

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра туризму та рекреації

**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**«РОЗРОБЛЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ  
КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ТА ЙОГО ПРОСУВАННЯ НА РИНКУ КРАЇН ЄС»**

Студента 4 курсу, 19 групи,  
освітнього ступеня «бакалавр»  
спеціальності 242 «Туризм»  
освітньої програми  
«Міжнародний туризм»

Нечаєвої Юлії  
Олександрівни

\_\_\_\_\_

підпис студента

Науковий керівник

канд. екон. наук,  
доцент

Жученко  
Валентина  
Григорівна

\_\_\_\_\_

підпис керівника

Гарант освітньої програми

к. держ. упр.,  
доцент

Кравцов Сергій  
Станіславович

\_\_\_\_\_

підпис керівника

*Київ 2023*

Державний торговельно-економічний університет  
Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу  
Кафедра туризму та рекреації  
Освітній ступінь «бакалавр»  
Спеціальність 242 «Туризм»  
Освітня програма «Міжнародний туризм»

**Затверджую**

Зав. кафедри

Ткаченко Тетяна Іванівна

« \_\_\_\_ » грудня 2022 р.

### **Завдання**

#### **на випускню кваліфікаційну роботу студентові**

Нечаєвій Юлії Олександрівні

*(прізвище, ім'я, по батькові)*

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

«Розроблення гастрономічного туру територією Київської області та його просування на ринку країн ЄС»

Затверджена наказом ДТЕУ від «01» листопада 2022 р. № 2900

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: «2» червня 2023 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

*Мета роботи:* дослідження теоретичних засад і розроблення практичних рекомендацій щодо формування продукту гастрономічного туризму територією Київської області

*Об'єкт дослідження:* процес розроблення та просування продукту гастрономічного туризму

*Предмет дослідження:* теоретичні, методологічні та практичні аспекти розроблення та просування продукту гастрономічного туризму територією Київської області.

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

ВСТУП

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Теоретичний базис гастрономічного туризму

1.2. Діагностика ринку гастрономічного туризму

1.3. Ресурсний потенціал Київської області для розвитку гастрономічного туризму

## РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

2.1 Розроблення маршруту та програми туру

2.2 Заходи та інструменти просування гастрономічного туру на ринку країн ЄС

2.3. Економічне обґрунтування туру

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

## 5. Календарний план виконання випускної кваліфікаційної 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	11.12.2022
3.	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	26.12.2022- 10.02.2023	10.02.2023
4.	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	11.02.2023- 21.04.2023	21.04.2023
5.	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи	22.04.2023- 08.05.2023	07.05.2023
6.	Представлення роботи на кафедрі та попередній захист у комісіях	09.05.2023- 26.05.2023	26.05.2023
7.	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	27.05.2023- 4.06.2023	02.06.2023
8.	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	5.06.2023	05.06.2023
9.	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	

6. Дата видачі завдання «21» грудня 2022 р.

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи: Жученко В.Г.  
(підпис, прізвище, ініціали)

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

9. Завдання прийняв до виконання студент: Нечаєва Ю.О.  
(підпис, прізвище, ініціали)

## 10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи

Випускна кваліфікаційна робота Нечаєвої Юлії Олександрівни виконана на тему «Розроблення гастрономічного туру територією Київської області та його просування на ринку країн ЄС» у терміни, визначені календарним графіком. Здобувач опрацювала масив інформаційних джерел, які розкривають сутність туризму, а саме його різновиду – гастрономічного туризму. Узагальнено підходи до його тлумачення та розкриті його особливі аспекти.

Досліджено туристично-ресурсний потенціал Київщини для розвитку гастрономічного туризму та запропоновано тур «Смаки Київщини», обґрунтовано заходи щодо його реалізації для туристів країн Євросоюзу.

В цілому робота відповідає вимогам, що висувуються до такого типу робіт та може бути рекомендована до захисту.

Після перевірки роботи на унікальність тексту виявлені недоліки усунені. Електронну версію випускної кваліфікаційної роботи отримано для передачі до репозитарію ДТЕУ.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_ Жученко В.Г.  
(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист \_\_\_\_\_  
(підпис, дата)

## 11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студентки Нечаєвої Ю.О. може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

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

Завідувач кафедри: \_\_\_\_\_ Ткаченко Т.І.  
(підпис, прізвище, ініціали)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ .....	9
1.1. Теоретичний базис гастрономічного туризму .....	9
1.2. Діагностика ринку гастрономічного туризму .....	13
1.3. Ресурсний потенціал Київської області для розвитку гастрономічного туризму .....	21
РОЗДІЛ 2.ПРОЄКТ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	28
2.1 Розроблення маршруту та програми туру .....	28
2.2 Заходи та інструменти просування гастрономічного туру на ринку країн ЄС.....	34
2.3. Економічне обґрунтування туру.....	40
ВИСНОВКИ.....	44
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	46

## ВСТУП

*Актуальність теми* дослідження обумовлена тим, що інтерес до гастрономії в світі набирає все більше обертів. З розвитком соцмереж стало популярним ділитися не тільки фотографіями DESTINATION і захоплюючих виглядів, а й подачею страв і напоїв в закладах харчування. Набирають популярності також безглютенові та веганські страви. Зростаюча зацікавленість туристів в нових смакових враженнях сприяє розвитку індустрії та впливає на вибір напрямлення. Сьогодні ми бачимо, як прихильники їжі подорожують на кулінарні фестивалі, або звичайні поїздки, маршрути яких наповнені їжею та напоями. Навіть місцеві жителі гуляють по власному місту в пошуках нового ресторану, щоб пообідати. До того ж, вагома частка туристичних витрат під час подорожей припадає на харчування, що свідчить про важливість гастрономії для якісного відпочинку. Тому на сьогоднішній день є актуальним питання розробки і збуту продуктів гастрономічного туризму на ринку.

*Мета роботи:* дослідження теоретичних засад і розроблення практичних рекомендацій щодо формування продукту гастрономічного туризму територією Київської області.

*Об'єкт дослідження:* процес розроблення та просування продукту гастрономічного туризму.

*Предмет дослідження:* теоретичні, методологічні та практичні аспекти розроблення та просування продукту гастрономічного туризму територією Київської області.

*Завдання дослідження:*

- З'ясувати поняття гастрономічного туризму
- Дослідити пропозиції гастрономічних турів на туристичному ринку України та ЄС
- Розглянути та охарактеризувати ресурсний потенціал ЄС, який відповідає завданням гастрономічного туризму

- Розробити програму та маршрут гастрономічного туру територією Київської області
- Розробити маркетингову стратегію просування гастрономічного туру
- Провести економічне обґрунтування розробленого гастрономічного туру

*Методи, які були використані під час дослідження:* методи теоретичного аналізу літературних джерел, порівняння, узагальнення, статичних досліджень, розрахунку.

*Структура роботи:*

Кількість сторінок – 50

Кількість таблиць – 14

Кількість рисунків – 5

Кількість використаних джерел – 42

*Апробація:* Результати наукового дослідження було оприлюднено в збірнику тез II Міжнародної студентської наукової конференції «Готельно-ресторанний та туристичний бізнес: реалії та виклики» (22 березня 2023 р., м. Київ) на тему "Гастрономічний туризм – як один із рушіїв поствоєнного відновлення України".



## РОЗДІЛ 1

# ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

### 1.1. Теоретичний базис гастрономічного туризму

Для більшості туристів сьогодні головною мотивацією при виборі напрямлення є місцева кухня. Туристи стали витрачати більше часу та коштів, щоб спробувати унікальні страви та напої. Поєднання пристрасті до подорожей та нових страв призвело до появи окремого виду туризму – гастрономічного (кулінарного).

Нині в англomовній літературі найчастіше зустрічаються терміни гастрономічний туризм (gastronomic tourism) або харчовий, продовольчий туризм (food tourism). Дегустаційний, кулінарний, кавовий, винний, сирний, пивний тощо – це всі різновиди гастрономічного туризму [5].

Термін «кулінарний туризм» перше ввела в обіг у 1998 р. професорка університету “Bowling Green” (США) Люсі Лонг для опису ідеї пізнання інших культур шляхом дегустації місцевих страв [8, с. 316].

На початку ХХ століття за ініціативи Еріка Вольфа було засновано Міжнародну асоціацію кулінарного туризму, а згодом в Сполучених Штатах було відкрито й Міжнародний інститут кулінарного туризму.

Всесвітня асоціація гастрономічного туризму (World Food Travel Association) визначає подорожі з метою отримання автентичного досвіду, заснованого на культурі споживання їжі або напоїв, відкритті унікальних місць та їхньої культури через національну кухню як поняття гастрономічного туризму [28].

Безпосередніми формами гастрономічного туризму є відвідування об'єктів гастрономічного туризму (музеї, сироварні, броварні, чайні та кавові плантації), фермерських господарств та продовольчих ринків, продуктових

ярмарок і фестивалів, ресторанів з регіональною кухнею, кулінарних курсів і майстер-класів, дегустаційних заходів, гастрономічних турів та екскурсій тощо [14, с. 34].

