

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«РОЗРОБЛЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ІРЛАНДІЇ ТА ЙОГО ПРОСУВАННЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ»

Студентки 4 курсу 19 групи освітнього
ступеня «бакалавр» спеціальності 242
«Туризм»
Освітньої програми «Міжнародний
туризм»

(підпис)

Чорногор Богдани
Ярославівни

Науковий керівник.геогр.н., доц.

(підпис)

Мазурець Роман
Русланович

Гарант освітньої програми
к. держ. упр., доцент

(підпис)

Кравцов Сергій
Станіславович

Київ 2023

4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом):

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОДУКТУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

- 1.1. Теоретичний базис гастрономічного туризму
- 1.2. Аналіз стану та тенденцій розвитку ринку гастрономічного туризму
- 1.3. Ресурсний потенціал Ірландії для розвитку гастрономічного туризму

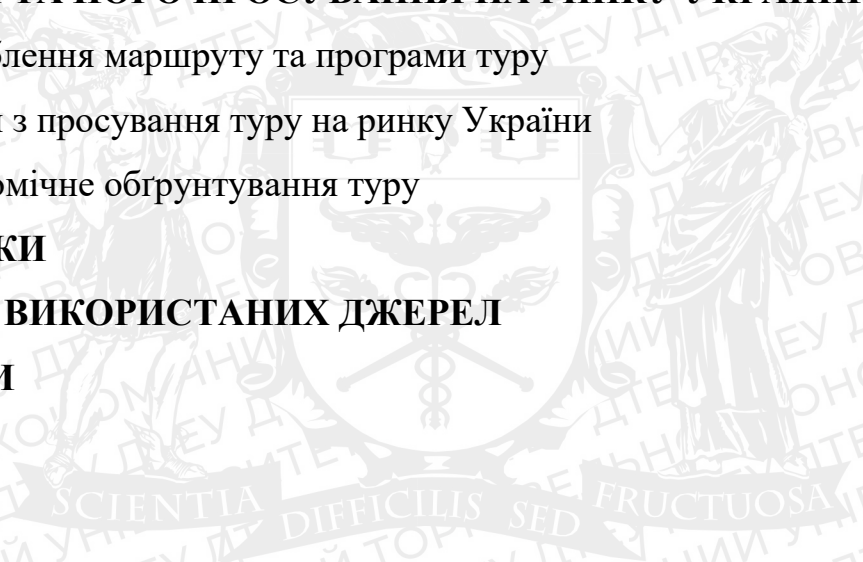
РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ ПРОДУКТУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ІРЛАНДІЇ ТА ЙОГО ПРОСУВАННЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ

- 2.1. Розроблення маршруту та програми туру
- 2.2. Заходи з просування туру на ринку України
- 2.3. Економічне обґрунтування туру

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ



5. Календарний план виконання роботи:

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1.	Вибір і затвердження теми випускної кваліфікаційної роботи	01.09.2022- 25.11.2022	01.11.2022
2.	Оформлення і затвердження завдання на роботу	28.11.2022- 23.12.2022	23.12.2022
3.	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	26.12.2022 - 10.02.2023	03.02.2023
4.	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	11.02.2023- 21.04.2023	18.04.2023
5.	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи	22.04.2023- 08.05.2023	05.05.2023
6.	Представлення роботи на кафедрі та попередній захист у комісіях	09.05.2023 – 26.05.2023	25.05.2023
7.	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	27.05.2023 – 01.06.2023	31.05.2023
8.	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	02.06.2023	02.06.2023
9.	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	22.06.2023

6. Дата видачі завдання «23» грудня 2022 р.

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи Мазурець Р.Р.
(прізвище, ініціали, підпис)

8. Гарант освітньої програми Кравцов С. С.
(прізвище, ініціали, підпис)

9. Завдання прийняв до виконання студент Чорногор Б.Я
(прізвище, ініціали, підпис)

10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи:

Студентка Черногор Богдана Ярославівна своєчасно закінчила випускню кваліфікаційну роботу відповідно до календарного плану. Зміст, структура та дизайн роботи відповідають всім вимогам. Робота складається з вступу, двох розділів, висновків, переліку посилань та додатків.

У випускній кваліфікаційній роботі були розглянуті концептуальні засади й теоретико-прикладні засади формування продукту гастрономічного туризму. Було здійснено діагностику ринку гастрономічного туризму на території Ірландії та була дана характеристика ресурсного потенціалу країни.

У другому розділі роботи авторка запропонувала власний проект туристичного продукту у сфері гастрономічного туризму під назвою «Смаки Смарагдового острова», розраховано його економічні показники та запропоновано заходи щодо його просування.

Електронну версію випускної кваліфікаційної роботи отримано для передання до репозитарію ДТЕУ та перевірено на плагіат.

Робота рекомендована до захисту в Екзаменаційній комісії.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи Мазурець Р. Р.
(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист _____
(ПІБ, підпис, дата)

11. Висновок про випускню кваліфікаційну роботу:

Випускна кваліфікаційна робота студентки Черногор Б. Я. може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми Кравцов С. С.
(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____
(підпис, прізвище, ініціали)

« _____ » 2023 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОДУКТУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ.....	9
1.1. Теоретичний базис гастрономічного туризму.....	9
1.2. Аналіз стану та тенденцій розвитку ринку гастрономічного туризму..	17
1.3. Ресурсний потенціал Ірландії для розвитку гастрономічного туризму.	24
РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ ПРОДУКТУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ІРЛАНДІЇ ТА ЙОГО ПРОСУВАННЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ.....	28
2.1. Розроблення маршруту та програми туру.....	28
2.2. Заходи з просування туру на ринку України.....	44
2.3. Економічне обґрунтування туру.....	49
ВИСНОВКИ.....	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	56
ДОДАТКИ.....	60

ВСТУП

Актуальність дослідження. Гастрономічний туризм є досить новим напрямом туризму. З кожним роком він стає все більш популярним серед туристів, які прагнуть нових вражень під час знайомства з країною, та бажають не лише познайомитись з природою та культурою, а і дізнатись більше про кулінарні традиції місцевих. Напрямок активно розвивається та попит на нього зростає, тому компаніям потрібно швидко вдосконалювати асортимент своїх турів. Ірландія, як дестинація для гастрономічного туризму, є досить новою та не перенасиченою пропозиціями. Тому розробка туристичного продукту, що охоплює усі харчові напрямки країни, та включає відвідування унікальних природних та інфраструктурних об'єктів, прогнозує високий попит серед клієнтів. Окрім того з 2022 року Ірландія стала безвізовою країною для громадян України. Тому процес організації подорожей полегшився, а інтерес туристів на даний напрямок збільшився.

Аналіз останніх наукових публікацій показав, що гастрономічний туризм досліджували як вітчизняні, так і закордонні вчені. Найбільш суттєві дослідження у даній сфері були проведені у роботах Басюк Д. [1], Вишневської Г. [2], Горової Д. [4], Ковешнікова В. [6], Красовського С. [7], Расулової А, Уварової Г.Ш. та Мелько Л.Ф. [23] та інших. Серед іноземців варто відмітити праці Вульф Е. [3], Sanchez-Canizares та Lopez-Guzman [39] та Врокай М. [26]. Отже, поглиблення наукових досліджень у сфері гастрономічного туризму є актуальним.

Об'єктом дослідження виступає процес розроблення продукту гастрономічного туризму та просування його на території України.

Предметом дослідження є теоретико-методичні засади та практичні рекомендації щодо процесу розроблення продукту гастрономічного туризму та просування його на території України.

Мета роботи передбачає вирішення таких завдань:

- дослідження науково-теоретичних джерел у обраній сфері туризму
- проведення аналізу ринку гастрономічного туризму як в Україні, так і

закордоном

- дослідження ресурсного потенціалу Ірландії та вибір найважливіших туристичних об'єктів
- розробка маршруту та плану для туристичного продукту на основі отриманої інформації
- обґрунтування заходів просування туристичного продукту на території України та пропозиції по досягненню високого рівня продажу
- економічне обґрунтування туру та плановий розрахунок доходів.

Методи дослідження. Системно-структурний підхід, що розглядає туризм в соціокультурному аспекті, методи економічного аналізу, теоретичні, методичні та практичні аспекти розвитку гастротуризму та метод прогнозування. Проведено SWOT-аналіз, аналіз ринкових пропозицій та аналіз конкурентів, дослідження цільової аудиторії.

Основними інформаційними джерелами, що були використані в процесі виконання випускної кваліфікаційної роботи є матеріали, що наведені в вітчизняній та закордонній літературі, матеріали періодичних видань та інформацію з офіційних сайтів туристичних об'єктів.

Наукова новизна одержаних результатів. В роботі запропоновано новий туристичний продукт у сфері гастрономічного туризму територією Ірландії з методами його просування на ринку України.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що результати проведеного дослідження можна використати як для формування та реалізації нового туристичного продукту, так і для покращення вже існуючих туристичних пропозицій територією Ірландії. Окрім того ідеї сформовані в роботі можна використати для вдосконалення гастрономічного сектора не лише в обраній дестинації, а і в інших туристичних напрямках.

Структура та обсяг випускної кваліфікаційної роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, додатків, списку використаних джерел і викладена на 69 сторінках.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОДУКТУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Теоретичний базис гастрономічного туризму

Туризм невпинно розвивається та змінюється, люди відкривають для себе нові дестинації та види розваг та відпочинку. Туристи стають більш вибагливими, та масовий туризм уже не може задовільнити собою потреби усіх клієнтів. Саме для таких мандрівників існує нішевий туризм, котрий буде цікавий меншим групам людей, що хочуть не просто відпочити, але й отримати новий досвід у сфері їхніх інтересів.

У своїй статті Уварова Г.Ш. та Мелько Л.Ф дали визначення нішевому туризму як своєрідній «парасольці», під якою «збираються» група споживачів зі специфічними туристичними інтересами і прагненнями до особливо глибоких вражень, неповторні, часто унікальні туристичні ресурси, території, об'єкти креативної індустрії та якісна туристична послуга [23].

Одним з підвидів нішевого туризму є дуже цікавий напрямок – гастрономічний туризм. Їжа є невід'ємною частиною життя людини і її базовою потребою, останнім часом вона також стала дуже важливим маркетинговим інструментом для туризму. Це призвело до появи нової форми туризму, відомої як гастрономічний туризм, який підкреслює важливість місцевої кухні для демонстрації культури та способу життя у місці призначення. На гастрономічний туризм сильно впливають вподобання мандрівника до місцевої кухні, і він може бути рушійним фактором для подорожей.

Атмосферу країни найкраще пізнавати за допомогою смаку. Національна кухня представляє собою важливу складову культурної спадщини кожного народу. У складі цієї спадщини входять не лише їжа та рецепти, але й способи приготування, гастрономічні звичаї та традиції, що розкриваються через кулінарію. Упродовж багатьох століть, кожний народ розвивав своє кулінарне мистецтво, що відображало його унікальний спосіб життя, танці, пісні, легенди

та обряди. Завдяки цьому, гастрономічна культура стала об'єктом вивчення не лише істориків, але й фахівців індустрії гостинності, зокрема туризму та ресторанного бізнесу.

Гастрономія є важливим аспектом ідентичності регіону не лише через сировину, яка використовується в місцевій кухні, але й через унікальні страви, створені з використанням цих інгредієнтів. Ця спадщина передається з покоління в покоління, формуючи культурне та гастрономічне багатство, яке все більше цінується в туристичному секторі. Їжа — це вже не просто предмет першої необхідності, а елемент досвіду, який приваблює мандрівників, які готові подорожувати, щоб спробувати місцеву культуру на смак [33].

Гастрономія є привабливим елементом, навколо якого можливо створити унікальний досвід, заохочуючи туристичні напрями включати продукти та напої в туристичний продукт. Тенденції розвитку гастрономічного туризму вимагають глибокого вивчення особливостей харчування різних народів, кулінарних традицій та особливостей обслуговування в закладах ресторанного господарства. Інтерес до гастрономічного туризму як одного з нових видів туризму співвідноситься зі змінами в економіці і переходом на новий етап, де двигуном виступають враження.

Термін «кулінарний туризм» було введено у 1998 р. професором університету Bowling Green (Боулінг Грін, США) Лусі Лонг на кафедрі народної культури. У 2003 р. була створена Міжнародна асоціація кулінарного туризму (International Culinary Tourism Association). Вона була перейменована у 2012 р. та одержала назву Всесвітня асоціація гастрономічного туризму (World Food Travel Association) після того, як дослідження показали, що англомовні споживачі невірно трактують поняття «кулінарний туризм» [33]. Повна юридична назва даної 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». Це те ім'я, за яким її знають публічно. Нині дана асоціація охоплює близько 50 тис. професіоналів в 139 країнах світу. Саме Всесвітня асоціація гастрономічного туризму в 2012 р. запропонувала вживання

терміну «гастрономічний туризм». У вересні 2013 р. під егідою Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму відбувся перший World Food Travel Summit (Гетеборг, Швеція), тематикою якого була «Нова хвиля в 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 її показники [33].

Так, Всесвітня асоціація гастрономічного туризму (World Food Travel Association) визначає, що гастрономічний туризм – це подорожі з метою отримання автентичного досвіду, заснованого на культурі споживання їжі або напоїв; відкритті унікальних місць та їхньої культури через національну кухню. Гастрономічний напрямок стає все дедалі світовим трендом, значущим явищем як соціального і культурного, так й соціально-економічного плану [33]. Подорожі за смаком, кулінарні шляхи і маршрути, знайомство з новими методами кулінарії, відвідування відомих місць з кулінарними традиціями або відкриття місць, пов'язаних з вирощуванням, селекцією, рибалкою та іншими продуктами харчування, стає все частіше значущим мотивом для подорожей.

