**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЖИТОМИРСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА**

**Нестерчук І. К., Шпільова Ю. В.**

# ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ: ТЕРИТОРІАЛЬНА ГАСТРОТУРИСТИЧНА СИСТЕМА

**МОНОГРАФІЯ**

**За загальною редакцією І. К. Нестерчук**

**Житомир**

**Видавець ТОВ «Видавничий дім «Бук-Друк»**

**2026**

**УДК: 338.48-6:641/642(477.41/.42)**
**Н 56**

Рекомендовано до друку вченою радою Житомирського державного університету імені Івана Франка
(протокол № 23 від 23 грудня 2025)

**Рецензенти:**

Ольга ЛЮБІЦЕВА – доктор географічних наук, професор кафедри країнознавства та туризму, завідувач кафедри країнознавства та туризму Київського національного університету імені Тараса Шевченка;

Вікторія ЯВОРСЬКА – доктор географічних наук, професор кафедри економічної та соціальної географії і *туризму,* декан геолого-географічного факультету Одеського національного університету імені І. І. Мечникова;

Станіслава ПАСЕКА – доктор економічних наук, професор кафедри туризму і готельно-ресторанної справи, завідувач кафедри туризму і готельно-ресторанної справи Черкаського національного університету
імені Б. Хмельницького.

**Нестерчук І. К., Шпільова Ю. В.**

**Н 56** Гастрономічний туризм: територіальна гастротуристична система: моногр: І. К. Нестерчук, Шпільова Ю. В.; за заг. ред. І. К. Нестерчук. Житомир: Вид-во ТОВ «Видавничий дім «Бук-Друк». 2026. 425 с.

**ISBN 978-617-8181-69-7**

У монографії сформовано концепцію територіальної гастротуристичної системи Правобережного Полісся України, системоутворюючими елементами, якої є агрокультурна спадщина, харчове біорізноманіття, гастрономічна спадщина, кулінарні культури субетносів, маркери ідентичності їжі, терруар, спеціалітет, які мають специфічні ознаки: харчове біорізноманіття, стала харчова система. Розроблено методичний інструментарій визначення туристичного потенціалу ТГТС, типізації агрокультурної спадщини, кластерної моделі розвитку гастрономічного туризму. Вдосконалено сучасний поняттєво- термінологічного апарат гастрономічного туризму. Рекомендовано для підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти усіх форм навчання галузі знань J Транспорт та послуги спеціальностей J3 «Туризм та рекреація», J2 «Готельно-ресторанна справа та кейтеринг».

**© Нестерчук І. К., 2026**
**© Шпільова Ю. В., 2026**
**© Житомирський державний університет імені Івана Франка,**

**ISBN 978-617-8181-69-7**

**ПЕРЕЛІК СКОРОЧЕНЬ**

ТГТС – територіальна гастротуристична система

ТГТС – туристичний потенціл територіальної гастротуристичної системи

ТАКС – типизація арокультурної спадщини

КРГТ – кластер розвитку гастрономічного туризму

АКС – агрокультурна спадщина

ГСА – гастрономічна спадщина

ГТ – гастрономічний турист

ГТР – гастрономічний тур

ГФ – гастрономічний фестиваль

СКГТ – споживчий кошик гастрономічного туриста

ТІЦ – туристично-інформаційний центр

ТГ– територіальна громада

ЮНЕСКО (UNESCO) – Організація Об’єднаних Націй з питаннях освіти, науки і культури

ООН **(UN)** – Організація обєднаних націй

ЮНВТО (UNWTO) – Всесвітня туристична організація

ВРПТ (WTTC) – Всесвітня Рада з *Подорожей* і *Туризму*

ВАГТ (WFTA) – Всесвітня асоціація гастрономічного туризму

**ЗМІСТ**

ВСТУП…… 6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГАСТРОТУРИТСИТЧНОЇ СИСТЕМИ…… 16
1.1. Концептуалізація територіальної гастротуристичної системи в контексті історіографії суспільно-географічного дискурсу агрокультурної спадщини…… 16
1.2. Концепція територіальної гастротуристичної системи…… 25
Принципи формування територіальної гастротуристичної системи ……... 49
1.4. Туристичний потенціал територіальної гастротуристичної системи…… 52
1.5. Вдосконалення сучасного поняттєво-термінологічного апарату гастрономічного туризму……..... 59
Висновки до розділу 1…… 74
РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГАСТРОТУРИТСТИЧНОЇ СИСТЕМИ…… 77
2.1. Методологічнні засади дослідження територіальної гастротуристичної системи українського Правобережного Полісся ……. 77
2.2. Методика оцінки туристичного потенціалу територіальної гастротуристичної системи…… 82
2.3. Підходи до покомпонентної оцінки природних ресурсів для потреб гастрономічного туризму……. ……..... 95
2.4. Методологічний тезаурус історіографії вивчення харчових звичаїв поліщуків Правобережного Полісся України……. 101
2.5. Методика типізації агрокультурної спадщини Правобережного Полісся України для розвитку гастрономічного туризму……..... 104
2.6. Обґрунтування кластерної моделі гастрономічного туризму……. 110
Висновки до розділу 2…… 118
РОЗДІЛ 3. ПРИРОДНО-ГЕОГРАФІЧНІ УМОВИ ТА СПЕЦИФІКА ЕТНІЧНИХ КУХОНЬ ПРАВОБЕРЕЖНОГО ПОЛІССЯ УКРАЇНИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ…….. 122
3.1. Етнічне навантаження їжі як стійкої компоненти культури: фізико-географічні студії……..... 122
3.2. Ґрунтові розвідки українським Правобережним Поліссям у площині вишукувань гастрономічного туризму……. 137
3.3. Етнографічне районування Правобережного Полісся для потреб гастрономічного туризму ..…….. 142
3.4. Ідентифікація гастрономічних студій різноманітних етнічних груп проживання……. 150
3.5. Специфіка етнічних кухонь Правобережного Полісся України: історико-географічні розвідки…….. 155
Висновки до розділу 3…….. 178
РОЗДІЛ 4. ІМПЛІКАЦІЯ ДОСЛІДЖЕНЬ АГРОКУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНСЬКОГО

ПРАВОБЕРЕЖНОГО ПОЛІССЯ……..... 181
4. 1. Панорамний огляд трендів розвитку міжнародного гастрономічного туризму…… 181
4. 2. Вивчення вітчизняного досвіду розвитку гастрономічного туризму…….. 194
4.3. Гастрономічна дестинація в структурі туристичних потоків України та українського Правобережного Полісся ……... 198
4.4. Туристичні продукти як ключова ознака спеціалізація території……. 205
4.5. Гастрономічний бренд території на прикладі агрокультурної спадщини Правобережного Полісся України…… 215
4.6. Перезавантаження гастрономічних турів в територіальній гастротуристичній системі Правобережного Полісся України завдяки туристичному потенціалу територіальної гастротуристичної системи……..... 226
4.7. Національні ресторації в системі гастрономічних турів……. 250
4.8. Типізація агрокультурної спадщини: планування, проєктування туристично-рекреаційного простору……. 259
4.9. Формування та використання інтеграційних взаємозв'язків у гастрономічному туризмі…… 273
4.10. Гастрономічні події як драйвери розвитку малих міст…….. 278
4.11. Впровадження кластерної моделі розвитку гастрономічного туризму українського Правобережного Полісся…… 285
Висновки до розділу 4…… 299
ВИСНОВКИ…… 305
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ…….. 311
ДОДАТКИ……... 358
Додаток А…… 359
Додаток Б…… 361
Додаток В…… 363
Додаток Г…… 364
Додаток Д…… 370
Додаток Е……... 385
Додаток Ж……... 398
Додаток К…… 400
Додаток Л…… 404
Додаток М…… 411
Додаток Н……... 416
Додаток П……..... 417
Додаток Р…… 418
Додаток С…… 422

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Гастрономічний туризм – один із масштабних і перспективних об’єктів дослідження в сучасному туризмознавстві, суспільній географії, географії культури. У світовій економіці туристичний бізнес займає одне з провідних місць, однак туристичний потенціал України використовується вкрай на низькому рівні. Правобережне Полісся України, зберігає в собі численні надбання агрокультурної спадщини та потребує приділення уваги розвитку гастрономічного туризму, пропозиції унікального туристичного продукту, який здатен зацікавити вибагливого користувача. Гастрономічний туризм агрегує елементи суспільно-географічних, ландшафтних, етнографічних, історичних, краєзнавчих, агрокліматичних і ґрунтових досліджень, які візуалізуються в гастрономічних турах з культурно-пізнавальною, розважальною і навчальною метою.

У сучасну епоху глобалізації перед кожною етнокультурною спільнотою стоїть проблема збереження своєї ідентичності поряд із потребою в кращому розумінні особливостей інших субетносів. Територія Правобережного Полісся України автохтонна, зберігає численні надбання народно-побутової культури, агрокультурної та гастрономічної спадщин. Національні гастрономічні уподобання акумулюють свою специфіку й відображаються в культурі та мові, у ландшафті й архітектурі, у гастрономії, звичаях та обрядах.

Синергія суспільно-географічних наробок дозвололила розробити концепцію територіальної гастротуристичної системи, формування якої відбувається завдяки різним драйверам, які інтепретуються у *системоутворюючі елементи*: агрокультурна спадщина, гастрономічна спадщина, кулінарні культури субетносів, маркери ідентичності їжі, терруар, спеціалітет.

Концепція територіальної гастротуристичної системи становить інтегральне теоретико-методологічне підґрунтя для подальшого визначення сутності туристичного потенціалу територіальної гастротуристичної системи й формування алгоритму його вивчення для прикладних цілей.

Стійким компонентом агрокультурної, а зокрема гастрономічної спадщин очевидно постануть кулінарні культури субетносів, які створюють каркас у сфері гастрономічного туризму. Вона є менш динамічною формою у порівняні з іншими духовними надбаннями людства. Соціальне становище на кожному етапі життєдіяльності вносило свої зміни у традиційні форми харчування поліщуків. Детальний аналіз локальних особливостей агрокультурної спадщини, гастрономії субетносів українського Правобережного Полісся є одним із першочергових завдань наукового дослідження, яке інтерпретується через концепцію територіальної гастротуристичної системи. Розроблені тематичні картографічні моделі гастрономічного туризму Правобережного Полісся України, відбивають практичну потребу в таких наробках.

Стрімке етнокультурне відродження, яке супроводжується повсюдним зростанням цікавості людини до власної національної самобутності, стало однією із сильних відповідей на виклики глобалізації. Сьогодні в Україні великої популярності набули крафтові та фермерські продукти (терруари). Люди готові платити за натуральність і смак. Останніми роками процес пошуку й повернення до «своїх» кулінарних культур субетносів помітно пришвидшився через маркери ідентичності їжі. Людей цікавлять старі рецепти, страви (спеціалітети). Чисельність прихильників української кухні, як і наклади перевидань гастрономічної спадщини, стрімко зростає. Вочевидь, настав час фахово поговорити про сучасну агрокультурну, гастрономічну спадщини, про нову українську кухню, що спирається на національні традиції.

Науковий багаж праць термінології гастрономічного туризму Д. Басюк, М. Баштової, Т. Божук, А. Бусигіна, В. Вовк, І. Галущак, І. Комарницького, І. Космидайло, М. Кляп, Т. Кукліна, О. Любіцевої, Є. Маслова, С. Саламатиної, І. Русанова, Т. Шпарага, В. Федорченко, Ф. Шандора, І. Школа, огляд джерел про кулінарні культури субетносів Л. Артюх, А. Барбарич, Н. Боренько, Хв. Вовка, В. Доманицького, М. Мороз, В. Наулко, І. Несен, В. Скуратівського, П. Чубинського, В. Циганенко, Т. Шпаковської, О. Юрчук, С. Яценко, розвідки серед іноземного загалу наукової літератури гастрономічного спрямування:

G. Allen, A. Ken, E. Wolf, C. Hall, S. Page, A. Hjalager, L. Long, B. McKercher, E. Wolf, показали, що дослідження гастрономічного туризму, вимагають подальшого опрацювання на регіональному рівні.

Важливими аспектами наукового дослідження гастрономічного туризму постануть такі: визначення об'єкт-предметної сутності та дизайну дослідження, побудова концептуальної моделі дослідження територіальної гастротуристичної системи та її тестування на прикладі Правобережного Полісся України, проведення оцінки природно-географічних умов та етнічних кухонь регіону, здійснення типізації агрокультурної спадщини Правобережного Полісся України, розробка кластерної моделі розвитку гастрономічного туризму регіону.

Недостатність теоретичних та прикладних напрацювань сталого розвитку агрокультурної спадщини для потреб гастрономічного туризму потребує таких наробок на регіональному рівні в рамках територіальної гастротуристичної системи.

Отже, вибір теми наукової роботи грунтувався на потребі концептуалізації територіальної гастротуристичної системи в контексті сталого розвитку агрокультурної спадщини.

Науковий внесок представляє результати дослідницьких проєктів у 2011–2025 р.р.: «Конструктивно-географічні та організаційно-економічні засади розвитку інноваційних видів туризму на території Правобережного Полісся» (Державний реєстраційний номер: 0117U007357); «Організаційно-економічні засади розвитку екологічного туризму» (Державний реєстраційний номер: 0119U103399); «Гастрономічний туризм: теоретично-методологічний конструкт та перспективи імплементації гастрономічних досліджень у сфері туризму, рекреації» (Державний реєстраційний номер: 0119U103398). «Картографо-аналітична оцінка ландшафтних комплексів та структури земельних угідь Правобережного Полісся» (Державний реєстраційний номер: 011U000500). «Розвиток сфер туристичної та готельно-ресторанної індустрії Правобережного Полісся України в умовах сталого розвитку: організаційно-економічні механізми, інновації та цифрові трансформації» (Державний реєстраційний

номер: 0123U102734). «Підприємницька діяльність у сфері туризму та рекреації Поліського регіону: теорія, методологія та практика» (Державний реєстраційний номер: 0123U104149). «Індикаторний аналіз сталого розвитку в Україні» (Державний реєстраційний номер: 0119U103875).

Особистий внеском в зазначених наукових проєктах є сформування концепції територіальної гастротуристичної системи, розробка методики та визначення туристичного потенціалу територіальної гастротуристичної системи українського Правобережного Полісся, проведення оцінки природно-географічних умов та етнічних кухонь регіону, розробка методики типізації агрокультурної спадщини Правобережного Полісся України, визначення аспектів сталості та інтеграція результатів попередніх етапів й обґрунтування кластерної моделі гастротуризму регіону з метою оптимізації на засадах сталого розвитку.

Внесок у міську цільову програму «Програма розвитку туризму Житомирської міської територіальної громади на 2022-2024 роки»: модернізація та вдосконалення інструментів підтримки сталого туризму, інвентаризація та оцінка наявних природно-географічних, культурно-історичних об’єктів туризму, розробка стратегії розвитку пріоритетних видів туризму, зокрема гастрономічного туризму, що мають потенціал розвитку на території Житомирської міської територіальної громади та є основою для формування та розвитку місцевого туристичного продукту.

Мета роботи – сформулювати теоретико-методологічні засади та методичний інструментарій імплікації досліджень агрокультурної спадщини як системоформуючого елементу територіальної гастротуристичної системи в контексті сталого розвитку гастрономічного туризму Українського Правобережного Полісся на фундаменті суспільної географії.

Для досягнення мети у роботі визначено наступні наукові завдання:

- здійснити теоретико-методологічне обґрунтування концепції територіальної гастротуристичної системи та її системоформуючих елементів для потреб розвитку гастрономічного туризму;

- вдосконалити понятєво-термінологічний апарат гастрономічного туризму;
- розробити методологічний дизайн дослідження територіальної гастротуристичної системи;
- виявити механізм формування агрокультурної спадщини Правобережного Полісся України для потреб гастрономічного туризму;
- дослідити специфіку етнічних кухонь Правобережного Полісся України в контексті сталого розвитку агрокультурної спадщини;
- проаналізувавати стан гастрономічного туризму українського Правобережного Полісся;
- здійснити оцінку туристичного потенціалу територіальної гастротуритсичної системи;
- створити картографічні моделі для потреб гастрономічного туризму: гастрономії субетносів Правобережного Полісся України; харчового біорізноманіття українського Правобережного Полісся; смаків центрів гастрономічних фестивалів Правобережного Полісся України; туристичного потенціалу територіальної гастротуристичної системи Правобережного Полісся України; типізації агрокультурної спадщини Правобережного Полісся України; кластерів розвитку гастрономічного туризму Правобережного Полісся України;
- запропонувати оптимальну модель розвитку гастрономічного туризму на засадах сталого розвитку українського Правобережного Полісся на основі типізації агрокультурної спадщини і кластеризації.

*Об'єктом дослідження* є агрокультурна спадщина українського Правобережного Полісся.

*Предмет дослідження* є сталий розвиток агрокультурної спадщини як системоформуючого елементу територіальної гастротуристичної системи Правобережного Полісся України: теоретико-методологічні та практичні засади розвитку.

Теоретико-методологічною базою дослідження стали положення сучасної суспільної географії, туризмознавства, географії культури, географії туризму.

Для розв’язання визначених завдань, досягнення мети використовувався комплекс взаємодоповнюючих загальнонаукових та конкретнонаукових методів наукового пізнання, зокрема загальнонаукові: аналізу, синтезу, індукції, дедукції, аналогії, моделювання, літературний, типізації тощо. Використано низку конкретнонаукових методів наукового пізнання: методи причинно-наслідкового й історичного аналізу, застосовані для виявлення особливостей розвитку гастрономічного туризму Правобережного Полісся; методи порівняльного аналізу – для обґрунтування гастрономічного туризму регіону з урахуванням зарубіжного досвіду; формалізації – вивчення об’єктів шляхом відображення їх змісту і структури в знаковій формі (оцінка туристичного потенціалу територіальної гастротуристичної системи); методи статистичних досліджень (обробка і аналіз, реферування статистичної звітності державного і регіонального спостереження за галузями економіки: готелі та ресторани, транспорт і зв’язок, сільськогосподарське виробництво, оренда і надання послуг, банк даних ВТО, щорічники спеціалізованих організацій ООН, особливо ЮНЕСКО); польові географічні розвідки з метою визначення атрактивності природних ресурсів, агрокультурної спадщини для гастрономічних потреб туристів; аналізу туристичної рекламної продукції: огляд туристичних путівників, буклетів, рекламних оголошень, пам'яток для туристів, програм туристичних заходів, художніх творів з описами практик харчування; картографічного методу для укладання тематичних картографічних моделей гастрономічного туризму Правобережного Полісся України; обробка, збереження і візуалізація аналітичної інформації проводилася за допомогою технології ГІС (Mapinfo 17.0.2.), Open Street Map – OSM, ГІС – ArcMap, графічного редактора Adobe Illustrator.

Інформаційними джерелами дослідження слугували такі: у процесі наукового пошуку використано 500 джерел. Здійснювався суспільно-географічний, історично-етнографічний аналіз літературних, архівних документів і матеріалів та інших джерел. Вивчено 34 справи із фондів Центрального державного історичного архіву України

(м. Київ), пронаналізовано 78 справ Державних архівів Житомирської, Рівненької, Волинської областей, конрі презентуали їжу, харчові звички та традиції субетносів території дослідження. Наковий фактаж доповнили наукові публікації, матеріали періодичних видань, всеукраїнських та міжнародних науково-практичних конференцій, літературні й картографічні джерела, присвячені різними аспектам гастрономічного туризму, дослідженню агрокультурної спадщини, ландшафтів, фізико-географічних районів, етнографічного та ґрунтового районування Правобережного Полісся України. Стали в нагоді емпіричні дані, отримані автором під час польових та натурних ландшафтознавчих досліджень для цілей розвитку гастрономічного туризму, реалізованих упродовж 2010-2025 рр. Науковим фундаментом слугували статистичні збірники, довідники, нормативно-правові документи, науково-аналітичні та проєктні розробки державних інституцій: Головного управління статистики у Київській, Житомирській, Рівненській, Волинській областях; Обласних туристично-інформаційних центрів Києва, Житомира, Рівного, Луцька; *Управліннь культури* та туризму Київської обласної державної адміністрації, *Житомирської обласної державної адміністрації,* Рівненської обласної державної адміністрації, Волинської обласної державної адміністрації.

Наукові наробки спиралися на матеріали Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), Всесвітньої ради по подорожах і туризму (ВРПТ); Міжнародної асоціації світового туризму (МТ); Міжнародного туристичного союзу (ТУІ); Міжнародного туристичного альянсу (АІТ); Всесвітньої асоціації з питань дозвілля і відпочинку (ВАРА), законодавчі та нормативні акти Верховної Ради та Кабінету Міністрів України, Державної служби статистики України, Міністерства економічного розвитку та торгівлі України, Державного агентства розвитку туризму України, Всеукраїнської асоціації гастрономічного туризму, Всеукраїнської асоціації гідів, Міністерства інфраструктури України, *Державної прикордонної служби України.*

Теоретичні напрацювання через практичні висновки, імплементують концепцію територіальної гастротуристичної системи в теорії суспільної

географії через регіональний наратив. Надано пропозиції регіональним інституційним установам у сфері туризму та рекреації щодо впровадження на практиці прикладних аспектів гастрономічного туризму з орієнтацією на існуючий та потенційний попит.

Монографію присвячено формулюванню теоретико-методичних основ територіальної гастротуристичної системи. Розроблений та апробований автором методичний дизайн дослідження гастрономічного туризму Правобережне Полісся України, включає методику визначення туристичного потенціалу територіальної гастротуристичної ситеми, методику типізації агрокультурної спадщини Правобережного Полісся України, методологію обґрунтування кластерної моделі розвитку гастрономічного туризму регіону з подальшим створенням картографічних моделей.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГАСТРОТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ

## 1.1. Концептуалізація територіальної гастротуристичної системи в контексті суспільно-географічного дискурс агрокультурної спадщини.

Особлива категорія спадщини – це агрокультурна спадщина ілюструється як особливий тип спадщини, що складається із способу життя, виробництва та сільськогосподарської діяльності. Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки та культури (ЮНЕСКО) передусім пояснила це у двох вимірах: матеріальна спадщина (корінні види, агроландшафти, об'єкти спадщини, що мають цінність спадщини) та нематеріальна спадщина (діяльність, традиції, гастрономія, навички та традиційні знання, охорона спадщини).

На інституційномк рівні в глобалному масштабі питаннями агрокультурної спадщини опікуються ФАО (GIAHS), ЮНЕСКО (Конвенція про всесвітню спадщину 1972 року, Конвенція про охорону нематеріальних культурних об'єктів 2003 року), Спадщина та системи місцевих і корінних знань (LINKS) і два дорадчі органи Комітету всесвітньої спадщини (ICOMOS і IUCN). Ці світові організації, сприяють охороні спадщини з сільськогосподарськими /скотарськими/лісокультурними цінностями.

Системи глобально важливої агрокультурної спадщини визнають унікальні системи землекористування та ландшафти, повні життя та біорізноманіття, стійкі екосистеми та цінну агрокультурну спадщину, якою керують фермери, скотарі, рибалки та лісники. Спільноти, які зберегли та розвинули складні, різноманітні та адаптовані до місцевих умов сільськогосподарські системи, сьогодні забезпечують стабільно багато товарів і послуг, їжу та засоби до існування для мільйонів людей у всьому світі. Станом на листопад 2023 року Програма GIAHS присудила статус 86 об'єктам у 26 країнах: Плавучі поля Бангладеш, Чилойське землеробство, Рисово-рибна культура в Китаї, агросистема традиційного чаю пуерта, Каштан, білий імбир і воскова ягода в Китаї ін. [383].

Використання міжнародного підходу до збереження аграрної культурної спадщини та розвитку її об’єктів дозволяє підвищити стійкість традиційного землеробства, поєднуючи охорону та модернізацію через розвиток гастрономічного туризму. Такий підхід реалізується ЮНЕСКО та ICOMOS у двох напрямах:– внесення до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО агроландшафтів, культурних і природних об’єктів, що мають видатну універсальну цінність;– визнання самої сільськогосподарської практики, традиційних умінь і технологій, пов’язаних із землеробством.

У Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО об’єкти класифікуються відповідно до категорій культурних ландшафтів. Заповнення наявних прогалин передбачає розробку майбутнього плану дій щодо визначення нових категорій світової аграрної культурної спадщини, зокрема тих, що пов’язані із сільськогосподарською діяльністю та гастрономічним туризмом.

Значення гармонійного співжиття з природним середовищем тісно пов’язане з сучасними підходами до сталого розвитку туризму та збереження агрокультурної спадщини. Аграрні ландшафти є «живими» цінностями, що поєднують минуле, теперішнє і майбутнє та відображають еволюцію концепцій агрокультурної спадщини. Їхнє збереження сприяє підтриманню продовольчого біорізноманіття.

Агрокультурна спадщина невідривно пов’язана з гастрономічного туристичного продукту. Гастротуризм, що передбачає подорожі заради знайомства з місцевою кухнею та кулінарними традиціями, перетворився на популярний різновид нішевого туризму. Харчові та кулінарні звичаї виступають маркерами локальної ідентичності та становлять суттєву частину досвіду мандрівника. Їжа має також символічний, економічний і політичний вимір, що впливає на розуміння територіальних туристичних систем.

Агрокультурну спадщину можна інтегрувати в гастрономічну туристичну індустрію, відкриваючи можливості економічного й соціокультурного розвитку. Окрім того, поєднання агрокультурної спадщини та гастротуризму сприяє підсиленню регіонального бренду, збереженню традицій і зростанню

туристичних витрат. У підсумку, агрокультурна спадщина та гастрономічний туризм взаємопов’язані, а їжа відіграє ключову роль у формуванні туристичного досвіду та підкресленні культурної унікальності субетносів.

Усі попередні географічні напрацювання (рис. 1.1) органічно інтегруються в дослідження суспільної географії, географії людини, культурної географії та туризмознавства, де важливе місце займають вивчення культурних ландшафтів, агрокультурної спадщини та територіальних туристичних систем. Особливої уваги заслуговує концепція «стійких продовольчих систем», яку розробляли такі науковці, як М. Халл, Ш. Гесслінг, Б. Гаррод і К. Роджек, адже харчові системи поєднують різні аспекти сталого розвитку. Ресторанний бізнес і професійні кухні можуть відігравати значну роль у популяризації екологічно дружніх моделей харчування.

Українські науковці, зокрема О. Любіцева [136], І. Ровенчак [245] та О. Топчієв [282], проводили дослідження у сфері географії культури, зосереджуючись на географічних аспектах культурних явищ, їхньому просторовому поширенні, а також на концепціях геоекологічних систем і культурних ландшафтів. Справді, географія культури є авторитетною та динамічно розвиненою галуззю серед географічних наук, оскільки охоплює вивчення культури в географічному просторі, аналіз просторової диференціації та різноманіття її складових, їхнє відображення у ландшафті та взаємозв’язок із природним середовищем, а також дослідження того, як культурні смисли формують бачення географічного простору.

Так, О. Любіцева розглядає ландшафт як показник культури та основу для розвитку рекреаційної діяльності й туризму. Людина та її господарська практика завжди змінювалися у відповідь на умови навколишнього середовища, одночасно впливаючи на формування ландшафтів і біотичного середовища. Це спричинило накопичення поколіннєвого досвіду, розширення та поглиблення систем знань. У нашому дослідженні акцент робиться на поліських регіональних системах землекористування, ландшафтах і агрокультурній спадщині, які вирізняються значним харчовим біорізноманіттям




*Рис. 1. 1. Історіографія суспільно-географічного дискурсу*

Воно сформувалося завдяки тривалій взаємній адаптації місцевих громад і природного середовища, а також їхнім прагненням до сталого туристичного розвитку. Традиційні аграрні практики були зумовлені локальними кліматичними умовами, рельєфом і історичними чинниками, формуючи харчову культуру субетносів і унікальну агрокультурну спадщину регіону.

Агрокультурна спадщина є «живою спадщиною», що безперервно розвивається та пристосовується до соціальних і природних змін. Вона ґрунтується на ощадливому використанні природних ресурсів – ґрунтів, лісів, вод — має мінімальний екологічний вплив і сприяє збереженню біорізноманіття, зокрема й ендемічних видів тварин.

Очевидно, що напрацювання культурної географії щодо розвитку теоретичного конструкту *«агрокультурної спадщини»* в межах досліджень рекреації та туризму потребують нового осмислення. Спираючись на значний внесок українських дослідників у суспільну географію, ландшафтознавство та туризмознавство, зокрема гастрономічне, доцільно запропонувати й обґрунтувати *концепцію «територіальної гастротуристичної системи»* [444].

Суспільна діяльність людини пронизана різноманітними потоками –людськими, енергетичними, інформаційними, товарними, фінансовими та сервісними, – які реалізуються через систему зв’язків. Ці потоки виникають у взаємодії між суспільством, національною економікою та природним середовищем.

Зовнішні зв’язки істотно впливають на ТГТС, яка має свої входи та виходи, формування яких значною мірою визначається зовнішнім середовищем, а також такими чинниками, як стихійні лиха, війни, економічні кризи чи пандемії. Щоб мінімізувати або запобігти негативному впливу цих явищ на ТГТС певного регіону, важливо заздалегідь оцінити дію зовнішніх факторів, виокремити ключові з них і розробити стратегії, що дадуть змогу перетворювати потенційні загрози на можливості. Це має стати теоретичною основою для реагування на сучасні виклики у сфері рекреації та туризму.

У зв’язку з цим розглянемо сутність поняття «територіальна гастротуристична система» з позицій розвитку гастрономічного туризму (рис. 1.2). Територіальна гастротуристична система (ТГТС) є складною відкритою системою. Під час дослідження соціально-географічних об’єктів, процесів і явищ необхідно застосовувати різноманітні методологічні ***підходи***, властиві суспільній географії. У нашій роботі використано кілька підходів з метою виявлення та визначення ТГТС у географічному просторі.

Важливе місце займає історико-географічний (ретроспективний) підхід [282, 293], у межах якого соціально-географічні об’єкти та економіко-географічні категорії аналізуються в історичній динаміці. Такий підхід дає змогу здійснювати економіко-географічне прогнозування, спираючись на минулий розвиток, виявляти причини й чинники змін, а також досліджувати етапи становлення об’єкта протягом усього історичного періоду. У нашому випадку важливо простежити еволюцію ТГТС у ретроспективі: від територій розселення субетносів у певних природно-географічних умовах, що формували правила продукування їжі та харчові традиції, до моментів біфуркації, коли відбувалося розшарування просторів – появи сакральної їжі, яка згодом трансформувалася в національну та стала впізнаваним гастрономічним символом країни, закріпленим у меню національних ресторацій і підтриманим розвитком харчової промисловості. Не менш значущим є генетичний підхід [302], який дає змогу досліджувати причини та час виникнення певних об’єктів і явищ. У рамках цього підходу аналізуються зміни їхніх функцій і структури під впливом широкого спектра ендогенних та екзогенних чинників, що супроводжують їхній подальший розвиток.

У процесі формування концепції ТГТС простежується динаміка її становлення та визначається коло проблем, що можуть негативно впливати на подальший розвиток системи. Під час дослідження конкретної ТГТС виявляються туристичні ресурси території, які раніше були невідомими, недостатньо вивченими або слабо задіяними: гастрономічні, культурно-історичні, фізико-географічні, людські, ґрунтові та етнографічні.

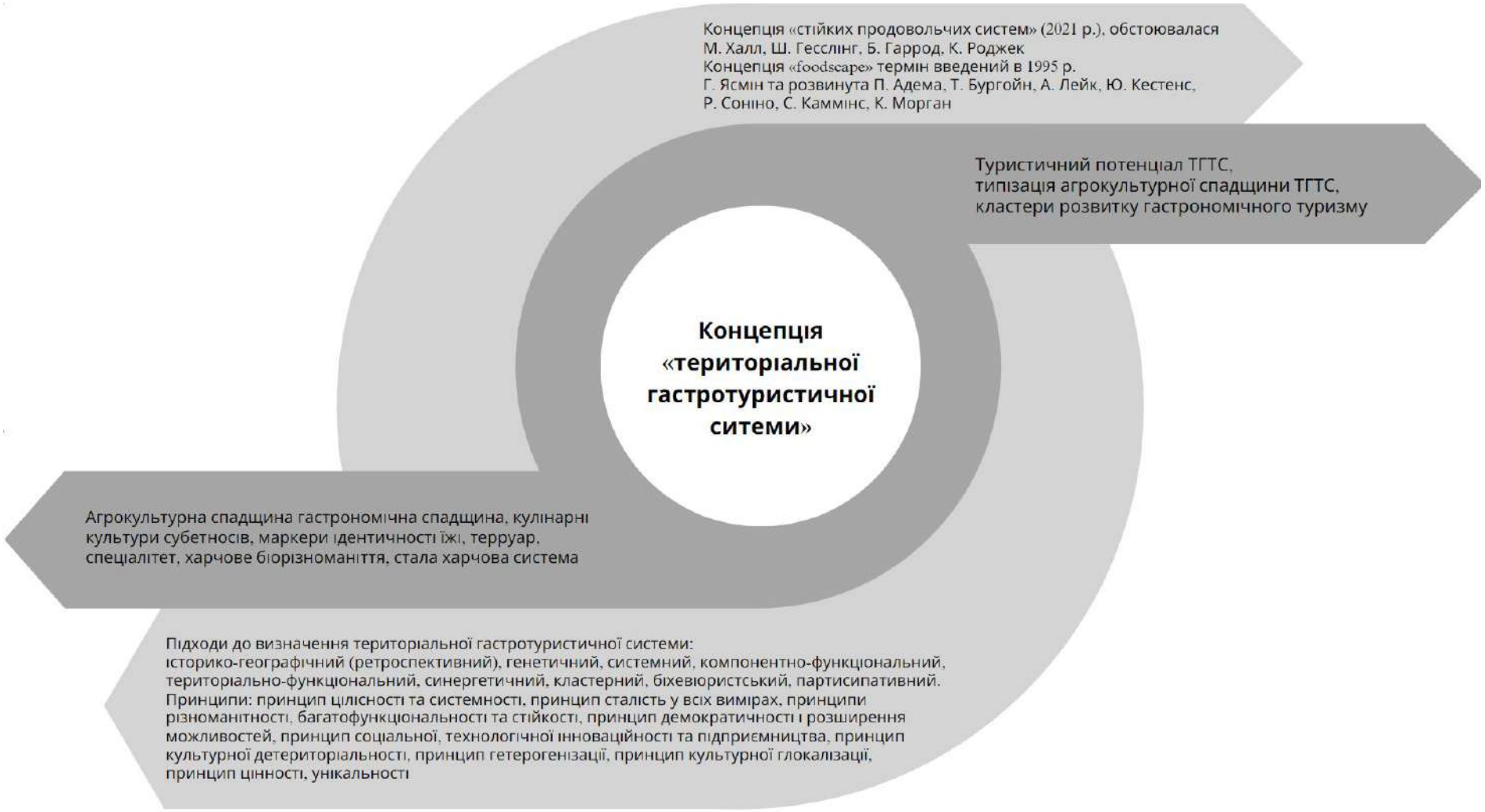



*Рис. 1.2. Концепція територіальної гастротуристичної системи для розвитку гастрономічного туризму*

Розвиток ТГТС залежить від пошуку оптимального поєднання цих ресурсів і виробничих факторів, що можуть бути використані для досягнення цілей розвитку. Тому вважаємо, що визначення туристичного потенціалу ТГТС та оцінка природних умов і кухонь субетносів як «прихованих» ресурсів території дає змогу більш повно і коректно визначити перспективи її зростання.

Застосування *системного підходу* [160, 161, 227, 265, 266, 281, 282], дає можливість комплексно вивчати процеси формування системи, її функціонування, розвиток (насамперед промислових, аграрних та рекреаційних типів), обмін енергією і речовинами та взаємодію з природним середовищем. Сучасні умови просторово-компонентного проєктування територіальних систем вимагають аналізу нових викликів. Системний підхід передбачає детальне вивчення структури, функціональних і типологічних зв'язків, тобто розгляд ТГТС як цілісної, функціонально організованої системи [227].

*Компонентно-функціональний підхід* [160, 281, 293], використовують для аналізу компонентної та територіальної структури господарства країни, її окремих регіонів, а також різних об'єктів і територіальних підсистем. Він дає змогу дослідити окремі компоненти, системоформувальні взаємозв'язки між ними та їхні зовнішні зв'язки.

*Територіально-функціональний підхід* дає можливість глибше зрозуміти взаємини й взаємодії між компонентами та територією в межах певної територіальної системи. Завдяки цьому підходу можна простежити, як у різних типах територіальних утворень (зокрема, територіальних громад) розміщуються окремі елементи, що відображає особливості їх геопросторової організації.

*Синергетичний підхід* [92], передбачає детальний аналіз чинників територіальної системи та процесів, що в ній відбуваються, з метою виявлення механізмів взаємодії елементів і підсистем, а також їхніх внутрішніх і зовнішніх зв'язків.

*Кластерний підхід* [262], застосовують для дослідження структури господарства територіальної системи, виокремлюючи ті сектори, що беруть участь у формуванні міжрегіональної агрокультурної спадщини.

*Біхевіористський підхід* [10, 92, 147], використовують для пояснення територіальної ідентичності, аналізу регіональної депресивності, формування перцепційних образів регіонів, систем розселення та інших характеристик просторового розвитку.

*Партисипативний підхід* [148] у сучасних умовах трансформації відіграє важливу роль у розробленні стратегій і концепцій функціонування територіальних систем за участю представників місцевих інституцій із різних сфер.

Таким чином, ТГТС охоплюють широкий спектр суб'єктів та їхню взаємопов'язану діяльність, зокрема туристичну. Вони включають додану вартість, що виникає під час виробництва, збирання, переробки, розподілу, споживання та утилізації харчових продуктів, отриманих із сільського, лісового господарства чи рибальства, а також елементи ширшого економічного, соціального й природного середовища, у межах якого ці процеси здійснюються.

Практика суспільного розвитку свідчить, що географічні знання відображають нерозривний зв'язок природи й людини. Такий інтегративний зміст зміцнюється завдяки поступовій еволюції та спеціалізації географічної науки.

У цьому процесі формується поєднання різних інтерпретацій і підходів, що спонукає до окреслення характерних ознак територіальної гастротуристичної системи. Розвиваючи цю ідею, можна побачити зростання значущості відповідного наукового дискурсу в географії рекреації й туризму, зокрема гастрономічного. Це відбувається завдяки впровадженню концепції «територіальної гастротуристичної системи», яка фактично існувала тривалий час у різних просторових контекстах, але лише нещодавно почала визнаватися як важливий туристичний ресурс, здатний сприяти сталому розвитку туризму.

### 1.2. Структура територіальної гастротуристичної системи

Відомо, що як суспільний феномен туризм почали усвідомлювати й науково осмислювати приблизно з середини XIX століття. У другій його

половині сформувалися основні передумови та з'явилися перші наукові праці, присвячені туризму. Саме тоді було запропоновано й професійну туристичну термінологію та введено такі поняття, як «географія туризму», «туристичний регіон» (Дж. Страднер), «туристична рекреація» (Б. Браун), «туристична індустрія» (К. Спіутс).

Як окремий науковий напрям географія туризму почала формуватися у США в 1920-х роках. Упродовж першої половини XX століття відбулося становлення туризмознавчих наукових шкіл у різних країнах:

- ***австрійської,*** представниками якої були П. Бернекер і Дж. Страднер;
- ***німецької –*** В. Нарштедн, В. Фрейер;
- ***англійської –*** З. Бауман, Дж. Суорбрак, Е. Коен;
- ***датської –*** Н. Лейпер;
- ***швейцарської*** – К. Крафт, В. Хапсискер, Д. Криппендорф, С. Каспара;
- ***французької –*** Ф. Франжіаллі, С. Перро, Ж.-М. Оернер;
- ***американської –*** Ф. Котляр, Ф. Пірс, Д. Уокер;
- ***польської –*** І. Ендшейчик;
- ***болгарської*** – М. Нешков.

Ці наукові школи заклали фундамент сучасного туризмознавства та сформували ключові підходи до дослідження туризму як соціально-географічного явища.

Поступово з'являються праці дослідників, які розглядають туризм з різних наукових перспектив. Теоретичні засади туризму були висвітлені у виданнях «Міжнародні подорожі та туризм», «Узгодження прибутку, туризму та індустрії гостинності» Р.-В. Макінтоша. Е. Фралер розробив підходи до формування «концепції туристичної статистики». Д. Пірс представив математичні моделі туризму, загальну теорію туризму, а також праці «Туризм сьогодні», «Туристичний розвиток», «Туристичні організації». Н. Лейпер запропонував трикомпонентну модель, у якій турист, дестинація та туристична індустрія взаємодіють як єдина система, і визначив туризм як багатовимірну просторову діяльність, що охоплює всі сфери життя. Маркетингові аспекти туризму глибоко

проаналізував Дж. Криппендорф. В. Нарштедн і М. Нешков сприяли класифікації туризмологічних процесів. І. Енджейчик здійснив критичний аналіз наукових підходів до розвитку елітарного (привілейованого) та масового (демократичного) туризму. У праці Ч.-Р. Гоелднера, Дж.-Р. Рітчі та Р.-В. Макінтоша «Туризм: принципи, практики, філософія» розглядаються основні наукові поняття та концепції, серед яких «антропогеографія», «соціологія туризму», «соціальний (субсидований) туризм» та «екотуризм». П. Саловей та Д. Майер інтерпретували географію туризму як географію вільного часу, спираючись на традиції соціальної географії, тоді як попередні дослідники, переважно представники економічної географії, акцентували увагу на впливі туризму на господарську структуру, зайнятість населення та транспортні потоки.

В Україні становлення географії туризму можна віднести до середини 1960-х років. До 1980-х років дослідження переважно зосереджувалися на питаннях культурної кліматології, оцінюванні природних умов для відпочинку, аналізі поляризації урбанізованих і рекреаційних ландшафтів, проблематиці рекреаційних ландшафтів, рекреаційному районуванні, а також на формуванні концепції рекреаційно-географічного простору як підґрунтя для подальшого розвитку теорії територіально-рекреаційних систем (ТРС). Першою ґрунтовною працею у цій сфері вважають видання «Географія туризму» Н. Крачила.

Після проголошення незалежності України туристичні дослідження отримали новий поштовх до розвитку. Зокрема, було здійснено такі наукові напрацювання:

- сформовано теорію, методологію та методику дослідження геопросторових аспектів розвитку ринку туристичних послуг (О. Любіцева) [136–140];
- систематизовано методологічні підходи й удосконалено методики аналізу рекреаційно-туристичних ресурсів, обґрунтовано рейтингування рекреаційного районування (О. Бейдик) [14, 15];

- проведено дослідження у сфері географії світового господарства, міжнародних економічних відносин, політичної географії, геополітики та менеджменту туризму (Б. Яценко, В. Кіптенко) [106];
- розроблено логістичний напрям у суспільній географії та логістиці туризму (І. Смирнов) [262, 263];
- обґрунтовано методологічні основи рекреаційної географії та принципи територіальної організації рекреаційно-туристичного господарства України й світу (П. Масляк) [145];
- розвинено наукові підходи менеджменту туризму (В. Кіптенко, М. Мальська, В. Худо) [106, 143];
- досліджено суспільно-географічні аспекти формування та геопросторового розподілу міжнародних туристичних потоків (О. Король) [115–118];
- визначено географічні засади рекреаційно-туристичної діяльності, проаналізовано геодемографічні процеси Українського Причорномор'я та проведено міждисциплінарні дослідження в галузі туризмології, зокрема оцінено рекреаційно-туристичний потенціал (В. Яворська) [298–302];
- вивчено соціально-географічні, політичні, історичні та інфраструктурні аспекти розвитку туризму, зокрема міжнародного (А. Кузишин) [125–128];
- розроблено теоретико-методологічні засади суспільної географії, сформовано концепцію регіональних соціогеосистем України та підходи до аналізу туристсько-рекреаційних ресурсів регіонів (К. Нємець, Л. Нємець) [160, 161];
- досліджено питання формування рекреаційно-туристичних дестинацій (Т. Божук) [21];
- здійснено оцінку ресурсного потенціалу туризму (А. Теребух) [278];
- проаналізовано транскордонні рекреаційно-туристичні комплекси України (Ж. Бучко) [40];
- розглянуто територіальну структуру рекреаційної системи Чернігівської області (І. Смаль) [261];

- сформульовано концептуальні засади теорії туризму, туризмології, педагогіки та філософії туризму (В. Федорченко) [286].

Ці дослідження суттєво розширили теоретичні й методологічні основи української туризмології та сприяли становленню національної наукової школи в цій галузі.

У сучасних дослідженнях гастрономічного туризму дедалі більше уваги приділяють агроландшафтам. Такий підхід пов'язаний із прагненням по-новому осмислити вирощування харчових продуктів і розвиток місцевих громад крізь призму сталого туризму. Варто зазначити, що за останні десятиліття представники різних наукових напрямів активно користуються терміном «foodscape» [497]. Це поняття, зафіксоване в науковій літературі з 1995 року, трактується як поєднання харчової тематики з ландшафтом – як у концептуальному сенсі, так і у зв'язку з реальними фізичними територіями [310, 425].

Паралельно в науковий дискурс входять терміни «харчове середовище» та «харчовий ландшафт». «Харчове середовище» стосується фізичних, економічних, політичних та соціокультурних умов, у яких люди взаємодіють із харчовою системою, приймаючи рішення про купівлю, приготування та споживання їжі [400]. Натомість «харчовий ландшафт» зазвичай описує сукупність доступних у певній місцевості закладів харчування – від магазинів і ринків до ресторанів чи точок з їжею на виніс [424]. До нього також входять елементи нематеріального середовища, зокрема медіа [433] та традиційні знання про їжу[417].

Очевидно, що таке трактування виглядає спрощеним, якщо врахувати географічну сутність ландшафту та його здатність відображати всі складові просторового середовища конкретної території. Важливо підкреслити, що значна частина культурної ідентичності кожного регіону світу проявляється у традиційних стравах, рецепти яких передаються між поколіннями й базуються на використанні місцевих продуктів з притаманними їм смаком і якістю. Відтак, гастрономічна спадщина постає інструментом культурної комунікації та

передачі традицій, у яких поєднуються природні та культурні характеристики певної локації. Перебування в конкретному місці й увага до взаємин між спільнотою, їжею та навколишніми ландшафтами формують підґрунтя для розвитку гастрономічного туризму.

Дослідження агроландшафтів дає можливість простежити трансформації соціально-екологічних взаємодій у межах харчових систем і виявити механізми, здатні зміцнити продовольчу безпеку місцевих громад. Досвід альтернативних практик харчування може стимулювати різних учасників процесу до формування альтернатив глобальній продовольчій системі та створення оригінальних харчових ландшафтів. Таким чином, агроландшафти можуть розглядатися як інструмент осмислення та критичної участі у формуванні продовольчої політики, а також у сферах туризму й рекреації.

Водночас територіальна гастротуристична система має власні відмінні ознаки, які доповнюють традиційні властивості – такі як цілісність, спеціалізація, універсальність, динамічність, ємність, надійність, ефективність і комфортність [281].

Трансформація територіальних гастрономічних туристичних систем (ТГТС) відбувається під впливом низки чинників, які набувають статусу *системоутворюючих елементів*. До них належать: *агрокультурна спадщина, гастрономічна спадщина, кулінарні традиції субетносів, маркери харчової ідентичності, терруар та спеціалітети.*

Науковий інтерес передусім зосереджується на *агрокультурній спадщині* (далі – АГКС), оскільки стрімка урбанізація останніх десятиліть суттєво змінила способи виробництва харчових продуктів.

Під ***«агрокультурною спадщиною»*** *розуміють використання місцевих агропродовольчих ресурсів у межах багатофункціонального міського та сільського господарства, що забезпечує широкий спектр послуг – від пропозиції локальних свіжих продуктів до створення можливостей для дозвілля та рекреації.*

Таким чином, поняття «агрокультурна спадщина» [210] логічно інтегрується в концепцію ТГТС, оскільки відображає взаємозв'язки між аграрною продукцією, сільськогосподарськими практиками та традиційними знаннями, властивими певному сільському середовищу. Зокрема, АГКС впливає на формування «ландшафтних послуг», підвищуючи додану вартість локального виробництва та сприяючи економічній стійкості фермерських господарств.

Агроландшафти формують певні моделі сільськогосподарського виробництва, які, у свою чергу, визначають терруари, що згодом перетворюються на локальні спеціалітети. Саме тому кухня та гастрономія виступають важливими носіями національної ідентичності будь-якого регіону світу, адже відображають харчові традиції етносів через накопичені знання, уміння, кулінарні практики й ритуали. Усі ці елементи мають ключове значення для формування життєздатних гастрономічних культур, заснованих на системі цінностей, пов'язаних із їжею.

Прикладом такої ролі є об'єкти ЮНЕСКО – зокрема, іригаційна система Афладж, рисові тераси Хані та виноградні ландшафти П'ємонту. Їхнє офіційне визнання підтверджує важливість виробництва харчових продуктів (як складової агрокультурної спадщини) у формуванні місцевого ландшафту нарівні з іншими чинниками, такими як релігійні практики, оборонні функції чи особливості мобільності.

Одним із ключових завдань цього дослідження є аналіз місцевої культури й локальних продуктів з метою виявлення рівня збереження гастрономічної спадщини. Ідентифікація автентичних страв етнічних груп регіону та їх подальша оцінка дозволять підвищити видимість гастрономічної спадщини для туристів, особливо в контексті розвитку сталого туризму.

***«Гастрономічна спадщина»*** *охоплює комплекс соціокультурних чинників, що визначають її формування та відмінності, і включає широкий спектр елементів: від сільськогосподарських і харчових продуктів до страв, спецій, кухонного обладнання та інструментів.*

Сюди також належать методи приготування та споживання їжі. У сукупності ці складові формують основу попиту й пропозиції на туристичному ринку.

Традиційна їжа різних етносів виступає важливим чинником розвитку місцевих громад, адже стимулює економічні, соціальні та навіть політичні процеси.

Таким чином, харчові продукти – це не лише засіб існування, а й результат складної взаємодії людей з довкіллям, що ґрунтується на екологічних знаннях та умінні адаптувати природні ресурси для задоволення культурних, соціальних і господарських потреб.

Їжа формується в межах розгалужених мереж взаємин, які охоплюють управління природними ресурсами – родючими землями, пасовищами, лісами, водними джерелами – їхнє використання, обробку та переробку, а також сукупність практик і побутових елементів, як-от млини, комори чи пастуші укриття. До цього комплексу входять також праця, знання, навички та вірування, що передаються мовою та культурними кодами місцевої спільноти.

На цьому тлі особливої актуальності набуває феномен «переорієнтації на гастрономічну спадщину», який пов’язаний з активним просуванням локальних агрокультурних ресурсів.

Важлива частина гастрономічної спадщини будь-якого регіону проявляється у так званих «смаках ландшафту». Кожен пейзаж має власну харизму й забарвлення. Мандрівники знайомляться не лише з природою та культурою – місцева кухня стає невід’ємною складовою їхнього досвіду. Кожна страва, яку вони куштують, відкриває доступ до гастрономічних ландшафтів –унікальних природних комор: стародавніх оливкових гаїв, кавових плантацій, виноградників, мангрових заростів, хлібних полів, садів, рибальських портів та інших просторів, що ніби запрошують здійснити мандрівку в минуле через традиційні рецепти, збережені впродовж століть.

Базуючись на гастрономічній спадщині, популяризації кухні субетносів та активній ролі медіа – особливо кулінарних програм – зростає потенціал залучення туристів до певних громад і територій.

Традиційна кухня кожного регіону передається між поколіннями, а її приготування спрямоване на те, щоб найкраще розкрити смак і властивості місцевих продуктів. Ландшафти, культура та гастрономія поєднуються в межах ярмарків і фестивалів, що підсилюють привабливість туристичної дестинації. Відвідувачі отримують можливість побачити, відчути аромат, скуштувати та навіть придбати місцеві гастрономічні вироби як сувеніри, щоб повернутися до цих смаків уже в іншому місці. Наукові підходи до визначення гастрономічної спадщини, кухні субетносів та гастрономічного туризму досі перебувають у процесі теоретичного формування. Попри різноманітність і трактування, можна виокремити спільні риси: увага зосереджується на матеріальних об’єктах, нерозривно пов’язаних із певними природними зонами та культурним середовищем. Йдеться про продукти та страви, що функціонують у публічному просторі та часто циркулюють у торговельних і ринкових мережах.

У сферу діяльності Організації Об’єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (далі – ЮНЕСКО) входить поняття «гастрономічна спадщина». Воно охоплює широкий масив знань про їжу та кулінарні вміння, які спільноти визнають частиною своїх соціальних практик: від виробництва сільськогосподарської продукції та різноманіття страв – до способів їх приготування. Автентичність гастрономії ґрунтується на традиційності та включає рецептури, складники, методи термічної обробки, аромати, звичаї споживання страв і напоїв, соціальні смисли, святкування, кулінарні події, а також мисливські практики й формування кулінарних традицій.

Отже, гастрономічна спадщина виступає важливим засобом комунікації та культурної передачі, адже в ній відображаються як давні традиції, так і унікальні риси конкретної території. Відповідно, кухня та гастрономія формують міцний зв’язок між ландшафтом і тим, як мандрівники сприймають місце, яке відвідують.

Харчові практики, кулінарні традиції субетносів і ландшафтні особливості взаємодіють між собою та слугують каналом передавання знань і досвіду від покоління до покоління.

***«Кулінарні культури субетносів»*** *– це традиційні страви та способи їх споживання, характерні для певної етнічної спільноти й такі, що відображають її етнічну ідентичність.*

Побутові способи приготування, подавання та спільного споживання певних страв і напоїв можуть виглядати буденними, однак за ними часто стоїть глибокий соціальний і культурний зміст. Саме тому кухня і гастрономія формують важливу складову національної ідентичності будь-якого регіону світу й передають харчові вподобання субетносів як культурні маркери – через накопичені знання, уміння, традиційні практики та ритуали. Усе це є фундаментом розвитку життєздатних гастрономічних культур, заснованих на системі цінностей, пов'язаних із їжею.

Поняття ***«гастрономія»*** *охоплює дослідження взаємозв'язку між їжею та культурою, мистецтво створення та подачі апетитних, поживних страв, регіональні стилі приготування та наукові засади раціонального харчування*.

Натомість ***«кулінарія»*** *означає мистецтво, науку та ремесло застосування теплової обробки для покращення смаку, засвоюваності, поживної цінності або безпечності їжі.*

Наукові дослідження, присвячені харчовим традиціям субетносів та гастрономії, представлені у працях [5, 24, 28, 29, 45, 66, 82, 86, 90, 101, 103, 111, 152, 248, 284]. Проте ці роботи здебільшого не розглядають локальні продукти харчування в площині гастрономічного туризму, що робить таку тематику актуальною та важливою для подальшого розвитку в нашому дослідженні.

На харчову культуру субетносів у різних частинах світу впливають такі чинники, як особливості ландшафту, кліматичні умови, історичний розвиток, культурна спадщина, гастрономічні традиції, а також етнічні практики приготування та обробки їжі. Дія цих факторів може істотно різнитися навіть у межах однієї держави. Водночас їхній сукупний вплив формує харчові звички,

ціннісні орієнтири гастрономічного ландшафту, а також відображає історію країни та традиції населення, показуючи різноманітні культурні шари, що створили своєрідний «кулінарний котел» окремих регіонів і держави загалом.

У цьому дослідженні їжа розглядається як ключовий елемент, що відображає культуру харчування [176]. На особистісному рівні вона відіграє значну роль у формуванні самоідентифікації людини. Процес приготування, спільного поділу та споживання традиційних страв є не лише фізичною дією, а й символічною — він пов'язує індивіда з родинною історією та спадщиною. Разом із тим дисципліни, що охоплюють суспільну та культурну географію, географію туризму та гастрономічний туризм, приділяють особливу увагу аналізу гастрономічної спадщини субетносів і локальних харчових практик.

Автентичність локальної кухні визначають ландшафтні особливості, неповторні інгредієнти чи традиційні страви, географічний контекст, використання місцевої сировини, а також характерні способи приготування й подавання їжі.

Харчові цінності розглядаються як ключове поняття в гастроаксіології, яка сприяє збереженню продуктів харчування та кулінарних традицій субетносів, підкреслюючи їх значення як *«маркерів харчової ідентичності».*

***«Маркери харчової ідентичності»*** *– це інструменти оцінювання автентичності продуктів, їхніх інгредієнтів та компонентів переробленої їжі.*

Сільськогосподарська продукція – як у первинному, так і в переробленому вигляді – що має глибокий зв'язок із певною територією, переважно сільською або периферійною, визначається терміном «терруар».

Під «***терруаром»*** *розуміють комплекс ґрунтових, кліматичних і ландшафтних умов, а також унікальні властивості місцевості, які формують специфічні характеристики аграрної продукції, зокрема вина, кави, чаю, оливкової олії, сиру, м'яса, овочів, фруктів та грибів*.

У сфері гастрономічного туризму терруар виступає важливим елементом відмінності та маркером локальної ідентичності.

Усі особливості терруару впливають на формування певної моделі харчування та гастрономічних практик субетносу, що, своєю чергою, є визначальною частиною його гастрономічної спадщини.

Гастрономічний туризм базується на ідеї відкриття та осмислення місцевої їжі, дегустації страв і занурення в гастрономічну культуру певного регіону чи країни. Субетноси демонструють власну гастрономічну спадщину, що дає змогу ефективніше позиціонувати себе в туристичному середовищі завдяки участі у тематичних подіях та застосуванню додаткових маркетингових інструментів.

Кулінарна ідентичність терруару з його унікальними ландшафтними, культурними та продуктовими характеристиками, традиційними техніками приготування й місцевими стравами, стає важливою особливістю, яка підсилює привабливість гастрономічного туризму.

Часто традиційна страва субетносу, створена на основі локальної сировини, залишається маловідомою для масового туриста. Щоб здобути туристичне визнання, вона має пройти певну кулінарну адаптацію та переосмислення, перетворившись у руках кухаря на регіональний «спеціалітет» – характерну страву дестинації чи приймаючої територіальної громади.

***«Спеціалітет»*** *– це характерна ознака місцевої кухні, що проявляється у наявності однієї чи кількох традиційних страв, притаманних лише певному регіону або таких, що вирізняються особливою автентичністю.*

Автентичні страви становлять фундамент гастрономічного туризму. Вони мають тривалу й багатошарову історію, що охоплює століття розвитку кулінарних традицій, зміни правителів, впливи зовнішніх культур, появу інгредієнтів із Нового світу та сучасні гастрономічні переосмислення.

Однією з ключових *ознак* агропродовольчої спадщини є *харчове біорізноманіття*, тобто різноманітність у виробництві та споживанні продуктів. Воно сприяє зміцненню громадського здоров’я, розширенню харчового раціону людини та формуванню більш стійких харчових систем у майбутньому.

***«Харчове біорізноманіття»*** *– це сукупність різних видів рослин, тварин та інших живих організмів, що використовуються у харчуванні та виробництві*

*напоїв і здатні забезпечувати різноманітні поживні раціони, водночас зміцнюючи стійкість екосистем.*

Наукові дослідження все частіше акцентують увагу на розвитку локальних *сталих харчових систем*, які постають як ще одна ключова характеристика ТГТС. Формування харчового ландшафту потребує активної підтримки з боку місцевих політик територіальних громад. У цьому контексті важливим є аналіз локальних продовольчих стратегій, орієнтованих на підвищення стійкості агроландшафтів, зокрема через оптимізацію логістики та переміщення харчових продуктів. Територіальні громади розглядаються як оптимальний рівень для реагування на сучасні виклики продовольчої безпеки, оскільки саме тут можуть формуватися «нові рівняння продовольства». На тлі зростання громадських продовольчих ініціатив ці території постають простором соціальних та екологічних інновацій, що сприяють переходу до нових моделей харчових систем.

Поняття *«стала харчова система»* охоплює весь комплекс учасників та видів діяльності, пов’язаних із додаванням вартості до продуктів: від виробництва, первинної обробки та транспортування до розподілу, споживання й утилізації харчових ресурсів, отриманих у процесі сільськогосподарського, лісового чи рибного господарства. Така система функціонує у більш широкому соціальному, економічному та природному контексті. Вона складається з низки підсистем (зокрема системи ведення сільського господарства, управління відходами, постачання сировини тощо) та взаємодіє з іншими важливими сферами – енергетичною, торговельною, медичною та іншими. Відтак структурні трансформації у сталих харчових системах можуть бути спричинені змінами в суміжних секторах; приміром, політика підтримки виробництва біопалива в енергетичній сфері здатна суттєво вплинути на продовольчу систему в цілому.

***«Стала харчова система»*** *– це така модель організації продовольчого забезпечення, яка гарантує доступність їжі та належне харчування для всього населення, водночас не підриваючи економічні, соціальні й екологічні передумови,*

*необхідні для підтримання продовольчої безпеки й якісного харчування майбутніх поколінь.*

Стала харчова система є ключовою складовою досягнення Цілей сталого розвитку ООН (ЦСР). Зокрема, вона передбачає глибоке реформування сектору продовольства та аграрного виробництва, необхідне для подолання голоду, забезпечення продовольчої безпеки та покращення харчування до 2030 року. Для реалізації цих цілей глобальна харчова система має стати більш ефективною, а бідні й соціально вразливі групи повинні отримати реальний доступ до здорового й поживного раціону. Це комплексні та багатоаспектні виклики, що потребують узгоджених дій на всіх рівнях – від місцевого до міжнародного.

Розгляд *сталої харчової системи* має відбуватися в контексті демографічного зростання, урбанізації, підвищення рівня добробуту, трансформації споживчих звичок, глобалізаційних процесів, а також урахування впливу кліматичних змін та виснаження природних ресурсів.

Практична діяльність у межах сталих харчових систем принесла значні позитивні результати, особливо в країнах, що розвиваються, за останні тридцять років. Серед них – розширення можливостей зайнятості поза межами традиційного аграрного сектору, розвиток харчової промисловості та збільшення виробництва продовольства, що розширило вибір місцевих продуктів і сприяло активізації гастрономічного туризму й рекреації. Це, у свою чергу, дозволило краще задовольняти потреби споживачів щодо якості, смаку та зовнішнього вигляду харчових продуктів.

Однак швидкі трансформації водночас спричинили нові проблеми у сфері харчування субетносів, що можуть мати серйозні наслідки для продовольчої безпеки. Серед основних загроз – поширення дешевих, висококалорійних, але малопоживних харчових продуктів; обмежений доступ малих виробників до стабільних ринків; значні обсяги харчових втрат і відходів; потреба у зміцненні систем контролю безпечності харчів, а також погіршення здоров’я населення внаслідок споживання неякісної їжі.

Отже, глибше розуміння того, як агроландшафт взаємодіє з різними компонентами сталої харчової системи, є ключовим для його ефективного функціонування. Це дає змогу зменшити потенційні негативні впливи та посилити позитивний внесок агроландшафтів у розвиток гастрономічного туризму.

Сталий розвиток неможливий без збереження агрокультурної спадщини, адже саме вона забезпечує основи продовольчої безпеки й продовольчого суверенітету населення світу.

Кожен гастрономічний досвід стає частиною пам’яті про подорож: аромати та смаки посилюють емоційні зв’язки з місцем перебування. Їжа та простір взаємодіють між собою, формуючи нову інтерпретацію території та вписуючись у сучасну економіку вражень.

Гастрономічний туристичний продукт створюється на основі місцевої сировини та продукції, що сприяє скороченню імпортозалежності в харчовій і туристичній сферах. Диверсифікація туристичних продуктів передбачає формування унікальних пропозицій, здатних зацікавити досвідченого мандрівника. Нині дедалі більше туристів обирають культурно-пізнавальні та гастрономічні маршрути, однак матеріально-технічна база та якісний гастрономічний супровід нерідко залишаються недостатніми. Це підсилює потребу у створенні спеціалізованих гастрономічних турів як інноваційних туристичних продуктів, що сприяють сталому розвитку регіонів. Центральними елементами таких продуктів стають гастротуристичні центри, які функціонують.

Гастрономічний туризм сьогодні переживає новий етап розвитку. Зростає кількість мандрівників, які прагнуть поєднати відпочинок із зануренням у культуру різних народів через знайомство з їхніми традиційними стравами. Кількість держав, що формують і активно розвивають мережі кулінарних туристичних маршрутів, постійно збільшується.

У багатьох європейських країнах агроландшафти стають важливим інструментом залучення туристів. Такий вид туризму особливо поширений в Іспанії, Італії, Франції, а також у Китаї, Кореї, Таїланді та Японії. Щоб посилити

свою привабливість у сфері гастрономії, ці країни прагнуть внести національні продукти та традиційні способи їх приготування до Списку нематеріальної культурної спадщини людства ЮНЕСКО. До нього вже включено середземноморську дієту, французьку гастрономічну культуру, вірменський лаваш, турецьку каву та грузинську технологію виготовлення вина у великих глиняних посудинах.

У 1989 році була створена міжнародна організація Slow Food («Повільна їжа»), яка має на меті зберегти місцеві кулінарні традиції, запобігти їх зникненню й протистояти поширенню фастфуду, забезпечуючи доступ до якісної, натуральної та екологічної їжі.

Україна має значні досягнення у сфері нематеріальної культурної спадщини, адже у 2008 році приєдналася до Конвенції ЮНЕСКО про її охорону. До Репрезентативного списку було внесено: петриківський розпис як унікальну форму українського народного орнаментального мистецтва (2013); традицію приготування ет аяклак – караїмського м'ясного пиріжка, разом із культурними практиками караїмської громади Мелітополя (2018); косівську мальовану кераміку (2019); кримськотатарський орнамент орнек і пов'язані з ним знання (2021); а також культуру приготування українського борщу (2022).

Із запуском у 2019 році спільних ініціатив Європейського Союзу та Українського культурного фонду розпочалася інтенсивна робота зі збирання, дослідження та популяризації гастрономічної спадщини й генетичного біорізноманіття України. Цей процес неможливий без глибоких наукових досліджень агроландшафтів, оскільки багато локальних продуктів перебувають на межі зникнення та становлять важливу частину не лише регіональної, а й глобальної культурної спадщини.

Світова спільнота нині ризикує зіткнутися з найсерйознішими туристичною та продовольчою кризами за багато років. На це впливають наслідки пандемії COVID-19, кліматичні зміни (про що свідчить Глазгоська декларація щодо продовольства та клімату), а також воєнні конфлікти, зокрема

російська агресія проти України. Усе це спричиняє різке зростання цін на продукти харчування та негативно позначається на розвитку туристичної галузі.

У сучасних умовах виникла необхідність науково обґрунтувати поняття **«територіальної гастротуристичної системи»** як основи для подальшого розвитку гастрономічного туризму. Така система має поєднувати результати суспільно-географічних, етнографічних, кулінарних, соціально-економічних, ґрунтознавчих і ландшафтознавчих досліджень. Їх інтеграція дасть можливість сформувати унікальний гастрономічний туристичний продукт, здатний стати символом та впізнаваною особливістю конкретного регіону (рис. 1. 3).

Уся суспільна діяльність людей пронизана різноманітними *потоками* – людськими, енергетичними, інформаційними, товарними, фінансовими та сервісними. Їхнє функціонування забезпечується системою *зв'язків*, що формуються між суспільством, національною економікою та природним середовищем.

*Зовнішні зв'язки* значною мірою впливають на функціонування територіальної гастротуристичної системи, оскільки вона має свої «входи» та «виходи», формування яких залежить від умов зовнішнього середовища.

На неї можуть істотно впливати природні катастрофи, воєнні дії, економічні кризи та пандемії. Щоб мінімізувати негативні наслідки для ТГТС регіону, необхідно завчасно оцінити дію зовнішніх факторів, визначити ключові ризики та розробити стратегічні рішення, що дозволять трансформувати потенційні загрози на нові можливості розвитку.

Територіальна гастротуристична система функціонує у трьох ключових вимірах – економічному, екологічному та соціально-культурному, які разом формують основу сталого розвитку.