Таблиця 1.1

### Форми гастрономічного туризму

Заходи та фестивалі, присвячені продуктам та напоям	Щорічний фестиваль їжі в Гонконгу, Фестиваль вина і чаю в Індії
Харчові місцеві сувеніри	Джеми, мед, соління тощо
Ринки продуктів харчування та напоїв	Cours Saleya у Ніцці, Франція
Готелі, що пропонують тематичні майстер-класи, де відвідувачі можуть навчитися готувати страви або оцінити місцеву кухню	Gladstone в Торонто, Канада Adelphi в Мельбурні, Австралія Three Ways House, Англія
Місцеві ферми	Кавові стежки в Кургі, Індія
Виробники продуктів харчування, що пропонують пропонують екскурсії до їх локацій та можливості дегустацій	Чайні комплекси Ассам і Мегхляя, Індія
Виробники продуктів харчування, що розробляють атракції для просування своїх брендів	Société Roquefort, Франція Ринок вуличної їжі, Таїланд

*Джерело: Складено автором на основі [20]*

Гастрономічним туристом можна назвати особу, яка переважно відвідує заклади харчування з регіональною, місцевою кухнею та уникає франчайзингових ресторанів.

Метою гастрономічних туристів є не лише дегустація екзотичних та нових страв, а й пізнання країни чи регіону шляхом занурення в культуру приготування та споживання напоїв та їжі.

Основними країнами гастротуризму є Франція, Греція, Італія, Грузія, Швейцарія, Німеччина і Японія. Найбільший попит мають кулінарні тури переважно серед англійців, німців та американців.

Першими почали приваблювати потоки туристів до своєї країни в Італії, створюючи різні товариства та угруповання за інтересами під егідою вишуканої кулінарії. Сьогодні, за даними The World Food Travel Association 93% туристів під час подорожі приймають участь в усіляких заходах, пов'язаних з приготуванням або дегустацією їжі [29].

Світовий ринок гастрономічного туризму оцінювався в 1136 мільярдів доларів США у 2021 році. Наразі очікується, що до 2027 року ринкова вартість становитиме 1796,5 мільярда доларів США [26].

Особливості гастрономічного туризму:

1. Всі країни та регіони світу мають необхідні ресурси та умови для розвитку саме цього виду туризму.
2. Має мультисезонний характер і не залежить від пори року.
3. Турист глибше розуміє традиції та культуру країни перебування, ніж в звичайних культурно-пізнавальних подорожах.
4. Ціновий діапазон гастрономічних турів великий. На ринку є пропозиції як бюджетних варіантів з найвідомішими стравами, так і турів, що пропонують рідкісні та вишукані делікатеси. В кожного туриста є можливість обрати те, що відповідає його фінансовим можливостям.
5. Подібні тури не бувають «гарячими»

У 2012 році було проведено опитування серед асоційованих членів ЮНВТО. Так 88% вважають, що гастрономія є визначним елементом у створенні бренду та іміджу їх туристичних дестинацій. І лише 67% вважають, що їх країна має власний гастрономічний бренд. [5]

Щороку 18 квітня за підтримки World Food Travel Association відзначається Всесвітній день гастрономічного туризму (World Food Travel Day). Вперше це свято було започатковано для того, щоб привернути увагу споживачів до подорожей – спробувати нові продукти харчування й напої та отримати

досвід. Наразі івент об'єднує як представників світової індустрії туризму, так і звичайних мандрівників, які захоплюються місцевою їжею та напоями [28].



*Рис.1.1 Функції гастрономічного туризму*

*Джерело: складено автором на основі [13, с. 193]*

Культурно-історична функція полягає в споживанні місцевої їжі певного регіону, практично-пізнавальна в ознайомленні з технологіями виробництва продукції, бізнесово-економічна у встановлення торговельних та обмінних зв'язків з виробниками їжі, практично-прикладна у приготуванні страв, проведення майстер-класів та семінарів [13, с. 193].

Привертає увагу до гастрономічного туризму позитивний імідж знаменитих гастрономічних брендів та регіонів, таких як Кахетія, Тоскана або Прованс, китайський чай, український борщ, грузинські хачапурі, французькі круасани, а також знамениті гастролі шеф-кухарів Ектора Хіменеса-Браво, Адріана Риковського та інших.

У зв'язку з активним розвитком гастрономічного туризму, у багатьох країнах розпочали свою роботу туристичні фірми, що спеціалізуються на міжнародному гастрономічному туризмі. Ключовими гравцями індустрії є Waman Adventures, Feels Free Travel, Prague Best Experience, India Food Tour, Siem Reaper, Caspin Journeys, Nepalgram Adventure [25].

На сьогоднішній день є декілька міжнародних організацій, що

здійснюють свою діяльність в сфері гастрономічного туризму, а саме: Міжнародна асоціація гастрономічного туризму (The International Culinary Tourism Association), Міжнародний інститут кулінарного туризму та Всесвітня організація гастрономічного туризму (World Food Travel Association) [8].

Також можна спостерігати значне зростання гастрономічних компаній, а також івент-заходів, присвячених їжі та напоям. Цей вид туризму робить кожну країну перспективною та придатною для ведення туристичного бізнесу.

Гастрономічний туризм діє як об'єднуючий елемент для обміну культурними цінностями та досвідом у міжнародному середовищі. Світовою тенденцією є зростання попиту на гастрономічний туризм і його розвиток на території багатьох країн.

## **1.2. Діагностика ринку гастрономічного туризму**

Гастрономічний туризм стає все більш популярним у сучасному світі, а Україна, з її багатим культурним спадком та різноманітними кулінарними традиціями, є досить привабливою для туристів. Однак, не зважаючи на цей потенціал, ринок гастрономічного туризму в Україні залишається малодослідженим.

Діагностика ринку є необхідним етапом для розуміння поточного стану цієї галузі та визначення шляхів його подальшого розвитку. Аналіз ринку сприятиме підвищенню конкурентоспроможності країни у світовому туристичному просторі.

За даними Туристичного барометру України та головних управлінь статистики регіонів України, кількість прибуттів в Україну у 2020 році становила 3 382.097 млн. осіб, що на 75,3% менше порівняно з 2019 роком.

Кількість прибуттів до Київської області порівняно з 2019 роком зменшилася на 79,7%. Тим не менш, в 2021 році можна спостерігати позитивну динаміку, оскільки кількість прибуттів в Україну становила 4 271 991 млн відвідувачів, що на 26,3% більше, ніж в 2020 році [40].



*Рис. 1.2 Кількість прибуттів в Україні*

*Джерело: складено автором за даними [40]*

За даними Туристичного барометру України кількість ночівель в Україні у 2020 році склала 6 227 427, що на 74,4% менше порівняно з 2019 роком. Кількість ночівель у Київській області порівняно з 2019 роком зменшилась на 40,7% до 517 560 тис. [40].



*Рис. 1.3 Кількість ночівель в Україні*

*Джерело: Складено автором на основі [40]*

Загалом як в Україні, так і в Київській області у 2020 році спостерігалось суттєве зниження кількості приїздів та ночівель порівняно з 2019 роком.

У 2021 році Україну відвідали більш як 4 мільйони іноземців, що майже на 26% перевищує показник 2020 року. Метою подорожі 29,5% іноземців до України були відпустки, дозвілля та розваги, 25,9% перебували в країні у відрядженні, а 22,4% респондентів гостювали в родичів і друзів. Менший відсоток іноземців приїхали на лікування та реабілітацію (11,7%) і лише 4% приїхали за покупками та шопінгом. Ще 1,2% туристів досліджують свою генеалогію та шукають давніх родичів на теренах нашої країни [39].



Рис. 1.4 Відсоткове співвідношення країн по кількості прибуттів в Україну  
Джерело: Складено автором на основі [39]

Основними напрямками гастрономічного туризму в Україні є винні тури південними регіонами України (Одеська, Миколаївська та Херсонська область) та гастрономічні тури Закарпаттям. Львів вважається одним із найрозвиненіших міст України з точки зору ресторанного та винного туризму. У місті є велика

кількість унікальних тематичних ресторанів і кафе, більшість з яких добре відомі потенційним туристам.



*Рис. 1.5 Найбільші суми середньомісячних витрат туристів*

*Джерело: Складено автором на основі [39]*

За даними Державного агентства з розвитку туризму трійку лідерів серед туристів по кількості витрачених коштів в Україні очолюють громадяни ОАЕ – які витрачають близько 2200 доларів США за тиждень перебування, на другому місці громадяни Саудівської Аравії та Оману – 1500 доларів США, а на третьому місці канадці – 1250 доларів США. У середньому іноземці витрачають \$929 за 7-9 днів перебування [39].

Туроператори в Україні пропонують різноманітні тури, спрямовані на задоволення смакових потреб туристів. Від відвідування традиційних українських ресторанів та споживання національних страв до участі у майстер-класах та відвідування місцевих фермерських ринків та винних погребів. Такі пропозиції турів туроператорів допомагають підтримати розвиток гастрономічного туризму в Україні та привернути увагу туристів з усього світу.