Засновник Міжнародної асоціації гастрономічного туризму Ерік Вольф дає таке визначення: “Гастрономічний туризм – це пошук і насолода унікальною, незабутньою їжею і напоями як на іншому кінці Землі, так і на сусідній вулиці, адже, крім подорожей по своїй країні або всьому світі, ми також можемо стати гастрономічними туристами у своєму регіоні, місті чи навіть районі” [3].

На думку Д.І. Басюк, особливо доскональним є визначення гастрономічного туризму як похідного від терміна “гастрономія” (від грец. *στομάχι* – шлунок) – наука, що осягає зв'язок між харчуванням та культурою, належить до галузі суспільних дисциплін. У свою чергу кулінарія (від лат. *coŕŕiva* – кухня) – сфера прикладної діяльності, пов'язаної з приготуванням їжі, що включає комплекс спецтехнологій, обладнання та рецептів і є частиною гастрономії [1].

Д. Басюк розглядає гастрономічний туризм як “спеціалізований вид туризму, пов’язаний з ознайомленням і дегустацією національних кулінарних традицій країн світу, що є синтезом екології, культури і виробництва” [1].

М. Брокеж трактує поняття “гастрономічний туризм” як “новий досвід, який шукають туристи, а саме - гастрономічний відпочинок, тури із садівництва та гастрономії” [26].

Д. Дасілва під зазначеним терміном розуміє “будь-який досвід туризму, в якому високо цінується або споживається їжа і питво, яке відображає місцеву, регіональну або національну кухню, традиції, культуру, традиційні або кулінарні методи” [29].

С. Саламатіна дає таке визначення цього виду туризму: “гастрономічний туризм – вид діяльності, метою якої є знайомство з етнічною кухнею країни або регіону, основними продуктами, особливостями технології приготування страв, а також підвищення рівня знань із кулінарії” [22].

В.С. Ковешніков під гастрономічним туризмом розглядає спеціальні винні і гастрономічні тури; відвідування об’єктів гастрономічного туризму (спеціалізовані музеї, сироварні, винокурні, броварні тощо); відвідування ресторанів з регіональною кухнею; відвідування кулінарних курсів при готелях, а також спеціалізованих кулінарних центрах і школах; відвідування фермерських господарств; відвідування сільськогосподарських (фермерських) ринків; продовольчі виставки та ярмарки; гастрономічні та винні (пивні тощо) фестивалі [6].

Визначення поняття фуд-туризму різних українських та закордонних вчених часто відрізняються. Вживані терміни також диференціюються – “гастрономічний туризм”, “винно-гастрономічний туризм”, “кулінарний туризм”. Таким чином, проаналізувавши визначення вчених, можна підсумувати, що гастрономічний туризм – це подорожі в держави або спеціальні місця для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями з метою дегустації оригінальних страв і товарів, властивих тільки цій країні або території. Як відокремлений вид туризму, гастрономічний туризм має свої особливі риси:

- Обставини поліпшення кулінарного туризму мають безумовно всі держави і це унікальна відмінна риса цього виду туризму;
- Гастрономічний туризм не носить характер сезонного відпочинку, для кожної пори року можна підібрати потрібний тур;
- Гастрономічний туризм у тій чи іншій мірі є складовим елементом всіх турів. Але на відміну від інших видів туризму, знайомство з національною кухнею стає головним мотивом, метою та елементом гастрономічної подорожі;
- Сприяє становленню місцевих господарств, зокрема, ресторанів, готелів, туристичних фірм, а також виробників продовольчих товарів;
- Перевагою гастрономічного, серед інших видів туризму, є те, що крім зору та слуху, він задіює такі відчуття, як смак та запах.

Гастрономічний туризм є спеціалізованим видом туризму, який включає ознайомлення та дегустацію національних кулінарних традицій різних країн світу. Цей вид туризму сприяє взаємообміну духовними, фізичними цінностями та навичками між людьми, націями та державами. Гастрономічний туризм надає можливість туристам не лише смакувати аутентичні страви, але й досліджувати культурні контексти, звичаї, історію та соціальні аспекти, пов'язані з харчуванням. Це сприяє зближенню та взаєморозумінню між різними культурами, сприяє культурним обмінам та збереженню традицій.

У туристичній літературі, яка обговорює їжу, часто використовуються численні терміни, такі як «гастрономічний та винний туризм», «дегустаційний туризм», «гурманський туризм» і найчастіше «кулінарний туризм», «фуд-туризм» або «гастрономічний туризм» [32, 39]. Деякі вчені стверджують, що останні три терміни дуже схожі і, насправді, у деяких випадках використовуються як взаємозамінні [32]. Також визначення гастрономічного туризму у своїх працях дала Вишневська Г., описавши його як «вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з виробництвом, технологією приготування і дегустацією національних блюд і напоїв, а також з кулінарними традиціями народів світу» [2].

Згідно з дослідженнями World Tourism Organization у їх річному звіті за 2012 рік [36] більше третини витрат туристів припадає на їжу, що робить кухню важливим елементом у покращенні враження від відпочинку. Місцева їжа є важливою туристичною визначною пам'яткою, яка приваблює як гурманів, так

і тих, хто просто любить смачну та зрозумілу їжу. Кожен кулінарний досвід — аромат і смак страви тощо — це спогад про конкретну територію, відтак їжа і дестинації тісно пов'язані між собою: вони формують основу, включену в розвиток економіки вражень, основу, яка дає можливість по-новому розвивати дестинації. Йдеться про індустрію туризму вражень — більш «зануреної», автентичної, активної і наповненої пригодами подорожі. Не випадково понад третина туристичних витрат виділяється на харчування, а у 22 % європейців головна мотивація подорожі — культурний досвід, який охоплює кулінарне мистецтво [7]. Водночас якщо середній чек звичайного туриста дорівнює €50, то середній чек туриста гастрономічного маршруту — €200 [4], а обсяг світового ринку гастрономічного туризму оцінюється в 42 млрд доларів США [6].

Як вже було сказано, локальна кухня вважається частиною культурної ідентичності регіону, надає історичний і культурний характер, а в деяких випадках, як наприклад традиційна мексиканська кухня, визнана ЮНЕСКО нематеріальною культурною спадщиною [40]. Їжа стала туристичним ресурсом, який додає цінність до місця призначення, а місцева ідентичність може визначатися не лише територією, а й їжею.

Гастрономію цінують не лише за її внутрішню цінність, але й за її символічний характер, який ідентифікує міста та території як унікальні та пам'ятні туристичні об'єкти. Основними напрямками гастрономічного туризму є сільський (або зелений) туризм та міський.

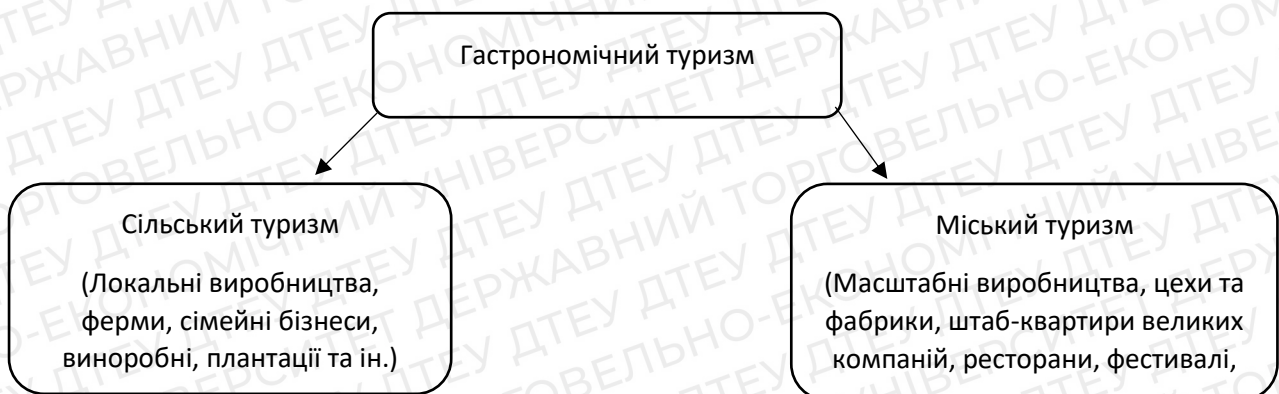


Рис. 1.1 Напрямки гастрономічного туризму

Джерело: Складено автором за даними [24]

Останній може бути цікавий тим туристам, які хочуть познайомитись з DESTИНАЦІЄЮ у ритмі життя міських жителів, відвідати відомі ресторани, спробувати вуличну їжу, побувати на фестивалях або дізнатись секрети виготовлення продукції під час екскурсій на фабрики та виробництва. У той час як ПОЦІНОВУВАЧІ сільського туризму хочуть поринути в історію країни, спробувати її культуру на смак у тому вигляді, якому вона була створена ще у далеку давнину.

Під час XIV Міжнародної наукової конференції «Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід» Марія Філь та Тетяна Циган зазначили, що цілі та методи кулінарного туризму повною мірою відповідають соціально-гуманітарній місії туристичної діяльності як вагомого чинника «діалогу культур», поваги до загальнолюдських культурних цінностей, толерантності до способу життя, світогляду й традицій, оскільки національна кухня є невід'ємною частиною культурної спадщини кожної нації, оригінальним надбанням будь-якого етносу. [24]

Саме маленькі сімейні бізнеси – ресторани, виноробні, домашні виробництва сирів і таке інше, найкраще передають рецептуру з покоління у покоління, часто зберігаючи продукт органічним, та подають його в аутентичному вигляді.

Один з основних наслідків розвитку гастрономічного туризму – створення робочих місць у локальних атракціях, в тому числі закладах ресторанного бізнесу, особливо це є актуальним у сільських місцевостях, що не багаті іншими туристичними атракціями, окрім природного потенціалу регіону та культурної спадщини. Умови для розвитку гастрономічного туризму мають абсолютно всі країни та регіони, що є унікальною та відмінною рисою даного виду туризму [21]. Саме тому уряд кожної країни зацікавлений у розвитку цієї галузі.

Вишневська Галина у своїй статті описує, що гастрономічний туризм включає в собі велике різноманіття напрямків, створених для задоволення кожного клієнта. Вона вирішила класифікувати їх наступним чином, наведеним у таблиці 1.1. [2]

Таблиця 1.1

Класифікація кулінарних турів

Знак класифікації	Підвид	Особливості	Вид туристської діяльності, характер відвідуваних підприємств
Спрямовані на сільське або міське середовище	Сільський або «зелений»	Вирушаючи в сільську місцевість, турист прагне спробувати екологічно чисті продукти, що не мають ніяких добавок	збір лісних ягід, овочів і фруктів, полювання на трюфелів або прогулянку по дорогах виноробства
	Міський	Відвідування ресторанів з дегустацією делікатесних і фірмових страв	Відвідування промислових або сервісних підприємств - кондитерських фабрик, маленьких ковбасних цехів та ресторанчиків при них
За видом конкретного продукту або напою	Винні	Під час туру турист знайомиться з різними сортами одного і того самого продукту в різних регіонах місцевості	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 з розфасовування продуктів збирання
	Кавові		Відвідування кавових плантацій
За ціллю подорожі	Культурно-пізнавальні	Пізнавальна і розважальна мета	Відвідування різних екскурсій і дегустацій

Джерело: інформація взята з наукової роботи [2]

Отже, гастрономічний туризм – це популярний напрямок, який може бути як вплетений в основу іншого туру, аби підкріпити враження від відпочинку та екскурсіями, спогадами про смачні страви та традиції та життя місцевих жителів, так і окремий вид туризму, який базується на дегустаціях національної кухні та знайомить мандрівників з культурою безпосередньо через локальну продукцію регіону. Саме так він може привабити широку цільову аудиторію – від простих любителів поїсти, до професійних кухарів, сомельє та вишуканих гурманів.

1.2. Аналіз стану та тенденцій розвитку ринку гастрономічного туризму

Згідно офіційного звіту «The Travel and Tourism Competitiveness» [15], складеним ВТО на 2019 р., Європейський туристичний регіон займає позиції регіона-лідера в галузі туризму, подорожей та гастрономії, що постійно підтверджується щорічними високими туристичними надходженнями (511 міл. дол. США) та загальною кількістю міжнародних прибуттів (662 міл. осіб).

Кожна з наведених європейських країн користується значним попитом в галузі туризму та гастрономії, займаючи конкурентні позиції на міжнародному туристичному ринку протягом довгого часу.

Така позитивна динаміка з боку збагачення даного сектору є наслідком застосування значної кількості сучасних трендів та інноваційних підходів, що водночас обумовлює не лише розвиток кулінарної складової окремих країн, а й сприяє створенню своєрідної «економіки вражень» Європейського регіону для гастротуристів [31].

Лідерами з точки зору економіки у сфері гастрономічного туризму в Європі є Італія, Іспанія, Франція.