*Економічний вимір* передбачає створення економічної вигоди для всіх зацікавлених сторін: забезпечення гідної оплати праці для працівників туристичної та рекреаційної сфер, надходження податків до державного бюджету, отримання прибутків підприємствами туризму й готельно-ресторанного бізнесу, а також поліпшення продовольчого забезпечення та якості

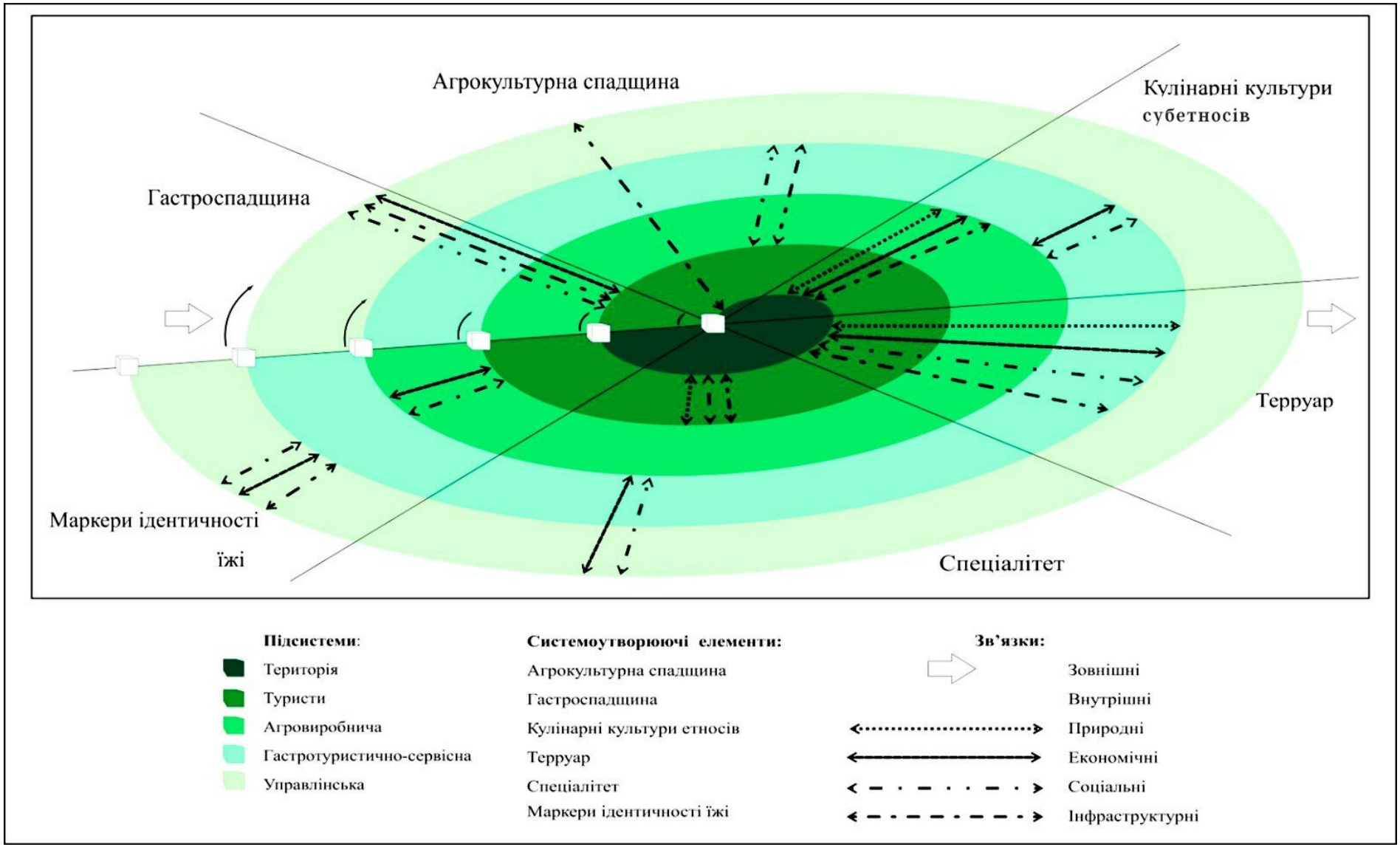



*Рис. 1.3. Схема територіальної гастротуристичної системи*

відпочинку для споживачів.

*Екологічний вимір* визначається тим, наскільки діяльність ТГТС не шкодить довкіллю або навіть сприяє його поліпшенню. Він охоплює збереження харчового біорізноманіття, раціональне використання водних і ґрунтових ресурсів, турботу про флору й фауну, мінімізацію вуглецевого та водного сліду, скорочення харчових втрат, відходів і токсичного впливу.

*Соціально-культурний вимір* стосується суспільних взаємин і є сталим тоді, коли економічна вигода розподіляється справедливо – з урахуванням інтересів і потреб соціально вразливих груп за ознаками статі, віку, етнічності та інших характеристик.

Важливим пріоритетом є здорове харчування, а діяльність у сфері гастротуризму має сприяти досягненню значущих соціально-культурних цілей – збереженню традицій, підтримці здорового способу життя, забезпеченню належних умов праці та гуманного ставлення до тварин. Культура й туризм тісно взаємодіють, тому потребують постійних інновацій відповідно до розвитку суспільства. У сучасних умовах стійкість туристичних потоків до певної локації значною мірою залежить від рівня поінформованості потенційних мандрівників про пропозиції туристичного ринку, включно з гастротурами та локальними видами туристичної діяльності. Особливий інтерес серед туристів викликає культурна спадщина, передусім агрокультурні традиції та субетнічні групи, що населяють певну територію. Саме ці елементи дедалі частіше стають одним із найвагоміших чинників привабливості туристичних дестинацій.

Територіальна гастротуристична система включає кілька взаємопов’язаних ***підсистем: територія, туристи, агровиробничу, гастрономічно-сервісну*** **та** ***управлінську.***

*Підсистема «територія»* об’єднує природні ресурси та пов’язані з ними туристичні послуги. Вона охоплює такі характеристики, як площа, унікальність ландшафтів, ступінь їхньої збереженості, естетична привабливість і можливості як для усамітненого, диких видів відпочинку, так і для організованого туризму.

До її змісту входять екологічні, культурні, гастрономічні, геологічні та інші компоненти, що мають наукове, етнографічне або природно-історичне значення.

*Підсистема «туристи»* є центральною, адже саме відпочивальники формують попит і визначають функціонування решти підсистем. Туристи взаємодіють з територією через різні моделі подорожей, у різні часові проміжки та в різних просторових умовах, фактично «споживаючи» географічний простір відповідно до своїх потреб та інтересів.

Не всі мандрівки здійснюються у межах місця проживання туристів. Планування туристичних послуг у конкретному регіоні значною мірою залежить від соціально-демографічних характеристик відвідувачів. Використання набору соціально-демографічних і психографічних показників є ключовим для аналізу поведінки туристів під час проходження гастрономічних маршрутів. Різні типи подорожей формуються на основі територіальної та часової доступності потенційної дестинації.

Гастрономічні подорожі часто стимулюють розвиток «гедоністичного» стилю життя, орієнтованого на отримання задоволення та нових сенсорних вражень (рис. 1.4).

*Агровиробнича підсистема:* Чітко окреслена як мережа відносин, що забезпечує життєздатність сільського господарства. Вона охоплює як зв'язки з природними системами (клімат, ґрунт, шкідники), так і з суспільством (політика, право, фінанси, маркетинг, інфраструктура). Важливо підкреслено її роль не лише у виробництві харчових продуктів і товарів, але й у підтримці туризму і рекреації, стимулюванні зайнятості та сприянні місцевому розвитку (скорочення бідності, стійкі громади, кліматичні дії, біорізноманіття).

*Гастротуристично-сервісна підсистема:* Визначена через її ядро – їжу, гастрономію та сервіс. Акцент зроблено на місцевих гастроресурсах як ключовому туристичному потенціалі для сталого розвитку. Особливо цінним є зауваження про те, що ці ресурси є значущими на місцевому та глобальному рівнях, тобто вони вбудовані в місцеву культуру та простір, водночас диференціюючи місцевість у глобальній конкуренції.

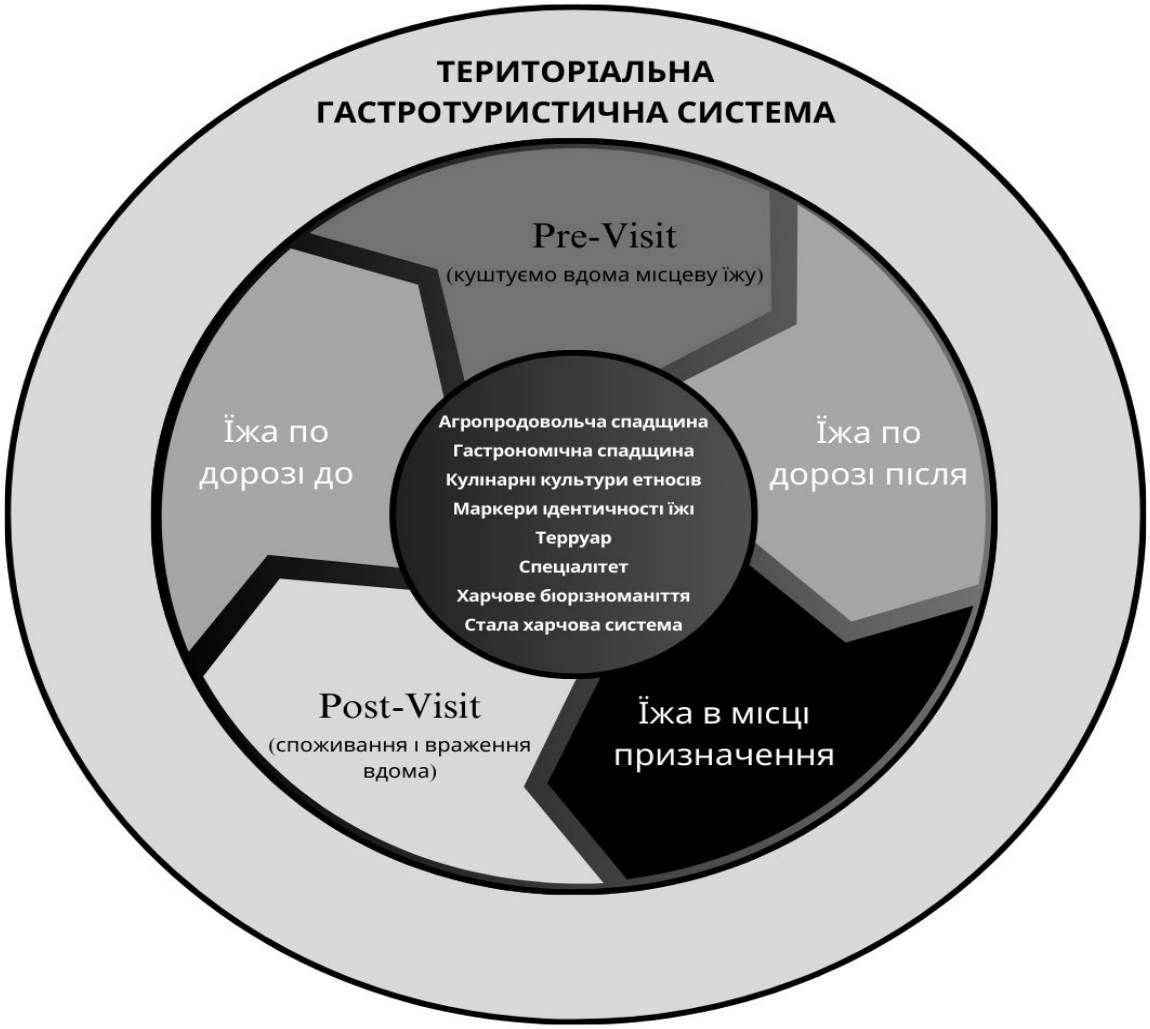



*Рис. 1.4. Роль їжі в територіальній гастротуристичній системі*

Унікальні гастрономічні ресурси відіграють ключову роль у створенні диференціації та привабливості місцевості. Вони ефективно зміцнюють синергію між територією (її екологічним ландшафтом) та суспільством (соціально-культурною спадщиною).

Ця система функціонує як міст між місцевою та глобальною індустрією, залучаючи виробників і споживачів з усього світу. Це досягається, зокрема, через використання інтелектуальних систем туристичних послуг. Система забезпечує галузь гостинності та туризму критично важливими сервісними гарантіями та можливостями для відновлення обслуговування. Це дозволяє компаніям підвищувати якість своїх послуг і досягати конкурентної переваги.

Крім того, ця підсистема виступає каталізатором, забезпечуючи надання товарів і послуг, необхідних для підтримки соціальної та виробничої інфраструктури території, тим самим стимулюючи розвиток туризму. Зрештою, її вплив поширюється на економічну, соціальну та екологічну стійкість місць. Вона інтегрує та активізує природний, соціальний, людський та виробничий капітал для досягнення локального економічного зростання, одночасно підвищуючи туристичну привабливість і конкурентоспроможність території.

*Управлінська підсистема* виконує функції стратегічного планування та організаційного контролю, необхідні для ефективного функціонування туристичних підприємств. Її діяльність охоплює розробку стратегій, планування операцій, маркетингові заходи та комплексний аналіз результативності бізнесу. Ключовий акцент робиться на оптимізації використання ресурсів – таких як персонал, матеріально-технічна база, приміщення та обладнання. Мета цього процесу – максимізація прибутковості підприємства та забезпечення високої якості клієнтського досвіду. Підсистема відіграє вирішальну роль у виявленні та мінімізації ризиків та потенційних проблем. Вона розробляє комплексні стратегії для підвищення загальної ефективності організації, включаючи: контроль витрат, забезпечення стандартів якості, підвищення рівня задоволеності клієнтів. Важливою функцією є забезпечення менеджменту достовірною інформацією про існуючий та, що особливо критично, прогнозований попит на туристичний продукт. Використання інформаційно-наукових прогнозів щодо туристичного попиту формує надійну основу для створення довгострокових програм розвитку. Це дозволяє реалізовувати такі програми, які здатні максимізувати соціально-економічний ефект (вигоди для регіону та підприємства) при одночасній мінімізації потенційних збитків та неефективного використання капіталу.

Територіальна гастротуристична система функціонує як інтегрована структура, успіх якої забезпечується багатовимірними функціональними *зв'язками* між її основними *підсистемами.*

*Природні зв'язки:* Стосуються взаємодії з агровиробничою підсистемою та природним капіталом (наприклад, якість ґрунтів, кліматичні умови,

біорізноманіття), що безпосередньо впливають на автентичність та якість місцевої гастрономії. *Економічні зв'язки:* Охоплюють фінансові потоки, інвестиції, механізми ціноутворення та маркетинг, що зв'язують виробників (агросектор), постачальників послуг (гастротуризм) та споживачів. Ці зв'язки визначають прибутковість та конкурентоспроможність системи. *Соціальні зв'язки:* Включають культурний обмін, збереження кулінарної спадщини, рівень зайнятості та задоволеність місцевої громади. Вони зміцнюють соціальний капітал та ідентичність місця. *Інфраструктурні зв'язки:* Стосуються транспортної мережі, логістики, комунікацій та туристичної інфраструктури (засоби розміщення, ресторани), які необхідні для ефективної реалізації та споживання туристичного продукту, а також для підтримки управлінських процесів.

*Природні зв'язки* представлені *в підсистемах території* та *агровиробнича* розвиваються в синергії, де природні ресурси відіграють центральну роль. Це проявляється через: раціональне використання природних ресурсів, зокрема земельного фонду; стимулювання «зеленого» розвитку сільського господарства; управління сільськогосподарською продукцією з метою її інтеграції в туристичну пропозицію. Така взаємодія дозволяє просувати великий асортимент гастрономічних продуктів або розробляти туристичні формати з глибоким змістом, заснованим на місцевій спадщині. У свою чергу, гастротуристично-сервісна підсистема спільно з територією використовує ці природні зв'язки для двох важливих цілей: розширення туристичної функції природних ресурсів (тобто перетворення їх на атракції), підвищення цінності агрокультурної спадщини, позиціонуючи її як унікальний туристичний продукт.

*Економічні зв’язки* в сучасних умовах мають значну економічну вагу в туристичній індустрії. Місцеві економіки громад можуть процвітати, використовуючи унікальні гастротуристичні ресурси, які здатні забезпечити конкурентоспроможність у глобалізованому середовищі. Ці економічні потоки глибоко інтегровані в ширший культурний контекст взаємодії підсистем ТГТС. Взаємодія підсистем агровиробнича та гастротуристично-сервісна підсистеми

тісно пов'язані економічними зв'язками з підсистемою територія через низку механізмів: виробництво місцевих екологічно чистих харчових продуктів, просування та брендування місцевих терруарів і спеціалітетів. забезпечення туристичної інфраструктури (засоби розміщення та харчування); екскурсійна діяльність на крафтові виробництва, створення нових бізнес-форматів у сільській місцевості (національні сільськогосподарські парки, ферми відпочинку, сільські музеї, садиби) та зайнятість. Крім того, коригування попиту з боку туристів безпосередньо впливає на оптимізацію якості та різноманітності сільськогосподарської продукції. Підсистема туристи також економічно пов'язана з агровиробничою та гастротуристично-сервісною підсистемами через попит на: місцеву агрокультурну спадщину, гастрономічні тури та івенти. Нарешті, управлінська підсистема забезпечує організаційний та стратегічний зв'язок з усіма іншими підсистемами, керуючи економічними процесами в індустрії туризму.

*Соціальні зв'язки* в територіальній системі охоплюють такі ключові змінні, як соціум і культура, які формують соціальні та культурні умови, включаючи процеси індивідуалізації та конкуренції. У сучасному світі соціальні зв'язки набувають все більшої значущості. Подорожі сьогодні наділяються глибоким сенсом через фізичні зустрічі, що дозволяють мандрівникам інтегруватися у спільноти на основі спільних норм, інтересів та переконань. Мобільність перетворюється з простої можливості на соціальну необхідність для формування та утвердження ідентичності, а також для соціальних змін. Оскільки відносини дедалі частіше формуються у просторі мобільності, фундаментально змінилися основні мотиви для туризму та його культурний контекст. Люди стають частиною глобальних мереж, підтримуючи зв'язки з колегами, друзями та родиною на великих географічних просторах. Соціальні зв'язки активно проявляються у взаємодії ключових підсистем: територія та гастротуристично-сервісна підсистема пов'язані через соціальні та культурні мотиви гастрономічних подорожей (наприклад, прагнення до нового досвіду, знайомство з місцевою культурою). Підсистема туристи має соціальні зв'язки з

усіма іншими підсистемами (агровиробничою, гастротуристично-сервісною, управлінською, територією) через активну участь у процесах: бронювання турів, гастрошопінг на ринках і місцевих виробництвах (продукти харчування, виноробство), освітня діяльність (навчання у шеф-кухарів), науковий обмін. Агровиробнича та гастротуристично-сервісна підсистеми формують соціальні зв'язки через агрегацію виробництва/переробки сільськогосподарської продукції з гастрономічним туризмом. Це явище, відоме як агротуризм, має подвійну мету: залучення відвідувачів на ферми, ранчо або інші агропідприємства для розваги чи навчання, генерація додаткового доходу для агробізнесу. Ця взаємодія також сприяє пропагуванню здорового способу життя через пряме знайомство споживачів з походженням якісних продуктів.

*Інфраструктурні зв'язки* є життєво важливими для зростання та стійкості туристичної індустрії на будь-якій території. Їхня роль полягає у сприянні розвитку, модернізації та підтримці фізичних, соціальних та організаційних структур, які необхідні для підтримки та збагачення досвіду відвідувачів. Розвиток ключової туристичної інфраструктури як-от аеропорти, дорожнє полотно, готелі, ресторани та туристичні атракції, слугує потужним стимулом для економічного зростання. Це досягається шляхом залучення туристів, створення нових робочих місць та стимулювання інвестицій у туристичну сферу. Висока якість туристичної інфраструктури безпосередньо покращує загальний досвід гостя. Наприклад: доступні транспортні мережі та ефективні системи громадського транспорту, добре спроєктовані аеропорти, доглянуті дороги та магістралі.

Усе це значно полегшує туристам досягнення місця призначення та дослідження місцевості. Розвиток якісної інфраструктури має вирішальне значення для довгострокового зростання та успіху туристичної галузі. Інфраструктурні зв'язки між ключовими підсистемами («Турист», «Територія», «Гастротуристично-сервісна», «Управлінська») спільно сприяють: економічному розвитку регіону, покращенню досвіду відвідувачів, збереженню

природної та агрокультурної спадщини, підтримці розвитку громади, сприянню регіональній диверсифікації.

Територіальна гастротуристична система (ТГТС) являє собою динамічну та адаптивну модель, яка може бути застосована до будь-якої туристично-рекреаційної зони, зокрема до території Правобережного Полісся України. Стійкість і функціонування ТГТС визначаються складними та різноманітними тенденціями і силами. До ключових тенденцій належать: урбанізація та зростання чисельності населення, зміна клімату. Системоутворюючі чинники включають: технологічні зміни та інновації, зміни в політичному та регуляторному середовищі. Структура ТГТС створює систему стимулів для її учасників (як туристів, так і персоналу), одночасно впливаючи на їхні здатності та, відповідно, на їхню поведінку. Усі суб'єкти в рамках ТГТС взаємозалежні. Вони мають здатність впливати на стимули та можливості дії одне одного. Загальна життєздатність ТГТС, яка оцінюється з позиції сталого розвитку, є прямим наслідком взаємопов'язаної поведінки всіх учасників, що діють у межах цієї складної системи.

Кожна з підсистем, що входять до складу ТГТС, має потенціал впливу на її загальну продуктивність та здатність ініціювати системні зміни.

***«Територіальна гастротуристична система» – геопросторова форма функціонування традиційної агрокультурної спадщини, сформована фукціональними зв'язками між структурою агроландшафтів, які характеризуються теруаррами (агрокультурна спадщина) та автохтонними технологіями приготування, які формують спеціалітети (гастрономічна спадщина).***

*Територіальна гастротуристична система,* позиціонується як нова стійка альтернатива глобальній корпоративній продовольчій системі. Остання часто призводить до деградації довкілля, загострення проблем бідності, голоду та соціальної несправедливості. У рамках цієї системи численні зацікавлені сторони (приватний сектор, державні установи та громадянське суспільство) об'єднують зусилля для: створення коротших ланцюжків створення вартості

харчових продуктів, застосування агроекологічних методів ведення господарства, задоволення екологічних і соціальних потреб у сталості. Такий підхід стимулює заснування нових фермерських господарств і бізнесів вздовж цих ланцюгів, що, своєю чергою, допомагає створити більшу додану вартість для виробників. Успішна реалізація ТГТС вимагає розробки сильних та ефективних моделей управління, які базуються на активній участі багатьох зацікавлених сторін.

Українська туристична індустрія перебуває на етапі переосмислення своєї гастрономічної спадщини, яка наразі залишається маловідомою як серед вітчизняних, так і серед іноземних туристів. Ця ситуація вимагає негайної уваги та активної співпраці від усіх внутрішніх та зовнішніх експертів: шеф-кухарів, підприємців, громадських діячів та інституційних установ. Вони повинні виступати в ролі соціальних і культурних посередників для популяризації цієї спадщини.

Кількість мандрівників, які шукають унікальний досвід, постійно зростає. Великі події чи то гастрофестивалі, спортивні змагання, чи навіть спеціалізовані гастротури, створюють неповторну атмосферу, після якої традиційні формати відпочинку стають менш привабливими. Це прагнення до урізноманітнення відпочинку стимулює розвиток комбінованих видів туризму, серед яких найбільшу популярність здобувають гастрономічний та подієвий туризм. Їхня споживча привабливість полягає у свіжості та оригінальності порівняно з класичними екскурсіями чи пляжним відпочинком. Завдяки успішним маркетинговим кампаніям туроператорів, гастротури стають дедалі моднішими. Експерти підтверджують, що компанії, які роблять ставку на розширення асортименту саме в нішах подієвого та гастрономічного туризму, отримують значну перевагу. Зважаючи на високу прибутковість і можливість генерувати дохід у міжсезоння, туроператори активно наповнюють цю нішу новими пропозиціями (наприклад, тематичні гастрономічні подорожі).

Конкурентне середовище, сформоване місцевими спільнотами, ландшафтами та акторами (населенням), часто виступає як фактор, що прагне

зафіксувати та «знерухомити» культуру харчування. Спостерігається тенденція, коли місцеві автохтони намагаються надмірно статично концептуалізувати гастроспадщину та заморозити традиції, зводячи багате культурне розмаїття до стереотипного уявлення про місцеву ідентичність, замість того, щоб протистояти глобалізаційним викликам у динамічний спосіб. Водночас, кухня та гастрономія невіддільні від самого процесу подорожі. Кожен спожитий кулінарний продукт створює нерозривний зв'язок між фізичним ландшафтом і сприйняттям туристом конкретної дестинації.

Тісний зв'язок гастрономічного туризму з численними секторами економіки та соціальної сфери суспільства вимагає міжгалузевого підходу та застосування прикладних наукових знань. Гастротуризм має конкретні прикладні потреби, для задоволення яких ТГТС має значний туристичний потенціал.

Таким чином, агрокультурна спадщина виступає агентом змін, природно-географічна зона є середовищем, а ТГТС – агрегуючим результатом їхньої взаємодії.

Отже, формування інтегративної географічної основи для аналізу туристичної діяльності в контексті гастрономічного туризму забезпечує необхідне теоретико-методологічне підґрунтя для подальшого: визначення сутності туристичного потенціалу ТГТС, розробки алгоритму його вивчення для практичних цілей.

### 1. 3. Принципи формування територіальної гастротуристичної системи

Територіальна гастротуристична система здатна виступати потужним каталізатором соціального та економічного розвитку будь-якої туристичної дестинації. Зокрема, територія Українського Правобережного Полісся, завдяки її унікальним ландшафтам та значній агропродовольчій спадщині (включно з гастроспадщиною), оцінюється як ідеальний експериментальний майданчик для дослідження ТГТС. У межах цієї системи можлива реалізація інноваційних

туристичних проєктів та моделей розвитку, які будуть сфокусовані на місцевих культурних та креативних індустріях.

Концепція стійкого розвитку нерозривно пов'язана зі стійкими продовольчими системами, як це підкреслюється у роботах таких дослідників, як Ш. Гесслінгом і Б. Гаррод [386] і К. Роджек та ін. [468].

Концептуально обстоюється необхідність застосування моделі територіальної гастротуристичної системи для досліджуваного регіону, оскільки існує дефіцит практико-орієнтованих досліджень, які б зосереджувалися на: синергетичному аспекті туристичного потенціалу ТГТС, принципах циркулярної економіки, потенціалі валоризації (підвищення цінності) їжі субетносів та ландшафтів.

Таким чином, концептуалізація ТГТС на теоретичному рівні спирається на низку важливих *принципів* (рис. 1.5.), що забезпечують її системний аналіз.




*Рис. 1.5. Принципи формування територіальної гастротуристичної системи*

*Принцип цілісності та системності* означає, що проблеми, які виникають в одній ланці чи сфері ТГТС, не є ізольованими, а системно пов'язані з іншими. Застосування принципу цілісності та системності дозволяє: бачити повну картину: розуміти, що для вирішення, наприклад, проблеми експлуатації праці; потрібно аналізувати всю структуру попиту та пропозиції і глобальні ланцюги створення вартості; шукати системні рішення: Розробляти інтервенції, які враховують зворотні зв'язки та множинні наслідки в різних секторах, замість того, щоб просто «переміщувати» проблему з однієї частини системи в іншу.

*Принцип соціальної, технологічної інноваційності та підприємництва* вимагає комплексного підходу до інновацій, де зміни відбуваються на трьох взаємопов'язаних рівнях: соціальні інновації (сфера поширення, стосуються практики виробництва, просування туристичних продуктів та індустрії гостинності. Це включає нові формати взаємодії з клієнтами, створення унікальних вражень, а також трансляцію здорового способу життя через гастрономію та сервіс); технологічні інновації (використання традиційних та нових); підприємництво (виступає як рушійна сила, що забезпечує імплементацію складних і цілісних змін).

*Принцип культурної детериторіальності* – це процес, коли культура (символи, традиції, цінності, ідеї) відривається від свого первісного географічного місця (території) і поширюється глобально. Цьому сприяють сучасні технології, мас-медіа та міграційні процеси. Таким чином, детериторіальність створює новий простір для взаємодії культур, який є рушійною силою для глобального руху людей, фінансів та ідей. Гетерогенізація (від грец. *heteros* – інший, *genos* – рід) – це процес, що передбачає зростання розмаїття та диференціації культурних форм, на відміну від гомогенізації (уніфікації). У контексті глобалізації ці два процеси часто діють одночасно.

*Принцип культурної глокалізації* описує поєднання елементів місцевої культури з глобальними впливами.

*Принцип цінності, унікальності* ТГТС наголошує на необхідності охорони та збереження тих територій та об'єктів, які складають унікальну та значущу

основу для розвитку гастрономічного туризму. Охорона цих елементів є життєво важливою для: формування унікального туристичного продукту, забезпечення автентичності, сталого розвитку.

Розгляд ТГТС як складної соціально-економічної системи справді виявляє її загальносистемні та специфічні властивості (рис. 1. 6.).




*Рис. 1.6. Властивості територіальної гастротуристичної системи*

Територія Правобережного Полісся України є складною та багатогранною системою, що об'єднує різнорівневі ландшафтні комплекси, насичені аграрно-культурною спадщиною.

Територіальна гастротуристична система певної території формується внаслідок діяльності людей, які постійно взаємодіють із навколишнім середовищем, змінюючи його відповідно до власних культурних традицій і потреб. Для забезпечення сталого розвитку такої системи потрібна науково обґрунтована методика оцінювання її туристичного потенціалу в межах регіону.

## 1.4. Туристичний потенціал територіальної гастротуристичної системи

Агрокультурна спадщина є унікальним поєднанням територіальних ресурсів та можливостей, що формує потенціал гастрономічного туризму. Для визначення конкурентного ринкового продукту необхідне глибоке вивчення історико-географічних факторів формування цієї спадщини. Обрана спеціалізація (візитівка) може стати ключовим елементом брендингу як окремого регіону, так і всієї країни. З огляду на різноманіття природних та етнічних ресурсів України, гастрономічний туризм є для неї дуже перспективним напрямом.

Ступінь освоєння туристичного потенціалу ТГТС виступає критерієм типізації агрокультурної спадщини, що слугуватиме основою для побудови кластерів розвитку гастрономічного туризму.

Суспільно-географічні підходи до оцінки потенціалу (включаючи рекреаційний та туристичний) регіону та його туристичної сфери є предметом широкого та багатогранного дослідження в науковій літературі: З. Герасимчук [60], Ю. Гуменюк [70], О. Бейдик [14, 15], І. Бережна [16], Т. Божук [21], О. Любіцева [137, 139], Р. Николин [219], В. Руденко [246], Л. Черчик [290], Ю. Шабардіна [292], R. Suryawanshi [281].

Визначення туристичного потенціалу регіону базується на різних теоретичних і практичних підходах D. Spotts [478], B. Boers [337], C. Hall [391]. Інший ключовий підхід до визначення туристичного потенціалу, що протистоїть або доповнює оцінку пропозиції, бере за основу оцінку попиту J. Krippendorf [415]. Поступально виявився й синтетичний підхід до визначення туристичного потенціалу J. Ribeiro [467], C. Iatu [401], S. Formica [378]. Гастрономічний туризм є відносно молодим, але активно досліджуваним напрямом, якому присвячена значна кількість окремих наукових робіт [382, 386].

У наукових роботах, особливо в суспільній географії та економіці туризму, РТП розкрито у працях І. Бережна [16], В. Герасименко [223], Г. Горин [65], Ю. Дащук [75], О. Любіцева [139], В. Тарасова [59].

Термін «потенціал» (від лат. *potentia* – сила, можливість) справді є дуже широким і загалом визначається як сукупність наявних засобів, ресурсів, можливостей та резервів, якими володіє суб'єкт або територія [287].

Прийнято вважати, що *туристично-рекреаційний потенціал території акумулює природно-ресурсні, історико-культурні, інституційно-економічні складові, які використовуються у задоволенні потреб у відпочинку і розвагах споживачів туристичних послуг, а також безпосередньо сприяють організації туристично-рекреаційної діяльності на локальній території.*

Аналіз наукових досліджень І. Смадич, А. Теребух [278], [260], P. Chhetri [344], X. Dong [361], G. Duisembekova [363], виявив, що при оцінці туристично-рекреаційного потенціалу (ТРП) території вчені найчастіше використовують такі просторові основи: адміністративно-територіальний поділ – 62%, природно-територіальні комплекси – 21%, туристичні осередки в ТГ – 17%.

Туристично-рекреаційна діяльність безпосередньо залежить від природно-ресурсного потенціалу, який слугує мірилом можливостей для всіх учасників туристичного ринку, тому за основу беремо фізико-географічне районування для визначення туристичного потенціалу ТГТС.

Окрім природно-ресурсного потенціалу, при оцінці туристичного потенціалу ТГТС, необхідно враховувати соціально-економічні умови та інфраструктуру.

Моніторинг наукових праць, присвячених туризму, справді демонструє вкрай малу презентованість питання туристичного потенціалу територіальної гастротуристичної системи як окремого, цілісного об'єкта дослідження.

Серед відомого, наприклад визначення гастрономічного потенціалу на основі природного біорізноманіття місцевих сортів сільськогосподарських рослин та худоби M. Westling [493], харчового потенціалу водних макрофітів P. Edvards [365], визначення гастрономічного потенціалу на основі гастрономічної спадщини території R. Correia, [352].

Щоб усунути *прогалини у визначенні туристичного потенціалу ТГТС, необхідно застосовувати системний підхід*. Цей підхід передбачає:

відображення можливостей територій різних рівнів (таксонів), врахування фізичних та культурних умов для сільського господарства. Таким чином, потенціал ТГТС слід характеризувати через аналіз місцевих харчових продуктів, які відображають регіональні особливості – тобто, теруару (фр. *terroir*) відповідної території.

Для адекватної оцінки ТГТС недостатньо лише одного підходу; потрібне використання різноманітних теоретико-методологічних підходів (рис. 1.7.).

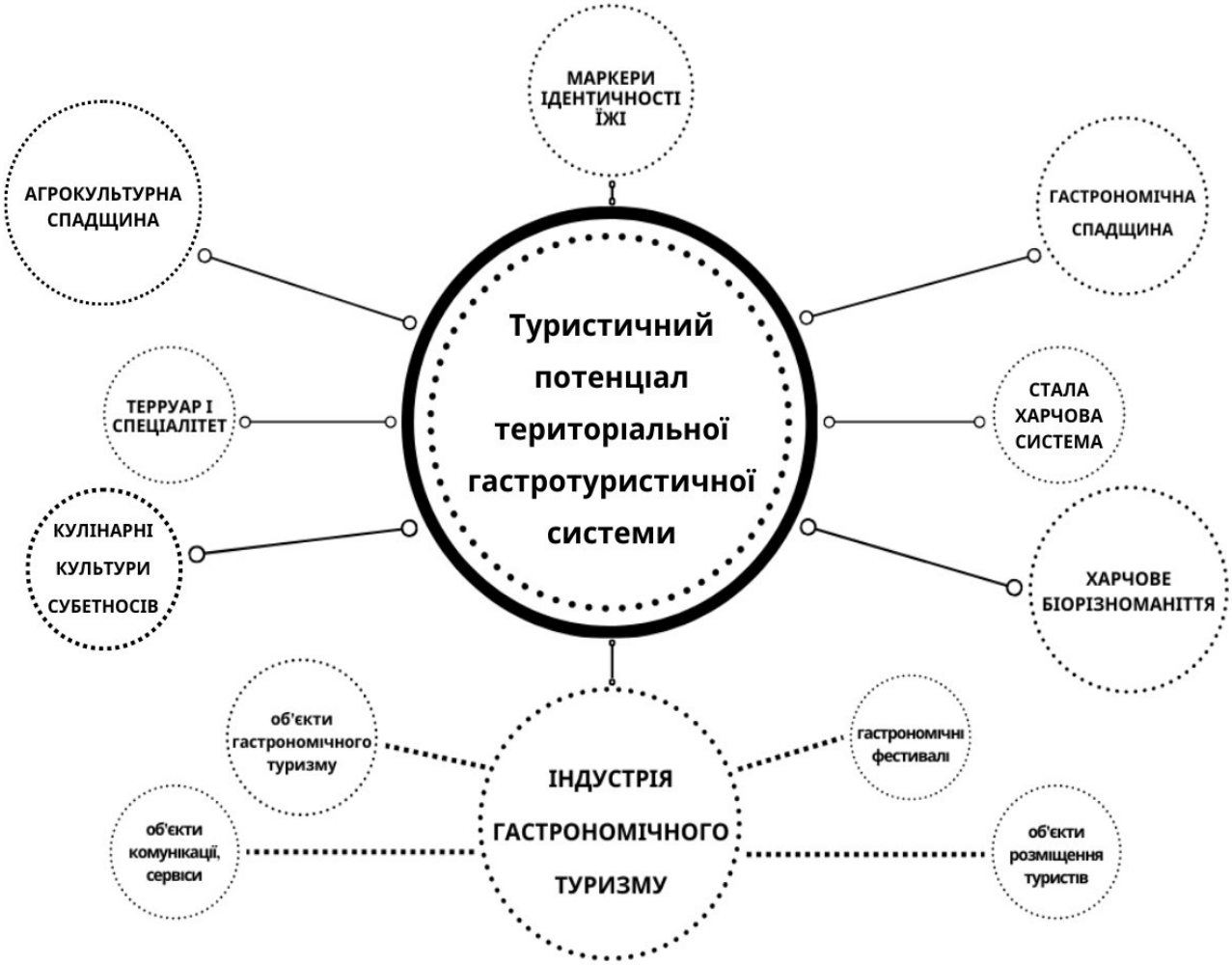



*Рис. 1.7. Ключові складові туристичного потенціалу територіальної гастротуристичної системи*

Джерелом прибутку для приймаючої громади може стати перетворення теруарів та місцевих спеціалітетів на нові туристичні продукти.

Використання місцевого харчового біорізноманіття (унікальних сортів, порід, традиційних продуктів) та агрокультурної спадщини (методи вирощування, рецепти, традиції) дозволяє досягти певних цілей у туризмі.

Бажання туристів у гастрономічних турах сфокусоване на автентичному досвіді, що інтегрує гастрономічну спадщину та місцеву культуру.

Для забезпечення комфорту та повноти досвіду туриста ключове значення має індустрія гастрономічного туризму, яка включає: події та атракції: гастрономічні фестивалі та об'єкти гастрономічного туризму (ферми, виноробні, ринки), інфраструктура: об'єкти розміщення туристів, об'єкти комунікації та сервіси, що гарантують комфортне перебування. Агрокультурна та гастрономічна спадщина є цінними активами, оскільки вони, забезпечують харчове біорізноманіття в рамках стійких харчових систем, формують унікальний і виразний туристичний потенціал ТГТС.

Варто ввести в науковий обіг дефініцію ***«туристичний потенціал територіальної гастротуристичної системи»*** – ***це симбіоз ресурсу (туристично-рекреаційного, гастрономічного), резерву (використання та практичне втілення притаманних властивостей кулінарних, готельно-ресторанних, інституційних), можливостей (формування нових навиків: кулінарні школи, майстер-класи, блоги, тури, тощо), суспільної гастротуристичної практики (туристичної інфраструктури, виробника гастрономічного туристичного продукту, інституцій, атракцій) можливостей для організації та здійснення туристичної, рекреаційної, гастрономічної, готельно-ресторанної, логістичної, промоційної діяльності в регіоні з метою задоволення гастрономічних потреб людини*** (рис. 1.8.) [196, 200, 201, 422, 439, 445].

*Суспільна гастротуристична практика* (тобто реальні дії та інтерес туристів і індустрії) безпосередньо засвідчує зростаючу потребу та важливість дослідження і використання: гастрономічних традицій громад, культури субетносів.

*Резерви* – це не просто наявність ресурсів, а незамінний, інтерактивний досвід, який пропонується туристам і дозволяє їм: дегустування місцевих страв, особиста участь у кулінарних процесах (наприклад, майстер-класи), відвідування крафтових ферм та виробництв, вивчення традиційних способів приготування їжі. Опосередковане знайомство з нематеріальною спадщиною, що включає: кулінарні традиції місцевих виробників, ферм, ярмарків, гастрономічні події/івенти та фестивалі, спеціалізовані майстер-класи та дегустації.

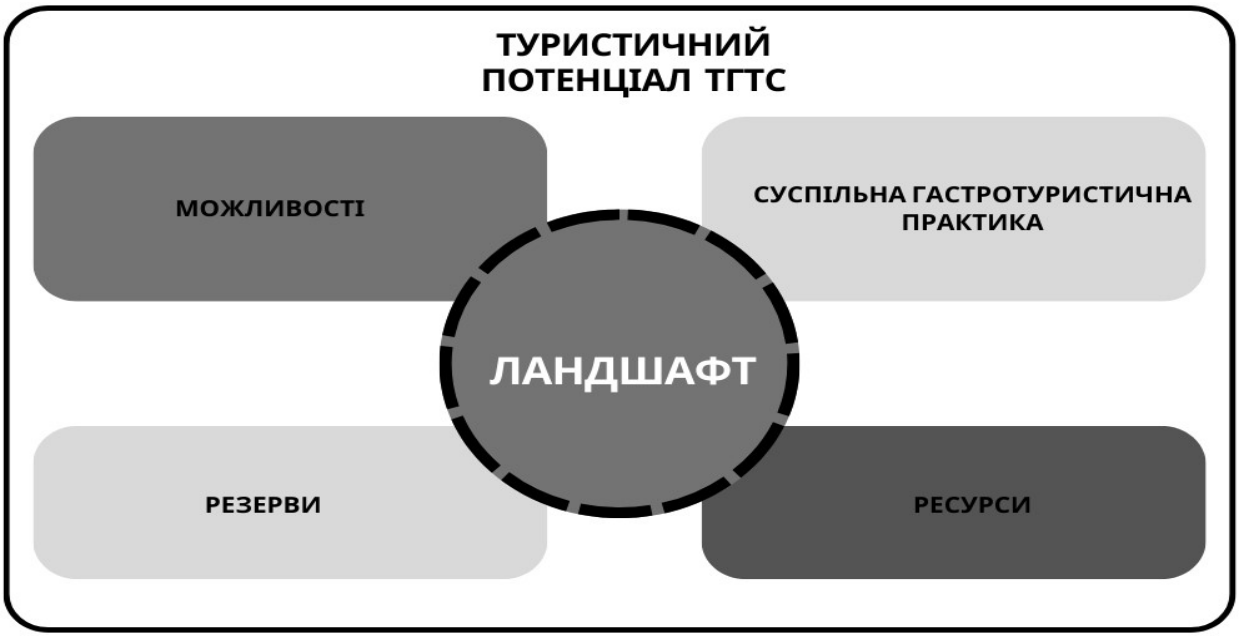



*Рис. 1.8. Структура туристичного потенціалу територіальної гастротуристичної системи*

*Ресурси:* місцева кухня є прямим відображенням терруару і нерозривно пов'язана з кліматом та природним середовищем: вони визначають, які природні ресурси та агроландшафти (наприклад, типи ґрунтів, водойми) можуть постачати сировину для виготовлення страв і напоїв, етнокультурною ідентичністю: кожен субетнос еволюційно формує свої харчові маркери ідентичності (традиційні продукти, табу), а кулінарія закріплює це у власній рецептурі. Гастрономія (як наука та культура харчування) і кулінарія (як практика приготування) мають

значний потенціал для регіонального розвитку, оскільки вони створюють ємні можливості для широкого спектра діяльності: туристична, рекреаційна, готельно-ресторанна діяльність, логістика, промоційна діяльність.

*Можливості:* охоплюють широкий спектр потенційних вигод для регіону, суспільства та економіки, оскільки вона інтегрує унікальні місцеві ресурси та ринковий попит. Економічні можливості: створення додаткової вартості: перетворення сировини (сільськогосподарської продукції) на високомаржинальний туристичний продукт (дегустації, майстер-класи, фірмові страви), стимулювання місцевого бізнесу, диверсифікація економіки, залучення інвестицій: приваблення капіталу в інфраструктуру (готельно-ресторанний комплекс) та розвиток сільських територій. Соціальні та культурні можливості: збереження спадщини: використання гастрономії як інструменту збереження та популяризації агрокультурної спадщини, традиційних рецептів та харчового біорізноманіття, розвиток сільських громад: створення нових робочих місць, уповільнення міграції та підвищення якості життя на сільських територіях через розвиток інфраструктури та послуг. Туристичні можливості: створення унікального продукту, збільшення тривалості сезону та перебування, залучення спеціалізованих сегментів: приваблення заможних та вмотивованих туристів, зацікавлених у культурно-пізнавальному та екологічному відпочинку, покращення іміджу.

Потрібні емпірико-аналітичні вишукування та методологічне підґрунтя для розробки чітких інструментів оцінки ТГТС. Це включає створення методик, які можуть кількісно та якісно оцінити автентичність та інтерактивність гастрономічного досвіду. Наукові розвідки вимагають впорядкування понятєво-термінологічного апарату гастрономічного туризму. Це необхідно для уніфікації термінів (наприклад, ТГТС, теруар, агрокультурна спадщина та ін.), що забезпечить коректну комунікацію між дослідниками, практиками та органами управління.

## 1.5. Вдосконалення сучасного поняттєво-термінологічного апарату гастрономічного туризму

Накопичені наукові матеріали з гастрономічного туризму є різнорідними, що ускладнює їх повне та ефективне використання. Існує нагальна потреба «впорядкування» й уточнення сучасного поняттєво-термінологічного апарату гастрономічного туризму. Ця потреба зумовлена низкою факторів, головним чином – широким і часто суперечливим тлумаченням самого терміна та пов'язаних із ним понять у науковій літературі та практиці.

Авторське бачення ***«гастрономічного туризму» – це сублімація суспільних цінностей, зокрема гастрономії та туризму, які формують образи громадської пам'яті для нащадків і виражають не лише словесну інформацію про життя людини, спосіб життя, культуру харчування та відпочинку, але й самі здатні генерувати значення, символи та смаки*** [438, с. 792, 433, 439, 447].

**Введення авторських дефініцій та удосконалення існуючих є ключовим кроком у систематизації наукового знання про гастрономічний туризм** (рис. 1.9.).

Досвід відвідувачів є центральним елементом класифікації, і він дійсно збагачується та урізноманітнюється завдяки численним підвидам гастрономічного туризму, які широко описані в наукових працях [11 – 13, 113, 283, 450].

Класифікацію гастрономічного туризму, подано у структурованому та візуальному вигляді (рис. 1.10).

Цільова аудиторія гастрономічних турів (рис. 1.11) прямо залежить від програми, оскільки саме зміст, формат, ціновий сегмент та рівень залученості туру визначають, хто саме зацікавиться цим продуктом.

Традиційні визначення часто зводилися лише до споживання їжі або дегустації національних страв. Однак, сучасний гастрономічний турист – це значно більше,що вимагає розширення тлумачення (див. рис. 1.9).

## Поняттєво-термінологічний апарат гастрономічного туризму

**Територіальна гастротуритсична система -** геопросторова форма функціонування традиційної агрокультурної спадщини як матеріальної і нематеріальної культурної спадщини, сформована фукціональними зв'язками між структурою агроландшафтів, які характеризуються теруаррами (агрокультурна спадщина) та автохтонними технологіями приготування, які формують специалітети (гастроспадщина) (розроблено автором) [444 ].

**Споживчий кошик гастрономічного туриста -** унікальний пакет туристичних послуг, який першочергово включає промоційний гастрономічний тур, який просторово локалізується в інформаційно-туристичному хабі відвіданої гастрономічно-автохтонної атракції (розроблено автором) [442].

**Туристичний потенціал ТГТС -** симбіоз ресурсу (туристично-рекреаційного), резерву (використання та практичне втілення притаманних здібностей: кулінарних, готельно-ресторанних, інституційних), можливостей (формування нових навиків: кулінарні школи, майстер-класи, блоги, тури, нав'язування нової моделі відпочинку масмедіа), туристичної інфраструктури, виробника гастрономічного туристичного продукту, інституцій, атракцій для організації та здійснення туристичної, рекреаційної, гастрономічної, готельно-ресторанної, логістичної, промоційної діяльності в регіоні з метою задоволення потреб людини (розроблено автором) [442].

**Кластер розвитку гастрономічного туризму -** локалізована, географічно сконцентрована, особливо спеціалізована мережа туристично-рекреаційних структур та пов'язаних із ними органів державного управління: туроператори, турагенти, засоби розміщення, організації громадського харчування, транспортні компанії, фінансові інститути, послуги зв'язку, будівництво, страхові послуги, житлово-комірні послуги, сільське господарство, медичні послуги, вузи, науково-дослідні інститути, органи державної влади, які виробляють специфічний гастрономічний туристичний продукт та обслуговують споживачів гастрономічних туристичних послуг і врегульовують нормативно-правові аспекти (розроблено автором) [442].

**Маркери ідентичності їжі -** скринінг автентичності харчових продуктів харчових інгредієнтів і компонентів обробленої їж (розроблено автором) [442].

**Гастрономічнй туризм -** сублімація суспільних цінностей, зокрема гастрономії та туризму, які формують образи громадської пам'яті для нащадків і виражають не лише словесну інформацію про життя людини, спосіб життя, культуру харчування та відпочинку, але й самі здатні генерувати значення, символи та смаки (удосконалено автором) [442].

**Гастрономічний тур -** спеціально підібрана програма гастрономічного відпочинку, на чільне місце в якій поставлені смакові враження, де зорові швидше йдуть на додаток смаки (удосконалено автором) [442].

**Гастрономічний турист -** турист, який подорожує з чітко визначеною гастрономічною метою, не- залежно від фінансового стану, відвідуючи як заклади вищого ґатунку, так і заклади громадського харчування, або ж споживаючи вуличну їжу чи автохтонну, традиційну кухню на території мандрівки смаки (удосконалено автором) [442].

**Гастрономічна подія -** це мандрівка, яка відкриває нові регіони, їхню культуру, місцеві специалітети (удосконалено автором) [200].

**Гастрономічний фестиваль -** масштабна гастрономічна подія, яка виробляє різнопланові ефекти та рефлексії, життєві потенції у людини, що подорожує – Homo viator смаки (удосконалено автором) [176].

**Гастротуристичний продукт -** пакет матеріальних і нематеріальних елементів (враження, послуги, атракції, туристичні ресурси), які можна придбати в межах однієї мандрівки дестинацією (удосконалено автором) [442].

**Гастрономічний бренд симбіоз місцевих підприємств громадського харчування та терруарів,** які створюють унікальну гастрономічну історію для гурманів, яка вкорінена в іміджі регіону (удосконалено автором) [176].

**Стала харчова система -** це продовольча система, яка забезпечує продовольчу безпеку та харчування для всіх таким чином, що економічні, соціальні та екологічні основи для забезпечення продовольчої безпеки та харчування для майбутніх поколінь не поставлені під загрозу. (удосконалено автором) [176].

**Харчове біорізноманіття -** визначається як різноманітність рослин, тварин та інших організмів, які споживаються як їжа і напої та мають внутрішній потенціал для підтримки різноманітних поживних дієт і підвищення стійкості екосистем (удосконалено автором) [176].

**Специалітет -** це особливість регіональної кухні, яка виражається в наявності однієї або кількох місцевих страв, які зустрічаються лише в даному регіоні або мають певну автентичність (удосконалено автором) [176].

**Терруар -** сукупність ґрунтово-кліматичних факторів та особливих характеристик місцевості, які визначають сортові характеристики сільськогосподарської продукції, найчастіше вина, кави, чаю, оливкової олії, сиру, м'яса, овочів, фруктів, грибів в гастрономічному туризмі є елементом диференціації та джерелом місцевої ідентичності (удосконалено автором) [176].

**Агрокультурна спадщина -** трактується як просування місцевих агропродовольчих ресурсів в багатофункціональному міському/сільському господарстві, яке надає ряд послуг, починаючи від постачання місцевих свіжих та якісних продуктів харчування та завершуючи забезпеченням системи дозвілля та відпочинку (удосконалено автором) [176].

**Гастрономічна спадщина -** об'єднує соціокультурні компоненти, які впливають на її формування та диференціацію, а отже, включає різноманітні види сільськогосподарської та харчової продукції, види страв, спеції, обладнання та прилади для приготування їжі, способи приготування їжі, споживання, які, і у тому числі, забезпечують попит та пропозицію на туристичному ринку (удосконалено автором) [176].

*Рис. 1. 9. Поняттєво-термінологічний апарат гастрономічного туризму*

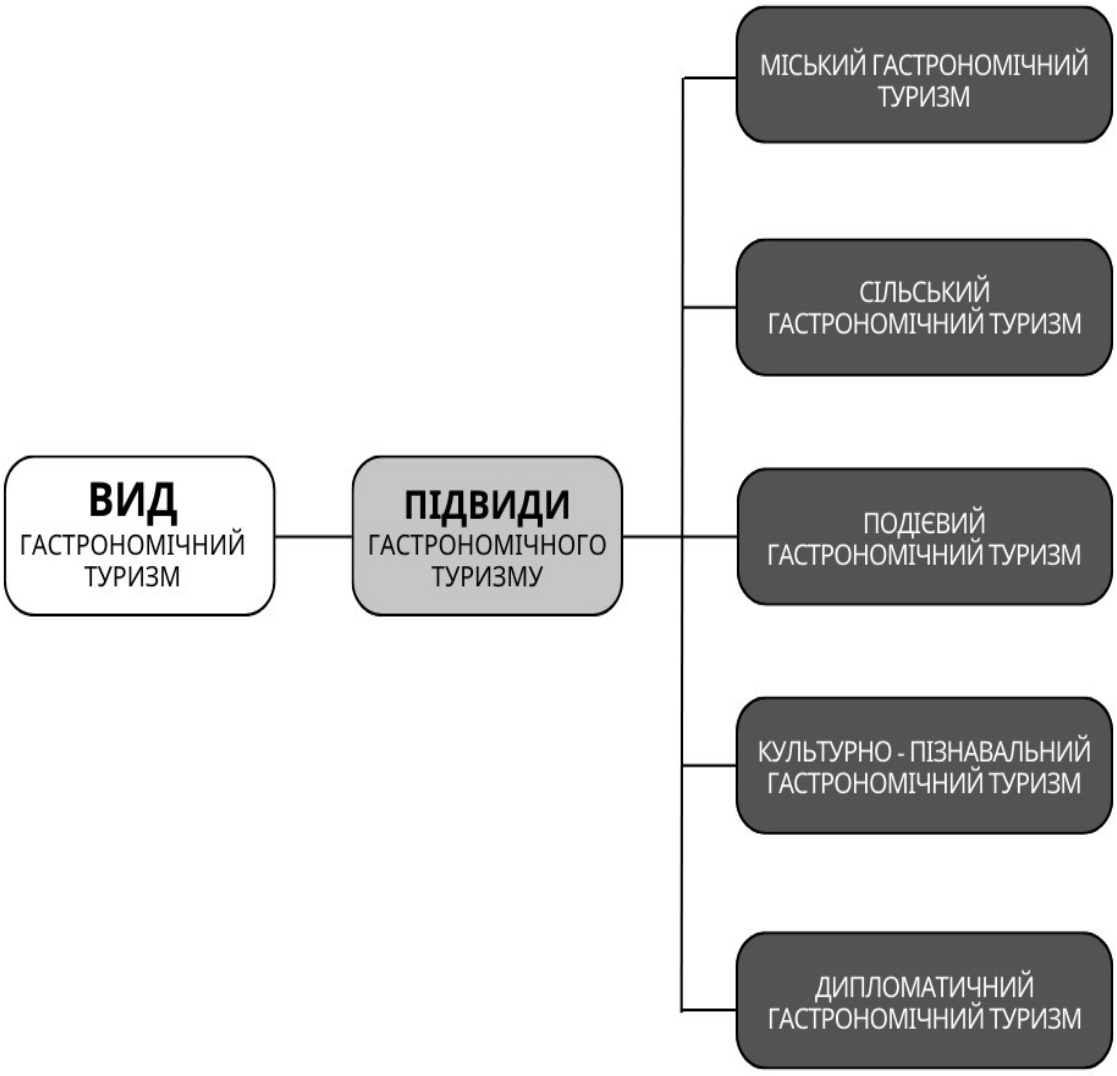



*Рис. 1.10. Підвиди гастрономічного туризму*

Є ключова відмінність між стандартним гастротуром (дегустація) та туром, орієнтованим на «фудіс» (кулінарне дослідження). Це розмежування є фундаментальним для розуміння сучасного гастрономічного туризму.

Мережа національних ресторацій, що пропонує повний автентичний набір страв (аперитив, закуска, основна страва, десерт), є ключовим носієм автеничної гастрономічної культури. Гастрономічний туризм, по суті, є воротами до розуміння ідентичності народу. Їжа виступає як універсальна мова і матеріальне втілення культури. Гастрономія – це природний простір для міжкультурного діалогу. Налагодження міжнаціональних відносин через їжу відбувається завдяки емпатії та руйнуванню стереотипів.




*Рис. 1.11. Типи гастрономічних туристів*

Експлікація гастротуризму через соціальні практики «ескапізму», «номадизму», «симулякру» [20, 170, 175, 179, 211], пояснює як гастрономія вбудовується у ширші моделі поведінки мандрівників.

Гастрономічний туризм виступає як точка конвергенції для трьох ключових академічних полів: туризм, харчові дослідження (Food Studies), фольклор (Folklore) та культурна антропологія.

Термін «gastronomic event» (гастрономічна подія) використовувався і раніше в загальному значенні, Люк Дюбанше та його проєкт Omnivore зробили величезний внесок у його модернізацію та професіоналізацію у форматі, який

ми знаємо сьогодні. Маємо власну пропозицію, щодо уніфікації та ключових складових поняття «гастрономічна подія» (див. рис. 1.9.) [200].

Стабільний гастрономічний досвід (Sustainable Gastronomic Experience) –це не лише про смак, а й про відповідальність.

Експерти допомагають впровадити принципи, які забезпечують створення унікального гастрономічного продукту громади, етносу. Гастротуристичні продукти, що створюються у «творчих лабораторіях» місцевих кухонь та експертами зі сталості, мають бути унікальними, автентичними та відповідальними. Авторське бачення терміну *«гастротуристичний продукт»* подано на рис. 1.9.

Місцевий гастротуристичний продукт є першоджерелом і основним наповненням споживчого кошика гастрономічного туриста, тому вперше введено термін «споживчий кошик гастрономічного туриста» (див. рис. 1.9.).

Вивчення локальних традицій [395] має привести до створення маркетингових програм, спрямованих на зміцнення іміджу території через проведення гастрономічних фестивалів [407] із насиченими кулінарними подіями, що відтворюють автентичний побут та харчові звичаї місцевих мешканців [381]. У відповідь бізнес орієнтуватиметься на принципи корпоративної соціальної відповідальності, поєднуючи їх із пропозицією якісної, безпечної та екологічно дружньої їжі й напоїв. Подібні ініціативи сприяють підтримці регіональних сталих харчових систем, адже всі учасники туристичної сфери працюватимуть переважно з локальними виробниками, сезонною сировиною та високоякісними продуктами етнічного походження. Такий «знизу-вгору» підхід також стимулюватиме формування «кластерів розвитку гастрономічного туризму», визначення яких наведено на рис. 1.9.

Маркування харчових продуктів як елементів локальної ідентичності підсилює привабливість туристичної дестинації, зокрема через організацію тематичних подій [380]. Неповторний характер події чи фестивалю здатний привертати підвищену увагу аудиторії [469]. Операційне трактування поняття «гастрономічний фестиваль» подано на рис 1.9.

Суттєве значення має наявність повної інформації про різні фестивалі [381], особливо кулінарного спрямування. Такі заходи підсилюють конкурентні переваги території та розглядаються як платформи для презентації цінностей певних субетносів, локальних спільнот, соціальних явищ, релігійних ідеологій, елементів ідентичності, унікальності та традиційної ритуальності. Серед широкого спектра «mass media event» фестивалі вирізняються масштабністю, концертними виступами, різноманітними розважальними зонами, атракціонами, мальовничими локаціями та стравами, здатними зацікавити навіть найвибагливіших гурманів.

Успішність гастрономічного фестивалю формується під впливом кількох ключових чинників: якості комунікації між учасниками, якості просторового та матеріального середовища, результативності заходу, доступності та продуманості програмного наповнення. Взаємини, що виникають у межах гастрономічного фестивалю, трансформуються у певні переваги (рис. 1. 12.).

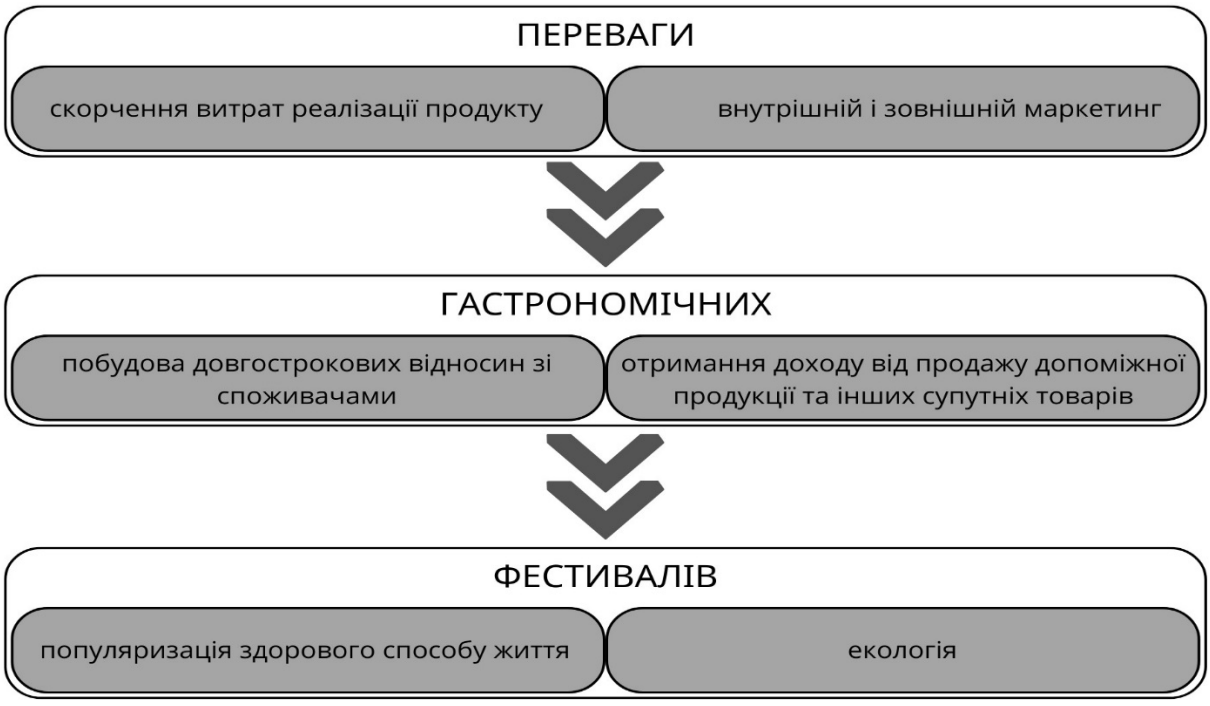



*Рис. 1.12. Переваги гастрономічних фестивалів*

*(Джерело: сформовано за даними [486] та доповнено автором)*

Гастрономічні заходи створюють сприятливі умови для встановлення корисних контактів з іншими бізнесами – від закладів ресторанної сфери до нових постачальників, що може принести довготривалу вигоду. Існує певна класифікація гастрономічних фестивалів (рис. 1.13). Динамічність таких подій полягає в безперервному русі відвідувачів, які прагнуть за обмежений час побачити якомога більше. Однією з ключових особливостей є формат страв на виніс, що є зручнішою альтернативою традиційному прийому їжі за столом із великою кількістю меблів і посуду.




*Рис. 1.13. Класифікація гастрономічних фестивалів*

Упакований смаколик зручно тримати в одній руці, що дозволяє вільно пересуватися локаціями фестивалю й задовольняти власну цікавість. Без сумніву, у виграші опиняться місцеві учасники, адже вони зможуть зменшити витрати, пов'язані з організацією торгівлі під час заходу. Оренда приміщень, наметів, столів, стільців, лав чи демонстраційних конструкцій для зовнішніх учасників може бути значно дорожчою – залежно від оформлення та необхідного обладнання.

Не менш важливим є й питання безпеки на такому фестивалі. Очевидно, що додаткові фінансові надходження стануть корисними для громад чи сільських територій, де планується проведення події.

Розвиток дестинацій із яскравими фестивалями для одних стає ефективним інструментом просування та формування бренду, а для інших – лише приємним доповненням.

Перевага гастрономічних заходів полягає в тому, що невеликі туристичні локації, завдяки локальним продуктам і потенційним гастрономічним брендам, здатні залучати значні туристичні потоки.

Попередні дослідження щодо гастрономічних подій як складника бренду дестинацій відображені в численних наукових працях [334, 350, 420].

Люди найбільше цінують те, що, на їхню думку, вони здобули під час спостереження, участі чи взаємодії на фестивалі. Мало відомі туристичні дестинації особливо потребують сильного брендингу, і гастрономічні фестивалі можуть виконувати цю роль надзвичайно ефективно. Такі події стають своєрідним майданчиком для масштабних випробувань, де зустрічаються гурмани з різними вподобаннями та поглядами. У результаті старі локації прагнуть повернути собі популярність, а нові – закріпити свій імідж.

Оцінювання потенціалу гастрономічних фестивалів варто розпочинати з відомих міжнародних подій, таких як Fiesta de Exaltación del Marisco de O-Grove, Chinchilla Melon Festival, Hokitika Wildfoods Festival, Chocolate Festival in Perugia, Eurochocolate, Maine Lobster Festival, Fiera del Tartufo Bianco d'Alba, Lexington

Barbecue Festival, Gilroy Garlic Festival, Whitstable Oyster Festival, The Grub Fest, Palate Fest [155].

Переваги участі у Food Fest для українських закладів харчування та ресторанного маркетингу є очевидними (табл. 1.2.).

Таблиця 1.2.

**Переваги участі у Food Fest для національних ресторацій та ресторанного маркетингу**

| **Перевага** | **Наслідок** |
|---|---|
| Допомагає захопити новий ринок | Гастрономічний фестиваль дозволяє ресторанам охопити нову базу клієнтів і зробити їх шанувальниками своєї їжі. |
| Допомагає просувати ваш бренд | Дадуть фору новачку, щоб розпочати себе в цій галузі. Досвідченому клієнту популярність та медіа-висвітлення для просування свого бренду та доступ до нової клієнтської бази. |
| Допомагає спілкуватися з клієнтами | На фестивалі їжі ви можете розкрити свій бренд. Використовувати з клієнтами маркетинг «із вуст у вуста». Спробувати нові продукти та швидко зібрати відгуки клієнтів. |
| Допомагає дізнатися про своїх конкурентів | Дозволяють спілкуватися зі своїми конкурентами та взаємодіяти з конкурентами та вчитися у них. Спостерігати за стратегіями конкурентів щодо маркетингу та продажу своєї їжі. |
| Допомагає спілкуватися з потенційними інвесторами | Фестивалі їжі відкривають кілька дверей для їх залучення. Їх відвідують інвестори та впливові люди. Інвестори приходять у пошуку бізнесу, який вони готові профінансувати, та дають можливість себе звабити. |

Послідовна онлайн-присутність гастрономічних фестивалів продемонструвала, які маркетингові можливості брендингу можуть отримати маловідомі туристичні дестинації (рис. 1.14.).