**Пропозиція гастрономічного туризму українських туроператорів  
станом на 2021 рік**

<b>Туроператор</b>	<b>Маршрут</b>	<b>Короткий опис</b>	<b>Ціновий діапазон, грн</b>
Відвідай	1. Львів - санаторій "Карпати" – Мукачєво – Берегово – Берегівське вулканічне низькогір'я – Виноградів – Національний парк «Синевир» - Львів	1. «Сиро-винний тур Закарпаттям»	1095/2 дні
	2. Львів – Верхня Грабівниця – Мукачєво – Берегово – Берегівське вулканічне низькогір'я – Берегівський – Ботар – Велятино – Хуст – Львів	2. «Закарпатські пригоди + свято глінтвейну» пропонує відвідування Карпатського бункеру, басейни в Берегово та Велятино, дегустацію вин, повидла, ковбас і равликів.	1095/2 дні
ТамТур	Київ – Ужгород – Лумшори - Перечин – Чинадієво - Київ	«Термальне та хмільне Закарпаття». Відпочинок на термальних водах в поєднанні з винною дегустацією та стравами закарпатської кухні.	3700/3 дні
Ukraine Travel Lab	Місцеві ресторани Львова	«Гурме-тур галицької кухні». Одноденний тур найкращими закладами Львова.	935/ 1 день

Туроператор	Маршрут	Короткий опис	Ціновий діапазон, грн
Туристична компанія «Веселка»	Одеса – крафтова виноробня – майстер-клас з приготування страв з Залужним на замиському комплексі - Одеса	Тур на крафтову виноробню і дегустація 7 крафтових вин із сирами	2495-2695/1 день
Wonders of Ukraine	Софійська площа - Вулиця Володимирська - Андріївський узвіз - Поділ	«Дуже смачний Київ» - одноденна екскурсія столицею з дегустацією традиційних страв української кухні.	1800 – 4600/1 день
Gourmet Food Tour	Софійська площа, Андріївський узвіз, Золоті ворота, Михайлівський Золотоверхий монастир, Андріївська церква, Пейзажна алея, Дівоча вежа	Подорож найстарішими та найкрасивішими куточками Києва з професійним гідом та дегустація страв української кухні	2400/1 день
Відпочинок на всі 100	Харків – Одеса (Дерибасівська - Морський Порт- Приморський бульвар – музей Шустов – Нерубайське – Одеса - Харків	Подорож старовинними вуличками колоритного міста Одеса та дегустація страв та алкоголю в найкращих закладах міста	Від 4000/2 дні

Джерело: Складено автором за даними [33]

Протягом останніх п'яти років у Європі спостерігається постійне зростання кількості відвідувачів, прибуттів та ночівель. Згідно з даними ЮНВТО та Євростату, кількість відвідувачів зросла на 7,4% між 2013 і 2018 роками, при цьому понад 690 мільйонів іноземних відвідувачів відвідали Європу за цей період.

За цей же період кількість прибуттів зросла на 8,1%, а ночівель – на 6,6%. Якщо говорити про витрати відвідувачів, то загальні витрати на гастрономічний туризм у Європі у 2018 році склали 7,3 мільярда євро, що на 8,4% більше, ніж у 2013 році.

Таблиця 1.3

### Пропозиція гастрономічного туризму іноземних туроператорів

Туроператор	Маршрут	Короткий опис	Ціновий діапазон, грн
Local Tastes	Київ – Львів – Одеса	Тур пропонує скуштувати найкращі страви української кухні (вареники, борщ, сало та інші) та познайомитись з культурою України.	Від 234 євро
Gusto Tours	Київ – Дніпро – Львів – Одеса	Екскурсія включає зупинки на місцевих ринках і в ресторанах, а також дегустацію традиційної їжі.	Від 459 євро
Food Culture Travel	Київ – Львів – Одеса	Тур пропонує подорож Україною, дегустуючи найкращі страви української кухні та відвідування традиційних ресторанів, барів і ринків.	Від 300 євро

Туроператор	Маршрут	Короткий опис	Ціновий діапазон, грн
Taste of Ukraine	Київ – Львів – Одеса	Цей гастрономічний тур пропонує незабутні враження від відкриття української культури та кухні. Тур включає зупинки в Києві, Львові та Одесі.	Від 350 євро
Travel Company Ltd	Софійський собор, Андріївський узвіз, Києво-Печерська Лавра	Ця екскурсія познайомить вас з найкращою культурою та кухнею Києва з дегустацією смачної їжі в найкращих ресторанах міста.	Від 50 євро за особу
Night Out Agency	Арена Сіті, Андріївський узвіз, Поділ	Познайомтеся з найкращими пабами та барами Києва під час цього туру, орієнтованого на нічне життя	Від 35 євро за особу
Wine Agency	Золоті Ворота, Контрактова площа, Андріївський узвіз	Знайомство з найкращими українськими винами, досліджуючи місто та його пам'ятки	Від 45 євро за особу
Tour the Globe	Київ – Львів – Одеса	Тур включає відвідування найкращих закладів харчування 3-х міст України та знайомство з місцевими традиціями.	Від 500 євро

Туроператор	Маршрут	Короткий опис	Ціновий діапазон, грн
Tour the Globe	Київ – Львів – Одеса	Тур включає відвідування найкращих закладів харчування 3-х міст України та знайомство з місцевими традиціями.	Від 500 євро

*Джерело: Складено автором*

Отже, пропозиція гастрономічного туризму іноземних туроператорів в Україні є важливим кроком у напрямку розвитку туристичної галузі країни. Це може стати стимулом для розвитку малого та середнього бізнесу, збільшення кількості туристів та підвищення їх задоволеності від туризму в Україні.

### **1.3 Ресурсний потенціал Київської області для розвитку гастрономічного туризму**

Українська національна кухня, як і мова, література, мистецтво, є культурним надбанням українського народу. Це досягнення, яким можна і потрібно пишатися і яке не можна забувати.

В Київській області можна знайти багато цікавих гастрономічних локацій, де подають смачні страви з натуральних продуктів, зокрема вареники з різними начинками, борщ, м'ясні та рибні страви. Там туристи можуть насолодитися аутентичними стравами, дізнатися про їх історію та походження.

### Основні дестинації гастрономічного туризму в Київській області

Дестинація	Об'єкти показу	Відповідність до задач гастрономічного туризму
м.Київ	Ресторан регіональної кухні «Глек»	Кухня лише з місцевих продуктів, що вирощені саме в цьому регіоні. Кожні 2 місяці змінюється переважна кількість запропонованих страв у зв'язку з використанням сезонних овочів та фруктів.
м.Київ	Ресторан «Канапа»	Заклад пропонує страви локальної кухні в поєднанні з молекулярною кухнею.
м.Київ	Дегустаційний майданчик Biologist Terrace	Заклад пропонує дегустацію крафтових вин та сиру торгової марки Biologist та Besarabia.
м.Київ	«Музей сиру»	Цей музей створений фермерами-сироварами для популяризації автентичних традицій українського сироваріння. Екскурсія та дегустація фермерських сирів і вина.
м.Київ	«Київська перепічка»	Є візитною карткою вуличної їжі в Києві, що відома далеко за його межами. Сама страва являє собою сосиску в коржі, що обсмажений у фритюрі. Відгуки про цю страву можна знайти навіть на TripAdvisor, а сама локація визначена провідними туристичними путівниками світу, як обов'язкова до відвідування в Києві.
м.Київ	Монокафе «Котлета по-Київськи»	Кафе, що пропонує 4 види котлет: звичайну, з м'яким вершковим сиром «Філадельфією», з сиром Cheddar та пікантну з Cheddar і перцем. Котлета по-Київськи – це гастрономічний символ столиці, відомий далеко поза її межами.

Дестинація	Об'єкти показу	Відповідність до задач гастрономічного туризму
м.Київ	«100 років тому вперед»	Власники закладу розробили сучасну українську кухню, пропонуючи відвідувачам традиційні страви, приготовані у форматі новітніх гастротехнік. В наявності є секретні блюда, які можна замовити лише туристам (англійською мовою).
м.Київ	«Prynada Ukrainian Cafe»	Ресторан сучасної української кухні. В меню є такі позиції, як суші по-українськи, карпаччо із лосося, бургер із сома та м'ясні легумени.
м.Київ	«Курені»	Заклад, що пропонує сучасні українські страви, приготовлені за технологією правильного харчування. В ресторані можна спробувати вареники на безглютеновому борошні, деруни та голубці зі сметаною, борщ та юшку.
м.Київ	«Київська реберня»	Ресторан з локальними стравами в авторській інтерпретації. Гості можуть насолодитися автентичними народними реберцями в медово-гірничному соусі, українським борщем із реберцем та іншими стравами.
м.Київ	Бесарабський ринок	Один з найстаріших ринків Києва, де можна придбати плодоовочеву продукцію, продовольчі та м'ясні товари.
м.Київ	Мистецько-гастрономічний простір «Остання Барикада»	Заклад, що поєднав у собі ресторан, арт-простір та музей. Оздоблений незвичайним інтер'єром та відкритою кухнею, де можна спостерігати приготування страв з місцевих продуктів. В меню є ратафії – алкогольний напій власного виробництва.