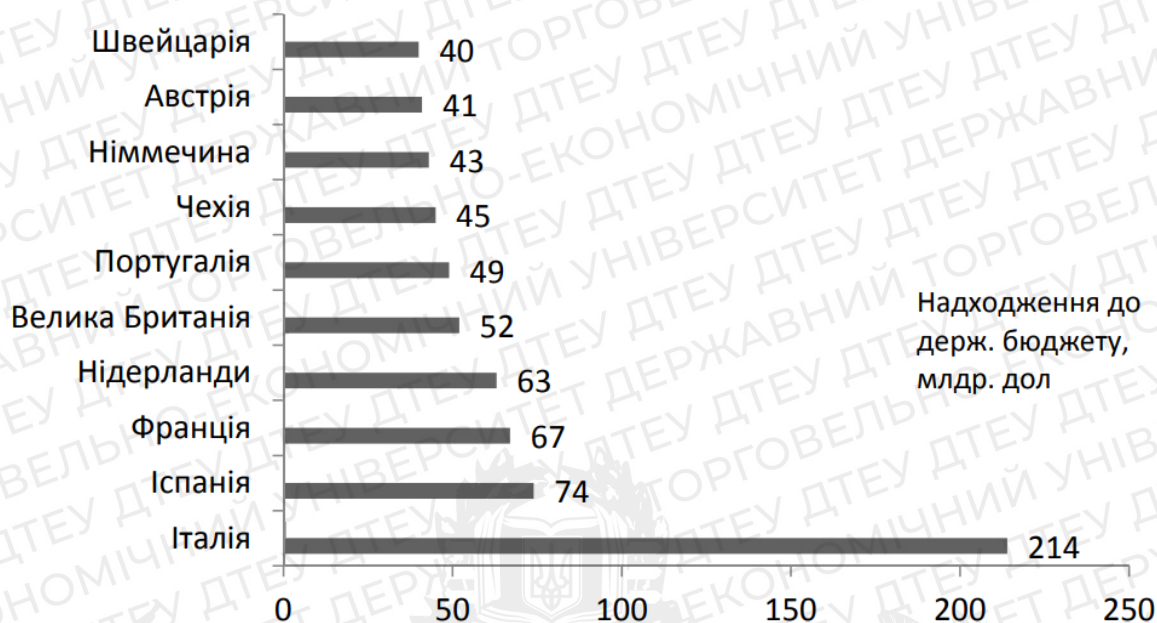


Рис.3. Європейські країни-лідери за гастрономічним туризмом у 2019 р.*
Джерело: інформація з офіційного вебсайту [28].

За словами Бахаттіна Оздемір та Фарука Сейітоглу, нові дієтичні тенденції, такі як вегетаріанство, здорове харчування, місцева їжа та екологічно чистий туризм стають все більш популярними серед туристів [37]. Включення цих варіантів у ресторани має позитивний вплив на туризм, оскільки це приваблює новий тип туристів, які зацікавлені в здоровій та екологічній їжі.

Стійкість є важливим аспектом кулінарного туризму, і це вже було визначено як тренд кількома авторами. Вони стверджують, що для досягнення сталого балансу довгострокових ресурсів необхідно практикувати справедливу віддачу в усій індустрії туризму [30]. Харчування – це значні витрати для туристів, і в 2017 році це була четверта найбільша категорія витрат для туристів, які подорожують за кордон [35]. Тенденції кулінарного туризму в тому році були розподілені на чотири основні групи: вулична їжа, органічна та етична їжа, вишукана їжа та інноваційна гастрономія.

Крім того, автори визначили специфічний туристичний харчовий продукт, який співвідноситься з місцевою їжею, страви, схожі на їжу місця походження туриста, і їжу з факторами новизни, репрезентативними для туристичної дестинації. Цей туристичний продукт вказує на рівень задоволеності та великі споживчі наміри туриста, включаючи повторення цього

туристичного місця. Одним з нових факторів, що впливає на розвиток туризму в останні часи, стало поширення популярності соціальних мереж та тревел-блогів у тому числі.



Рис 1.2 Найцінніші аспекти у вмісті туристичного блогу

Джерело: Складено автором за даними[30]

За результатами опитування можна побачити, що гастрономія хоч і не є у числі найважливіших аспектів, все одно займає досить високу позицію, так як 63,8% блогерів відзначили, що цей аспект подорожі має велику важливість, і цікавить глядачів та в майбутньому потенційних клієнтів не менше, аніж клімат у туристичній дестинації.

Для аналізу стану гастрономічного туризму на території України та Європейського союзу було проведено дослідження пропозицій на туристичному ринку. Для визначення максимально точного результату був проведений аналіз у трьох категоріях: гастрономічні тури до Європи, що створені українськими туристичними компаніями, та їх просування на ринку України; тури до Ірландії у всіх типах туризму, що були розроблені українськими туристичними компаніями, та їх просування на ринку України; та гастрономічні тури до Ірландії, розроблені закордонними туристичними компаніями, та їх просування на ринку Європейського союзу та інших країн

світу.

Таблиця 1.2

Тури до Ірландії від українських компаній у 2023 році

Туристична компанія	Маршрут	Короткий опис	Ціновий діапазон, євро
Туристична фірма "Пілігрим"	Дублін, Кілкенні, Корк	Тур по віскікурнях та пивоварнях Ірландії. Для груп від 10 осіб на 5 днів	від 755
Туроператор "Адріатік Тревел"	Ерфурт, Брюссель, Руан, Дублін та Нюрнберг	Автобусний тур «ІРЛАНДІЯ – СМАРАГДОВИЙ ОСТРІВ!»	680 €
Туристична компанія "Мандруй"	Дублін – віскікурня Талламор – Кілбегган – Атлон –Голуей – Абатство Кайлмор – п-ів Коннемара – кручі Моер – замок Банратті – “Кільце Керрі” – скеля Кешел – Кілкені – гори Віклоу – долина Глендалох – сади маєтку Powers Court – Дублін	Ірландія: екскурсійний тур на 7 ночей, українська група	1 295 €

Продовження Таблиці 1.2

Туроператор "Фесрія"	Дублін - гори Віклоу - долина Глендалох - сади маєтку Powers Court - Кілбегган - Клонмакнойс - Голуей - Абатство Кайлмор - пів Коннемара - кручі Моер - замок Банратті - "Кільце Керрі" - скеля Кешел - Кілкені - Дублін / Лондон	Автобусний тур: Смарагдовий острів Ірландія на 8 ночей	1295
-------------------------	---	--	------

Джерело: Складено автором за даними з вебсайтів вказаних компаній

Основною задачею дослідження була оцінка рівня зацікавленості українських туристів Ірландією, як туристичною дестинацією; рівень інтересу українців до гастрономічних турів, як у внутрішньому туризмі, так і в виїзному туризмі; та загальна кількість пропозицій на туристичному ринку; їх ціновий діапазон та популярні маршрути.

Додатковою задачею було знаходження потенційних конкурентів і аналіз їх роботи, виявлення їх сильних та слабких сторін у роботі з Ірландією, як туристичним напрямком, та у розробці гастрономічних турів.

Однак навіть якщо деякі з них включають в свою програму гастрономічні елементи, основний фокус не направлений на дегустацію національної кухні, а йде лише як додаткова програма туру.

З цього можна зробити висновок, що на разі кількість конкурентів у даному напрямку досить мала, тому ми маємо можливість створити унікальний продукт, який буде цікавий клієнтам.

Таблиця 1.3

Гастрономічні тури від українських компаній у 2023 році

Туристична компанія	Маршрут	Короткий опис	Ціновий діапазон, євро
Відвідай	виїзд зі Львова- Мукачево– Берегово – Берегівське вулканічне низькогір'я – Берегівський р-н– Виноградів – Національний парк “Синевир”- Львів	Сиро-Винний тур Закарпаттям на 2 дні	27
Wonders & Holidays	Ужгород Косино Берегове Ферма "Карпатський буйвол" Селиська сироварня Равликова ферма Іза	Смачне Закарпаття - гастрономічний тур на 2 дні	від 33
Gastrotravel club	Тоскана	Гастрономічний тур на 6 днів: полювання на трюфель, флорентійський стейк та аутентичні італійські вечери	2200 (без авіа перельоту)
Avialiga	Мюнхен -озеро Кімзес	Гастрономічний week- end в баварії 2 ночі/3 дні	1171

Джерело: Складено автором за даними з вебсайтів вказаних компаній

У таблиці наведено приклад гастрономічних турів як територією України, так і закордон. І хоч це і не є дуже розповсюдженим видом туризму на разі, кількість пропозицій досить велика, а на сайтах компаній було вказано, що в деяких турах на найближчі півроку всі доступні місця вже заброньовані. Це свідчить про те, що українським туристам цікаві фуд-тури.

Для наступної категорії була проаналізована перша сторінка пропозицій у інтернет-сервісі Google та всі запропоновані на ній результати, зміст котрих викладено у наступній таблиці.

Таблиця 1.4

Гастрономічні тури до Ірландії від зарубіжних компаній у 2023 році

Туристична компанія	Маршрут	Короткий опис	Ціновий діапазон, долари
Vagabond	Дублін – Голвей, Клер – Керрі, Корк – Тіпперері	6-денний епічний гастрономічний тур Ірландією	1945
Authentic Vacations	Віклоу, Баллімена, Каслдермот	Тур на 8 ночей Кулінарія та замки Ірландії	від 4000
S-I-E Tours	Дублін - Лімерік - Кіларні - Шенон	5 денний тур Смак Ірландії	від 1215

Джерело: Складено автором за даними з вебсайтів вказаних компаній

У результаті дослідження виявилось, що на разі туристам доступна досить невелика кількість гастрономічних турів до Ірландії. Набагато частіше компанії пропонують одноденні екскурсії, які включають в себе відвідування 1-2 міст, та тривають не більше 7 годин. Туристичні фірми, що все ж таки розробляють тури на кілька днів, в основному орієнтуються на туристів зі Сполучених Штатів Америки та Канади. Ціни на їх веб-сайтах вказані в американських доларах в більшості випадків, а також доступна додаткова інформація та поради для подорожуючих з цих країн. Це зумовлено тим, що Ірландія є однією з найдорожчих країн Європейського Союзу та не може вважатись бюджетним туристичним напрямком. Саме тому компаніям зазвичай вигідно орієнтуватись на заможну цільову аудиторію з Америки та Канади.

Під час дослідження Українського ринку також виявилось, що наразі існує досить невелика кількість пропозицій по турам до Ірландії. Це зумовлено

тим, що Ірландія є новим безвізовим напрямком для українських туристів.

1.3. Ресурсний потенціал Ірландії для розвитку гастрономічного туризму

Ірландія – це країна з дивовижними пейзажами та яскравою культурою, що знаходиться на острові у західній Європі. Ірландія є країною, яка має величезний потенціал для туризму завдяки своїй багатій культурній спадщині, приголомшливим ландшафтам і доброзичливим людям. Однією з найбільших приваблень Ірландії є її багата спадщина, яка включає сильний історичний фон і велику діаспору по всьому світу, яка внесла свій внесок у її унікальну культуру та традиції [27].

Молода та унікальна історія країни в поєднанні з її приголомшливою природною красою зробили її популярним напрямком як для програм навчання за кордоном, так і для туристів. Відвідувачі Ірландії приїжджають з усього світу, щоб відчути традиційну ірландську музику, танці та фестивалі, такі як День Святого Патріка. Ці культурні враження глибоко вкорінені в ірландському суспільстві та пропонують туристам зазирнути в яскраву та різноманітну культуру країни.

На додаток до своїх культурних пропозицій, Ірландія також славиться своїми вражаючими природними пейзажами. Скелі Мохер, Кільце Керрі та Дорога Велетнів – лише деякі приклади захоплюючих краєвидів країни, які приваблюють туристів з усього світу. Індустрія гостинності в країні добре розвинена, доступні різноманітні варіанти розміщення, які відповідають різним бюджетам і вподобанням. Відвідувачі Ірландії також можуть насолодитися широким спектром заходів, включаючи піші прогулянки, їзду на велосипеді, гольф, риболовлю та водні види спорту. Уряд Ірландії та зацікавлені сторони в галузі віддані розвитку сталого туризму, який приносить користь місцевим громадам і зберігає природну та культурну спадщину країни. В останні роки Ірландія інвестувала в туристичну інфраструктуру та маркетинг, що допомогло підвищити впізнаваність країни як туристичного напрямку.

Окрім того після початку повномасштабної війни на території України, Республіка Ірландія змінила правила в'їзду. Для поїздки в Ірландію громадянам України віза більше не потрібна. Зараз при паспортному контролі по прильоту в Ірландію кожен громадянин України отримує зелену печатку у паспорт, що дозволяє перебувати в країні протягом 90 днів, які не сумуються з загальною кількістю днів безвізового перебування на території інших країн Європейського союзу. Крім того, необов'язково надавати підтвердження вакцинації проти COVID-19 або проходити тест на COVID-19 до прибуття в Ірландію.

Єдиний спосіб дістатись до неї – авіапереліт або морський транспорт. Однак на своїй відносно невеликій площі ірландцям вдалось розмістити велику кількість аеропортів, тому туристи можуть не перейматись про транспорт при виборі Ірландії, як локації для відпочинку.

Найбільші її аеропорти знаходяться у містах Дублін та Шеннон, однак з різних країн Європи можна також придбати квитки на літак до одного з 8 інших аеропортів країни - аеропорту Корк, Донегал, Вестон, Голуей, Керрі, Нок, Слайго чи Уотерфорд. Це робить подорож до будь якого куточку Ірландії надзвичайно зручною та простою.

Також великим плюсом для подорожуючих з України є те, що уряд країни визнав водійські права України еквівалентними ірландським. Тому не зважаючи на те, що в Ірландії діє правило лівостороннього руху, українські мандрівники можуть не перейматись про можливість орендувати машину для подорожі.

Крім того, репутація Ірландії як місця для їжі та напоїв зростає, завдяки процвітаючому крафтовому пиву та різноманітному асортименту кулінарних вражень. Таким чином, унікальне поєднання історії, культури, ландшафту та гостинності Ірландії робить її привабливою для туристів з усього світу [25].

Так як їжа та напої складають значну частину витрат туристів, і гастрономічний туризм стає все більш популярним, оскільки люди прагнуть унікальних кулінарних вражень, туристи охоче відвідують такі заходи, як екскурсії до ферм, беруть участь у кулінарних турах і фестивалях, а також дослідження місцевих ринків. І, як вже було сказано, Ірландія не обділена

подібними заходами. Проте на разі українські туристичні компанії не встигли виявити потенціал цієї країни у повній мірі. Більшості людей Ірландія відома лише своїми алкогольними виробами, вони навіть не здогадуються, що саме тут виготовляють високоякісні органічні молочні продукти – сир, масло, молоко. Ірландці надзвичайно піклуються про якість м'яса та овочів, з яких готують смачні та іноді унікальні для нас страви.