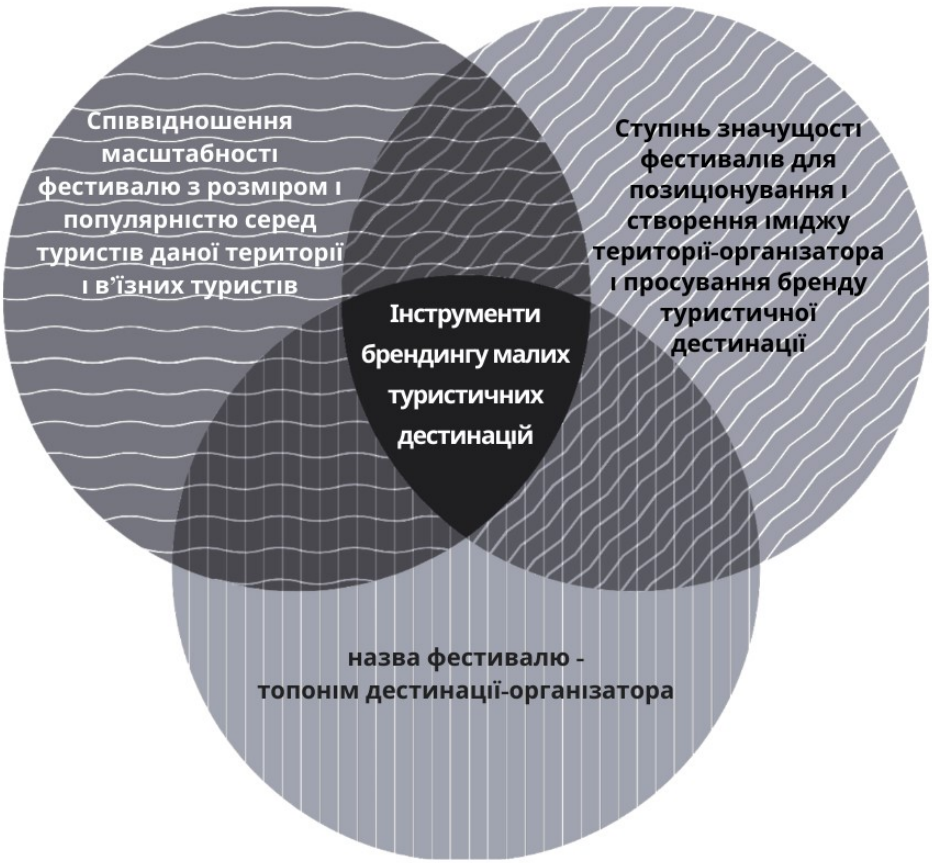



*Рис. 1.14. Маркетингові опції брендингу для маловпізнаних дестинацій*

Гастрономічні фестивалі сьогодні роблять помітний внесок у формування цінностей, досвіду, репутації та сприйняття туристичного бренду. Це особливо стосується тих, хто працює безпосередньо з відвідувачами, адже саме завдяки гастрономічному туризму індустрія отримує значну економічну підтримку.
Такі події сприяють зміцненню довіри та формуванню лояльності серед гостей, залишаючи сильні враження, які можуть як підсилити, так і послабити бренд дестинації. Водночас це забезпечує робочими місцями місцеве населення.

Невеликі міста та села, що ще не мають широкої впізнаваності, здатні просувати себе через гастрономічні фестивалі, залучаючи туристів та

зацікавлених партнерів, отримуючи від них корисні відгуки. Туристичним компаніям варто уважніше ставитися до таких подій і долучатися до їх підтримки. Водночас у малих населених пунктах часто залишаються невирішеними питання транспортного зв'язку, розміщення, харчування та якості інтернет-послуг.

Місцеві громади зазвичай не готові будувати готелі чи кемпінги заради заходу, який триває лише раз на рік. Тому туристів часто розміщують у приватних домогосподарствах, що не завжди відповідає очікуванням і рівню комфорту гостей, підходячи переважно для самостійних мандрівників.

Гастрономічний туризм має власні характерні об'єкти, що відображено на рис. 1.15.

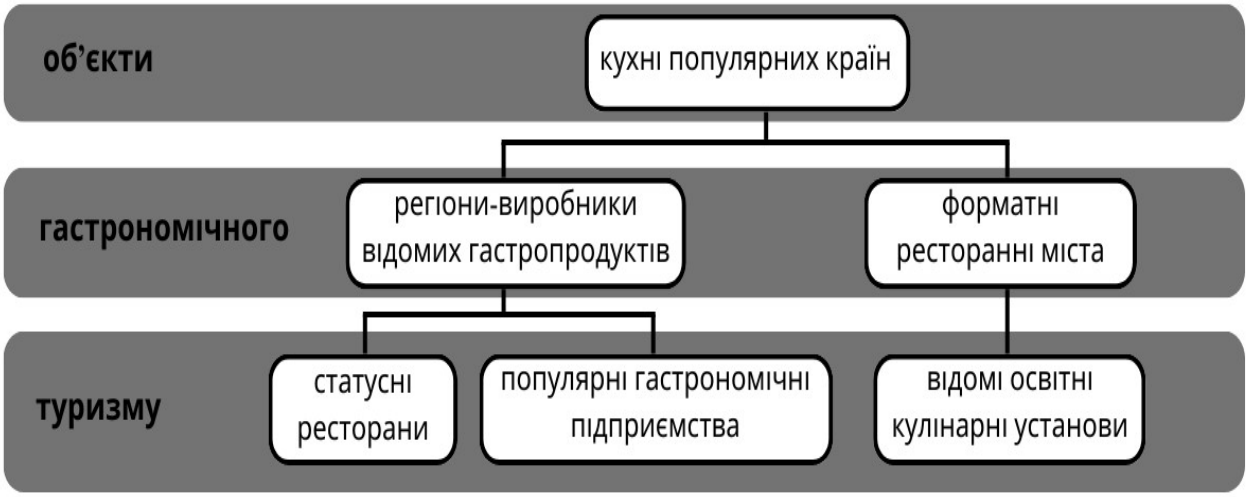



*Рис. 1.15. Об'єкти гастрономічного туризму*

Національна кухня тісно пов'язана з конкретною територією й сприймається як автентична. Багато туристичних локацій та закладів харчування почали визнавати гастрономічні традиції субетносів і активно включати їх у свої меню. Завдяки цьому автентичні страви в ресторанах набувають статусу додаткової цінності.

Їжа виступає фундаментальним елементом суспільства, який поєднує наші переконання з етнічною ідентичністю, культурними особливостями та аграрною спадщиною. На глобальному рівні дедалі більше усвідомлюється, що їжа є не просто частиною культури – вона здатна її формувати.

Кулінарні традиції субетносів регіону визначаються низкою чинників, що показано на рис. 1.16.




*Рис. 1.16. Фактори, що визначають кулінарні культури субетносів*

Харчові традиції передаються з покоління в покоління як у родинах, так і в територіальних громадах. Коли сім'я або окрема людина втрачає зв’язок зі своєю гастрономічною спадщиною, вони зазвичай звертаються до кулінарних шкіл, спеціалізованих курсів чи гастрономічних турів, щоб відновити знання про власні культурні традиції.

У межах гастрономічного туру можна ознайомитися з кухнею будь-якої національної групи, зокрема й емігрантською кухнею, яку люди привезли до нових країн та передали наступним поколінням.

Проте війни та конфлікти часто відривають людей від їхньої культури та звичних харчових практик, що нині особливо актуально для України. Пандемія COVID-19 також внесла свої корективи: подорожі стали менш доступними, а туристичний інтерес змістився переважно у бік внутрішніх напрямків.

Традиційні кулінарні практики розкривають різні типи гастрономічних турів, що показано на рис. 1.17. Авторське визначення поняття «гастрономічний тур» наведено на рис. 1.9.

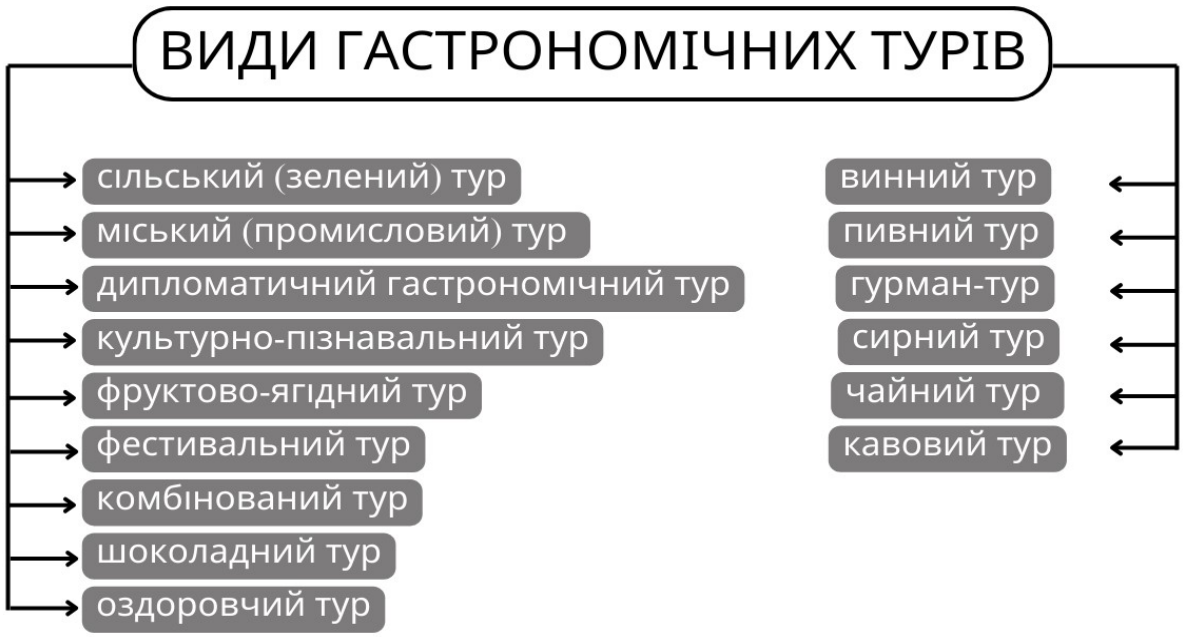



*Рис. 1.17. Види гастрономічних турів*

Кожен різновид гастрономічного туру дає можливість доторкнутися до минулого та відчути спадкоємність національних культурних традицій.

Традиційні способи приготування та споживання їжі тісно пов’язані з культурними подіями територіальної громади, адже зазвичай базуються на

локальних інгредієнтах, вирощених у навколишніх місцевостях. Сьогодні постає завдання зберегти зникаючі кулінарні практики малочисельних субетносів, звернувши увагу на їхню гастрономічну спадщину й традиційні технології.

В Україні гастрономічний туризм поки що розвинений недостатньо, особливо в межах українського Правобережного Полісся. Продумані маршрути цього типу мало відомі, а самі українці поки не схильні активно інвестувати у такі подорожі.

Кваліфікованих гастрогідів також бракує – фахівців, здатних занурити туриста в місцеву історію, архітектуру та культуру крізь призму гастрономії. Така робота потребує ґрунтовних архівних знань і майстерного вміння подати інформацію під час екскурсії.

Водночас аграрна та гастрономічна спадщина, кулінарні традиції субетносів, маркери харчової ідентичності, теруари та локальні спеціалітети України, зокрема Правобережного Полісся, здатні привернути увагу мандрівників-гурманів. Саме громади, невеликі містечка й села можуть стати центрами гастрономічного туризму, де гості матимуть змогу відчути особливе ставлення до місцевої кухні та пізнати справжній смак території всього за один день, скуштувавши символічні для місцевості страви.

Формування цілісного уявлення про роль кожної етнічної страви в регіональних дестинаціях сприятиме наповненню гастротурів унікальними, етнічно маркованими туристичними продуктами, які вирізнятимуть їх на міжнародному рівні. А у науковій площині це дасть змогу вдосконалити теоретичні засади гастрономічного туризму.

**Висновки до розділу 1**

1. Суспільна практика доводить, що географічне знання відображає єдність природи та людини. Такий інтегративний сенс затверджується еволюцією та диференціацією географічного знання. В цьому процесі відбувається симбіоз інтерпретацій та тлумачень, які, наприклад, в географії культури

викристалізувались у концепт «агрокультурна спадщина». Наслідуючи розгортання цієї ідеї, виявляється актуальність подібного дискурсу в суспільній географії, географії рекреації та туризму, зокрема гастрономічного туризму, шляхом розробки концепції «територіальної гастротуристичної системи».

2. Наслідуючи дискурс щодо «агрокультурної спадщини» в контексті гастрономічного туризму, вважається за доречне розвивати концепцію «територіальної гастротуристичної системи», яка трактується *як геопросторова форма функціонування агрокультурної спадщини, сформована фукціональними зв'язками між структурою агроландшафтів, які характеризуються терруарами (агрокультурна спадщина) та автохтонними технологіями приготування, які формують спеціалітети (гастрономічна спадщина).*

*Системоутворюючими елементами* територіальної гастротуристичної системи, вперше визначено агрокультурну спадщину, гастрономічну спадщину, кулінарні культури субетносів, маркери ідентичності їжі, терруар, спеціалітет, які мають специфічні ознаки: харчове біорізноманіття, сталу харчову систему.

3. Формування територіальної гастротуристичної системи підпорядковане принципам: цілісності та системності, сталості увсіх вимірах, демократичності і розширення можливостей, соціальної, технологічної інноваційності та підприємництва, культурної детериторіальності, гетерогенізації, культурної глокалізації, цінності, унікальності.

4. Концепція територіальної гастротуристичної системи становить інтегральне теоретико-методологічне підґрунтя для подальшого визначення сутності туристичного потенціалу територіальної гастротуристичної системи й формування алгоритму його вивчення для прикладних цілей.

«Туристичний потенціал територіальної гастротуристичної системи» – *це симбіоз ресурсу (туристично-рекреаційного, гастрономічного), резерву (використання та практичне втілення притаманних властивостей кулінарних, готельно-ресторанних, інституційних), можливостей (формування нових навиків: кулінарні школи, майстер-класи, блоги, тури, тощо), суспільної гастротуристичної практики (туристичної інфраструктури, виробника*

*гастрономічного туристичного продукту, інституцій, атракцій) можливостей для організації та здійснення туристичної, рекреаційної, гастрономічної, готельно-ресторанної, логістичної, промоційної діяльності в регіоні з метою задоволення гастрономічних потреб людини.*

Визначення туристичного потенціалу територіальної гастротуристичної системи на теренах конкретного дослідного полігону потребує застосування низки *підходів*: історико-географічного (ретроспективного), генетичного, системного, компонентно-функціонального, територіально-функціонального, синергетичного, кластерного, біхевіористського, партисипативного.

5. Відповідно, наше наукове вишукування є кроком до упорядкування понятєво-термінологічного апарату гастрономічного туризму, через введення нових дефініцій: територіальна гастротуристична система, маркери ідентичності їжі, туристичний потенціал територіальної гастротуристичної системи, споживчий кошик гастрономічного туриста, кластер розвитку гастрономічного туризму та удосконалення існуючих термінів: гастрономічний туризм, гастрономічний тур, гастротуристичний продукт, гастрономічна подія, гастрономічний турист, гастрономічний фестиваль, гастрономічний бренд, харчове біорізноманіття, агрокультурна спадщина, гастрономічна спадщина, кулінарні культури субетносів, терруар, спеціалітет, стала харчова система.

# РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГАСТРОТУРИСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ПРАВОБЕРЕЖНОГО ПОЛІССЯ УКРАЇНИ

## 2.1. Методологічні засади дослідження територіальної гастротуристичної системи українського Правобережного Полісся.

Реалізація цього дослідження спирається на висновки, сформовані на основі аналізу низки теоретичних підходів: суспільної географії [227, 281, 282, 293], ландшафтознавства та їх узагальнення в межах культурної географії [136, 144], концепцій територіальних рекреаційних систем [14, 21, 138], а також кластерної теорії [262, 263, 277, 279]. Узагальнення наукових положень формує підґрунтя для побудови емпіричної моделі й дає змогу сформувати концептуальну основу аналізу територіальної гастротуристичної системи. Це базовий етап, що визначає об’єкт і предмет дослідження, його дизайн та програму, включно з опрацюванням теоретико-методологічних засад, системою ключових понять, принципів, гіпотез та розробленням аналітичної схеми. Отримані емпіричні результати стануть підґрунтям для обґрунтування моделі інклюзивного розвитку гастротуристичної системи регіону. Згідно з теоретичними напрацюваннями, структура та логіка дослідження ТГТС регіону вибудувана таким чином: спочатку здійснюється аналіз природно-географічних умов Правобережного Полісся України, агрокультурної та гастрономічної спадщини, а також кухонь субетносів, що дозволяє визначити туристичний потенціал регіональної гастротуристичної системи. Наступний крок – синтез матеріалів і типізація агрокультурної спадщини, а також обґрунтування кластерної моделі розвитку гастротуризму. Структурно-аналітична схема дослідження представлена у вигляді алгоритму, що включає логічно послідовні етапи: визначення об’єкта, предмета та дизайну дослідження; побудову концептуальної моделі територіальної гастротуристичної системи та її апробацію на прикладі Правобережного Полісся; оцінку природно-географічних умов і традиційних кухонь регіону; типізацію агрокультурної спадщини; розроблення кластерної моделі розвитку гастрономічного туризму (рис. 2.1.).

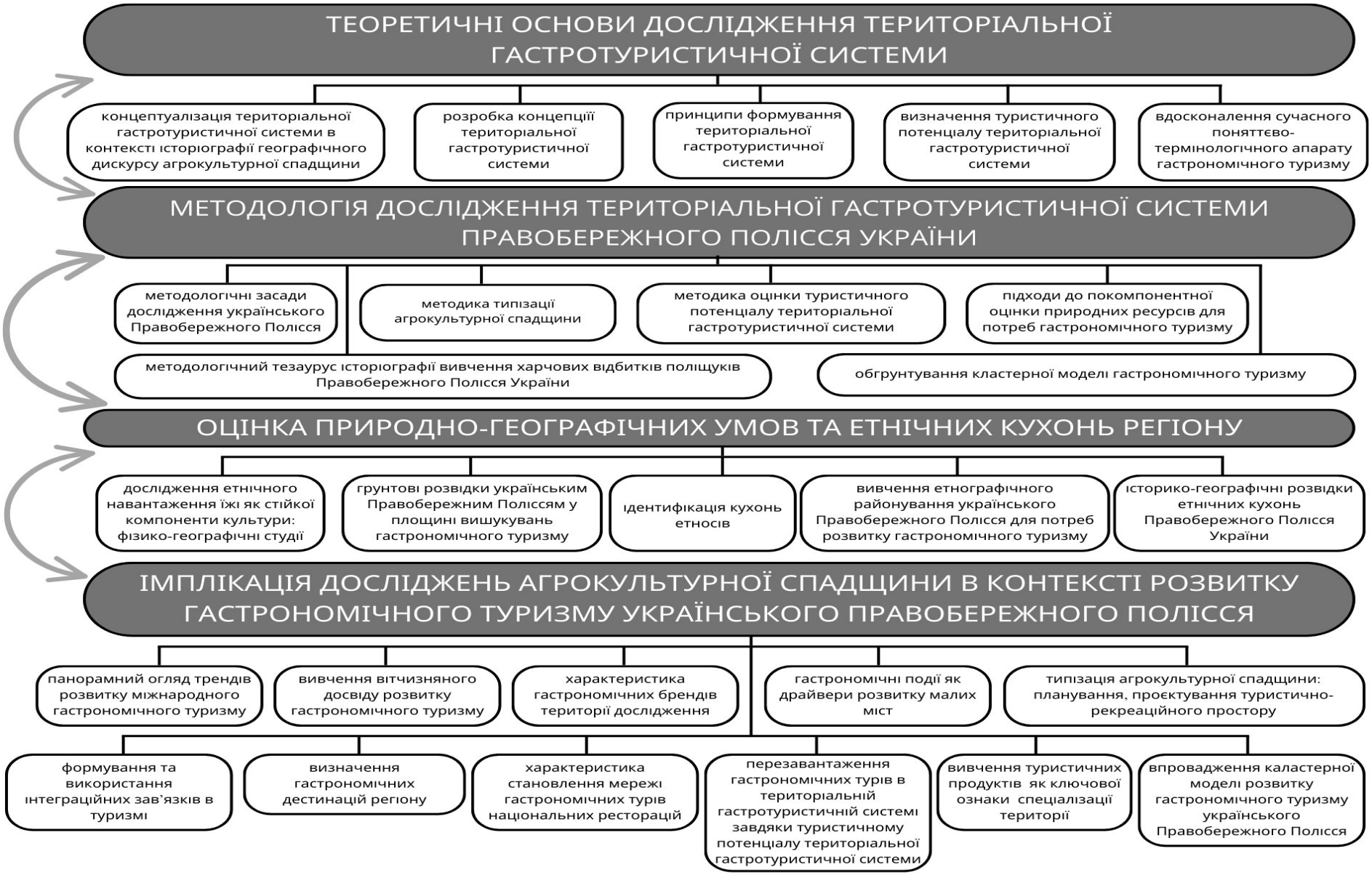



*Рис. 2.1. Структурно-аналітична схема дослідження територіальної гастротуристичної системи*

Власне, наукове дослідження вирішує ряд завдань, підпорядкованих меті апробації концепції аналізу гастрономічного туризму в межах дослідного полігону – Правобережного Полісся України, а саме 1) розробка концепції територіальної гастротуристичної системи; 2) визначення туристичного потенціалу територіальної гастротуристичної системи українського Правобережного Полісся; 3) оцінка природно-географічних умов та аналіз етнічних кухонь регіону; 4) розробка методики типізації агрокультурної спадщини Правобережного Полісся України; 5) інтеграція результатів попередніх етапів та обґрунтування кластерної моделі гастротуризму регіону.

Блок *«Теоретичні основи дослідження територіальної гастротуристичної системи»* – регіону побудовано саме так: **1)** концептуалізація територіальної гастротуристичної системи в контексті історіографії географічного дискурсу; **2)** структура територіальної гастротуристичної системи; **3)** принципи дослідження територіальної гастротуристичної системи; **4)** визначення туристичного потенціалу територіальної гастротуристичної системи; **5)** впорядкування сучасного понятєво-термінологічного апарату гастрономічного туризму;

Блок *«Методологія дослідження територіальної гастротуристичної системи Правобережного Полісся України»* включає **1)** методологічні засади дослідження територіальної гастротуристичної системи українського Правобережного Полісся; **2)** методика оцінки туристичного потенціалу територіальної гастротуристичної системи; **3)** підходи до покомпонентної оцінки природних ресурсів для потреб гастрономічного туризму; **4)** методологічний тезаурус історіографії вивчення харчових звичаїв поліщуків Правобережного Полісся України **5)** методика типізації агрокультурної спадщини Правобережного Полісся України; **6)** обґрунтування кластерної моделі гастрономічного туризму.

Блок *«Оцінка природно-географічних умов та етнічних кухонь регіону»* націлений на: **1)** дослідження етнічнічного навантаження їжі як стійкої компоненти культури: фізико-географічні студії; **2)** ґрунтові розвідки українським Правобережним Поліссям у площині вишукувань гастрономічного туризму (аналітична картографічна модель

харчового біорізноманіття: вирощування зернових і зернобобових культур Правобережного Полісся України (оригінал у масштабі 1:3 500 000), аналітична картографічна модель харчового біорізноманіття: мисливські промисли, лісові ягоди, гриби Правобережного Полісся України (оригінал у масштабі 1:3 500 000); аналітична картографічна модель харчового біорізноманіття: тваринництво, ставкове риборозведення, пасічне бджільництво Правобережного Полісся України (оригінал у масштабі 1:3 500 000); аналітична картографічна модель харчового біорізноманіття: технічні культури, городництво, садівництво Правобережного Полісся України (оригінал у масштабі 1:3 500 000); **3)** аналіз етнографічного районування Правобережного Полісся для потреб гастрономічного туризму (аналітична картографічна модель гастрономії етносів Правобережного Полісся України (оригінал у масштабі 1:3 500 000); **4)** ідентифікацію кухонь етносів; **5)** історико-географічні розвідки етнічних кухонь Правобережного Полісся України.

У блок *«Імплікація досліджень агрокультурної спадщини в контексті розвитку гастрономічного туризму українського Правобережного Полісся»* включено: **1)** панорамний огляд трендів розвитку міжнародного гастрономічного туризму; **2)** вивчення вітчизняного досвіду розвитку гастрономічного туризму; **3)** вивчення гастрономічних дестинацій регіону; **4)** вивчення туристичних продуктів регіону; **5)** характеристику гастрономічних брендів території дослідження; **6)** перезавантаження гастрономічних турів в територіальній гастротуристичній системі Правобережного Полісся України (аналітична картографічна модель туристичного потенціалу територіальної гастротуристичної системи Правобережного Полісся України (оригінал у масштабі 1:3 500 000); **7)** характеристику національних ресторацій гастрономічних турів; **8)** типізацію агрокультурної спадщини: планування, проєктування туристично-рекреаційного простору (синтетична картографічна модель типізації агрокультурної спадщини Правобережного Полісся України (оригінал у масштабі 1:3 500 000); **9)** вивчення особливостей формування та реалізації інтеграційних зав’язків в туризмі; **10)** аналіз гастрономічних подій як драйверів розвитку малих міст (аналітична

картографічна модель смаки гастрономічних фестивалів Правобережного Полісся України (оригінал у масштабі 1:3 500 000); **11)** інтерпретація кластерної моделі розвитку гастрономічного туризму (синтетична картографічна модель кластерів розвитку гастрономічного туризму Правобережного Полісся (оригінал у масштабі 1:3 500 000).

Відповідним результатом наукових вишукувань будуть такі матеріали:

**1)** аналітична картографічна модель гастрономії субетносів Правобережного Полісся України; **2)** аналітична картографічна модель харчового біорізноманіття: вирощування зернових і зернобобових культур Правобережного Полісся України (оригінал у масштабі 1:3 500 000); **3)** аналітична картографічна модель харчового біорізноманіття: технічні культури, городництво, садівництво Правобережного Полісся України (оригінал у масштабі 1:3 500 000); **4)** аналітична картографічна модель харчового біорізноманіття: тваринництво, ставкове риборозведення, пасічне бджільництво Правобережного Полісся України (оригінал у масштабі 1:3 500 000); **5)** аналітична картографічна модель харчового біорізноманіття: мисливські промисли, лісові ягоди, гриби Правобережного Полісся України (оригінал у масштабі 1:3 500 000); **6)** аналітична картографічна модель смаків гастрономічних фестивалів Правобережного Полісся України; **7)** аналітична картографічна модель туристичного потенціалу територіальної гастротуристичної системи Правобережного Полісся України; **8)** синтетична картографічна модель типізації агрокультурної спадщини Правобережного Полісся України; **9)** синтетична картографічна модель кластерів розвитку гастрономічного туризму Правобережного Полісся України.

Емпіричну основу дослідження становлять літературні джерела, фондові та картографічні матеріали, результати анкетувань та напівформальних інтерв'ю з менеджерами туристичних компаній, що працюють у межах планувального регіону – Правобережного Полісся України. Саме ці дані дають змогу виявити первинні емпіричні закономірності.

Для ухвалення оптимальних проєктно-планувальних рішень щодо конкретної території використовуються суспільно-географічні, ландшафтознавчі й гастрономічно-

туристичні відомості, а також результати аналітичних досліджень, присвячених територіальній гастротуристичній системі українського Правобережного Полісся.

## 2.2. Методика оцінки туристичного потенціалу територіальної гастротуристичної системи

Питання туристичного потенціалу ТГТС у межах фізико-географічних регіонів у наукових джерелах майже не розглядалося, хоча загальна тематика оцінювання туристичних можливостей територій висвітлена доволі широко [16, 67, 70, 75, 149, 223].

Вивчення туристичного потенціалу ТГТС у конкретному регіоні ускладнюється тим, що необхідно одночасно аналізувати функціонування всіх компонентів складної динамічної системи та їхню взаємодію. Оскільки зв'язки між елементами змінюють їхні початкові характеристики та закономірності, це спричиняє перехід системи на новий, більш складний рівень організації.

Отримані авторські результати свідчать, що потенціал ТГТС здатен стимулювати формування та просування на ринок своєрідного й унікального туристичного продукту, створеного у визначені терміни та з необхідними якісними характеристиками.

Особливу наукову цінність становлять відомі підходи до оцінювання туристично-рекреаційного потенціалу територій, розроблені як українськими, так і зарубіжними дослідниками, зокрема В. Герасименком [226], Г. Гориною [65], Ю. Дащуком [75], О. Любіцевою [137], А. Теребухом [278], О. Яковчуком [304], Ю. Шабардіною [292], а також F. Abellan [308], S. Abu Khafajah [309], M. Aldakhil [313], J. Atuk [323], I. Barbu [328], B. Brian [340], A. Dincu [358], C. Hall [388], V. Puşcaşu [464], T. Taylor [482].

Серед перелічених підходів найпоширенішими є покомпонентні та інтегральні методи оцінювання туристично-рекреаційного потенціалу дестинацій. Однак сучасні праці все ще мають обмеження щодо комплексного підходу до аналізу туристичного потенціалу ТГТС. Саме розглянута у попередньому розділі концепція територіальної гастротуристичної системи та розроблена на її основі методика підтверджують актуальність і наукову новизну нашого дослідження.

Кулінарні традиції субетносів, властиві кожній території світу, формують унікальні характеристики, які стають підґрунтям для створення туристичного продукту, що базується на туристичному потенціалі ТГТС. Саме природно-ресурсні можливості та умови для прийому й обслуговування туристів сприяють розвитку гастрономічного туризму, опертого на локальні кухні субетнічних груп.

У сфері туризму гастрономічні послуги стабільно відіграють важливу роль у культурному, соціальному, економічному та просторовому розвитку громад-реципієнтів. Відтак дослідження туристичних ресурсів потребує комплексного, міждисциплінарного підходу. З огляду на це гастрономічний туризм природно поєднується з концепцією сталого розвитку туризму, оскільки демонструє значення їжі як елемента культури приймаючої території. Це відкриває можливість виявити або поглиблено дослідити взаємозв'язки між гастрономічним туризмом і місцевою спільнотою, зокрема між гастрономією, агрокультурною й кулінарною спадщиною, моделями споживання, виробничими практиками, соціальними відносинами, локальною торгівлею та їх соціально-економічними й екологічними ефектами.

Гастрономічний туризм дедалі більше виступає важливим джерелом доходів, інновацій та трансформацій у територіальних громадах, тоді як спільна гастрономічна спадщина різних етносів відкриває можливості для створення туристичних продуктів, які виходять за межі формальних національних ідентичностей.

Методологічні аспекти оцінювання туристичних ресурсів докладно представлені у працях О. Бейдика [14], М. Борущака [30], С. Галасюка [49], Г. Симочка [356], Д. Стеченка [273], Т. Ткаченко [280]. У науковій літературі також сформувалося певне стереотипне використання терміна «природно-ресурсний потенціал» [246]. Окремі спроби аналізу туристичного потенціалу ТГТС у межах різних гуманітарних дисциплін [329] заклали основу дослідницького напряму food studies, що сформувався у перші десятиліття XIX століття. Зокрема, дослідження Швейцарського інституту Gottlieb Duttweiler (GDI) зосереджені на тенденціях у сфері харчових продуктів та харчування на всіх етапах ланцюга створення доданої вартості.

У межах авторського підходу робиться спроба якнайповніше розкрити специфіку гастрономічного туризму [163–169, 173, 174, 177, 178, 186, 192, 193, 198] крізь призму ТГТС, спираючись на національні кухні субетносів, які виступають ключовими чинниками його успішного розвитку (рис. 2.2).




*Рис. 2.2. Чинники успіху позиціонування національної кухні*

У географічній науці вже напрацьовано та перевірено на практиці низку методик, спрямованих на оцінювання природно-ресурсного й туристично-рекреаційного потенціалів територій. У цьому контексті постає потреба розробити власну методику оцінювання туристичного потенціалу ТГТС Правобережного Полісся України, яка б інтегрувала у єдине ціле агрокультурну та гастрономічну спадщину, кулінарні традиції субетносів, маркери харчової ідентичності, поняття терруару, локальні спеціалітети, харчове біорізноманіття, принципи сталої харчової системи, а також результати суспільно-географічних, етнографічних, ландшафтознавчих і ґрунтознавчих досліджень (рис. 2.3).




*Рис. 2.3. Методика оцінки туристичного потенціалу територіальної гастротуристичної системи*

Практичним підтвердженням її ефективності має стати побудова картографічної моделі туристичного потенціалу ТГТС та створення інших картографічних рішень, необхідних для подальшого розвитку гастрономічного туризму.

Базою для проведення аналізу слугують фізико-географічні райони, у межах яких на формування туристичного потенціалу ТГТС впливають як зовнішні, так і внутрішні чинники (рис. 2. 4).

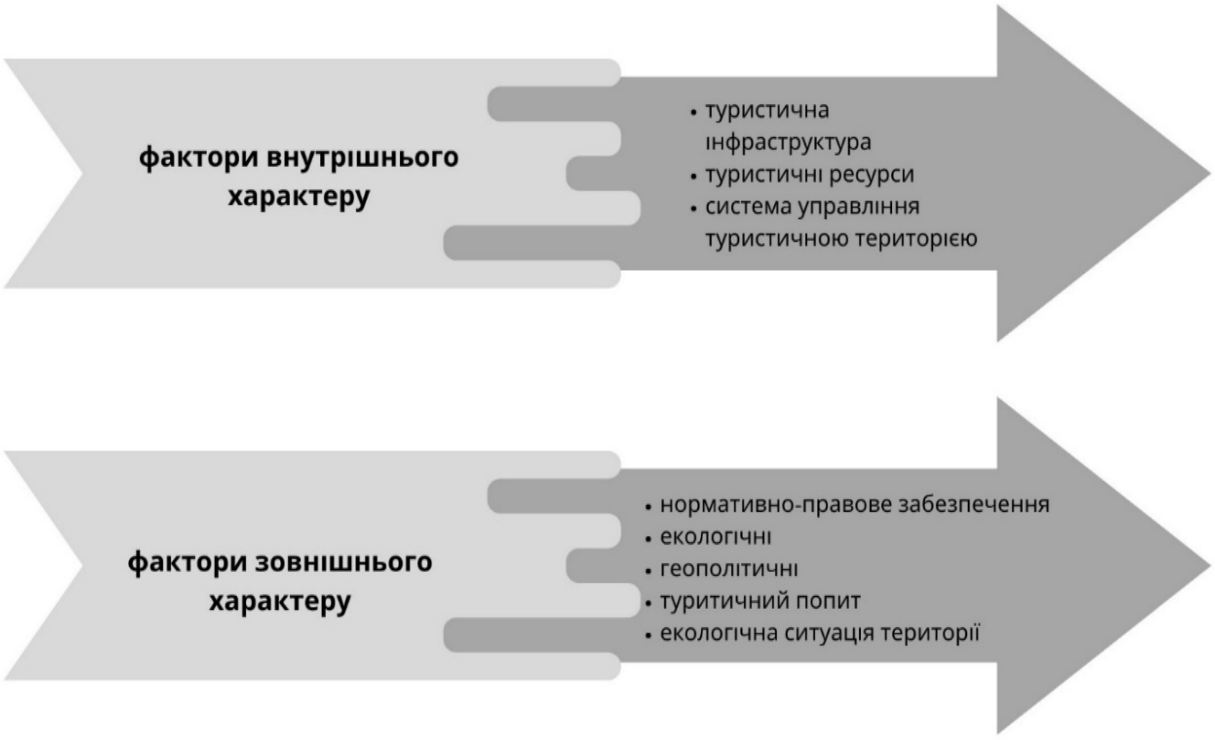



*Рис. 2.4. Фактори зовнішнього та внутрішнього характеру, які впливають на визначення туристичного потенціалу територіальної гастротуристичної системи*

Туристичний потенціал ТГТС формується як система взаємопов'язаних та взаємодіючих складових, серед яких природно-ресурсний, історико-культурний, етно-гастрономічний, економічний і соціальний потенціали (рис. 2.5).




*Рис. 2.5. Структура туристичного потенціалу територіальної гастротуритсичної системи*

Оцінювання туристичного потенціалу ТГТС здійснюється за кількома типами, серед яких: функціонально-технологічний, медико-біологічний, психолого-естетичний, технологічний, економічний та комплексний, що застосовується в окремих галузях наукових досліджень (рис. 2.6). Відповідно, для роботи було обрано методи й методики, притаманні певній науковій сфері (рис. 2.7) [387]. Емпірико-аналітична частина дослідження ґрунтується на географічній основі, яка слугує базою для тематичного картографування з метою оцінювання туристичного потенціалу ТГТС.

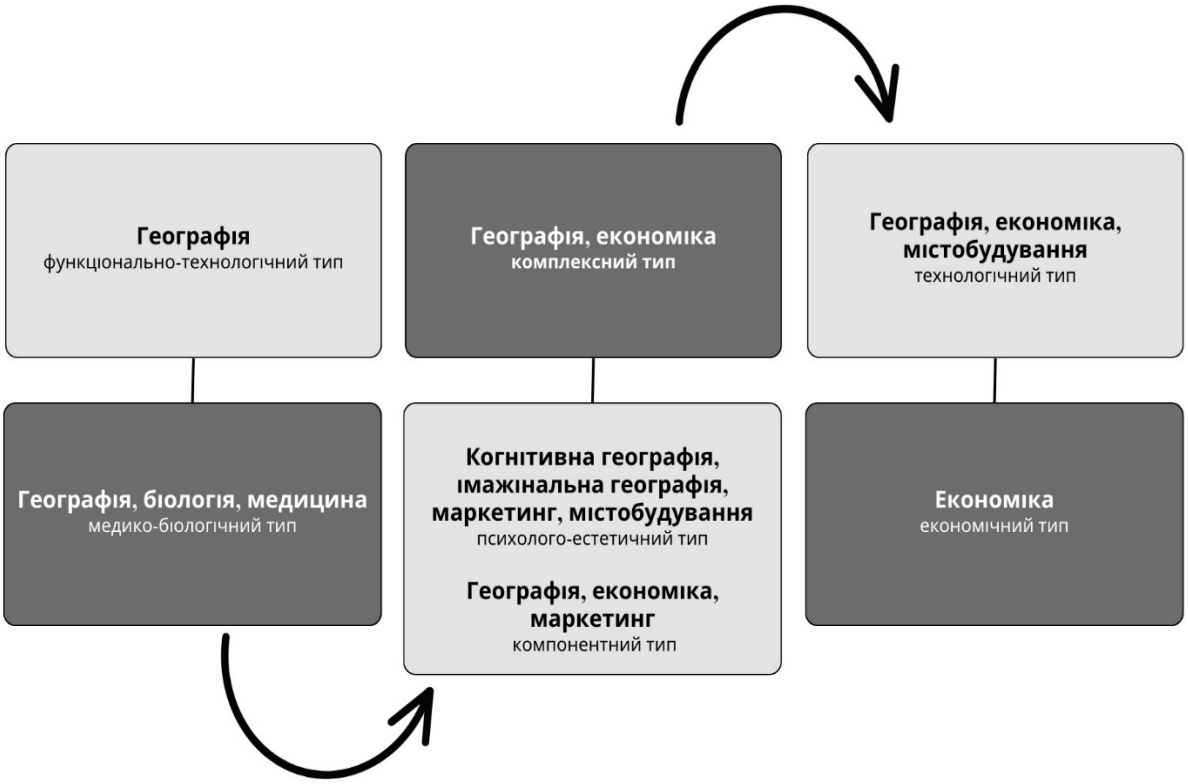



*Рис. 2.6. Область наукових знань, яка відповідає типу* оцінки *туристичного потенціалу територіальної гастротуристичної системи*

Географічну основу було сформовано шляхом векторизації растрових дрібномасштабних тематичних карт, зокрема карт фізико-географічного районування [158, 176, 440]. Одиницею картографування обрано фізико-географічний район [441]. Джерельну базу для збирання вихідної тематичної інформації з питань туризму становлять інтернет-ресурси. Туристична інфраструктура регіону має багатосегментний характер. Індустрія туризму досліджуваної території відображена у вихідних показниках максимально повно: за кількістю засобів розміщення (готелі, кемпінги, флотелі, мотелі, хостели, зелені садиби, приватне житло), а також за кількістю закладів харчування (ресторани, бістро, кафе, їдальні, піцерії, продовольчі магазини, ринки, м’ясні крамниці, рибні базари, вуличні точки крафтової їжі, локальні сироварні, ковбасарні, броварні).




*Рис. 2.7. Використовувані методи і методики при оцінці туристичного потенціалу територіальної гастротуритсичної системи*

Сервісні елементи туристичної інфраструктури включають:

- *банківську систему:* банки, банкомати;
- *автомобільно-прокатну сферу:* автосервіси, СТО, пункти прокату, заправні станції, паркувальні майданчики, геолокаційні додатки для евакуації та розміщення автолікарень;
- *медичну інфраструктуру:* лікарні, медичні пункти, фельдшерські пункти, аптеки, магазини оптики та ремонту медичної техніки, відомі медичні інститути;
- *транспортну інфраструктуру:* аеропорти, авто- та залізничні вокзали, зупинки громадського транспорту, фунікулери, метро, маршрутні таксі;
- *інші сервісні установи,* що забезпечують життєдіяльність та безпеку туристів: бюро пошуку, відділення національної поліції, посольства та консульства, будинки національних меншин, туристичні агенції, туристично-інформаційні центри, бібліотеки, музеї та галереї.

Додатково використовувалися тематичні дані з відкритих джерел, зокрема геодані Open Street Map (OSM) [123, 196]. Оскільки інформація з інтернет-ресурсів формується різними зацікавленими сторонами у сфері туризму та рекреації, необхідне ретельне опрацювання та верифікація картографічних даних. Інформативним джерелом були волонтери, які не завжди є спеціалістами у цій сфері, тому дані могли дублюватися. Це стосувалося об'єктів, розташованих у безпосередній близькості один від одного та маючих однакові або подібні назви. Зокрема, геолокація закладів громадського харчування зазвичай укладалася в радіус близько 20 м. У щільній забудові, незважаючи на різні вивіски, фактично це різні заклади, які розглядаються як окремі одиниці національних ресторацій. Визначальними для виділення дубльованих об'єктів були відстань та назва: об'єкти з нульовою відстанню між точками вважалися дублями і вилучалися. Таким чином, усі заклади харчування з мінімальною відстанню (~20 м) та подібними назвами були виявлені та видалені [196, 188, 189, 199, 214, 215, 445].

*Об'єктами картографування* слугують показники туристичної інфраструктури та туристичні атракції, дані про які інтегруються для формування туристичного потенціалу ТГТС.

Туристичний потенціал ТГТС вираховується як сума об'єктів гастрономічного туризму та туристичної інфраструктури. Оцінка конкретних об'єктів потребує диференційованого підходу щодо ваги в кінцевому значенні показника. До прикладу, дорожня мережа дуже розгалужена і важлива. Водночас, для її аналізу, через перевагу над кількісними показниками інших об'єктів, введено коефіцієнт (1/1000). Таким чином, це допомогло привести значення показника ваги транспортних шляхів до середнього показника серед усіх інфраструктурних об'єктів. Запит на формування кількості об'єктів інфраструктури мав такий вигляд: [Автомобільна] + [Аптеки] + [Банки]*5 + [Банкомати] + [Поліція] + [Вокзали]*5 + [Готелі]*5 + [Зупинки]/10 + [Бювети] + [Лікарні]*5 + [Оптика] + [МагазПобут] + [МедПункти] + [Пініки] + [Мотелі] + [Посольства]*10 + [Пошта] + [ЗелСадиби] + [Туалети] + [ТурАгенції]*5 + [АвтоШляхи]/1000 + [Залізниці]/10. Запит на формування кількості туристичних об'єктів інший: [FastFood]

+ [Бари] + [Виноградни] + [ГастроФест]*1000 + [Їдальні] + [Кафе] + [МаліМагази] + [МініМаркет] + [МясніЛавки] + [Пабт] + [Пекарні] + [Пивні] + [Ресторани]*5 + [Ринки] + [Супермаркет]*5 + [Ферми] + [ХарчоПром]*5 [387].

Створення картографічної моделі, потребує вибору способів картографічного зображення. Картодіаграми, вдало відображають туристичні об'єкти та інфраструктуру. Об'єкти поставлено у відповідності зафарбованої структурної діаграмної фігури діаметром 6 пунктів (2мм) і більше, в залежності від балу. Туристичний потенціал ТГТС, візуалізовано картодіаграмами у масштабі 1:3 500 000 [200].

Туристичний потенціал ТГТС обчислюється сумою балів: кожний бал орієнтовно дорівнює одному туристичному об'єкту або одному об'єкту інфраструктури [394]. *При підрахунку туристичного потенціалу ТГТС фізико-географічного району (у балах) для приведення різнотипних показників до єдиної системи кожній структурній складовій картодіаграмної фігури було надано ваговий коефіцієнт.*

Надає фізико-географічному району 1000 балів, один гастрономічний фестиваль. Ряд значень інтервалів туристичного потенціалу ТГТС вибраний так, щоб у кожний інтервал потрапляла орієнтовно однакова кількість фізико-географічних районів, і межі цих інтервалів були раціональними [176]. Легенда відображає структуру головних компонентів: гастрономічні фестивалі; об'єкти гастрономічного туризму; об'єкти розміщення туристів; об'єкти комунікації; сервіси. Розподіл кількісного показника у балах здійснено на 5 градацій методом довільних інтервалів: менше 100; 100-1000; 1000-2500; 2500-5000; понад 5000.

Показник туристичного потенціалу ТГТС ($TP_{TGTC}$) визначається за формулою 2. 1.

$$TP_{TGTC} = G_f + O_{gt} + R + L + M_l \text{ , де} \qquad \textbf{(2. 1)}$$

де, $TP_{TGTC}$ – туристичний потенціал ТГТС; $G_f$ – гастррономічні фестивалі та події; $O_{gt}$ – об'єкти гастрономічного туризму: фестивалі, ресторани, кафе, швидке харчування, торгівля: крафтові магазини, ринки, м'ясні лавки, харчова промисловість та

гастроресторації: заводи, ферми, виноградники, бари, паби, пивні; R – об'єкти розміщення: готелі, мотелі, хостели, сільські будиночки, місця для пікніків; L – об'єкти комунікації: туристично-інформаційні центри, туристичні агенції; $M_l$ – сервіси: банки, банкомати, відділення поліції, посольства, пошта, туалети, вокзали, зупинки, автомобільна інфраструктура, лікарні, медпункти, аптеки, магазини оптики, перукарні [200].

Показники картографування, що відносяться до адміністративно-територіальних одиниць, були трансформовані до одиниць фізико-географічного районування, на основі чого у ГІС сформовано реляційну базу даних. Розрахунок здійснювався в балах із використанням вагових коефіцієнтів відповідно до класифікаційних ознак для забезпечення порівнянності різних складових шляхом їх сумування [176]. Легенда карти у ГІС генерується автоматично відповідно до обраного способу картографічного зображення, з можливістю редагування назв та змісту показників; у нашому випадку застосовано традиційну текстову легенду.

Моделювання туристичного потенціалу ТГТС виконано за допомогою програмного пакета ГІС ArcMap, а оформлення картографічних моделей (назви, зміст, легенда тощо) здійснювалося у графічному редакторі Adobe Illustrator.

Туристичний потенціал гастрономічного ТГТС території дослідження слугує основою для побудови синтетичної картографічної моделі типізації агрокультурної спадщини Правобережного Полісся України (оригінал у масштабі 1:3 500 000) та синтетичної картографічної моделі кластерів розвитку гастрономічного туризму регіону (оригінал у масштабі 1:3 500 000). Типізація агрокультурної спадщини базується на принципах об'єктивності, генетичному принципі, комплексності та ієрархічності [176], які є необхідними для формування конкурентоспроможного туристичного господарства регіону.

Загальновживані методики геоінформаційного картографування забезпечують доступ до релевантних баз даних, дозволяють здійснювати вибірку за певними запитами, формувати шкали та перевіряти варіанти відображення показників різними способами

(зокрема через оверлейний аналіз), а також обирати графічні змінні та здійснювати їх візуалізацію, що є важливим під час типізації агрокультурної спадщини у туризмі.

Побудова картографічних моделей для розвитку гастрономічного туризму здійснюється відповідно до визначеного алгоритму створення (рис. 2.9).

Результатом таких досліджень: є 1) аналітична картографічна модель гастрономії субетносів Правобержного Полісся України [165, 172, 176, 187, 191, 192, 204, 207, 208, 443, 448]; 2) аналітична картографічна модель гастрономічних фестивалів українського Правобережного Полісся [184, 185, 186, 194, 209, 445]; 3) аналітична картографічна модель туристичного потенціалу ТГТС Правобережного Полісся України [182, 196, 200, 201, 445]; 4) синтетична картографічна модель типізації агрокультурної спадщини Правобережного Полісся України [210, 444, 443, 448]; 5) аналітичні картографічні моделі харчового біорізноманіття Правобережного Полісся України [176]; 6) синтетична картографічна модель кластерів розвитку гастрономічного туризму українського Правобережного Полісся [171, 180, 181, 183, 195, 197, 198, 202, 203, 205, 206, 212, 213, 216, 217, 218, 436, 437, 446].

Методика оцінювання туристичного потенціалу ТГТС охоплює туристичні можливості та ресурси регіону і реалізується за алгоритмом створення картографічних моделей, орієнтованих на розвиток гастрономічного туризму. Запропонована нова методологія дозволяє проводити не лише кількісну, а й якісну оцінку туристичного потенціалу ТГТС та забезпечує можливість побудови серії картографічних моделей для підтримки розвитку гастрономічного туризму у регіоні.




*Рис. 2.9. Алгоритм створення картографічних моделей для потреб розвитку гастрономіного туризму*

## 2.3. Підходи до покомпонентної оцінки природних ресурсів для потреб гастрономічного туризму

Природні ресурси нетипових туристичних регіонів, віддалених від моря, з рівнинним рельєфом, заболоченими та лісистими ландшафтами й помірним кліматом, раніше вважалися малопривабливими, незрозумілими та малозначущими для розвитку гастрономічного туризму. Можливо, саме тому лише поодинокі публікації [112] присвячені вивченню природних ресурсів таких територій у контексті гастрономічного туризму, а системні підходи до покомпонентної оцінки цих ресурсів взагалі відсутні у науковій літературі.

Незважаючи на традиційно меншу туристичну привабливість рівнинних, лісистих та болотистих територій Правобережного Полісся України порівняно з гірськими та прибережними зонами, на сьогодні тут активно розвиваються різні види туризму, а також існують екскурсійно значущі міста. Привабливість поліських ландшафтів підсилюють численні внутрішні водні об’єкти — великі озера, водосховища, системи малих озер, річки та ставки.

Особливий інтерес становлять власні типи природних туристичних об’єктів, наприклад, гирла річок, які поки що майже не використовуються туристично та недостатньо оцінюються. Водночас є приклади успішної інтеграції таких географічних об’єктів у туристичну інфраструктуру: річка Тетерів у м. Житомир, річка Уборть у м. Овруч та інші, які перетворюються на значущі туристичні об’єкти.

Аналіз природних туристичних ресурсів Правобережного Полісся України базується на таких ключових особливостях:

- ***Рекреаційне, а не туристичне значення ресурсів.*** Якщо культурні туристичні об’єкти мають міжнародне або навіть унікальне світове значення (наприклад, Венеція, Париж, Мачу-Пікчу), то місцеві природні ресурси, як правило, виконують роль рекреаційного середовища для місцевого населення.
- ***Висока атрактивність природних визначних місць.*** Більшість природних об’єктів, приурочених до річок і долин, характеризуються значною естетичною цінністю,

що відкриває перспективи для розвитку річкового круїзного туризму та прогулянкових екскурсій у великих містах. До таких річок належать Дніпро, Тетерів, Прип'ять, Ірпінь, Горинь, Стир, Турія, Стохід, Горинь із Південною Случчю, Уборть та Уж, які мають не лише державне, а й міжнародне туристичне значення.

- ***Лімнологічні ресурси*** із характерною флорою та фауною, що формують автохтонні харчові ланцюги, важливі для гастрономічного туризму.
- ***Одиничні рельєфні особливості,*** включно з горбами, камами, озами, грядами, відкритими оглядовими точками, окремими деревами, озерами, річками, пагорбами, береговими урвищами, виходами геологічних порід та моренами.

Різнотипні геологічні структури Поліської низовини представлені на заході Волинською рівниною, тоді як Галицько-Волинська западина розташована на півночі регіону. Клесово-Народицька рівнина північно-західної частини Українського щита займає центральну частину території. Геоструктурна неоднорідність виявляється у будові геологічних формацій, що відображається в особливостях морфології рельєфу окремих частин [176].

Місцевості регіону вирізняються мозаїчністю ландшафтів і активно використовуються у туристичній діяльності. Рельєфні комплекси демонструють помітні сезонні зміни [176]. Так, територія Малина, межиріччя Тетерева та Ужа поблизу населених пунктів Розважев, Іванков, Базар, Макарів, а також нижня течія Прип'яті представлені моренними рівнинами Поліської низовини. Морена простягається витягнутою смугою, що місцями переривається, вздовж осі населених пунктів Ігнатпіль, м. Коростень, Лобичі, Буки та Бражанка.

Північно-східні та східні частини Поліської низовини займає моренно-зандрова рівнина, до якої прилягає зандрова рівнина, що на заході та північному заході межує з моренною. Рельєф моренної рівнини переважно плаский, винятком є окремі горбисті ділянки, що відзначаються складною генезою та морфологією. Найпоширенішими формами рельєфу тут є денудаційні та акумулятивні структури з характерними піщаними підвищеннями, дюнами та останцями кристалічних порід [176].

Селективні форми вивітрювання, такі як сфероїдальна та матрицеподібна окремість, проявляються на денній поверхні кристалічних порід навіть за межами льодовикової зони, зокрема в кар'єрах поблизу населених пунктів Вишняківка, Щорсівка та Могильне [190]. У районах м. Коростень та поселень Білощиця і Межирічка поширені так звані «баранячі лоби», характерні для ділянок з високим заляганням кристалічних порід. Крім того, в ландшафті зустрічаються горби висотою 5–20 м. Такі горби-друмліни розташовані біля сіл Горбин, Кам'яний Брід, Межирічка, Жабче, Березівка та Осники; їхні ядра складаються з кристалічних порід, перекритих суцільною моренною товщею. Східна частина Поліської низовини, навпаки, не містить утворень кінцевої морени [190].

До природних особливостей регіону також належать:

- ***сприятливі погодні умови,*** які, виходячи з історичного кліматичного аналізу Правобережного Полісся, демонструють незначні зміни, помітні лише на рівні щорічних та сезонних коливань [213];
- ***лісові масиви, окремі урочища та унікальні галявини*** з рідкісними дикорослими рослинами;
- ***природоохоронні території та об'єкти історико-культурної спадщини,*** зокрема стародавні городища, залишки трипільської культури та елементи гастрономічної культури Київської Русі [5, 45, 103, 191, 192].

Становлення гастрономічного туризму на досліджуваній території неможливе без ідентифікації, вивчення та оцінювання природних ресурсів. Для покомпонентної оцінки природних ресурсів були використані такі підходи:

- ***Порівняльний*** – застосовується рідко через неможливість знайти аналог для всіх компонентів природного об'єкта з урахуванням його ринкової вартості.
- ***Витратний*** – облік засобів, вкладених у створення об'єкта, та оцінка витрат на створення аналогічного об'єкта.
- ***Результативний*** – враховуються лише ті ресурси, що приносять дохід.

- ***Змішаний*** – поєднує витратний та результативний підходи, включаючи додаткові витрати на залучення ресурсу в господарський обіг;
- ***Ринковий*** – базується на співвідношенні попиту та пропозиції;
- ***Підхід загальної економічної цінності*** – враховує як вартість використання, так і невикористання ресурсу;
- ***Кадастровий*** – передбачає бальну оцінку в натуральному вираженні та економічну оцінку на основі інших підходів.

Природні ресурси території розглядаються як об'єкт капіталізації та функціонують у складі природно-ресурсного комплексу, що включає земельні, водні, лісові, екологічні, рекреаційні, туристичні та інші ресурси. Ефективне використання цих ресурсів у туризмі неможливе без системної оцінки регіональних видів природних ресурсів.

Правобережне Полісся України не є регіоном із високим туристичним розвитком через обмежений природно-ресурсний потенціал, що наразі не дозволяє йому посідати передові позиції у туристичній галузі. Водночас специфіка розвитку регіону підкреслюється унікальністю субетносів, автентичністю кухонь та органічними традиціями харчування, що активно транслюються через гастрономічний туризм. Сприяють цьому дослідження фізико-географічних передумов розвитку гастрономічного туризму [177, 214].

Нині природні ресурси функціонують як екосистемний капітал, що забезпечує організацію туристичної діяльності, задоволення потреб різних категорій туристів і створення якісного туристичного продукту. Через складну структуру природного потенціалу території необхідно охарактеризувати ключові компоненти для розвитку гастрономічного туризму:

- ***географічний ландшафт*** – формує умови проживання та харчування субетносів;

• ***клімат*** – визначає погодні умови, можливості вирощування сільськогосподарських культур та дикоросів, умови зберігання продуктів у різні пори року;

• ***ґрунти*** – забезпечують вирощування регіональних культур та впливають на локальні способи харчування та технології переробки продукції;

• ***аквальні території*** – слугують додатковим джерелом харчування і урізноманітнюють місцеві меню;

• ***лімнологічні території*** – задовольняють специфічні харчові потреби;

• ***лісові масиви*** – є основним джерелом харчових ресурсів для місцевого населення.

Визначення набору компонентів природних ресурсів для гастрономічного туризму повинно враховувати особливості діяльності всіх учасників туристичної сфери, а також потреби туристів. Диференціація потреб дозволяє ефективно координувати дії державних і регіональних інституцій, постачальників туристичних послуг, туроператорів та самих туристів.

У даному дослідженні особлива увага приділяється ефективності використання природних ресурсів території для розвитку гастрономічного туризму. Автор пропонує алгоритм комплексної оцінки природних ресурсів для цих цілей (рис. 2.10).

Перший етап передбачає оцінювання природно-кліматичних ресурсів на рівні фізико-географічних районів і областей Правобережного Полісся України.

На другому етапі залучаються фахівці туристичної сфери: керівники туристичних підприємств, представники громадських організацій, органів місцевого самоврядування, активісти та науковці.

Третій етап полягає в проведенні комплексної оцінки та виконанні розрахунків із використанням спеціалізованого програмного забезпечення, зокрема OpenStreetMap, ГІС ArcMap та графічного редактора Adobe Illustrator.

Четвертий етап включає збір первинної та вторинної інформації. Первинні дані отримують із досліджень ринку туристичних послуг, опитувань споживачів, експертних оцінок та власних маршрутних досліджень. Вторинні дані формуються на основі

статистики державних органів, баз даних ГІС, друкованих картографічних матеріалів, енциклопедій та інтернет-ресурсів.




*Рис. 2. 10. Алгоритм комплексної оцінки природних ресурсів для потреб гастрономічного туризму*

На п'ятому етапі проводиться обробка та структуризація зібраної інформації, її внесення до бази даних. Дані окремих природних ресурсів кодуються, вводяться в електронні таблиці, узагальнюються та піддаються статистичному аналізу.

Шостий етап передбачає створення системи оціночних шкал, що забезпечує єдині критерії вимірювання всіх результатів оцінки природних ресурсів.

На сьомому етапі розраховуються інтегральні показники природних ресурсів для всього регіону.

Восьмий етап полягає в рейтинговій оцінці, яка враховує сумарну величину всіх компонентів природних ресурсів з метою визначення інвестиційно привабливих фізико-географічних районів та областей для розвитку гастрономічного туризму.

На завершальному, дев'ятому етапі створюються картографічні моделі, що відображають інтегральні показники природних ресурсів і слугують для планування розвитку гастрономічного туризму.

Природні ресурси мають потенціал задовольняти економічні, соціальні, туристичні та екологічні потреби суспільства, проявляючись через інституційні форми та конкретні способи економічної діяльності. Покомпонентна оцінка дозволяє розглядати гастрономічний туризм як багаторівневу систему зі взаємопов'язаними елементами та чіткою ієрархією господарських функцій.

## 2.4. Методологічний тезаурус історіографії вивчення харчових звичаїв поліщуків Правобережного Полісся України

Вивчення харчових звичаїв поліщуків Правобережного Полісся України на тлі фізико-географічних областей Волинського, Житомирського та Київського Полісся також знайшло відображення у наукових працях. З часом певні аспекти вивчення застаріли, натомість з'явилися нові теми, пов'язані з суспільною та культурною географією, ландшафтознавством і сталим розвитком туризму, зокрема гастрономічного. Зростання зацікавленості у гастрономічному туризмі обумовлене необхідністю дослідження культури харчування субетносів Волинського, Житомирського та Київського Полісся з позицій сталого розвитку, оскільки культура харчування поліщуків відображає історичний розвиток регіону, процеси виникнення, розквіту та занепаду, що характеризують певну історичну епоху. Найбільш стабільними у часі залишаються етнос і народність, які передають свої традиції, зокрема гастрономічні, через покоління.

Сучасний науковий інтерес зосереджений на взаємодії ландшафтів та гастрономії [144, 284]. Фізико-географічні області та ландшафти досліджували численні наукові

школи, що ґрунтовно розкрили ландшафтознавчі принципи: чернівецька школа (Ж. Бучко [40]), київська школа (О. Маринич, П. Шищенко [144]), М. Гродзинський [69]), київська академічна школа (Л. Шевченко [295], П. Погребняк [295]), кримська (таврійська) школа (Л. Багрова [6], П. Позаченюк [231]) та вінницька школа (Г. Денисик [77]).

Аналіз і узагальнення літературних джерел з питань вивчення кулінарної спадщини українців представлені у працях Л. Артюх [5], Хв. Вовка [45], С. Макарчука [142], А. Зюбровського [96]. Проте досліджень, які висвітлюють гастрономічні особливості поліщуків у контексті природно-географічних умов та специфіки господарської діяльності в межах туристсько-рекреаційної сфери, на сьогодні замало. Це зумовлено зростанням вимог сучасних туристів до туристичних продуктів. У рамках даного дослідження буде проведено аналіз гастрономії субетносів Житомирського, Київського та Волинського Полісся з урахуванням туристичної діяльності, зокрема гастрономічного туризму, який наразі є недостатньо вивченим у цих регіонах.

До найчисельніших і найвивченіших локальних груп українців належать бойки, гуцули, лемки, а також литвини і поліщуки. Перші три проживають у Карпатах, тоді як останні дві – на Поліссі. У цьому дослідженні нас цікавить Правобережне Полісся України та, зокрема, гастрономічні традиції поліщуків. Етнонім «поліщуки» безпосередньо походить від топоніма «Полісся» («Полес'є») і відомий ще з XV століття на підставі документальних джерел.

У господарстві поліщуків поряд із основним заняттям – землеробством – важливе місце займали збиральництво, лісовий промисел та промислова переробка лісових ресурсів. Основною зерновою культурою традиційно було жито, яке вирощували на значних площах у Київській, Чернігівській, Волинській та Подільській губерніях [176]. Ячмінь використовували переважно для виробництва крупи, пива та горілки, а в неврожайні роки – і для приготування їжі; споживання його серед бідного населення

було більш поширеним. Найулюбленішою круп’яною культурою залишалася гречка, з якої готували каші, гречані млинці та гречаники.

Картопля з’явилася у XVIII столітті й швидко стала важливим продуктом харчування. Поліщуки також вирощували хміль для медоварної, пивоварної та винокурної промисловості. Вагому роль у господарстві відігравав город із капустою, огірками, цибулею, часником, морквою, петрушкою, ріпою та буряком. З бобових культур переважали горох і квасоля. Серед олійних культур основним був конопляний посів, з меншою роллю льону, маку та ріпаку; із XIX століття основною олійною культурою став соняшник.

Садівництво також набувало поширення: висаджували яблуні, груші, вишні, сливи, а також кущі малини, смородини та аґрусу. Рибу виловлювали в озерах і ставках Правобережного Полісся. Значну роль у селянському господарстві відігравало скотарство для отримання молочних продуктів; тримали також птицю, свиней та овець заради м’яса та жиру («здору») [165]. Бджільництво було важливим до XIX століття. Збиральництво залишалося поширеним у XIX–XX століттях, хоча й вже не в промислових масштабах; збирали гриби, дикі ягоди (чорниці, малина, шипшина, калина, суниці, журавлина), дикі яблука і груші, а також різноманітні лікарські трави та корінці [165, 172, 204]. Весною використовували березовий та кленовий сік, збирали дикий щавель, кропиву, лободу, гороб’юшку, заячий салат, дикі цибулю та часник.

Загалом харчування поліщуків визначалося напрямом господарювання: воно переважно складалося з рослинної їжі, доповнюваної білковими круп’яними та мучними стравами, з великою кількістю овочів і фруктів. Ця традиційна система харчування сформувалася до кінця XVIII – початку XIX століття і базувалася на стравах, що варили, тушкували, пекли, тоді як смажені страви були рідкістю. Раціон істотно залежав від кліматичних умов та сезонності.

Серед численних методів наукового дослідження ми обрали історичний метод, який дозволяє детально розкрити логіку, процедури та складові вивчення гастрономічного туризму, а також спиратися на конкретні показники креативності, що

відображають здатність до творчого мислення та вирішення нестандартних завдань. Принципи та елементи цього методу дають змогу розробляти креативні проєкти різного рівня складності у сфері туристичного обслуговування, як на локальному рівні, так і на рівні об'єднаних територіальних громад [176].

На основі зібраної інформаційної бази та алгоритму створення картографічних моделей для розвитку гастрономічного туризму передбачено формування аналітичних картографічних моделей: гастрономії етносів Правобережного Полісся, смаків гастрономічних фестивалів регіону, а також харчового біорізноманіття Правобережного Полісся України. «Законсервованість» кулінарних традицій Правобережного Полісся зумовлена ізольованістю території, фізико-географічними умовами та особливостями історичного розвитку. Це сприяло формуванню архаїчного типу харчування, який став підґрунтям гастрономічної культури етносів і стимулював розвиток гастрономічного туризму. Харчування поліщуків включає набір продуктів, способи обробки, харчові заборони та уподобання, ритуали й звичаї, пов'язані з приготуванням та споживанням їжі, а також повсякденні та обрядові страви. Використання технологічного підходу та нових технологій у туризмі підвищує професійну якість послуг і сприяє створенню креативних туристичних продуктів, зокрема гастрономічних турів. Гастрономічна ідентичність регіону відображається в технологіях приготування, подачі та споживання страв, особливостях організації харчової промисловості та аграрного комплексу, традиціях та наявних закладах харчування, де представлені локальні страви. Це створює практику співвідношення регіону та виробленої продукції, спрямовану на підтримку місцевого виробника та підвищення його впізнаваності на туристичному ринку.

Історіографічний аналіз кулінарних традицій поліщуків підтверджує наявність унікальної гастрономічної культури, агрокультурної спадщини та харчового біорізноманіття, що дозволяє оцінити природно-географічні умови та етнічні кухні регіону. Такі наукові дослідження сприяють розробці *методики типізації агропродовольчої спадщини Правобережного Полісся*.

## 2. 5. Методика типізації агропродовольчої спадщини Правобережного Полісся України для цілей розвитку гастрономічного туризму

Територіальна гастротуристична система об’єднує ландшафти, землекористування та туризм, що вирізняються багатим біологічним різноманіттям і розвиваються у коадаптації спільнот з довкіллям, задовольняючи потреби та сприяючи сталому розвитку туризму.

Агрокультурна спадщина в наукових працях розглядається як об’єкт різних видів туризму. Так, Я. Вербеке вказує, що вона належить до культурного туризму, а його функція полягає у формуванні та зміцненні місцевої культурної ідентичності [404]. За словами Міна Ю., розвиток туризму на об’єктах агропродовольчої спадщини залежить від чотирьох типів ідентичності: поселення, атрибути, соціальні атрибути та економічні характеристики, а також екологічні властивості [428].

У контексті нашого дослідження можна стверджувати, що зв’язок між гастрономічним туризмом та сільським господарством є перспективним для країни, оскільки значна частина продукції та залучення місцевих громад тісно пов’язані з аграрним сектором.