Дестинація	Об'єкти показу	Відповідність до задач гастрономічного туризму
м.Київ	Sho	Один з найбільших ресторанів традиційної кухні в Україні площею 1200 м <sup>2</sup> , що одночасно вміщує 300 осіб. Інтер'єр оформлений з дерев'яних елементів, привезених з Карпат, та білих, власноруч обмазаних стін. На відкритій кухні знаходиться справжня піч, у якій випікають хліб та готують українські страви за автентичними рецептами.
м.Бровари, Київська область	Медоварня «Медовий спас»	Займається виготовленням натуральних алкогольних напоїв з меду за власною рецептурою. Туристи мають можливість скуштувати автентичний український напій, який раніше мав назву «медовуха» та часто згадується в українській літературі.
с.Усівка, Київська область	Козина ферма «Zinka»	Підприємство виготовляє 15 видів молочної продукції та понад 20 видів сиру. Назва походить від найпоширенішого козячого імені в Україні – Зінка. На дестинації регулярно проводяться екскурсії з дегустацією сирів.
с.Забір'я, Київська область	Фіш-парк «Zabirya»	На території парку є рибний ресторан з авторською кухнею. Підприємство пропонує рибну продукцію власного виробництва, можливість порибалити, а потім скуштувати власноруч пійману рибу в ресторані.
с.Ржищів, Київська область	Осетрова ферма «Бестер»	Відомий український виробник чорної ікри. На фермі регулярно проводять екскурсії та пропонують дегустацію рибних делікатесів.
с. Галайки, Тетіївський район, Київська область	"Бабині кози"	Власники проводять майстер-класи з ручного доїння кіз та екскурсії з дегустацією сирів власного виробництва.



Дестинація	Об'єкти показу	Відповідність до задач гастрономічного туризму
с.Івки, Богуславський район, Київська область	«Добра ферма»	Є можливість скуштувати на екскурсії фермерські тверді сири ручної роботи, мед, м'ясо птиці. Підприємство часто проводить та відвідує різні фестивалі та ярмарки.
с.Столпяги, Переяслав-Хмельницький район, Київська область	"Вілла роз"	Молочну ферма, де можна спробувати аеротерапію, покормити місцеву худобу, продегустувати та придбати натуральні продукти: молоко, йогурт, бринзу, сметану, сир.
с. Лука, Київська область	Равликова ферма «Jiffy Farm»	Унікальна ферма гастрономічних равликів, площею 4 га. Дегустація делікатесних страв з равликів та равликової ікри.
с.мт Димер, Вишгородський район, Київська область	Полунично-лавандова ферма «O-Lawander»	Еко-парк пропонує фотосесії на лавандовому полі, можливість придбати крафтову продукцію з лаванди. А також дегустацію полуниці з червня і до морозів, а ожини — з липня до вересня.
с.Медвин, Київська область	Екопарк «Медвино»	На території екопарку є можливість продегустувати 8 видів сирів з місцевої сироварні, відвідати найбільшу в Україні оленячу та козину ферми, а також скуштувати обід, приготовлений на вогнищі.

*Джерело: узагальнено автором на основі [32-41]*

Київ - місто, яке може похвалитися величезною кількістю ресторанів та гастрономічних дестинацій. Тут можна знайти все - від традиційної української кухні до екзотичних страв з усього світу та сміливих експериментів шеф-кухарів.

Ці заклади відрізняються високим рівнем обслуговування та якістю приготування страв, що робить їх ідеальними місцями не тільки для туристів, а й для найвибагливіших гурманів.

## Гастрономічні фестивалі в Києві

Місцерозташування	Назва події	Час проведення	Характеристика
Арт-завод «Платформа»	Фестиваль вуличної їжі	вересень	На фестивалі представлені вуличні кухні з різних куточків світу.
	Фестиваль пива - Kyiv Beer Festival	вересень	В заході беруть участь представники близько 60 пивоварень з усієї України, де пропонують на дегустацію понад 100 сортів пива.
	Фестиваль кави - Kyiv Coffee Festival	квітень	Фестиваль для справжніх поціновувачів кавових напоїв.
КВЦ «Парковий»	BAROMETER International Bar Show	вересень	Фестиваль, на якому відбувається зустріч представників барів та food-маркетів Києва для обміну досвідом та проведення різноманітних майстер-класів.
Національний експоцентр України (ВДНГ)	Фестиваль Їжі та Вина - Kyiv Food&Wine Festival	червень	Фестиваль, створений для популяризації українського виноробства. На заході щороку проводяться цікаві лекції, майстер-класи та дегустації.

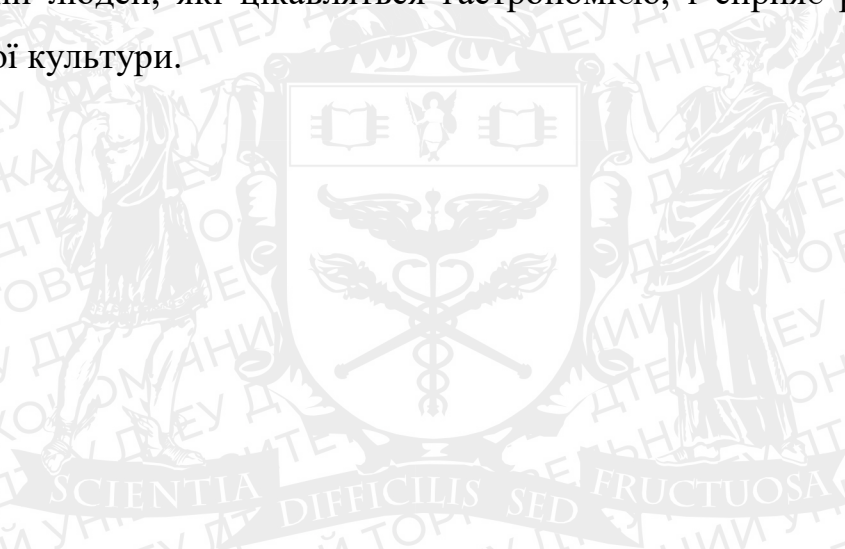
Джерело: узагальнено автором на основі [42]

Гастрономічні фестивалі в Києві - це різноманітні заходи, які пропонують

учасникам і гостям міста широкий вибір страв та напоїв, що представляють різні кухні світу. Ці івенти відбуваються в різні пори року та на різних локаціях міста, що робить їх доступними для широкої аудиторії.

На подібних фестивалях можна знайти все: від традиційних українських страв до екзотики світової кухні, від локальних виробників до міжнародних брендів.

Крім того, гастрономічні фестивалі створюють дружню атмосферу, оскільки вони часто проводяться у партнерстві з місцевими громадськими організаціями, медіа-компаніями та іншими партнерами. Це дозволяє об'єднати різні групи людей, які цікавляться гастрономією, і сприяє розвитку місцевої кулінарної культури.



## РОЗДІЛ 2

# ПРОЄКТ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

### 2.1 Розроблення маршруту та програми туру

У розробці маршруту та програми гастрономічного туру територією Київської області необхідно враховувати ряд важливих факторів. Ключовим завданням є створення цікавої та насиченої програми для туристів, враховуючи діючі обмеження в регіоні під час війни.

Заборони та обмеження, пов'язані з війною, суттєво вплинули на розвиток туризму в Україні. В умовах збройного конфлікту було запроваджено низку заходів, які можуть обмежити потенціал туристичної діяльності, що потребує особливої уваги при розробці туристичних програм.

Одним з основних обмежень є заборона проведення масштабних заходів у певних потенційно небезпечних районах через можливість ведення бойових дій. Такі заходи, як концерти, фестивалі та спортивні змагання, можуть бути обмежені або заборонені на територіях, де відбуваються бойові дії або діє комендантська година.

Комендантська година – це загальне обмеження пересування громадян та їхньої присутності на вулицях у певний час доби (переважно вночі). Це також може вплинути на графік поїздок, наприклад, екскурсій, що проводяться вдень і ввечері.

Додаткові обмеження можуть включати запровадження певних систем перевірки, огляду та реєстрації подорожуючих, які відвідують райони, що постраждали від війни. Це може включати реєстрацію в місцевих органах влади, отримання спеціальних дозволів, перетин контрольно-пропускних пунктів і дотримання певних правил поведінки та безпеки.

Крім того, війна може вплинути на вибір маршрутів і напрямків

подорожей. Певні райони чи локації можуть бути недоступними або потенційно небезпечними через можливі бойові дії чи наявність мін. Тому розвиток туризму вимагає ретельного вивчення місцевих умов, актуальної інформації про заборони та обмеження, а також комунікації з місцевою владою.

Саме тому організовуючи тур в умовах воєнного стану треба перш за все подбати про безпеку туристів, особливо впевнитись в наявності укриттів та бомбосховищ поблизу запланованих атракцій.

Наступний етап - розробка гастрономічного туру територією Київської області з урахуванням вище зазначених вимог в умовах воєнного стану. Організація турів – один з найпростіших і найшвидших способів залучення іноземного капіталу в українську економіку.

Наступним кроком є вибір та співпраця з місцевими ресторанами, кулінарними експертами та фермерами, що забезпечать якість та автентичність продуктів та страв, а також нададуть можливість відвідати їхні заклади та брати участь у майстер-класах.

Важливим етапом є розробка програми туру, включаючи відвідування гастрономічних ресторанів, фермерських ринків, винних погребів, а також організацію дегустацій та кулінарних занять. Також планується заручитися допомогою місцевих гідів, що спеціалізуються на гастрономії.

При бронюванні туру іноземні туристи будуть проінформовані щодо правил безпеки в Україні, отримають професійного гіда, транспорт та страховий поліс, що покриває основні ризики.