Уряд Ірландії всіляко намагається сприяти розвитку країни в багатьох сферах. Так у документі «Food Vision 2030: A World Leader in Sustainable Food Systems» було наведено набір завдань високого рівня, які лежать в основі стратегії для агропродовольчого сектору. Чотири місії спрямовані на досягнення балансу між різними цілями, включаючи сталість, стійкість, безпеку та інновації. Перша місія зосереджена на сприянні кліматичному та екологічно стійкому агропродовольчому секторі, тоді як друга місія спрямована на підтримку життєздатних і стійких первинних виробників із покращеним добробутом [28]. Третя місія спрямована на те, щоб їжа була безпечною, поживною та привабливою, їй довіряли та цінували її як вдома, так і за кордоном.

Нарешті, четверта місія спрямована на сприяння розвитку інноваційного, конкурентоспроможного та стійкого агропродовольчого сектору, який керується технологіями та талантами. Кожна місія підтримується рядом ключових цілей і дій, які мають допомогти досягти бажаних результатів.

Стратегія харчування та напоїв на 2018-2023 рр. в Ірландії [34] має на меті покращити враження від ірландської кухні та зробити Ірландію відомою своїм унікальним відчуттям місця, культури та гостинності. Попередня стратегія призвела до успішних ініціатив, таких як серія продуктів харчування долини Бойн, харчова стежка Беррена та створення інструментарію Food Story Toolkit. Регіональна влада також прийняла стратегію та розробила місцеві ініціативи, які сприяли розвитку регіональних харчових секторів і підтримували місцеву економіку.

Сектор крафтових напоїв в Ірландії зазнав значного зростання з 2012 року, коли мікро-пивоварні зросли в чотири рази та відродилася

різноманітність на вісکیкурнях. Fáilte Ireland прагне інтегрувати мікропивоварні та лікєро-горілчані заводи в загальну Стратегію продуктів харчування та напоїв на 2018-2023 роки [34].



РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ ПРОДУКТУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ІРЛАНДІЇ ТА ЙОГО ПРОСУВАННЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ

2.1. Розроблення маршруту та програми туру

Ірландія завжди приваблювала туристів своєю природною красою. Однак вона є не єдиним дивом Смарагдового острова. Мало хто знає, що Ірландія - також чудова дестинація для дегустації унікальних страв. В ірландській кухні наголошується на використанні місцевих і сезонних інгредієнтів. Родючі землі країни та багата берегова лінія забезпечують велику кількість високоякісної продукції, включаючи яловичину, баранину, свіжі морепродукти, овочі та молочні продукти. Така увага до місцевих джерел гарантує свіжість, смак і зв'язок із землею. Саме тому Ірландія має величезний потенціал для розробки фуд-турів.

Першим кроком у розробленні гастрономічного туру є визначення найцікавіших точок кулінарної спадщини, природних див та визначних місць, які можуть зацікавити туристів. Для нашого туру ми обрали столицю країни - Дублін та західне узбережжя.

Країна має давню репутацію виробництва віскі та крафтового пива світового класу. Ірландський віскі, відомий своєю м'якістю та виразним смаком, останніми роками пережив відродження. Крім того, суттєво зріс крафтовий пивоварний сектор із широким спектром невеликих незалежних пивоварень, які виробляють унікальне та ароматне пиво. Пабна культура Ірландії глибоко переплетена з її кулінарною спадщиною. У багатьох пабах подають ситні традиційні страви разом із пінтами Гіннеса чи місцевого крафтового пива. Атмосфера пабу забезпечує затишну та гостинну обстановку для насолоди ірландською кухнею та спілкування. Саме тому для першого знайомства з алкогольними напоями країни ми обрали Дублін.

Після прогулянки столицею, разом з її вишуканими ресторанами та унікальним стріт-фудом, наші туристи матимуть змогу відвідати протилежний бік Ірландії та зануритись у атмосферу сільського життя.

Ірландія має сильну культуру «від ферми до столу», де багато ресторанів і закусочних віддають перевагу роботі безпосередньо з місцевими фермерами, рибалками та виробниками. Цей прямий зв'язок забезпечує найсвіжіші інгредієнти та підтримує стійкі та етичні практики. Ірландія приділяє дедалі більшу увагу на стійкості харчових продуктів та методах органічного землеробства. Багато ресторанів і виробників продуктів харчування надають пріоритет екологічним джерелам, зменшенню харчових відходів і підтримці методів органічного землеробства, відповідаючи світовим тенденціям і залучаючи екологічно свідомих туристів.

Шануючи своє традиційне коріння, ірландська кухня також використовує сучасні кулінарні техніки та міжнародні впливи. Шеф-кухарі в Ірландії відомі своєю креативністю та новаторством, поєднуючи традиційні ірландські смаки з сучасними нюансами, що призводить до захоплюючих і різноманітних гастрономічних вражень.

Протягом року в Ірландії також проводяться численні кулінарні фестивалі та заходи, присвячені місцевим продуктам, традиційним стравам і кулінарним інноваціям. Ці заходи дають можливість місцевим жителям і туристам відчути різноманітність і яскравість ірландської кухні та поспілкуватися з місцевими виробниками та шеф-кухарями. Ірландія активно просуває та підтримує кулінарні туристичні ініціативи, такі як гастрономічні маршрути, кулінарні тури та кулінарні курси.

Ці унікальні сильні сторони разом сприяють виразному характеру та привабливості ірландської кухні, що робить її захоплюючим місцем для гастрономічних досліджень і кулінарних пригод.

Однак окрім всіх її переваг, перед організацією туру треба розглянути також і можливі недоліки та загрози для дестинації та обраного нами виду туризму. Для цього пропонується переглянути результати дослідження перспектив розвитку гастрономічного туризму територію Ірландії за SWOT-аналізом, представлені у наступній таблиці.

Таблиця 2.1

Оцінка перспективи розвитку гастрономічного туризму на території Ірландії за SWOT-аналізом

Сильні сторони	Слабкі сторони	Можливості	Загрози
<p>1. Ірландія має багату кулінарну спадщину, пропонуючи традиційні страви, які демонструють її культурну самобутність і автентичність.</p> <p>2. Практики сталого ведення сільського господарства: прихильність країни до практик сталого ведення сільського господарства забезпечує наявність високоякісних інгредієнтів місцевого походження.</p> <p>3. Віскі-туризм: відомі винокурні Ірландії приваблюють ентузіастів віскі з усього світу, додаючи унікального виміру гастрономічному туризму.</p> <p>4. Природні ландшафти Ірландії заохочують туристів до подорожі</p> <p>5. Культура «від ферми до столу»</p> <p>6. Крафтові сири, крафтове пиво, найсвіжіша яловичина, інше м'ясо, морепродукти та молочні продукти.</p>	<p>Високий сезон для туризму зараз зосереджений протягом літніх місяців.</p> <p>Традиційна ірландська кухня значною мірою покладається на м'ясо та молочні продукти, що може становити труднощі для задоволення певних дієтичних переваг або обмежень, таких як вегетаріанська, веганська дієта або дієта з непереносимістю лактози.</p> <p>Маркетинг і просування ірландської кухні в міжнародному масштабі може вимагати додаткових ресурсів і цілеспрямованих зусиль.</p>	<p>Кулінарні майстер-класи та екскурсії: розширення діапазону кулінарних майстер-класів та екскурсій може надати відвідувачам захоплюючі враження, дозволяючи їм вивчати традиційні ірландські кулінарні прийоми та спілкуватися з місцевими кухарями.</p> <p>Фестивалі їжі: організація та просування фестивалів їжі, які висвітлюють регіональні особливості, можуть залучити туристів і стимулювати місцеву економіку.</p> <p>Кухня ф'южн. Вивчення кухні ф'южн, яка поєднує традиційні ірландські смаки з інтернаціональним впливом, може зацікавити різноманітних туристів і розширити кулінарні пропозиції.</p> <p>Співпраця з локальними виробниками.</p>	<p>Порівняно з наприклад французькою та італійською кухнями, ірландська кухня може мати менше міжнародного визнання та впливу. Через це може бути складно привернути увагу світу та конкурувати з більш відомими кулінарними напрямками.</p> <p>Економічні спади чи коливання валюти можуть вплинути на доступність гастрономічного туризму для іноземних відвідувачів, потенційно вплинувши на зростання галузі.</p> <p>Зміна дієтичних уподобань і тенденцій, пов'язаних із здоров'ям, можуть вплинути на попит на традиційні ірландські страви, вимагаючи адаптації та диверсифікації меню.</p>

Джерело: складено автором

Не дивлячись на те що сильні сторони переважають слабкі, перед розробкою туру варто звернути увагу на них також та пропрацювати можливі шляхи рішення подібних недоліків.

Так хоч і наразі туризм зараз зосереджений в основному протягом літніх місяців, розвиток гастрономічного туризму слугуватиме підтримкою постійного бізнесу та просування цілорічного кулінарного досвіду.

Наступною слабкістю є те, що бренд ірландської кухні в міжнародному масштабі поки є не надто розвиненим, особливо порівнюючи з такими країнами, як Франція та Італія.

Однак створення сильного та цілісного іміджу бренду ірландської кухні може допомогти подолати помилкові уявлення та підвищити її видимість і привабливість на світовому ринку.

Загроза, що полягає у тому, що ірландська кухня не підходить під вегетаріанську, веганську чи безлактозну діету, може бути вирішена шляхом комунікації з потенційними туристами. Ми попереджатимемо клієнтів про кожну дегустацію та будемо впевнюватись, що це не суперечить їх діеті. В майбутньому можна буде розглянути можливість корегування туру за індивідуальними вимогами клієнта.

Під час розробки туру ми прагнемо зробити акцент на усіх стильних сторонах та можливостях. Вони також будуть використані під час рекламної кампанії. Ми прагнемо познайомити наших гостей з культурою «від ферми до столу» та дати кожному можливість спробувати крафтові сири, крафтове пиво та високоякісні локальні продукти.

Перед тим, як приступити до детальної розробки плану подорожі, потрібно визначити основні передумови для розробки гастрономічного туру, такі як регіон туристичного маршруту, туристичні об'єкти та обрати туристичного оператора, через якого планується просування та реалізація туристичного продукту.

Інформація представлена у форматі наступної таблиці.

Таблиця 2.2

Основні передумови для розробки туристичного продукту територією Ірландії у сфері гастрономічного туризму

Критерії туру	Опис
Регіон туристичного маршруту	Ірландія (зі східного узбережжя до західного)
Туристичний маршрут	Дублін - Графство Клер (Буррен, Скелі Мохер) - Дублін
Туристичні об'єкти	<p>Скелі Мохер Національний парк Буррен</p> <p>Ферма устриць "Flaggy Shore Oysters" Коптильня ірландського органічного лосося "Burren Smokehouse"</p> <p>Пивоварня "Burren Brewery" Збір істівних водоростей "Wild Kitchen"</p> <p>Козина ферма "St. Tola Irish Goat Cheese" Ферма свиней "Burren Free Range Pork"</p> <p>Яловича ферма "Burren Premium Beef" Молочна ферма і морозиво "Linalla Ice Cream"</p> <p>Готель «Wild Honey» Глемпінг "Burren Glamping"</p> <p>Дублінський замок, Дублін</p> <p>Guinness Storehouse, Дублін</p> <p>Винокурня Old Jameson Distillery, Дублін</p> <p>Ресторан "Library Street" Ariel House</p> <p>The Irish Potato Cake Company</p>
Туристичний оператор, через якого планується реалізація тур. продукту	Gastrotravel club - українська туристична компанія, що спеціалізується виключно на унікальних гастрономічних подорожах.

Джерело: складено автором

Наступним етапом після визначення туристичних об'єктів стає розробка детального маршруту.

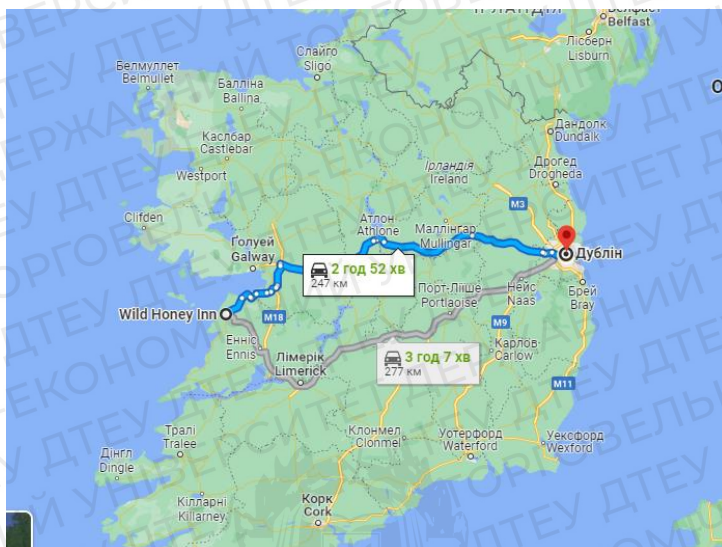


Рис.2.1. Пункти маршруту туру «Смаки Смарагдового острова»

Джерело: побудовано автором

Узагальнена характеристика об'єктів гастрономічного туру представлена в таблицях 2.3. та 2.4.

