та підтримки національних виробників за допомогою інтеграції гастрономічного туризму у місцеві події ресурси. Актуальність розгляду цих питань визначається відсутністю цілісного розуміння поняття гастрономічного туризму, недосконалістю існуючих рекомендацій та висновків з питань його формування. Метою статті є дослідження особливостей гастрономічного туризму, як засобу активізації розвитку туристичної сфери. У статті визначено, що в основу гастрономічного туризму закладено особливості регіональної кухні та кулінарні традиції туристичної дестинації. Наукова новизна результатів дослідження полягає у поглибленні теоретичних підходів до дослідження гастрономічного туризму – нового напрямку культурно-пізнавального туризму, який актуально об'єднати з еко-туризмом, туризмом на природоохоронних територіях, сільським зеленим туризмом. Адаже останні мають великий запас культурних, кулінарних, автентичних традицій, які варто відроджувати та розвивати. Гастрономічні тури формуватимуть нове бачення туризму в контексті розвитку дестинації. У статті зазначається, що з точки зору організації туристичної діяльності, гастрономічний туризм містить у собі не лише ознайомлення з місцевими кухнями регіону, оригінальними технологіями організації місцевого харчування, кулінарними процесами та традиціями харчування, ознайомлення з локальними продуктами, а також можливість туриста взяти участь у приготуванні національних страв, відвіданні кулінарних фестивалів, різного виду дегустацій та конкурсів.

**Ключові слова:** гастрономічний туризм, кулінарний тур, гастрономічний тур, регіональна кухня, локальний продукт, автентичність, екологічність, події ресурси.

### ВСТУП

Розвиток туристичної галузі у світовому масштабі, дає підстави розглядати її як важливий чинник відновлення національної економіки України у післякризовий період. Сфера туризму здійснює значний вплив на формування малого та середнього бізнесу, впливає на зайнятість місцевого населення, сприяє соціально-економічному розвитку регіонів. Завдяки туристичній галузі удосконалюється транспортна, комунальна, виробнича та інформаційна сфери.

На сьогодні одним із перспективних напрямів, пов'язаним з ознайомленням із виробництвом, технологією приготування та дегустацією національних страв і напоїв, є гастрономічний туризм. Гастрономічний туризм – це один із видів туризму, якому присвячена велика кількість робіт як українських, так і зарубіжних науковців. Дослідження в цій області спеціалізуються на вивченні історії, культурі, технології приготування та звичаїв споживання страв та продуктів національного, регіонального та місцевого значення.

З точки зору організації туристичної діяльності,

сюди можна включити не лише ознайомлення з кулінарним процесом, а також і можливість туриста взяти участь в підготовці та приготуванні національних страв, відвіданні кулінарних фестивалів, різного виду дегустацій та конкурсів.

**Постановка проблеми.** Значний науковий і практичний інтерес дослідників туристичної галузі до теперішнього часу не знайшов єдиного визначення щодо поняття «гастрономічний туризм» і його класифікацій. Немає узгодженого, конкретизованого підходу до розуміння сутності поняття, а роботи, які висвітлюють класифікаційні характеристики гастрономічного туризму, мають сегментний характер. Не виокремлено категорії туристів, які вирушають у гастрономічні тури.

**Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій.** Проблеми розвитку та становлення гастрономічного туризму вивчають такі вчені: Е. Маслово, Д. Басюк, В. Бойко, О. Любіцева – з точки зору контекстного розвитку та створення туристичних продуктів регіонального походження на основі національної кухні. Такі дослідники як: Т. Сокол, З. Каноністова, Г. Вишневіська досліджують тематичний напрямок гастрономічного туризму. Поєднанням

сфери гостинності і туризму займаються: Д. Гусенова, А. Лук'яненко, Е. Чернова.

**Мета статті (постановка завдання).** Метою статті є дослідження особливостей гастрономічного туризму, як засобу активізації розвитку туристичної сфери. У статті визначено, що в основу гастрономічного туризму закладено особливості регіональної кухні та кулінарні традиції туристичної дестинації.

## РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Гастрономічний туризм – це нове явище, що розвивається як новий туристичний продукт, обумовлений, зокрема, тим фактом, що за даними спеціалізованої літератури більше третини туристичних витрат припадає на їжу. Тому кухня туристичної дестинації є одним із надзвичайно важливих аспектів, що визначає якість відпочинку [2]. Стратегічна мета розвитку туризму в Україні полягає у створенні продукту, конкурентоспроможного на світовому ринку, здатного максимально задовольнити туристські потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів за збереження економічної рівноваги та історико-культурної спадщини. Українська національна кухня – це така ж культурна спадщина українського народу, як мистецтво, мова чи література. На сьогоднішній день вона широко популярна і відома у світі. Це підтверджує і той факт, що українські національні страви і напої входять у міжнародну ресторанну справу. Українська кулінарія – неоціненний здобуток, яким потрібно пишатися і всебічно популяризувати. Одним із дієвих методів популяризації автентичних кулінарних традицій повинен стати гастрономічний туризм.

Під час гастрономічних турів турист має нагоду:

- 1) відвідати заклади ресторанного господарства та інші локації національної кухні;
- 2) взяти участь у гастрономічних фестивалях;
- 3) побувати на виробництві продуктів харчування і напоїв;
- 4) ознайомитися з історією та рецептурою страв національних кухонь, традицій їх споживання;
- 5) взяти участь у процесі приготування національних страв і напоїв [6].

Туристи, що вирушають у гастрономічні тури, представлені такими категоріями населення:

- туристи, яким набрид звичайний туризм;
  - туристи, які хочуть внести різноманітність у свій раціон через цікаві кулінарні пропозиції;
  - гурмани (кулінарні туристи);
  - туристи, чия робота пов'язана з приготуванням та вживанням їжі, які використовують кулінарний туризм з метою навчання та отримання професійних навичок (кухарі, сомельє, ресторатори, дегустатори, блогери);
  - представники туристичних компаній, зацікавлені в організації власних гастротурів [6].
- Проаналізувавши пропозицію вітчизняних туристичних операторів, слід зазначити: по-перше,

гастрономічний туризм в Україні не набув масового характеру – професійними гастрономічними турами займається обмежене коло компаній; по-друге, існує диспропорція щодо місця проведення гастрономічних турів по Україні – більшість подорожей організуються на Львівщині та Закарпатті, що пояснюється самобутньою культурою та специфічними кулінарними традиціями цих регіонів [3].

Гастрономічні тури поділяються на два види: сільські (так звані «зелені») і міські. Їх принципова відмінність полягає в тому, що, вирушаючи до сільської місцевості, турист прагне спробувати екологічно чистий продукт, без будь-яких добавок. Наприклад, «зелені» тури пропонують збирання лісних ягід, овочів і фруктів, «половання» на трюфелі або прогулянку дорогами виноробства.

Міський гастрономічний тур може включати в себе відвідування кондитерської фабрики, ковбасного цеху та ресторанчика, в якому пропонується делікатесне блюдо, виготовлене в цеху. Крім того, існують тури, які знайомлять не з різними стравами однієї місцевості, а з однією стравою в різних місцевостях (таблиця 1). Це – винні тури, що пропонують прогулянки виноградниками, збирання винограду, дегустацію вин або кавові тури. Для гастрономічних туристів (та й не лише для них) проводяться гастрономічні фестивалі.

У гастрономічному туризмі існують різні напрями, що сформувалися для задоволення побажань туриста. Існують класифікації гастрономічних та кулінарних турів за кількома ключовими критеріями, такими як специфіка місцевості, мета поїздки або бажання спробувати певний напій чи страви. Всі ці особливості повинні враховуватися при складанні гастрономічного туру, щоб він найкращим чином відповідав очікуванням цільової аудиторії [4].

Основним завданням у розробці гастрономічного туру є поєднання кулінарії та культурно-пізнавальної програми в одному турі. Перевагою гастрономічного туризму в порівнянні з іншими підвидами пізнавального туризму є те, що тільки гастрономічний туризм задіює крім зору і слуху також інші органи відчуття людини, зокрема смаку та запаху. Туристи, які приїждять до України, безумовно, також бажають скуштувати традиційні місцеві страви. Тому одним із найважливіших аспектів розвитку туристичного сервісу є ознайомлення туристів з особливостями традиційного харчування та розвиток сфери обслуговування в цьому напрямку [9].