Отже, пропонується до проектування гастрономічний тур «Смаки Київщини». В якості об'єктів авторського гастрономічного туру «Смаки Київщини» (рис. 2.1) було взято равликову ферму «Jiffy Farm» (с. Горбовичі, Київська область), фіш-парк «Zabryga» (Київська область), сімейний екопарк «Ясногородка» (с. Ясногородка, Київська область), медоварню «Медовий спас» (м. Бровари, Київська область), керамічну майстерню Perekhrest ceramic (м. Бровари, Київська область), козину ферму «Zinka» (с. Усівка, Київська область), осетрову ферму «Бестер» (м. Ржищів, Київська область) та місто Київ.

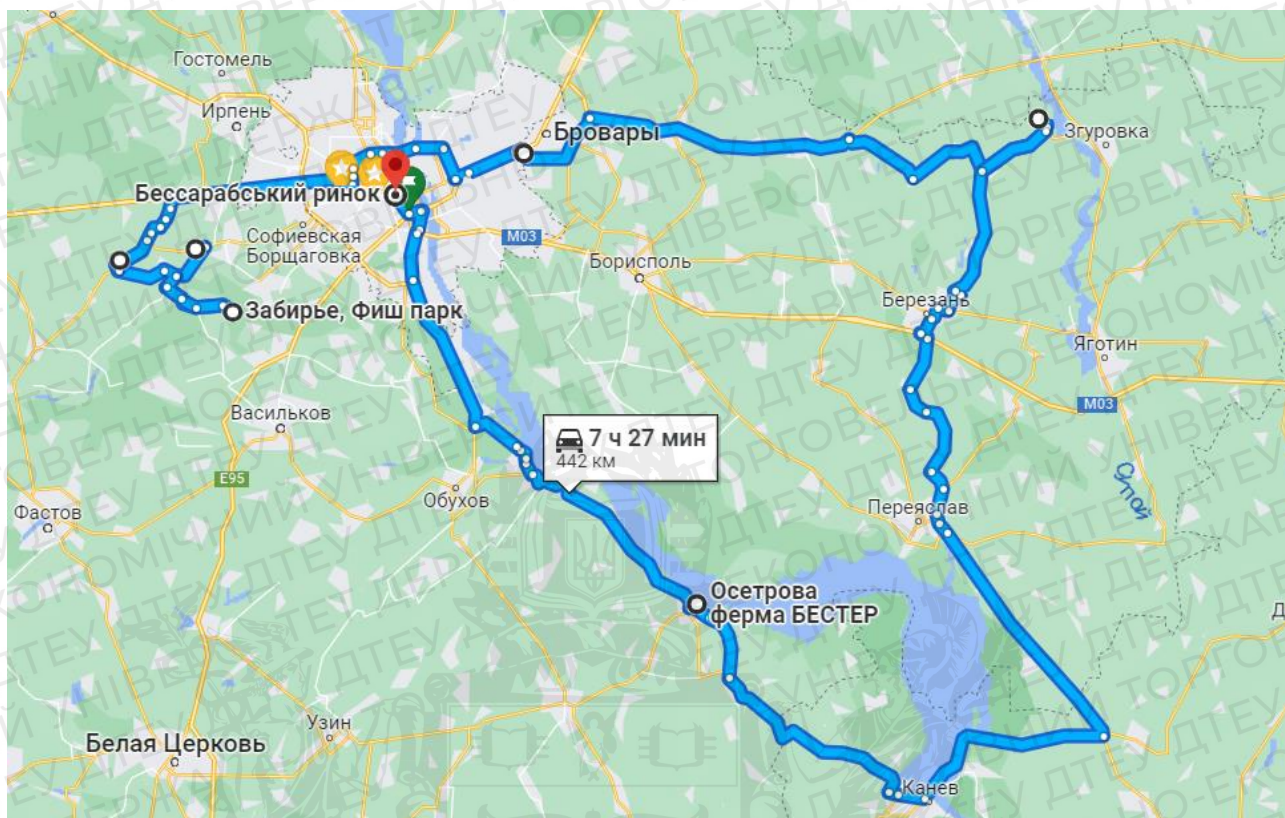


Рис. 2.1. Пункти маршруту «Смаки Київщини»

*Джерело: складено автором*

Загальний кілометраж туру, який складає 442 кілометри, дозволяє охопити різноманітні місцевості та локації, збагачуючи подорож захоплюючими пейзажами.

Протягом дороги між локаціями, тривалість якої орієнтовно складає 7 годин і 27 хвилин, туристи матимуть можливість насолоджуватися панорамними краєвидами та познайомитися з історією та культурою Київщини.

Загальна характеристика об'єктів гастрономічного туру «Смаки Київщини» представлена у таблиці нижче (табл. 2.1). Також у таблиці перелічені ключові активності для туристів, що заплановані на кожній з локацій. Основні активності включають оглядові екскурсії, де туристи матимуть можливість дізнатися більше про історію та культурні особливості кожного об'єкта, а також відвідати місцеві ресторани та ферми для дегустації місцевих продуктів та страв. Крім того, заплановані майстер-класи, де туристи зможуть брати участь у процесі приготування страв під керівництвом відомих кулінарних експертів

### Характеристика гастрономічного туру «Смаки Київщини»

Об'єкт	Характеристика
Равликова ферма «Jiffy Farm»	1.Оглядова екскурсія територією ферми 2. Дегустація делікатесів з равликів
Фіш-парк «Zabirya»	1.Оглядова екскурсія територією парку 2.Майстер-клас з риболовлі та приготування спійманої власноруч риби
Сімейний екопарк «Ясногородка»	1.Відвідування страусиної ферми та куштування страв зі страуса 2.Відвідування виноробні та дегустація вин
Медоварня «Медовий спас»	1.Оглядова екскурсія територією медоварні 2.Дегустація натуральних напоїв з меду
Майстерня кераміки Perekhrest ceramic	1.Оглядова екскурсія виробництвом 2.Майстер-клас з виготовлення власного керамічного виробу
Козина ферма «Zinka»	1.Оглядова екскурсія територією ферми 2.Дегустація кисло-молочних виробів та сирів
Осетрова ферма «Бестер»	1.Оглядова екскурсія аквафермою 2.Дегустація червоної за чорної ікри
Місто Київ	1. Оглядова екскурсія містом 2. Відвідування Бесарабського ринку 3. Відвідування закладів традиційної української кухні

*Джерело: складено автором*

В таблиці 2.2 наведені передумови для розробки нового гастрономічного туру, споживачем якого є іноземні туристи, які мають інтерес до культури та кулінарних традицій України.

А також безпосередньо зацікавлені не лише у дегустації страв Київського регіону, а й у розумінні їх інгредієнтів, традицій та історії приготування.

**Основні передумови для розробки гастрономічного туру «Смаки Київщини» на території Київської області**

Критерії	Опис
Регіон туристичного маршруту	Київська область, равликівська ферма «Jiffy Farm» (с. Горбовичі, Київська область), фіш-парк «Zabirya» (Київська область), сімейний екопарк «Ясногородка» (с. Ясногородка, Київська область), медоварня «Медовий спас» (м. Бровари, Київська область), керамічна майстерня Perekhrest ceramic (м. Бровари, Київська область), козина ферма «Zinka» (с. Усівка, Київська область), осетрова ферма «Бестер» (м. Ржищів, Київська область) та місто Київ.
Туристичний маршрут (рис.2.1)	м. Київ – с. Горбовичі – с. Забір'я – с. Ясногородка – м. Бровари – с. Усівка – м. Ржищів – м. Київ
Туристичні об'єкти	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Равликівська ферма «Jiffy Farm»</li> <li>2. Фіш-парк «Zabirya»</li> <li>3. Сімейний екопарк «Ясногородка»</li> <li>4. Медоварня «Медовий спас»</li> <li>5. Майстерня кераміки Perekhrest ceramic</li> <li>6. Козина ферма «Zinka»</li> <li>7. Осетрова ферма «Бестер»</li> <li>8. Місто Київ</li> </ol>
Загальний кілометраж	442 кілометри
Тривалість туру	5 днів

*Джерело: складено автором*

Щоб забезпечити максимальний рівень задоволеності туристів необхідно спланувати тур таким чином, щоб програма включала в себе відвідування



місцевих ресторанів, дегустацію страв, а також екскурсії до локальних ферм та інших гастрономічних локацій.

Основні складові програми гастрономічного туру «Смаки Київщини» наведено у табл.2.3.