Таблиця 2.3

Характеристика об'єктів гастрономічного туру у місті Дублін

Назва об'єкту	Характеристика
Дублінський замок, Дублін	<p>Побудований в XIII столітті для захисту міста. Чого тут тільки не було: королівська резиденція, парламент, суд, резиденція президента.</p> <p>В даний час замок використовується урядом для проведення офіційних прийомів і банкетів. Замок оточують сади, закладені на початку XVII століття.</p>
Guinness Storehouse, Дублін	<p>Цей інтерактивний музей, відкритий в будівлі колишнього ферментаційного цеху пивоварні Guinness, — найбільш відвідувана пам'ятка Ірландії.</p> <p>На семи поверхах розмістилися експозиції, що розповідають про процес виробництва пива і правила його вживання, ресторани, бари, сувенірні магазини.</p> <p>Рекомендуємо піднятися в Gravity Bar, звідки відкривається панорамний вид на Дублін.</p>

Продовження таблиці 2.3

<p>Винокурня Old Jameson Distillery, Дублін</p>	<p>Цінителі міцних напоїв оцінять екскурсію на колишній завод з виробництва віскі Jameson. У програмі: захоплюючі розповіді про історії бренда, пояснення процесу виробництва та дегустація декількох сортів віскі.</p>
<p>Ресторан "Library Street"</p>	<p>Ресторан, відзначений зіркою Мішлена пропонує вишукану гастрономічну кухню, в основі якої лежить використання найсвіжіших місцевих інгредієнтів. Їхнє меню включає широкий вибір страв, від класичних до авторських, зі спеціальним акцентом на якість і смак. Крім того, "Library Street" славиться своєю винною карткою, яка пропонує різноманітні сорти вин з усього світу. Крім відмінної кухні, "Library Street" привертає увагу своєю внутрішньою атмосферою. Заклад оформлений у стилі бібліотеки, з шафами з книгами, дерев'яними меблями і елегантними деталями, що створюють відчуття комфорту і затишку.</p>
<p>Ariel House</p>	<p>Чарівний гостьовий будинок Ariel House розташований в історичному районі Дубліна Болсбрідж. Завдяки поєднанню вікторіанської елегантності та сучасного комфорту, він пропонує чудовий відпочинок для мандрівників. Красиво обладнані номери, тепла гостинність і смачний сніданок створять незабутнє перебування. Його зручне розташування дозволяє гостям легко досліджувати популярні пам'ятки та насолоджуватися жвавим центром міста. Ariel House є ідеальним вибором для тих, хто шукає затишного та гостинного проживання в Дубліні.</p>
<p>The Irish Potato Cake Company</p>	<p>Це унікальний ірландський стріт фуд заклад, що спеціалізується на традиційних ірландських картопляних виробках. Вони виготовляються вручну, використовуючи місцеві інгредієнти та традиційні рецепти, що призводить до смачних та справжніх смаків. Незалежно від того, чи користується закускою чи частиною ситної страви, вони забезпечують смак кулінарної спадщини Ірландії при кожному укусі.</p>

Джерело: складено автором на основі даних [9-20]

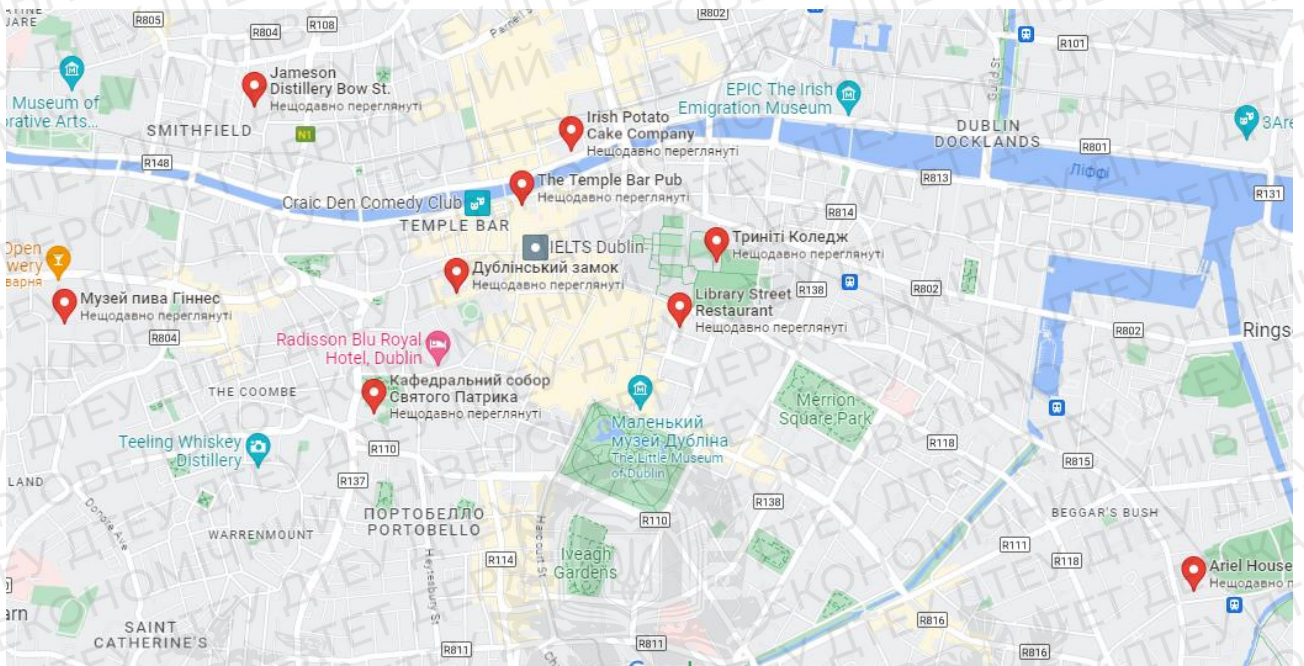


Рис.2.2. Пункти маршруту гастрономічного туру «Смаки смарагдового острова» у місті Дублін

Джерело: побудовано автором

Смарагдовий острів має багату кулінарну спадщину з різноманітними традиційними стравами, які витримали випробування часом. До них належать такі класичні страви, як ірландське рагу, колканнон (картопляне пюре з капустою чи листовою капустою), боксті (картопляні млинці), содовий хліб і культовий повний ірландський сніданок. Ці страви демонструють ситність та зрозумілість ірландської кухні. Наші туристи матимуть змогу спробувати повний ірландський сніданок у готелі в Дубліні.

Після знайомства з Дубліном, туристи відправляються до графства Клер. Туристичні локації, що були обрані під час дослідження туристичного потенціалу регіону включають у себе 8 гастрономічних підприємств, 2 заклади розміщення, а також природничі локації – скелі Мохер та Національний парк Буррен.

Характеристика кожного об'єкта гастрономічного туру представлена у наступній таблиці.

Таблиця 2.4

Узагальнена характеристика об'єктів гастрономічного туру в графстві

Клер

Назва об'єкту	Характеристика
Скелі Мохер	Одне з найулюбленіших місць для відвідувачів Ірландії – скелі Мохер, які розташовані на західному узбережжі Ірландії поблизу села Лісканнор у графстві Клер. Тут можна пройтися безпечними асфальтованими стежками, оглянути знамениті скелі на західному кордоні Європи та насолодитися захоплюючими видами на Атлантичний океан і Аранські острови. Їхня природна краса надихала художників, музикантів і поетів протягом багатьох поколінь, а також захоплювала вчених і геологів, приваблених унікальним ландшафтом, серед якого вони розташовані. Скелі Мохер, найвідоміші скелі в Ірландії, вразять вас і створять спогади, які залишаться з вами назавжди. На скелях Мохер розташовані великі колонії гніздових морських птахів і одне з найважливіших місць розмноження птахів у країні.
Національний парк Буррен	Національний парк Буррен — один із національних парків Ірландії. У геологічному плані ця територія визначається як «карстове плато», тобто масивна серія вапнякових покриттів із перехресними тріщинами. Слово «Burren» походить від ірландського слова «Voireann», що означає скелясте місце. Значна частина форм гірських порід утворилася у вигляді відкладень у тропічному морі близько 350 мільйонів років тому, а її шари демонструють значні сліди скам'янілостей, коралів, криноїдів, морських їжаків і амонітів. У Буррені зареєстровано понад 600 різних квіткових рослин, половина всієї ірландської флори представлена в регіоні Буррен.
Ферма устриць "Flaggy Shore Oysters"	Flaggy Shore Oysters належить і управляється двома діловими партнерами Конором Гремом і Марком Коммінсом, які також керують популярним рестораном морепродуктів Linnane's Lobster Bar на Нью-Кей. Їхні смачні устриці вирощують на місцевих фермах і мають унікальний смак завдяки різноманітним поживним речовинам, які подорожують підземними річковими системами Буррена.

Продовження таблиці 2.4

Коптильня ірландського органічного лосося "Burren Smokehouse"	Ця традиційна коптильня, яка отримала нагороди, належить Пітеру та Біргітті Куртінам, розташована в селі Лісдунварна, неподалік від скель Мохер. Коптильня виробляє чудовий копчений лосось, форель і скумбрію місцевого вилову. Їхній спеціальний центр для відвідувачів знайомить з усіма етапами створення копчених продуктів. Це повністю інтерактивна виставка, де розповідається історія ірландського лосося, від його місця в ірландській міфології та історії аж до ролі, яку відіграє аквакультура лосося в підтримці прибережних громад у найвіддаленіших сільських районах Ірландії.
Пивоварня "Burren Brewery"	Навесні 2011 року майстер-пивовар Пітер Кертін заснував пивоварню Burren у придорожній таверні. У будівлі, яка в 1865 році починалася як паб, а потім була розширена на пекарню, зараз під дахом знаходиться мікропивоварня. Пітер особисто розповість про майстерні методи та техніки, які він використовує, під час дегустації крафтового пива в Roadside Tavern, одному з найстаріших пабів у Норт-Клері. Пиво Peter's Burren Brewed було офіційно визнано Lonely Planet «Global Craft Beer Guide» у травні 2017 року. Пивоварня Burren входить до списку лише трьох ірландських крафтових пивоварень.
Збір їстівних водоростей "Wild Kitchen"	Wild Kitchen — це сімейний невеликий ремісничий виробник невеликих партій диких харчових продуктів, які є сезонними та вирощеними з екологічно чистих джерел. Розташовані поблизу Лахінча, вони вирощують різноманітні органічні овочі та збирають дикорослі квіти та рослини, які продаються на сезонних ринках. Під час прогулянки пляжем Уна О'Двайер розкаже все про їстівні морські водорості, включно з тим, як їх ідентифікувати, коли найкращий сезон для збору, та як додавати у щоденні страви, щоб отримати користь для здоров'я.
Козина ферма "St. Tola Irish Goat Cheese"	St. Tola Irish Goat Cheese — це всесвітньо визнаний крафтовий виробник сиру, відзначений багатьма нагородами. Для виробництва використовують 100% ірландського козячого молока. Ці сири улюблені багатьма відомими шеф-кухарями, роздрібними продавцями, власниками готелів і любителями сиру по всій Ірландії та за її межами. Під час відвідування козиної ферми є можливість погладити кіз, побачити їх під час годівлі, спостерігати за процесом виготовлення сиру та продегустувати різні види сирів.

Продовження таблиці 2.4

Ферма свиней "Burren Free Range Pork"	Ферма Burren Free Range Pork — це відзначена нагородами екологічна невелика традиційна сімейна ферма, яка складається з невеликої кількості великої рогатої худоби, курей, ослів і вільного вигулу рідкісних порід свиней. Суть цього еко-фермерського бізнесу полягає у виробництві здорової їжі. Коли ви відвідуєте цю свиноферму, вас зустріне неймовірне відчуття вічних традицій і спадщини. Поля розділені вапняковими стінами, які були побудовані багато поколінь тому. На цій землі видно добре збережену старовинну фортецю, а худоба зимує відповідно до унікальної системи зимового випасу, яка існує в Буррені тисячоліттями.
Яловича ферма "Burren Premium Beef"	Сім'я О'Рурк протягом багатьох поколінь займалась фермерством в Північному Клері. Їхня сімейна ферма є чудовим прикладом традиційних методів ведення сільського господарства, які протягом століть допомагали формувати та зберігати ландшафт Буррена. Тут пропонують екскурсію фермою на борту тракторного причепа зі зручними солом'яними тюками, щоб дізнатися, як працює справжня ірландська ферма, де велику рогату худобу годують травою і вільно випасають на великих пасовищах.
Молочна ферма і морозиво "Linalla Ice Cream"	Бріда і Роджер та їхня сім'я виробляють чудове морозиво, яке вони подають у своєму кафе, розташованому на сімейній фермі. Морозиво виробляють з молока та вершків із власного стада короткорогих корів, які є місцевою породою Буррена. Два дні на тиждень кафе пропонує екскурсію по фермі для всіх, хто хоче отримати більше інформації про молочне скотарство в низовині Буррен. Роджер піде з вами до ферми, де можна побачити корів і телят. Потім повернемося до кафе, щоб скуштувати велику кульку морозива, свіжоприготованого Брідою з молока корів, яких ви бачили. Для морозива використовуються місцеві інгредієнти, щоб смаки завжди були актуальними: навесні - ревень, бузина чи обліпіха, влітку - малина та полуниця, восени - повний урожай дикого терну, ожини, фундука, яблук, гарбуза. Також тут є всі смаки, які ви знаєте та любите, такі як ваніль, печиво та вершки, шоколад, карамель, фісташки.