Сприяння в організації гастрономічних подорожей може стати чинником підтримки туристичного бізнесу, що забезпечує збільшення тривалості перебування туристів, додатковим напрямом бізнесу для домашніх господарств, невеликих виробництв продуктів харчування [3]. Цього можливо досягнути за рахунок:

- сприяння розвитку об'єктів, що складають інтерес для туристів-гурманів і поціновувачів української гастрономічної культури, – відомих підприємств харчової промисловості, домашніх господарств;
- підтримування діючих та ініціювання

створення нових об'єктів гастрономічного туризму: дегустаційних залів, музеїв гастрономії, етнічних селищ та містечок, а також спеціалізованих атракційних заходів та туристично-екскурсійних маршрутів, що будуть сприяти створенню конкурентоспроможного місцевого туристичного продукту, підвищенню туристичної привабливості регіону;

– розвитку туристичної інфраструктури – закладів розміщення, харчування, розваг, а також підприємств роздрібно торгівлі та сфери послуг;

– розвитку інформаційних комунікаційних систем, які забезпечуватимуть інформування туристичного ринку про гастрономічний мікрокластер та виступатимуть важливим маркетинговим інструментом формування туристичного попиту;

– спрямування зусиль влади, бізнесу та місцевої громади на підтримку об'єктів гастрономічного туризму, формування гастрономічних атракцій і подій, які б привертати увагу внутрішніх і міжнародних туристів, а також приватно-публічне партнерство у просуванні місцевого туристичного продукту, активізації системи маркетингових комунікацій, використання

інструментів бренд-менеджменту територій та міст;

– розроблення програм кулінарних турів тематичної спрямованості з використанням місцевої сировини, продуктів харчування та напоїв, знакових закладів ресторанного господарства, які підкреслюватимуть автентичність національних традицій у кулінарії;

– розширення географії та популяризація проведення тематичних кулінарних фестивалів, свят, відвідування міжнародних професійних виставок та конференцій, для того, щоб ознайомлення з національною кухнею стало головним елементом у програмі перебування туриста;

– вивчення кращого міжнародного досвіду розвитку гастрономічного туризму у сфері виноробної та харчової промисловості, ресторанного господарства, впровадження сучасних екологічно чистих технологій вирощування сільськогосподарської сировини та виготовлення продукції;

– популяризація України на світовому ринку як перспективного туристичного напрямку [3].

Таблиця 1

### Класифікація гастрономічного туризму

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
	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, винотерапією, дієтотерапією
	Гурман	Дегустація страв та напоїв гастрономічними спеціалістами (сомельє, дегустатор)
За напрямом подорож	Святковий	Відвідування та участь у гастросвятах
	Фестивальний	Відвідування та участь у гастрофестивалях
Особливі	Гастродипломатія	Організація дипломатичних прийомів на усіх рівнях з урахуванням кулінарних особливостей країн гостей та країни-організатора [7]

Провідні фахівці туристичної індустрії виділяють такі сучасні глобальні тенденції розвитку гастрономічного туризму:

1. Ринок гастрономічного туризму є зростаючим. Це один із найбільш динамічних

сегментів туристичного ринку.

2. «Гастрономічні» туристи – це туристи, які беруть участь у нових напрямках культурного споживання. Вони – мандрівники, які пізнають автентичність відвідуваних місць через їжу. Вони

стурбовані походженням продуктів. Вони визнають цінність гастрономії як засобу спілкування, як простору для обміну досвідом з іншими людьми. Такі туристи мають вищі витрати, ніж середні, вони вимогливі, вдячні та уникають одноманітності.

3. Основою гастрономічних пропозицій є територія. Терруар – це елемент, який її відрізняє і є джерелом локальної ідентичності. Він охоплює екологічні та ландшафтні цінності, історію, культуру, традиції, сільську природу, море, власну кухню цього місця. У зв'язку з цим перетворення території на кулінарний ландшафт є однією із проблем туристичних destinations.