Методологія типізації агрокультурної спадщини передбачає систематичний підхід до класифікації та опису її різноманітності та значущості. Вона охоплює як матеріальні, так і нематеріальні складники спадщини: традиційні сорти рослин, породи тварин, методи вирощування та обробки, культурні практики, а також культурні аспекти харчування, кулінарні традиції етносів та національні харчові звичаї.

Основні етапи методології типізації агрокультурної спадщини включають:

- ***Ідентифікація елементів спадщини*** – передбачає виявлення різних складових агрокультурної спадщини, таких як традиційні сорти рослин, давні методи обробітку, кулінарні рецепти, способи зберігання та інші технології.
- ***Класифікація та категоризація*** – після ідентифікації елементи спадщини систематизуються за різними критеріями, наприклад, географічним походженням, типом культури, технологічними особливостями тощо.

- ***Вивчення значення*** – включає дослідження історичного, культурного, екологічного та соціального значення кожного елемента агрокультурної спадщини.
- ***Документування*** – передбачає створення детальної документації, що описує кожен елемент спадщини, його походження, характеристики та значення.
- ***Захист і збереження*** – полягає в розробці стратегій та заходів для охорони агрокультурної спадщини, таких як створення музеїв, впровадження програм збереження традиційних сортів рослин, підтримка старовинних методів вирощування тощо.

Методологія типізації агрокультурної спадщини сприяє збереженню та передачі наступним поколінням цінних знань і традицій, пов'язаних із виробництвом продуктів харчування та сільським господарством.

*Типізація агрокультурної спадщини – це процес класифікації або категоризації різноманітних аспектів сільськогосподарської спадщини залежно від їхньої природи, історії, географічного розташування та інших факторів*.

Методологія типізації агрокультурної спадщини використовується для кращого розуміння, охорони, розвитку та популяризації агрокультурної спадщини.

Агрокультурна спадщина може бути типізована за такими критеріями:

- ***Географічне розташування*** – виділення специфічних регіонів або територій із унікальними агрокультурними пейзажами, методами вирощування та стабільними харчовими системами.
- ***Історичний контекст*** – поділ за спадщиною етнічних груп, кулінарними культурами етносів, маркерами ідентичності їжі, історичними періодами та традиційними способами господарювання.
- ***Типи культур*** – класифікація за видами рослин, що вирощувалися в минулому або вирощуються нині, зокрема зернові, овочі, фрукти, виноградники, що відображає харчове біорізноманіття регіону.

- ***Технологічні особливості*** – категоризація за традиційними методами обробки землі, вирощування та зберігання продуктів, включно з унікальними місцевими терруарами та спеціалітетами.
- ***Культурні традиції*** – класифікація за традиціями господарювання, святами та обрядами, пов'язаними з аграрною діяльністю.

Такий підхід не лише сприяє збереженню та вивченню багатства агрокультурної спадщини, але й стимулює розвиток гастрономічного туризму, екологічного землекористування та підтримку культурної ідентичності. Розвиток агрокультурної спадщини є важливим завданням для забезпечення сталого функціонування аграрного сектору та збереження цінних традицій і знань, переданих з покоління в покоління.

Для кожного типу агрокультурної спадщини можна визначити власні стратегії сталого розвитку туризму. Можливі підходи включають:

1. ***Традиційні методи вирощування*** – збереження та відновлення традиційних сортів рослин і порід тварин, організація навчальних програм та майстер-класів із використанням історичних методів обробітку землі, створення кооперативів для спільного використання земельних та інших ресурсів.

2. ***Екологічне землеробство*** – впровадження органічного землеробства та методів біологічного контролю шкідників, використання стійких до стресових умов культур і порід тварин, розвиток агроекотуризму для залучення туристів, які цінують екологічні підходи [59].

3. ***Технологічний розвиток*** – застосування сучасних технологій вирощування та обробки продукції, використання автоматизованих систем для оптимізації рутинних процесів, інтеграція цифрових рішень для моніторингу та управління агрокультурою.

4. ***Збереження генетичного різноманіття*** – створення банків генетичних ресурсів для збереження та вивчення різноманіття сортів і порід, реалізація програм селекції для створення нових гібридів, які відповідають сучасним потребам.

5. ***Розвиток інфраструктури*** – модернізація систем зберігання та транспортування сільськогосподарської продукції, впровадження нових методів

обробки та зберігання зернових і інших культур, будівництво та реконструкція фермерських ринків і складських приміщень.

6. ***Освіта та розвиток людських ресурсів*** – підвищення кваліфікації фермерів та сільських працівників для впровадження сучасних технологій і методів роботи, підтримка програм навчання для молодих спеціалістів у сфері сільського господарства.

Ці стратегії можуть бути адаптовані відповідно до конкретних умов і потреб кожного типу агрокультурної спадщини, враховуючи місцеві традиції, наявні ресурси та сучасні вимоги.

Основними компонентами типізації агрокультурної спадщини є:

- *Вибір критеріїв типізації* – визначення ключових параметрів агрокультур, за якими здійснюватиметься їх класифікація, з урахуванням таких факторів, як кліматичні умови, тип ґрунту, агротехнічні особливості та інші.
- *Призначення ваги кожному критерію* – врахування того, що деякі критерії можуть мати більший вплив на типізацію, ніж інші; вага кожного параметру застосовується при розрахунку загального класу або категорії агрокультур.
- *Збір та аналіз даних* – отримання необхідної інформації про різні види агрокультур та їхні характеристики.
- *Розрахунок типів агрокультурної спадщини* – на основі зібраних даних і визначених критеріїв обчислюються показники або індекси, які дозволяють визначити типи агрокультурної спадщини.

Типізація агрокультурної спадщини здійснюється за допомогою інтегрального показника. Розрахунок інтегрального показника проводиться з урахуванням вагових коефіцієнтів (у балах), сформованих за такими складовими: потенціал територіальної гастротуристичної системи (ТГТС); кількість фермерських господарств; кількість садиб сільського зеленого туризму; обсяг виробництва органічних продуктів та надання екологічних і харчових послуг, адаптованих до потреб гастрономічного туризму; а також кількість проведених гастрофестивалів.

Для проведення типізації агрокультурної спадщини враховували такі показники:

1. *Оцінка привабливості об'єктів або категорій об'єктів* – враховуються фактори ландшафту, краси місцевості, історико-культурного значення, рівня обладнання для туристів та інші характеристики. Кожному об'єкту присвоюється оцінка привабливості за шкалою від 1 до 10.

2. *Оцінка доступності об'єктів для туристів* – враховується доступність шляхів до об'єкта, наявність інфраструктури, зручність доїзду та інші показники. Кожному об'єкту присвоюється оцінка доступності за шкалою від 1 до 10.

3. *Розрахунок середніх показників* – обчислюються середня оцінка привабливості та середня оцінка доступності для кожного об'єкта на основі присвоєних балів.

4. *Додаткові показники* – враховується кількість фермерських господарств, обсяг вироблених органічних продуктів та наданих екологічних і харчових послуг, адаптованих до потреб гастрономічного туризму; кількість садиб сільського зеленого туризму; кількість проведених гастрофестивалів.

*Проводиться ранжування об'єктів агрокультурної спадщини*: для кожного об'єкта обчислюється середнє значення, яке включає загальні показники привабливості та доступності, а також оцінки агрокультурної та гастрономічної спадщини. Чим вище отримане значення, тим більш привабливим є об'єкт для туристів. Розподіл за балами здійснюється за наступною градацією: високий – понад 5000; середній – від 250 до 2500; низький – менше 500.

Для моделювання типізації агрокультурної спадщини Правобережного Полісся України використовувався програмний пакет ГІС ArcMap**,** а для оформлення картографічних матеріалів застосовувався графічний редактор Adobe Illustrator.

Класифікація й подальше тлумачення отриманих розрахункових даних застосовуються для виокремлення типів агрокультурної спадщини, що відображається у картографічній моделі типізації агрокультурних об'єктів Правобережного Полісся України.

Методи типізації агрокультурної спадщини в туризмі передбачають упорядкування різновидів сільськогосподарських об’єктів – ферм, традиційних селянських осель, садів, виноградників та інших елементів агроландшафту.

До основних підходів типізації належать:

- ***Географічна типізація*** – поділ об’єктів за просторовими характеристиками, зокрема за регіонами, локальними територіями чи природно-кліматичними зонами;

- ***Функціональна типізація*** – групування об’єктів відповідно до їхнього господарського призначення, наприклад, садівничі, виноградарські, тваринницькі чи змішані господарства;

- ***Культурно-історична типізація*** – виокремлення об’єктів за їхнім культурним або історичним значенням, як-от традиційні селянські будівлі чи елементи обрядової спадщини;

- ***Тематична типізація*** – класифікація за тематичним спрямуванням, наприклад, екологічні ферми, агротуристичні маршрути чи гастрономічно-культурні тури.

На основі напрацювань суспільно-географічних, ландшафтознавчих, етнографічних та ґрунтознавчих досліджень виконано типізацію агрокультурної спадщини Правобережного Полісся України. У контексті майбутнього розвитку гастрономічного туризму вона може стати дієвим інструментом управління гостинністю території та сприяти формуванню кластерів гастрономічного туризму в регіоні.

## 2.6. Обґрунтування кластерної моделі гастрономічного туризму

Кластер розвитку гастрономічного туризму можна розглядати як мережеву форму організації, що формується в межах певної території, де просторове сусідство підприємств та установ забезпечує спільність інтересів, посилює взаємовплив і інтенсифікує комунікації. У такій системі ключовою умовою виступає одночасне поєднання конкуренції та потенційної співпраці між суб’єктами, залученими до розвитку туристичного середовища.

Теоретичні засади створення та функціонування кластерів детально висвітлено у працях Л. Ганущак-Єфименко [53], В. Гейця [57], В. Гоблика [62], О. Крайник [122]. Питання формування туристичної кластерної моделі, її передумов та характеристик розкрито у дослідженнях Я. Ганжі [51] та М. Войнаренка [46]. Особливості діяльності кластерів у рекреаційно-туристичному секторі аналізують Д. Басюк [12], Л. Кирилюк [104], О. Коваль [109]. Законодавчі засади кластеризації окреслено в нормативних документах [93, 238, 239], де визначено початкові напрями створення туристичних кластерів, хоча низка регуляторних питань залишаються неврегульованими.

Міжнародні дослідження останніх десятиліть також суттєво збагатили теорію кластерного розвитку, зокрема напрацюваннями N. Anderson [316], H. Armstrong [322], Bergman [333], M. Enright [368], M. Feldman [374], M. Porter [462]. Ґрунтовні аналітичні матеріали щодо функціонування кластерних систем подано в роботах A. Alcouffe [312] та T. Bieger [335].

На сучасному етапі постає необхідність удосконалення методологічних підходів до формування кластерів гастрономічного туризму на локальних територіях, що мають виразну агрокультурну і гастрономічну спадщину різних етносів. Створення конкурентоспроможного туристичного продукту, заснованого на автентичних гастрономічних маркерах, можливе лише за умови достатнього маркетингового потенціалу регіону та ефективної взаємодії між усіма суб’єктами туристичної сфери.

Для реалізації поставленої мети необхідно виконати низку завдань: визначити методологічні особливості формування гастрономічного кластеру; уточнити підходи до його стратегічного проєктування; обґрунтувати параметри гастрономічного продукту дестинації; здійснити діагностику об’єктів агрокультурної спадщини етносів та встановити структуру їх ключових компонентів; розробити синтетичну картографічну модель кластерів розвитку гастрономічного туризму Правобережного Полісся України [446].

Поліські регіони України залишаються малознаними та нетиповими для іноземних туристів, що створює сприятливі умови для їх зацікавлення завдяки унікальним

автохтонним гастрономічним продуктам і тематичним турам. Ця автентичність вирізняє територію від добре освоєних закордонних туристичних дестинацій.

Міжнародні наукові джерела трактують кластер як об’єднання провідних компаній певної галузі, діяльність яких взаємодоповнюється на конкретній території та спрямована на виробництво спільного продукту [375]. Monfort M. одним із перших адаптував концепцію промислового кластеру до туристичної сфери [432], виокремивши ключові аспекти кластерної взаємодії (див. рис. 2.11). Натомість M. Benner наголошує, що кластер формує мережу підприємств, пов'язаних між собою специфічними зовнішніми зв’язками [332].

У структурі туристичного кластеру виділяють горизонтальні та вертикальні взаємовідносини. Горизонтальні охоплюють підприємства, що виробляють однотипну продукцію або мають широкий асортимент.

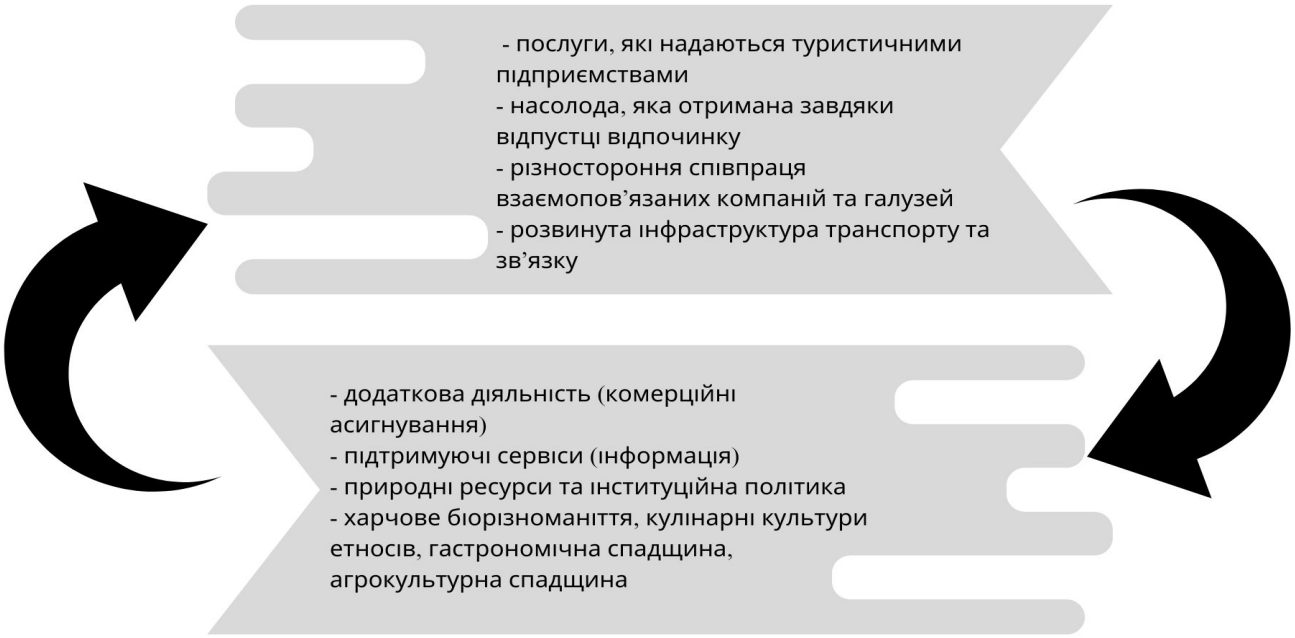



*Рис. 2.11. Концепція туристичного кластеру М. Монфорда [432], доповнено автором*

Вертикальні взаємозв’язки відображають взаємодію стратегічних мереж за принципом «постачальник–споживач», засновану на обміні товарами, послугами та фінансовими потоками.

Професор М. П. Войнаренко визначив низку ключових умов, необхідних для ефективного функціонування кластеру (рис. 2.12) [46].

У науковій літературі виокремлюють кілька структурних моделей туристичних кластерів: зіркоподібну, лінійно-стрічкову та розосереджену [279]. Для досліджуваного регіону характерним є саме зіркоподібний тип кластера, якому властива недосконала туристична інфраструктура, коли основні туристичні потоки зосереджені в центральній точці. Унаслідок цього периферійні території отримують ресурси й вигоди в останню чергу. Такий формат породжує низку ризиків для розвитку гастрономічного туризму: зниження купівельної спроможності туристів після відвідин центральної частини; нерівномірний розподіл туристичних потоків; нераціональне використання та недооцінка агрокультурної спадщини; додаткове навантаження на довкілля та пов’язані з цим екологічні втрати.




*Рис. 2.12. Модель кластера за М. Войнаренко [46], доповнено автором*

Авторська думка має такий словесний контур ***«кластер розвитку гастрономічного туризму» – локалізована, географічно сконцентрована, особливо спеціалізована мережа туристично-рекреаційних структур та пов'язаних із ними органів державного управління: туроператори, турагенти, засоби розміщення, організації громадського харчування, транспортні компанії, фінансові інститути, послуги зв'язку, будівництво, страхові послуги, житлово-комірні послуги, сільське господарство, медичні послуги, вузи, науково-дослідні інститути, органи державної влади, які виробляють специфічний гастрономічний туристичний продукт та обслуговують споживачів гастрономічних*** [441].

Для виявлення кластерів розвитку гастрономічного туризму застосовано такі методи:

- ***Кластерний аналіз***, що дає змогу об'єднувати регіони чи локації за спільними ознаками. У контексті гастрономічного туризму до таких характеристик належать кулінарна спеціалізація, гастрономічні традиції, рівень інфраструктурного забезпечення, доступність локальних страв і напоїв тощо.
- ***Факторний аналіз***, який дає змогу визначити провідні чинники, що формують передумови розвитку гастрономічного туризму. До них можуть належати культурні особливості території, наявність локальних терруарів і спеціалітетів, історична спадщина, розвиток підприємств гастрономічного профілю.
- ***Ієрархічний та неієрархічний кластерний аналіз,*** які дозволяють групувати подібні об'єкти за різними критеріями. Наприклад, регіони, що характеризуються спорідненими гастрономічними традиціями, можуть формувати спільний кластер.
- ***Методи машинного навчання,*** зокрема алгоритм k-середніх (k-means) та інші моделі, що ефективно опрацьовують великі масиви даних і забезпечують точнішу ідентифікацію кластерів гастрономічного розвитку.
- ***Географічний аналіз***, який передбачає дослідження просторового розташування локацій гастрономічного туризму та дає змогу встановити території зі схожими властивостями, що потенційно можуть бути об'єднані в кластери.

У період постпандемічних трансформацій активні ініціативи зі створення кластерів гастрономічного туризму на території Правобережного Полісся України можуть суттєво посилити економічну стійкість регіону. Завдяки синергетичному ефекту такі кластери здатні сприяти модернізації інфраструктури, вивести на якісно новий рівень діяльність підприємств та установ – учасників мережі, а також створити умови для появи інновацій у сфері гастрономії та формування нових трендів туристичної індустрії. Кластерна модель у своїй класичній формі стала основою для формування кластерів гастрономічного туризму, проте саме їхня специфіка дозволяє приймаючим громадам отримувати додаткові переваги: забезпечувати стабільний туристичний потік у локальні мальовничі місця, розробляти продумані маршрути, зосереджені на унікальних гастрономічних продуктах, здійснювати брендування агрокультурної спадщини, стандартизувати місцеві продукти та розширювати аудиторію споживачів – від традиційних культурних туристів до дослідників [197].

Ключові атрибути туристичної дестинації, що найбільше впливають на рівень задоволення відвідувачів, включають гастрономію, культуру, розважальні активності та гостинність. Відповідно, на гастрономічний туристичний кластер покладається завдання забезпечити якісне задоволення цих потреб. Така система здатна вирішити низку важливих проблем, зокрема: збереження та популяризацію агрокультурної й гастрономічної спадщини поліщуків; впровадження ощадливих практик використання природних і антропогенних ресурсів; комерціалізацію гастрономічного туристичного продукту; активізацію інтеграції малих і середніх підприємств (горизонтальної та вертикальної), що підвищить інноваційність регіону; формування нового кола бенефіціарів (стартапів, потужних ринкових гравців, кластерних об’єднань, консорціумів туристичних продуктів); розвиток політики популяризації внутрішнього туризму; підвищення рівня туристичної свідомості місцевого населення.

Крім того, співпраця державних і приватних структур сприятиме подоланню існуючих прогалин та забезпечить стале зростання туристичної сфери. Кластери здатні мотивувати локальні компанії до розширення співпраці з глобальними учасниками

туристичного ринку, формуючи конкурентні туристичні напрями міжнародного рівня. До цього додається необхідність упровадження технологічних інновацій, розвитку IT-компетентностей, створення чітких стратегічних планів, визначення всіх чинників, продуктів і послуг, які формують цілісний імідж якісної дестинації. Важливим чинником успіху є також зацікавленість усіх стейкголдерів – готельєрів, туроператорів, ресторaторів, власників магазинів, музейних закладів – у формуванні конкурентної туріндустрії, орієнтованої на стратегічний розвиток та додану вартість.

На цій основі пропонується методологія кластерів розвитку гастрономічного туризму (рис. 2.13.).

Жодна інша форма організаційного регулювання не здатна об’єднати таку різноманітність структур, поєднуючи як некомерційні, так і комерційні організації.




*Рис. 2.13. Методологія формування кластерів розвитку гастрономічного туризму*

Сучасні ділові зв’язки дедалі частіше поширюються на взаємодію з урядовими та місцевими органами влади, жителями територій, науково-дослідними установами та організаціями підтримки бізнесу.

Туристичний кластер включає різні категорії суб'єктів, тому гастрономічний кластер передбачає участь таких професійних і місцевих сегментів: пам'ятки, музеї, галереї, парки, усі види транспорту, допоміжні сервіси, управлінські та маркетингові підрозділи, зв'язки з громадськістю, реклама, фінанси, страхування, житло, роздрібна торгівля, ресторани, спеціалізовані навчальні програми, органи місцевого самоврядування, некомерційні туристичні організації, установи ділового середовища, університети та науково-дослідні центри.

У рамках гастрономічного кластера ці сегменти співпрацюють для формування єдиного туристичного бренду або локального туристичного продукту, водночас конкуруючи за рівень якості, інноваційність та унікальність власної пропозиції.

Географічна концентрація учасників кластеру гастрономічного туризму зменшує витрати на дистрибуцію та логістику, одночасно забезпечуючи легший доступ до знань і компетенцій. До складу кластера входять суб'єкти відносно невеликої території, проте він не обмежується лише сусідніми учасниками, а може охоплювати туристично активні зони та віддалені закордонні ринки.

Детермінантами успішного функціонування гастрономічного кластеру є: переважна зацікавленість приватного сектору; каталітична роль державних інституцій у сфері інвестицій, інновацій та підприємництва; обмеження довгострокового впливу суспільних факторів; прозора інноваційна політика; широкий спектр бенефіціарів; а також ефективні механізми консультування та оцінки результатів.

Територія Правобережного Полісся України має сприятливі географічні умови для розвитку гастрономічного туризму, незважаючи на існуючі недоліки туристичної інфраструктури та наявність «вузьких» місць. Гастрономічний туризм став невід'ємною складовою сучасного способу життя та глобальною індустрією виробництва й споживання туристичних гастрономічних товарів і послуг. Сучасні тенденції у гастротуризмі формують нові правила для туристів, акцентуючи не лише на відвідуванні місць, а й на активній участі, пізнанні та відчутті атмосфери дестинації.

Регіон Правобережного Полісся наразі недостатньо підготовлений для задоволення сучасних туристичних очікувань, що потребує впровадження інноваційного підходу та детального аналізу туристичного потенціалу ТГТС із врахуванням кластерних можливостей. Проблему ускладнює слабка координація зусиль із формування кластерів гастрономічного туризму, низький рівень співпраці між стейкхолдерами, відсутність соціальної довіри та небажання працювати з місцевою владою.

Таким чином, трансформації в кластер гастрономічного туризму можливі за умови, якщо його учасники проявлятимуть інноваційність та підприємницьку активність, місцева влада демонструватиме мінімальну бюрократію та гнучкість, а організації-партнери матимуть високу готовність до обміну знаннями. Важливим є також обмеження політичного впливу, розробка локальних стратегічних планів для оцінки можливостей створення кластерів та регулярне оцінювання діяльності їх учасників. Співпраця місцевих суб'єктів, незалежно від початкових мотивів, сприятиме формуванню інтегрованого та інноваційного туристичного регіону, підвищуючи його конкурентоспроможність.

З урахуванням зазначених аспектів, доцільно розробити стратегічний план розвитку гастрономічного туризму, який передбачає чотири ключові етапи: 1) аналіз та діагностика вихідної ситуації; 2) формування стратегії; 3) оперативне планування; 4) інформування та просування плану. Реалізація кластерів розвитку гастрономічного туризму на території Правобережного Полісся України передбачається через прогнозовані кластери.

При виділенні таких територій у синтетичній картографічній моделі кластерів гастрономічного туризму враховуються показники туристичного потенціалу ТГТС за 2018–2020 роки у балах. На їхній основі визначено три прогнозовані кластери, а одиницею картографування виступає фізико-географічний район. Методика побудови синтетичної моделі кластерів розвитку гастрономічного туризму Правобережного

Полісся підпорядкована загальному алгоритму створення картографічних моделей для потреб гастрономічного туризму (див. рис. 2.9).

Таким чином, впровадження оптимальної моделі розвитку гастрономічного туризму у Правобережному Поліссі України можливе завдяки методології кластеризації через прогнозовані кластери. Реалізація стратегічного плану дозволить встановити стабільні відносини між учасниками кластерів, що сприятиме розвитку міжгалузевого співробітництва, посиленню спеціалізації, активізації інноваційної діяльності та підвищенню конкурентоспроможності туристичного обслуговування в регіоні. Водночас характер комунікацій між учасниками дозволить обрати оптимальний набір інструментів для ефективного використання туристичного потенціалу ТГТС та розвитку нових ініціатив у туристичній сфері регіону.

## Висновки до розділу 2

1. Методологічний аспект дослідження представлений у сформульованих вище наукових підходах та принципах, зміст яких визначається фундаментальною та прикладною частинами дослідницького процесу, що забезпечує комплекс послідовних операцій необхідних для вивчення, пізнання, обґрунтування висновків, стосовно гастрономічного туризму регіону. Аналітичну схему дослідження презентує алгоритм, який передбачає логічно узгоджені та послідовні завдання: визначення об’єкт-предметної сутності та дизайну дослідження, побудова концептуальної моделі дослідження територіальної гастротуристичної системи та її тестування на прикладі Правобережного Полісся України, проведення оцінки природно-географічних умов та етнічних кухонь регіону, здійснення типізації агрокультурної спадщини Правобережного Полісся України, розробка кластерної моделі розвитку гастрономічного туризму регіону.

2. Вперше розроблено методику оцінки туристичного потенціалу теритріальної гастротуристичної системи, яка синергетично об’єднає агрокультурну спадщину,

гастроспадщину, кулінарні культури субетносів, маркери ідентичності їжі, терруар, спеціалітет, харчове біорізноманіття, сталу харчову систему та суспільно-географічні, етнографічні, ландшафтознавчі, ґрунтознавчі вишукування. Її апробацією стане створення картографічної моделі туристичного потенціалу ТГТС за інтегральним показником по фізико-географічних районах засобами ГІС-картографування. А також створення серії картографічних моделей: синтетичної картографічної моделі типізації агропродовольчої спадщини Правобережного Полісся України; синтетичної картографічної модель кластерів розвитку гастрономічного туризму Правобережного Полісся України; аналітичних картографічних моделей харчового біорізноманіття Правобережного Полісся України; аналітичної картографічної моделі гастрономії субетносів Правобержного Полісся України; аналітичної картографічної моделі смаків гастрономічних фестивалів українського Правобережного Полісся.

3. Потенційно природні ресурси можуть задовольняти економічні, соціальні, туристичні, екологічні потреби суспільства і проявляються через інституційні форми та конкретні способи економічної діяльності. Покомпонентна оцінка природних ресурсів дозволяє розглядати гастрономічний туризм як комплексну багаторівневу систему, в якій існують тісні взаємозалежності і формується ієрархічна співпідпорядкованість господарських функцій її елементів. Використані такі підходи до покомпонентної оцінки природних ресурсів: порівняльний, витратний, результативний, змішаний, ринковий, кадастровий. Розроблено алгоритм комплексної оцінки природних ресурсів для потреб гастрономічного туризму, який складається з дев’яти взаємопов’язаних етапів.

4. Історіографія вивчення харчових відбитків поліщуків, дозволить підтвердити наявність унікальної кулінарної культури етносів, гастрономічної спадщини, харчового біорізноманіття, агрокультурної спадщини, що надасть змогу провести оцінку природно-географічних умов та етнічних кухонь регіону. Розгляд агрокультурної та гастрономічної спадщин поліщуків через призму фізико-географічних умов, сприятиме їх вивченню в ретроспективі, що надасть змогу побудувати аналітичні картографічні моделі харчового біорізноманіття Правобережного Полісся України; аналітичну

картографічну модель гастрономії субетносів Правобержного Полісся; аналітичну картографічну модель смаків гастрономічних фестивалів українського Правобережного Полісся.

5. Типізація агрокультурної спадщини Правобережного Полісся України взагалі на сучасних наукових засадах не здійснювалося. Використання наукового фактажу суспільно-географічного, ландшафтознавчого, етнографічного, ґрунтознавчого підходів, дозволяє обґрунтувати типи агрокультурної спадщини українського Правобережного Полісся. Розроблена методологія включає відповідні етапи: ідентифікація елементів спадщини, класифікація та категоризація, дослідження значення кожного елементу, документування, захист та збереження. Виокремлено критерії типізації агрокультурної спадщини: географічне розташування, історичний контекст, типи культур, технологічні особливості, культурні традиції. Спираючись на підходи: традиційні методи вирощування, екологічне землеробство, технологічний розвиток, збереження генетичного різноманіття, розвиток інфраструктури, освіта та розвиток людських ресурсів, стає можливим розробити стратегії агрокультурної спадщини для конкретного типу.

Типізація агрокультурної спадщини здійснюється за *інтегральним показником.* Інтегральний показник розраховується за ваговими кофіцієнтами *(у балах),* що зформовані за такими *складовими:* потенціал ТГТС; кількість фермерських господарств; кількість Садиб сільського зеленого туризму; кількість вироблених органічних продуктів та послуг (екологічні та харчові послуги) адаптованих до потреб гастрономічного туризму; кількість гастрофестивалів.

6. Поглиблений аналіз та ідентифікація наукових праць і наративний їх огляд, дозволяє побудувати авторську методологію створення кластерів розвитку гастрономічного туризму окремого регіону, яка врахує всі міжсуб'єктні взаємодії і наявний маркетинговий потенціал території; аналіз та прогноз гастрономічного туризму; вивчення специфіки гастрономічних туристичних ресурсів та продуктів; моніторинг закладів розміщення та харчування, виробництв супутніх товарів, екскурсійних бюро,

асоціацій та агентств. Таким чином, обґрунтування кластерної моделі розвитку гастрономічного туризму українського Правобережного Полісся, отримає апробовану методологію кластеризації гастрономічного туризму через прогнозовані кластери.

# РОЗДІЛ 3. ПРИРОДНО-ГЕОГРАФІЧНІ УМОВИ ТА СПЕЦИФІКА ЕТНІЧНИХ КУХОНЬ ПРАВОБЕРЕЖНОГО ПОЛІССЯ УКРАЇНИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

### 3.1. Етнічне навантаження їжі як стійкої компоненти культури: фізико-географічні студії

Рівень життя населення завжди тісно пов'язаний із розвитком гастрономічних уподобань, які виходять за межі задоволення базових біологічних потреб та є відображенням соціальних взаємовідносин, властивих стабільним традиціям харчування. Ці традиції формуються під впливом особливостей господарського побуту та залежать від фізико-географічних, ґрунтових і етнографічних умов конкретної території. Український етнос завжди мав стійкі культурні контакти, що проявлялися через гостинність і толерантність у спілкуванні з різними народами.

Незважаючи на значну наукову опрацьованість Правобережного Полісся України, комплексне вивчення території з урахуванням суспільно-географічних, фізико-географічних, ґрунтознавчих і етнографічних аспектів для оцінки розвитку гастрономічного туризму та подальшого формування картографічних моделей його розвитку не проводилося.

Традиційно-побутова культура регіону детально розглянута у працях В. Кравченка [121], К. Кутельмаха [130], Т. Пархоменка [225], С. Ципишева [288] та інших. Одним із яскравих свідчень родючості земель і гостинності українців є енциклопедія Бусенгольта «Lenouveau Théâtre du Monde» (1666 р.). Водночас відчутною науковою прогалиною є відсутність детального картографування традиційних форм харчування поліщуків, а праці, присвячені їжі, досить обмежені [5, 45].

Питання фізико-географічного районування розглядали О. Маринич та П. Шищенко [144], генетико-морфологічну характеристику ґрунтів Українського Полісся та складання ґрунтових карт здійснював М. Полупан [233]. Етнографічне районування України досліджували В. Наулко [157], С. Макарчук [142], Г. Стельмах [272], а спірні питання етнографічного районування висвітлювали В. Горленко [66], М. Глушко [61], А. Данилюк [72], Р. Кирчів [105], Д. Косарик [119].

Схеми історико-етнографічного районування України досі залишаються неповними, не мають узгоджених меж і потребують доопрацювання. Понятійно-

термінологічний апарат потребує стандартизації. Проте зроблено перші кроки, що дозволяють узагальнити наукові категорії: історико-етнографічна область, регіон, район та етнографічний підрайон. Особливо важливою є схема етнографічного районування України С. Макарчука [142], яку можна використовувати в сучасних дослідженнях.

З урахуванням численних досліджень Л. Артюха [5], Хв. Вовка [45], Ю. Ліпєца [133], І. Несена [162], Т. Пархоменка [225], O. Kolberg [409] можна констатувати, що харчова спадщина українців представлена досить широко. Водночас дослідження гастрономії окремих етносів, зокрема поліщуків, є фрагментарними.

Вивчення гастрономічного туризму на теренах Правобережного Полісся України є важливим з огляду на фізико-географічні умови, етнічні кухні, етнографічні та ґрунтознавчі особливості територіальних громад. Наявна наукова праця є спробою охарактеризувати зародження гастрономічного туризму в Правобережному Поліссі, ґрунтуючись на даних фізико-географічного, ґрунтового та етнографічного районування.

У рамках дослідження проведено аналіз харчової культури поліщуків з урахуванням даних фізико-географічних, ґрунтових та етнографічних досліджень. Було реалізовано низку конкретних завдань, зокрема: систематизовано існуючу історіографію з питань фізико-географічних, ґрунтових та етнографічних досліджень, визначено їхню джерельну базу; зібрано та упорядковано нові бібліографічні матеріали щодо гастрономії етносів; вивчено особливості традиційного харчування поліщуків; створено картографічні моделі розвитку гастрономічного туризму Правобережного Полісся України.

Під ландшафтно-типологічною структурою території розуміють закономірності територіальної організації, взаємозв’язки та просторове розташування частин ландшафту, що становлять відносно невеликі природні комплекси, формування яких визначається місцевими особливостями [176]. До складу Правобережного Полісся України входять Волинське, Житомирське та Київське Полісся [190]. Територія

належить до Східноєвропейської рівнини та розташована в зоні мішаних хвойно-широколистяних лісів Поліського краю (рис. 3.1).

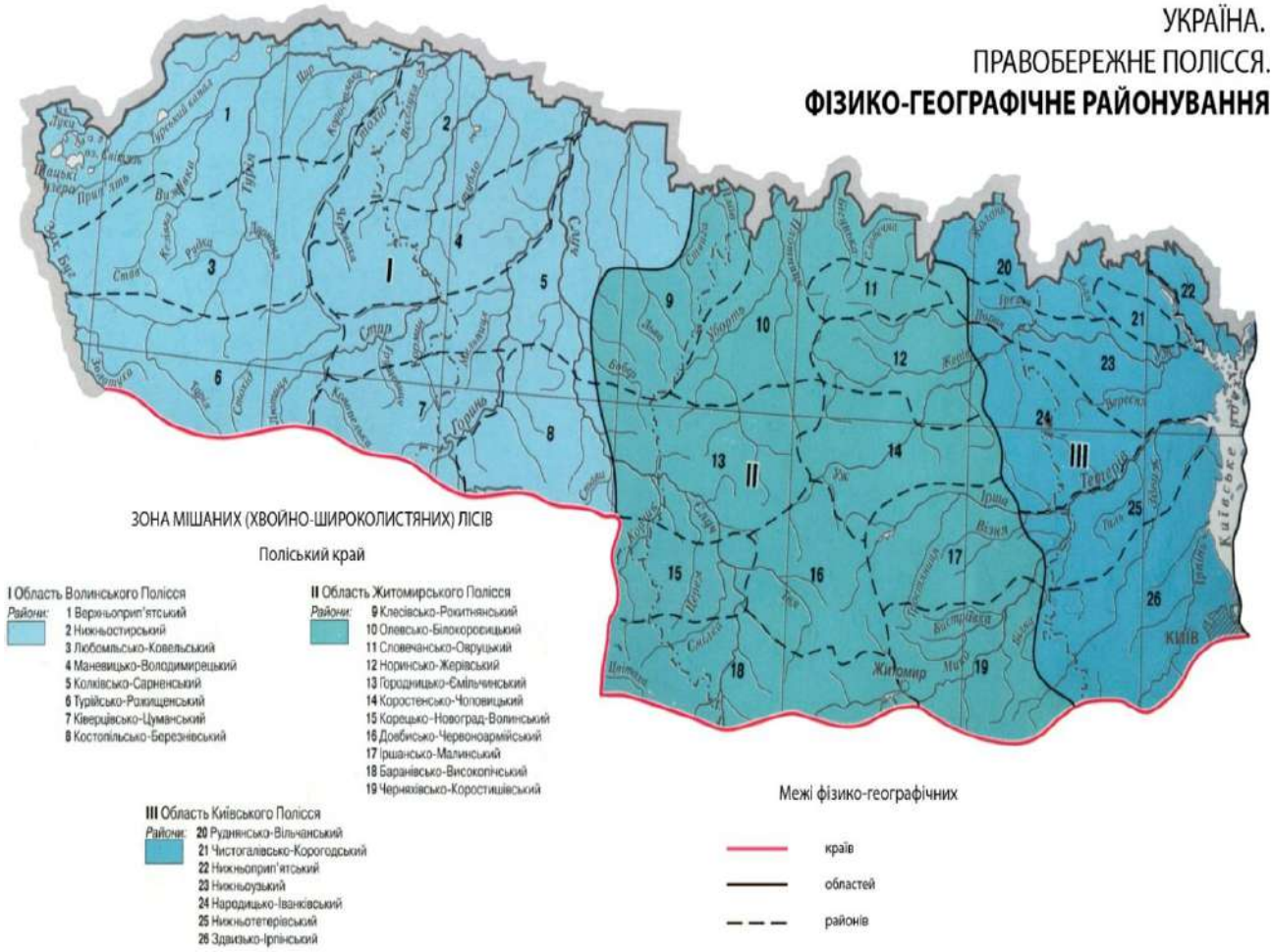



*Рис. 3.1. Фізико-географічне районування Правобережного Полісся, створено на основі* [158]

Українське Правобережне Полісся часто називають «болотистою країною», оскільки ландшафт насичений низинними та заплавними болотами. Значна частина території є суцільною заплавою з поодинокими переважно піщаними суходолами [176]. Ця область є частиною Поліського краю та відноситься до не зональних явищ, належить до зони мішаних лісів Східної Європи. Виникнення таких піщаних ділянок пояснюється поєднанням природних та антропогенних факторів, що сформували палеогеографічні

умови регіону. Подібні піщані простори зустрічаються також на території Польщі (Мазовше) [176].

Унікальним ландшафтним явищем у Поліському краї є «острови», серед яких виділяється Словечансько-Овруцький кряж (колишній Овруцький район Житомирської області) з підвищенням до 320 м посеред Поліської низовини. Клімат регіону помірно-континентальний: літо вологе і тепле, зима хмарна та м'яка. Такі кліматичні умови обумовлені річним радіаційним балансом у межах 1700–1800 МДж/м². Територія отримує близько 1500–1800 сонячних годин на рік, із поступовим збільшенням з заходу на схід.

Середньорічна температура коливається від 5°C до 7°C із подібною субмеридіальною тенденцією. Середня температура січня становить від − 4,5°C до −7,5°C, липня − від 17°C до 19°C, що підтверджують багаторічні спостереження. Мінімальні документально зафіксовані температури сягають − − 32°C, − 39°C у січні та близько 36°C у липні. Вегетаційний період рослин триває з другої декади квітня до третьої декади жовтня [176].

Травневі та подекуди червневі заморзки на ґрунті − звичайне явище в регіоні. Восени вони відбуваються у вересні-жовтні. Днів без морозів налічують160 у східній частині та 180 днів у західній. Погода залежить від атлантичних повітряних мас зимою, які спричиняють потепління відлиги, літній період ознаменовується явищами континентальних повітряних мас, які приносять підвищення температур. Циклонічна діяльність відбувається за рахунок приходу циклонічного повітря. Взимку похолодання залежить від арктичних повітряних мас, навесні вони спричиняють заморозки. Всі повітряні маси мігрують із західного до східного напряму Поліського краю завдяки його протяжності. Регіон є лідером в Україні за кількістю опадів (550-650 мм та до1000 мм). Теплий період завжди з опадами (180 днів) на рік. Друга декада грудня вже встелена снігом (триває 95 днів). Промерзання ґрунту відбувається на 40-50 см. Болотні масиви на 15-20 см промерзають, а можуть і ні. Відсоток відносної вологості – 80-85%. У травні бувають посушливі дні, протягом року можна нарахувати понад 13 днів. Показник

випаровування в рік − 400-450 мм. На сході коефіцієнт вологості – 1,9, на заході вже – 2,6. Поліський край з позитивним балансом вологи в окремі роки має таке явище, як суховії (ґрунтові посухи). Цьому сприяють піщані ґрунти, які не нагромаджують і не затримують вологу. Роза вітрів краю показує вітри західного напряму зі швидкістю 3-5 м/с, з вектором південь-захід, північ-захід. Листопад-грудень передбачає сильні вітри, що спричинюють вітровали, руйнують будівлі, піднімають у аквальних територіях воду. Історія розвитку клімату Поліського краю показала незначні зміни, а лише за роками та сезонами погода була мінлива. Сезонність притаманна поліським ландшафтам. Зимою бувають відлиги та хмарна погода, морози невеликі, сніговий покрив зазвичай є, окрім днів з відлигами. Весна змінює погоду від холодної до теплої, із затяжним ефектом. Друга декада березня ознаменовується переходом через 0°С. Потепління відбувається з настанням квітня-травня з випадками заморозків. Танення снігу в лісових масивах − 15-20 днів. Характерні для краю великі площі залиті водою. Прихід літа завжди теплий, жаркий, але на заході із дощовою погодою. По частими погодними явищами є град та грози (5-7 разів на місяць). У червні іноді прохолодно. Серпень є найбільш сонячним місяцем. У перевазі дні з ясністю та напівясністю (похмурі 6 або 8 на місяць). Осінь зазвичай тепла, суха, але з приморозками, які припадають на вересень-жовтень, від яких страждають болота, луки, низини. На жовтень, листопад припадає 60-75% днів хмарної погоди, з ґрунтом, покритим снігом. Зимовий період протікає довго, температури нестабільні, вітри та тумани. Клімат території дослідження сприяє розвитку національної економіки та життєдіяльності населення. Рельєфна картина представлена заболоченими долинами річок. Антропогенний (четвертинний) період посприяв мозаїчності ландшафтів. Геологічна історія Поліського краю вкрай строката та представлена геоструктурними областями Російської платформи [176]. Північ регіону займає Поліська низовина (протяжність на схід у вигляді смуги шириною 60-120 км). Волино-Подільська і Придніпровська височини примикають до неї на півдні, а на сході – Український кристалічний щит. Галицько-Волинська западина обіймає західну частину території дослідження. Поліська низовина представлена різнотипними

геологічними структурами. У західній частині Волинською рівниною. Північний край займає Галицько-Волинська западина, посередині розташована Клесово-Народицька рівнина, яка є північно-західною частиною Українського щита. Морфологічні особливості рельєфу проявляються у геологічній будові – геоструктурною неоднорідністю. Нерівна поверхня відкладів палеозойського віку, характерна для Волинського палеозойського блокового підняття, де залягають крейдові відклади різних літологічних відмін: крейда, мергелі з кременем, пісковики. Потужні їхні шари простягаються на захід до м. Сарни (товща 20 м), Любомль (товща 280 м). Вони зазнали впливу денудації. Розглядаючи рельєф Клесово-Народицької рівнини, можна прослідкувати Коростенсько-Житомирський блок протерозойського віку, виповнений метаморфічними та магматичними породами [244]. Ці рельєфні утворення є північно-західною частиною Українського щита, які насичені гнейсами, гранітами та гранітоїдами. Чільне місце посідають породи овруцької серії: кварцові піски, кварцити, пірофілітові сланці. Нижньоприп’ятська рівнина сформувалася завдяки Прип’ятському прогину та північно-східному схилу Українського щита. На глибині понад 4000 м залягає фундамент у межах Прип’ятського прогину, який насичений палеозойськими, мезозойськими, кайнозойськими відкладами. У межах прогину є локальні підвищення, девонські соленосні відклади яких відіграли вирішальну роль у їх утворенні. Візуально можна тут побачити соляно-купольні структури у вигляді піднять, брахіантикліналей довжиною від 12 до 25 км. Ерозійні процеси, постійні та тимчасові потоки робили свою роботу у пізньому міоцені, ранньому пліоцені всією територією дослідження. Їхня діяльність пов’язана з утворенням ерозійно-денудаційної поверхні Волинської рівнини яка вихідна для сучасного рельєфу. Клесово-Народицька рівнина, виповнена флювіальними відкладами, які представлені теж роботою ерозії. Алювіальні відклади (пізньоміоценові, ранньопліоценові) спостерігаються виключно на теренах Нижньоприп’ятської рівнини. Поверхня в період антропогену була перекрита континентальними відкладами різного походження з відповідними морфоскульптурами. Поліська низовина на неотектонічному етапі піднялася, хоча мали місце тектонічні рухи

коливального характеру, які періодично опускали певні ділянки. Такі тектонічні рухи притаманні Українському щиту, але не набули візуалізації у рельєфі. Але рівнинні території Волинської (8-10 мм/рік), західної частини Клесово-Народицької (6-8 мм/рік), зі зменшенням на південь Нижньоприп'ятської (2-4 мм/рік) рівнин, мають такі підняття у рельєфі [244]. Морфоструктурою першого порядку є Поліська низовина. Денудаційна рівнина, що сформувалася в період неотектонічного етапу. Морфоструктурою другого порядку є Волинська низовина. Денудаційна рівнина з помірним тектонічним підняттям. Вона утворилася на осадових породах платформенного прогину. У рельєфі Клесово-Народицька низовина є денудаційною рівниною (помірне тектонічне підняття), яка залягає на найдавніших кристалічних породах окраїнної частини щита. Вона занурюється у Нижньоприп'ятську низовину (пластово-денудаційну рівнину зі слабким проявом новітніх тектонічних рухів і пологих деформацій на осадкових породах занурених схилів щита). Словечансько-Овруцька височина (кряж) є унікальним явищем на тлі Клесово-Народицької денудаційної рівнини. Кряж – позитивна форма рельєфу, який виповнений овруцькими кварцитовидними пісковиками і лесоподібними суглинками. Це морфоскульптура третього порядку, яка виникла на місці синкліналі та є типовим інверсійним утворенням. Такі форми рельєфу, як водно-акумулятивні, карстові, еолові, водно-ерозійні, водно-льодовикові, льодовикові, денудаційні [244] є представленими у сучасній морфоскульптурі Поліської низовини. У авангарді рельєфу Поліської низовинної рівнини йдуть форми водно-ерозійні та водно-акумулятивні. Річкові долини − це основні їхні форми. Морфологія, тип та співвідношення їхніх алювіальних комплексів – терас та заплав, суттєво відмінні на різних територіях, враховуючи розташування в межах конкретних геоструктур. Саме морфологія річкових долин визначає їх приналежність до відповідних геоструктур. Вироблення долини залежить від літологічного та петрографічного складу гірських порід. Незвичайною є давня долина, складена льодовиковими відкладами, якою протікають р. Стир на заході та р. Словечно на сході. Тут прослідковуються певні ускладнені форми рельєфу: еолові, денудаційні, ерозійно-акумулятивні морфології долини. У рельєфі представлені

льодовикові та водно-льодовикові форми (поховані) на території західної частини Поліської низовини, які є залишками окського зледеніння України у період раннього антропогену. Ці утворення схожі на долини (значні заглиблення), які меридіально простягаються та виповнені такими відкладами: грубоуламковими, піщаними, гравійними, супіщаними. Волинське моренне пасмо є яскравим представником такого утворення. Нагадує дугу із сукупності ізотермічних, витягнутих підвищень, які мають пласкі поверхні. Форми роботи льодовика льодовикового і водно-льодовикового походження проявляються у східній частині Поліської низовини на теренах Клесово-Народицької рівнини. Це горби та пасма, ками та друмліни, ози та термокарстові западини. Також зустрічаються «баранячі лоби», «кучеряві скелі», гляціодислокації, валуни, ергатичні брили. Місцями річки дуже заглиблені. Значні площі поблизу м. Малин займають моренні рівнини у межах Поліської низовини. Поширеними вони є і у нижній течії Прип'яті, у межиріччі Тетерева і Ужа, на територіях населених пунктів Розважева і Іванкова, Базара і Макарова. Витягнутий ланцюг, з переривами залишків морени, проявляється поблизу поселень: Ігнатпіль, Коростень, Лобичі, Буки, Бражанки. Північно-східна, східна частини Поліської низовини зайняті моренно-зандровими рівнинами. До моренної рівнини з пласким, погорбкованим рельєфом зі складним генезисом та морфологією в межах Поліської низовини із заходу та північного заходу прилягає зандрова рівнина. Рельєф представлено підвищеннями і дюнами та залишками кристалічних порід, що є преставниками накладених денудаційних, акумулятивних форм рельєфу. Зустрічаються селективні форми вивітрювання у вигляді сфероїдальної і матрицеподібної окремості в кар'єрних розробках поселень Щорсівка, Вишняківка, Могильне [244]. Вони притаманні денній поверхні кристалічних порід, навіть за межами льодовикової зони. Населені пункти Коростень, Білощиця, Межирічка розташовані у місцях високого залягання кристалічних порід, де у рельєфі, окрім «баранячих лобів», спостерігаються горби (висота 5-20 м). Ці горби (ядра виповнені кристалічними породами та перекриті суцільною мореною) біля сіл Горбин і Осники, Кам'яний Брід і Межирічка, Жабче і Березівка, мають назву друмліни. Це засвідчує той факт, що

утворень кінцевої морени не має у східній частині Поліської низовини. Добре виражені горби, пасма можна спостерігати в межах моренної, моренно-зандрової рівнин Поліської низовини. Нахил топографічної поверхні Правобережного Полісся України відбувається у напрямку – північ, північний схід − до річок Прип'ять, Дністр. В долині Дніпра знаходяться мінімальні абсолютні відмітки (100 м). Найвище підняття знаходиться на території фізико-географічної області Житомирського Полісся – Словечансько-Овруцький кряж (315 м). Шкала висот решти території має незначні коливання. Регіон по-своєму розчленований: відмітки на півночі не вище 25 м, в середині маємо від 25 до 30 м, а лише Житомирське Полісся різко відрізняється територією вище 50 метрів. Правобережне Полісся України має впізнане рельєфне зображення у вигляді річкових долин (долини-прориву), різноконтурних горбів, пасм, валів, височин. На противагу, Прип'ятська низовина представлена одноманітним рельєфом з його незначним розчленуванням. Річкова мережа регіону має спрямування на північ, північний захід (притоки Прип'яті). Річковий фонд представлено найбільшими із них: Уборть, Уж, Турія, Стохід, Стир, Горинь, Південна Случ – притоки Прип'яті; Тетерів, Ірпінь – притоки Дніпра.

Правобережне Полісся України охоплює територіально – Волинську, Рівненську, Житомирську області та мізерні території Хмельницької та Київської адміністративно-територіальних областей.

Сформувати міцну концептуальну основу для розвитку ТГТС, зокрема гастрономічного туризму Правобережного Полісся України допоможе вивчення фізико-географічних областей Поліського краю.

*Волинське Полісся* займає західну частину Українського Полісся, його межу на сході проводять у напрямку лінії Корець – Клесів – Єльно − Березове, тобто за межею виходу кристалічних порід, характерних для Житомирського Полісся. Західний Буг є межею на заході цієї фізико-географічної області, а також із державою Польща, на півночі – Білорусь. Чітко визначену межу на півдні проводять по лінії населених пунктів Володимир Волинський – Затурц – Торчин – Луцьк – Піддубці – Клевань – Оржів –

Турчин – Межиріччі – Корець з Волинською лісостеповою височиною [176].

У визначених межах площа Волинського Полісся становить 30 тис. км$^2$. Це пласка, трохи нахилена низовина в північному напрямку. Четвертинні відклади Волинського Полісся мають свої типи: моренні утворення двох зледенінь – нижня морена у вигляді пісків, нижня морена – дуже змита та трапляється у вигляді «гнізд» і «клинків» у заглибленнях крейдових відкладів; кінцево-моренні відклади трапляються місцями у вигляді гряд (населені пункти Любитів, Задиби, Маневичі, Рафаловка, Володимирець, Буцинь, Костюківка й ін.); неморенні відклади – піщані і глинисто-піщані відклади флювіогляціальних і озерногляціальних вод (виражена шаруватість та відсутність валунів) приурочені до межиріч; елювіально-делювіальна кора вивітрювання крейдяних мергелів виступає на денну поверхню в південно-західній та південно-східній частинах; алювіальні та озерні відклади представлені пісками на борових терасах річок; торфинно-болотні відклади потужної товщі в долині р. Льви та в межиріччі Льви і Ствиги [165, с. 272-273].

Характерні ландшафтні особливості Волинського Полісся (рис. 3.2.) представлені такими фізико-географічними районами: Верхньоприп’ятський, Нижньостирський, Любомльсько-Ковельський, Маневицько-Володимирецький, Колківсько-Сарненський, Турійсько-Рожищенський, Ківерцівсько-Цуманський та Костопільсько-Березнівський.

Складна геолого-геоморфологічна будова Волинського Полісся зумовлює характерне поширення підземних та ґрунтових вод (рис. 3.3).

Річкова мережа регіону густа та добре розгалужена, зі середньою густотою 0,4 км на 1 км². Ухил річок невеликий, течія повільна, заплави часто заболочені. Основні річки: Стубли, Прип’ять, Льви, Турія, Стохід.




*Рис. 3.2. Специфічні ландшафтні риси Волинського Полісся* [165].




*Рис. 3.3. Підземні та ґрунтові води Правобережного Полісся* [165].

На території налічується понад 300 озер площею до 10 га. Найбільші та найглибші озера регіону: Світязь (площа 2 750 га, максимальна глибина 58,4 м), Пульмо (1 630 га, глибина до 9 м), Соминське (1 630 га, глибина 56 м) [176]. Озера здебільшого карстового походження.

Кліматичні умови Волинського Полісся суттєво варіюють між західною та східною частинами. Захід характеризується м'якою зимою та теплим літом, із більшими опадами, тоді як на сході зими холодніші, а літо помірніше. Поділ на західну та східну частини підтверджується ареалами поширення окремих видів рослинності, наприклад, дуб скельний та явір на сході не трапляються далі річки Стир.

Агрокліматичні умови регіону також різняться: у західній частині можливе вирощування середньо дозріваючих сортів та гібридів культур, тоді як у східній зоні ефективне лише ранньодозріваюче садівництво та землеробство.

Це спостерігається і в північній та південних частинах. Рослинність фізико-географічної області також має характерні риси, які виділяють її в окрему географічну область: значна залісненість (до 40%), заболоченість 10-20% всієї території; наявність у флорі середньоєвропейських елементів, як-от: явір, черешня, колосняк піщаний, лісова вовча ягода та ін., які свідчать про м'який клімат [165, с. 273].

Переважають соснові бори, субори, трапляються сугруди, тимчасові форми – березняки в південній частині, на невеликих площах трапляються ще дубово-грабові, найбагатші в порідному складі, у північно-західній зрідка на невеликих ділянках трапляються змішані ліси, дуже поширені вільшаники.

Найбільш розповсюдженим типом ґрунту Волинського Полісся є дерново-підзолисті, які утворюють багато відмін, залежно від складу материнських порід, глибини залягання крейдяних мергелів та глибини ґрунтових вод. Складний рельєф, різноманітні поверхневі відклади з урахуванням різних рівнів залягання ґрунтових вод утворюють надзвичайно барвисту, мозаїчну основу, завдяки якій розвивається рослинність ґрунту та тваринний світ, що спонукає до особливих традицій харчування населення досліджуваного регіону [165, с. 273]. Така локалізація Правобережного

Полісся України, зокрема Волинського Полісся, збігається з етнічною історією населення краю. Саме в цьому регіоні стикалися різні східно-слов'янські племена – поляни, сіверяни, древляни, волиняни і дреговичі, зона етнокультурного контактування між якими проходила якраз по лінії річок Горинь – Прип'ять – Ясельда [176].

У межах *Житомирського Полісся* виділяються дві фізико-географічні підобласті – *Західно-Житомирська безморенна* й *Східно-Житомирська моренна.* Перша займає західну частину Житомирського Полісся. Для неї характерні майже повна відсутність льодовикових відкладів, широкий розвиток зандрів, поширення переважно піщаних та глинисто-піщаних дерново-слабопідзолистих ґрунтів, на яких панують бори та субори, наявність у північній частині оліготрофних боліт. Східно-Житомирська підобласть завдяки присутності морени набуває характерних рис, що значно відрізняють її від Західної, будова її поверхні більш складна. Помітну роль тут відіграють льодовикові форми рельєфу. Дуже часто зустрічаються лесові «острови». Найбільше розвиненими є супіщані дерново-середньопідзолисті ґрунти [176].

Для Західно-Житомирської безморенної підобласті характерне наступне різноманіття типів місцевості: 1) зандрова заболочена низинна рівнина з переважанням дерново-слабопідзолистих та болотних ґрунтів і лісів борового типу; 2) зандрова рівнина з дерново-слабопідзолистими ґрунтами, де збереглися залишки борових та суборових лісів; 3) долинно-зандровий тип місцевості з дерново-слабопідзолистими та болотними ґрунтами. Окремими фрагментами зустрічаються ділянки денудаційної та пагорбкової рівнини на кристалічній основі з щебенюватими ґрунтами.

У Звягельському адміністративному районі зустрічаються ділянки лесових обезліснених еродованих «островів» із сірими лісовими ґрунтами. В Східно-Житомирській підобласті найбільш поширені місцевості моренно-зандрової рівнини з переважанням дерново-середньопідзолистих ґрунтів і залишками суборових і сугрудкових лісів. Межиріччя Норин-Жерев займає долинно-зандровий тип місцевості з дерново-слабопідзолистими й болотними ґрунтами. У підобласті також зустрічається моренно-пагорбковий збезліснений тип місцевості (в Коростенському,

Коростишівському, Хорошівському адміністративних районах). У вигляді окремих ділянок поширені місцевості денудаційної погорбкованої рівнини на кристалічній основі з дерново-підзолистими щебенюватими ґрунтами. Значні площі в обох підобластях Житомирського Полісся займає заплавний лучно-болотний тип місцевості. Кожний з виявлених типів місцевості має свої природні особливості й вимагає певних заходів у справі раціонального використання земель [190]. До області Житомирського Полісся входять такі фізико-географічні райони: Клесівсько-Рокитнянський, Олевсько-Білокоровицький, Городницько-Ємільчинський, Корецько-Новоград-Волинський, Довбисько-Червоноармійський, Баранівсько-Високопічський, Словечансько-Овруцький, Норинсько-Жерівський, Коростенсько-Чоповицький, Іршансько-Малинський, Черняхівсько-Коростишівський.

Географічно склалося так, що область *Київського Полісся* [177, 174, 212] знаходиться між фізико-географічною областю Житомирського Полісся та фізико-географічною областю Чернігівського Полісся.

Західна межа Українського кристалічного щита збігається із західною частиною фізико-географічної області. Долиною Дніпра делімітується східна межа. Південна межа окреслюється лінією між зонами Полісся і Лісостепу. Північна межа Київського Полісся заходить на територію сусідньої держави. Морена дніпровського льодовика покриває всю територію дослідження, яку представляють у рельєфі водно-льодовикові відклади (підстилають і покривають). Унікальними є природні утворення озерних улоговин (Святе, Авдієве, Десняк, Чорниш та ін.). Територія фізико-географічної області лежить в межах акумулятивної рівнини. Відповідно річкові долини неглибокі та широкі, на відміну від річкових долин фізико-географічної області Житомирського Полісся. Морени представлені льодовиковими і водно-льодовиковими формами рельєфу. Відрізняються умови зволоження, термічні, Київського Полісся, від Житомирського Полісся показниками зменшення річних сум опадів і збільшення літніх сум температур. До юрських, верхньокрейдяних і палеогенових відкладів приурочені основні водоносні

горизонти напірного характеру. Лісові масиви зосереджені на території, яка не підлягає сільськогосподаському використанню [177].

Висока мозаїчність ландшафтів ускладнює їх використання у сільському господарстві, але водночас створює сприятливі умови для рекреаційних потреб. Перехід від фізико-географічної області Житомирського Полісся до Київського Полісся зумовлений зміною тектонічних і геолого-геоморфологічних умов. Це сприяло формуванню зандрових рівнин, представлених дерново-слабопідзолистими ґрунтами та вкритих лісами борового і суборового типу. Значні території Київського Полісся займає піщано-боровий тип місцевості з дерново-підзолистими ґрунтами, що поширені на надзаплавних терасах аквальних утворень. Фрагментарно в рельєфі зустрічаються лесові еродовані «острови» з сірими лісовими ґрунтами, а також моренно-пагорбковий, частково знелісений тип місцевості з дерново-підзолистими ґрунтами.

Місцеві фізико-географічні процеси та строкатість ландшафтів призвели до виділення наступних фізико-географічних районів території дослідження: Руднянсько-Вільчанський, Нижньоузький, Народицько-Іванківський, Нижньотетерівський, Здвизько-Ірпінський, Чистогалівсько-Корогодський, Нижньоприп’ятський.

Результати дослідження показали, що ландшафти Поліського краю дозволяють оцінити туристичний потенціал територіальних громад та туристично-географічних систем (ТГТС) Правобережного Полісся України. У контексті розвитку гастрономічного туризму для окремого регіону пропонується реалізувати такі підходи:

- ***«Повернення натхнення»*** – створення мотиваційного та символічного фундаменту для розвитку туризму.
- ***«Соціальна віддача»*** – забезпечення робочих місць, розвиток освіти, туризму та соціальних зв’язків у громадах.
- ***«Природна віддача»*** – відновлення біорізноманіття та підтримка сталих агроландшафтів.
- ***«Фінансова віддача»*** – формування довгострокового стабільного доходу для громад через нові бізнес-моделі, адаптовані до типів агрокультурної спадщини.

## 3. 2. Ґрунтознавчі розвідки українським Правобережним Поліссям у площині вишукувань гастрономічного туризму

Нині, як ніколи, актуально приділяти увагу не лише власному здоров'ю, а й загальній якості життя для себе, своїх територіальних громад і родин у рамках глобальної ініціативи відновлення ґрунтового покриву.

Ґрунтовий покрив Правобережного Полісся України вирізняється значною строкатістю (рис. 3.4.), що зумовлено поєднанням вологого і м'якого клімату, різноманітності хімічного та гранулометричного складу ґрунтотворних порід, розвиненого мезорельєфу та локальних мікроділянок на рівнинній території, різним заляганням ґрунтових вод, різноманіттям рослинних формацій і ступенем антропогенного впливу.

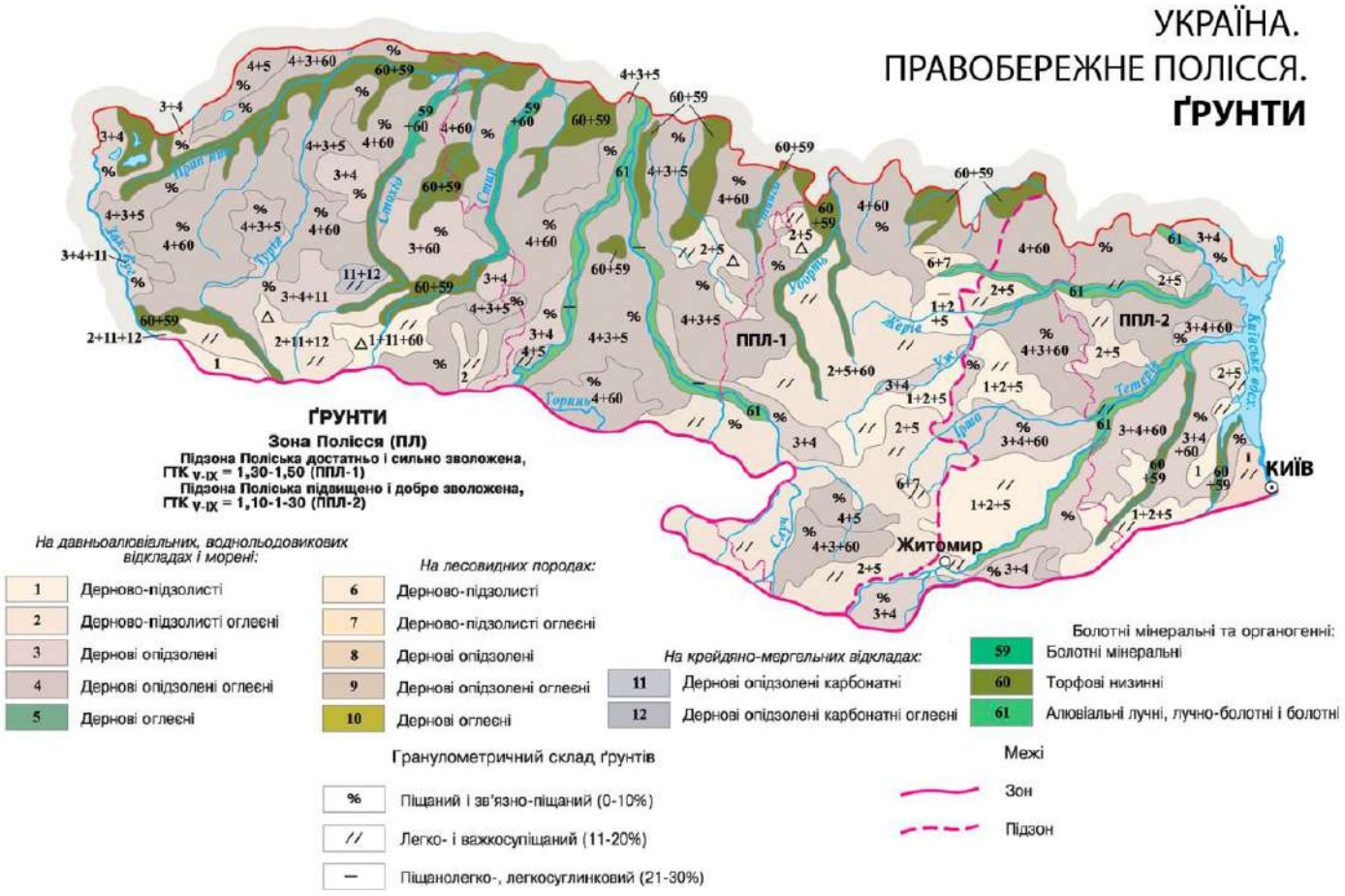



*Рис. 3.4. Ґрунти Правобережного Полісся, створено на основі* [233].

Ґрунтоутворюючі породи здебільшого мають легкий гранулометричний склад і представлені піщаними, глинисто-піщаними, супіщаними та легкосуглинковими водно-льодовиковими, льодовиковими й алювіальними відкладами. Поодинокі плями крейдяних та мергельних порід сигналізують про присутність масивних кристалічних порід у рельєфі. У деяких ділянках невеликими острівцями трапляються лесові відклади, найбільший із яких – Словечансько-Овруцький кряж.

Висока різноманітність ґрунтоутворюючих порід, їх гранулометричного та мінералогічного складу, а також складний мезо- та мікрорельєф зумовлюють формування різних умов зволоження на території Правобережного Полісся.