Таблиця 2.3

### Програма гастрономічного туру «Смаки Київщини»

<b>День 1</b>	
<i>Равликова ферма «Jiffy Farm» - фіш-парк «Zabirya»</i>	
11:30	– виїзд з Києва
12:00	– прибуття на равликову ферму «Jiffy Farm»
12:00 – 15:00	– перебування на равликовій фермі
15:00 – 15:30	– обід на фермі
15:30	– виїзд з равликової ферми
16:00	– прибуття на фіш-парк «Zabirya»
16:00 – 19:00	– перебування в фіш-парку
19:30	– поселення в Citadel Hotel
20:00	– вечеря при готелі Citadel Hotel. Ночівля в готелі
<b>День 2</b>	
<i>Сімейний екопарк «Ясногородка»</i>	
08:00 – 09:00	– сніданок в готелі Citadel Hotel
09:00	– виселення з готелю
09:30	– виїзд до сімейного екопарку «Ясногородка»
10:00	– прибуття в сімейний парк «Ясногородка»
10:00 – 16:00	– перебування в парку
16:00 – 17:00	– обід в концептуальному ресторані Local Food Hub
17:00	– виїзд в м.Бровари
18:00	– прибуття в м.Бровари
18:30	– поселення в Hotel-Restaurant Complex Vensky
19:00 – 20:00	– вечеря в ресторані при готелі. Ночівля в готелі
<b>День 3</b>	
<i>Медоварня «Медовий спас» - Perekhrest ceramic</i>	
08:00 – 09:00	– сніданок в готелі Hotel-Restaurant Complex Vensky
10:00	– виїзд до медоварні
10:40	– прибуття на медоварню «Медовий спас»
10:40 – 13:40	– перебування на медоварні «Медовий спас»
14:00 – 15:00	– обід в ресторані «Боярин»
15:00 – 18:00	– перебування в Perekhrest ceramic
18:00	– повернення до готелю
18:00 – 19:00	– вечеря в ресторані при готелі. Ночівля в готелі

<b>День 4</b> <i>Козина ферма «Zinka» - осетрова ферма «Бестер»</i>
08:00 – 09:00 – сніданок в готелі Hotel-Restaurant Complex Vensky
09:00 – виселення з готелю
9:30 – виїзд до козиної ферми «Zinka»
11:30 – прибуття на козину ферму «Zinka»
11:30 – 13:00 – перебування на фермі
13:00 – 13:30 – обід на фермі
13:30 – виїзд до осетрової ферми «Бестер»
16:00 – приїзд на осетрову ферму «Бестер»
16:00 – 18:00 – перебування на осетровій фермі «Бестер»
18:00 – 18:30 – вечеря на фермі
21:00 – повернення до м.Київ
21:30 – заселення в готель Number 21 by DBI. Ночівля в готелі
<b>День 5</b> <i>місто Київ</i>
08:00 – сніданок при готелі Number 21 by DBI
09:00 – 12:00 – оглядова екскурсія містом
13:00 – відвідування «Київської перепічки»
14:00 – обід в ресторані «100 років тому вперед»
15:00 – відвідування Бесарабського ринку
18:00 – вечеря в ресторані Sho

*Джерело: складено автором*

Розроблений гастрономічний тур дозволить познайомитися з місцевою кухнею та стравами, які є унікальними для Київського регіону, а також сприятиме розвитку місцевої економіки та стимулюванню туристичного попиту на місцеві продукти.

## **2.2 Заходи та інструменти просування гастрономічного туру на ринку країн ЄС**

Метою рекламної кампанії є залучення 100 зацікавлених туристів з країн ЄС, а також привернення уваги оригінальністю та унікальністю запропонованої програми. В результаті успішної рекламної кампанії забезпечується висока наповненість місць в турі. Досягнення цієї мети планується впродовж 3-х місяців з моменту старту просування туру.

## Носії реклами для цільових аудиторій

№	Цільова аудиторія	Засоби маркетингових комунікацій	Носії /формати
1	Гурмани та фуд-блогери з країн ЄС, віком 25-45 років, з середніми доходами, можуть бути як самотні мандрівники, так і подружжя без дітей, активні в соціальних мережах, зацікавлені в нових гастрономічних враженнях.	Соціальні медіа	реклама Facebook, Instagram, TikTok
		Інфлюєнсер маркетинг	Блогери та інфлюєнсери на платформах YouTube, Instagram, TikTok
2	Любителі подорожей з країн ЄС, віком 35-45 років, з середніми доходами, різних форм зайнятості, можуть бути як подружжя без дітей, так і пари з дітьми, зацікавлені в культурному обміні, відкриті до нових культур та знайомства з місцевими жителями.	Пошукова реклама	Google Ads
		Туристичні портали	Booking.com, Tripadvisor, Expedia
		Веб-сайт	Оптимізація веб-сайту, контент-маркетинг, банерна реклама на веб-сайті
3	Кулінарні експерти та професіонали з гастрономічної галузі з країн ЄС, віком 30-50 років, з високими доходами, зайнятість - ресторатори, кулінарні шеф-кухарі, харчові критики, зацікавлені в поглибленому вивченні місцевої гастрономічної культури, обміні досвідом з професіоналами гастрономічної галузі в Київській області.	Прес-релізи	Розсилки прес-релізів на медіа-платформи та агентства новин
		Місцеві гастрономічні заклади	Локальні медіа, реклама

Джерело: складено автором

Рекламна кампанія спрямована на цільові аудиторії з країн ЄС, віком 25-50

років, з середніми та високими доходами, які зацікавлені в гастрономії та пізнанні нових культур. Просування туру включає рекламу в соціальних мережах, контекстну рекламу, а також партнерство з закладами харчування в країнах ЄС та прес-релізи.

Таблиця 2.5

### Цілі в соціальних мережах

Соціальна мережа	Мета	Теми публікацій	Формати публікацій
ТікТок	Досягнення 1 000 000 переглядів	Рецепти страв з Київської області, кулінарні пригоди в селах та містах, культура та традиції Київщини	Короткі відео з рецептами, відео з подорожами та відвідуванням ресторанів, челенджі та вайни
Інстаграм	Збільшення кількості підписників до 10 000	Фото та відео гастрономічних вражень, візуальні історії з подорожей, захоплюючі моменти з кулінарії	Карусельні пости з фото, сторіз з подорожей, відео-презентації ресторанів
Ютуб	Досягнення 50 000 переглядів	Відеоекскурсії, розповіді від місцевих жителів, показ дегустації страв та напоїв	Відеоекскурсії, відеоблоги, інтерв'ю
Фейсбук	Залучення 5 000 активних користувачів	Новини зі світу гастрономії, рекомендації щодо ресторанів та страв, акції та знижки	Пости з описом ресторанів та їхніх страв, опитування, акції та розіграші

*Джерело: складено автором*

Контент-план рекламної кампанії включає використання різних соціальних мереж, зокрема ТікТоку, Інстаграму, Ютубу та Фейсбуку. Головна мета кампанії - залучення аудиторії з країн ЄС. Планується використовувати різноманітний контент, такий як рецепти, відеоекскурсії, фото та відео з подорожей, акції та розіграші, в різних форматах публікацій, таких як карусельні

пости, сторіз, відео-презентації та інтерв'ю.

Таблиця 2.6

### Контент-план публікацій

Тема / вид контенту	Соцмережа	Час виходу публікації						
		Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Нд
Рецепти традиційних українських страв з поясненнями про процес приготування.	Інстаграм	12:00						
Кулінарні поради та рекомендації від місцевих гідів	Інстаграм				08:00			
Фото та відео з ресторанів та кафе з описами вражень від страв та атмосфери	Інстаграм		10:00					
Сторіз з туристами, які діляться своїми враженнями та емоціями від гастрономічного туру	Інстаграм						12:00	
Карусельний пост із зображеннями страв та описом їх історії виникнення	Інстаграм							13:00
Відеоекскурсії до мальовничих місць Київської області з акцентом на гастрономічних відкриттях	Ютуб			15:00				
Інтерв'ю з місцевими жителями та туристами, які діляться своїми враженнями від туру	Ютуб		12:00					

Тема / вид контенту	Соцмережа	Час виходу публікації						
		Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Нд
Відео-презентації ресторанів та кафе Київської області	Ютуб					18:00		
Фуд-тести та відгуки про різноманітні страви	Ютуб	08:00						
Інформативні пости про унікальність київської області, її культурної спадщини та гастрономічних особливостей	Фейсбук					18:00		
Розіграш подарункових сертифікатів на гастрономічний тур серед підписників сторінки	Фейсбук			10:00				
Фото- та відео-звіти з проведених гастрономічних турів з відгуками задоволених клієнтів	Фейсбук	15:00						
Відео-репортажі з відвіданих ресторанів та кафе з київської області з описами страв та особливостей.	Фейсбук				14:00			
Відео про ферми, де автор куштує локальні продукти та ділиться враженнями	ТікТок		13:00					

Тема / вид контенту	Соцмережа	Час виходу публікації						
		Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Нд
Інформативні пости про унікальність київської області, її культурної спадщини та гастрономічних особливостей	Фейсбук						18:00	
Відео-челенджі, пов'язані з гастрономічним и особливостями київської області, такі як "Спробуй незвичайну страву" або "Знайди найкращий ресторан"	ТікТок	10:00						
Відео з місцевими кухарями, де вони діляться короткими порадами щодо приготування традиційних страв	ТікТок						12:00	
Відео-рецепти страв з в стилі "швидко та смачно"	ТікТок				08:00			
Відео-огляд місцевих ферм та продуктів, що там виробляють	ТікТок		19:00					

Джерело: складено автором

У Фейсбуці можна постити довгі публікації з фотографіями та інформацією про гастрономію Київської області, включаючи розповіді про традиційні страви та кулінарні звичаї.

В Інстаграмі доцільно ділитися візуально привабливими фото та короткими відео, що демонструють яскраві образи місцевої гастрономії, здатні зацікавити аудиторію та взаємодіяти з нею.

У ТікТокі можна постити короткі відео з креативним підходом до демонстрації місцевих страв, гастрономічних фестивалів, залучати аудиторію за допомогою челленджів, вайнів, популярних треків та актуальних трендів.