4. Основою гастрономічного туризму є продукт. Тому важливо визначити, які ресурси ми будемо перетворювати на туристичний продукт, що дасть змогу ідентифікувати цю територію.

5. Стійкість. Гастрономічний туризм здатний вирішувати проблеми культури та навколишнього середовища шляхом, що є сумісним з суто економічними аргументами. Ідея полягає не в тому, щоб створити новий недискримінаційний тиск на кулінарну спадщину, але використовувати її раціонально з огляду на стійкість. Мова йде не про «турифікацію» гастрономії, а про створення нових пропозицій або збільшення існуючих. Тут йдеться не стільки про створення туристичного продукту для того, щоб залучити відвідувачів, а, скоріше, залучення відвідувачів до участі у власній культурній реальності певної destinations, добре поясненій та інтерпретованій через кухню, місцеву продукцію та всі послуги й заходи, які їх оточують.

6. Якість. Туристичні destinations, які хочуть пропагувати гастрономічний туризм, мають працювати на різних рівнях у сфері якості: захист і визнання місцевої продукції, розвиток конкурентної пропозиції, професіоналізм людських ресурсів, захист споживачів та належний їх прийом задля підвищення рівня задоволеності відвідувачів.

7. Зв'язок. Туристичні destinations повинні сформулювати достовірний та автентичний опис своїх пропозицій на ринку гастрономічного туризму. Нині досвід туристичної подорожі не обмежується лише фактичними днями її здійснення, а починається значно раніше, з її підготовки (турист збирає інформацію, порівнює, купує). Цей досвід закінчується, коли мандрівник оцінює й ділиться своїми враженнями через соціальні мережі. Ключову роль у процесі створення гастрономічного іміджу туристичної destinations відіграють відомі шеф-кухарі, засоби масової інформації, туристичні путівники, гастрономічні блоги та соціальні мережі.

8. Співпраця. Необхідно, щоб всі особи, які працюють у туристичній destinations (виробники продуктів харчування, фермери, рибалки, шеф-кухарі, ресторатори, готельєри, представники державної адміністрації тощо), брали участь у створенні туристичного продукту гастрономічного туризму [2].

Поняття «гастрономічний туризм» відображає поєднання знань про культуру, традиції, історію країни

через ознайомлення з національною кухнею, технологією приготування. Забезпечуючи, таким чином, отримання психологічного, естетично-смакового та дослідницького задоволення. Національна кухня знаходиться в тісному взаємозв'язку з іншими аспектами життя, які відображають взаємини людей у суспільстві, норми і форми поведінки, традиційні для даної нації [6]. Популяризація такого виду туризму зростає також через той фактор, що люди у повсякденному, швидкому темпі життя не встигають насолоджуватись процесом приготування та вживання їжі, і все частіше використовують продукти швидкого приготування.

Тому на нашу думку, гастрономічний туризм – це подорож, метою якої є пізнання культурних та кулінарних особливостей регіону чи країни. А гастрономічний тур як послуга – це дещо більше, ніж подорож, оскільки вона є добре продуманим маршрутом, на якому турист може ознайомитися з виробництвом, технологією приготування, кулінарними традиціями місцевої кухні, продегустувати страви, напої та локальні продукти.

Гастрономічний туризм актуально об'єднати з еко-туризмом, туризмом на природоохоронних територіях, сільським зеленим туризмом. Адже останні мають великий запас культурних, кулінарних, автентичних традицій, які варто відроджувати. Гастрономічні тури формуватимуть нове бачення туризму в контексті розвитку destinations. Вивчення традиційної кухні забезпечить соціальний, культурний, комерційний, технологічний, економічний розвиток. Також важливо створювати нову структурні ланки управління туристичним, ресторанним бізнесом, створювати нормативно-правову базу, активізувати наукові дослідження потенціалу регіонів для даного виду туризму.

## ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Україна має значний потенціал для широкого розвитку гастрономічного туризму. Організація гастрономічних та кулінарних турів – це серйозний захід, пов'язаний з вивченням культури та звичаїв українського народу, його минулого через національну кухню та традиції харчування. Сьогодні туристи готові подорожувати до різних куточків України, щоб спробувати самобутню кухню, відвідати майстер-класи місцевих кухарів, побувати на виробництві локальних продуктів. Туроператорам варто планувати і організувати подорожі так, щоб відвідувачі історичні центри з пам'ятками культури та архітектури обов'язково завітати до закладів ресторанного господарства та інших локацій, де можна скуштувати місцеву кухню з її оригінальним смаком.

кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму / Г. Г. Вишнеvsька // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. – К., Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2013. – Вип. 31. – С. 112-118.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бусигин, А. П. Как организовать кулинарный туризм? / А. П. Бусигин // Гостиничный и ресторанный

бізнес. – 2008. – № 2. – С. 74-76.

2. Global Report on Food Tourism [Електронний ресурс] // World Tourism Organization (UNWTO). – 2012. – Режим доступу: <https://www.slideshare.net/david20/unwto-globalreport-on-food-tourism>.

3. Басюк, Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Д. І. Басюк // Наукові праці НУХТ – 2012. – № 45. – С. 128-132.

4. Вишневська, Г. Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму / Г. Г. Вишневська // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. – 2013. – Вип. 31. – С. 112-118.

5. Кукліна, Т. С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України [Електронний ресурс] / Т. С. Кукліна. – Режим доступу: <http://www.sworld.com.ua/konfer30/682.pdf>.

6. Омельницька, В. О. Сутність та класифікація видів гастрономічного туризму / В. О. Омельницька // Приазовський економічний вісник. – 2018. – № 1 (6). – С. 15-20.

7. Офіційний сайт Міжнародної асоціації гастрономічного туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.worldfoodtravel.org>.

8. Расулова, А. М. Потенціал ресторанного бізнесу у розвитку гастрономічного туризму України // Економіка та держава. – 2015. – №5. – С. 78-83.

## REFERENCES

1. Busigin, A. P. (2008). *Kak organizovat' kulinaryj turizm? Gostinichnyj i restorannyj biznes – Hotel and restaurant business*, 2, 74-76 [in Russian].

2. Global Report on Food Tourism. (2012). World Tourism Organization (UNWTO). Retrieved from <https://www.slideshare.net/david20/unwto-globalreport-on-food-tourism> [in English].

3. Basiuk, D. I. (2012). *Innovatsiyni rozvytok hastronomichnoho turyzmu v Ukraini* [Innovative development of delicacy tourism in Ukraine]. *Naukovi pratsi NUKhT – Scientific works of National university of food technologies*, 45, 128-132 [in Ukrainian].

4. Vyshnevskaya, H. H. (2013). *Potentsial kulinarykh turiv u konteksti spetsializovanoho turyzmu. Aktualni problemy istorii, teorii ta praktyky khudozhnoi kultury* – Actual problems of history, theory and practice of art culture, 31, 112-118 [in Ukrainian].

5. Kuklina, T. S. *Hastronomichnyi turyzm na turystychnomu rynku Ukrainy*. Retrieved from <http://www.sworld.com.ua/konfer30/682.pdf> [in Ukrainian].

6. Omelnytska, V. O. (2018). *Sutnist ta klasyfikatsiia vydiv hastronomichnoho turyzmu* [Essence and classification of gastronomic tourism]. *Pryazovskiy ekonomichnyi visnyk – Pryazovskiy economic herald*, 1 (6), 15-20 [in Ukrainian].

7. Ofitsiyniy sait Mizhnarodnoyi asotsiatsii hastronomichnoho turyzmu. Retrieved from <http://www.worldfoodtravel.org> [in English].

8. Rasulova, A. M. (2015). *Potentsial restorannoho biznesu u rozvytku hastronomichnoho turyzmu Ukrainy* [Restaurant business potential in the development of Ukrainian gastronomic tourism]. *Ekonomika ta derzhava – Economy and state*, 5, 78-83.