Висока обводненість та різноманітність рослинного покриву сприяли формуванню на Правобережному Поліссі складного і мозаїчного ґрунтового покриву. У більшості районів він представлений складними комплексами з дрібноконтурною структурою, де середній розмір ґрунтових контурів коливається від 20 до 50 га. Переважаючими є дерново-слабопідзолисті та дерново-середньопідзолисті ґрунти, які займають близько 60% території зони. Через низьку дренованість та близьке залягання ґрунтових вод близько 60% підзолистих ґрунтів відносяться до глеюватих і глейових.

Друге місце за поширеністю (близько 20%) займають лучні та дернові ґрунти, які локалізовані на заплавних терасах річок, у слабостічних пониженнях на надзаплавних терасах та вододілах. Третю позицію (приблизно 10%) займають торфовища та торф’яно-глейові ґрунти, що розташовані на заплавних терасах і днищах прохідних долин, переважно низинного, рідше перехідного типу. Менші площі (1–1,5%) займають дерново-карбонатні ґрунти на крейдових породах та сірі й світло-сірі опідзолені ґрунти на лесових «островах», які відносяться до одних із найродючіших у Поліссі.

У загальній структурі ґрунтового покриву сільськогосподарські угіддя представлені на 48,0% дерново-підзолистими ґрунтами, 13,9% – ясно-сірими, сірими лісовими, темно-сірими та частково опідзоленими чорноземами, 14,6% – дерновими глейовими та 6,0% – торфо-болотними й торфовищами. Орні землі становлять значну частку – 49,6% території.

Фізико-географічна область Волинського Полісся вирізняється дерново-карбонатними ґрунтами, сформованими на крейдових продуктах вивітрювання, таких як мергелі та крейда, і переважно поширена у південному та південно-західному краю області. Вміст гумусу становить 3–12%. Житомирське Полісся характеризується сірими лісовими ґрунтами, зосередженими у південній частині та на півночі, зокрема на Словечансько-Овруцькому кряжі [233].

Необхідно розробляти стратегії збереження та відновлення ґрунтів для поліського регіону, які дозволять оцінити зміни їхніх властивостей під впливом інтенсивної рекреації та туристичної діяльності, а також визначити потенційні можливості їх використання. Ґрунт, разом із традиційними практиками харчування та харчовим біорізноманіттям (рис. 3.5–3.8), розглядається як туристичний ресурс, цінність якого визначається не лише самостійно, а й через його здатність стимулювати розвиток агрокультурної спадщини. Це сприяє збільшенню джерел доходів у сільських територіях та підвищенню рівня зайнятості місцевого населення, зокрема жінок.

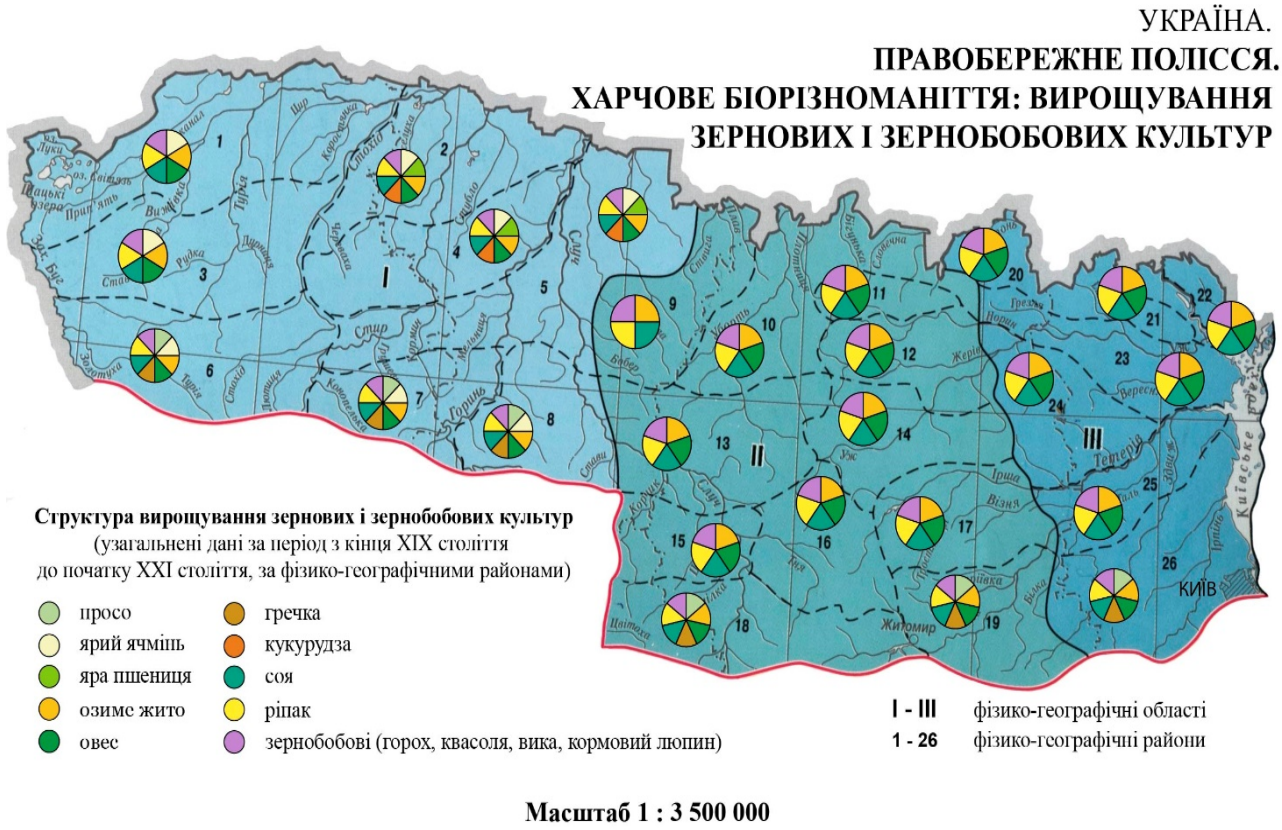



*Рис. 3.5. Харчове біорізноманіття: зернові і зернобобові культури*

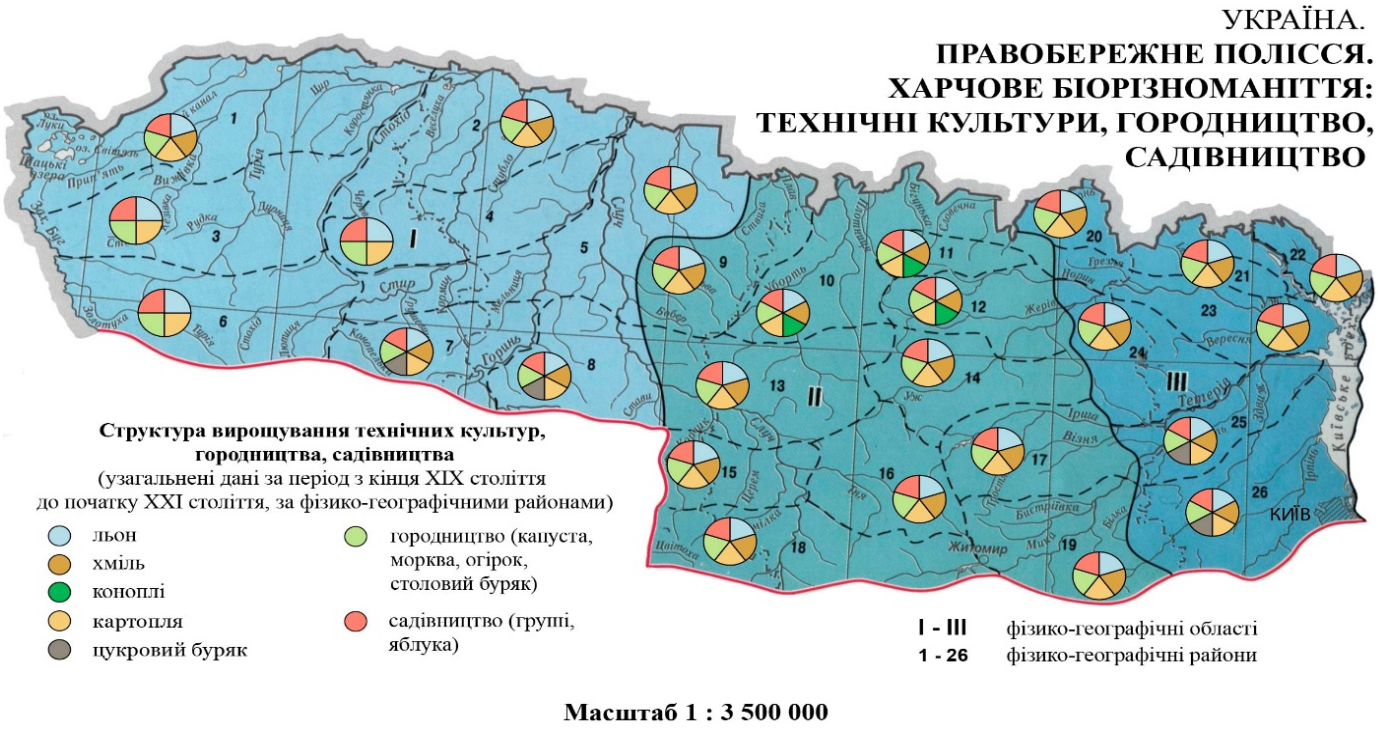



*Рис. 3.6. Харчове біорізноманіття: технічні культури, городництво, садівництво*

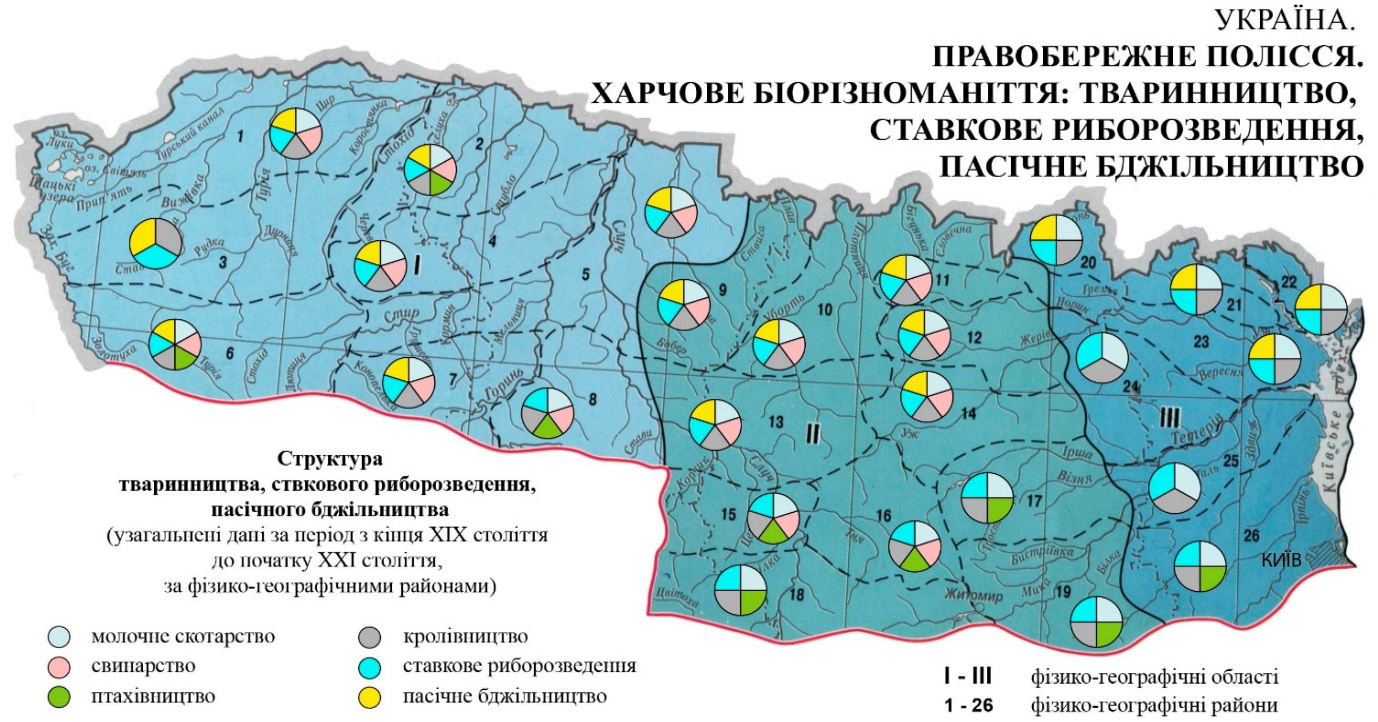



*Рис. 3.7. Харчове біорізноманіття: тваринництво, ставкове риборозведення, пасічне бджільництво*

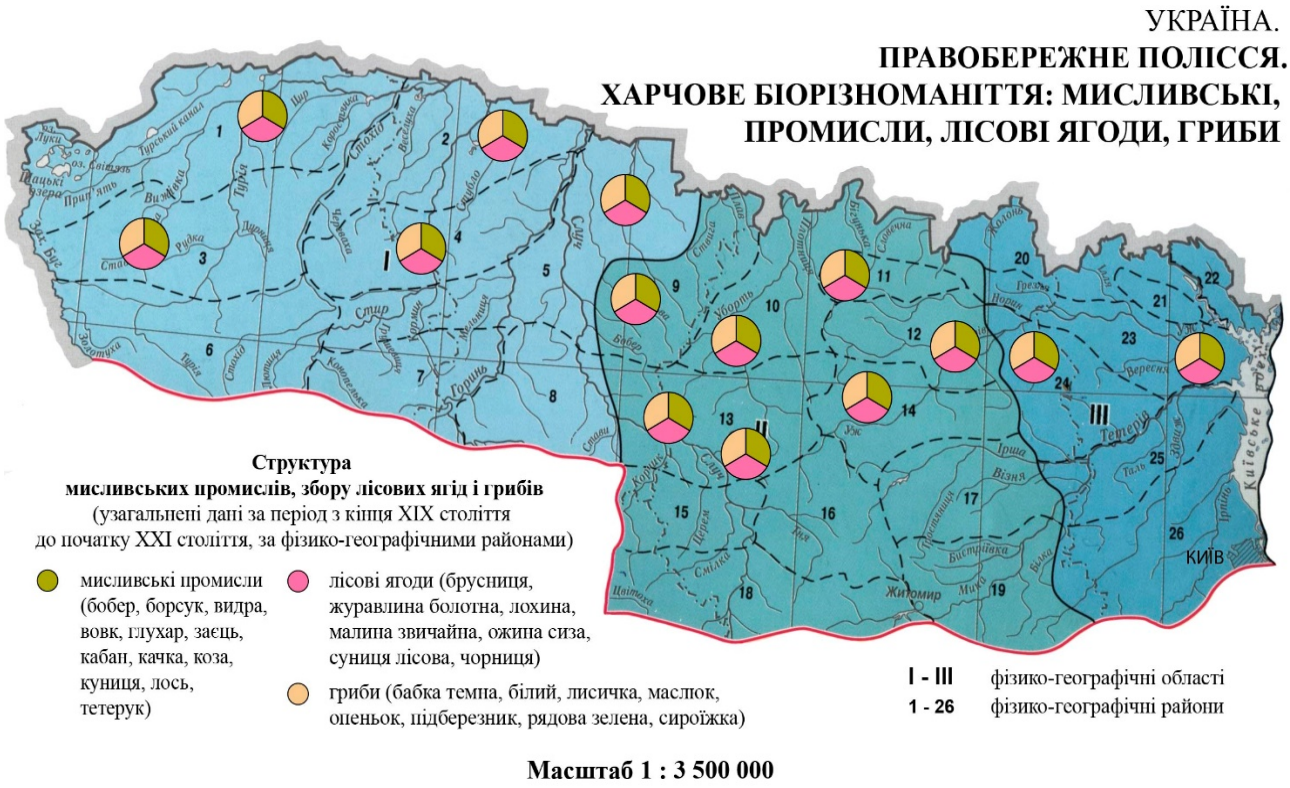



*Рис. 3.8. Харчове біорізноманіття: мисливські промисли, лісові ягоди, гриби*

Узагальнені дані щодо харчового біорізноманіття українського Правобережного Полісся за період від кінця XIX до початку XXI століття показують, що перелік основних сільськогосподарських культур залишався відносно стабільним. У сучасних сівозмінах з'явилися ріпак та соя, тоді як традиційні технічні культури, як-от льон, хміль і коноплі, майже зникли. Садівництво та городництво розвиваються як на рівні домашніх господарств, так і у великих приватних фермерських підприємствах.

Фермерські господарства взяли на себе ініціативу у розвитку тваринництва, ставкового риборозведення та пасічництва, доповнюючи традиційні домашні практики. Мисливські промисли, лісові ягоди та гриби також залишаються важливим елементом харчового раціону поліщуків.

Гастрономічний туризм тісно пов'язаний із стійким сільським господарством та сталою харчовою системою, виступаючи не лише як економічний ресурс, а й як механізм захисту ґрунтів досліджуваного регіону, що є вразливим та схильним до деградації.

### 3.3. Етнографічне районування Правобережного Полісся для потреб гастрономічного туризму

Природні умови істотно вплинули на формування традиційної культури поліщуків, їхньої їжі, архітектури та одягу, виступаючи важливим етнодиференціюючим чинником. Саме тому етнографічне районування України, зокрема Правобережного Полісся, ґрунтується на локальних відмінностях традиційної культури, у нашому випадку – гастрономічної. Етнографічне районування України здійснювалося комплексно, враховуючи як матеріальні, так і духовні аспекти культури, та охоплювало такі компоненти [142] (рис. 3.9).

Районування базується на особливостях традиційного житла, одягу, художніх промислів, їжі, видів діяльності та інструментів праці з урахуванням локальних особливостей [142, 232] (рис. 3.9, Додаток А).

Емпіричними одиницями є три регіони: Центрально-південно-східний, Північний (Поліський) та Південно-західний.

У нашому дослідженні основну увагу приділено Північному регіону, зокрема його правобережній частині – Правобережному Поліссю, яке збігається з природною смугою українського Полісся та адміністративно охоплює Волинську, Рівненську, Житомирську, Київську, Чернігівську області та північні території Сумської області. Північна межа регіону проходить по державному кордону, південна – орієнтовно через міста Володимир–Луцьк–Рівне–Корець–Звягель–Житомир–Київ–Ніжин–Борзна і далі по р. Сейм до кордону з росією.

Регіон Полісся поділяють на три субрайони, що сформувалися під впливом соціально-політичних умов, які залишили відбиток на культурі та побуті: Східно-Поліський, Середньополіський та Західнополіський. У межах нашого дослідження розглянуто Західнополіський та Середньополіський субрайони (рис. 3.10). Етнографічна неоднорідність Правобережного Полісся очевидна: північні землі Волинської області складають лише частину Західного Полісся.




*Рис. 3.9. Компоненти культури, які використовуються під час етнографічного районування України* [142], *удосконалено автором.*




*Рис. 3.10. Етнографічне районування Правобережного Полісся, створено на основі* [142].

Етнографічне районування базується на генетично споріднених рисах субетносів та етнографічних груп, зокрема поліщуків, які формуються під впливом географічних, історичних, політичних, соціально-економічних та культурних факторів. Ці чинники, як ендогенні, так і екзогенні, визначають харчові традиції, кулінарну культуру та маркери ідентичності їжі регіону.

Населення Правобережного Полісся мешкало у зоні мішаних лісів, тому основними видами господарської діяльності були полювання, рибальство та збір дикорослих плодів – калини, малини, ожини, грибів, меду диких бджіл (бортництво). Ці продукти складали основу раціону місцевого населення у давнину.

Землеробство займало другорядне місце через обмежену площу вільної від лісу землі для городництва та рослинництва. Крім того, прості городні культури (ріпа, цибуля, горох, мак) можна було отримати шляхом обміну продуктами [191]. Активне землеробство почало розвиватися з другої половини XIII до початку XVII століття.

Правобережне Полісся України має сприятливі ґрунтово-кліматичні умови для розвитку тваринництва та землеробства. Територія зони підходить для вирощування зернових і бобових культур, прядивних рослин, коренеплодів, картоплі, овочів, багаторічних та однорічних трав, а також різноманітних ягідних і плодових культур. Завдяки цьому регіон має значний потенціал для інтенсифікації аграрного виробництва та розвитку сільського господарства в цілому.

Традиційно популярною культурою регіону в історичному зрізі є жито. Згадки про культурне жито зафіксовано в VI ст. до н. е. на території України. Його посівні площі на українському Правобережному Поліссі складали до 60% у к. XIX – поч. XX ст. Значущими посівними культурами були: гречка, просо, ячмінь, овес. Через незадовільну родючість поліських ґрунтів пшениця не набула поширення у структурі посівів. Практично незмінним і донині залишився посівний календар поліщуків.

Здавна вирощуються бобові рослини – горох і боби. Згодом (у XVII ст.) з'являється і швидко поширюється квасоля.

Особливого поширення набуває на території Правобережного Полісся з XVIII ст. – картопля, поліщуки назвали її «бульба».

Городні культури в регіоні − це і коренеплоди: ріпа, морква, картопля, бруква; листові рослини: щавель; пряносмакові: кріп, селера, петрушка, хрін; баштанні: гарбуз, кабачок; бобові: горох, квасоля; капусті культури: капуста білокачанна; рослини трав'янисті: цибуля, часник, буряк, огірки, томати, перець. У раціоні були також дикороси: чорниця, ожина, брусниця, різні види грибів, дикий часник та щавель (гороб'юшка).

Олійні культури в раціоні поліщуків посідали чільне місце і вирощувалися традиційно: льон − «поліський шовк», а менші площі відведені були на коноплі. Культивували також вирощування виключно на виробництво олії: рижій, ріпак та гірчицю. Поживною та корисною була соняшникова олія, яка на столі поліщуків з'явилася в кінці XIX ст.

Фруктово-ягідні сади на території дослідження − явище рідкісне. Селянські

господарства висаджували: яблуні та груші, сливи та вишні. Ягідні кущі (смородина, малина, калина) у невеликій кількості. Поширеними були дикі насадження «з лісу- поля» – калина, бузина, ожина − у своєму обійсті. Продукція вживалася свіжою та висушеною. На теперішній час садове господарство набуває розвитку, особливо у дрібних фермерів.

Поява цікавості до поліської гастрономії виникає після опрацювання досліджень Л. Артюх [5], Хв. Вовка [45], П. Чубинського [291]. Заслуговує на увагу нішева праця В. Скуратівського «Русалії», де зустрічаються описи хліба та його ролі в житті поліщуків, обрядових напоїв [259]. Дослідник намагався описати матеріальну культуру Полісся, тому що був там народженим.

Формування гастрономічної культури у місцевого населення відбувалося ще з періоду існування Київської держави, коли у середовищі племен древлян, дулібів накопичувався досвід обробки і приготування мисливської і рибальської здобичі, зібраних плодів дикорослих рослин. Спорідненість флори і фауни фізико-географічних районів Правобережного Полісся, а також подібність способу господарського життя місцевого населення зумовили і схожість гастрономічних уподобань, які знайшли свій вияв у їхніх найпоширеніших стравах [204, 438]. Іміджеві трансформації місцевої їжі є кодом національного самозбереження. Способи харчування, уподобання чи образи транслюються через гастрономічний туризм. Місця призначення – регіони України, на основі нової динаміки місцеве переводять у глобальне, традиційне та автентичне, таким чином розмиваючи відмінності. Правобережне Полісся України, завдяки гастрономічному туризму, сприятиме транспортуванню по всьому світу іншого гастрономічного образу місця призначення туристів, які будуть сприяти його морфологічній, соціальній, іміджевій трансформації. Архаїчна кухня має ряд ґрунтовних напрацювань [5, 83]. Їжа та кулінарні культури етносів в сучасній реальності знаходяться під загрозою бажань туристів, які прагнуть зв’язатися з місцевою їжею [103, 120]. Деякі страви до нас дійшли чи не з часів Київської Русі, а є унікальні, які не мають аналогічної рецептури ніде у світі.

Аналітична картографічна модель гастрономічних особливостей субетносів Правобережного Полісся України (рис. 3.11.) була створена на основі аналізу етнографічних та статистичних досліджень, а також художніх джерел, які акумулюють фактологічну інформацію, необхідну для узагальнення гастрономічної специфіки регіону.

Інформаційна база для картографування формувалася з урахуванням фізико-географічного районування. Для комп'ютерної обробки даних у електронних таблицях застосовано MS Excel, а для створення експериментальних карт і відпрацювання методик картографування використовувалися геоінформаційна система ArcGIS 10.2, растровий графічний редактор Adobe Photoshop та векторний графічний редактор Adobe Illustrator [438].

Гастрономія Правобережного Полісся формувалася поступово і, незважаючи на соціальні обмеження та інституційні бар'єри, зберегла свою унікальність до сьогодні. Кулінарна культура нерозривно пов'язана з особистістю національного кухаря, який через власний побут, світогляд та характерні деталі повсякденного життя впливає на процес приготування страв, вносячи особисті творчі акценти як на свідомому, так і на підсвідомому рівні.

На регіональному рівні розвиток гастрономічного туризму стикається зі специфічними колізіями. Окрім безпосереднього досвіду та витонченого способу життя в комфортній атмосфері, що асоціюється з високою якістю життя та економічним добробутом через споживання ексклюзивних місцевих продуктів, існують обмеження, пов'язані з бюрократичними та правовими аспектами, фінансовими потоками, доступом до інформації, наявністю клієнтської бази, бізнес-ресурсів та кваліфікованих кадрів.

Синергія між гастрономічним туризмом та усіма зацікавленими стейкхолдерами дозволяє туристичним дестинаціям регіону отримати чіткі стратегічні напрямки та посилити репутацію, а місця призначення стають платформою для експериментів із високоякісними місцевими продуктами.

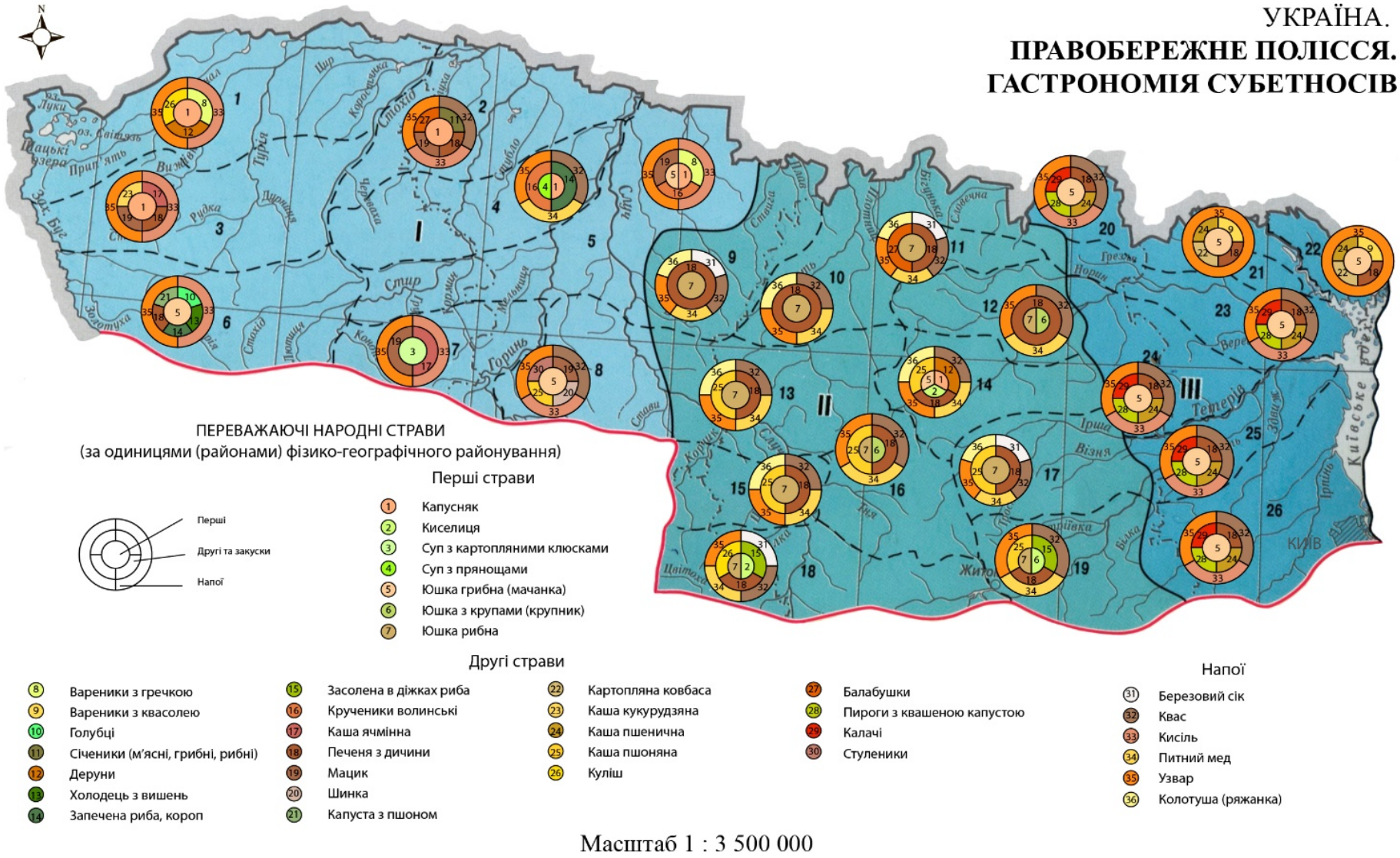



*Рис. 3.11. Аналітична картографічна модель гастрономії етносів Правобережного Полісся України*

Промоційна кампанія гастрономічного туризму реалізується відповідно до проєктної моделі (рис. 3.12) з визначеними етапами.




*Рис. 3.12. Проєктна модель гастрономічного туризму.*

Сучасним науковим підґрунтям для розробки нових гастротуристичних продуктів регіону є валоризація місцевих гастрономічних подій та агрокультурної спадщини. Вони формують рівень задоволеності та лояльності туристів через організовані промотури в дестинації. Туристичні послуги мають відповідати очікуванням відвідувачів, орієнтуючись на модель забезпечення якості «model of assured quality» (SERVQUAL) авторів A. Zeithaml, A. Parasuraman, L. Berry [498].

Вона ґрунтується на факторах:

- visual perception – архітектура будівлі, концепція умеблювання, dress code персоналу;

- reliability – термін-послуга;
- sensitivity – допомога у всьому клієнту;
- staff professionalism – конфіденційність та приватність;
- individual approach – кожний клієнт як перший.

Отже, гастрономічний туризм як фасилітатор змін у фізико-географічних областях Правобережного Полісся України дозволяє поринути у мистецтво кулінарії, історію харчування та традиції, відчувши унікальне відчуття часу та місця [177]. Він задовольняє особисті мотивації туристів: бажання втекти та бажання досліджувати. Цьому сприяє гастрономічний досвід куштування місцевої їжі і кухні та інші особливості, такі, як ціна їжі та загальне середовище призначення, а також отримання високого рівня обслуговування клієнтів.

Перспективно Правобережне Полісся України має всі передумови для створення атрактивних дестинацій з набором «фізико-географічних», «ґрунтознавчих», «етнографічних» опцій з гастрономічними враженнями, які приваблюють і мотивують відвідувачів туристичних місць. Незважаючи на те, що раніше вважалося другорядною діяльністю, їжа визначається основною діяльністю або фактором, що залучає туристів.

### 3.4. Ідентифікація гастрономічних студій різноманітних етнічних груп проживання

Зародження таких наук, як географія та етнографія, відбулося ще в давнину, і протягом історії їхні напрями досліджень часто переплiталися. Комплексні географічні праці неможливі без етнографічних описів і досліджень, оскільки географія не може ігнорувати населення певного регіону та його культурні особливості. Водночас етнографія значною мірою спирається на геопросторовий (географічний) підхід. Саме на стику цих наук формується сфера, пов’язана з гастрономічним туризмом.

Автор дослідження не ставив за мету повністю охопити всі питання географії та етнографії, а зосередився лише на тих аспектах, які мають відношення до гастрономічного туризму. Першочергову увагу приділено етнічним групам і територіям

українського Правобережного Полісся та їхній специфічній гастрономічній культурі (Додаток А).

У науковій літературі термін «етнос» закріпився у XIX столітті [8, 41, 159, 236]. Етнічні спільноти не є постійними та незмінними; вони перебувають у процесі безперервної трансформації під впливом етнічних процесів, які поділяються на етнотрансформаційні та етноеволюційні. Перші призводять до змін у етнічному самоусвідомленні, другі – ні. Для обох категорій характерні процеси інтеграції (об'єднання) та дезінтеграції (роз'єднання) [18].

Термін «етнічна група» використовується у кількох значеннях. По-перше, він позначає частину великого народу, яка компактно або розсіяно проживає на території іншого народу. По-друге, «етнічна група» може означати невеликі народи чисельністю до кількох десятків тисяч осіб [135].

Класифікація етнічних спільнот дозволяє систематизувати численні народи світу та виявити їхні спільні та відмінні риси. Для цього можуть використовуватися різні ознаки, проте найпоширенішими є лінгвістична, господарсько-культурна та географічна класифікації.

Лінгвістичний підхід базується на методах порівняльного мовознавства (лінгвістична компаративістика). Господарсько-культурна класифікація опирається на виділення типів господарства та культури, сформованих у народів із подібним соціально-економічним рівнем та проживанням у схожих природних умовах [154].

Географічна класифікація враховує територіальну близькість народів і відображає спільні риси їхнього проживання на певній, переважно спільній території.

Термін «Полісся» вперше зустрічається в літописі по Іпатіївському списку у формі «ПолЪсье» [229]. Історичні джерела свідчать про давнє заселення цієї території та її мешканців, відображене у працях грецького історика Геродота (485–430 рр. до н. е.) [258], у Галицько-Волинському літописі 1274 р., а також у працях польських істориків XV–XVI ст. Я. Длугоша [364], М. Кромера [416], М. Стрийковського [480].

Протягом століть етнографічні відомості накопичувалися в мандрівних записах, літописах, інвентарних та історико-юридичних документах. На рубежі XVIII століття Волинь згадується в дорожніх нотатках службовця П. Контрима [460]. Систематичне наукове вивчення Полісся розпочалося у першій половині XIX ст. і знайшло відображення у численних розвідках [414, 477], зокрема у праці «Древня Польща», де містилися відомості про Волинське Полісся [479, 480].

Етнограф П. Де-Ла Фліз досліджував українське Полісся в складі комісії з опису губерній Київського навчального округу [76]. Дослідження етнографів і географів [24, 34] висвітлювали виробничу діяльність, промисли, ремесла та знаряддя праці населення Полісся. У 60–70-х роках XIX ст. експедиції П. Чубинського виділили Полісся як окремий етнографічний регіон, акцентуючи увагу на матеріальній та духовній культурі його мешканців [291]. Волинське Полісся описано у монографіях польських авторів T. Stecki [479], J. Hoffman [396] та працях Г. Бондаренка [25], Р. Радовича [242]. Значну роль у популяризації наукових досліджень регіону відіграв польський етнограф і фольклорист О. Кольберг, який досліджував житло, одяг та харчування мешканців Полісся [409].

Заселення Полісся слов'янами відбулося на рубежі нової ери, що супроводжувалося складними етнолінгвістичними та антропологічними процесами, які впливали на формування населення регіону. Расоутворення відбувалося із проявом інтеграційних процесів у окремих групах, посилюючи генетичні контакти. Консолідація східнослов'янської спільноти відобразилася у формуванні генно-демографічної структури населення, при якій територіальні варіації расових ознак плавно переходили одна в одну, розмиваючи межі специфічних антропологічних комплексів. Населення Українського Полісся, за С. Сегедом, відноситься до карпатсько-дніпровського антропологічного типу, до якого входять волинський і поліський варіанти [253].

Мешканці українського Полісся мають два субетноніми: західний – «поліщуки», східний або лівобережний – «литвини» [142]. Самоназви «поліщуки» та «литвини»

відображають етнічну ідентичність; етнікон «поліщуки» іноді мав відтінок образливості, підкреслюючи архаїчність і певну відсталість культури та побуту [176].

Субетнонім «литвини» використовували вже у XVIII ст., обґрунтовують автори описових творів та науковці-етнографи, народознавці. З XX ст. почали сприймати корінні мешканці Правобережного Полісся України як автоетнонім [142] субетнонім «поліщуки».

Ареал Українського Полісся (XIX – поч. XX ст.) заповнений етносами «поліщуків», «литвинів» у джерелах різних дослідників, зафіксовував існування дуже багатьох мікроаллоетнонімів, започаткованих від географічних місцевостей, наприклад, стоходці, камінь-каширці, застирці, заречуки, підгородні, столинці, береженьщинці, височчинці, сарненьщинці, каменгородці, лаховці, телеханці та інші. У мікроаллоетнонімів відбивалася навіть субетнічна, соціальна приналежність, приміром, тетеруки (с. Шимшилі), братуни, болотнюки, мохуни, косники, патлачі, каметники (с. Боровики), торбачі [142].

Дослідження показали, що сфера народної матеріальної культури поліщуків дуже уніфікована. Це зумовлено аналогічним природно-ресурсним потенціалом території, заселенням етносів, а також спільними господарськими заняттями.

Водночас політичні процеси та події XX ст. відбилися на традиціях харчування, збереженні етнокультурних надбань, господарського способу життя [142].

Наклало значний відбиток суворе чужоземне панування (польське та радянське) на традиційні форми господарювання селян і їхні заняття. Духовно травмували свідомість народу голодомор та репресії. Прослідковуючи суспільно-політичні причини 20-50-х років, вмотивовано можна розділити Правобережне Полісся на Середнє, яке включає Житомирську та Київську області, а також Рівненську та Волинську, які належать Західному Поліссю.

Гастрономічні студії поліщуків (Житомирська та Київська області в межах фізико-географічних областей Житомирського та Київського Полісся) уніфіковані: в XVI-XVII ст. вживали зернову культуру жито, борошно частіше вживається пшеничне, повсюдно

вживалися м’ясомолочні продукти (гуси, качки, кури, барани, вівці, вепри, телята, воли), сало, м’ясо, масло, сир, яйця, солонина, лій, бринза. Продукти полювання – зайчатина, вепрятина, лосятина та ін. Риба солона та в’ялена. Продукти лісу: гриби (білі, лисички, сироїжки) та ягоди (чорниці, брусниці, малина, ожина). Овочевий ряд складав: цибулю, моркву, гарбузу, ріпу, перець, пастернак, буряк, льон, коноплю, мак. Активно вживали мед, розводили пасіки вдома та в лісі на деревах. Серед напоїв популярні горілка, пиво, вино, напої медові та горілчані.

Волинське Полісся (Волинська та Рівненська області) гастрономічно ідентифікується традиційними борошняними виробами: хліби для щоденного вжитку, пампушки, паляниці, прісні коржі, пироги з сиром, маком, квасолею, з яблуками й іншими фруктами, локшина, млинці. Варені мучні страви – вареники з сиром, картоплею, вишнями, галушками, затерками з житнього та ячмінного борошна. Крупи пшеничні, ячмінні (яшні), гречані, вівсяні, пшоняні використовували для каш. З гречаної муки та з муки житнього солоду робили кваші, а вівсяна використовувалася для джур. Багатий асортимент був перших страв: борщі, юшки, «потравки», супи. М’ясо було основою для приготування, смаження, ковбас, драглі. Запікали кишки зі свіжої крові забитих тварин і гречаних круп, пережареної цибулі та сала і молока. Яйця курей вживали вареними, смаженими на салі, з молоком у вигляді яєчні. Заслуговують на увагу молочні страви: молоко свіже, парене, кисле, масло, сир, маслянки, сироватки. Обрядові печива були у великій пошані – паски, книші, короваї, шишки, «гуски». З XIX ст. раціон власного виробництва повнився крамничними товарами: цукром, рисом, оселедцем. До столу подавали продукти збиральництва, рибальства, полювання.

Глобалізований світ транслює кухню як «точку дотику» до культури, історії, традицій, способу життя. Їжа постає об’єднуючим фактором між людьми і створює контекст для розмови. Історія появи кухні поліщуків та її приготування, історії продуктів, технологій та середовища, у якому формувалися страви, що їх ми вважаємо автохтонними поліськими, потрібно брендувати в гастрономічних подіях регіону. Через кухню, інтерпретовану гастрономічним туризмом, ми наполегливо розповідаємо про

побут, географію, природу, звички, світогляд і традиції поліщуків.

### 3.5. Специфіка етнічних кухонь Правобережного Полісся України: історико-географічні розвідки

Гастрономічна спадщина та традиційна кухня виступають ключовими чинниками розвитку гастрономічного туризму у Правобережному Поліссі України. Національна кухня регіону відображає місцеву культурну ідентичність і вважається автентичною. Однією з характерних рис поліської етнічної групи є її кулінарна культура, яка відзначається стійкістю та живучістю завдяки природно-ресурсному потенціалу, мозаїчності ландшафтів та культурній спадщині. Це спонукало до наукових досліджень регіональної гастрономії та систематизації авторських здобутків.

Історичний аналіз свідчить, що протягом двох тисячоліть територію Правобережної України населяли осілі нащадки хліборобів Близького Сходу – трипільські племена. Практики харчування, започатковані прадавніми племенами, були успадковані українським народом, формуючи його культурні традиції [5, 94].

Кожна етнічна кухня вирізняється унікальним стилем приготування страв та оригінальною рецептурою, що визначає гастрономічну специфіку регіону. Регіональна кухня українців характеризується власними кулінарними традиціями, відмінностями у стравах та способах приготування, що формувалися під впливом сусідніх країн, кліматичних умов, ландшафтів, родючості ґрунтів і кухарської майстерності родин. *Українська гастрономія* завжди поєднувала простоту рецептури з яскравим смаковим акцентом, де часник виступав головною приправою.

Мандрівники, які відвідують Східну Європу, можуть очікувати знайомства з автохтонними стравами та регіональними продуктами. Щоденний український стіл традиційно складався з двох основних блоків: страв рослинного походження – зерново-бобових, овочевих гарнірів; та страв тваринного походження – м’ясних, молочних, рибних продуктів і дичини. Напої займали окреме місце в побуті, використовуючись як у повсякденному, так і в ритуальному вживанні.

Глибинні навики куховарства включали: варіння, тушкування, смаження, викіпання, в'ялення, сушіння. Всі операційні куховарські вправи виконували в печі: варили, смажили (або припуджували), тушкували. На перше місце ставили кашу поліщуки періоду кін. XIX – на поч. XX ст., яка виготовлялася з різних видів зерна, круп, борошна або цих сумішей у різних пропорціях. Для її приготування використовували пшеницю, ячмінь, гречку, просо, овес, кукурудзу. Для приготування юшки (супу) використовували ті ж самі крупи. Широкого вжитку набув «куліш», «польова каша» [5]. Лаврентіївський літопис відкриває нам страви (кашоподібні) з борошна, під назвою «вівсяне толокно» та «кисіль» [220]. Бідні селяни вживали лемішку з гречаного борошна, зустрічалася кукурудзяна мамалига. Артефакти Київського Полісся доносять до нас гречаний джур та кисіль як ідентичні страви [86]. Такі наїдки на столах селян Правобережної України були аж до 50-х років XIX ст. [86].

Вжитковою та улюбленою була страва – кваша, з технологічними особливостями, в регіоні Правобережне Полісся України. Найбільш древньою із злакових страв зустрічалась затірка. Змішуючи товчену картоплю, горохове пюре, макове сім'я із картопляним чи пшеничним борошном, українці отримували таку страву, як «коми». Постійними були вареники – варениці, варяниці, що начинялися скоромною начинкою. Згадки про печений хліб датуються VI-VII ст. [176]. На Рівненщині випікали ячний хліб. Класичний чорний хліб, який був кислим на смак, вживався до столу майже 50-х років XIX ст. Решта родин готували хліб без закваски (прісний). У нелегкому селянському побуті рятували перепічки, якими втамовували голод селяни під час різних весняно-польових робіт. В раціоні також чільне місце посідали «пундики» з квашеного пшеничного тіста. Їх перекладали смаженою цибулею та подавали до столу. Смаколиками на свята були млинці, оладки, «блинце», «налисники», «завиваники». Склад борошна для їх приготування був різним: пшеничний, гречаний, або змішували різні види. Дуже багатою була начинка для пирогів: сирна, картопляна, капустяна, гарбузяна, квасолева, макова, вишнева, калинова, із сухих тертих груш, слив, яблук, маку. М'ясна начинка була рідкісним явищем.

Справжнім корінним жителем на кухні є український борщ: борщ з капустою, зелений, заправлений яйцем та сметаною, і холодний − «холодник» [5]. Населення українського Правобережного Полісся засмажувало борщ салом. М'яса у бідного населення не вистачало. Другою рідкою стравою був пшоняний капусняк – «капуста». Інгредієнтами для юшки чи супу слугували молодий горох, квасоля, морква.

Варену картоплю ще називають «другим хлібом», який з'явився наприкінці XIX ст. в кулінарії поліщуків. Її вживали вареною в лушпайках, чищеною цілою чи порізаною. Товкли у пюре та називали «мячка», «камачка», «мньолка». Підсмажували на пательні у печі з цибулею, запікали у глиняних горщиках з додаванням олії, сала. Вже в процесі харчування її запивали молоком − свіжим чи кислим. Варили з неї ще «сировадку», товчену картоплю заливали молоком із додаванням сметани та ставили на півдня у піч.

Жителі півночі регіону готували своєрідну страву з тертої сирої картоплі: «деруни», «драники», «терчаники».

В пошані були сирі овочі та фрукти, які засолювали: огірки, капуста, яблука («антоновка»), або ж готували салати, які заправляли олією, якщо вона була у господарстві. Термічній обробці у печі підлягали гарбузи, яблука, капуста. Їх вживали з молоком або олією з коноплі чи маком. Свіжі фрукти та ягоди були звичайним явищем на столі поліщуків. З них також робили начинки: грушеві, яблучні, сливові, вишневі, черешневі, смородинові. З дарів лісу теж до столу поставляли – калину і бузину, чорницю і малину, терен.

Родини селян у піст чи зимою часто переходили на так зване «друге м'ясо» – гриб опеньок, підосичник («красноголовці»), підберезовик («бабка»). Страви готували із сушених грибів та сирих. Навіть їли сироїжки сирими. Щоденний раціон був бідним на м'ясо, дозволити лишень могли його у свята. У домашньому господарстві селян зазвичай вигодовували свиней, а великої рогатої худоби було мало, що відбивалося і на раціоні до початку XIX ст. Вжиток телятини і яловичини набув розвитку пізніше [176]. Забій худоби та дрібних тварин відбувався виключно до храмових свят. Автохтонною стравою

є кров’янка. Кишки свині, особливо товсті, начинювали сумішшю крові з кашею і молоком. Бараняче м’ясо вживали не часто, конину взагалі не їли. За попередньою стравою на столі зазвичай були голубці («голуби»), які виготовляли з листя квашеної капусти з бочки та подрібненого м’яса і різного виду каш, що залежало від достатку селян. Ковбаси, кендюх, холодець вживали на свята («празнікі»). Кожна сім’я полюбляла ще готувати з пшона: «рубці», «хляки», «фляки». Подавали до обіду обов’язково лемішку із смаженим салом – «шкварками», картоплю – «солоніки», теж з ними. В неділю до столу потрапляли яйця варені чи смажені. Страви з річкової риби були рідкісними. Готували рибу на пательні або тушкували зі сметаною. Молочні продукти не переводилися на столі у селян. Але релігійні обмеження дозволяли їсти їх у відповідні дні. Молока було вдосталь, а сметани та масла не вистачало у багаточисленних сім’ях. Сметаною чи молоком забілювали перші страви: зелені та червоні борщі, юшки.

Лінійка напоїв була простою: пиво та мед (кін. XIX – поч. XX ст.). На селі не прижилися традиції чайних та кавових церемоній. В спекотні дні пили квас [5], який готували різними способами. Складовими для квасу були: хліб, фрукти (груші-дички, яблука-кислички із численних лісів). Полісся та Волинь славилися ягідними квасами: «бруснічнік», «каліновнік», «ягоднік». Квас з буряка готували нечасто. Через численну кількість сушених дикоростучих фруктів постійно готували узвар. Лісові дерева забезпечували березовим та калиновим соком селян. Зберігали його майже до червня у дерев’яних бочках. Для продовження терміну вжитку заправляли сушиною, шматком стільника, смаженим зерном, ячменем або шкоринкою сушеного хліба «омта», який споживався виключно поліщуками.

На Поліссі щодня, а також під час святкових днів і урочистих подій традиційно вживали узвар (інколи згаданий як «взвар» або «вар»), основними складовими якого були дикі ягоди, серед яких найбільше цінували чорниці. Медова сита в Київській Русі належала до ритуальних страв і її функціональне призначення залишалося незмінним до XIX століття, коли її почали використовувати для поливання колива та куті. На початку

XX століття мед практично зник із переліку традиційних напоїв. У заможних верствах користувалися популярністю різноманітні наливки та настоянки, які готували з додаванням калгану, зубрівки, звіробою чи кропиви [5, 86, 306].

Чайні церемонії у поліщуків не практикувалися. Трави заварювали безпосередньо для пиття, серед них були м'ятні, суничні, липові (цвіт), звіробійні, шипшинові (пелюстки), трояндові, сливові (гілочки), малинові, вишневі, смородинові та інші дикорослі рослини. Кава на селянських столах не була доступною і не мала поширення.

На другому місці за чисельністю на території України проживав етнос росіян, що дисперсно розселявся на сході, півдні та в містах, таких як Донецьк, Дніпро, Запоріжжя, Київ, Луганськ, Одеса, Харків, Сімферополь. З 2001 року їхня частка населення зменшилась через зміну громадянства.

Кухня російського етносу характеризується не лише специфічною рецептурою, але й стилем життя. Основним кухонним інструментом була «російська піч», а посуд виготовляли з глини, що надавало стравам особливого аромату та смаку. Продукти піддавалися різним методам термічної обробки. Українська кухня відрізнялася перш за все наявністю перших страв. Так, суп, який отримав сучасну назву лише з XVIII століття, раніше називали «хлєбова». До рідких страв також відносили щі – їх налічувалося близько 60 видів, які готували з м'яса, риби, головизни, грибів, а також «ледачі», порожні, зелені, кислі та щі з кропиви. Крім того, до переліку входили кальї: розсольники з солоних огірків, борщі, юшки, ухи та солянки.

На першому місці у них «суп із крупи» [5], вівсяне толокно [220], з квашеного солодового тіста готували «кулагу» [220], рідка мучна каша «соломаха» [220], «завариха», «болтушка». Обрядова їжа була у вигляді каш. Пізніше каші ячна і перлова в раціоні етносу стали номер один. Борщ відрізнявся одним квашеним буряком. Готували постійно «щі», які не обов'язково присмачували борошняними додатками. Впізнаною на столах етносу була «окрошка», яка включала всі дрібно нарізані інгредієнти: цибуля, картопля варена, яйця варені, огірки свіжі, зелений кріп, петрушка. Гриби були у складі печень та засоленими і сушеними. Страва «душеніна» (картопля з

м’ясом), тушилася довго у печі та подавалася до столу у другій половині дня. Популярними були квашення та мочення овочів та фруктів. Пироги є дуже відомою стравою етносу, які не змінювали свою рецептуру довгі століття. Під час урочистих подій та свят завжди подавали пироги, які підбирали саме під цю подію. Склад начинки був різноманітним: м’ясна, рибна (вязига, оселедець, молоки), снетки, каші, яйця, сир, гриби, ріпа, цибуля, капуста. Рибу шанували та готували у різній манері.

Горілчаний напій «збитень» набув широкого поширення серед бідних верств населення. Поширеним був чай та церемонія чаювання з самоваром. Вживання їжі суворо регламентувала православна церква, яка підпорядковувала харчування селян постом, і на столі були пісні та скоромні страви у відповідні дні календаря.

У *білорусів* своя самобутня кухня. Етнічного маркування набули рідкі страви «крупнік» [5], вівсяна каша [5], «саладуха» і «раугеня» та «путра» [86]. До пісної їжі належить «калатуха», до складу якої додають гречане борошно. Вона дещо нагадує лемішку. Варять із житнього чи ячмінного борошна бовтуху. Раціон урізноманітнювали такою стравою, як «зацірка»: до неї додавали олію, мак. Хоча її готували і без них. За однією рецептурою готували з вівсяного, гречаного борошна – «ками», «клецкі», «галушки», «вареніна». Їх варили у воді, коров’ячому молоці або конопляному [5]. Складали в макітру та ставили в піч «плешчаніки», плоскі коржі з гречаної лемішки. Готували «лапуни», «сковороднікі» [5]. Побутувала назва «бурякі» на страву борщ. Його готували згідно до сезону і зелені, яка була в доступі (щавель, лобода, кропива, петрушка, кріп, бурякова гичка) [176]. «Заколоту» з пшеничної, житньої муки, додавали у капусняк, який був частим на столі селян. Звертає на себе увагу страва «дранікі», «дзеруни» [5], яка є визитівкою етносу. Начинку застосовували будь-яку: сир, м’ясо або без них, ще додавали борошняну, грибну підливу. Гриби (опеньки, рижики, печериці, сироїжки, лисички, маслюки, хрящі) та страви з них споживали у солоному та свіжому вигляді. М’ясний раціон (свині, вівці, птиця) у селян був виключно на свята. Ритуальним напоєм був «хрестинний збитень» [5], до складу включали хрін, редьку, мед, сіль. Такого напою у інших етносів не готували.

Найбільша чисельність *поляків* проживає на території Житомирського Полісся (3,53% від частки населення), Волинського Полісся (зокрема Рівненська область): цьому передували певні історичні події [220, 449]. У складі українських земель мало місце польське поміщицьке землеволодіння (латифундії), якими керували відомі родини: Потоцьких, Любомирських, Сангушків, Браницьких. Цей етнос дуже прискіпливо зберігає свої традиції на чужині. У кінці XIX - на початку XX ст. на сніданок у поляків був хліб, сало, молоко. Частими інгредієнтами перших страв були сало, масло, сметана. Виключно польською стравою є «zur» – кисла юшка, яку готували із закваски води та борошна майже до 90-х років XIX ст. [19]. Кислі страви були популярними у польських селян: квасниця (квашена капуста), баршч (квашений буряк). Борщ з кінця XIX ст. набуває першості серед перших страв, через свої поживні властивості. Друге місце, обіймають каші, «клюски», основою для яких були молоко, сало, сир. Самотужки робили домашню локшину на яйцях – «цястечко». Вживали також відварену картоплю «ziemniak». Недільного дня на столі, зазвичай, були вареники – «пироги», грибні страви та м'ясні, серед них «бігос» [33]. Великої популярності набула «zacierka». Вона готувалася з кисломолочної кваші. В меню селян є згадки про страву «макарон», який готували самі із крохмалю та яєць, випікаючи млинці. Їх висушували вже порізані та додавали сухими у страву. «Лазанки» – солодощі, які їли поляки того часу. Спосіб приготування тіста, як на вареники, у вигляді маленьких подушечок, які відварювали та перемішували із варенням. Великодніми стравами були паски, але випікали ще «марципани». Поляки Волинського Полісся готували торт «Наполеон», який був для нас незвичним. Товсті коржі перемащували спеціально звареним кремом. Лінійка польських кондитерських виробів включає свою випічку під кожну релігійну чи святкову подію. На весілля панство випікало «коровай». Поляки Житомирського Полісся готували «печеню». Обирали ребрину, яку тушкували та поливали підливою та подавали на стіл з млинцями та капустою [33]. У пошані у них була кава на основі хлібних злаків, чай із натуральних польових чи лісових трав. Так, як в українців, молоко не користувалося у поляків великим попитом. Релігійний календар теж вносив свої корективи у харчування

поляків. Щороку у піст вживали пісні рідкі борщі з додаванням квасолі, рибні страви, страви з капусти. Вживали картоплю в «łupinie» на додачу з хріном. Пісне меню містило ще пироги з «гурдою», особливістю яких було насіння коноплі, розтерте у макітрі, пересмажене на пательні з цибулею [33]. У зв'язку з церковними заборонами, на початку XX ст. поляки не вживали алкогольні напої. Але споживчий ринок запропонував альтернативу у вигляді лимонаду, содової води, квасу [176].

Сліди *німецького населення* можна знайти по всьому Правобережному Поліссю України – від околиць населених пунктів, де збереглися старі та часто занедбані цвинтарі, до віддалених лісових масивів, заростих деревами. Архітектурна спадщина включає кірхи та комплекси будівель. Історичні події XX століття залишили на території сліди як болю, так і демократичних трансформацій. Перші згадки про німців на цих землях датуються X століттям, простежуючи їхню присутність протягом середньовіччя і до сучасності.

Сьогодні німецькі поселення на території України є малочисельними і зосереджені на півдні, сході та заході (Закарпаття). Історично німці-меноніти переселялися на Волинське Полісся після наполеонівських воєн. Їм надавалася низка привілеїв імператорською владою, зокрема свобода віросповідання, звільнення від військової служби та податків протягом понад тридцяти років. Колоністи осідали переважно вздовж осі Києво-Брестського шосе (сучасна М06 «Київ–Чоп»). До Першої світової війни у Волинській губернії проживало близько 210 тисяч німців. Подальші історичні потрясіння значно скоротили їхню чисельність, залишивши невеликі громади в містах Звягель і Житомир.

Німецькі переселенці перетворювали болотисті та пусті землі на родючі поля. За свідченнями очевидців, у Лугинському районі біля села Красносілка (Колона) та в Овруцькому районі (с. Возлякове) господарства колоністів були обнесені частоколом, за яким росло жито заввишки до людського зросту. Населені пункти колоністів часто називалися «колонами» або колоніями. Землеробство велося із застосуванням сучасних на той час знарядь, дотриманням сівозміни та раціональним внесенням добрив.

Німецька кухня вирізнялася великою різноманітністю м'ясних страв. Серед популярних були печеня в горщику тюрингська, відбивний шніцель з окорока, запечене філе та окорок із додаванням стручкової квасолі, «hamburger-steak», «zerlegen», «schmorbraten» та «muscheln», приготовані з м'яса худоби, птиці, риби та дичини. Особливою стравою вважалася «saure Kabbe», що готувалася з голови свині або ребра, з дрібно нашинкованою цибулею, кислою капустою, яблуками без шкірки, ягодами ялівцю та білого вина. Важливу роль у харчуванні займали овочі, особливо капуста і варена картопля, а як гарнір використовували горох і боби.

Рецептури супів та густих страв передавалися з покоління в покоління. Серед таких популярних страв – «dicke Eintopfsuppe», до складу якої входили м'ясо, сосиски, сардельки, ковбаски, квасоля, горох і овочі. Технології приготування та пивоваріння колоністів залишаються впливовими й до сьогодні. Другі страви готували переважно з натурального м'яса, тоді як подрібнене м'ясо використовували рідко. Відомий німецький наїдок – поєднання сосисок і тушкованої квашеної капусти, джур «sauer», – був адаптований і іншими етносами, що урізноманітнило його приготування [176, 86].

Архівні матеріали міста Бердичева Житомирської області, відомого завдяки видатному хасидському праведнику раббі Леві Іцхаку, дають змогу простежити ментальні та культурні особливості *єврейського етносу.* Використовуючи документи архівів міст Овруча, Житомира, а також населених пунктів Радомишля, Лугин та інших, можна відстежити традиції харчування, побутові звички, поховальні обряди та ширшу культурну практику громади.

Зокрема, аналіз поховальної культури початку XIX століття на старих єврейських цвинтарях у селах Кизили, Підруддя та смт Лугини демонструє специфіку «життя і смерті» того часу. Поховальні споруди, що збереглися, виконані у формі дерев'яних будиночків-вуликів (рис. 3.13.), що свідчить про унікальний підхід до меморіалізації та ритуальної архітектури цієї етнічної спільноти [207].



*Рис. 3.13. «Будинок вічності» в с. Підруддя Овруцького району* [87].

У поліських глибинках євреїв дуже-дуже мало залишилося. Етнічна спільнота нараховує 85% жителів, які переважно осіли в містах Житомир, Бердичів та селах навкруги. Масовий виїзд євреїв відбувся після розпаду СРСР, великий внесок зробила аварія на ЧАЕС, але вони не повернулися «до пустелі за покликом пророка Мойсея», а розпорошилися територією країн Європи та США. Міста Житомирського та Волинського Полісся та окремих населених пунктів України були до Другої світової війни заселені на 50% євреями. Дві гілки євреїв: ашкеназійські та сефадські − дуже відрізнялися харчовими традиціями.

На території дослідження ашкеназійські євреї проживали та мали свою кухню, яка була під впливом релігійних заборон та обмежень – кашрут. Відмітною стравою є риба гефілте, яка готується без шкіри, а в подрібнене філе додають яйця, цибулю, приправи для смаку. Серед перших страв популярності набув курячий бульйон, борщ із щавлю у холодному вигляді, суп із сіші картоплі та квасолі, суп із сухофруктів холодного приготування. На друге завжди подавали гарячі фаршировані шийки та фаршировану рибу.

До них додають або домашні макарони (lokshen), або кнедлики (kneidlach). В супи категорично не додавали жирів та м’яса. З макаронами та кнедликами готували такі страви, як крупник чи борщ. Надавали перевагу печеному м’ясу, дрібно порізаному, приправленому оцтом. М’ясо напівготове приправляли цукром, лавровим листям, чорним перцем, родзинками, сіллю та збризкували оцтом. На столі чільне місце посідав

ароматний гуляш та шніцель. Світової слави зажила страва цимес, до складу якої додавали овочі, фрукти, декілька шматків м'яса. З риб не вживали сома, вугра, а решту споживали із великим задоволенням. Різні молюски, раки, ракоподібні та річкові тварини і морські були під забороною. Ікру риб червону їли, чорну не вживали. На столі у євреїв завжди був мед. Комах не вживали у їжу. Серед овочів на першому місці були ріпа, морква. З трирічних фруктових дерев збирали плоди. Якими були груша, інжир, слива, яблуня. Єврейські родини готували пиріг з начинкою із яблук. В пошані були різні страви, які яскраво вказували на єврейську народність: печиво з манки та горіхів, медовик, баба ганеш, хала, латекс, бабка, баклава, кугель, пастрома, маца, халва, суфганіот, вино малага, оселедець в оцті. Вживання їжі та перерви між ними мали значення і тривали 5-6 годин, особливо між стравами із молока та м'яса. Велике свято Песах (єврейська Пасха) починалося зі страви *«харосет»*, яку готували на основі вина, горіхів різних сортів, свіжих фруктів, з додаванням спецій. Всі продукти доручали перевіряти рабину, який після огляду надавав сертифікат кошерності. Саме такий ритуал поділяв їжу на кошерну та трефну, або дозволену чи заборонену. У сучасному єврейському середовищі такі правила у 25-30% родин, а в минулому всі родини дотримувалися релігійних заборон.

Появі етносу *чехів* в українському Правобережному Поліссі посприяли події військового, культурного та господарського характеру. Згадки про них є ще з часів Київської Русі (XIII ст.). Опосередковано територіями українських областей (Житомирської, Рівненської, Волинської) проживали чехи Волинській губернії. З 60-70-х років після скасування кріпосного права утворилися чеські населені пункти. Масова чеська колонізація відбулася у другій пол. XIX ст., якій сприяли безземельність чехів, бідність та складні умови праці. Компактним місцем проживання чехів є населений пункт Зубівщина Житомирської області, де ці родини є і понині. Чехи з повагою відносилися до хліба, таку поведінку та шану перейняли у поліщуків.

Чеська нація більш індустріальна, та не переживала Голодоморів, що і відбилося в такому не вельми шанобливому ставленні до хліба. Для чеської гастрономії

притаманне копчення. Селяни мали одну чи дві коптильні на село. Всі м'ясні продукти вудили димом фруктових дерев. Для зберігання використовували кошики з кришкою з рогози. Топовою стравою були «кнедлики». Кожні емігранти робили їх за своєю рецептурою, але за основу брали борошно грубшого помолу з додаванням картоплі, сиру. Щедро приправляли капустою з такою пряністю, як тмин. Страву компонували таким чином, що зверху були шматки курятини, а знизу капуста, а посередині «кнедлики» картопляні. Сирні «кнедлики» готували з додаванням борошна, солі та цукру до сиру. В окріп їх закидали як вареники та подавали зі сметаною, маслом, маком, медом, «сушенею» (перекручені сухі яблука). І донині чеські родини готують «кнедлики» на свята. Першою стравою традиційно була «нудлева полівка» − суп з вермішелі домашнього приготування, який містив ще такі інгредієнти, як картопля, цибуля, морква, перець, лавровий лист, петрушка. Але існували і варіанти без картоплі. «Залейвана полівка» в харчовій культурі чехів зустрічається в сучасній гастрономії. Для приготування вермішелі вдома використовують яйце та небагато борошна, яке перетирають руками. Утворені дрібні шматки тіста варили та заправляли сметаною. Технологія «шклубанкової полівки» відрізнялася тільки відриванням − «шкубанням» шматочків тіста, «шкубатків», але склад інгредієнтів був той же. У чехів є національна страва «чеснечка», яку готували з відвареної картоплі, заправленої потовченим часником з тією водою, яку зливали, та додавали порізаний квадратиками черствий чорний хліб. Заправляли обов'язково перцем, лавровим листком, підсмаженою цибулею. Заслуговують уваги «сулц» (холодець) та «яглі». Страву «яглі» готували на основі перлової, горохової груп, які заправляли штаточками смаженого сала з цибулею. Не обходилися чеські застілля без печені та такого її виду, як «обманна печеня». Саме «обманна печеня» складалася з великих кавалків обсмаженого сала, цибулі, борошна з додаванням вареної картоплі. Всі ці інгредієнти кіп'ятили разом. Унікальною є страва «їтерніце», яку вони називали домашнею ковбасою (сальтисон). Зазвичай всю домашню птицю запікали в печі за особливими рецептами. Кожна чеська сім'я солила на зиму помідори, огірки, капусту, яблука. Все зберігали у кам'яному льосі у дубових діжках.

Кондитерські смаколики «jablečný závin» з яблучно-маковою начинкою, «dort» − це звичайний пиріжок, «označení» − все це вміли готувати чеські господині. Зазвичай на столі були «пляцки» та пиріг з маковою начинкою. Чай заміняв перепалений цукор, який розчиняли у воді. На Різдво пригощалися булочками. Їх ламали шматочками та обкачували у мед та мак. Пивоваріння та випивання пива − це чеська споконвічна традиція.

Присутність *вірмен* на території України, зокрема на Правобережному Поліссі, відстежується ще з часів Київської Русі. Перші згадки про їхнє заселення містяться у праці «Географія» VII ст. вірменського історика Ананія Ширакаці. Вірмени мігрували на українські землі під впливом історичних подій та економічних причин, зокрема через Крим і Молдову. У сучасний період на території держави налічується близько 70 вірменських колоній, основні ареали їхнього проживання зосереджені у правобережно-західних та північно-причорноморських регіонах [74].

Хвилі переселень відбувалися у період XI–XVII ст. під впливом малоземелля, воєнних конфліктів, економічних змін та природних катастроф, таких як землетрус у Спітаку. Сьогодні вірменські родини проживають у містах обласного значення Житомирської та Волинської областей, а в населених пунктах Дубно та Сарни Рівненської області нараховується близько 400 родин.

Кухня вірменського етносу відзначається багатовіковими традиціями та унікальними методами приготування їжі. Основним інструментом був «тонірі» (або «тондірі») — циліндрична земляна піч, у якій випікають відомий у світі лаваш. Раціон традиційних вірменських родин формувався з урахуванням збалансованості продуктів і включав овочі, фрукти, зелень (естрагон, кінза, базилік, м’ята), зернові, сири, рибу та різноманітні спеції.

Серед традиційних страв виділяються: *полба* – смажене м’ясо з додаванням лавашу та кінзи; *кябаб* – м’ясо з овочами, фруктами та зеленню; *хашлама* – відварне м’ясо з квасолею; *харіса* – відварене м’ясо з пшеницею; *суп з сочевиці з картоплею*; *буряковий салат*; *конвертики з листового тіста з сиром і зеленню* («хачапурі»).