Продовження таблиці 2.4

Готель «Wild Honey»	<p>Wild Honey Inn — єдиний в Ірландії паб, відзначений зіркою Мішлена. Він розташований у ретельно відреставрованому готелі 19 століття з 14 розкішними номерами, оформленими під старовину. Готель знаходиться на околиці Буррена – району вражаючої краси, скелястого ландшафту з історією та геологією, які сягають мільйонів років.</p> <p>У Wild Honey Inn заново винайшли концепцію ірландського пабу – тут подають сезонні страви, виготовлені із першокласних місцевих інгредієнтів, та вражаючий асортимент вин. Тут невимущена атмосфера пабу поєднується з теплом традиційної сільської корчми.</p>
Глемпінг "Burren Glamping"	<p>Затишна старовинна вантажівка була вивезена на пасовисько та творчо та майстерно перетворена на унікальне індивідуальне помешкання на фермі. Глемпінгова вантажівка комфортна та простора – повністю ізольована з піччю, душем і туалетом зі зливом. Два зручних двоспальних ліжка щільно прилягають до кабіни вантажівки, а ліжко ручної роботи можна використовувати як двоспальне ліжко, а вдень використовувати як диван. Гості глемпінгу будуть спати з комфортом прямо посеред фермерського подвір'я, де можна спостерігати за тваринами в полі або годувати тварин з рук. Також тут пропонується сніданок, приготований із продуктів ферми та свіжоспечених булочок.</p>

Джерело: складено автором на основі даних [9-20]



Рис.2.3 Пункти маршруту гастрономічного туру «Смаки смарагдового острова» у графстві Клер

Джерело: складено автором

Завдяки своїй великій береговій лінії Ірландія пропонує винятковий асортимент свіжих морепродуктів. Від соковитих креветок Дублінської затоки (лангустинів) до ніжного атлантичного лосося, мідій, устриць і крабів, морепродукти є невід'ємною частиною ірландської кухні. Якість і смак ірландських морепродуктів високо цінуються і затребувані місцевими жителями та приїжджими.

Природні ландшафти Ірландії пропонують велику кількість дикорослих інгредієнтів, які традиційно добувають і додають у страви. Морські водорості та їстівні квіти додають унікальний і авантюрний елемент ірландській кухні. Крім того, у природних ландшафтах Ірландії також можна знайти широкий спектр трав, які додають багатофункціональність та природну смакову палітру ірландській кухні.

Ірландія отримує визнання своїми крафтовими сирами. Ірландські сировари виробляють широкий асортимент високоякісних сирів, які відображають терруар країни та традиційні технології виробництва сиру, від кремкових насичених домашніх чеддерів до унікальних делікатесів.

Також традиційна випічка та тістечка, як содовий хліб, фрукт-сконс і яблучний пиріг демонструють теплоту та гостинність ірландської кухні. У цьому турі поєднані усі основні напрямки ірландської кулінарії. Саме так туристи зможуть зрозуміти всі переваги та особливості смаків країни протягом всього кількох днів.

Після планування маршруту, варто визначити основні інфраструктурні компоненти формування туру, серед яких ми обираємо транспортну компанію для співпраці, заклади розміщення, заклади харчування та перелік розваг (майстер-класів, дегустацій, екскурсійних прогулянок та інше) закладених до програми туру під час планування.

Наступна інформація представлена у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Основні інфраструктурні компоненти формування гастрономічного туру «Смаки смарагдового острова»

Елементи туристичного маршруту	Опис
Трансфер	Для пересування туристів ми співпрацюємо з ірландською компанією Budget, що надає автомобілі в оренду.
Проживання	Перші дві ночі туристи проведуть в комфортабельному готелі Ariel House в центрі Дубліна. Одна ніч в готелі розташованому в єдиному в Ірландії пабі відзначеним Зіркою Мішлена. Та одна ніч в глемпінгі, який являє собою переобладнану вантажівку для коней
Харчування	Сніданки передбачені в кожному місці проживання. Туром також передбачені відвідування The Irish Potato Cake Company, ресторану "Library Street", The Temple Bar Pub, Wild Honey, та безліч дегустацій.
Розваги	<ol style="list-style-type: none"> 1. Майстер клас з виготовлення коктейлів від Jameson 2. Прогулянка по визначним місцям Дубліна 3. Тур до пивного музею, віскікурні, козиної, яловичої та свинячої ферм, устричної ферми 4. Майстер клас з копчення лосося 5. Дегустація крафтового пива 6. Відвідування найвідомішої локації - скелі Мохер та Національного парку Буррен 7.Збір їстівних водоростей 8. Відвідування молочної ферми і дегустація морозива

Джерело: складено автором

Таблиця 2.6

Програма гастрономічного туру «Смаки смарагдового острова»

Етапи туру	Опис
День 1	14:00 - Заселення в готель Ariel House 15:00 – Обід в ресторані Library Street 17:00 – Тур до віскікурні Jameson 18:00 - Майстерклас з приготування коктейлів
День 2	9:00 - Сніданок в Готелі 10:00 – Прогулянка визначними місцями Дубліну 13:00 – Екскурсія до музею пива Гінесс 14:30 – Обід в The Irish Potato Cake Company 16:00 – Вільний час у Дубліні 19:00 – Відвідування The Temple Bar Pub
День 3	08:00 - Сніданок і виїзд з готелю в Дубліні 09:00 - Переїзд в графство Клер - в дорозі 3 години 12:00 - Устрична ферма - екскурсія і дегустація 14:00 - Заселення в готель "Wild Honey" — єдиний в Ірландії паб, відзначений зіркою Мішлена, з 14 розкішними номерами, оформленими під старовину. Обід 16:00 - Екскурсія на кліфи Мохер 19:00 - Майстер-клас з копчення лосося 20:00 - Дегустація крафтового пива та відвідування пивоварні в придорожній таверні
День 4	08:00 - Сніданок і виїзд з готелю 09:00 - Прогулянка по пляжу в Лахінчі і збір їстівних водоростей 12:00 - Козина ферма і дегустація сирів 14:00 - Заселення в "Burren Glamping" - переобладнаній вантажівці для коней, свиняча ферма 15:00 - Екскурсія в Національний парк Burren 18:00 - Яловича ферма
День 5	08:00 - Сніданок і виїзд з готелю 09:00 - Молочна ферма і дегустація морозива 11:00-14:00 - Переїзд в Дублін Обід, Виліт з аеропорту Дубліна

Джерело: складено автором

Отже для розробки гастрономічного туру Ірландією були враховані наступні передумови:

– Багатство гастрономічної культури: Ірландія має багату традицію щодо їжі та напоїв. Її гастрономічна сцена включає унікальні страви, такі як ірландське яловичина, омари, морепродукти, картопляні страви, ірландські сири, а також різноманітні види алкогольних напоїв, зокрема, віскі та пиво.

– Природні ресурси: Ірландія славиться своїми природними ресурсами, такими як родючі ґрунти, прозорі води та багаті біорізноманіттям області. Це сприяє вирощуванню свіжих овочів, фруктів, ягід, а також екологічно чистих продуктів тваринництва.

– Місцеві страви та виробники: Ірландія пишається своїми місцевими виробниками, які забезпечують високоякісні і старанно виготовлені продукти. Це включає місцеві ферми, риболовні господарства, сирні майстерні, пивоварні та віскі-дистилерії.

– Туристична інфраструктура: Ірландія має добре розвинену туристичну інфраструктуру, включаючи готелі, ресторани, кулінарні школи, гастрономічні фестивалі та кулінарні майстер-класи. Це забезпечує комфортне перебування туристів та можливість досліджувати місцеву кухню.

– Культурний аспект: гастрономічний тур Ірландією також враховує культурний аспект країни. Ірландська кухня має глибокі корені в ірландській культурі, традиціях та спадщині. Вона дозволяє туристам зануритися в ірландську історію та традиції через смакові враження.

Враховуючи ці передумови, розробка гастрономічного туру Ірландією може надати туристам можливість насолодитися аутентичною ірландською кухнею, спробувати місцеві страви та напої, досліджувати місцеві продукти та отримувати задоволення від культурного та гастрономічного досвіду.

2.2. Заходи з просування туру на ринку України

Маркетинг є безперечно важливим елементом при плануванні та просуванні гастрономічних турів. Гастрономічні тури надають унікальну можливість для подорожуючих досліджувати та насолоджуватися культурою, традиціями та кулінарними особливостями різних регіонів та країн. Проте без ефективного маркетингового підходу, великий потенціал гастрономічних турів може залишитися невикористаним.

Однією з ключових переваг маркетингу для гастрономічного туру є залучення уваги цільової аудиторії. Маркетингові стратегії, такі як реклама, веб-сайти, соціальні медіа та PR-компанії, можуть допомогти вибудувати бренд та зростити зацікавленість серед потенційних туристів. Це особливо важливо в сучасному цифровому світі, де люди шукають інформацію про подорожі та культурні враження в Інтернеті. Маркетингова кампанія може допомогти забезпечити належну видимість та залучення цільової аудиторії до гастрономічних турів.

Крім того, маркетинг дозволяє виділити наш гастрономічний тур серед конкурентів. За останні роки спостерігається зростання популярності гастрономічних турів, що призводить до збільшення конкуренції. Хорошою маркетинговою стратегією можна привернути увагу туристів, виокремити унікальність та особливість конкретного гастрономічного туру, надати переконливі причини, чому саме цей тур є найкращим вибором. Це може включати презентацію місцевої кухні, традицій, історії та культурних особливостей, що створює неповторний досвід для учасників туру [38].

У маркетингу орієнтуються на задоволення потреб цільових ринків. Головна увага туристичної фірми спрямована на спостереження за ринком, виявлення потреб клієнтів і проведення маркетингових заходів для їх задоволення. Цей підхід дозволяє фірмі отримувати прибуток. Однак важливо, щоб концепція маркетингу не тільки заявлялася, але й реалізовувалася на практиці. Багато фірм заявляють про використання маркетингу, але обмежуються лише рекламою або створенням відділу маркетингу, що не

вирішує проблему реального застосування маркетингової концепції. З розвитком ринкових механізмів збільшуються можливості ефективного застосування маркетингу. «Орієнтація на маркетинг як філософію бізнесу сприяє поступовій перебудові психології співробітників, розуміння того, що успішна діяльність підприємства в умовах ринку залежить від роботи кожного, а не тільки працівників служби маркетингу» [5].

Застосування маркетингових стратегій допомагає також залучати нові цільові групи до гастрономічних турів. Ретельне дослідження ринку та визначення потреб цільової аудиторії дозволяють створити привабливу та персоналізовану пропозицію для кожної групи.

Так цільова аудиторія гастрономічних турів включає:

- туристів, охочих долучитися до культури країни через її національну кухню;
- туристів-гурманів;
- туристів, що використовують кулінарний тур для проходження навчання та здобуття професійних навичок (кухарі, сомельє, дегустатори, ресторатори);
- представники турфірм, які подорожують з метою вивчення цього туристичного напрямку. [8]

Ці дані ми приймаємо до уваги як під час розробки туру, так і під час створення стратегії його просування. Також маркетинг важливий для забезпечення тривалої успішності гастрономічного туру. Позитивний вплив маркетингових зусиль може призвести до підвищення репутації туроператора та збільшення кількості повторних клієнтів. Задоволені туристи стають прихильниками та рекомендують гастрономічні тури своїм друзям та родині. Це сприяє розвитку позитивного відгуку та підтримці бізнесу в довгостроковій перспективі.

Для максимізації результату від просування нашого туру ми будемо залучати різні маркетингові інструменти у комплексі. Кожен етап розписаний у таблиці 2.7.

Таблиця 2.7

Етапи просування гастрономічного туру «Смаки Смарагдового острова»

Етапи просування	Характеристика
Дослідження та аудиторії	Залучаємо детальне дослідження ринку гастротуризму, включаючи аналіз попиту, конкурентів та цільової аудиторії. Визначаємо основні характеристики вашої цільової аудиторії, такі як інтереси, поведінка, демографічні дані, щоб адаптувати нашу стратегію до їхніх потреб.
Розробка УТП	Визначаємо основні переваги та унікальність нашого гастротуру, що виділяють його серед конкурентів. Формулюємо ці значущі елементи унікальної пропозиції, яка стане основою нашого маркетингового повідомлення.
Розробка бренду	Створюємо привабливий бренд та візуальну ідентичність, яка відображає концепцію нашого гастротуру. Це включає публікацію логотипу, дизайну веб-сайту, упаковки та інших матеріалів, що передають нашу унікальність та професіоналізм.
Залучаємо цифровий маркетинг	Ми використовуємо цифрові маркетингові канали, такі як веб-сайт, соціальні медіа, електронна пошта, контент-маркетинг та SEO, щоб залучити ваш гастротур. Публікуємо привабливий контент, оптимізуємо веб-сайт для пошукових систем, використовуємо соціальні медіа для побудови спільноти та взаємодії з потенційними клієнтами.
Участь у фестивалях	Приймаємо участь у подіях та фестивалях, пов'язаними з гастрономією та туризмом, щоб залучити більше уваги до нашого продукту.
Залучаємо впливових осіб	Співпрацюємо з відомими українськими кулінарними та тревел блогерами, журналістами та іншими впливовими особами, щоб вони ділилися інформацією про наш гастротур через свої соціальні мережі.
Публікуємо промоакції та спеціальні пропозиції	Залучаємо увагу потенційних клієнтів за допомогою промоакцій, розіграшів, знижок або спеціальних пропозицій, які роблять наш гастротур більш привабливим для потенційних клієнтів.
Публікуємо та використовуємо відгуки клієнтів	Активно публікуємо та використовуємо відгуки клієнтів, які вже скористалися нашим гастротуром. Ми публікуємо їх на нашому веб-сайті, соціальних медіа та інших маркетингових матеріалах, щоб показати довіру та задоволення клієнтів.

Джерело: складено автором

Таким чином для ефективного просування гастрономічного туризму важливо детально вивчити та зрозуміти цільову аудиторію, ретельно розробити

туристичний продукт, який акцентує на кулінарних насолодах, а також провести результативну рекламну кампанію, використовуючи стратегію контент-маркетингу, підтримуючи постійний контакт з клієнтами та аналізуючи отримані результати.