## Рубиш Марина Андреевна, Чорий Мирослава Васильевна, Зеленская Лилия Владимировна. ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ КАК СРЕДСТВО АКТИВИЗАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

*Тенденции развития туризма XXI века. позволяют утверждать, что одним из перспективных направлений, связанных с производством, технологией приготовления и дегустацией национальных блюд и напитков, является гастрономический туризм. Концепция формирования туристического продукта в виде гастрономического или кулинарного тура объединяет экономические, социальные и культурные ценности территории, охватывает климат, традиционные виды сельского хозяйства и промыслов, искусство, национальные обычаи, традиции и быт. То есть, гастрономический туризм в полной мере способствует развитию туристической сферы и является средством активизации туристической дестанации. В статье говорится о направлениях развития гастрономического туризма, как средства активизации туристических дестинаций и поддержки национальных производителей с помощью интеграции гастрономического туризма в местные событийные ресурсы. Актуальность рассмотрения этих вопросов определяется отсутствием целостного понимания понятия гастрономического туризма, несовершенством существующих рекомендаций и заключений по вопросам его формирования. Целью статьи является исследование особенностей гастрономического туризма, как средства активизации развития туристической сферы. В статье определено, что в основу гастрономического туризма заложено особенности региональной кухни и кулинарные традиции туристической дестинации. Научная новизна исследования заключается в углублении теоретических подходов к исследованию гастрономического туризма – нового направления культурно-познавательного туризма, который актуально объединить с эко-туризмом, туризмом на природоохранных территориях, сельским зеленым туризмом. Ведь последние имеют большой запас культурных, кулинарных, аутентичных традиций, которые следует возрождать и развивать. Гастрономические туры формировать новое видение туризма в контексте развития дестинации. В статье отмечается, что с точки зрения организации туристической деятельности, гастрономический туризм включает в себя не только знакомство с местными кухнями региона, оригинальными технологиями организации местного питания, кулинарными процессами и традициями питания, ознакомление с локальными продуктами, а также возможностью туриста принять участие в приготовлении национальных блюд, посещении кулинарных*

фестивалей, разного вида дегустацій и конкурсов.

**Ключевые слова:** гастрономический туризм, кулинарный тур, гастрономический тур, региональная кухня, локальный продукт, аутентичность, экологичность, событийные ресурсы.

**Rubish Maryna A., Choriy Myroslava V., Zelenska Lilia V. GASTRONOMIC TOURISM AS A MEANS OF ACTIVATION TOURIST DESTINATIONS**

*Trends in tourism development of the XXI century suggest that one of the promising areas related to the acquaintance with the production, cooking technology and tasting of national dishes and drinks is gastronomic tourism. The concept of forming a tourist product in the form of a gastronomic or culinary tour combines economic, social and cultural values of the territory, covers the climate, traditional agriculture and crafts, art, national customs, traditions and life. That is, gastronomic tourism fully contributes to the development of the tourism sector and is a means of activating the tourist destination. The article deals with the directions of gastronomic tourism development as a means of activating tourist destinations and supporting national producers through the integration of gastronomic tourism into local event resources. The relevance of these issues is determined by the lack of a holistic understanding of the concept of gastronomic tourism, the imperfection of existing recommendations and conclusions on its formation. The purpose of the article is to study the features of gastronomic tourism as a means of enhancing the development of tourism. The article determines that the basis of gastronomic tourism is the features of regional cuisine and culinary traditions of the tourist destination. The scientific novelty of the research results is the deepening of theoretical approaches to the study of gastronomic tourism - a new direction of cultural and cognitive tourism, which is relevant to combine with eco-tourism, tourism in protected areas, rural green tourism. After all, the latter have a large stock of cultural, culinary, authentic traditions that should be revived and developed. Gastronomic tours will form a new vision of tourism in the context of destination development. The article notes that from the point of view of organizing tourist activities, gastronomic tourism includes not only acquaintance with local cuisines of the region, original technologies of local food organization, culinary processes and food traditions, acquaintance with local products, but also the opportunity for tourists to participate in cooking, national dishes, visiting culinary festivals, various types of tastings and competitions.*

**Key words:** gastronomic tourism, culinary tour, gastronomic tour, regional cuisine, local product, authenticity, environmental friendliness, event resources

Одержано 16.04.2020 р.



# МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: [www.msu.edu.ua](http://www.msu.edu.ua)

E-mail: [info@msu.edu.ua](mailto:info@msu.edu.ua), [pr@mail.msu.edu.ua](mailto:pr@mail.msu.edu.ua)

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>