Релігійні свята супроводжувалися спеціальними стравами: солодкий пиріг «гату» із «щасливою копійкою», «кутап» – відварена риба, пісні голубці «долма» в капустяному листі або виноградному листі, плов із сухофруктами на Великдень, а також різноманітні солодощі – «пахлава», «гата», «суджух». Лаваш визнаний об'єктом нематеріальної спадщини ЮНЕСКО з 2014 року. Вірмени також відзначалися виноробними традиціями, переважно виробляючи сухе вино.

Історія появи *азербайджанського етносу* не може бути випадковою на території України. Нитка життєпису прослідковує певні закономірності: були у складі Радянського Союзу, військова служба, навчання у вузах, пошук роботи, карабаський конфлікт, доля біженців, безробіття 90-тих. Нараховується понад 45 тисяч азербайджанців на території держави. Етнос азербайджанців плекає та передає свої гастрономічні традиції та культуру через етнічно марковані страви – плов, баранину, пиріжки з м'ясом («кутаби»), шашлик. Приготування арманського шашлику відрізняється поєднанням фруктів з м'ясом, а не овочів, як у інших народів. Прослідковується надмірність у використанні прянощів: коріандру, базиліку, фенхелю, шафрану. Процес їжі починався зазвичай зі споживання різних закусок, солінь, маринадів, сирів. Кулінарним апогеєм була подача шашлику з баранячого м'яса, ароматного плову з овочами і витонченої долми. Своєрідними є перші страви – супи «піті» на основі нуту та яловичини, аличі з картоплею та перцю; «довгу» на кисло-молочній основі із фрикадельками та щедрим додаванням зелені. Традиційним є довге чаювання із солодощами. Відомими у всьому світі є ніжний щербет, кураб'є у вигляді квітки, мушлі чи палочки, пахлава із найтоншого листового тіста, сушені горіхи, особливі сиропи з винограду, прозоре варення [176]. На великодень пекли «чорег» – солодкий хліб. Рибні страви припускали, що є особливістю у приготуванні форелі.

Історичний наратив *західних татар* має півтисячолітню історію взаємин населення Великого князівства Литовського, Королівства Польського з тюркським населенням Східної Європи [207]. Науковий фактаж містить мізерні згадки. Етнос нечисленний − 25-30 тисяч, який розселений Литвою, Білоруссю, Польщею. Відповідно

їх називають татарами, відповідно до тієї країни, в якій проживають (польськими татарами). Згадки про них датуються ще з XIV-XV ст. у казенних записах князя Вітовта, який набирав до війська служивих татар. Історичні джерела сусідніх держав містили про них відомості, а українська історична наука їх майже оминала. Це є історичною несправедливістю, яку насаджували як радянська влада, так німецька окупація, яка їх знищувала. Асиміляційні процеси з місцевим населенням не сприяли збереженню етносу. На території проживання вони не мали змоги сповідувати свою релігію – іслам, та дотримуватися її канонів. Вони групувалися у так звані «татарські квартали», звідси і походження сіл, вулиць, місцин Правобережною та Західною Україною. Ми їх прослідковуємо через населені пункти Деражне Костопільського району Рівненської області, село Залав'я біля Острожця, нині Млинівський район цієї ж області. Серед харчових інгредієнтів на перший план висували баранину, яловичину. Візитівка цього етносу − відомі пиріжки з начинкою з баранини. Основою для приготування було подрібнене м'ясо барана та курдючий жир, всю суміш загортали у листове тісто та випікали хрусткі пиріжки. Здоба презентувала велику кількість волоських горіхів та меду. Унікальним смаколиком є «ак'алва», в рецептурній карті якої є цукор та горіхи.

Етнічна субстрата *молдавани* є третьою за чисельністю на території дослідження. Ареали проживання визначено ще з XVI ст., в межах Одеської та Чернівецької областей.

Рушійною силою такої міграції було нестерпне панування влади мусульманської Османської імперії та переселення на вільні території. Правобережне Полісся населене окремими родинами. Друга хвиля переселення відбулася у середині XVIII ст., в українські степи – «дике поле». Молдавські села зберігали свою специфічну етніку. Національна кухня специфічна та яскрава − із мозаїкою овочевих страв − свіжих, варених, смажених, запечених, тушкованих, солених. Овочева лінійка ще доповнювалася кукурудзою, квасолею, нутом, баклажанами, перцем, помідорами, білокачанною та кольоровою капустою, гарбузом, цибулею-пореєм, гогошаром [32]. Кукурудзяна мамалига на столах молдаван з'явилася у XIX ст., тому що кукурудзу саме тоді стали вирощувати на земельних ділянках. Випасання овець та продукти (бринза)

виробництва з їхнього молока посіли чільне місце у раціоні етносу. М'ясна тарілка дуже автохтонно представлена: костіца, менкеріка, папрікаш, кирнецеї, яхнія, зама манджею, мусака, мітітей, токана, костіца. Випічка була у кожної молдавської сім'ї своєрідною, чого вартували пироги: плацинда і кручена вертута. Варто згадати про «петля» (фруктово-ягідний), суфле, нугу, калачі, кулічі, шербет, халву, гогошь. Виноробна справа теж процвітала та приносила харчовий додаток до столу та до кишені.

Національно-етнічна мозаїка включає етнос *болгари,* які з'явилися наприкінці XVIII – на початку XIX ст. в Україні, які тікали від гонінь турків проти християн[207].

Вісь осілості проєктувалася на південь Бесарабії, Таврії (Кримський півострів), Причорноморське узбережжя. Українське Правобережне Полісся облюбувала незначна кількість родин. До столу подавалися страви з печі, виключно у гарячому вигляді. Центральне місце в раціоні болгар посідав «курбан», до складу якого входили булгур та м'ясо баранини. Постійними були інгредієнти: молоко, яйця, бринза. Місцеві болгари випікали смачну випічку «міліна», на основі перемішаної бринзи і борошна, яку заливали молочно-яєчною сумішшю. Випічка міліна з тіста з бринзою із заливкою з молока та яйця була надзвичайно популярною. З вином завжди їли «міліну». Це універсальне печиво подавали навіть до чаю.

*Роми* на території України згадуються з XV століття [207] і їх називали «протягом золотої історії держав». Традиційні поселення ромів розташовувалися у передмістях Ужгорода, Бесарабії та Криму. Імперські закони XVII століття намагалися осілих ромів інтегрувати в осіле життя, що відбивалося у видачі законодавчих актів у 1809, 1811 та 1818 роках для регулювання бродячого способу життя етносу [146].

Мігруючи та оселяючись на території України, роми формували окремі родові громади, зокрема на Правобережному Поліссі. Так, у Волинській області налічуються дві постійні ромські громади. Роми вирізняються особливою шанобливістю до харчування, а їх гастрономія відзначається вишуканістю та традиційним різноманіттям.

У родинах ромів обидві статі брали активну участь у приготуванні страв, однак окремі страви залишалися суто чоловічою прерогативою, наприклад, «бограч».

Рецептури ромських страв багаті на спеції, особливо гострі томати, а святкові та недільні трапези відзначалися рясними та багатими столами. Серед традиційних страв подають голубці, курку, відбивні, а серед хлібобулочних виробів особливе місце займає «марікля» – хліб, який випікають на воді з додаванням солі та масла, у печі або у формі.

Кочовий спосіб життя етносу вплинув на технології приготування їжі: багаття залишалося основним способом приготування страв на вулиці. Незмінними традиційними елементами залишаються кондитерські вироби, що передаються з покоління в покоління за власними родинними рецептами. Особливою популярністю користується «локша», що готується з картоплі, борошна та масла і підсолоджується цукром.

Етнос *греки* яскраво засвітився в Україні ще в античну добу, яка відома поселеннями Ольвія, Пантікапей, Херсонес Таврійський, продовжуючи ходу історії в середні віки. Вони настільки вписалися в автохтонне життя українців, що стали майже як свої [2]. Кримський півострів здавна є колискою грецьких родин ще з XVIII ст. Там сформувалася потужна грецька спільнота. Навіть на території Житомирській області проживає 107 представників етносу. Греки мають свою насичену кухню, в якій переважають м’ясні, молочні, борошняні вироби. Греки, які проживали на українських територіях, відзначалися специфічним приготуванням м’яса сушеного та в’яленого. Родинні грецькі традиції зберігають приготування страви «хаурма». Це є солонюща ковбаса, яку готували з довгим терміном вжитку. Відрізняються вони від інших етносів технологією приготування «колбик», який є різновидом в’яленого м’яса. Склад перших страв налічував один відмітний інгредієнт − м’ясо баранини. Відомими були «шурпа», «сюрпа», яку готували з м’яса барана. І цей бульйон або юшку з локшиною подавали до столу.

Майстерність греків проявлялася у кулінарних навиках приготування різного тіста: прісного, дріжджового, листкового. Вироби з борошна завжди були на столах грецьких родин: «піта», «чебуреки», різноманітні варіанти домашньої локшини,

«хашитья» (пельмені певного виду), «турта», «кубете», «шумуш» (пиріг, начинений гарбузою), пиріжки з додаванням часникового соусу під назвою «лухум».

Нащадками волохів є *румуни*, які ще в Середньовіччя намагалися оселитися на теренах України. Спосіб їхнього життя був напівкочовим. Вже перші поселення датуються XIV ст., де вони утворювали свої осередки або змішувалися з місцевими. Приваблювали їх південно-західна частина Чернівецької області, де мешкає понад 114 тис., і райони Закарпатської області, які є прикордонними з Румунією [151]. На теренах Правобережного Полісся України проживають нечисленні групи. Такі територіальні переваги спонукали до вивчення декількох мов. Харчові традиції перших страв полягали в тому, що супи забілювали сметаною тільки перед подачею. Гастрономія включала переробку овочів, фруктів, яєць, молока. Головний нахил у рецептурі всіх страв був на інгредієнти, що сповільнювали процес старіння організму людини. В їжу постійно додавали лікувальні трави, ароматні. Процес приготування спирався на повільний темп та помірний вогонь. Певні харчові продукти не доводили до повної готовності.

Етнос *угорців* (самоназва «мадяри») проживає переважно у Закарпатській області (6,7 %) та Дніпропетровській області (0,5 %) України. Племена угрів з'явилися на території Придунайської низовини ще у IX столітті. Сліди угорського етносу простежуються і в регіоні дослідження — на Правобережному Поліссі. Вони збереглися у топонімах та гідронімах Житомирського Полісся, зокрема в таких назвах, як річка Візня та населений пункт Можари на півночі області, що пов'язаний зі шляхетським родом Можарівських.

Історичні джерела повідомляють, що під час бунту древлян у 945–946 рр. угорські дружини київського князя допомогли його придушити, за що отримали землі в Овруцькому районі, серед яких села Можари. Аналогічні угорські сліди у топоніміці зустрічаються й у Київській області: села Лебедівка (Вишгородський та Яготинський райони), Лебедин (Бориспільський район), а також річка Либідь у Києві. Житомирське Полісся також зберегло угорські топоніми – Лебедівка у Звягельському та Лебідь у Ємільчинському районах.

Кулінарна спадщина угорців вирізняється щедрим використанням червоного перцю, помідорів, стручкового перцю та цибулі сорту «мако» [31]. Символом угорської кухні є «гуляш». В гастрономічних записниках етносу фігурують курячий паприкаш із галушками та традиційні голубці. Історично основу раціону складала свинина, згодом до нього додали курятину та рибу. Перші страви включали супи «халасле» та свинячі супи, а на друге подавали «токань», «гуляш», «паприкаш» із сметанно-паприковим соусом та «перекельт».

Угорські господині також відомі майстерністю у випічці та кондитерському мистецтві: солоні та прісні «кіфлі», локшина з сиром, вишневі та сирні рулети, «галушки шомлої», «варгабелеш», торти та кекси. Виноробна традиція угорців принесла їм славу завдяки виробництву вишуканого вина «токай».

Етнічна самоідентифікація угорців базується не лише на мові, традиціях та віросповіданні, а й на національній кухні, яка є важливим маркером культурної спадщини етносу.

Ієрархія цінностей демонструє, що різні етнічні спільноти по-різному визначають та підтримують свої пріоритети. Порядок значущості окремих елементів сприяє формуванню стабільної самоідентифікації етносів, що усвідомлюється через відчуття групової єдності. Розподіл складових етнічної ідентичності для різних етносів представлено у таблиці 3.1.

Проведене порівняння етнічних маркерів на перший план висуває мову, яка показує етнічну належність етносу. Хоча є випадки, які обов’язковість мови як ідентифікатора не фіксують. Кодовими для всіх етносів є поняття: народні традиції, звичаї, рідна земля, спільне історичне минуле.

Ідентифікація таких маркерів, як література, мистецтво, фольклор, віросповідання, риси характеру, національна кухня, національний одяг, спільні зі своїм народом перспективи розвитку не користуються одностайною підтримкою у етносів. Національна кухня серед усіх маркерів на 5 місці, що є теж немаловажливим показником приналежності до певної культури.

Таблиця 3.1

**Елементи етнічної ідентифікації етносів**

*(Джерело: сформовано автором)*

| Етнос | Мова % | Народні традиції, звичаї % | Література, мистецтво, фольклор % | Спільне історичне минуле % | Віросповідання % | Рідна земля % | Національна кухня % | Риси характеру % | Спільні зі своїм народом перспективи розвитку % | Національний одяг % |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Білоруси** | 32 | 24 | 7 | 41 | 5 | 36 | **11** | 9 | 7 | 3 |
| **Євреї** | 19 | 39 | 5 | 71 | 23 | 5 | **21** | 21 | 15 | 2 |
| Росіяни | 91 | 47 | 39 | 37 | 25 | 21 | **17** | 10 | 6 | 1 |
| **Молдавани** | 82 | 37 | 15 | 13 | 7 | 29 | **38** | 19 | 3 | 1 |
| **Болгари** | 81 | 36 | 9 | 11 | 9 | 14 | **53** | 28 | 2 | 5 |
| **Поляки** | 64 | 54 | 25 | 32 | 75 | 22 | **10** | 6 | 9 | 7 |
| **Угорці** | 96 | 54 | 39 | 30 | 63 | 31 | **13** | 2 | 18 | 1 |
| **Румуни** | 78 | 57 | 35 | 31 | 16 | 47 | **21** | 10 | 8 | 7 |
| **Татари** | 98 | 90 | 38 | 44 | 76 | 5 | **50** | 18 | 1 | 13 |
| **Німці** | 37 | 30 | 18 | 41 | 19 | 13 | **17** | 29 | 15 | 9 |
| **Чехи** | 54 | 44 | 21 | 22 | 72 | 20 | **8** | 5 | 7 | 4 |
| **Вірмени** | 27 | 25 | 10 | 31 | 14 | 11 | **9** | 21 | 7 | 2 |
| **Азербайджанці** | 25 | 20 | 9 | 29 | 14 | 10 | **8** | 19 | 7 | 1 |
| **Роми** | 13 | 15 | 8 | 23 | 12 | 8 | **7** | 15 | 5 | 1 |
| **Греки** | 10 | 13 | 5 | 17 | 12 | 7 | **5** | 14 | 3 | 1 |

Вивчення історико-географічних, кулінарних джерел та власні маршрутні дослідження гастрономії етносів українського Правобережного Полісся проявили одну їхню таку ментальну рису характеру, як ощадливе використання харчової продукції. Всі без виключення етноси не «жирували», а раціонально вправлялися на кухні, спираючись на місцеві продукти. Прослідковується ментальна звичка у побуті − не викидати продукти, не з’їдені за день, а продовжити їм «харчове» життя. Наші предки мали досвід виживання у різні лихоліття, що наклало відбиток на способи приготування, добування їжі.Сучасні європейські тенденції у харчовій культурі починають запоз ичувати досвід нашого регіону. Раніше питання смаку не розглядалося молекулярно — головне було, щоб їжа була наявна та в достатній кількості. Автохтонні спільноти виживали завдяки умінню вирощувати продукцію, правильно зберігати та переробляти її для подовження терміну споживання. Накопичення харчових запасів, наприклад сушіння хліба чи

традиція класти його під подушку для швидкого доступу, стало своєрідним «харчовим законом». Генетичні спогади та травми, пов'язані з голодом і недоїданням, залишили відбиток на сучасній поведінці, формуючи звичку «про запас».

Такі гастрономічні дослідження мають практичний сенс: вони дають змогу відродити старовинні харчові технології у сучасних гастрономічних образах. Використання традиційних страв автохтонів дозволяє створити унікальний харчовий бренд-бук, який не адаптується під глобальні тренди, а залишається «своїм для своїх».

Сакральні назви страв етносів слід популяризувати, а не замінювати чужорідними термінами, що формує комплекс меншовартості. Псевдомаркетингові меседжі про традиційну їжу відчутні від медійних івентів до гастроблогерських «stories» та промоцій у ресторанному бізнесі. Буденні продукти та страви, такі як борщ, сало, вареники чи пироги, не є стереотипами — вони становлять харчовий код нації. Важливо не лише споживати ці продукти, а усвідомлювати культуру їх смаку. Раніше пропагандистські уроки не дозволяли відкрито демонструвати власну гастрономічну культуру, перетворюючи її на сороміцьку.

Нашою метою є повернення цієї кухні етносів Правобережного Полісся України у сучасний культурний та гастрономічний простір. Для цього необхідно запускати масштабну рекламу на державному рівні, популяризувати та бренд-інгувати харчові продукти та страви регіону через ЗМІ, публікації, книги. Приклади такого підходу: книга Олеся Ільченка «Збирачі туманів» про кухню Київської області, праці Дмитра Малакова про Херсонщину, книги Ольги Геркулес «Мамушка» та «Літні кухні» про родинну гастрономію, фундаментальна робота Олени Брайченко «Україна. Їжа та історія».

Не менш важливими є кулінарні Інтернет-ресурси, блоги, гастрономічні фестивалі, майстер-класи шеф-кухарів та підготовка фахівців для туристичної, рекреаційної та ресторанної галузей. Правобережне Полісся України відкриває справжню криївку гастрономії етносів, яка стала цінним джерелом для нашого наукового дослідження.

## Висновки до розділу 3

1. Попри значну вивченість території Правобережного Полісся України, вона не розглядалася в симбіозі суспільно-географічних, фізико-географічних, ґрунтознавчих і етнографічних досліджень природних умов та специфіки кухонь етносів для визначення рівня розвитку гастрономічного туризму та для подальшого розроблення картографічних моделей гастрономічного туризму. Отже, гастрономічний туризм як фасилітатор змін у фізико-географічних областях Правобережного Полісся України, прокладає харчові стежки мандрівнику. Приділяється увага туристичному досвіду та атракціям, пов'язаним з їжею. Територіальні громади, що приймають туристів, намагаються привчити до «споживання» місцевої гастрономічної спадщини у ресторанах, на продовольчих ринках, місцевих крафтових виробництвах. У перспективі Правобережне Полісся України стане джерелом гастрономічного досвіду, лояльності та задоволення в низькі сезони.

2. Потрібно укладати стратегії здоров'я ґрунту для поліського регіону, які оцінять зміни властивостей ґрунтів внаслідок інтенсивної рекреації та туризму і одночасно можливості. Ґрунт з практиками харчування, як туристичний ресурс, цінується не лише заради них самих, а й через їхню здатність генерувати розвиток сільської місцевості, що допомагає збільшити джерела доходів у сільській місцевості та підвищити рівень доходів і зайнятості місцевої робочої сили (особливо жінок).

3. Комплексні географічні праці неможливі без етнографічних описів та розвідок. Географічна наука не може обійти своєю увагою вивчення населення, у нашому випадку окремого регіону, а також питання, пов'язані з вивченням кулінарних культур етносів та харчового біорізноманіття. В свою чергу етнографія в своїх дослідженнях звертається до геопросторового (географічного) підходу. Виникає область, в якій сходиться суспільно-географічна наука з етнографією – область діяльності гастрономічного туризму. Історичний наратив відкрив локальні страви етносів – гастрономічні спеціалітети та місцеві продукти, які потребують збереження – терруари. Населення

Правобережного Полісся України строкате: Житомирське Полісся є моноетнічним регіоном, хоча і має в своєму складі «старі» традиційні етноси, Волинське та Київське Полісся – поліетнічне. Правобережне Полісся України традиційно характеризується високим рівнем толерантності до представників інших етнічних спільнот. Незважаючи на війну, високий рівень міграції та погіршення умов життя, українське суспільство і нині демонструє тенденцію зростання рівня міжетнічної толерантності, поваги та взаєморозуміння. Національні меншини ніколи не ворогували з автохтонами, а мирно й плідно співіснували.

4. Глобалізований світ транслює кухню як «точку дотику» до культури, історії, традицій, способу життя. Їжа постає об'єднуючим фактором між людьми і створює контекст для розмови. Історію появи кухні поліщуків та її приготування, історії продуктів, технологій та середовища, у якому формувалися страви, що їх ми вважаємо автохтонними поліськими, потрібно брендувати в гастрономічних подіях регіону. Через кухню, інтерпретовану гастрономічним туризмом, ми наполегливо розповідаємо про побут, географію, природу, звички, світогляд і традиції поліщуків. Калейдоскоп кухонь етносів українського Правобережного Полісся України презентував всі гастрономічні наративи.

5. Вивчення історико-географічних, кулінарних джерел та власні маршрутні дослідження гастрономії етносів українського Правобережного Полісся проявили таку одну їхню ментальну рису характеру, як ощадливе використання харчової продукції. Смакові уподобання етносів мають багатовіковий досвід, який підпорядкований умовам проживання, фізико-географічному розташуванню, релігійним нормам, регіональним продуктам. Місцева кулінарія зберегла виразні смаки та форми завдяки технології первинної переробки та зберігання і приготування автохтонних страв. Історичні перипетії навчили етноси всю продукцію технологічно грамотно зберігати. Зібраний урожай: збіжжя, овочі, фрукти, лісові продукти: ягоди, гриби та дикороси, продукти бджільництва та м'ясо-молочні продукти складали повноцінний раціон та вміло розподілялися в часі між суворою зимою та жарким літом. Найпопулярнішими були

технології сушіння та в'ялення, квашення та соління, вудження. Завдяки різко вираженій сезонності свіжа рослинна їжа була доступна в короткостроковий період.

Середовище приготування їжі автохтонів глобалізаційно змінено. Повернення та відтворення народних технологій необхідно для своєрідного гастротуристичного продукту. Всі інституційні інструменти сприятимуть просуванню гастрономічної дестинації, її агрокультурної, гастрономічної спадщин, брендуванню приймаючих територіальних громад. Створити в пам'яті туриста запахи, звуки, враження та емоції, які об'єднують разом, щоб зробити місце, яке варто відвідати. Гастрономічний туризм Правобережного Полісся України може бути неймовірним завдяки рекламній кампанії, яка вийде за рамки просто визначних пам'яток, щоб створити емоційний зв'язок відкриттів і ностальгій.

Гастрономічні традиції Правобережного Полісся України заслуговують на промоцію серед іноземної аудиторії автохтонної кухні, навіть долучившись до виконання формальних дипломатичних функцій у дипломатичних представництвах. Нам не вистачає присвоєння нашим місцевим спеціалітетам тавра світових гастрономічних брендів та закріплення на світовому рівні репутації унікального гастрономічного центру Європи. Кухня Правобережного Полісся України загубилася на скрижалях історії та чекає на свою «кодифікацію». Позитивним є те, що Україна нещодавно долучилася до Європейської мережі кулінарної спадщини. Друга пол. XX та поч. XXI ст. започаткували тенденцію до збільшення кількості гастрономічних івентів, турів, кулінарних конкурсів, завдяки чому розширюється коло їхніх учасників. Цьому сприяють процеси динамічного розвитку самої кулінарії, а також процеси глобалізації, які транслюють зростання ролі міжкультурної комунікації і тих форм культурної взаємодії, що ґрунтуються на міжкультурній інтеграції в площині гастрономічного туризму. На загал кухня Правобережного Полісся України має великий туристичний потенціал ТГТС, який може не просто знадобитися в українській міжнародній гастрономії, а й перетворити місцеву кулінарію на бренд.

# РОЗДІЛ 4. ІМПЛІКАЦІЯ ДОСЛІДЖЕНЬ АГРОКУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ УКРАНСЬКОГО ПРАВОБЕРЕЖНОГО ПОЛІССЯ

## 4.1. Панорамний огляд трендів розвитку міжнародного гастрономічного туризму

Слово «туризм» походить від французького «tourisme», яке, у свою чергу, утворене від «tour» – прогулянка або подорож з метою відпочинку, тобто відпочинок поза домом. За змістом це поняття найбільш близьке до слова «подорож», оскільки людині властива постійна потреба змінювати місце перебування. Сучасна популярна література, зокрема бестселер Алена де Боттона «Мистецтво подорожі», художньо розкриває сутність подорожі, прагнення до неї та красу переживання руху. Автор зазначає: «Подорож сприяє самоорганізації образів простору. Рух мандрівника відбувається одночасно в реальному і образному просторах. Чим інтенсивніше рух, тим тісніше взаємопов'язаними стають ці простори. Вершина подорожі – це ототожнення реального і образного простору, народження образу самої подорожі» [1].

Британський соціолог культури Дж. Уррі у своїх дослідженнях підкреслює: «Світ сьогодні перетворюється на глобальну сцену, на яку виходять майже всі нації, змагаючись за увагу та прагнучи залучити якомога більше туристів» [491].

Історично людські мандрівки були продиктовані не лише економічними чи матеріальними потребами, а й прагненням познайомитися з місцевими смаколиками, що підтверджують дослідження Льюїса та Кларка, Марко Поло та Миколи Миклухо-Маклая. Перші гастрономічні програми були розроблені італійцями, які ще у 1990-х роках започаткували ідею організовувати подорожі під знаком смачної та здорової їжі, водночас просуваючи ресторани та підприємства харчової індустрії.

Викладачка університету штату Боулінг-Грін Люсі М. Лонг понад двадцять років тому, у 1998 році, вперше запропонувала термін «гастрономічний туризм». Він відображає концепцію, за якою пізнання різних культур можливо через знайомство з

місцевою кухнею [422]. У 2011 році Лонг заснувала некомерційний Центр їжі та культури, спрямований на розвиток досліджень у цій сфері.

У міжнародній науковій спільноті дослідження з гастрономічного туризму представлені працями таких авторів, як A. Aysu [324], P. Björk [336], A. Cavicchi [343], M. Coppola [351], S. Everett [371], C. Hall [388], R. Harrington [393], J. Kivela [407] та інших.

Термін «гастрономія» з'явився ще у 1801 році у поетичному творі Джозефа Бершу у Франції, проте його сучасні значення постійно доповнюються новими визначеннями. Етимологічно слово походить від давньогрецького «gastros» (шлунок) та «nomos» (закон, правило, вміння), проте сучасне трактування мало пов'язане з початковим фізіологічним значенням [455]. Різні дефініції терміну «гастрономічний туризм» наведено у Додатку В.

Всесвітня організація туризму та пов'язані з нею структури, зокрема Всесвітня асоціація туристичних подорожей (WFTA), класифікують історію розвитку гастрономічного туризму за періодами, що наочно представлено в таблиці 4.1.

На матеріалі історичної зміни національного репертуару гастрономії, який, на думку сучасників, вартий пам'яті, можна вивчити еволюцію людського роду, зокрема психологічні традиції їжі, які завжди будуть фірмовими речами в системі практик, пов'язаних з туризмом. Соціально-науковий інтерес зростає до феномену гастрономічного туризму сьогодні, а також розвивається у зарубіжних учених паралельно з попереднім зростанням соціального інтересу до минулого.

Сьогодні індустрія туризму створює можливості для подорожей через штучні імітовані простори, такі як виставки та тематичні парки, щоб залучати споживачів, де відвідувач може за один день «побувати» у кількох країнах.

Увага зосереджена на отриманні досвіду, насиченості емоцій, одразу − від їжі до кулінарних традицій, музики, телебачення, розваг та кіно, сьогодні стало можливо визнати гастрономічний туризм як штучно створений, як симулякр.

Таблиця 4.1.

**Історія розвитку гастрономічного туризму за періодами**

*(Джерело: сформовано автором)*

| Період розвитку | Основний меседж |
|---|---|
| Період 2001-2012 рр. | Перша книга про індустрію кулінарного туризму E. Wolf [495] для WFTA, яка визначила кулінарний туризм і те, як він може принести користь зацікавленим сторонам галузі. |
| Період 2012-2018 рр. | WFTA перестала використовувати термін «кулінарний туризм» та ввела до наукового вжитку термін «фуд-туризм». |
| Поточний період (2018-) | офіційна позиція WFTA полягає в тому, що три найбільш вживаних терміни: «фуд-туризм», «кулінарний туризм» і «гастрономічний туризм», є функціонально еквівалентними. |

Французький соціолог Жан Бордіяр на початку XX ст. ввів термін «симулякр» для пояснення ілюзорної ситуації чи уяви.

Для початку з'ясуємо значення цього терміна: симулякр – це конкретна форма реальності, яка існує незалежно від її прототипу [20]. Відповідна концепція знайшла своє застосування в людях, так що особистість втрачається. На сучасному етапі розвитку, за Ж. Бордіяром, людина вступає на третій етап розвитку симулякрів, які властиві штучним, не властивим природі потреб людини станам. Вони виробляють самі себе і, зрештою, підміняють індивідуальні особливості та традиційні цінності індивідуального існування людей, знижуючи особистість до рівня масового продукту. Підміна реальності уявою очевидна: «Сам принцип симуляції керується нами сьогодні, а не колишнім принципом реальності» [20]. У стані невизначеності існує сучасна людина: «Поховані в надрах ЗМІ, ми вже не можемо сказати, сталося щось чи ні» [170].

Масове споживання часто не враховує індивідуальні потреби, які глибоко формуються в особистісні пріоритети; лише досвідчені суб'єкти здатні протистояти

жорсткій організації соціального життя. Індивід намагається змінювати власну стратегію, порушуючи традиційні соціальні зв'язки на різних рівнях та перебудовуючи звичну соціальну модель.

У гастрономічному туризмі часто виникають симулякри, створені для формування сприятливого враження: це можуть бути трапези історичних особистостей під відкритим небом, фестивалі вуличної їжі, відвідування палаців князів і гетьманів, а також огляди фабрик та виробництв гастрономічних продуктів.

Соціальна ізоляція може проявлятися у рамках ескапізму (від англ. *escape* – втекти, вирватися), що означає своєрідну втечу від реальності або тимчасове дистанціювання від повсякденного життя [110, 170, 211, 439, 443, 447]. Ескапізм має різні предметні форми, серед яких – ескорт-туризм. Він виступає засобом розслаблення, відпочинку та психоемоційного перезавантаження, коли труднощі буденного життя стимулюють індивіда шукати альтернативну реальність.

Гастрономічний туризм може розглядатися як новітня форма соціального ескапізму. У цьому випадку екзистенційні мотиви поступаються місцем прагненню зануритися в нову культуру через смак автентичного продукту. На рівні свідомості турист отримує можливість відчути енергію та традиції інших національностей, здобути нові емоційні враження, які впливають на подальшу життєву діяльність, спонукають до роздумів над культурними змінами та стимулюють корекцію власної життєвої стратегії.

*Спираючись* на сучасні дослідження в філософії освіти та на європейській досвід в туризмі, ми можемо спостерігати загострення настроїв у туристичній практиці, «творча складова подорожі від туриста, частіше, вислизає, вона замінює ефект присутності, який проявляється, наприклад, в хаотичній і стереотипній фотографії на тлі відомої пам'ятки» [170].

Уявна подорож завжди була формою ескапізму. Якщо раніше подорожі передувала історія про неї, яка з більшою чи меншою часткою уяви базувалася на цій подорожі, то в епоху масової культури та засобів масової інформації порядок змінився. По-перше, люди знайомляться з можливими способами своєї туристичної подорожі,

отримують наочне зображення місць, де вони хочуть провести чергову відпустку, і лише шляхом порівняння аналізу привабливості цих місць та вартості подорожі, направленої на враження та задоволення, кожне з яких вказане у прейскуранті послуг. На цьому етапі відсутні поглиблені дослідження сучасного кочівництва та його особливостей з урахуванням досвіду іноземних колег.

Сьогодні філософи − від Жиля Дельоза до Жака Атталі – стверджують, що в XXI ст. різниця між усталеним способом життя та кочівництвом зникне. Усі стануть біженцями або новими кочівниками. Серед зарубіжних вчених найчастіше використовуються терміни «глобальний кочівник», «рюкзак», «незалежний турист», «цифровий кочівник» та пов'язані з ними явища − «культурний маргінальний», «маргінальна мобільність», «діти третьої культури». Ряд висновків висуває проблему впливу технологій на планування поїздок кочівників та зачіпає політичні, економічні, соціологічні та психологічні аспекти мобільності для життя та відпочинку [170]. Тема психологічної роботи орієнтована на особистість особистості. Тематичні роботи стосуються предметної галузі теорії дітей третьої культури, культурної маргіналізації, питань відчуження та міграції та розуміння виразу «я вдома». Широкий спектр статей включає дослідження впливу глобалізації, новітніх технологій на кочівництво. Все це говорить про те, що новітні соціальні умови не сприяють встановленню стійких соціальних контактів, адаптації до нових культур.

«Номадизм» зародився ще в ті часи, коли люди займалися збиранням, полюванням і їм доводилося часто переміщатися, щоб знайти більш родючі ґрунти, більш багаті дичиною ліси, рятуватися від посухи. Але з часом форми і сутність номадизму змінювалися. Номади (гр. Nomades) – давньогрецька назва кочівників; тенденція часто міняти місце проживання та/або рід занять.

Поняття «номадизм» (від анг. Nomad – кочівник, мандрівник, бродяга) останнім часом набуло широкого поширення. Воно використовується в постмодерністській, феміністичній, феноменологічній літературі. Номадична свідомість – стиль релятивістської, критичної свідомості, що відмовляється від соціального нормування,

що орієнтується на вільне самовираження. Людина-номад є суб'єктом інтелектуального, сутнісного, екзистенціального виміру. Це радикальна форма неналежності собі. Номад в даному розумінні скоріше представляється мандрівником, волоцюгою, ніж власне кочівником. Це суб'єкт, який не має точок відліку. Це турист- мандрівник в сфері свого «Я». Сучасне кочівництво відображає непереборну потребу людини в самоствердженні та відновлені душевних і фізичних сил [170]. Задовольнити таке прагнення здатен туризм, в тому числі і гастрономічний. Поневіряння, бродяжництво з маргінальної стратегії перетворюється в центральну, колишній світ впадає в запустіння. Людина стає мандрівником, вона не сидить на місці, переміщається по світу, мігрує з метою відпочити, отримати роботу, освіту і т. п. [170].

Все це призводить до того, що ми називаємо «дауншифтинг», що звучить англійською мовою як «down shifting» – «спускатися донизу»). Поціновувачі сімейного вечора, роботи-хобі, «відпочинку» на дачних грядках або еміграції в якусь екзотичну країну – дауншифтери. Вони готові відмовитися від посад, зарплат на користь моральних цінностей.

Емпірично припустимо, що гастрономічний туризм відповідає номадичному стилю життя в сучасному мережевому інформаційно-комунікаційному суспільстві.

Зростаюча потреба людини у переміщенні як універсальній властивості сучасного суспільства є одним із ключових чинників, що формують гастрономічний туризм як глобальне явище. У сучасному контексті гастрономічного туризму нові імпульси, тенденції та виклики, пов'язані з імітацією, кочівництвом та ескапізмом, створюють нових суб'єктів споживання туристичних послуг, які виступають своєрідною парадигмою розвитку індустрії гастрономічного туризму.

Економічний сектор, що інтегрує туристичні та суміжні цінності, дозволяє формувати гастротуристичні продукти на основі природної та агрокультурної спадщини. Туристичний продукт у цифровій економіці має виступати стійкою платформою, здатною охоплювати процеси дифузії інновацій [389]. Теорія дифузії інновацій у туристичному бізнесі передбачає поширення економічних та технологічних

інновацій, маркетингових стратегій і електронної комерції на території майбутньої дестинації. Розширення використання інноваційного туристичного продукту передбачає розвиток інфраструктури, стимулювання інвестицій та диверсифікацію інноваційних рішень.

Інноваційний туристичний продукт, як і стандартний пакет туристичних послуг, повинен передбачати систематизацію та планування економічних витрат на впровадження інновацій, адаптацію інвестиційної політики під запити споживачів, а також враховувати економічні чинники й фактори конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність території визначається здатністю створювати унікальні переваги порівняно з іншими дестинаціями, що мають аналогічні показники.

У 2001 році президент Міжнародної асоціації кулінарного туризму (ICTA) Ерік Вольф презентував документ, який відобразив зростання інтересу до кулінарного та винного туризму [495]. Маніфест організації підкреслює, що через національну кухню людина може пізнати культурні особливості країни, адже їжа відображає характер, історію та сутність нації. У 2012 році організація змінила назву на Всесвітню асоціацію гастрономічного туризму (World Food Travel Association) через неоднозначне тлумачення терміну «кулінарний туризм» англомовними користувачами. Офіційна назва організації – *International Institute of Culinary Tourism*, проте вона використовується рідко.

Сьогодні World Food Travel Association зареєстрована в штаті Орегон (США) і об'єднує близько 50 тис. професіоналів із 139 країн світу, здійснюючи діяльність у сфері гастрономічного туризму та бізнесу.

Ініціатором започаткування дефініції «гастрономічний туризм» у 2012 р. стала організація World Association of Gastronomic Tourism. Наступного року у вересні під патронатом World Association of Gastronomic Tourism у м. Ґетеборг у Швеції відбувся World Food Travel Summit, меседж якого звучав так – «New wave in gastronomic tourism», що дало змогу об'єднати професіоналів гастрономічного туризму, висвітлити тренди, залучити бізнес.

В авангарді розвитку гастрономічного туризму на світовому ринку знаходиться некомерційна і неурядова організація World Food Travel Association (WFTA). Вона володіє найсучаснішими ресурсами, необхідними для просування їжі, напоїв і пов'язаних з ними подорожей. У багатьох країнах в сфері цього виду туризму активно працюють організації, що представляють інтереси його професіоналів на внутрішніх і світових ринках. Найбільшою популярністю на гастрономічній карті світу користуються країни Європи. Серед них лідер − Франція. Гастрономія займає особливе місце не тільки в культурі, традиціях, способі життя населення, але і в територіальному бренді держави, представленою фуагра, равликами, устрицями й іншими морепродуктами, сирами, цибулевим супом, винами і шампанським. Британське об’єднання туроператорів проводило дослідження, в якому 80% туристів під час подорожі смакують місцеві напої і страви. Переваги надають туристичним пакетам, до яких включено національні регіональні кухні. Гастрономічна карта світу яскраво презентує поширення по всіх континентах гастрономічних турів країнами, які мають свою унікальну кухню [55, 315] (Додаток Г, Д). За версією англомовного сайту Away.com, є 10 кулінарних центрів світу, які відвідують справжні поціновувачі їжі. Але сайт показує не найбільш відвідувані місця. Отже, в рейтингу: перше місце посів Таїланд (Бангкок), на другому Індія (Мумбай), на третьому Гаваї, на четвертому Аргентина (Буенос-Айрес), на п’ятому Каліфорнія (Кармель), на шостому Марокко (Фес), сьоме місце посів Вашингтон (Валла Валла), восьме − Великобританія (південно-західна частина Лондона), на дев’ятому Массачусетс (Велфлінт), десяте місце отримав острів Теркс і Кайкос (Проведенсьялес). Азіатським туристичним гастрономічним магнітом є Таїланд, кухня якого щорічно набирає популярності спільно з ростом інтересу туристів до країни. Харчові принади тайської кухні – рис, локшина, морепродукти, тропічні фрукти та занадто гострі страви.

На харчові вподобання та правила кулінарних традицій індійської кухні вплинули лише індуїзм та мусульманство, незважаючи на існування численних каст із своїм регламентом харчування. Родзинкою є жирний плов з рису, бирияни (це друга страва з рису і спецій з додаванням м’яса, риби, яєць або овочів). Подають хлібці, які готують в

печі тандур: до начинки яких входить мигдаль, сухофрукти і солодкі вершки. Регіони на півночі заохочують туристів знаменитими тандурами – мариновані курчата, запечені в цій печі. Це покликано суворою релігійною забороною вживати в їжу м'ясо корови і великої рогатої худоби. Мешканці Гоа харчуються переважно свининою, адже саме вона і рис є основною їжею протягом року. Південні індійці перевагу надають вегетаріанству, основою якого є солодкий перець, фініки, жовта чечевиця і відварений рис. Автохтонна страва каррі, яка оповита легендами древньої Індії, є брендом нації. Каррі для індійської кухні − не лише приправа, але і ціла група страв, які об'єднує спільна особливість – густа консистенція і комбінація свіжозмелених спецій, що робить ці страви відмінними одна від одної. Гавайська кухня ґрунтується на вживанні дарів природи: екзотичних фруктів, морепродуктів і самостійно вирощеного м'яса [285], (Додаток Г). До брендових страв належать: манапуа, мак салат, саймин – візитівка Гаваїв, спем-мусубі, локо моко, курка «Хулі-хулі», курячі «Катсу», лаулау, пої, попкорн Hurricane, мариноване манго Чи Хинг, лумпия з бананами, пиріг з гуави, шейв айс, маласадас, кулоло. В Аргентині популярними відвідуваннями є маєтки в провінції – естансії (ісп. estancia), які пропонують туристам спробувати традиційні страви з м'яса – асадо [Додаток Г]. Столиця Буенос-Айрес по праву вважається «Парижем Південної півкулі», завдяки своїй старовинній архітектурі і культурній діяльності. Найактивніше розвивається винний туризм, який включає об'єкти, пов'язані із виноробством – Винний шлях у провінціях Сан-Хуан і Мендоса та долина Кальчакіес, де туристам надається можливість дегустувати автохтонні аргентинські вина [285]. Кулінарні вподобання північного заходу зберегли давні до іспанські традиції, тому що менш піддані впливу емігрантів. Традиційні страви – локро і емпанадас, з кукурудзяним пирогом тамаль і умітас, які запікаються на кукурудзяних листях [Додаток Г]. Кулінарія північного сходу знаходиться під чималим впливом індіанців гуарані. До традиційних страв слід віднести чіпу, до складу якої входить маніока, юка, яйця, сало, сіль. Мбеха на основі маніоки, з додаванням соку юки. Відомі бульйон ревіро та парагвайський суп.

Провінції Коррієнтес і Місьйон є найбільшими виробниками мате. Сильного впливу європейської культури, особливо італійців та іспанців, зазнав центральний регіон. Яловичина є основним м'ясним продуктом, з якої готують асадо і міланеси, ескалопів і біфів. Унікальним є м'ясо, яке смажать на вугіллі – чурраско.

Популярні тут піца і макарони, які заправляються сиром рікота, використання якого поширене у численних аргентинських десертах, разом із томатним соусом туко [Додаток Г]. З випічки користується популярністю пиріг файна, іспанською мовою faina, який готується з борошна гороху турецького з додаванням оливкової олії.

Південне Атлантичне узбережжя дозволяє насолоджуватися продуктами моря: креветками, ракоподібними, кальмарами, осьминогами, устрицями, мідіями, океанічними рибами, завдяки яким готують асадо та паштети, та ще касуели. До столу південної частини Аргентини подають свинину і козлятину, баранину і оленину. Відрізняється регіон надто змішаним впливом кухонь: італійської та іспанської, скандинавських країн та чилійської. Індіанці вживали традиційну страву під назвою ньяко з пшеничного, кукурудзяного, ячмінного борошна. Хліб пекли з перемеленого насіння араукарії. У страви додавали приправу меркен. Солодкі страви: заморожений йогурт льяно-льяно і фрукти.

Каліфорнія – це калейдоскоп культур і національностей та гастрономії, мікс яких створює дивовижні страви. До гастрономічних брендів віднесено – Ramen буріто – це пшенична локшина, яйця, шматочки обсмаженого м'яса, які загорнуті в лаваш з соусом. Еклектичне суші-буріто комбо, рибний тако, піца, карне Асада фрі, вживають зазвичай після серфінгу; «ін енд аут Бургер», тому що Каліфорнія – це батьківщина Макдональдс; суп Фо, буріто [Додаток Г]. Світ найбільш цінує мароканську кухню. Couscous – кускус – найпопулярніша марокканська страва, яка дуже поширена в країнах Магрибу, Mechoui – засмажене м'ясо ягняти, Pastilla – пастила, повітряний східний десерт з мигдалем, Tajine (тажин) − гостра маринована яловичина з прянощами і лимонним соком, кус-кус [Додаток Г]. Індіанське плем'я Валла-Валла (плем'я) – яке проживає в штаті Вашингтон, відоме завдяки найдавнішим продуктам, які

культивували: «три сестри» – кукурудза, гарбуз та боби. Традиційна індіанська кухня: кукурудзяний хліб та індичка, журавлина та чорниця, кукурудзяна каша та кукурудзяна крупа.

Аромат місцевих кухонь Лондона пнаповнює вулиці мегаполіса, що часом гублять свій автентичний стиль. Продуктові ринки Лондона (Saint Katharine Docks World Leadenhall, Borough, Venn Street, Billingsgate) – ось місця, які розкажуть справжню історію [79]. Беззаперечно, страва номер один − ростбіф. Справжній ексклюзив − пиріг з пюре (Pie and Mash) разом із соусом з вугра або ж безалкогольним лікером, **уельські** грінки з сиром (Welsh Rarebit), пиріг зі свининою та м'ясний рол (Pork Pie and Sausage Roll), гарячий горщик по-ланкаширськи (Lancashire hotpot), тістечка Еклс (Eccles Cake) [590].

Видавництво Lonely Planet опублікувало свій список на тему «10 кращих гастрономічних місць світу» [355]. Перше місце належить рибному ринку в Токіо. Ринок Цукідзі є аукціоном з продажу тунця. Щодня головною розвагою для туристів є перегляд та оброблення величезної туші і сортування м'яса, куди допускається лише 140 туристів, тому необхідно з обережністю планувати дату візиту, оскільки кілька місяців у році аукціон закритий для відвідування. На друге місце увірвався ринок Дунхуамень в Пекіні, який відкривається виключно вночі. Почастують національними стравами, такими, як: скорпіони на паличці, зацукрована сарана, приготовані на вогні ящірки і стоноги. Здивують сирні печери Рокфор у Франції, яким належить третє місце. Дозрівання сирів Рокфор відбувається в перебігу 4−9 місяців в природних кавернах з властивим видом цвілі, який надає сиру його знаменитого смаку і аромату. Для туристів регулярно проходять гастрономічні тури в підземних сховищах Рокфору. По праву четверте місце надано старовинному універмагу La Grande Epicerie, а саме гастрономічному відділу в Парижі, який запропонує все: від справжніх французьких делікатесів і приготованих вручну сирів, і до кращих вин. На п'ятому місці розмістимо одне з найкрасивіших міст Тоскани Сан Джиминьяно в Італії, де знаходиться кафе-морозиво Gelateria di Piazza, де можна придбати морозиво зі смаком червоного грейпфрута, малини з розмарином або

навіть ігристого вина. На шостому місці шоколадний бутік La Maison des Maîtres Chocolatiers Belges в Брюсселі. Солодощі, які вручну виготовляють 10 бельгійських кондитерів, можна придбати. Кожні вихідні о 16:00 тут проходять тури, під час яких можна спробувати свіжий шоколад. На п'єдестал сьомого місця поставимо чайну плантацію Дарджилінг в Індії. Відвідування плантацій тут дозволено з березня по листопад для знайомства з найкращим сортом чаю. Ринку спецій в Стамбулі належить восьме місце. Крім величезного розмаїття спецій тут так само можна придбати горіхи, стільники з медом, фрукти і пастилу з сухофруктів. Обов'язковою умовою для покупки на базарі є торг. На 9 місце поставлено місто Еперне Maison Mercier Épernay у Франції, центр виробництва шампанського, де у туристів є можливість прогулятися по винних підвалах або просто продегустувати напої. Найпопулярніша екскурсія проводиться маркою Mercier, чия виноробня простягається на 18 кілометрів, а пересування туристів здійснюється на поїзді. Почесне десяте місце посів ринок білого трюфеля в Італії. Кращу можливість для проби свіжих грибів надає ринок трюфеля в Сан Мініато. В останні 3 тижні листопада в кожному куточку міста з'являється можливість купівлі делікатесного гриба, а також надається участь в полюванні за трюфелем, яке організовує місцева агротуристична компанія.

За інформаційним ресурсом Lonely Planet, найбільш популярною в Європі вважається кухня Італії. Як правило, коріння італійської кухні слід шукати у численних середньовічних державах Апеннінського півострова. Концепцію здорового харчування позиціонує китайська кухня. Китайська кухня славиться різноманіттям страв, особливим смаком і вишуканим зовнішнім виглядом, що досягається за допомогою поєднання багатьох компонентів та національних харчових церемоній. Великими темпами розвивається кухня Австралії, яка вражає різноманіттям та ґрунтується на англоірландських традиціях. «Австралія – це те місце, де розвивається кухня XXI сторіччя», влучно сказав Андре Куантро, президент паризького кулінарного інституту «Le Cordon Bleu» [43].

Експерти ресторанної сфери визначили головні фуд-тренди 2020-2022 рр. [63]: хліб, здорова кухня, копчення, більше уваги навколишньому середовищу, більше регіональної кулінарії, усвідомлене споживання морепродуктів, проста подача, приготування на відкритому повітрі, херес, доступне вино, поєднання різних соків, сімейні страви, їжа бабусь та дідусів, овочі, овочі і ще раз овочі, хоспіталіті та фуа-гра, спілкування та їжа, жінки на керівних позиціях, Fine dining стане доступніше, італійська кухня по-японськи, втрата актуальності дитячого меню, чоловік-домогосподарка, інстаграмна молодіжна їжа, фуд-фотографії, гастрономічний церемоніал, гастрономічний дизайн.

Поряд зі смачною їжею в ресторані, кафе, барі важлива і атмосфера. Вдалий інтер'єрний концепт, що запам'ятовується, дизайн – це те, що її створює і допомагає ідентифікації закладу [54].

Сучасні тренди у дизайні ресторанів, кафе та барів включають: використання геометричних малюнків, оформлення стель як арт-об'єктів, створення більшого вільного простору, застосування бетону в інтер'єрі та заохочення короткотривалого перебування відвідувачів (Додаток Е, Ж).

Використання національного кулінарного потенціалу країн пояснюється рядом причин, які наочно представлені на рисунку 4.1.




*Рис. 4.1. Чинники кулінарного потенціалу країн*

Таким чином, на основі аналізу різноманітних джерел можна зробити висновок, що в багатьох країнах світу спостерігається зростання популярності східної кухні.

Водночас, лідируючі позиції у сфері гастрономії продовжують утримувати Італія та Франція.

### 4. 2. Вивчення вітчизняного досвіду розвитку гастрономічного туризму

У науковій літературі відзначається, що на даний час найбільш розробленою залишається науково-технічна термінологія. Питання комплексного та поглибленого дослідження проблем термінології географічної науки та безпосередньо географії туризму, зокрема гастрономічного туризму, ще очікує свого повного вирішення. Функціональні стилі писемного мовлення, такі як науковий, офіційно-діловий та публіцистичний, утворюють лексичну основу науково-термінологічного словника.

Усі слова, що входять до глосарію, об’єднані під загальним поняттям «термін» у спеціальній мові спілкування. Уже з античних часів відоме слово «термін» (лат. *terminus* – римське божество меж і кордонів), а в середньовіччі воно набуло значення «визначення» або «позначення». Вважається, що перше систематичне вживання слова «термін» відбулося у 1786 році в Німеччині професором Унверситету Ц. Цютцем, а у французькій та англійській мовах воно стало вживаним з 1801 року. Таким чином, термін є складовою системи лінгвістичних символів і разом із загальновживаними словниками слугує засобом ефективного наукового спілкування [254, с. 617].

В українському мовознавстві поняття «термін» з’явилося у XVIII столітті. Лінгвістична наука на сьогодні має численні визначення терміну, що трактується у словниках, енциклопедіях, Інтернет-джерелах та працях науковців, проте спільного визначення досі не сформовано. Термін розглядають як лаконічне і точне означення науково-технічної ідеї. Латинське *terminus* означає «межа» або «кінець», а точніше – набір слів чи словосполучень, що характеризують певну сферу діяльності або галузь знань.

На відміну від розмовної лексики, яка часто є нечіткою, наукові терміни чітко визначені в межах свого застосування. Зокрема, Н. Стаховська пропонує своє визначення терміну [271, с. 277], О. Пономарів трактує його по-іншому [235]. А.

Крижанівська зазначає, що термін слугує ключовою дефініцією науки, технології, офіційної мови, виробничої та суспільної практики, відображаючи реальні поняття у відповідній сфері, є суспільно визнаним і виконує функцію лінгвістичного символу, що позначає конкретне поняття у системі концепцій [124].

У сучасній науковій площині ідеографічний опис терміну базується на його системності та реалізується у два основні етапи: формалізований опис терміносистем із подальшим створенням інформаційних термінологічних словників, таких як пошукові тезауруси; та тезаурусний опис терміносистем природною мовою для комунікативної ситуації «людина-людина».

Сутність явища може відображатися через поняття певного слова, система слова охоплює логос і термін, тоді як слово як позначення предмета – це лексис чи номен. Фундаментальна праця В. Русанівського «Українська мова: енциклопедія» подає термін як прояв системності, наявність дефініції, прагнення до одного значення в межах термінологічної площини, тобто термінологія окремих предметних галузей характеризується нейтральністю стилю, точністю значення та високою інформативністю [247].

«Словник лінгвістичних термінів» Д. Ганича та І. Олійника розкриває досліджуване поняття в притаманній їм манері [52, с. 306], а напрацювання Г. Наконечної висвітлюють основні параметри дефініцій термінологічних одиниць [156]. На сьогодні немає універсального визначення терміну. Влучним вважається опис термінології І. Огієнка [222].

Термінологію вивчали багато вчених-лінгвістів, таких, як Д. Ганич [52], Л. Полюга [234], Я. Яремко [305] та ін. В. Іващенко займається питаннями української термінології [97].

Трактування визначення *терміну,* на думку автора, в сучасному контексті набуває іншого поліструктурного змісту: *«словесна конструкція, яка має не завжди однозначне значення, яке стилістично-експресивно і суб'єктивно наповнене, характеризуючи галузь знань, діяльність»* [170, с.116].

Кожен термін містить влучну дефініцію. Зміст поняття конкретизовано саме визначенням терміну, який розкривається завдяки *дефініції* – влучному вислову, який характеризує предмет за ознаками, окреслюючи зміст і межі.

Турбулентність науки є високою, що потребує наразі широких анонсів у засобах масової інформації (надалі ЗМІ), де наукові терміни переходять у загальний вжиток, чим спричиняють розмитість трактувань, і відбувається детермінологізація.

Кроком до накопичення науково-практичних досліджень *термінології гастрономічного туризму* стали роботи українських науковців у виданнях українських фахових журналів: Д. Басюк [11], М. Баштова [13], Т. Божук [21], А. Бусигін [38], І. Галущак [50], І. Комарницький [113], М. Кляп [108], Т. Кукліна [129], О. Любіцева [139], І. Школа [297].

Публікації українських журналів стали кроком до накопичення науково-практичних досліджень термінології гастрономічного туризму, які охоплюють філософський, історико-культурний, етнографічний контексти [255, 287], а питання «споживання» місцевої спадщини не висуваються на перший план. Системні дослідження на цю тему майже відсутні, тому симбіоз туризму і гастрономії вирішить це питання, об’єднуючи напрацювання міжнародних експертів та кращі вітчизняні практики.

Деякі експерти розглядають гастрономічний туризм як різновид тематичного туризму (Т. Сокол [264], спеціалізований туризм (В. Федорченко [286]. В останні десятиліття набуло певної актуальності вивчення гастрономії та гастрономічного туризму в цілому в глобальному контексті. На жаль, назріла потреба реалізувати наукові вишукування гастрономічного туризму окремих регіонів, етносів, їх національної кухні, що ми намагаємся зреалізувати в нашому науковому дослідженні.

Відома дослідниця Д. Басюк трактує гастрономічний туризм як особливу форму туристичної діяльності, що тісно пов’язана з процесами виробництва, приготування та дегустації страв, а також із кулінарними традиціями різних етнічних спільнот [12]. І. Комарницький застосовує поняття «кулінарний туризм», розглядаючи його як

інструмент осмислення ціннісно-смислового простору культури окремих народів, який водночас виступає засобом активізації міжкультурної взаємодії, формою прояву міжкультурних контактів та чинником розвитку різновекторних комунікаційних зв'язків [113]. Т. Кукліна наголошує на важливості формування гастрономічного туризму на туристичному ринку України, визначаючи його як різновид туризму, пов'язаний із переміщенням між країнами з метою пізнання національної кухні, продуктів харчування та напоїв [129]. Питання перспектив розвитку гастрономічного туризму досліджувала С. Саламатіна, яка характеризує його як вид діяльності, зорієнтований на вивчення етнічної кухні певної країни або регіону, базових продуктів, специфіки технологій приготування страв та кулінарних знань [252]. В. Федорченко аналізує перспективи розвитку кулінарного туризму в широкому культурно-історичному контексті, беручи до уваги значення харчування у становленні світової цивілізації [286]. У цьому зв'язку дослідження гастрономічного туризму, його функціонально-організаційної структури та регіональних особливостей становлення виступає важливим інструментом для подальшого розвитку його тематичних напрямів.

Водночас як у працях українських учених, так і в зарубіжних джерелах відсутня єдність у тлумаченні поняття «гастрономічний туризм» [350]. Активне зростання цього виду туризму спричинило розмиття чітких меж змісту самого терміна. Американські науковці чітко розмежовують такі поняття, як туристична їжа, гастрономічний, харчовий і кулінарний туризм, надаючи їм різного змістового наповнення. Подібні проблеми простежуються й у вітчизняному науковому середовищі [181].

Разом із тим, розвиток науки зумовлює постійне виникнення нових термінів, номінацій та понять, які відображають суб'єктивні характеристики дослідників певної галузі знань.

Гастрономічний туризм володіє значним теоретичним підґрунтям для просування регіональних харчових продуктів, проте наразі існує певна плутанина у термінах, таких як «харчовий», «кулінарний» та «гастрономічний туризм». У зв'язку з цим авторське

дослідження запропонувало власне уточнене визначення поняття «гастрономічний туризм».

### 4.3. Гастрономічна дестинація в структурі туристичних потоків України та українського Правобережного Полісся

Туризм є глобальною галуззю з обігом близько 8 трильйонів доларів, проте значна частина місцевих підприємств і громад не отримує від цього економічної вигоди. Існують види туризму, при яких жоден долар не надходить безпосередньо до місцевого населення. Наукові дослідження спрямовані на розрив цього циклу шляхом розвитку гастрономічного туризму в дестинаціях приймаючих громад. Посилення гастрономічного туризму в світовому масштабі, зокрема в українському Правобережному Поліссі, відкриває нові економічні можливості для просування та управління туристичними дестинаціями. Гастрономічні локації отримують захист, а локальні культури — визнання у процесі подорожей.

Дестинація має значний природно-ресурсний потенціал і акумулює агрокультурну спадщину регіону, що створює основу для розвитку гастрономічного туризму. Наше наукове дослідження обґрунтоване потребою створення теоретично обґрунтованих і практично значущих рішень, які забезпечать ефективну систему управління гастрономічними дестинаціями Правобережного Полісся. Ця система реалізується через конкретні практики планування, розвитку та підвищення конкурентоспроможності дестинацій [168].

Управлінські підходи до туристичних дестинацій дозволяють виробити унікальні рішення для гастрономічного туризму, включно зі стратегічним плануванням та програмно-цільовим підходом, що об’єднує всіх зацікавлених стейкхолдерів регіону. Співпраця здійснюється у трьох напрямах: спільна робота з громадськими туристичними підприємствами, очолюваними жінками, молоддю та місцевими мешканцями, що забезпечує сталі туристичні потоки; доступ до глобальної туристичної мережі для навчання, підтримки та залучення інвестицій; створення платформи для

взаємодії підприємств, туристичних компаній та напрямків, які надають пріоритет гастрономічному туризму.

Західна академічна спільнота доклала значних зусиль до формування концепції «туристична дестинація» та її адаптації у сферах менеджменту, маркетингу, брендингу та управління туристичними дестинаціями. Серед ключових авторів варто зазначити E. Braun [338], T. Bieger [335], W. Framke [379], C. Hall [390], R. Knafou [408], P. Leiper [418], Y. Lin [421], D. Mac Cannel [423], M. Żemla [499] та інших. Дослідження туристично-рекреаційних територій проводили М. Бондаренко [27], В. Васильєв [42], В. Новикова [221], В. Тарасова [276], Н. Фоменко [287]. Теоретично-методологічне осмислення та рецепцію поняття «туристична дестинація» висвітлено у працях Д. Басюк [11], О. Бейдика [15], Т. Божук [21], З. Герасимчук [60], А. Головчан [64], О. Любіцевої [140], М. Мальської [143], І. Смирнова [263], Т. Сокол [264].

Особливу увагу в дослідженні приділено гастрономічним дестинаціям Правобережного Полісся, де приймаючі громади наразі мало використовують туристичний потенціал територій і не отримують необхідних знань для ефективного розвитку. Ця територія відзначається унікальним поєднанням давніх звичаїв, традицій та культури з елементами сучасності. Перед місцевими громадами постає низка проблем: потреба у модернізації інфраструктурних об’єктів, відсутність стимулів для промоції дестинацій, низька інтенсивність туристичних потоків у периферійних районах, недостатні інвестиції бізнес-сектору у засоби розміщення, харчування та автокемпінги, відсутність належного маркування туристичних маршрутів, що обмежує розвиток повноцінної туристичної інфраструктури [167, 443].

Гастрономічний туризм мобілізує як природні, так і людські ресурси регіону. Ландшафти, що формують ядро території, закодовані харчовими практиками місцевих етносів, тоді як людський капітал виступає каталізатором їх реалізації, стимулюючи економічну активність та зайнятість населення приймаючих громад [168].

Історичне формування терміну «дестинація» простежується від кінця XVI століття. У 1590-х роках його використовували у значенні «акт призначення», походячи

від латинського слова *destino* – «мета», «задум». У 1650-х роках термін означав «мету, для якої щось призначено», а з 1813 року – «заздалегідь визначений кінець подорожі або передачі». У 1787 році з'являється значення «місце, куди річ призначена або спрямована», що в сучасному англійському перекладі відповідає «місцю призначення» або «меті подорожі» туриста [91, с. 151].

Оксфордський туристичний словник додає до поняття новий зміст, пов'язуючи його з країною перебування туриста та економічними інструментами для задоволення його потреб [454, с. 165]. Європейська Комісія (2000) визначає дестинацію як територію з особливим туристичним продуктом, що координується декількома компаніями [85]. Всесвітня туристична організація (UNWTO) розглядає дестинацію як локальну територію, де турист перебуває більше ніж одну добу [471]. У цьому контексті дестинація визначається як пункт призначення, який турист планує відвідати, «фінішна пряма», з можливими проміжними зупинками для шопінгу, екскурсій чи відпочинку.
Кінець XX століття характеризується низкою концептуальних напрацювань щодо туристичних дестинацій. Особливу увагу привертають праці N. Leiper [418], який запропонував систему туризму, що стала базовою моделлю структури індустрії туризму та отримала широке визнання. Релевантний огляд наукових джерел демонструє різноманітність підходів до визначення терміну «дестинація» [21, 64, 496], однак усі дослідники погоджуються, що дестинація – це територія із власною туристичною спеціалізацією.

Особливо відзначаються дві концептуальні позиції: по-перше, дестинація як будь-яка делімітаційна територія; по-друге, як інфраструктурний хаб, що задовольняє потреби туристів. У рамках системи туризму N. Leiper виділяють три основні елементи: туристів, географічні об'єкти та індустрію туризму, яка з часом удосконалювалася. На її основі були розроблені подальші моделі, зокрема модель O. Jorgensen, K. Cooper та D. Fletcher [350] (рис. 4.2).

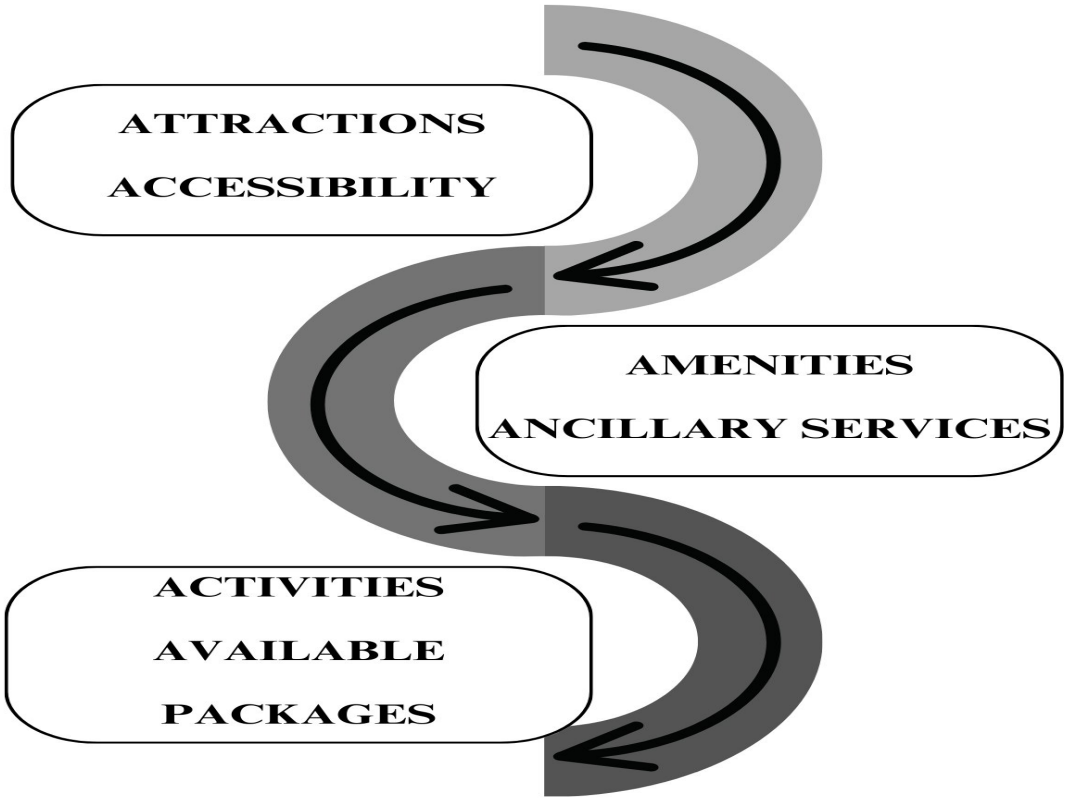



*Рис. 4.2. Система компонент дестинації* [350]

На туристичному ринку туристична дестинація виступає рівноправним учасником, який надає широкий спектр туристичних послуг та товарів і є об'єктом інтегрованого управління в індустрії туризму (рис. 4.3) [84, 343]. Підприємницькі ідеї можуть реалізовуватися через підприємницьку діяльність приймаючих громад у межах гастрономічної дестинації. Пошуки автентичних кулінарних вражень туристами перетворюються на дослідження кулінарної історії та емоційно насичені смакові переживання. Це створює можливість трансформувати гастрономічну пригоду на бізнес, що координує діяльність усіх підприємств не лише всередині гастрономічної дестинації.

Поєднання місцевих та іноземних інвестицій формує епіцентр виробництва автентичного туристичного продукту. На розвиток гастрономічної дестинації впливають як ендогенні, так і екзогенні фактори. Хоча пандемія та російська військова агресія суттєво змінили туристичний сектор, вони не послабили бажання туристів подорожувати та отримувати гастрономічні враження від місцевих культур.




*Рис. 4.3. Управління системою об'єктів туристичної дестинації*

Сектор ресторанів і гастрономії витримав деякі з найсуворіших правил для стримування зараження та адаптувався до нової «нормальності», в якій ми живемо сьогодні. Прикладом чудових комунікаційних повідомлень була промоційна кампанія Alimentos de España (під назвою «Найбагатша країна світу») під проводом Хосе Андреса, міжнародного шеф-кухаря, який розповів про всі багатства землі та моря Іспанії.