Запропоновано наступні рекламні можливості у таблиці 2.8, які можна використати для поліпшення показників туристичного потоку.

Таблиця 2.8

План просування туристичного продукту у сфері гастрономічного туризму

Вид реклами	Ціль	Суть	Налаштування	ЦА	Тривалість рекламної кампанії	Бюджет
Офлайн майстер-клас з приготування Ірландського сніданку в ірландському пабі в Україні	Познайомити аудиторію з особливостями традиційної ірландської кухні, Розказати про історію, гастрономічні особливості регіону; збільшити зацікавленість відвідання Ірландії, а значить і потенційних клієнтів	Провести кулінарний майстер-клас з шеф-кухарем ірландського пабу	Створити та розмістити оголошення про проведення майстер-класу на нашому вебсайті та у всіх соцмережах	Жінки та чоловіки, які прагнуть отримати новий кулінарний досвід і познайомитися з новою країною	Підготувати 1 тижень. Майстер-клас - 2 години	Співпрацюємо з ірландськими пабом на бартерній основі з метою взаємопіару

Продовження таблиці 2.8

Дегустація різних сортів віскі в ірландському пабі в Україні	Розказати про історію створення віскі, продегуштувати кілька різних сортів, зацікавити аудиторію побувати на батьківщині віскі і подивитися, як народжуються легендарні алкогольні бренди	Провести дегустацію віскі з сомельє або барменом ірландського пабу	Створити та розмістити оголошення про проведення дегустації на нашому вебсайті та у всіх соцмережах	Чоловіки 30-50 років, які віддають перевагу дорогим та високоякісним алкогольним напоям та прагнуть дізнатися нову інформацію про них	Підготувати і рекламу - 1 тиждень. Дегустація - 2 години	Співпрацюємо з ірландським пабом на бартерній основі з метою взаємопіару
Тиждень вебінарів про Ірландію на нашій сторінці в Інстаграм	Покращити обізнаність аудиторії щодо Ірландії та її гастрономічно-туристичного потенціалу; Збільшити кількість підписників, а також потенційних клієнтів	Запросити українських тревел блогерів та фудблогерів для проведення ефірів на нашій сторінці на бартерній основі	Створити та розмістити оголошення про проведення вебінарів на нашому вебсайті та у всіх соцмережах	Активна молодь та сімейні пари, зацікавлені в тематиці гастротуризму	Підготувати і рекламу - 2 тижні, Вебінари - 1 година кожен день протягом тижня	Співпрацюємо з блогерами на бартерній основі з метою взаємопіару

Джерело: складено автором

Подібні заходи допоможуть налагодити зв'язок з потенційними клієнтами, збільшити лояльність до нас, показати нашу експертність, а також розвіяти

можливі страхи та вагання, що можуть виникнути у туристів, при прийнятті рішення поїхати до нової для них туристичної дестинації.

2.3. Економічне обґрунтування туру

Гастрономічний тур "Смаки смарагдового острова" буде розроблений з метою надання туристам унікальної можливості відчувати культуру країни через її кулінарну спадщину. Цей тур надає можливість гостям дослідити багатство і різноманітність місцевої кухні, спробувати аутентичні страви та напої, а також зануритися в місцеві традиції і культурні звичаї, пов'язані з їжею. Він дозволяє туристам отримати неперевершений досвід, розширити свої кулінарні горизонти та насолодитися унікальною подорожжю, яка поєднує гастрономію та культуру. У програму туру включені екскурсії та майстер-класи на різноманітні ферми та виробництва, відвідування мішленівських ресторанів та унікальних традиційних закладів.

Окрім того туристи матимуть змогу поринути у природничу красу Ірландії, та побачити найвидатніші її природні дива. Гастрономічний тур "Смаки смарагдового острова" має зацікавити туристів, що цікавляться кулінарним світом – гурмани, кухарі та поціновувачі високоякісних страв точно не залишаться байдужими.

В цьому турі максимально екологічно поєднані абсолютно усі напрямки ірландської гастрономії. За рахунок цього вартість туру не можна вважати бюджетною, проте тур охоплює усі бажання цільової аудиторії та закриває всі їх потреби.

Буде проведена калькуляція туру за найдорожчим тарифом, розрахованим на 2 відпочиваючих. Дана пропозиція рекомендується для продажу сімейним парам, близьким друзям чи родичам, так як проживання в готелі передбачається у двомісному номері. В майбутньому планується розробка більш бюджетних тарифів, розрахованих на подорож для 4 осіб і більше. Також планується можливість створення індивідуального туру за бажанням при наявності попиту на нього. З метою визначення витрат варто здійснити калькуляцію собівартості гастрономічного туру "Смаки смарагдового острова" (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

**Економічне обґрунтування собівартості туристичного продукту "Смаки
смарагдового острова" (у розрахунку на 1-го туриста)**

№ з/п	Витрати	Сума (євро)
1.	Транспортні витрати (оренда автомобілю)	150
2.	Проживання (4 ночі + сніданки)	405
3.	Екскурсії та майстер-класи:	
3.1.	Екскурсія до Old Jameson Distillery	30
3.2.	Майстер-клас з приготування коктейлів	55
3.3.	Музей пива Guinness	30
3.4.	Устрична ферма	55
3.5.	Майстер-клас з копчення лосося	12
3.6.	Дегустація пива в крафтовій пивоварні	35
3.7.	Збір їстівних водоростей	35
3.8.	Козина ферма: дегустація сирів	15
3.9.	Яловича ферма	30
3.10.	Дегустація морозива на молочній фермі	30
4.	Природничі локації	
4.1.	Скелі Мохер	8
5.	Послуги гіда	250
6.	Страховка	25
	Разом прямих витрат	1165
7.	Загальновиробничі витрати (15% від прямих витрат)	174,75
8.	Витрати на просування (10% від прямих витрат)	116,5
9.	Виробнича собівартість	1456,25
10.	Прибуток (націнка)	291,25
11.	Ціна на 1 туриста, без ПДВ	1747,5
12.	ПДВ (20%)	349,5
13.	Ціна продажу на 1-го туриста, з ПДВ	2097

Джерело: складено автором

Таким чином ціна продажу тура на 1 туриста, включаючи ПДВ становить 2097 євро, а виробнича собівартість для туристичної компанії становить 1456 євро.

За результатами проведеного раніше аналізу конкурентів можемо зробити висновок, що ціна на наш тур є конкурентоспроможною, та не перевищує вартість інших гастрономічних турів від українських компаній.

На наступному етапі варто спрогнозувати фінансові результати від впровадження нового туристичного продукту у сфері гастрономічного туризму. Задля цього варто спочатку спрогнозувати потенційний попит на туристичний продукт як серед українських туристів, так й іноземних. Результати представлені в наступній таблиці.

Таблиця 2.10

**Прогноз попиту на туристичний продукт «Смаки смарагдового острова»
для українських та іноземних туристів на 2024 рік**

Період	Українські туристи, осіб	Іноземні туристи, осіб	Разом, осіб
Перший квартал	14	18	32
Другий квартал	24	26	50
Третій квартал	40	38	78
Четвертий квартал	26	28	54
Разом за рік	104	110	214

Джерело: складено автором

Таким чином на наступний 2024 рік ми прогнозуємо наступну кількість клієнтів, в числі яких 104 українських туристів, та 110 осіб з іноземних туристів, що разом складає 214 осіб.

Ми прогнозуємо найбільший попит на туристичний продукт у період третього кварталу, який припадає на час, коли більша частина людей має річну відпустку.

Також важливим фактором виступає найбільш привабливий для туристів сезон в Ірландії зі сприятливою погодою, яка дозволяє максимально насолодитись подорожжю.

Найменшу кількість замовлень ми прогнозуємо на перший квартал, адже на цей момент у нас не буде можливості залучити у рекламній кампанії відгуки наших клієнтів, тому ми маємо бути готові стикнутись з певною недовірою. Однак в майбутньому ситуація поліпшиться, так як у нас буде можливість продемонструвати новим клієнтам відгуки від попередніх туристичних груп.

Таблиця 2.11

**Прогнозні результати від формування та продажу туру «Смаки
смарагдового острова» на 2024 рік**

Період	Разом, осіб	Доходи від продажу турів (без ПДВ), євро	Чистий прибуток, євро
Перший квартал	32	55920	9320
Другий квартал	50	87375	14562,5
Третій квартал	78	136305	22717,5
Четвертий квартал	54	94365	15727,5
Разом за рік	214	373965	62327,5

Джерело: складено автором

За результатами дослідження очікуваний річний дохід від реалізації гастрономічного туру може становити 373965 євро, в тому числі чистий прибуток у розмірі 62327,5 євро. Однак на фінальний результат можуть впливати зовнішні фактори, які не можливо контролювати.

Отже за попередніми розрахунками розроблений нами туристичний продукт у сфері гастрономічного туризму може бути представлений на туристичному ринку та успішно реалізований. Його проведення прогнозується вигідним, оскільки тур повністю задовольняє бажання та потреби гостей та приносить дохід компанії.



ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У даній роботі представлений аналіз науково-теоретичних джерел, пов'язаних з гастрономічним туризмом, а також дослідження ринку цього напрямку як в Україні, так і за її межами. Результати аналізу показали зростання інтересу до гастрономічного туризму та його потенціал для розвитку.

На даний момент світовими лідерами у гастрономічному туризмі є Італія, Франція та Японія. Ірландія поки що не є такою популярною серед туристів-гурманів. Однак дослідження дозволило виявити потенційні можливості та конкурентні переваги у цій сфері. Був визначений ресурсний потенціал Ірландії та обрані найважливіші туристичні об'єкти, які були включені до розробленого гастрономічного туристичного продукту. Туристичний маршрут охоплює столицю Ірландії та західне узбережжя.

Грунтуючись на зібраній інформації, було розроблено маршрут та план для цього туристичного продукту. При розробці маршруту були враховані кулінарні традиції, культурні пам'ятки та унікальні об'єкти Ірландії, щоб забезпечити незабутні враження для туристів.

В результаті для програми туру було знайдено більше 15 туристичних об'єктів, таких як крафтові пивоварні, відомі віскікурні, органічні ферми молочної та м'ясної продукції, а також морепродуктів. В план туру входять кулінарні майстер-класи та дегустації продукції від локальних виробників. В якості закладів розміщення для туристів були обрані три готелі з унікальною атмосферою. Під час подорожі наші гості матимуть змогу поринути в атмосферу Мішленівських закладів, і в той же день познайомитись з життям місцевих фермерів. Наш тур наповнений контрастами, аби створити повноцінну картину гастрономії та кулінарних традицій в Ірландії.

У результаті роботи були обґрунтовані заходи щодо просування цього туристичного продукту на території України, враховуючи особливості українського ринку та цільову аудиторію. Маркетингові стратегії та рекламні заходи були розроблені з метою досягнення високого рівня продажу.

Окрім просування в соціальних мережах, ми прагнемо створювати унікальні офлайн-зустрічі, що привернуть увагу цільової аудиторії та зміцнять довіру до нас, як до організаторів туристичної подорожі. Так будуть залучені тревел блогери та ірландські паби, розташовані в Україні, для проведення дегустацій та майстер-класів.

Було вираховано чистий прибуток з кожного туру, який становить 290 євро. Що говорить про те, що тур є економічно вигідним та прибутковим. Завдяки реалізації цього продукту туристична компанія щорічно може отримувати прибуток у розмірі близько 60000 євро.

Робота дала можливість розробити новий гастрономічний туристичний продукт, заснований на дослідженні наукових джерел, аналізі ринку та ресурсному потенціалі країни. Розроблений маршрут та план просування сприятимуть привабливості цього продукту для туристів, а економічне обґрунтування та розрахунок доходів допомогли оцінити його ефективність. Запровадження такого туристичного продукту може стати успішним кроком для розвитку гастрономічного туризму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Басюк , Д. (2012). *Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні*. Наукові праці НУХТ. 2012. №45.
2. Вишневецька, Г. (2013). ПОТЕНЦІАЛ КУЛІНАРНИХ ТУРІВ У КОНТЕКСТІ СПЕЦІАЛІЗОВАНОГО ТУРИЗМУ. *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури*. Вип.31, 112-118.
3. Вульф, Е. (без дати). Отримано з worldfoodtravel.org: <https://www.worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism>
4. Горова, Д. (2020). Гастрономічний туризм в Україні та світі: чим цікавий та як все влаштовано. <https://lowcost.ua/what-is-food-tourism/>.
5. Дурович, А., & Копанев , А. (1998). *Маркетинг в туризмі*. Економпресс.
6. Ковешніков, В., & Гармаш, В. (2017). Винний та гастрономічний туризм: важливий потенціал розвитку економіки. *Інвестиції: практика та досвід №4*, 32-37.
7. Красовський, С. (2021). Гастрономічний туризм як актуальний тренд сучасної культури. *Питання культурології* 37, 169-180.
8. Непочатенко, В. (2019). *Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку*. Умань: Матеріали Всеукр. наук.-практ. конф.
9. Офіційний сайт глемпінгу "Burren Glamping": <http://burrenglamping.com/>
10. Офіційний сайт готелю «Wild Honey»: <https://www.wildhoneyinn.com/>
11. Офіційний сайт козиної ферми "St. Tola Irish Goat Cheese": <https://www.st-tola.ie/>
12. Офіційний сайт копильні ірландського органічного лосося "Burren Smokehouse": <https://www.burrensmokehouse.com/>

13. Офіційний сайт молочної ферми з виготовлення морозива "Linalla Ice Cream": <https://www.linnallaicecream.ie/>
14. Офіційний сайт Національного парку Буррен: <https://www.nationalparks.ie/burren/>
15. Офіційний сайт пивоварні "Burren Brewery": <https://www.burrenexperiences.ie/burren-brewery/>
16. Офіційний сайт по збору їстівних водоростей "Wild Kitchen": <http://wildkitchen.ie/>
17. Офіційний сайт Скель Мохер / Cliffs of Moher: <https://www.cliffsofmoher.ie/>
18. Офіційний сайт ферми свиней "Burren Free Range Pork": <http://burrenfreerangepork.com/>
19. Офіційний сайт ферми устриць "Flaggy Shore Oysters": <https://www.flaggyshoreoysters.ie/>
20. Офіційний сайт яловичої ферми "Burren Premium Beef": <https://burrenfarmexperience.ie/>
21. Расулова , А. (2015). Потенціал ресторанного бізнесу у розвитку гастрономічного туризму України. *Економіка та держава № 5*, 78–83.
22. Саламатіна , С. (2014). Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму на півдні Одещини. *Наукові праці ОНАХТ №46.* , 325-329.
23. Уварова , Г., & Мелько, Л. (2021). НІШЕВИЙ ТУРИЗМ ЯК ЧИННИК АКТИВІЗАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ. 157.
24. Філь, М., & Циган, Т. (2020). ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КУЛІНАРНОГО ТУРИЗМУ. *Матеріали XIV Міжнародної наукової конференції «Географія, економіка і туризм»* (сс. 357-360). Львів: ЛНУ імені Івана Франка.