Таблиця 2.7

### План-кошторис рекламної кампанії

Канали	Ціна 1 шт послуги	К-ть за місяць	Всього
Фейсбук	€10	5	€50
Інстаграм	€8	5	€45
Ютуб	€5	5	€25
ТікТок	€6	5	€30
<b>Всього</b>			<b>€150</b>

*Джерело: складено автором*

У таблиці 2.7 наведено план-кошторис рекламної кампанії в 4 каналах терміном на 1 календарний місяць. Таким чином за 20 рекламних постів на різних платформах очікувана вартість складає 150 євро (6075 грн).

### 2.3. Економічне обґрунтування туру

З метою визначення витрат варто здійснити калькуляцію вартості туристичного продукту «Смаки Київщини» (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

### Калькуляція вартості туру «Смаки Київщини»

№	Види послуг	Назва	Вартість	
			UAN	EUR
1	Послуги перевезення	Оренда мікроавтобусу на 5 днів	6630	164
2	Майстер-класи та екскурсії	Екскурсія на фермі «Jiffy Farm»	300	7,5



№	Види послуг	Назва	Вартість	
			UAN	EUR
2.1		Дегустація равликів	500	12,5
2.2		Майстер-клас з риболовлі та приготування спійманої власноруч риби	600	15
2.3		Вхід до сімейного екопарку «Ясногородка»	200	5
2.4		Дегустація вин	400	10
2.5		Екскурсія з дегустацією включно на медоварні	600	15
2.6		Майстер-клас в Perekhrest ceramic	400	10
2.7		Дегустація кисломолочних виробів та сирів на фермі Zinka	450	112
2.8		Екскурсія осетровою фермою «Бестер» з дегустацією червоної та чорної ікри	700	17,5
2.9		Екскурсія Києвом	400	10
3	Послуги розміщення	Ніч в готелі Citadel Hotel (у вартість включено харчування – сніданок)	1647	407
3.1		Ніч в готелі Hotel-Restaurant Complex Vensky (у вартість включено харчування – сніданок)	1000	25
3.2		Ніч в готелі Number 21 by DBI (у вартість включено харчування – сніданок)	2300	57,5
4	Просування туру	Реклама в соцмережах	6070	151,7
5	Страховання	Страховання	2500	62,5
6	Послуги гіда-перекладача	Послуги гіда-перекладача	2500	62,5

№	Види послуг	Назва	Вартість	
			UAN	EUR
7	Виробнича собівартість		13477	336,9
8	Накладні витрати	20%	2696	67,4
9	Прибуток	20%	2696	67,4
10	Податок на додану вартість (ПДВ)	20%	2696	67,4
<b>Загальна вартість туру на 1 особу</b>		<b>23290=23300</b>	<b>€582,5=600</b>	
<b>Загальна вартість туру на 10 осіб</b>		<b>230300</b>	<b>€6000</b>	

Джерело: складено автором

Отже, вартість туру «Смаки Київщини» на одну особу для іноземного туриста складає 23300 грн (600 євро). Таким чином запропонований туристичний продукт «Смаки Київщини» може бути включений до пропозицій туристичних фірм Київської області.

Таблиця 2.9

### Продуктова програма туру «Смаки Київщини»

	Місяці												Всього
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
К-ть	0	0	0	0	25	20	30	30	15	0	0	0	120

Джерело: складено автором

Таким чином, на 2023 рік визначено чисельність туристів, яких планується залучити до туристичного продукту «Смаки Київщини» в кількості 120 осіб – громадян країн ЄС. Залучення такої чисельності туристів з ЄС створить позитивний економічний вплив на регіон, сприятиме розвитку місцевих підприємств гастрономічної сфери

За нижче вказаними розрахунками (табл. 2.10) очікуваний обсяг доходів від продажу туристичного продукту «Смаки Київщини» складатиме 2469800 грн на рік. Очікувані витрати складуть 2081576 грн на рік. Очікуваний чистий прибуток від реалізації туру становитиме 323520 грн на рік.

**Прогнозовані доходи та витрати від продажу туру «Смаки Київщини» на 2023 рік**

Показники	Травень	Червень	Липень	Серпень	Вересень	За рік
Дохід	582500	466000	699000	699000	349500	<b>2469800</b>
Витрати	501620	401296	601944	601944	300972	<b>2081576</b>
Прибуток до оподаткування	80880	64704	97056	97056	48528	<b>388224</b>
Податок на прибуток	13480	10784	16176	16176	8088	<b>64704</b>
Чистий прибуток	67400	53920	80880	80880	40440	<b>323520</b>

*Джерело: складено автором*

Отже, розроблений туристичний продукт «Смаки Київщини» доцільно впровадити у вітчизняні туристичні підприємства та просувати на ринку країн ЄС.

## ВИСНОВКИ

На основі проведених досліджень у кваліфікаційній роботі на тему «Розробка гастрономічного туру територією Київської області і його просування на ринку країн ЄС», доцільно зробити наступні висновки:

1. Визначено суть гастрономічного туризму як виду подорожі з метою отримання унікального досвіду та пізнанні нової культури через споживання страв національної кухні. Структуровано основні види гастрономічного туризму. Визначено, що загальносвітовою тенденцією є збільшення попиту на гастрономічні тури та розвиток цього виду туризму на території багатьох країн.

2. Проведено діагностику ринку гастрономічного туризму в Україні та розглянуто основні пропозиції туроператорів. Основними напрямками гастрономічного туризму в Україні визначено винні тури південними регіонами (Одеська, Миколаївська та Херсонська область) та гастрономічні тури Закарпаттям. Пропозиція гастрономічного туризму іноземних туроператорів в Україні є важливим кроком у напрямку розвитку туристичної галузі країни.

3. Досліджено ресурсний потенціал Київської області для розвитку гастрономічного туризму. Визначено, що в умовах сьогодення гастрономічний туризм – це той вид туризму, що швидко розвивається та в поствоєнний період здатен привернути увагу світової спільноти до нашої країни.

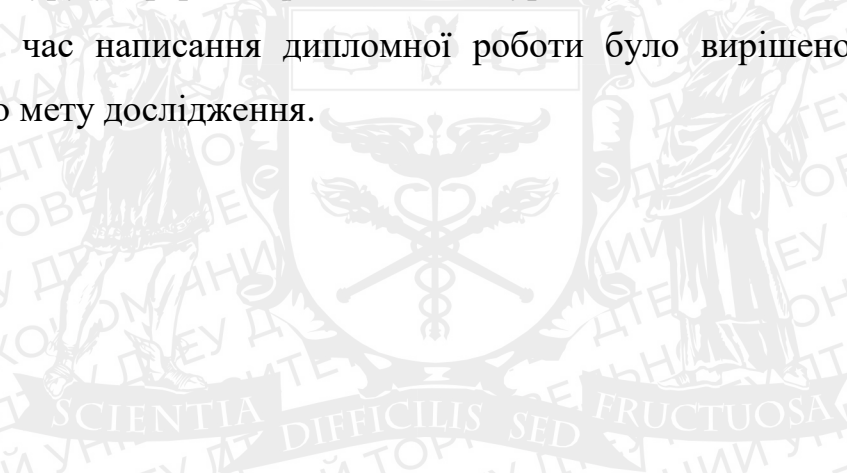
4. Розроблено маршрут та програму гастрономічного туру «Смаки Київщини». В якості атракцій запропоновано равликову ферму «Jiffy Farm» (с. Горбовичі, Київська область), фіш-парк «Zabirya» (Київська область), сімейний екопарк «Ясногородка» (с. Ясногородка, Київська область), медоварню «Медовий спас» (м. Бровари, Київська область), керамічну майстерню Perekhrest ceramic (м. Бровари, Київська область), козину ферму «Zinka» (с. Усівка, Київська область), осетрову ферму «Бестер» (м. Ржищів, Київська область) та місто Київ.

5. Обґрунтовано заходи просування гастрономічного туру на ринку країн ЄС. В якості основних каналів було запропоновано використання соціальних

мереж, зокрема ТікТоку, Інстаграму, Ютубу та Фейсбуку. Запропоновано використання різноманітного контенту, такого як рецепти, відеоекскурсії, фото та відео з подорожей, акції та розіграші, в різних форматах публікацій, таких як карусельні пости, сторіз, відео-презентації та інтерв'ю.

6. Проведено економічне обґрунтування туру та визначено, що вартість туру «Смаки Київщини» на одну особу складає 23300 грн (600 євро). Також визначено очікувану чисельність туристів, які будуть обслужені в рамках туристичного продукту «Смаки Київщини» в кількості в кількості 120 осіб. Прогнозний обсяг доходів від продажу туристичного продукту «Смаки Київщини» у 2023 році складе 2469800 грн. Прогнозний чистий прибуток від реалізації туру у сфері гастрономічного туризму складе 323520 тис.грн.

Під час написання дипломної роботи було вирішено всі завдання та досягнуто мету дослідження.