Специфічні ідеї для втілення в гастрономічній дестинації полягають в безпосередній роботі з продуктом і виробниками як знаменитих персон, так і корінних жителів, які будуть створювати імідж своїх земель. Розробити цікаві гастрономічні проєкти для клієнтів, у вигляді гала-церемоній в рамках ярмарків високої кухні на кшталт «Madrid Fusion», щоб представити регіон як гастрономічне місце призначення та віддати данину поліській кухні. Інноваційні стратегії можуть бути зреалізовані, коли коло союзників та прихильників матиме значний масштаб та резонанс.

Гастрономічна дестинація українського Правобережного Полісся – це напрямок, який зможе працювати над гастрономічним продуктом. Не всі туристи знають про продукти, які вирощують чи мають змогу рости виключно тут. Продукти з позначками походження ростуть біля населених пунктів, завдяки мозаїчним поліським ландшафтам, називаються «їжа без кілометрів». Скласти вражаючий гастрономічний маршрут, де кожний «pit stops» вражатиме гостей автентичними продуктами. Практичне втілення гастрономічної дестинації можливе за умови політики кластеризації з урахуванням туристичного потенціалу ТГТС та інших не менш вагомих складників: десезонізація подорожі (гастрономічний турист знайде будь-який привід відпочити на вихідних); локальна гастрономія, що підтримує місцеве споживання (пропонує великі переваги містам, містечкам або регіонам під час відвідин, з яких турист забирає додому як сувеніри продукти, якими вони насолоджувалися під час перебування).

Матриця критеріїв формування гастрономічної дестинації наведена на рис. 4.4. Досвід останніх років, пов’язаний із пандемією та сучасними умовами війни, вплинув на наші звички та моделі подорожей. Особлива увага почала приділятися внутрішньому та місцевому туризму, що сприяло повторному відкриттю цікавих локацій і заново оцінці традиційних та різноманітних кулінарних страв регіону.

З метою ефективного залучення туристів до гастрономічних дестинацій українського Правобережного Полісся важливо враховувати сучасні мотиваційні чинники, пов’язані з харчовими вподобаннями та гастрономічними інтересами відвідувачів.

Розробка креативних стратегій дозволяє перетворювати навіть повсякденні продукти, такі як картопля, чорниця, буряк чи квасоля, на цікаві туристичні атракції, привертаючи увагу як місцевих, так і зовнішніх відвідувачів через проведення гастрономічних фестивалів у дестинації.




*Рис. 4.4. Матриця критеріїв утворення гастрономічної дестинації*

Усі активні ініціативні групи, у разі успішної реалізації проєктів, отримують підтримку та практичний досвід у формі консультаційних послуг і навчальних програм з актуальних тем у сфері туризму та рекреації.

### 4.4. Туристичні продукти як ключова ознака спеціалізації території

Флагманський продукт кожної дестинації, зокрема Правобережного Полісся України, має виражений етнічний маркер, що підкреслює зростаюче значення гастрономічного туризму в регіонах України. Регіональні бренди сприяють розвитку гастрономічних трендів, оскільки привертають до них значну увагу. Їжа виступає важливим інструментом культурної інтеграції та суттєво впливає на туристичний досвід.

Місцева кухня є не лише сегментом туристичного продукту, а й ключовою складовою туристичного напрямку. Кулінарні традиції етносів формують унікальні характеристики дестинації та сприяють загальному туристичному досвіду. У сучасних економічних умовах та за посиленої конкуренції в туристичному секторі гастрономія стає одним із основних факторів конкурентоспроможності регіонів і країн, формуючи їхній імідж на міжнародній арені та приваблюючи туристичні потоки. Успішність комерційної діяльності на туристичному ринку значною мірою залежить від привабливості гастрономічних туристичних продуктів. Створення таких продуктів вимагає глибокого аналізу поведінки туристів для розробки унікальних гастрономічних програм.

Одним із особливих аспектів гастрономічного туризму є можливість отримати не лише сувеніри, а й цінні кулінарні рецепти та знання. Гастрономічний відпочинок передбачає спеціально розроблені програми для гурманів, що враховують індивідуальні уподобання туристів. Навіть за відсутності чітких смакових переваг туристи можуть спробувати унікальні та високоякісні страви, при цьому особливу увагу слід звертати на українські регіональні страви з національним колоритом. Розвиток агрокультурної спадщини регіону сприятиме підвищенню привабливості України як унікального туристичного напрямку.

Наукові дослідження у сфері рекреації та туризму постійно розвиваються, включно з гастрономічним туризмом, який набуває статусу окремого об’єкта наукового аналізу. Концепція повільного (Slow) туризму, що спирається на гастрономію, може бути ефективно впроваджена в Правобережному Поліссі України, який має багаті традиційні культурні ресурси. Міста та села регіону зберігають місцеві ремесла, звичаї та кулінарні традиції, що формують особливості місцевої кухні. Тут туристи можуть насолоджуватися харчовими ландшафтами, численними парками та скверами, відвідати ресторани з екологічно чистою їжею.

Успішність розвитку гастрономічного туризму в регіоні залежить від ефективної презентації гастротуристичних продуктів, цільових груп відвідувачів, розвиненої

мережі готелів та транспортної інфраструктури, а також від грамотного медіа-промоушену. Важливо створити унікальний та впізнаваний гастротуристичний продукт для залучення туристів і формування сильного бренду регіону.

Досліджувалися різні аспекти «туристичного продукту» з позицій управління об’єктом, маркетингу туристичної галузі та розвитку туристичних напрямків. Зокрема, вивчалися питання якості туристичного продукту, його класифікації та структури, а також державної політики у сфері туризму та правового регулювання. Ці питання були предметом досліджень як вітчизняних, так і закордонних науковців: Т. Байдак [7], О. Бейдик [15], М. Бойко [22], М. Борущак [30], Г. Гуменюк [71], О. Король [116], О. Любіцева [139], М. Мальська [143], A. Burkart [342], J. Holloway [397], N. Morgan [434], S. Medlik [429] та інших.

Терміни «продукт», «товар» і «послуга» у сфері туризму тлумачаться по-різному залежно від авторського підходу (Додаток К). Закон України «Про туризм» визначає туристичну послугу як будь-яку конкретну послугу, що задовольняє потреби відвідувачів, а туристичний продукт – як заздалегідь розроблений комплекс послуг, який об’єднує не менше двох складових і може включати транспортні, проживальні та інші туристичні послуги, не пов’язані з транспортом і проживанням [95].

Враховуючи сучасний стан розвитку туристичної галузі, виникає потреба у введенні науково обґрунтованої дефініції «гастрономічний туристичний продукт», яка б максимально точно відображала сутність термінів у контексті гастрономічного туризму (див. рис. 1.9.).

Гастрономічний туристичний продукт неможливо уявити без гастрономічних подій. Як приклади можна навести різноманітні гастрономічні фестивалі та заходи у різних країнах світу, такі як гурме-фестивалі, фестивалі віскі та інші гастрофестивалі (Masters of Food & Wine, Fabulous Food, Spirit of Speyside Whisky Festival, Sani Gourmet, Taste of Chicago, Savour). Ці заходи приваблюють туристів із різними мотиваціями подорожі, включно з відпочинком, розвагами, культурним пізнанням, заняттями

спортом та турботою про здоров'я, а також із прагненням отримати гастрономічні враження.

Цілі подорожей визначають цільову аудиторію гастрономічного туризму, яка може бути зацікавлена в експериментуванні зі смаками, ознайомленні з місцевою кухнею та насолоді новими кулінарними досвідами (рис. 4.5).




*Рис. 4.5. Цільові групи гастрономічного туризму*

Перша цільова аудиторія гастрономічного туризму складається з професіоналів гастрономічної сфери, таких як шеф-кухарі, ресторатори, баристи, сомельє, дегустатори та ресторанні критики. Вони мають глибокі знання про їжу та напої і зацікавлені у вивченні нових кулінарних технік та трендів.

Друга група включає корпоративних клієнтів, які використовують гастрономічні тури як засіб тімбілдінгу, що сприяє зміцненню командного духу великих компаній. Для них гастрономічні тури представляють велику економічну цінність.

Третя група включає сім'ї, які обирають гастрономічні тури як спосіб поєднання відпочинку зі здоровою органічною їжею, що відповідає їхньому здоровому способу життя.

Витончені гурмани становлять четверту групу гастрономічних туристів, які мандрують країнами задля відкриття нових смаків, емоцій та куштування екзотичних страв.

Представники туристичного бізнесу утворюють п'яту групу і мають на меті продаж гастрономічних турів, що дозволяє розширити їхній бізнес.

Існує різноманітна класифікація гастрономічних туристів, яку можна узагальнити наступним чином: гастрономічні туристи: включають кулінарних експертів і гастрономічних критиків, які активно вивчають та оцінюють страви та напої; фудіси: ентузіасти, які зацікавлені в якісній їжі місцевих виробників та сезонних продуктах певної дестинації; зацікавлені покупці: туристи, які сприймають їжу як доповнення до інших задоволень під час відпочинку; незахоплені туристи: не вважають їжу важливою складовою відпочинку; «мляві споживачі»: не виявляють інтересу до нових страв під час своїх подорожей; авантюристи (adventurer): туристи, які шукають незвичайні та екзотичні кулінарні враження; шукачі атмосфери (ambiance): зацікавлені в кулінарних експериментах та атмосфері ресторанів і кафе; автентичні туристи (authentic): прагнуть випробувати місцеві страви та традиції; бюджетні мандрівники (budget): обирають економічні варіанти гастрономічних турів; еклектики (eclectic), які поєднують різні кулінарні стилі та напрями під час подорожей; гурмани (gourmet): елітні поціновувачі дорогих, вишуканих страв; інноваційні мандрівники (innovative): зацікавлені в новаторських кулінарних трендах та експериментах; локалісти (localist): шукають аутентичні та місцеві кулінарні враження; новачки (novice): туристи, які тільки починають вивчати світ гастрономії та ще не мають багато досвіду; любителі органічного та сільського туризму (organic): зацікавлені в екологічно чистій їжі та житті в сільській місцевості; соціально орієнтовані туристи (social): турпоходження, які мають соціальну складову або спрямовані на підтримку місцевих громад; модні туристи

(trendy): обирають гастрономічні напрямки, які є модними та популярними в даний час; вегетаріанці (vegetarian): туристи, які відмовляються від м'яса та інших продуктів тваринного походження; сім'ї з подвійним доходом без дітей (dinks) та сім'ї без дітей (sinks): шукають вишуканих кулінарних вражень та розкоші під час своїх подорожей; люди середнього віку, діти яких покинули сімейне гніздо (empty nesters): гастрономічні туристи, які шукають нові пригоди та враження після виїзду дітей з дому; представники покоління бебі-бум народження 1950-х років (Baby Boomers): туристи, які цінують вишуканість та якість кулінарних страв; розлучені (divorcees), які шукають нові знайомства та враження під час відвідування ресторанів та кафе [209].

Авторське визначення поняття «гастрономічний турист» наведено на рис. 1.9. Справді, численні науковці присвятили свої дослідження аналізу мотивацій туристичних подорожей, серед яких Т. Байдак [7], В. Кіптенко [106], R. Brody [341], G. Dey [357], L. Dominquez [362], J. Engel [368]. Сучасні дослідження поєднують соціально-психологічні моделі, що розглядають потреби та мотивації туристів, які впливають на вибір дестинації через психографічні профілі S. Plog [458], типологію туристів E. Cohen [347] та кар’єрну драбину подорожей P. Pearce [456].

Туристичні мотиви є ключовим чинником у туристичній діяльності та визначають попит на туристичні послуги, пояснюючи, чому люди відвідують певні місця та обирають конкретні види активностей під час подорожей (рис. 4.6). Врахування факторів, що впливають на мотиви вибору гастрономічного туристичного продукту, є надзвичайно важливим для розробки ефективної програми обслуговування (рис. 4.7).

На цій основі сформовано авторське визначення поняття «гастрономічний тур» (див. рис. 1.9).

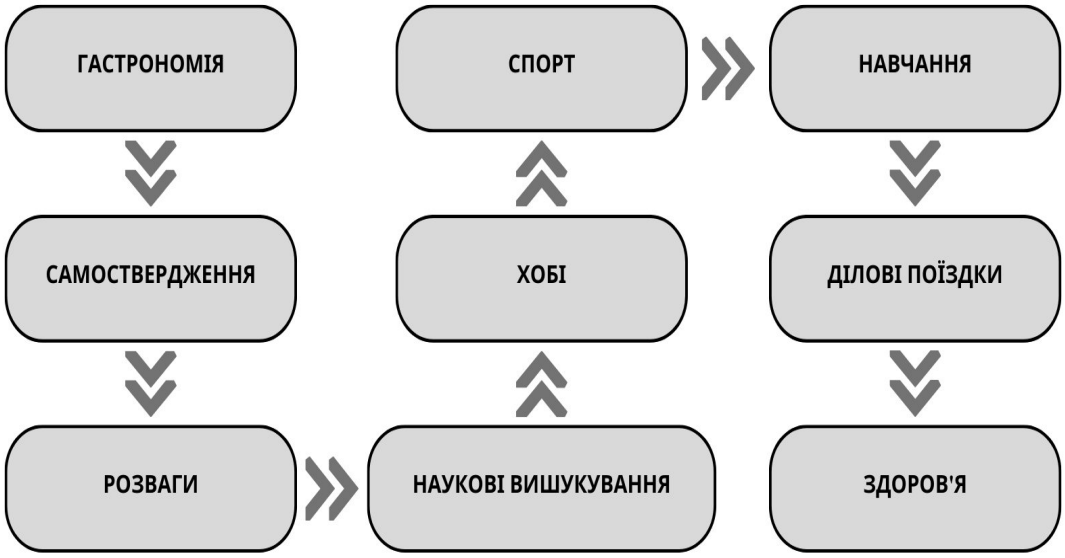



*Рис. 4.6. Класифікація туристських мотивацій при виборі гастрономічних подорожей*




*Рис. 4.7. Фактори, що впливають на мотиви вибору гастрономічного туру*

Розробка гастрономічного туру вимагає глибоких знань і ретельного планування. Гастрономічна програма туру зазвичай включає кілька етапів: вибір локацій, планування маршруту, підбір ресторанів та кулінарних експертів, організацію дегустацій і майстер-класів (рис. 4.8).

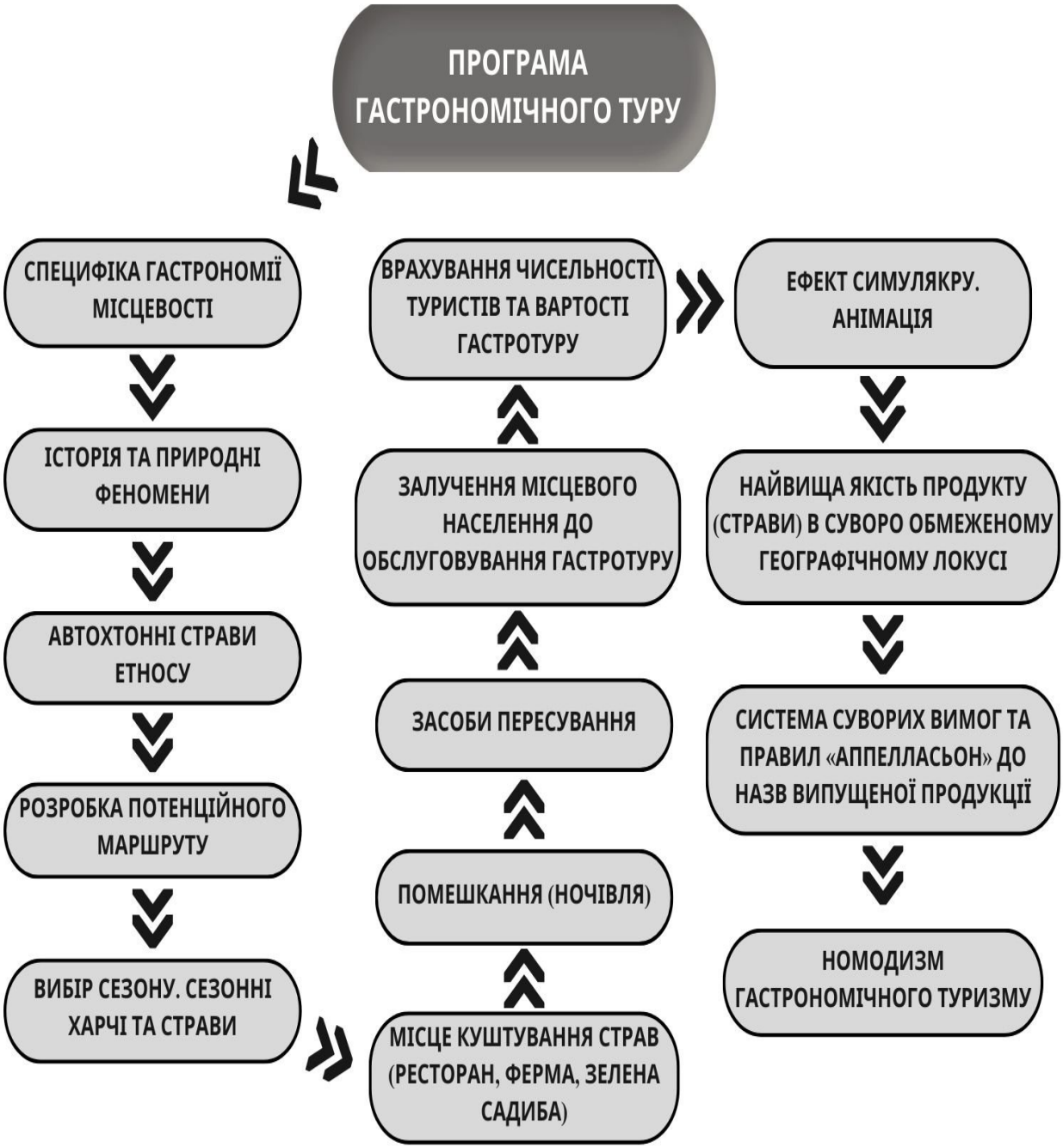



*Рис. 4.8. Алгоритм гастрономічної програми туру*

Унікальні туристичні вказівники міст стають невід'ємною складовою гастрономічної програми та включають: місцеві страви та напої, кулінарні традиції та звичаї, локальні ресторани та експертів кулінарії, традиційні ринки та продуктові базари, а також кулінарні екскурсії та дегустації. Врахування цих елементів допомагає створити насичений та запам'ятовуючий туристичний досвід.

Запропонований план щодо розробки та впровадження мережі туристичних вказівників для Правобережного Полісся України має значний потенціал стати ефективним інструментом розвитку гастрономічного туризму в регіоні.

Тут важливо врахувати кілька ключових аспектів: створення інформаційної бази: для ефективного розроблення мережі вказівників необхідно попередньо провести детальний аналіз туристичної інфраструктури регіону та визначити найбільш важливі локації для розміщення вказівників; участь громадськості та місцевих органів: важливо включити представників місцевих громад та органів влади у процес розробки, оскільки вони мають знання про потреби та особливості регіону; бюджет та фінансування: необхідно заздалегідь розрахувати витрати на розробку, виготовлення та встановлення вказівників, планування бюджету і вибір підходящого джерела фінансування є ключовими етапами; технічні аспекти: детально проробити технічні питання, пов'язані з виготовленням та встановленням вказівників, а також з їхнім обслуговуванням та підтримкою; маркетингові і рекламні стратегії: розробити стратегію просування мережі вказівників, яка допоможе максимально використати їхній потенціал для привертання туристів та популяризації регіону; процедура тендеру: провести конкурс або тендер серед компаній-учасників для вибору підрядника з виготовлення та встановлення вказівників. Здійснення цих кроків допоможе створити ефективну мережу туристичних вказівників, яка буде сприяти розвитку туризму в регіоні та полегшить навігацію для відвідувачів.

На сучасному етапі система внутрішньої туристичної навігації в регіоні виконує лише інформаційну функцію, яка орієнтує туриста на місцях. Рекламну функцію покладено на зовнішню навігацію. На території дослідження потрібно врахувати

ключові аспекти: інтеграція рекламно-інформаційних щитів – розміщення білбордів з визначними історико-культурними пам'ятками та іншими туристичними атракціями на під'їздах до населених пунктів; мультимедійна інформація – використання сучасних технологій для створення інтерактивних покажчиків та інформаційних панелей; підтримка місцевих івентів та фестивалів – важливо включати інформацію про гастрономічні події, фестивалі та інші культурні заходи в систему зовнішньої навігації, щоб привертати увагу туристів до них; планування туристичних маршрутів – укладання зрозумілих та доступних схем туристичних маршрутів у путівниках допоможе туристам з легкістю орієнтуватися та обрати найцікавіші місця для відвідування; уніфікований дизайн – створити єдиний стиль та дизайн для всієї системи зовнішньої туристичної навігації, щоб вона мала однорідний та професійний вигляд; партнерство з місцевими громадами та ТІЦ: важливо включати представників місцевих громад та туристично-інформаційних центрів у процес розробки та реалізації системи зовнішньої навігації, щоб забезпечити її ефективність та відповідність потребам туристів. Загалом це буде важливим інструментом підвищення туристичного потенціалу ТГТС та залучення уваги до сталого розвитку агрокультурної спадщини.

Низка заходів, спрямованих на покращення туристичного середовища та підвищення привабливості регіону для відвідувачів, включає такі пропозиції:

- *Туристичні пункти при в'їздах у міста та населені пункти*, що дозволить туристам отримати необхідну інформацію ще до в'їзду в місто та ефективно спланувати свою подорож;
- *Масмедійна туристична інформація* на мовах ЄС та латиницею, що забезпечить іноземних туристів зручною та доступною інформацією про регіон;
- *WI-FI доступ***,** зокрема наявність безкоштовного Wi-Fi у ресторанах і готелях, що підвищить комфорт перебування туристів та забезпечить легкий доступ до інтернету для планування маршрутів і отримання інформації про місцеві пам'ятки;

- *Мобільні додатки для iPad та iPhone***,** що дозволять туристам самостійно ознайомлюватися з пам’ятками, агрокультурною та гастрономічною спадщиною регіону, отримуючи доступ до зручної і систематизованої інформації;
- *Санітарні вузли для піших туристів* у центральних частинах міст, що забезпечить комфортне перебування та зручне використання туристичної інфраструктури.

Дослідження гастрономічного туризму Правобережного Полісся України є надзвичайно цінним і висвітлює ключові аспекти вибору та участі гастрономічних туристів у подорожах. На основі отриманих результатів висуваються такі пропозиції щодо розвитку гастрономічного туризму:

- *Створення унікальних гастрономічних програм**;***
- *Розробка гастрономічних турів***,** які враховують індивідуальні потреби туристів, зокрема походження терруарів та способи приготування локальних спеціалітетів;
- *Маркетинг і реклама***,** зокрема проведення рекламно-інформаційних кампаній у мас-медіа для популяризації гастрономічного туризму;
- Розвиток навігаційної інфраструктури**,** що забезпечує доступ до національних ресторанів і гастрономічних об’єктів;
- *Впровадження альтернативних форм навігації***,** орієнтованих на потреби та преференції гастрономічних туристів, включаючи орієнтування за символами та іншими унікальними об’єктами;
- *Партнерство та співпраця***,** залучення державного та приватного секторів у сфері туризму та рекреації, зокрема гастрономічного;
- *Освіта і навчання***,** проведення тренінгів для рестораторів, кухарів та інших працівників сфери гостинності з метою підвищення рівня обслуговування та якості гастрономічних продуктів.

Реалізація цих заходів сприятиме розвитку гастрономічного туризму та залученню більшої кількості туристів до українського Правобережного Полісся.

## 4.5. Гастрономічний бренд території на прикладі агрокультурної спадщини Правобережного Полісся України

Сучасний розвиток туризму охоплює глобальні процеси, водночас підкреслюючи значення локальних туристичних та агрокультурних ресурсів. Брендинг територій набуває дедалі більшої ваги як у світі, так і в Україні, стаючи фундаментом для розвитку гастрономічного туризму, культурної та агрокультурної спадщини, туристичних дестинацій, регіонів і держав загалом. Маркетингові підходи у брендуванні територій враховують як природні, так і соціальні аспекти, сприяючи залученню інвестицій, підвищенню туристичної привабливості та економічному зростанню, а також культурному розвитку міст і регіонів. Використання кількісних і якісних показників для оцінки ресурсів і результатів дозволяє ухвалювати більш обґрунтовані рішення щодо розвитку туризму та брендування територій, підвищуючи ефективність використання наявних ресурсів.

У сучасній парадигмі туристичного розвитку культура, історія, політика та соціальні зв’язки розглядаються як ключові складові туристичного бренду регіону, на рівні з економікою, бізнесом та інвестиціями, що підкреслює комплексність факторів, що формують привабливість території для відвідувачів. Значне місце у структурі туристичних брендів посідає гастрономічний компонент: агрокультурна та гастрономічна спадщина, харчове біорізноманіття, кулінарні традиції етносів, маркери ідентичності їжі, а також культурні події та яскраві постаті, пов’язані з місцевою кухнею. Ці елементи роблять подорожі більш насиченими та запам’ятовуваними.

Класичні роботи з маркетингу територій, зокрема F. Kotler, D. Haider і I. Rein («Marketing of Places», 1993), підкреслюють важливість використання маркетингових стратегій для позиціонування регіонів, зокрема через демонстрацію їхніх гастрономічних особливостей. Такі дослідження сприяють розвитку гастрономічного туризму та інтеграції кулінарних аспектів у маркетингові стратегії. Вивчення залучення інвестицій, підприємств і туристів у міста, регіони та держави дозволяє краще розуміти економічний розвиток і туристичну привабливість територій. Робота з C. Asplund (1999)

щодо маркетингового досвіду європейських країн також робить важливий внесок у розуміння стратегій просування та позиціонування територій на міжнародній арені.

Англійський дослідник Саймон Анхольт уперше ввів поняття «брендинг місця» у 2002 році, а «національний брендинг» і «конкурентна ідентичність» запропонував у 2007 році, оцінюючи країни та міста за їхнім брендовим статусом у світі [318; 430]. Подібний підхід підтримує японський учений К. Dinnie [359; 360], тоді як Middleton A. пропонує власне трактування «брендингу міста» [431]. Згідно з дослідженням Y. Hu та B. Ritchie [399], кухня та гастрономія посідають четверте місце серед факторів, що впливають на вибір туристичної дестинації.

Наукові дослідження також показують регіональну специфіку традиційного харчування етнічних груп, які мешкають на Правобережному Поліссі України, та виявляють перспективи використання гастрономічних брендів у туризмі. Розглядаючи міста та населені пункти не лише як географічні точки, а як бренди, можна бачити їх як унікальні сутності з власною ідентичністю, характером і способом життя. Агрокультурна спадщина міст відіграє ключову роль у формуванні гастрономічного бренду, визначаючи аутентичність місцевої кухні, традиції приготування страв, використання локальних інгредієнтів та специфіку обслуговування.

Індекс бренду міста або туристичної дестинації включає шість основних вимірів, що відображають різні аспекти привабливості: міжнародний статус, оцінку місця, умови для життя, людський фактор, ритм життя та потенціал для економічного й освітнього розвитку [317; 319]. Гастрономічна складова суттєво впливає на ці виміри, оскільки кулінарні традиції та місцеві страви можуть змінювати сприйняття міста туристами. Отже, агрокультурна спадщина, проявлена у гастрономічних традиціях, є важливим елементом у формуванні бренду міста та його туристичної привабливості.

Брендинг міста або населеного пункту є багатогранним процесом, що охоплює різні аспекти: культурну спадщину, історію, промисловість, туризм, гастрономію та інші елементи. Підхід С. Анхольта, хоч і дає широке уявлення про бренд території, може не враховувати всіх особливостей конкретного міста або населеного пункту. Тому

потрібен більш диференційований підхід, який враховує унікальність кожного місця. Концепція міст-брендів підкреслює, що бренд міста – це не сукупність окремих атрибутів, а комплексний образ, що відображає його ідентичність, характер і цінності. Такий підхід дозволяє глибше зрозуміти сутність міста чи сільського населеного пункту та розробити ефективну стратегію брендингу.

Брендинг території потребує індивідуального підходу та врахування всіх унікальних особливостей. Особливо важливо це для агрокультурної спадщини, яка включає історію, традиції, культурні цінності та специфіку місцевості. Вона є ключовим елементом формування бренду, визначає характер міста або населеного пункту та підкреслює його привабливість для туристів, жителів і інвесторів.

Успішний брендинг передбачає не лише створення привабливого образу, а й підтримку та розвиток культурних і історичних цінностей, що становлять основу ідентичності міста чи населеного пункту. Це дозволяє громаді стати впізнаваним брендом, здатним привертати увагу своєю унікальністю та пропозиціями. Водночас концепція конкурентної ідентичності не завжди ефективна в сфері формування іміджу, оскільки реалії брендингу територій значно складніші.

Проте існують потенційні ризики брендингу:

- ***спрощення культури:*** надмірний акцент на позитивних аспектах може призвести до втрати глибини та автентичності культурної спадщини;
- ***стандартизація:*** використання окремих культурних характеристик у бренді може зменшити індивідуальність території.
- ***комерціалізація культури:*** перетворення культурних явищ на об’єкти маркетингу може змінити їхнє первинне значення та цінність.
- ***втрата історичних та смислових значень:*** коли культура стає лише брендом, вона може втратити свою історію та значущість.

Як зазначав A. Middleton, брендинг міста є складнішим процесом порівняно з брендуванням товарів чи послуг [430; 431], оскільки вимагає врахування культурних, соціальних і економічних аспектів одночасно.

Питаннями брендингу дестинацій займалися – D. Aaker [307], B. Baker [326], S. Ba-lakrishnan [327], M. Florek, [377], R. Hannagen [392], S. Pike [457], H. Qu [465].

Гастрономія дійсно є важливою складовою культури кожного регіону та країни, відображаючи їхню історію, традиції, кліматичні та географічні особливості. Внесення гастрономічних елементів до списку нематеріальної культурної спадщини ООН і ЮНЕСКО свідчить про визнання важливості гастрономічної культури для збереження та відтворення харчової біорізноманітності.

Туристи, шукаючи нові враження, дійсно все частіше обирають місця, де можуть спробувати місцеву кухню та дослідити гастрономічні традиції. Це сприяє розвитку гастрономічного туризму та підтримці місцевих гастрономічних традицій та промислів. Також це сприяє культурному обміну між різними країнами та сприяє взаєморозумінню та поваги до різноманітності агрокультурного спадку.

Дослідження, проведене на території Правобережного Полісся України (2010-2022), вказує на важливість реклами в формуванні гастрономічного бренду території та привабленні туристів. Це відображається у декількох аспектах: привертання уваги (реклама допомагає привернути увагу до гастрономічних можливостей території та дозволяє споживачам дізнатися про наявність та різноманітність місцевих страв, спеціальностей та особливих кулінарних традицій); створення іміджу (ефективна реклама допомагає сформувати позитивний імідж території як місця з унікальною та привабливою кухнею); підвищення відвідуваності (реклама допомагає залучити туристів та стимулювати їх до відвідування території з метою спробувати місцеву кухню

Хоча такі фактори, як постачальники послуг, вартість продуктів, різноманітність та якість страв, також відіграють важливу роль, найбільший вплив на формування гастротуристичного бренду території та приваблення туристів має реклама. Авторське визначення поняття «гастрономічний бренд» наведено на рис. 1.9.

Гастрономічний бренд можна розглядати як комплекс різних елементів, що відображають національні цінності, традиції та інновації в сфері гастрономії (табл. 4.2).

Таблиця 4. 2

**Термін «гастрономічний бренд»**

| Автор | Термін «гастрономічний бренд» |
|---|---|
| Baker B. | Туристські бренди мають на меті підкреслити високу якість послуг у сферах туризму та гостинності, ресторанного бізнесу, використання громадських просторів [326]. |
| Hannagen P. | Пояснюються теорії та методи створення та проведення найбільш незабутніх подій і кампаній із їжею та напоями для просування вашого бізнесу та бренду [392]. |
| Irwansyah I. | Гастрономічний брендинг сьогодні став популярною стратегією внаслідок розвитку туристичного брендингу, брендингу місць призначення та м'якої/культурної дипломатії [403]. |
| Williams G., Williams Jr., Omar M. | Навмисні пошуки автентичних незабутніх кулінарних вражень під час міжнародних, регіональних або місцевих подорожей. Для гастротуристів їжа є мотивацією подорожі; локації лише функціонують як транспортні засоби для гастрономічних вражень (заходи, пов'язані з їжею, які включають спостереження за лаштунками, культурне /регіональне освітлення та часто практичну участь, кульмінацією якої є споживання їжі чи напоїв) [494]. |

Серед основних елементів гастрономічного бренду виділяють: розвинену гастрономічну індустрію, існування інституційного гастрономічного середовища, використання локальних інгредієнтів і кулінарних знань, організацію гастрономічних заходів та фестивалів, дотримання екологічних принципів і просування гастрономії у сфері освіти.

Споживання їжі охоплює не лише фізіологічні потреби людини, а й соціальні та культурні виміри: показники добробуту, участь у гастрономічних подіях, відвідування ресторанів, а також сімейні та суспільні взаємодії. Харчування має важливу роль у формуванні соціальних зв'язків і культурної ідентичності, впливає на способи спілкування та відчуття приналежності до певної групи або культури.

Як наголошує Linda Civitello [345], через харчування передаються культурні та цивілізаційні цінності. Традиційні страви, кулінарні звичаї та обряди харчування є

невід’ємною складовою агрокультурної спадщини нації і відображають її культурні особливості.

Туристи під час подорожей прагнуть пізнати культуру й традиції інших народів через їхню кухню. Водночас важливо враховувати індивідуальні потреби та обмеження у харчуванні, зокрема кошерну чи пісну їжу, страви для діабетиків або осіб з харчовими алергіями. Такі особливості харчування не лише відповідають культурним та релігійним практикам, а й забезпечують задоволення персональних потреб і підтримку здоров’я, що впливає на вибір страв під час подорожей і відвідування ресторанів.

Результати досліджень у галузі гостинності і туризму підтверджують важливість соціально-культурних та психологічних факторів у споживанні їжі туристами. Ось деякі ключові аспекти, які впливають на споживання їжі під час подорожей: культурний або релігійний вплив: культурні та релігійні фактори визначають харчові звичаї та традиції кожної країни чи регіону; соціально-демографічні фактори: споживання їжі також може бути вплинуте соціальним статусом, віком, статтю та іншими демографічними факторами; особистісні риси, пов’язані з харчовими продуктами: індивідуальні смакові уподобання, алергії, дієтичні обмеження та інші особисті характеристики також впливають на вибір страв; вплив ефекту або минулого досвіду: попередній досвід та враження від харчування у попередніх подорожах можуть вплинути на вибір страв у нових місцях; мотиваційні фактори: мотивація туристів щодо споживання їжі може бути символічною (наприклад, спроба місцевих страв), обов'язковою (необхідність харчування), контрастною (спроба чогось нового), розширення (дослідження нових кухонь) та задоволення (смаколики і задоволення від споживання їжі).

Як вважав W. Munsters [435] гастрономічна складова є важливою культурною частиною туристичного продукту.

Точно, сучасні туристи все більше цінують аутентичні та традиційні гастрономічні враження у своїх подорожах. Вони активно шукають старовинні рецепти, традиційні методи вирощування та зберігання продуктів, а також особливості подачі та сервіровки страв. Гастрономічна компонента також дає можливість територіям конкретніше

позиціонувати себе на ринку туристичних послуг. Унікальна кухня та гастрономічні традиції можуть стати ключовими факторами, які привертають туристів та роблять певну локацію більш привабливою для відвідування. Таким чином, гастрономічна спадщина стає важливим інструментом розвитку гастрономічного туризму та підвищення привабливості регіонів для подорожуючих.

Гастрономічний брендинг стає все більш важливим інструментом для приваблення туристів і підвищення конкурентоспроможності туристичних напрямків. Ось деякі ключові переваги гастрономічного брендингу для туристичної індустрії: підвищення привабливості дестинації, стимулювання повторного відвідування; економічні переваги, залучення широкого кола акторів, створення інтегрованої туристичної інфраструктури.

Залучення широкого кола стейкхолдерів, включаючи підприємства гастрономічного сектора, ЗМІ, маркетингові агентства та інші, створює сприятливі умови для розвитку гастрономічного туризму та підвищення привабливості туристичних напрямків.

При розробці гастрономічного бренду міста можна виділити такі ключові етапи:

1. ***Маркетингове дослідження*** – ретельне вивчення місцевого гастрономічного ринку та потреб цільової аудиторії, яка включає як місцевих жителів, так і туристів.

2. ***Визначення стратегічних цілей*** – встановлення конкретних завдань гастрономічного брендингу, таких як підвищення престижу регіону, збільшення туристичного потоку, підтримка місцевої економіки та інші.

3. ***Виявлення ключових учасників*** – залучення маркетологів, виробників, представників гастрономічної сфери, творчих спільнот, асоціацій та організацій, які можуть сприяти розвитку бренду.

4. ***Розробка концепції гастрономічного бренду*** – створення унікальної концепції, що відображає культурні та гастрономічні особливості місця, включаючи аналіз локальних продуктів, традицій та способів подачі страв.

Важливо також планувати та реалізовувати маркетингові заходи для просування бренду, а також здійснювати моніторинг і оцінку його ефективності для подальшого вдосконалення. Лише комплексний підхід дозволяє ефективно розвивати та просувати гастрономічний аспект дестинації.

Кожна країна володіє унікальною гастрономічною спадщиною. Цінним прикладом є місто Шкодер в Албанії, де просування гастротуризму враховує навіть знання місцевих харчових звичок і етикету за столом.

Отже, гастрономічний брендинг має великий потенціал для розвитку гастрономічного туризму, культурного обміну та збереження агрокультурної і гастрономічної спадщини. Його реалізація стає ефективним інструментом для популяризації місцевих гастрономічних традицій і залучення туристів.

Наше дослідження підкреслює значущість агрокультурної та гастрономічної спадщини у формуванні гастрономічних брендів. Брендування туристичних дестинацій у регіоні дозволяє:

- сприяти культурному обміну та збереженню агрокультурної спадщини;
- підтримувати розвиток місцевої економіки;
- підвищувати глобальну обізнаність про харчову культуру етносів;
- стимулювати розвиток інфраструктури.

Отже, гастрономічний туризм є важливим фактором для просування агрокультурної спадщини, економічного розвитку та культурного обміну між країнами. Його розвиток може мати позитивний вплив на місцеві ТГ та сприяти збереженню та просуванню гастрономічої спадщини та збереженню харчового біорізноманіття.

• Важливість гастрономічної компоненти для туристичного іміджу Првобережного Полісся України відображає важливість агрокультурної та гастрономічної спадщин в брендингу місць призначення. А саме сприятиме: гастрономічному брендингу як стратегічному інструменту, автентичності та ідентичності; підтримці місцевих галузей, просуванню регіонального туризму, розвитку міжнародного туризму.

• Отже, розвиток гастрономічного брендингу може стати ефективною стратегією для просування типів агрокультурної спадщини, економічного розвитку та підвищення конкурентоспроможності регіону у туристичній індустрії.

• Peer-to-peer dining і гастрономічні тури дійсно є важливими аспектами сучасного туризму, оскільки вони дозволяють туристам отримати більш особистий та автентичний досвід місцевої культури через спілкування з місцевими жителями та відчуття атмосфери реального життя. Ось деякі ключові пункти: автентичний досвід: peer-to-peer dining дає туристам можливість не лише смакувати місцеві страви, але й відчути справжню культуру через спілкування з місцевими жителями, їхнім способом життя та традиціями; підвищення інтересу: такі інтерактивні враження, як майстер-класи з кулінарії або гастрономічні тури, здатні підвищити інтерес туристів до культурної спадщини і традицій країни чи регіону; сприяння локальній економіці: такі ініціативи також можуть сприяти розвитку місцевої економіки, оскільки вони створюють нові можливості для місцевих жителів отримувати додатковий дохід через прийом гостей та проведення майстер-класів; поглиблення знань: туристи, які беруть участь у peer-to-peer dining або гастрономічних турах, мають можливість дізнатися більше про місцеву культуру, історію та традиції через інтерактивний досвід [356, 486].

• Цілком зрозуміло, що гастрономічний туризм може стати ключовим напрямком розвитку туризму в різних регіонах, включаючи Правобережне Полісся України. Підкреслення унікальних кулінарних традицій і створення гастрономічного бренду може привернути увагу туристів і стимулювати розвиток місцевої економіки.

Для реалізації гастрономічного брендингу необхідне впровадження конкретних програм і заходів, серед яких можна виділити:

• ***Створення гастрономічних маршрутів*** – розробка маршрутів, що включають відвідування місцевих ресторанів, фермерських ринків, виноробень та інших об’єктів, де туристи можуть спробувати традиційні страви та продукти.

- ***Промоція місцевої кухні*** – організація рекламних кампаній, гастрономічних фестивалів та тематичних заходів, що підвищують зацікавленість туристів у відвідуванні регіону.
- ***Співпраця з рестораторами та готелями*** – залучення закладів громадського харчування та готельного бізнесу до популяризації місцевих страв і культурного досвіду через меню та сервіс.
- ***Організація кулінарних заходів*** – проведення майстер-класів, дегустацій, виставок та конкурсів для популяризації місцевої гастрономії та залучення уваги туристів.

Підтримка з боку рестораторів, туристичних компаній та управлінь культури і туризму є важливим фактором успішності таких програм. Також необхідно враховувати потреби та вподобання цільової аудиторії, забезпечити відповідні ресурси та підтримку для розвитку гастрономічного туризму. Це дозволяє ефективно використовувати туристичний потенціал територіальних громад та формувати привабливі гастрономічні маршрути і тури.

## 4.6. Перезавантаження гастрономічних турів в туриторіальній гастротуристичній системі Правобережного Полісся України завдяки туристичному потенціалу територіальної гастротуристичної системи.

Темпи розвитку туристичної галузі у світі стабільно зростали до початку весни 2020 року, коли у більшості країн було запроваджено жорсткі національні карантинні обмеження через пандемію COVID-19 та російсько-українську війну.

Науковці обґрунтовували нові види туризму, з’являлися нові туристичні дестинації, а туристичні компанії пропонували інноваційні продукти. Щороку на туристичному ринку з’являлися нові форми гастрономічних послуг: живі екскурсії, лекції, майстер-класи.

Гастрономічні тури, у відсутності обмежень, дозволяють туристу «відчути смак» знайомого місця, взяти участь у фестивалі або навчитися готувати традиційну страву у її творців. Поєднання таких заходів із іншими видами туризму створює різноманітні гастрономічні пропозиції для будь-якої аудиторії.

В Україні, особливо у регіонах, віддалених від столиці, цей напрямок тільки починає розвиватися. Недооцінка туроператорами Правобережного Полісся перспектив створення різноманітних гастрономічних турів уповільнює розвиток галузі. Усвідомлення необхідності формування конкурентоспроможного гастрономічного продукту в межах ТГТС, що відповідає інтересам туристів та користується попитом, є ключовою умовою для зростання популярності гастрономічного туризму в регіоні та країні загалом.

Наразі назріла потреба апробації ТГТС на прикладі проєктного полігону – Правобережного Полісся України, апробації методики оцінки туристичного потенціалу ТГТС та розробки картографічної моделі туристичного потенціалу регіону [196; 198; 200; 201; 203; 445].

Сучасна територіальна гастротуристична система (ТГТС) виступає платформою для розвитку гастрономічного туризму, яка відображає підвищений інтерес до збереження місцевої агрокультурної спадщини, виробництва та споживання їжі, охорони ландшафтів та середовища існування. Переглядаються підходи до сталого розвитку гастрономічного туризму, гостинності та харчування в умовах, що виходять за межі місцевого соціально-економічного контексту.

Концепція ТГТС розглядається як інтегрована система, де синергійно поєднані гастрономічний туризм, туристична інфраструктура, туристичні об’єкти, місцеві ландшафти, харчове біорізноманіття, агропродовольча та гастрономічна спадщина, кулінарні культури етносів, маркери ідентичності їжі, терруар, локальні спеціалітети, стала харчова система та інші елементи (рис. 4.9).

**Рівень 0 – ландшафт** – є базовим, найбільш локальним рівнем територіальної гастротуристичної системи (ТГТС). Він охоплює агровиробництво та приватне

виробництво продуктів харчування, харчове біорізноманіття, агрокультурну і гастрономічну спадщину, терруар, локальні спеціалітети та сталу харчову систему.

**Рівень 1 – кулінарні культури етносів та маркери ідентичності** – відображає гастрономічні традиції різних етнічних груп, які формують культурну ідентичність у сучасних постмодерних суспільствах і стають важливим елементом туристичного досвіду. Все більше спостерігається тенденція «ми є те, що ми їмо» не лише у фізіологічному, а й у культурному сенсі, оскільки люди визначають себе через типи кухні, з якими знайомляться під час подорожей.

**Рівень 2 – прямі взаємодії** – охоплює стосунки між туристичними компаніями та споживачами гастрономічних послуг, тобто туристичні продукти та сервіси. Ці прямі взаємодії формують локальний харчовий ланцюг створення цінності, де кожен учасник системи отримує певну вигоду від своєї участі в процесі.

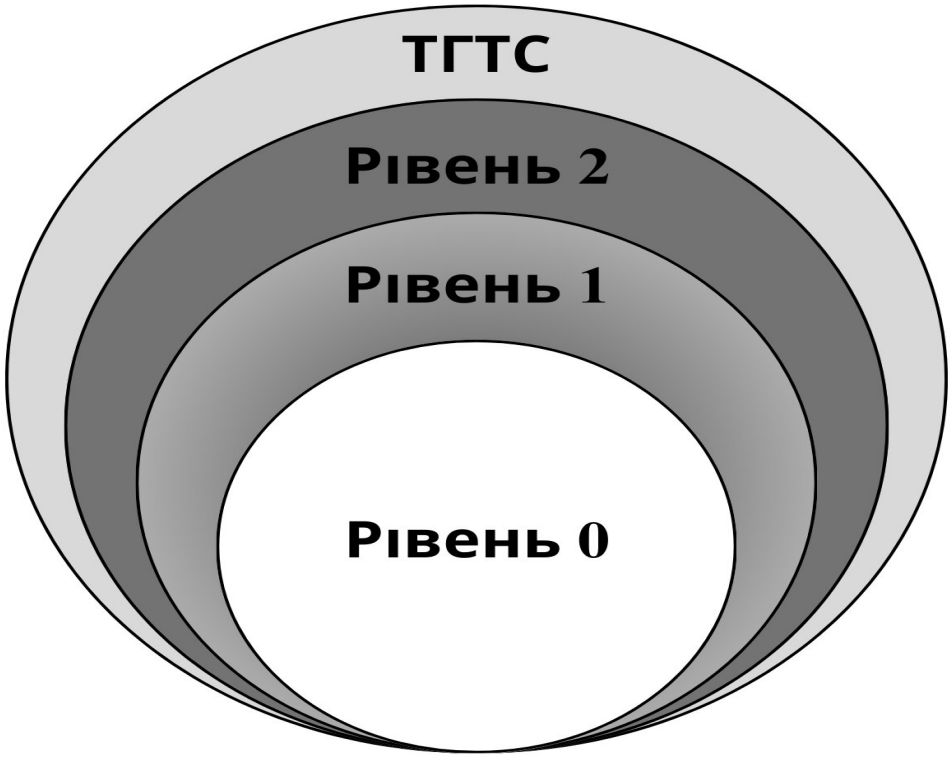



*Рис. 4.9. Рівні територіальної гастротуристичної системи*

ТГТС є геопросторовою мережею, де процеси виробництва, обробки, розподілу, доступу, споживання та відновлення гастротуристичних ресурсів пов'язані з ***конкретним географічним регіоном.***

Ці дослідники внесли значний внесок у вивчення географічних аспектів рекреаційної діяльності та розробку концепції територіальної рекреаційної системи: О. Бейдик [14], О. Гринюк [68], О. Ільїна [99], О. Любіцева [139], П. Масляк [145], М. Рутинський [250], І. Смаль [261], Л. Черчик [290], Н. Фоменко [287] та ін.

Вчені різних країн світу вивчали гастрономічний туризм, туристичний потенціал, тур, готельно-ресторанний бізнес: О. Бейдик [15], І. Бережна [16], М. Бутко [39], І. Бунтова [36], В. Герасименко [223], О. Клапчук [107], О. Любіцева [139], О. Топчієв, В. Яворська [243, 275], R. Ackoff [311], A. Almeida [314], F. Beltran [330], J. Horng [398], Y. Kim [406], E. Wolf [495] та ін.

Однак мало уваги приділено дослідженню туристичному потенціалу ТГТС, окремого регіону на що і повернуто фокус наукової роботи.

Праці присвячені картографічному моделюванню, створенню туристичних карт, знайшли своє відображення у наукових дослідженнях – Е. Бондаренко [26], І. Підлісецької [228], В. Шевченко [294]. У розвідках географії туризму спостерігаємо повернення від кількісних методів до якісного аналізу з використанням соціологічних, психологічних і етнологічних методологій, а також застосування економічної теорії та теорії менеджменту, маркетингу. До якісних показників, які широко застосовують у географічній практиці, належить так званий коефіцієнт Баретия і Деферта, що вказує на рівень розвитку туристичної функції. Метод SWOT застосовували для визначення можливостей розвитку туризму на певній території.

Використання економіко-математичних та соціально-просторових моделей дозволяє аналізувати та прогнозувати різноманітні аспекти туризму, включаючи його економічний вплив, розподіл ресурсів, соціальні наслідки та взаємодію з природним середовищем.

У вітчизняній науці теоретичним засадам розвитку географії туризму присвячено небагато праць вчених: О. Аріон [4], А. Доценко [81], О. Любіцева [137], Т. Ткаченко [280] та ін., а теорій і концепцій цієї галузі дуже мало у зарубіжній літературі, основні акценти висвітлюються у працях E. Cohen [782], K. Przecławski [463]. Тому доводиться використовувати переважно розвідки зарубіжних учених. До них належить праця польського вченого A. *Kowalczyk* «Geografna turyzmu» [413].

Методи пізнання є основою для успішного вивчення і розвитку будь-якої галузі знань або об'єкта дослідження. Вони дозволяють дослідникам систематизувати і аналізувати інформацію, формулювати гіпотези, проводити експерименти та досягати нових відкриттів.

Дослідження гастрономічного Інтернет-дискурсу та його впливу на туристичну діяльність є важливим напрямком досліджень у сучасній гастрономічній туристиці. Використання методів аналізу кулінарних сайтів, блогів, форумів, ЗМІ та інших Інтернет-ресурсів дозволяє отримати цінну інформацію про смакові уподобання туристів, їхні попередні очікування щодо гастрономічного досвіду та сприйняття місцевої кухні.

Методологія дослідження туристичної діяльності, що спирається на аналіз гастрономічного Інтернет-дискурсу, дозволяє визначати попит та популярність конкретних гастрономічних атракцій і послуг серед туристів. Вона також дає змогу прогнозувати тенденції розвитку гастрономічного туризму, виявляти потенційні ризики та можливості для вдосконалення гастрономічних продуктів і сервісів.

Аналіз гастрономічного Інтернет-дискурсу у контексті туристичної діяльності допомагає не лише поглибити розуміння смакових уподобань і очікувань туристів, але й підвищити якість та ефективність гастрономічних пропозицій, що сприяє розвитку туризму та підвищенню конкурентоспроможності гастрономічних туристичних регіонів.

У нашому дослідженні ми намагалися презентувати гастрономічні тури Правобережного Полісся України для українських та іноземних туристів на основі маркетингового аналізу гастрономічних уподобань цільових груп.

Гастрономічна культура включає три основні компоненти: *кулінарна культура етносів* – традиції, способи приготування їжі, характерні інгредієнти та страви конкретного регіону або культурної групи; *культура споживання їжі* – способи, якими люди приймають їжу, включаючи страви, столові прибори, етикет та традиції; *гастрономічна рефлексія* – усвідомлення та оцінка харчування, його вплив на здоров'я, культурні та соціальні аспекти.

Кожен із цих елементів формує унікальний індивідуальний та колективний гастрономічний досвід, сприяє розвитку місцевої економіки та збереженню агрокультурної спадщини.

Національна кухня формується під впливом географічного розташування, кліматичних умов, доступності продуктів, історичних і культурних чинників. Вона включає унікальні страви, традиційні рецепти та специфіку способів приготування і споживання їжі. Репрезентаційна функція національної кухні забезпечує передачу основних правил поєднання продуктів та визначає можливий спектр страв. Ритуалізоване закріплення норм гастрономічної культури в національній кухні стає ключовим для їх практичного відтворення у повсякденному житті.

Українське суспільство перебуває у процесі трансформації, що впливає на репрезентацію гастрономічної культури. Це породжує певні протиріччя, пов'язані з адаптацією традиційних форм гастрономічної культури до сучасних соціально-культурних умов. Одне з таких протиріч полягає у балансі між розвитком просторів для комунікації, що зменшують соціальні відмінності, та збереженням традиційної соціальної структури. Нові форми комунікації та доступ до інформації розширюють можливості обміну кулінарними знаннями, але водночас можуть створювати напруженість через різні соціальні інтереси та стереотипи.

Іншим викликом є несформованість нової моделі гастрономічної культури поряд із потребою легітимізації та трансляції її норм. Зміна соціальних і культурних умов потребує адаптації традиційних кулінарних практик до сучасності, що може зустрічати опір прихильників традиційної аутентичності.

Для подолання цих протиріч важливо створювати інклюзивні механізми комунікації, які б зберігали традиції та водночас сприяли інноваціям і культурному обміну. Необхідна освітня робота щодо цінностей гастрономічної культури, підтримка її легітимності та популяризація через культурні заходи, проєкти та ініціативи.

Загалом, гастрономічний туризм пропонує унікальний спосіб відкриття агрокультурної спадщини та смаків різних регіонів, що робить його привабливим для широкого кола туристів. Фактори, що сприяють розвитку гастрономічного туризму в регіонах, включають:

- розвинене сільське господарство: перебування туристів у сільській місцевості сприяє дегустації місцевої кухні та продуктів, вироблених в фермерських господарствах;
- екологічно чисті господарства: відвідування екологічно чистих господарств приваблює туристів, які цінують якість та безпеку продуктів;
- традиції етносів: наявність на території регіону корінних народів або нащадків, які підтримують традиції, може стати основою для розробки унікальних гастрономічних турів;
- збір дикоросів: можливість збору дикоросів, таких як гриби та ягоди, привертає туристів, які цінують натуральні продукти;
- створення нових робочих місць: розвиток гастрономічного туризму може сприяти створенню нових робочих місць і залученню місцевих жителів в робочий процес, зокрема у галузі готельно-ресторанного бізнесу;
- природно-рекреаційний потенціал: наявність різноманітного природно-рекреаційного потенціалу, що приваблює туристів, які шукають активний та цікавий відпочинок;
- культурно-історична спадщина: багата культурно-історична спадщина регіону

може стати додатковим мотивом для відвідування туристами;

- близькість до цільових споживачів: близькість цільових споживачів туристичних ресурсів до об’єкту мандрівки сприяє зручності для туристів;

- популярність кулінарних телевізійних програм і шоу: зростання популярності кулінарних телевізійних програм і шоу може збільшити інтерес до гастрономічного туризму;

- популяризація здорового способу життя: пропагування здорового способу життя, в тому числі через вибір органічних продуктів та активний відпочинок, може залучити більше туристів до гастрономічного туризму [176].

Синергетичний ефект від поєднання досліджень кулінарних культур етносів і гастрономічного туризму може полягати у створенні унікальних туристичних пропозицій, які поєднують у собі культурний і кулінарний досвід. Це може включати в себе екскурсії до місцевих ринків, майстер-класи з гастрономії, дегустації місцевих спеціалітетів, а також відвідування традиційних свят і фестивалів, пов'язаних з харчуванням.

Кожна територія має своє власне обличчя, як і людина. Про збереження пам’яток архітектури та історичного вигляду міст, населених пунктів кажуть давно, а гастрономічне обличчя території Правобережного Полісся має свій власний бекграунд. Тому боротьба йде буквально за кожну старовинну страву, подію.

Страви національної кухні відображають історію та культурні особливості кожного народу, тому їх смакування стає не лише приємним досвідом, але й може розширити світогляд та поглибити розуміння культурних особливостей. Гастрономічний туризм може також допомогти збереженню та відродженню традиційної кухні та ремесел, що мають велике значення для ідентичності та самосвідомості різних етнічних груп. У цілому, гастрономічний туризм може стати потужним інструментом взаєморозуміння, міжкультурного діалогу та підтримки різноманітності культур у світі.

Разом з тим, у сучасному світі гастрономічний туризм характеризується багатогранністю та неоднозначністю, оскільки тісно пов'язаний з економікою, культурою, історією, географією, архітектурою та багатьма іншими науками. Відповідно, гастрономічний туризм характеризується безліччю різних ознак, які втілюються у різноманітних показниках з різними одиницями виміру, тому дати цілісну оцінку рівня розвитку гастрономічного туризму певного регіону із застосуванням традиційних методів є досить складним і трудомістким процесом. Зазначене зумовлює потребу в розширенні механізму використання методів економічного аналізу (математики, статистики, кібернетики, мікро- і макроекономіки тощо). Одним із розв'язків зазначеної проблеми є використання в економічних дослідженнях статистичних методів порівняльного багатовимірного аналізу, що базуються на розподілі багатовимірної випадкової величини, зокрема, методу таксономії, який дозволяє вирішити питання різнорідності сукупності факторів, що аналізуються.

Метод таксономії використовується для узагальнюючої оцінки складних об'єктів або процесів шляхом розрахунку комплексного показника. Цей показник є синтетичною величиною, що враховує всі ознаки досліджуваних одиниць та дозволяє визначити найбільш впливові фактори [17, 98, 410, 452, 450, 459]. У контексті оцінки гастрономічного туризму Правобережного Полісся України такою «збірною» величиною виступив показник туристичного потенціалу територіальної гастротуристичної системи (ТГТС).

Таксономічний аналіз набув широкого застосування при дослідженні складних багатофакторних об'єктів у різних наукових сферах, включно зі спортом, філологією, сільським господарством, педагогікою, археологією, екологією, економікою та географією [9, 131]. Це свідчить про універсальність методу і доцільність його використання для оцінки туристичного потенціалу гастрономічних ландшафтів.

Термін «таксономія» походить від грецьких слів *taxis* – «система, порядок» та *nomos* – «закон, принцип». У літературі використовуються також близькі терміни:

таксологія, таксонометрія, чисельна або математична таксономія, класифікація, кластерний аналіз, групування, дискримінація, делімітація та розпізнавання образів.

Розрізняють якісну і кількісну таксономію, а також описову та стохастичну систематику [249]. Загалом, таксономія визначається як наука про принципи класифікації та впорядкування елементів [176, 459].

Корені таксономії як науки сягають XVIII століття. Одним із її засновників вважають Карла Ліннея (1707–1778), творця систематики рослин і тварин. Першим дослідником, який застосував кількісні методи в таксономії, був польський антрополог та статист Ян Чекановський (1882–1965), який запропонував міру подібності між об’єктами у багатовимірному просторі – відстань Чекановського. Спочатку метод використовувався в антропології, але згодом поширився на біологічні, географічні, соціальні та економічні дослідження. Перші соціально-економічні застосування методу здійснив Jerzy Fierich (1900–1965), засновник Департаменту статистики Краківської школи економіки.

Подальший розвиток метод отримав у працях професора Здзіслава Хеллвіга, який запропонував спосіб організації лінійних об’єктів у багатовимірному просторі ознак шляхом обчислення синтетичної величини з урахуванням усіх ознак. Його метод дозволяв визначати рейтинг об’єктів, а також виділяти стимулятори та дестимулятори. Польський учений В. Плута зазначав, що таксономічний метод ефективний для аналізу явищ з великою кількістю ознак, коли традиційні методи виявляються недостатньо придатними. Метод базується на визначенні таксономічної відстані між об’єктами у багатовимірному просторі, де кожна ознака виступає як окремий вимір, що дозволяє структурувати дані та визначати відносини між елементами.

Компаративний аналіз наукових джерел [9, 241, 257, 451, 459] дозволив виділити класичні етапи проведення таксономічного аналізу:

1. Формування вхідної інформаційної системи;
2. Побудова матриці спостережень;
3. Стандартизація значень матриці спостережень;

4. Диференціація ознак на стимулятори та дестимулятори;
5. Формування вектора-еталона;
6. Побудова матриці відстаней;
7. Розрахунок таксономічного показника для кожного об’єкта дослідження;
8. Оцінка структури результатів таксономічного аналізу.

Важливу роль у розвитку методології застосування таксономічного методу відіграють праці польського дослідника В. Плути [459]. Загалом, процес таксономічного аналізу починається з визначення системи показників, що характеризують об’єкт дослідження, і збору вихідної інформації для подальшої обробки та оцінки.

Для формування вихідних даних щодо туристичного потенціалу ТГТС Правобережного Полісся на основі експертних оцінок була обрана система показників за трьома регіональними підсистемами: Житомирське Полісся, Волинське Полісся та Київське Полісся. Вона включає такі категорії:

- *гастрономічні події* – кількість гастрономічних фестивалів та інших заходів;
- *туристична інфраструктура* – кількість готелів, ресторанів, зелених садиб, музеїв і пам’яток, пов’язаних із гастрономією;
- *харчова індустрія* – фабрики, заводи, комбінати;
- *аграрне виробництво* – агрофірми та фермерські господарства.

На основі зібраних даних формується матриця спостережень X розмірності (m×n), яка відображає значення характеристик (ознак) для багатовимірних одиниць дослідження (матриця 4.1).

$$X_{mn} = \begin{pmatrix} x_1 \\ x_2 \\ \dots \\ x_i \\ \dots \\ x_m \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} x_{11} & x_{12} & \dots & x_{1j} & \dots & x_{1n} \\ x_{21} & x_{22} & \dots & x_{2j} & \dots & x_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ x_{i1} & x_{i2} & \dots & x_{ij} & \dots & x_{in} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ x_{m1} & x_{m2} & \dots & x_{mj} & \dots & x_{mn} \end{pmatrix} \quad \textbf{(4.1.)}$$

де $m$ – число одиниць $n$-вимірного простору, що відповідає кількості рядків матриці;

$n$ – число ознак кожної одиниці, що відповідає кількості стовпчиків матриці;

$x_{ij}$ – значення ознаки за номером $j$ для одиниці за номером $i$.

Загалом, дані по об'єктах утворюють рядки, а значення показників – стовпчики матриці спостережень.

Для розрахунку інтегрованого таксономічного показника туристичного потенціалу ТГТС ($ІТП_{ТПТГТС}$) на основі зібраних даних щодо виокремлених показників його оцінки у фізико-географічних областях Правобережного Полісся України побудовано відповідну матрицю спостережень 4.2:

$$X = \begin{vmatrix} 20 & 74 & 38 & 965 \\ 21 & 16 & 117 & 899 \\ 12 & 72 & 74 & 337 \end{vmatrix}. \qquad \textbf{(4.2)}$$

Оскільки виокремлені показники (критерії) оцінки туристичного потенціалу ТГТС описують різні властивості досліджуваних об'єктів, тобто є неоднорідними, з різними одиницями виміру та, відповідно, непорівнюваними, то далі для забезпечення можливості приведення їх до єдиної безрозмірної величини здійснюється стандартизація показників матриці спостереження за наступними формулами 4.3.; 4.4.[459]:

$$z_{ij} = \frac{x_{ij} - \overline{x_j}}{\sigma_j} \qquad \textbf{(4.3.)}$$

де $z_{ij}$ – стандартизована ознака $j$ для $i$-того об'єкту;

$\overline{x_j}$ – середньоарифметичне значення *j*-того показника;

$\sigma_j$ – середньоквадратичне відхилення *j*-того показника:

$$\sigma_j = \sqrt{\frac{1}{m}\sum \left(x_{ij} - \overline{x_j}\right)^2} . \qquad \textbf{(4.4.)}$$

У результаті перетворення кожного значення $x_{ij}$ *j*-ї ознаки формується наступна стандартизована матриця – формула 4.5:

$$Z_{mn} = \begin{pmatrix} z_1 \\ z_2 \\ \dots \\ z_i \\ \dots \\ z_m \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} z_{11} & z_{12} & \dots & z_{1j} & \dots & z_{1n} \\ z_{21} & z_{22} & \dots & z_{2j} & \dots & z_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ z_{i1} & z_{i2} & \dots & z_{ij} & \dots & z_{in} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ z_{m1} & z_{m2} & \dots & z_{mj} & \dots & z_{mn} \end{pmatrix}, \qquad \textbf{(4.5.)}$$

де всі елементи утвореної стандартизованої матриці мають нульове значення математичного очікування й одиничне значення – дисперсії.

На основі даних матриці спостережень розраховано середні значення та середньоквадратичні відхилення для кожного показника туристичного потенціалу ТГТС в системі вихідних даних трьох фізико-географічних областей (табл. 4.3.).

Таблиця 4.3.

**Результати проміжних розрахунків для побудови стандартизованої матриці** [9]

| **Показники** | **Гастро-події** | **Туристична інфраструктура** | **Харчова індустрія** | **Аграрне виробництво** |
|---|---|---|---|---|
| $\overline{x_j}$ | 17,67 | 54,00 | 76,33 | 733,67 |
| $\sigma_j$ | 4,93 | 32,92 | 39,55 | 345,10 |

Відповідно, для зведення виокремлених характеристик до спільного інтегрованого показника стандартизована матриця (4.6.) має наступний вигляд:

$$Z = \begin{vmatrix} 0,47 & 0,61 & -0,97 & 0,67 \\ 0,68 & -1,15 & 1,03 & 0,48 \\ -1,15 & 0,55 & -0,06 & -1,15 \end{vmatrix}. \qquad \textbf{(4.6.)}$$

Наступним кроком є диференціація виокремлених ознак шляхом їх поділу на стимулятори (показники, збільшення яких покращує загальну оцінку функціонування об’єкта дослідження) та дестимулятори (призводять до погіршення функціонування об’єкта дослідження), враховуючи вплив кожного показника (фактора) на рівень розвитку туристичного потенціалу ТГТС.

Побудова вектора-еталона на основі розподілу ознак-стимуляторів (максимальний вплив) та ознак-дестимуляторів (знижуючий вплив) може бути ефективним методом для аналізу та класифікації об'єктів у просторі ознак.

Відбір еталонних точок за кожним показником рівня функціонування об’єкта дослідження здійснюється з урахуванням того, що в одновимірному просторі відбувається попарне порівняння показників. Інтегрований показник туристичного потенціалу ТГТС для фізико-географічного району, розраховується на основі еталонних точок для кожного показника.

Отже, для кожної *j*-ї ознаки матриці стандартизованих ознак по вертикалі виокремлюють «найліпші» значення з посеред аналізованих ознак та мети дослідження (максимальні чи мінімальні) $z_{0j}$ серед усіх $m$ одиниць та формують координати вектора-еталона: $z_{0j} = (z_{01}, z_{02}, ..., z_{0m})$. При цьому, координати точки-еталона становлять:

$$\begin{cases} z_{0j} = \max z_{ij}, \text{ якщо } j \in I, \\ z_{0j} = \min z_{ij}, \text{ якщо } j \in I (j = 1, ..... m)' \end{cases}$$

де $I$ – множина стимуляторів.