25. Anand, R. (2023). *24 Fabulous Places To Visit In Ireland*. Отримано 31 03 2023 р. з Travel triangle: <https://traveltriangle.com/blog/places-to-visit-in-ireland/>
26. Brokaj, M. (2014). The Impact of the Gastronomic Offer in Choosing Tourism Destination: The Case of Albania. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies MCSER Publishing. . Vol.3. No.2. , 249-258.*
27. Camila. (2023). *10 REASONS WHY YOU SHOULD VISIT IRELAND*. Отримано 31 03 2023 р. з Nordic visitor: <https://www.nordicvisitor.com/blog/10-reasons-visit-ireland/>
28. *Classification of tourism. World tourism Barometer* . (2020). Отримано з Official site of «UNWTO»: Official site of «UNWTO»
29. Dasilva, D. (2015). Assessing The Economic Potential For Culinary Tourism In Suriname: A Value Chain Approach. Отримано з <http://www.surinamecompete.org/wp-content/uploads/2016/01/Assessing-TheEconomic-Potential-Of-Culinary-Tourism-Revised.pdf>.
30. Edited by Rocha, Á., Abreu, A., Vidal de Carvalho, J., Liberato, D., Alén González, E., & Liberato, P. (без дати). Advances in Tourism, Technology and Smart Systems. *Smart Innovation, Systems and Technologies 171* (с. 84-86). Proceedings of ICOTTS 2019.
31. Ferreira da Silva, C., & Lam, P. (2021). *The Top 5 Trends Shaping the European Food Industry*. Отримано з Official site of Plug and play: <https://www.plugandplaytechcenter.com/resources/top-5-trends-shaping-european-food-industry/>
32. Horng, J., & Tsai, C. (2012). Culinary tourism strategic development an Asia-Pacific perspective. *International Journal of Tourism Research*, 40-50.
33. <http://www.worldfoodtravel.org>. Отримано 13 04 2023 р. з Офіційний сайт Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму.

34. Ireland Failte (2017). *FOOD AND DRINK STRATEGY 2018-2023*.

Отримано з www.failteireland.ie

35. Key trends in culinary tourism (2018). London: Global Data.

36. Organization, W. T. (2012). *UNWTO Annual Report 2012*. Spain.

37. Özdemir, B., & Seyitoğlu, F. (2017). A conceptual study of gastronomical quests of tourists: Authenticity or safety and comfort? *Tourism Management Perspectives*, Vol. 23, 1-7.

38. Quan, S., & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: an illustration. *Tourism Management* 25 (с. 297-305). Department of Leisure Studies, College of Applied Life Studies, University of Illinois, Urbana-Champaign,.



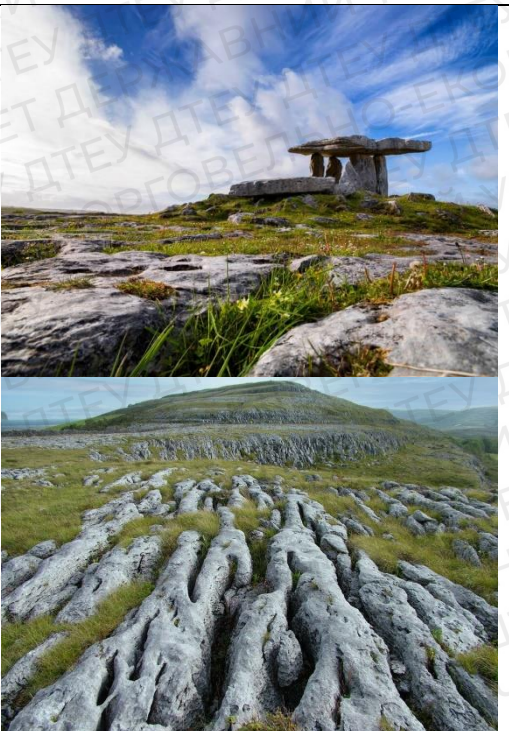

39. Sanchez-Canizares, S., & Lopez-Guzman, T. (2012). Gastronomy as a tourism resource: Profile of the culinary tourist. *Current Issues in Tourism*, 229-245.

40. *Traditional Mexican cuisine - ancestral, ongoing community culture, the Michoacán paradigm*. (2010). Отримано 02 04 2023 р. з <https://ich.unesco.org/en/RL/traditional-mexican-cuisine-ancestral-ongoing-community-culture-the-michoacn-paradigm-00400>

ДОДАТКИ



Фото-характеристика об'єктів гастрономічного туру в графстві Клер

Назва об'єкту	Фото	Назва об'єкту	Фото
Скелі Мохер		Готель «Wild Honey»	
Національний парк Буррен		Глемпінг "Burren Glamping"	

Ферма
устриць
"Flaggy
Shore
Oysters"



Коптильня
ірландсько
го органічно
го лосося
"Burren
Smokehou
se"



Яловича
ферма
"Burren
Premium
Beef"



Молочн
а ферма
і морозив
о "Linalla
Ice
Cream"





Пивоварня
"Burren
Brewery"



Ферма
свиней
"Burren
Free
Range
Pork"



Збір
їстівних
водоростей
"Wild
Kitchen"





Козина ферма "St. Tola Irish Goat Cheese"



SCIENTIA DIFFICILIS SED FRUCTUOSA

Додаток Б

Характеристика туристичних об'єктів в Дубліні

Трінті-коледж, Дублін

Один з найстаріших і найпрестижніших вузів Ірландії. Його закінчили багато видатних діячів науки і мистецтва. Більшість відвідувачів приходять сюди, щоб побачити легендарну Келлську книгу, створену ірландськими ченцями приблизно в 800 році. Вона зберігається в бібліотеці коледжу.



The Temple Bar Pub, Дублін

Візитівкою кварталу є найвідоміший Temple Bar (47/48 Temple Bar, Dublin 2), який працює з 1840 року. Найкрасивіший фасад з тисячами квітів, кілька невеликих залів, що перетікають одна в одну, колаж плакатів, найбагатша в Ірландії колекція віскі, знаменитий Гіннес, щоденна жива музика та неперевершена дружня атмосфера.

КАФЕДРАЛЬНИЙ СОБОР
СВЯТОГО ПАТРИКА,
ДУБЛІН

Побудований в період між 1220 і 1260 роками храм — одна з небагатьох збережених будівель середньовічного Дубліна. Це найбільший собор в Ірландії. Тут похований автор «Подорожей Гуллівера» Джонатан Свіфт, який був деканом собору з 1713 по 1745.



Guinness Storehouse, Дублін

Цей інтерактивний музей, відкритий в будівлі колишнього ферментаційного цеху пивоварні Guinness, — найбільш відвідувана пам'ятка Ірландії. На семи поверхах розмістилися експозиції, що розповідають про процес виробництва пива і правила його вживання, ресторани, бари, сувенірні магазини. Рекомендуємо піднятися в Gravity Bar, звідки відкривається панорамний вид на Дублін.



Винокурня Old Jameson Distillery, Дублін

Цінителі міцних напоїв оцінять екскурсію на колишній завод з виробництва віскі Jameson. У програмі: захоплюючі розповіді про історію брэнда, пояснення процесу виробництва та дегустація декількох сортів віскі.



Ресторан "Library Street"

Ресторан пропонує вишукану гастрономічну кухню, в основі якої лежить використання найсвіжіших місцевих інгредієнтів. Їхнє меню включає широкий вибір страв, від класичних до авторських, зі спеціальним акцентом на якість і смак. Крім того, "Library Street" славиться своєю винною карткою, яка пропонує різноманітні сорти вин з усього світу.

Крім відмінної кухні, "Library Street" привертає увагу своєю внутрішньою атмосферою. Заклад оформлений у стилі бібліотеки, з шафами з книгами, дерев'яними меблями і елегантними деталями, що створюють відчуття комфорту і затишку.



Ariel House

Чарівний гостьовий будинок Ariel House розташований в історичному районі Дубліна Болсбрідж. Завдяки поєднанню вікторіанської елегантності та сучасного комфорту, він пропонує чудовий відпочинок для мандрівників. Красиво обладнані номери, тепла гостинність і смачний сніданок створять незабутнє перебування. Його зручне розташування дозволяє гостям легко досліджувати популярні пам'ятки та насолоджуватися жвавим центром міста. Ariel House є ідеальним вибором для тих, хто шукає затишного та гостинного проживання в Дубліні.



The Irish Potato Cake Company

Це унікальний ірландський стріт фуд заклад, що спеціалізується на традиційних ірландських картопляних виробах. Вони виготовляються вручну, використовуючи місцеві інгредієнти та традиційні рецепти, що призводить до смачних та справжніх смаків. Незалежно від того, чи користується закускою чи частиною ситної страви, вони забезпечують смак кулінарної спадщини Ірландії при кожному укусі.



Дублінський замок, Дублін

Побудований в XIII столітті для захисту міста. Чого тут тільки не було: королівська резиденція, парламент, суд, резиденція президента. В даний час замок використовується урядом для проведення офіційних прийомів і банкетів. Замок оточують сади, закладені на початку XVII століття.



Додаток В

Приклади гастрономічних турів в країни Європи на сайтах українських туристичних компаній



ГАСТРОТУР: ПРОВАНС

Дати туру:
24 - 30 червня 2023

Місце в групі: 10
Залишилось: 4

ХОЧУ ПОЇХАТИ

Програма



7 днів

Проживання протягом 7 днів/ 6 ночей на затишній віллі з басейном та парком у самому серці Провансу



Подорожі

Гастрономічні та познавальні екскурсії в Авіньйон, Арль, Сен-Ремі де Прованс, Бо-де-Прованс, Горд та Екс-ан-Прованс



Турбота

Місцевий гід та наш супровід



€ 1690 + авіа переліт

Проживання, транспорт, екскурсії, дегустації, сніданки, обіди та вечері

Ціна туру €1690 + авіа переліт



ВХОДИТЬ В ЦІНУ:

- проживання протягом 7 днів/ 6 ночей на затишній віллі у серці Провансу
- сніданки у французькому стилі на віллі
- ВСІ обіди / вечері в автентичних та гастрономічних ресторанах регіону або на віллі
- відвідування місцевих господарств з виробництва сирів, оливкової олії з дегустацією
- відвідування виноробних господарств апелласьонів Шатоннеф дю Пап та Бо-де-Прованс з дегустацією вин
- майстер-клас з вин Провансу
- гастрономічні та визначні екскурсії в Авіньйон, Арль, Сен-Ремі де Прованс, Бо-де-Прованс, Екс-ан-Прованс, Люберон
- транспорт на всі дні туру, включаючи трансфер аеропорт-віла та вілла-аеропорт
- супровід гастрономічного гіда
- повний супровід організаторів поїздки протягом усього туру

Скріни з сайту: <https://gastroweeks.org/provence>



Гастрономічний тур ТОСКАНА

Трюфель. К'янті. Флорентійський стейк.
9-14 жовтня 2023 (залишилось 3 місяця)

Програма гастрономічного туру у Тоскану

Дати	Аеропорт	Як довго	Група
9-14 жовтня 2023	Флоренція (Перетола)	6 днів/5 ночей	14 гостей

Зміст та вартість програми

Вартість програми **€2290** на одного гостя

Що входить у вартість:

- Проживання у затишному історичному готелі (двомісне проживання DBL або TWIN)
- Трансфер до аеропорту Перетола Флоренція (до рекомендованих рейсів)
- Усі переміщення маршрутом на комфортабельному мікроавтобусі
- 5 сніданків
- 4 обіди (у тому числі з трюфелем, з флорентійським стейком)
- 5 вечерь
- Трюфельне полювання з обідом
- Кулінарний майстер-клас із тосканським шеф-кухарем
- Майстер-клас із приготування флорентійського стейка від м'ясника в третьому поколінні
- Усі дегустації вин
- Екскурсія Сієною з гідом
- Прогулянка по Ареццо
- Візит до льоху замку маркізів Фрескобальді
- Щоденний супровід місцевого професійного гіда
- Щоденний супровід організатора туру

Додатково:

- Міжнародний переліт до Флоренції
- За бажанням, ви можете вибрати одномісне проживання – доплата €200 (за наявності одномісних номерів на момент бронювання)
- Їжа та алкоголь, що не входять до програми
- Страхування (обов'язково)
- Особисті витрати

Скріни з сайту: <https://gastrotravel.club/ua/toscana-gastrotour>