**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР : станом на 1 квіт. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95>
2. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки : Постанова Каб. Міністрів України від 05.08.2020 р. № 695. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020>
3. Деякі питання діяльності Державного агентства розвитку туризму : Постанова Каб. Міністрів України від 24.12.2019 р. № 1162 : станом на 1 груд. 2021 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1162-2019>
4. Боратинський О. Гастрономічний туризм та автентична кухня: стан і перспективи розвитку / О. Боратинський, М. Паска // Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика : зб. тез доп. II Всеукр. наук.-практ. конф. мол. учених, асп. і студ. з міжнар. участю (19 травня 2022 року, м. Львів). – Львів, 2022. – С. 342–345.
5. В. В. Корнілова. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. "Ефективна економіка". 2018. № 2. С. 1–8. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2\\_2018/37.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2018/37.pdf).
6. Галушак І. Гастрономічний туризм : карпатська агроновація / І. Галушак [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://trubyna.org.ua/novyny/hastronomichnyi-turyzm-karpatskaahronovatsiia/>.
7. Гастрономічний туризм Правобережного Полісся України: теорія, методологія і практика досліджень: моногр: І. К. Нестерчук, Житомир: ЖДУ ім. І. Франка, 2023. 544с
8. Д.І. Басюк «Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики: монографія / [колектив авторів] – Вінниця: ПП «ТД «Едельвейс і К», 2017. – 316 с. Режим доступу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/26819/1/3.pdf>
9. Зайченко В. В. Стратегічні пріоритети забезпечення технологічної конкурентоспроможності економіки України. Регіональна економіка. 2020. №1(95). С. 134–143. DOI: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2020-1-14>

10. Ковешніков В. С., Гармаш В. В. Винний та гастрономічний туризм: важливий потенціал розвитку економіки. Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 4. С. 32–37.
11. Лупич О. О. Формування конкурентоспроможного готельного господарства регіону [Електронний ресурс] : дис. ... к. е. н. : 08.00.05 / О. О. Лупич. – Режим доступу: <https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/14429>.
12. Логвин М. М. Гастрономічні заходи як етногеографічна складова сфери туризму Полтавщини / М. М. Логвин, Н. М. Карпенко // Альтернативний туризм : матеріали науково-практичного семінару (30 вересня 2022 року, м. Львів, ЛДУФК ім. І. Боберського). – Львів, 2022. – С. 110–113
13. Момонт Т. В. Основні фактори розвитку ринку туристичних послуг. Економіка. Управління. Інновації. Серія «Економічні науки». – 2012. № 1. – 193 с.
14. Мальська М. П., Філь М. І., Пандяк І. Г. Гастрономічний туризм. Навчальний посібник. Київ : Видавництво «Каравела», 2021, 304 с.
15. Нестерчук І. Гастрономічний туризм: історія, теорія і сучасні практики. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Географічні науки. 2017. Вип. 6. С. 193–199
16. Омельницька В. О. Сучасний стан ринку послуг гастрономічного туризму України / В. О. Омельницька // Економічні студії. – 2018. – № 2. – С. 121–126
17. Bogdan Gabriel Nistoreanu , Liliana Nicodim and Dan Mihnea Diaconescu. Gastronomic tourism - stages and evolution. Proceedings of the International Conference on Business Excellence. 2018. P. 1–35. URL: <https://doi.org/10.2478/picbe-2018-0063>
18. Cassar M. L., Caruana A., Konietzny J. Wine and satisfaction with fine dining restaurants: an analysis of tourist experiences from user generated content on TripAdvisor. Journal of Wine Research. 2020, 31(2). pp. 85–100.
19. Njite, D., Dunn, G. & Hyunjung Kim, L. (2008). Beyond good food: what other attributes influence consumer preference and selection of fine dining restaurants?

- Journal of Foodservice Business Research. 11(2). P. 237–266.
20. Saurabh Kumar Dixi. The routledge handbook of gastronomic tourism. New York: Taylor & Francis Group, 2019. 624 p. [Електронний ресурс]. - URL: <https://fe.unj.ac.id/wp-content/uploads/2019/08/The-Routledge-Handbook-of-Gastronomic-Tourism.pdf>
21. Pestek A., Kukanja M., Renko S. Gastronomy for Tourism Development: Potential of the Western Balkans. Emerald Publishing Limited, 2020. 324 p.
22. Rutynskiy M., Kushniruk H. Restaurant industry in the tourist city of Eastern Europe: Post-COVID-19 perspectives. The case of Lviv, Ukraine. In Borges A. et al. (Eds). Gastronomy, Hospitality, and the Future of the Restaurant Industry: Post-COVID-19 Perspectives. Hershey, USA : IGI Global, 2022. pp. 220–243. DOI: 10.4018/978-1-7998-9148-2
23. Saurabh Kumar Dixit Girish Prayag. Gastronomic Tourism Experiences and Experiential Marketing. 1st Edition, 2022. 156 p
24. Semerciz, F., Pehlivan, Ç., Sözüer, A. & Mert, A. (2015). Crisis Management Practices and Strategic Responses Through Customer Loyalty and Price Strategy in Hard Times: Evidence from Fine-dining Restaurants. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 207. P. 149–156.
25. Best Food Tours Around the World 2021/2022. TourRadar - Book Tours & Travel Packages [Електронний ресурс]. - URL: <https://www.tourradar.com/f/food-culinary>.
26. Global Culinary Tourism Market Segmentation By Type (Culinary trials, Restaurants, Cooking classes, Food festivals and Others), By Mode of booking (Traditional agents, OTA and Direct travel) and Region - Industry Forecast of 2023 to 2028. Market Data Forecast [Електронний ресурс]. - URL: <https://www.marketdataforecast.com/market-reports/culinary-tourism-market>.
27. Entering the European market for food tourism products | CBI. Strengthening the sustainability of SMEs through exports | CBI. [Електронний ресурс]. - URL: <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/food-tourism/market-entry>.
28. UNWTO Global report on Food tourism 68 с. [Електронний ресурс]. - URL:



- [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019-09/food\\_tourism\\_ok.pdf](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019-09/food_tourism_ok.pdf)
29. World Food Travel Association (WFTA) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.worldfoodtravel.org/cpages/home>.
30. Барсукова О. Подорожі під час війни: де дозволено відпочивати і як безпечно організувати мандрівку. Українська правда : веб-сайт. URL: <http://life.pravda.com.ua/travel/2022/06/20/249177/>
31. Внутрішній туризм зростає, але до відновлення галузі ще далеко — аналітика Join UP! Join UP! : веб-сайт. URL: <https://joinup.ua/uk/news/vnutrishnij-turizm-zrostaye-ale-do-vidnovlenniyagaluzi-shhe-daleko-analitika-join-up/>
32. Гастрономічний туризм у тренді: що пропонує проєкт «Дороги вина та смаку Київщини». Мандруй Київщиною - Офіційний туристичний сайт Київської області. [Електронний ресурс]. - URL: <https://kyivregiontours.gov.ua/blog/gastronomicnij-turizm-u-trendi-so-proponue-proekt-dorogi-vina-ta-smaku-kiivsini>.
33. Гастрономічні Тури (2023) Гастротури і Кулінарні Подорожі | FLIXESS.com ®. [flicess.com](https://flicess.com). [Електронний ресурс]. - URL: [https://flicess.com/uk/tury/?location=0&type=36&emotion=0&month=0&price\\_from=3545&price\\_to=161120](https://flicess.com/uk/tury/?location=0&type=36&emotion=0&month=0&price_from=3545&price_to=161120).
34. Їж, дивуйся та фотографуйся: 11 ферм на Київщині. Великі історії Вікенду. [Електронний ресурс]. URL: <https://projects.weekend.today/farms>.
35. Київ Цифровий – туристичний хаб. Туристичний маршрут «Гастрономічний Київ» [Електронний ресурс]. - URL: <https://guide.kyivcity.gov.ua/trips/turisticnij-marsrut-gastronomicnij-kiiiv>
36. Кращі ресторани української кухні Києва | Kyivmaps. KyivMaps. [Електронний ресурс]. - URL: <https://kyivmaps.com/ua/blog/top-15-restoraniv-ukrainskoi-kuhni-v-kievi-kudi-var-to-povesti-inozemca>.
37. Мандруй Україною. Смачним подорожам Київщиною бути: найяскравіші гастрономічні маршрути області [Електронний ресурс]. - URL: <https://discover.ua/inspiration/smacnim-podorozam-kiivsinou-buti-najaskravisi->

gastronomicni-marsruti-oblasti.

38. Науковий круглий стіл «Вплив російського вторгнення в Україну на світовий туризм та майбутнє туристичної професії». Національний університет «Запорізька політехніка»: веб-сайт. URL: <https://zpu.edu.ua/novyny-kafedry-22>
39. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму України. Туристична статистика України за 2021 рік. [Електронний ресурс]. - URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2021-roci-v-ukrayini-naybilshe-vitrachali-groshey-turisti-z-oe>
40. Офіційний сайт Національної туристичної організації України. Туристичний барометр України 2021 рік. [Електронний ресурс]. - URL: [https://www.ntoukraine.org/nsts\\_analytics\\_ua.html](https://www.ntoukraine.org/nsts_analytics_ua.html)
41. Ресторани української кухні в Києві | Event Ukraine. Event Ukraine. » [Електронний ресурс]. - URL: <https://eventukraine.com/lifestyle/restorani-ukrainskoi-kukhni-v-ki-vi/>.
42. Фестивалі у Києві - куди піти на свята. tripmydream.ua. [Електронний ресурс]. URL: <https://tripmydream.ua/ukraine/kiev/festivals>