У даному випадку всі виокремлені показники оцінки рівня розвитку туристичного потенціалу ТГТС відносяться до стимуляторів. У наведеній вище стандартизованій матриці Z жирним шрифтом виділено точки-еталони, що дозволяє сформувати відповідний вектор-еталон:

$$Z_{0j} = (0,68 ; 0,61 ; 1,03 ; 0,67)$$

На наступному етапі будується матриця (4.7.) відстаней між окремими спостереженнями та елементами вектора-еталона:

$$C_{mn} = \begin{pmatrix} c_1 \\ c_2 \\ \dots \\ c_i \\ \dots \\ c_m \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} c_{11} & c_{12} & \dots & c_{1j} & \dots & c_{1n} \\ c_{21} & c_{22} & \dots & c_{2j} & \dots & c_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ c_{i1} & c_{i2} & \dots & c_{ij} & \dots & c_{in} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ c_{m1} & c_{m2} & \dots & c_{mj} & \dots & c_{mn} \end{pmatrix}, \quad \textbf{(4.7.)}$$

де $c_{ij}$ – багатовимірна евклідова відстань (квазівідстань) між окремими спостереженнями та вектором-еталоном за кожним виокремленим показником туристичного потенціалу ТГТС, яка визначається за формулою (4.8.) [459]:

$$c_{ij} = \left(z_{ij} - z_{0j}\right)^2, \qquad \textbf{(4.8.)}$$

де $z_{0j}$ – стандартизоване значення показника $j$ в точці-еталоні.

Відповідно до здійснених розрахунків матриця відстаней (4.9.) має наступний вигляд:

$$C = \begin{vmatrix} 0{,}043 & 0{,}000 & 3{,}997 & 0{,}000 \\ 0{,}000 & 3{,}113 & 0{,}000 & 0{,}036 \\ 3{,}349 & 0{,}004 & 1{,}186 & 3{,}310 \end{vmatrix}.$$

**(4.9.)**

На основі сформованої матриці відстаней можна визначити таксономічну відстань між різними спостереженнями і вектором-еталоном ($c_{io}$) за формулою (4.10.):

$$c_{i0} = \sqrt{\sum_{j=1}^{n} \left(z_{ij} - z_{0j}\right)^2}. \qquad \textbf{(4.10)}$$

Слід враховувати, що чим ближче знаходиться до точки-еталону одиниця досліджуваної сукупності, тим меншим буде значення $c_{i0}$ і, відповідно, вища буде якість досліджуваної ознаки.

Визначення таксономічної відстані по кожному об’єкту є основою для остаточної комплексної оцінки туристичного потенціалу ТГТС українського Правобережного Полісся шляхом розрахунку інтегрованого таксономічного показника туристичного потенціалу ТГТС ($ІТП_{тптстс}$) (4.11., 4.12., 4.13.,) [1027]:

$$ІТП_{ГП} = 1 - d_i, \qquad \textbf{(4.11.)}$$

де $d_i$ – це коефіцієнт таксономії, який розраховується за формулою:

$$d_i = \frac{c_{i0}}{c_0}, \qquad \textbf{(4.12.)}$$

де $c_0$ – показник якості функціонування досліджуваного об’єкту:

$$c_0 = \bar{c}_0 + 2\sigma_0, \qquad \textbf{(4.13.)}$$

де $\bar{c}_0$ – середня арифметична з розрахованих попередньо відстаней між стандартизованими показниками *i*-го об’єкта та еталону (4.14.):

$$\bar{c}_0 = \frac{\sum_{i=1}^{n} c_{i0}}{n}; \qquad \textbf{(4.14.)}$$

$\sigma_0$ – середньоквадратичне відхилення від точки-еталону (4.15.):

$$\sigma_0 = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^{n} \left(c_{i0} - \overline{c_0}\right)^2}{n}} \qquad \textbf{(4.15.)}$$

Чим ближче до одиниці знаходиться значення таксономічного показника, тим кращий рівень досліджуваного об’єкта, зокрема, тим вищий рівень розвитку туристичного потенціалу ТГТС.

Продовжуючи далі розгляд питання, слід вказати, що таксономічний аналіз буде неповним, а висновки по ньому недостатньо обґрунтованими без визначення вагомості обраних показників в проведеній комплексній оцінці досліджуваного явища, зокрема, рівня розвитку гастрономічного туризму. Для цього необхідно проаналізувати структуру комплексної оцінки, отриманої таксономічним методом, шляхом розрахунку питомої ваги вкладу кожної виокремленої ознаки досліджуваного об’єкту у інтегрований таксономічний показник (4.16.) [459]:

$$w_{ij} = \frac{\left(z_{ij} - z_{0j}\right)^2}{\sum_{j=1}^{n} \left(z_{ij} - z_{0j}\right)^2} \cdot 100 \qquad \textbf{(4.16.)}$$

де $w_{ij}$ – вагомість показника в оцінці досліджуваного об’єкту.

Загальний вплив обраних показників на комплексну оцінку рівня туристичного потенціалу ТГТС фізико-географічної області визначається як середня арифметична з розрахованих часток (4.17.):

$$\overline{w_j} = \frac{\sum w_{ij}}{n}. \qquad \textbf{(4.17.)}$$

Розрахунок інтегрованого таксономічного показника дозволяє оцінити значущість кожного виділеного фактора. У таблиці 4.4 наведено результати комплексної оцінки рівня розвитку гастрономічного туризму Правобережного Полісся у 2021 році на основі розрахунку туристичного потенціалу ТГТС.

Таблиця 4.4.

**Розрахункові показники для таксономічного аналізу рівня розвитку гастрономічного туризму Правобережного Полісся України у 2021 році** [1049]

| **Об'єкти** | $c_{i0}$ | $\bar{c}_0$ | $\sigma_o$ | $d_i$ | **ІТП$_{ГП}$** | **Рейтинг** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Житомирське Полісся | 2,01 | 2,20 | 0,54 | 3,28 | 0,39 | **2** |
| Волинське Полісся | 1,77 | | | | 0,46 | **1** |
| Київське Полісся | 2,80 | | | | 0,15 | **3** |

Згідно з проведеним аналізом, лідером у розвитку гастрономічного туризму у 2021 році стало Волинське Полісся, за ним розташувалося Житомирське, а найнижчий рівень розвитку спостерігався у Київському Поліссі (частина по правому березі Дніпра). Це свідчить, що за комплексом обраних показників гастрономічний туризм найбільш розвинений у Волинській області, тоді як у Київському Поліссі його розвиток є відносно низьким.

Якщо застосувати шкалу Харрінгтона (0,00-0,36 – низький рівень розвитку; 0,36-0,64 – середній; 0,64-1,00 – високий рівень розвитку), стає зрозуміло, що у 2021 році жодна з досліджуваних областей не досягла ефективного рівня розвитку гастрономічного туризму. Зокрема, Волинське та Житомирське Полісся характеризуються середнім рівнем розвитку, тоді як Рівненське Полісся має досить низький показник. Задовільний рівень розвитку гастрономічного туризму у

Правобережному Поліссі України в першу чергу можна пояснити тривалою економічною та політичною нестабільністю.

Для більш ґрунтовних висновків важливо детально оцінити значущість кожного показника, включеного до комплексної оцінки. На основі матриці відстаней було проведено аналіз структури таксономічного дослідження розвитку гастрономічного туризму у трьох фізико-географічних областях Правобережного Полісся, що дозволило визначити складові туристичного потенціалу ТГТС, які мали найбільший вплив на формування інтегрованого таксономічного показника (табл. 4.5).

Аналіз структури рейтингу фізико-географічних областей Правобережного Полісся України за рівнем туристичного потенціалу ТГТС показав, що у 2021 році найбільший вплив на його формування мав обсяг харчової індустрії, оцінений за кількістю фабрик, заводів і комбінатів із виробництва продуктів харчування (38,01 %), тоді як найменшу роль відіграла наявність агрофірм та фермерських господарств (14,44 %).

Таблиця 4.5.

**Структура оцінки рівня туристичного потенціалу ТГТС українського Правобережного Полісся у 2021 р.** [442]

| **Складові туристич-ного потенціалу ТГТС** | **Структура таксономічного показника туристичного потенціалу ТГТС за його складовими, %** | | | **Середня вага** | **Рейтинг** |
|---|---|---|---|---|---|
| | **Житомирське Полісся** | **Волинське Полісся** | **Київське Полісся** | | |
| Гастроподії | 1,07 | 0,00 | **42,67** | 14,58 | 3 |
| Туристична інфраструк-тура | 0,00 | **98,82** | 0,06 | 32,96 | 2 |
| Харчова індустрія | **98,93** | 0,00 | 15,10 | 38,01 | **1** |
| Аграрне виробництво | 0,00 | 1,18 | **42,17** | 14,44 | 4 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Разом | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | X |

У розрізі окремих областей пріоритети складових туристичного потенціалу різнилися. Так, у Житомирському Поліссі домінувала харчова індустрія (98,93 %), у Волинському Поліссі – туристична інфраструктура (готелі, ресторани, зелені садиби, гастрономічні музеї та пам'ятки) (98,82 %), а в Київському Поліссі – гастроподії (кількість гастрономічних фестивалів та інших заходів) (42,67 %) та аграрне виробництво (42,17 %).

В цілому складові туристичного потенціалу ТГТС трьох областей можна розташувати за впливом на його формування від найбільш значущих до менш значущих: 1 –агрокультурна та гастрономічна спадщина, 2 – туристична інфраструктура, 3 – гастроподії, 4 – аграрне виробництво.

Така послідовність дозволяє визначити пріоритети в управлінні розвитком гастрономічного туризму в регіоні: посилення найбільш впливових ознак, у поєднанні з іншими, сприятиме швидшому зростанню рівня туристичного потенціалу ТГТС за інших рівних умов.

Визначення туристичного потенціалу ТГТС є складним завданням, оскільки потребує комплексного аналізу фізико-географічних, екологічних, культурних, економічних та інших факторів. Таке комплексне оцінювання дозволяє не лише визначити рівень розвитку гастрономічного туризму, але й розробити типізацію агрокультурної спадщини з рекомендаціями та стратегіями для кожного типу.

**Туристичний потенціал ТГТС** (рис. 4.10.) з балом понад 5000 мали такі фізико-географічні райони: 1. Кузнецовсько-Дубровицький; 2. Баранівсько-Ірпінський; від 2501 до 5000 балів: 3. Любомльсько-Рожищенський; 4. Емільчинсько-Убортський; 5. Малинсько-Малинівський; від 1001 до 2500 балів: 6. Шацько-Сарненський; 7. Олевсько-Іванківський; від 101 до 1000 балів: 8. Костопільський; 9. Тетерівсько-Узький; 10. Чистогалівський; до 100 балів: 11. Рокитнівський; 12. Довбишський; 13. Овруцький; 14. Прип'ятський [442].

Гастрономічний туризм передбачає відвідування унікальних закладів та участь у гастрономічних подіях, які представляють інтерес для туристів. До таких об’єктів належать гастрономічні фестивалі, ресторани та кафе, заклади з продажу алкогольних напоїв, а також підприємства харчової промисловості. Вони надають туристам можливість ознайомитися з місцевими смаками та культурними традиціями харчування.

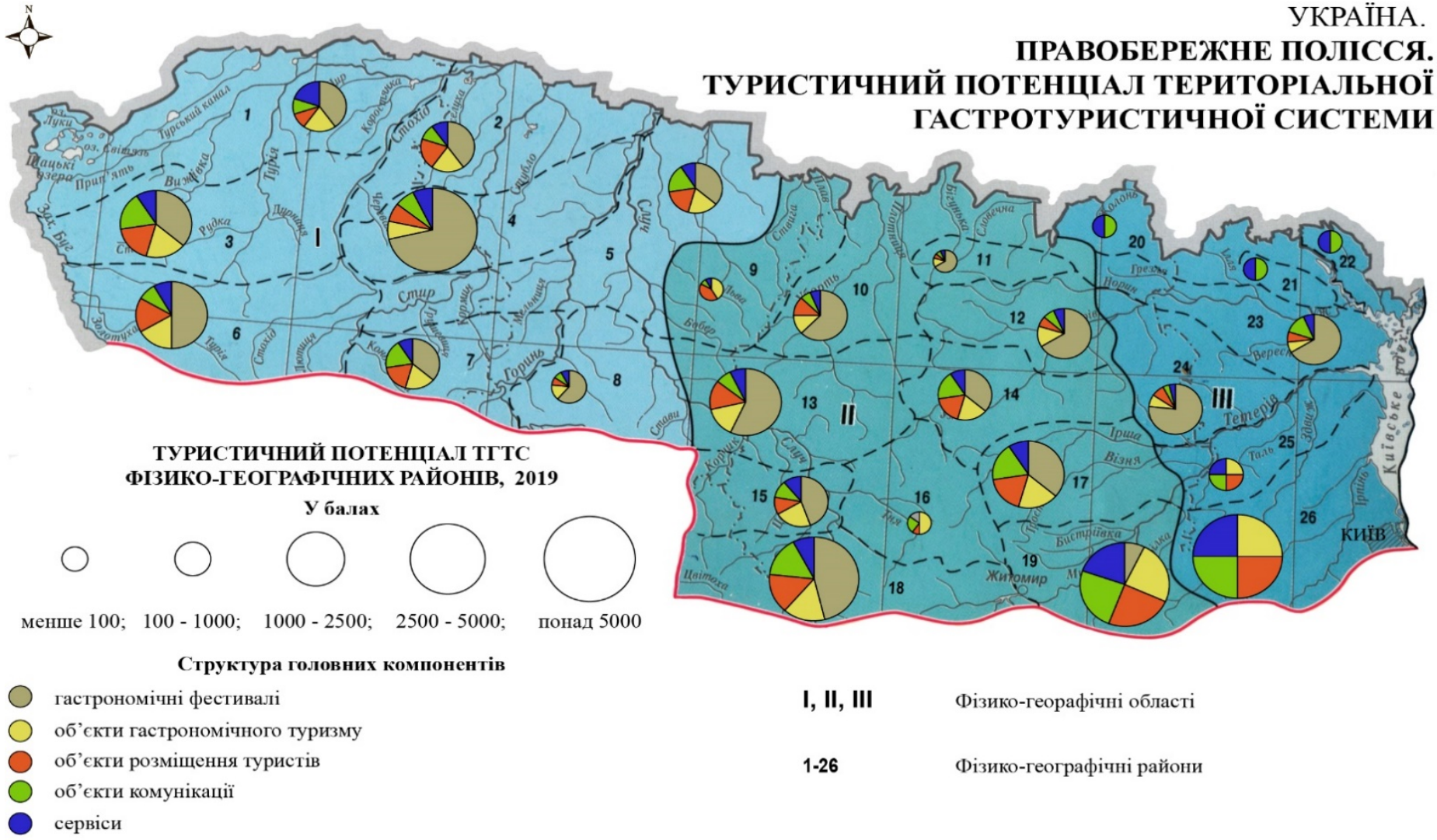



*Рис. 4.10. Туристичний потенціал ТГТС Правобережного Полісся України*

Розрахунок картографічних показників туристичного потенціалу ТГТС здійснюється шляхом підсумовування показників по туристичних об’єктах і туристичній інфраструктурі. Під час обчислень враховувалася різна значимість об’єктів для кінцевого показника. Наприклад, наявність доріг є важливим фактором, проте їхня кількість значно перевищує показники інших елементів інфраструктури.
Для цього було введено коефіцієнт (1/1000), який дозволяє врівноважити вплив доріг та привести їх до середнього значення серед інших об’єктів інфраструктури [442].

Вибір способу картографічного відображення визначався тематикою карти. Для демонстрації туристичного потенціалу ТГТС обрано картодіаграму [200, 201], де одиницею картографування виступає фізико-географічний район.

Для обчислення туристичного потенціалу ТГТС, який базується на сумі балів, кожен тип об'єкту має своє визначення і відповідну кількість балів. Гастрономічні фестивалі, оцінювалися в 1000 балів за кожен фестиваль. Після цього розподілено райони за інтервалами значень туристичного потенціалу таким чином, щоб кожний інтервал мав приблизно однакову кількість фізико-географічних районів і був раціональним для аналізу та управління [176]. В легенді визначено стуктуру головних компонентів [200, 201].

Таким чином, інтегрований показник є комплексною характеристикою туристичного потенціалу ТГТС Правобережного Полісся України. Запропонована модель таксономічного аналізу дозволяє виявити напрями удосконалення політики управління гастрономічним туризмом, а також у подальшому визначити різноманітні загрози, які впливають на розвиток гастрономічного туризму кожній з досліджуваних фізико-географічних областей та сформувати передумови вибору стратегії управління.

Однак розроблена модель не здатна врахувати форс-мажорні обставини. Зокрема, початок 2020 року ознаменувався глобальним спалахом пандемії COVID-19, яка значно вплинула на туристичний сектор світу та України через закриття кордонів і запровадження екстрених карантинних заходів. До того ж, російсько-українська війна 2022 року спричинила додаткові негативні наслідки. Це мало значний вплив на всі складові туристичного потенціалу ТГТС та завдало серйозної шкоди ринку

гастрономічного туризму. Наприклад, з 30 тисяч підприємств громадського харчування 12 тисяч були ліквідовані, що спричинило кардинальні зміни у діяльності готельно-ресторанного комплексу [176].

За оцінками Всесвітньої ради з подорожей і туризму, пандемія могла скоротити до 75 млн робочих місць у глобальному масштабі; у Європі під загрозою опинилися близько 10 млн робочих місць у туристичній сфері, а фінансові втрати склали майже 552 млрд доларів США. В Україні втрати оцінюються у 0,5 млн робочих місць. За даними Cushman & Wakefield Ukraine, наприкінці першого півріччя 2020 року тарифи на готельні послуги знизилися для всіх категорій готелів як у доларах, так і в гривнях порівняно з аналогічним періодом попереднього року.

Прогнозувати подальший розвиток подій досить складно, а будь-яке запровадження нових жорстких карантинних обмежень в Україні потенційно негативно вплине на всі компоненти туристичного потенціалу ТГТС.

Об’єктами аналізу стали**:** ***гастрономічний туристичний продукт, гастрономічний тур, гастрономічний турист*** **та** ***споживчий кошик гастрономічного туриста,*** які постануть результуючими [442]. (див. рис. 1.9.)

Досягнення успішного розвитку гастрономічного туризму можливе лише через тісну співпрацю всіх учасників туристичного середовища – готелів, ресторанів, музеїв, різноманітних атракцій, туристичних агентств, органів влади, громадських організацій та наукових установ. Вони формують інтегрований ланцюг, який створює привабливе для туристів гастрономічне середовище.

Окрім розвиненої місцевої кухні, гастрономічного бренду та тематичних заходів, значну роль у розвитку гастротуризму відіграють державні та громадські організації. У багатьох країнах та містах органи виконавчої влади усвідомлюють економічний потенціал гастрономічного туризму і реалізують відповідні програми розвитку. Вчені ж пропонують науково обґрунтовані рішення у сфері туризму, гастрономії та маркетингу для просування унікальних туристичних продуктів [466, 470, 474].

Географічне положення регіону, кліматичні умови та гастрономічні традиції населення сприяли формуванню продуктових «візитних карток» різних фізико-географічних областей Правобережного Полісся. Конкуренція між туристичними дестинаціями стимулює просування цих продуктів як брендового гастрономічного туристичного продукту. Маркетингові дослідження [484, 487] попиту на гастротури серед іноземних туристів підтвердили їх зацікавленість, що обґрунтовує створення подібних турів.

Проєктований тур передбачає маршрути «Смаки гастрономічних фестивалів Правобережного Полісся України» (рис. 4.19) у форматі групової поїздки, з урахуванням усіх туристичних формальностей. Тривалість туру – 1–2 дні для груп до 10 осіб із відвідуванням конкретного гастрономічного фестивалю у визначену дату (Додатки Л, М). Тур спрямований на знайомство іноземних туристів із особливостями української кухні під час масштабних міжнародних гастрономічних фестивалів. Програма, послідовність виконання операцій та умови обслуговування представлені у технологічній карті туристської подорожі для конкретного запиту.

Таким чином, розвиток ТГТС для гастрономічного туризму, зокрема на основі показника туристичного потенціалу ТГТС, сприяє соціально-економічному розвитку Правобережного Полісся України: розширенню пропозицій робочих місць у гастроіндустрії, стимулюванню виробництва та реалізації харчових продуктів, підвищенню бренду регіону та його локальних частин, а також залученню туристичних потоків.

Таким чином апробовано концепцію ТГТС та методику оцінки туристичного потенціалу ТГТС на прикладі Правобережного Полісся України та створено аналітичну картографічну модель туристичного потенціалу ТГТС Правобережного Полісся України (оригінал у масштабі 1:3 500 000).

Завдяки картографуванню туристичного потенціалу ТГТС на теренах Правобережного Полісся України проведено типізацію агрокультурної спадщини.

### 4. 7. Національні ресторації в системі гастрономічних турів

Національні ресторації є ключовим елементом у системі гастрономічних турів, оскільки вони приваблюють туристів і створюють умови для знайомства з місцевою кухнею, а також дозволяють відчути автентичну атмосферу та глибше пізнати культуру і традиції країни. До основних аспектів ролі національних ресторацій у гастрономічних турах можна віднести:

• *представлення місцевої кухні*: такі заклади спеціалізуються на поданні традиційних страв та напоїв, виступаючи агентами збереження та популяризації культурної спадщини через гастрономію.

• *аутентичність і атмосфера*: ресторації створюють середовище, яке відтворює культурний контекст регіону – традиційний дизайн, музика, декорації та обслуговування сприяють формуванню повного гастрономічного досвіду.

• *культурна освіта та дослідження*: відвідування національних ресторацій надає можливість не лише насолодитися стравами, а й дізнатися про історію, традиції та культуру країни через тематичні вечері, дегустаційні програми або екскурсії.

• *промоція локальних продуктів і кулінарних традицій:* ресторації часто співпрацюють із місцевими постачальниками та фермерськими господарствами, використовуючи регіональні інгредієнти, що сприяє розвитку місцевої економіки та популяризації продуктів регіону.

• *стимулювання туристичного потоку:* заклади харчування можуть виступати туристичними магнітами, залучаючи нових відвідувачів до регіону або країни.

Таким чином, національні ресторації виступають важливим інструментом розвитку гастрономічного туризму та культурного обміну між країнами.

Гастрономічні тури, що включають відвідування закладів із національними спеціалітетами, користуються популярністю серед туристів, які прагнуть отримати нові кулінарні враження та відчути національний колорит. Важливу роль у таких турах відіграють кулінарні шоу, де туристи можуть спостерігати процес приготування страв, скуштувати унікальні страви від висококваліфікованих шеф-кухарів, ознайомитися з

місцевими продуктами та традиційними рецептами. Це дозволяє глибше пізнати різноманітність національних кухонь і оцінити їхні смакові відтінки.

Їжа та ритуали, пов'язані з її споживанням, є невід'ємною частиною будь-якої національної культури, відображаючи історію, традиції, вірування та цінності народу. Гастрономічні тури дають туристам можливість зануритися в місцеву культуру, спілкуватися з жителями, дізнатися про їхній спосіб життя та традиції [195]. Це створює інтерактивний досвід, який дозволяє краще зрозуміти та оцінити культурну та агрокультурну спадщину регіону, зокрема українського Правобережного Полісся.

У рамках гастрономічних турів національними ресторацією регіону туристи отримують можливість ознайомитися не лише з кулінарними стравами, а й із «позакухонними» традиціями. До них належать методи вирощування овочів і фруктів, техніки рибальства та ведення м'ясо-молочного скотарства, а також ритуали сервірування і прийому їжі.

Матеріальний аспект гастрономічної спадщини потребує детального вивчення у контексті конкретного регіону. Аналіз інтернет-ресурсів, таких як гастрономічні блоги, сайти та інформація про гастроподії, підтверджує емпіричні дані щодо смакових вподобань туристів. Пошукові запити в Інтернеті [476] свідчать про зростаюче значення гастрономічних турів для учасників туристичної діяльності.

На території Правобережного Полісся України гастрономічні тури поділяються переважно на сільські та міські.

• *сільські гастрономічні тури* спрямовані на знайомство з натуральними продуктами, що вирощуються на місцевих фермах та господарствах. Туристи можуть брати участь у зборі ягід, грибів, фруктів та овочів, а також дегустувати регіональні делікатеси, які стали символами місцевої кухні. Такі тури підкреслюють екологічну чистоту продуктів і дозволяють учасникам освоїти традиційні кулінарні навички, наприклад приготування вареників чи варення.

• *міські гастрономічні тури* орієнтовані на відвідування висококласних ресторанів, де туристам пропонуються майстер-класи від відомих шеф-кухарів та

дегустації вишуканих страв національної кухні. Такі тури демонструють кулінарне мистецтво та витонченість смаку, включаючи також дегустацію вин, що доповнює гастрономічний досвід.

Таким чином, гастрономічні тури регіону забезпечують комплексне занурення у культуру харчування та гастрономічну спадщину Правобережного Полісся України, поєднуючи автентичність сільських традицій та витонченість міських кулінарних практик.

Дослідження Швейцарського інституту Готтліба Дуттвайлера (GDI) виділило кілька основних чинників, що визначають успіх у позиціонуванні національної кухні:

✓ *пристрасть нації до їжі*: їжа стає невід'ємною частиною щоденного життя та національної ідентичності, відображаючи внутрішню культурну спадщину;

✓ *регіональні кулінарні переваги*: кожний регіон може мати власні унікальні страви, що підвищує різноманітність і привабливість національної кухні;

✓ *автентичність*: страви мають відтворювати історичні та культурні традиції країни;

✓ *туристичні атракції*: наявність об'єктів, які доповнюють кулінарний досвід, здатна залучати більше туристів;

✓ *кулінарні традиції*: ритуали приготування і споживання їжі сприяють формуванню національного кулінарного образу;

✓ *національні легенди*: історії та легенди, пов'язані з певними стравами, створюють емоційний зв'язок із кухнею;

✓ *користь для здоров'я*: акцент на здоровому харчуванні та якісних інгредієнтах підвищує зацікавленість туристів;

✓ *асортимент фірмових страв*: унікальні та визначні страви, що стають символами національної кухні, сприяють підвищенню привабливості гастрономічного продукту.

На основі цих факторів можна здійснити класифікацію гастротуристичних продуктів (рис. 4.11).

Гастрономічні тури привабливі для різних категорій туристів – як для тих, хто має чіткі очікування, так і для тих, хто прагне нових вражень. Поєднання гастрономічного досвіду з екскурсійними програмами, зокрема винними турами, значно збагачує подорож Правобережним Поліссям України. Участь гіда-сомельє дозволяє туристам отримати знання не лише про вина, але й про агрокультурну спадщину та місцеві традиції.

Коротка тривалість турів робить їх зручними для тих, хто має обмежений час, а включення сніданків та обідів забезпечує комфорт і можливість дегустувати місцеву кухню без додаткових зусиль. Ціни від 500 до 1500 євро за тур є помірними та включають різні послуги та рівень комфорту.




*Рис. 4.11. Класифікація гастрономічних туристичних продуктів*

Гастрономічні тури проводяться здебільшого на свіжому повітрі, що робить їх придатними для сімей з дітьми. Особлива увага приділяється автентичності: туристи відвідують маленькі сімейні виробництва, де демонструють весь процес створення продукту – від сировини до дегустації. Такий підхід допомагає позбутися стереотипів і занурює учасників у справжню культурну атмосферу.

Зазвичай гастротури обмежуються однією країною або конкретним регіоном, що дозволяє більш глибоко дослідити локальні кулінарні традиції та смакові особливості територіальних громад. Таким чином, гастрономічні тури Правобережного Полісся поєднують смак, культуру та активний відпочинок на відкритому повітрі, створюючи комплексний та автентичний туристичний досвід.

Гастрономічний тур передбачає конкретну модель туристичного відпочинку (рис. 4.12.).




*Рис. 4.12. Модель відпочинку туриста під час гастрономічного туру*

Не можна обійти увагою проблеми, що виникають під час організації гастрономічних турів у регіоні. Правобережне Полісся України історично сформувалося як багатонаціональний та багатокультурний простір.

Соціологічні дослідження дозволили виділити ключові перешкоди для розвитку гастрономічного туризму в регіоні: відсутність чітко розроблених гастрономічних маршрутів; низький рівень рекламної підтримки гастротуризму; слабка промоція гастрономічних турів; недостатньо розвинена соціально-побутова та туристична інфраструктура; низька популярність національних ресторацій; незадовільний стан готелів та сервісних служб; погана транспортна інфраструктура та дорожнє сполучення, що стримує потоки туристів; високі витрати на транспорт, харчування та відпочинок; несприятлива екологічна та військова ситуація.

Сучасні туристи все більше звертають увагу на стан навколишнього середовища.

З цієї точки зору, екологічна ситуація в Правобережному Поліссі України оцінюється як задовільна. Це підкреслює необхідність комплексного підходу до подолання проблем, що стримують розвиток гастрономічного туризму, у рамках територіальної гастротуристичної системи (ТГТС) та її структури (рис. 4.13).

Гастрономічний туризм є специфічним і відносно молодим напрямом, що має великий потенціал для розвитку. Серед його особливостей – можливість широкого поширення та залучення різних категорій туристів. Проте на сьогоднішній день існують певні недоліки: відсутність продуманих маршрутів, висока вартість турів, а також елемент «екстремальності» – не кожен турист готовий спробувати незнайомі страви.

Незважаючи на це, експерти сходяться на думці, що гастрономічний туризм має значні перспективи, і перераховані недоліки з часом втратять свою актуальність. Українська кухня вирізняється серед світових кухонь своєю специфікою, яка обумовлена полікультурністю суспільства та різноманіттям кулінарних традицій.

У зв’язку з цим відкривається можливість розвитку нового напряму туризму – гастрономічного. Сучасні умови показують майже повну відсутність гастрономічних маршрутів в Україні, зокрема в туристичних пропозиціях регіону. Лише окремі

туристичні компанії розробляють маршрути за територіальними громадами. Водночас представники туристичного бізнесу зазначають, що даний напрямок має вузьке, але стабільне коло прихильників.

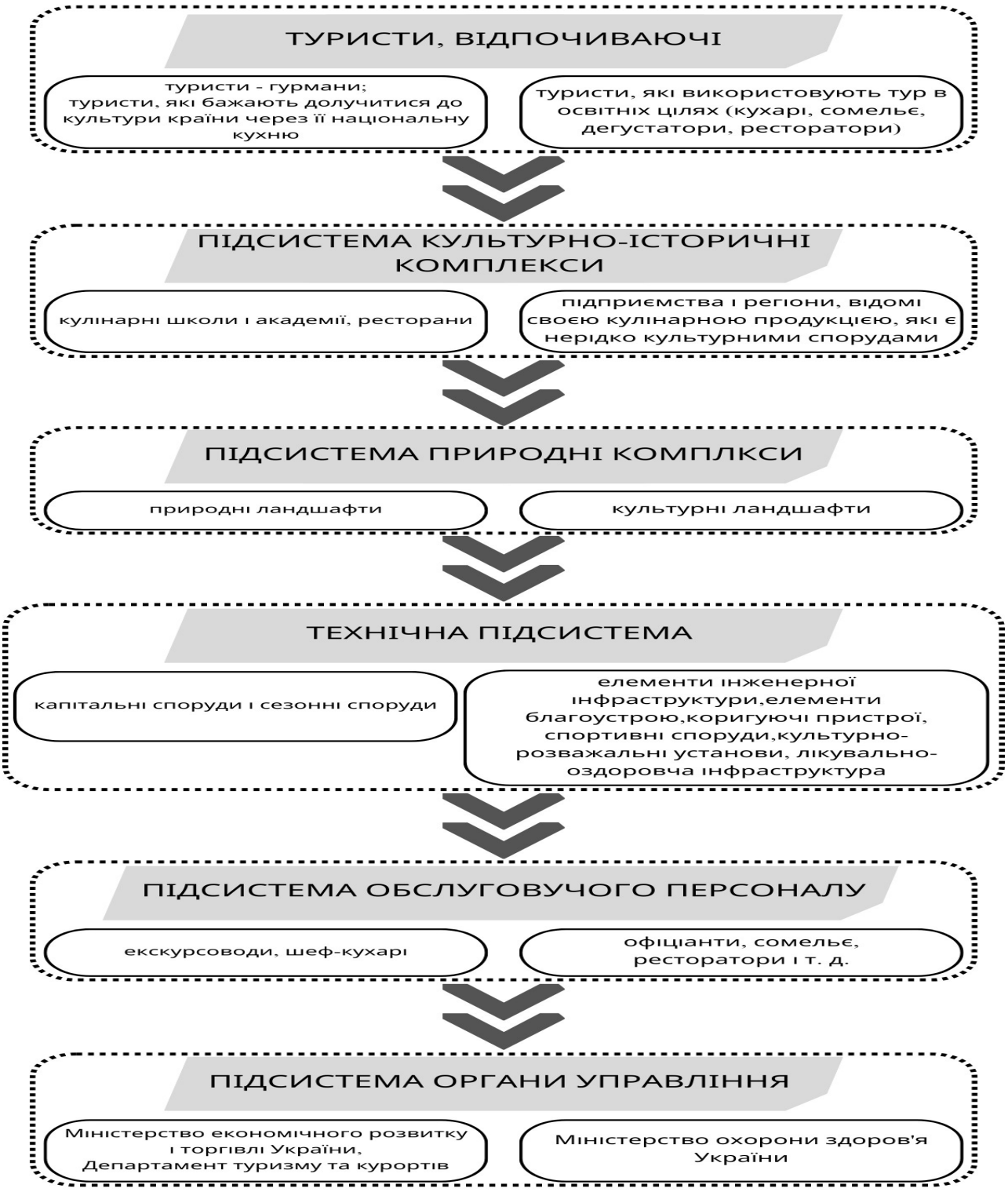



*Рис. 4.13. Структура ТГТС для розвитку гастрономічного туризму*

Правобережне Полісся України має значний потенціал для організації гастрономічних турів. Це обумовлено наявністю різноманітних субетносів, мозаїчного

природного середовища, агрокультурної та гастрономічної спадщини, а також рівнем соціально-економічного розвитку регіону.

Сьогодні в регіоні сформована потужна інфраструктура національних ресторацій для туристів: спеціалізовані заклади харчування та кафе національного характеру, садиби зеленого туризму, крафтові виробництва продуктів харчування та напоїв. Серед таких закладів у Житомирській області виділяються «Стара Губернія», «Балувана Галя», «Корчма», «Княжий», «Колиба», «Дім Трибеля», у Рівненській області – «БарМаки», «Броварня на Грушевського», «Майдан», «Хутор», «Волинська криївка», «Дубно», а у Волинській області – «Добра хата», «Соняшник», «Острів», «Зелений гай», «Явір». Існує велика кількість можливих варіантів організації гастрономічних турів, переважно короткострокових.

Важливу роль у розвитку напрямку відіграють цільові програми розвитку туризму, на основі яких можна створювати програми гастрономічних турів.

Підсумовуючи, можна констатувати, що гастрономічний туризм у регіоні має перспективи стати затребуваним, оскільки сучасні туристи віддають перевагу вишуканому відпочинку, а глибоке пізнання регіону неможливе без ознайомлення з кулінарними традиціями місцевих етносів.

Їжа може розповісти про дух народу більше, ніж архітектура чи живопис. Якщо витончені мистецтва є результатом праці окремих майстрів, то національна кухня є продуктом численних і безіменних авторів. Гастрономія здатна долати кордони і політичні розбіжності, виступаючи фактором співпраці та сприяючи зміцненню миру. Тому без дослідження типізації агрокультурної спадщини складно представити національні ресторації у системі гастрономічних турів регіону.

## 4.8. Типізація агрокультурної спадщини: планування, проєктування туристично-рекреаційного простору.

Агрокультурна спадщина ЮНЕСКО включає об’єкти та практики сільського господарства, що мають унікальне культурне значення, і внесені до Списку світової спадщини ЮНЕСКО. Такі об’єкти оцінюються за їхньою історичною, культурною, архітектурною чи екологічною цінністю, а також за їхнім внеском у збереження та розвиток сільських традицій і ландшафтів.

До агрокультурної спадщини ЮНЕСКО входять різноманітні елементи: традиційні сільські пейзажі, історичні ферми, сільськогосподарські музеї, традиційні сільські будівлі, а також методи та техніки обробітку землі, що використовуються протягом століть.

Глобально важливі системи сільськогосподарської спадщини (GIAHS) визначаються як видатні системи землекористування та ландшафти, багаті глобально значущим біорізноманіттям, що формувалося в результаті спільної адаптації місцевих громад до навколишнього середовища та їхніх потреб у сталому розвитку.

Наукові дослідження підтверджують, що корінні та традиційні сільськогосподарські системи характеризуються високим рівнем біорізноманіття та генетичних ресурсів для продовольства й агропромисловості. Системи GIAHS демонструють унікальне біорізноманіття на рівні видів, екосистем та ландшафтів, яке підтримується лише через людські системи управління, що включають місцеві знання, традиційні технології, специфічні форми соціальної організації, звичаєве або офіційне право та інші культурні практики.

Сільськогосподарські системи та об’єкти спадщини мають значні характеристики, що приносять користь місцевій, національній та глобальній економіці. Агроландшафти відображають тривалу взаємодію людини з природою, часто є унікальними прикладами співіснування людей і навколишнього середовища. Вони демонструють багатство культурного та ландшафтного різноманіття, стійкі системи землекористування та, у ряді випадків, щоденну боротьбу людей за виживання в екстремальних кліматичних та екологічних умовах.

Традиційна агрокультурна спадщина Правобережного Полісся України становить основу унікальної цінності регіону та потребує збереження. Традиційні фермерські господарства підтримують місцеві сорти різних культур, таких як озиме жито (*Secale cereal L.*), яра пшениця (*Triticum aestivum L.*), ярий ячмінь (*Hordeum vulgare L.*), просо (*Panicum miliaceum L.*), овес (*Avena sativa L.*). У тваринництві представлені свині домашні (*Sus domestica*), бики та корови (*Bos primigenius taurus*, *Bos taurus taurus*), кролі (*Leporidae*), домашні кури (*Gallus gallus domesticus*), сіра гуска (*Anser anser*, тип домашній). Ставкове риборозведення включає коропа звичайного (*Cyprinus carpio*), строкатого товстолобика (*Hypophthalmichthys nobilis*) та білого амура (*Ctenopharyngodon idella*).

Щодо технічних та плодових культур, регіон вирощує грушу лимонку (*Pyrus communis L.*), картоплю (*Solanum tuberosum*), столовий буряк (*Beta vulgaris*), цукровий буряк (*Beta vulgaris L. var. altissima*), моркву посівну (*Daucus sativus, Daucus carota*), огірок (*Cucumis sativus*), льон-довгунець (*Linum usitatissimum*) та хміль звичайний (*Humulus lupulus L.*).

Природне харчове біорізноманіття відіграє окрему роль у формуванні агрокультурної спадщини Полісся. Його представники включають болотну черепаху європейську (*Emys orbicularis*), лісову бджолу (*Apis mellifera*) та мед, вугра (*Anguilla anguilla L.*), європейського їжака (*Erinaceus europaeus*), білий гриб (*Boletus edulis*), козулю західноєвропейську (*Capreolus capreolus*), лося (*Alces*), сірого журавля (*Grus grus*), дикого кабана (*Sus scrofa*), українську міногу (*Eudontomyzon mariae*), білку (*Sciurus vulgaris*), куницю (*Martes martes*), а також ягоди: малину звичайну (*Rubus idaeus*), ожину сиву (*Rubus caesius*), костяницю (*Rubus saxatilis*), чорницю (*Vaccinium myrtillus L.*), брусницю (*Vaccinium vitis-idaea*) та журавлину (*Oxycoccus*).

Агрокультурна спадщина Правобережного Полісся охоплює не лише агроекосистеми, ландшафти та історично цінні об’єкти, але й етноси, територіальні громади та сімейні фермерські господарства разом із їх екологічною та культурною спадщиною. На відміну від об’єктів світової спадщини ЮНЕСКО, що базуються на

«видатній універсальній цінності», елементи агрокультурної спадщини ТГТС є динамічними, живими системами. Вони відображають соціально-економічні, культурні та інституційні практики, що формувалися протягом століть, зберігаючи традиції гастрономії, ритуалів, танців, пісень та агроландшафтів.

Типізація агрокультурної спадщини враховує різноманітні *властивості*, *фактори, ознаки* серед яких:

- ✓ ***Кліматичні умови**, що визначають придатність вирощування окремих культур;*
- ✓ ***Географічні фактори**, такі як рельєф, ґрунтові умови та доступ до водних ресурсів;*
- ✓ ***Економічні чинники**, включаючи ринкові умови, наявність ресурсів (праці, обладнання) та державну підтримку;*
- ✓ ***Культурні та традиційні практики**, що можуть впливати на вибір культур для вирощування, збереження гастрономічних і сільськогосподарських традицій.*

Технологічний прогрес, зокрема впровадження нових сортів рослин, сучасних систем зрошення та ефективних методів обробітку ґрунту, безпосередньо впливає на вибір культур для вирощування та може сприяти розширенню або зміні типізації агрокультурної спадщини.

Взаємодія кліматичних, географічних, економічних, культурних та технологічних чинників визначає, які культури вирощуватимуться в окремих фізико-географічних районах Правобережного Полісся України та як формується й трансформується агрокультурна спадщина з часом.

Реалізація типізації агрокультурної спадщини неможлива без урахування територіально-компонентних структурних геопросторових процесів (рис. 4.14.).

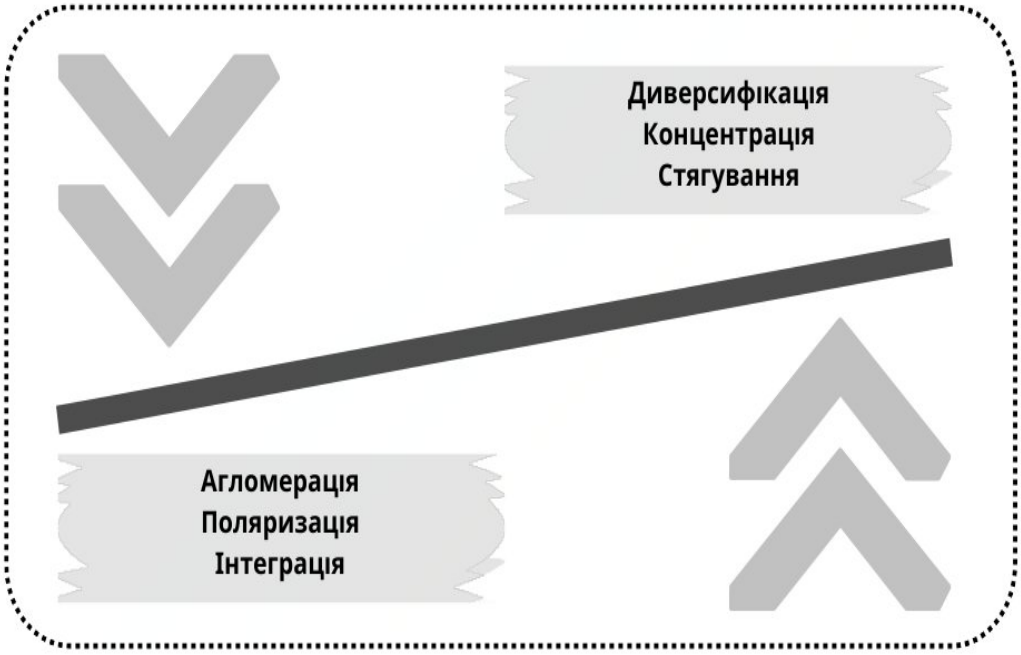



*Рис. 4.14. Геопросторві процеси типізації агрокультурної спадщини*

При цьому обов'язково дотримуються загально-географічні принципи типізації агрокультурної спадщини, тому дослідження базується на фізико-географічному районуванні [144]. Особливу увагу приділено врахуванню ландшафтів при проєктуванні туристичних дестинацій, які можуть слугувати цінними рекреаційними ресурсами, особливо на території Правобережного Полісся України, де вони вдало поєднуються з кулінарними культурами етносів [165, 169, 172, 187, 189, 192, 193, 204, 207, 210, 289] на засадах сталого розвитку туризму [274].

Не оминула регіон і Чорнобильська катастрофа, яка залишила свій вплив на харчові звички місцевого населення та використання ландшафтів у повсякденній діяльності. Через це важливо здійснити детальний аналіз агрокультурної спадщини фізико-географічних областей Правобережного Полісся України [210, 444].

Основою дослідження є територіально-структурний підхід із застосуванням методів інтегративного та генералізованого аналізу [176], а також картографічних, статистичних, математичних та комплексних методів.

Ієрархія типізації формувалася з урахуванням ваги туристичного потенціалу ТГТС. Типізація агрокультурної спадщини здійснювалася за інтегральним показником для фізико-географічних районів, який розраховується з використанням вагових коефіцієнтів (у балах) за наступними складовими: потенціал ТГТС; кількість фермерських господарств; кількість садиб сільського зеленого туризму; кількість вироблених органічних продуктів та наданих екологічних і харчових послуг, адаптованих до потреб гастрономічного туризму; кількість гастрономічних фестивалів (Додаток Л).

Виділення типів агрокультурної спадщини Правобережного Полісся України гуртується на застосуванні наступних критеріїв: *географічне розташування, історичний контекст, типи культур, технологічні особливості, культурні традиції.*

На основі проведеного дослідження виокремлено наступні типи агрокультурної спадщини українського Правобережного Полісся (рис. 4.15.).

*Рослинно-круп'яно-рибний тип агрокультурної спадщини* має показник понад *2500* балів інтегрального показника. Він притаманний таким фізико-географічним районам: Любомльсько-Ковельському, Маневицько-Володимирецькому, Турійсько-Рожищенському у Волинському Поліссі; Городницько-Ємільчинський, Корецько-Новоград-Волинський, Іршансько-Малинський, Баранівсько-Високопічський, Черняхівсько-Коростишівський у Житомирському Поліссі; Здвізько-Ірпінський у Київському Поліссі.

Представлений цей тип агрокультурної спадщини специфічними ландшафтами переважно Волинського Полісся у вигляді плоскої низовини нахиленої на північ та Житомирського Полісся і невеличкої частинки Київського Полісся, які підтримують харчове біорізноманіття (ярий ячмінь, озиме жито, яра пшениця, гречка, соя ріпак, зернобобові, цукрові буряки, заєць качка, коза, брусниця, журавлина, чорниця, суниця лісова, молочне скотарство, свинарство, птахівництво, кролівництво, ставковериборозведення, пасічне бджильництво), садівництво – яблуні, груші (сорти: Ренет Симиренка, Конференція, Ксенія, Яблунівська).

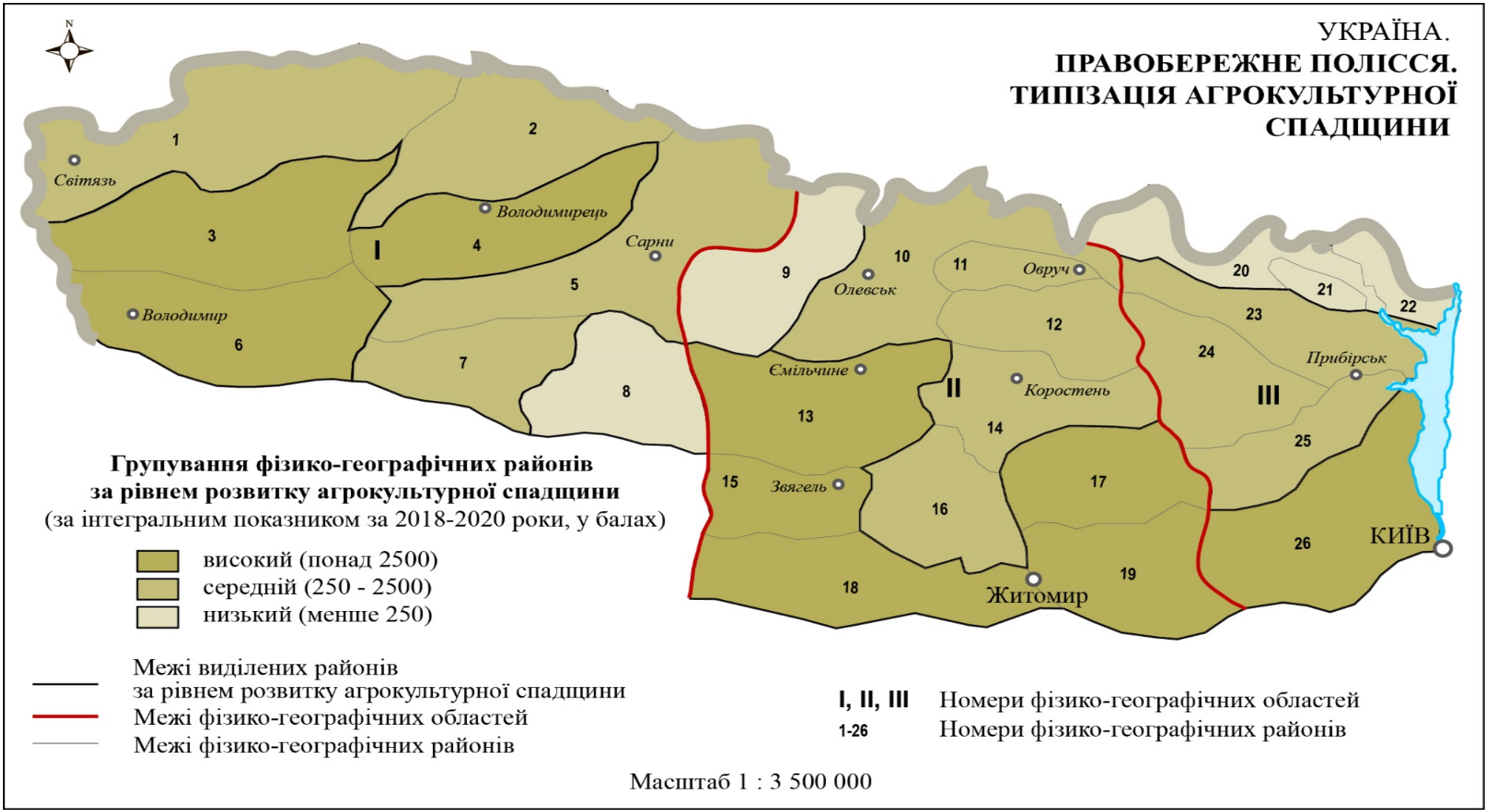



*Рис. 4.15. Синтетична картографічна модель типізації агропродовольчої спадщини Правобережного Полісся України*

Спеціалітети (кров'янка, ковбаска з драчкою, холодець, сало, борщ червоний, щав'є з линками, юшка з риби, мурза і квашена журавлина, київські цукати, пряне київське варення) та теруари, які впливають на високу продуктивність праці людей.

Сортова палетка цього типу агрокультурної спадщини на сучасному етапі змінилася, тому що старі сорти є не рентабельними у зв'язку зі зміною клімату та новими видами шкідників та хвороб саду.

Цей тип агрокультурної спадщини охоплює системи землеробства (дерново-опідзолених, дерново-підзолистих оглеєних, дерново опідзолених карбонатних ґрунтів, що сформувалися на давньоалювіальних і воднольодовикових відкладах і морені та лесових породах та крейдяно мергельних відкладах); рибальства (Золотуха, Лютниця Турія, Стохід, Лютниця, Случ, Кормин, Корчик, Ірша, Візня, Ірпінь, Бистріївка, Цвітоха); лісівництва (бори, субори, березняки), які виконують оздоровчо-естетичну роль (ландшафтні заказники «Мошне», «Згоранські озера» та ін.); тваринництва (молочне скотарство) та пов’язані з ними методи управління. Ці системи, управляються громадами, які живуть у них та навколо них, прагнучі зберегти свої засоби до існування та життєздатне управління ресурсами та продукують екологічні, соціальні, культурні, гастрономічні цінності.

Кулінарні культури етносів, які зосереджені в ареалі цього типу агрокультурної спадщини це українці, поляки, білоруси, євреї, чехи, німці, росіяни, вірмени, західні татари, молдовани, румуни, угорці, які споживали харчові продукти вирощені саме на мозаїчних ландшафтах цього типу агрокультурної спадщини. Їхні технологічні практики вирощування, переробки, зберігання та розповсюдження мали ландшафтно-кліматичну зумовленість.

*Характерними ознаками рослинно-круп’яно-рибного типу агрокультурної спадщини* є переважання ґрунтів з невисокою природною родючістю, ареали яких розповсюджені в Підзоні Поліській підвищено і добре зволоженій (див. рис. 3.4.). Помірний клімат з достатньою кількістю тепла і вологи. Порідний склад лісових насаджень складається з сосни, ялини, дуба, ясення, клену, берези,

вільхи чорної, осики, продукти переробки якого використовувалися як в побуті так і в їжі. Представники фауни те ж були присутні у харчовому ланцюгу етносів (зайці, качки).

Агрокліматичне вирощування сільськогосподарських культур для цього типу агрокультурної спадщини, можливе для ранньодозріваючих сортів у східній частині та середньодозріваючих сортів та гібридів у західній частині. Цей тип агрокультурної спадщини характеризується великою рівнинною територією з меншим заболоченням та сприятливими кліматичними умовами для вирощування зернових, плодово-ягідних, овочево-городніх культур. У невеликих господарствах та садибах, вирощуються овочево-городніх культури для місцевого споживання та ринку.

Терурри – яра пшениця, гречка, соя, ріпак, картопля, квасоля, горох, соняшник, цукрові буряки, яблуні, груші, вишні, сливи, малина, смородина, аґрус.

Спеціалітети – щав'є з линками, сир з маслом, карук, зайці, вареники з гроху, котлети з їжака, вуджений вугор і короп начинений гречкою.

Туристичний продукт даного типу агрокультурної спадщини представлений вагомою анімаційно-подієвою складовою (театралізоване свято врожаю «Дарами повниться земля», гастрономічний фестиваль «Смаковиця по-володимирськи», рибний фестиваль «Fish Food Fest» та ін.), агрокультурною та гастроспадщинами, розвиненими туристичними сервісами та комунікацією, унікальнми об'єктами туризму (населені пункти Любомль та Головне внесені до Списку історичних населених місць України, Київський музей хліба, Великоцвілянський Музей хліба – 3.000 тис р. експонату – зерна та ін.), що підтверджують показники туристичного потенціалу ТГТС від 2 500 і понад 5 000 балів.

*Житньо-картопляно-грибний тип агрокультурної спадщини* характеризується значеннями показника на рівні балів *250-2500.* До нього віднесено такі *фізико-географічні райони:* Верхньоприпятський, Нижньоостирський, Колківсько-Сарненський, Ківерцівсько-Цуманський

Волинського Полісся; Олевсько-Білокоровіцький, Словечансько-Овруцький, Норинсько-Жерівський, Коростенсько-Чоповицький, Довбишсько-Червоноармійський Житомирського Полісся; Нижньоузький, Народицько-Іванківський, Нижньотетерівський Київського Полісся.

Таке масштабне ландшафтне різноманіття надає агрокультурній спадщині більшої рекреаційної цінності. Цей тип агрокультурної спадщини, має складну мозаїку землекористування, яка представлена традиційними агро-лісівно-пасовищними практиками на місцевих ландшафтах (ярий ячмінь, озиме жито, яра пшениця, гречка, соя ріпак, зернобобові, бобер, борсук, кабан, лось, вовк, заєць, брусниця, журавлина болотна, лохина, малина, чорниця, суниця лісова, бабка темна, білий гриб, підберезник сироїжка, молочне скотарство, свинарство, кролівництво). У ґрунтовому покриві переважають дерново-опідзолені оглеєні, болотні мінеральні, тофово-низинні, алювіально-лучні ареали, яких належать підзоні Поліській достаньо і сильно зволоженій (див. рис. 3.4.).

В межах цього типу агрокультурної спадщини виростають і проживають ендемічні, рідкісні, що знаходяться під загрозою зникнення види рослин і тварин (альдрованда пухирчаста (Aldrovanda vesiculosa L.), береза низька (Betula humilis), рододендрон жовтий (Rhododendron luteum), *журавлина дрібноплода* (V. *microcarpum*), *лелека чорний* (Ciconia nigra), *журавель сірий* (Grus grus) та ін.). Є також природно-заповідні об’єкти: Шацький природно-заповідний парк, Рівненський природний заповідник, Поліський природний заповідник. Найбільші озера Шацьке та Піщане є рекреаційною територією Шацького природно-заповідного парку. До Рамсарських водно-болотних угідь міжнародного значення належать: «Жолобниця», «Мірощі». Верхові болота: «Дідове озеро», «Полотниця». Кліматичні умови помірно-континенталіні мякі. Харчове біорізноманіття – ярий ячмінь, озиме жито, яра пшениця, гречка, соя ріпак, зернобобові, заєць качка, коза, брусниця, журавлина, чорниця, суниця лісова, молочне скотарство, птахівництво, кролівництво, ставкове риборозведення, унікальне поліське пасічне бджільництво). Рибальські промисли: Прип'ять, Вижівка, Турія, Коростянка, Стохід, Стубло, Ствига,

Словечна, Тня, Вересня, Тетерев, Здвиж. Лісові масиви, окрім забезпечення харчових та побутових потреб жителів, вони виконують ще й оздоровчо-естетичну роль (зона мішаних лісів), Галузь тваринництва – молочне скотарство.

Терруар – жито, картопля, хміль, льон, коноплі, журавлина, чорниця, брусниця, груши- та яблука-дички, білий гриб, лисичка, маслюк, опеньок, дичина.

Спеціалітети – крупки, коростенські деруни, світязький пончик, мед, холодець, білий борщ, куліш, хліб петльований (має присмак заліза від місцевої води), вергуни. Етноси, які населяли цю територію: українці, росіяни, білоруси, поляки, євреї, німці, чехи, вірмени, роми.

*Характерними ознаками* цього типу агрокліматичної спадщини є терруари – жито, картопля, мед, сало.

*Житньо-картопляно-грибний тип агрокультурної спадщини* продукує такий туристичний продукт, в якому показник туристичного потенціалу ТГТС складає від 1000 – 2500 балів, який повністю спирається на агрокультурну та гастрономічну спадщини етносів та унікальні місцеві харчові традиції. Гастроівенти майже є повсюдно у територіальних громадах: Фестиваль Деруна, Пані картопелька в м. Овруч, Шацький пончик, Поліський вареник в смт Лугини та ін. На першому місці серед туристичних об'єктів: природні об'єкти, пам'ятки, соціально-культурного показу (Музей космонавтики ім. С. П. Корольова, замок «Радомисль» та ін.). Туристична інфраструктура дещо поступається попередньому типу (логістика та умови проживання, сервіси).

*Мисливсько-рослинний тип агрокультурної спадщини*. Бал *250* характерний для фізико-географічних районів: Костопільсько-Березнівський Волинського Полісся; Клесівсько-Рокитнянський Житомирського Полісся; Руднянсько-Вільчанський, Чистогалівсько-Корогодський, Нижньоприп’ятський Київського Полісся.

Розташований на межі фізико-географічних та ґрунтових зон, який виповнений дерново-опідзоленими оглеєними, торфово-низинними,

алювіально-лучними, лучно-болотними і болотними ґрунтами. Клімат не відрізняється від попереднього типу агрокультурної спадщини.

Туристичні об'єкти: бурштинові копальні, зона відчуження внаслідок Чорнобільської аврії, територія військових дій, в майбутньому здійснюватимуться мілітарі-тури, які будуть супроводжуватися гастрономічними спеціалітетами самоселів чи відтворенних етносів, які там проживали.

Теруари: жито, чорниця, журавлина, брусниця, вовк, дикий кабан, лось.

Туристичний потенціал ТГТС менше 100 балів, який презентує об'єкти комунікації і сервіси, у незначній кількості об'єкти гастрономічного туризму та розміщення.

Проведена типізація агрокультурної спадщини Правобережного Полісся України слугує важливою основою для подальшого планування розвитку туризму [440, 188, 189]. Планування туристичної діяльності є складним процесом, який потребує врахування багатьох змінних і багаторівневої політики.

На базовому рівні планування гастрономічного туризму передбачає:

- аналіз попередніх туристичних подій;
- оцінку стану туризму в регіоні;
- оцінку конкурентних туристичних напрямків;
- формування державної політики у сфері туризму;
- визначення стратегії розвитку та розробку конкретної програми дій.

Планування туризму забезпечує низку переваг для зацікавлених сторін: збільшення доходів і створення робочих місць; сприяння збереженню агрокультурної та гастрономічної спадщини та ландшафтів; підвищення розуміння інших культур; розвиток нових туристичних об’єктів та інфраструктури.

Науковці визначають планування туризму так:

- Getz D. трактує його як «процес, заснований на дослідженнях та оцінці, який прагне оптимізувати потенційний внесок туризму у добробут людей та якість навколишнього середовища» [380];

- Faludi A. підкреслює важливість планування для управління туризмом на національному, місцевому та організаційному рівнях [372];
- Williams S. зазначає, що «метою сучасного планування є пошук оптимальних рішень для актуальних проблем та максимізація переваг розвитку» [494].

Водночас планування пов’язане з певними витратами та ризиками: значні фінансові витрати на реалізацію туристичних об’єктів; ризики пошкодження навколишнього середовища; порушення соціальних стандартів; забруднення природного середовища.

Inskeep E. виділяє шість «золотих правил» формування туристичної політики:

1. *Цілеспрямованість* – чітке визначення ролі туризму у досягненні національних та місцевих цілей;
2. *Інтегративність* – включення туристичної політики в економічне, земельне та інфраструктурне планування;
3. *Орієнтованість на ринок* – адаптація до конкурентного глобального туристичного середовища;
4. *Керованість ресурсами* – розвиток туризму на основі сильних сторін дестинації, з одночасним захистом існуючих ресурсів;
5. *Консультативність* – врахування потреб громади для прийняття соціально прийнятних рішень;
6. *Систематичність* – застосування первинних та вторинних досліджень для підтримки планувальників, включаючи досвід інших туристичних напрямків [402].

Агрокультурну спадщину слід інтегрувати у процес туристичного планування для досягнення економічних, соціальних та екологічних цілей сталого розвитку туризму [383]. Розвиток гастрономічного туризму в регіоні та на рівні територіальних громад має базуватися на стратегіях розвитку для кожного типу агрокультурної спадщини. Це забезпечує системну підтримку

збереження, адаптивне управління та ефективне використання спадщини відповідного типу.

Таким чином, виникає нагальна потреба у розробці *стратегій сталого розвитку туризму для кожного типу агрокультурної спадщини*, що дозволить комплексно планувати туристичні продукти та забезпечити їхню економічну, соціальну та культурну ефективність.

Для *рослинно-круп'яного типу агрокультурної спадщини* в стратегії сталого розвитку туризму необхідно використати такі підходи: агрономічний (екологічне землеробство), управлінський «зверху вниз» (передбачає видатки на збереження агрокультурної спадщини, які мають бути частиною фінансового бюджету через субсидії, компенсації та інші методи); історико-культурний (дослідження об’єктів гастротуризму, кулінарних культур субетносів).

Вирішити такі *завдання*: агроекологічні ініціативи (концепція їжі як агрокультурної спадщини, здатної відродити сільську місцевість, головним чином через її поєднання з туристичною діяльністю); створення малих сільських господарств і кооперативів (стимулювання розвитку малих сільських господарств та домогосподарств, що дозволить зберегти традиційний спосіб життя і діяльності на селі, а також захистити місцеві сорти рослин, тварин); організація семінарів для ознайомлення з продуктами, включеними в «Ковчег смаку», або тими, що потребують включення; збереження в громадах продовольчої безпеки в епоху зміни клімату; проведення заходів культурного, гастрономічного обміну у дипломатичних відносинах; створення економічних альтернатив (наприклад, гастротуризм, брендування продуктів, відпочинок).

*Для житньо-картопляно-грибного типу агрокультурної спадщини* в стратегії сталого розвитку туризму перебачено такі *підходи*: кліматичний (цінність адаптації та пом’якшення наслідків зміни клімату в сільському господарстві); освітній (підтримка освітніх програм з питань агрокультурної спадщини, екології та сталого використання природних ресурсів для місцевих жителів та фермерів); інноваційний (надання фінансової підтримки та консультацій для розвитку інноваційних агропромислових та туристичних

технологій, що дозволяє підвищити продуктивність та конкурентоспроможність місцевого сільського господарства та залучити туристичні потоки)

Та поставлено такі *завдання*: перехід на нульовий чистий викид до 2050 року (зменшення інтенсивності викидів харчових продуктів, щоб вирішити низку проблем у ланцюзі постачання продуктів харчування, зокрема в сільському господарстві); збереження глобально значущого харчового біорізноманіття (місцеві сорти рослин, порід тварин, зникаючі види флори та фауни); ідентичність місцевої громади за кулінарними культурами субетносів (унікальні гастробренди, специфічні гастрономічні маршрути); збереження водно-болотних угідь, які зазнають такого впливу, який ставить під загрозу їх сталість. (ландшафти яких, виконують як екологічні, так і культурні, рекреаційні функції, а також цінності агрокультурної спадщини глобального значення); валоризація та збереження терруарів, символічних для території, яким загрожує зникнення; розробка проєктів для створення та залучення синергії між різними учасниками приймаючої громади, включаючи виробників, кухарів, заклади розміщення (ліжко та сніданок, гостьові будинки тощо), місцеві гастроасоціації, туристичні агентства.

Стратегія розвитку сталого туризму *мисливсько-рослинного типу агрокультурної* спадщини передбачає такі *підходи*: природоохоронний (екосистемні послуги, такі як регулювання клімату, поглинання вуглецю та виділення кисню, збереження води та ґрунту тощо, крім їж), управлінський (державні програми підтримки агрокультурної спадщини).

Дозволяє зреалізувати виконання таких *завдань*: збереження біорізноманіття на територіях, які зазнали екологічного та військового впливу (заходи з охорони та відновлення біорізноманіття у рамках ТГТС, що може включати створення спеціальних резерватів, відновлення місцевих видів рослин, заохочення екологічного землеробства); підтримка досліджень інститутами (фінансування дослідницьких проєктів та програм, спрямованих на вивчення і збереження агрокультурної спадщини, її історії та значення для розвитку сталого туризму); заповідання територій, створення музеїв-витрин: збереження

агрокультурної та гастрономічної спадщини, кулінарних культур етносів, маркерів ідентичності їжі, переселених етносів; відзначення та відтворення кухні тимчасово-переміщених осіб.

Територіальні гастрономічно-туристичні системи (ТГТС) забезпечують збереження глобально та національно значущих типів агрокультурної спадщини Правобережного Полісся України для нинішніх і майбутніх поколінь. Це досягається через сталий розвиток гастрономічного туризму, вищу освіту, наукові дослідження та інноваційні розробки, спрямовані на раціональне використання, охорону та відновлення агрокультурної спадщини.

Типи агрокультурної спадщини регіону базуються на сталих практиках, що забезпечують продовольчу безпеку, ресурси та засоби існування для місцевих громад. Водночас вони є прикладом адаптації до зміни клімату та складних умов навколишнього середовища і служать моделлю сталого управління агрокультурною спадщиною.

Отже, проведена типізація агрокультурної спадщини, засвідчила наявність *виділених типів за* інтегральним показником по фізико-географічних районах: понад 2500, 250-2500, менше 250. Типи агрокультурної спадщини проєктного полігону, виступають в них як фасилітатор змін, використовуючи при цьому інтеграційні взаємозв’язки.

## 4.9. Формування та використання інтеграційних взаємозв’язків в гастрономічному туризмі

Туризм став однією з найприбутковіших галузей економіки, впливаючи на економічні, соціальні та національні системи на різних рівнях. До ключових аспектів його впливу належать:

- *Економічний внесок* – туризм формує значну частку ВВП багатьох країн, створює робочі місця та генерує доходи через сферу проживання, харчування, транспорту та розваг.

- *Міжнародні відносини* – туристичні подорожі сприяють культурному обміну та взаємодії між країнами, коли туристи знайомляться з новими традиціями та досвідом.
- *Інфраструктура та інвестиції* – розвиток туризму стимулює інвестиції у готелі, транспортні мережі, аеропорти та інші туристичні об'єкти.
- *Стійкість і сталі зв'язки* – ефективна туристична індустрія підтримує сталий економічний і соціокультурний розвиток, сприяючи стабільній політичній та економічній ситуації.
- *Співпраця та конкуренція* – туризм стимулює країни до партнерства та конкуренції за туристів, що сприяє впровадженню інновацій та підвищенню якості послуг.

Гастрономічний туризм у цьому контексті виступає важливим фактором економічного розвитку та міжнародної взаємодії, де інтеграційні зв'язки реалізуються на різних рівнях – від локального до глобального [217].

Ми прагнули визначити особливості та механізми формування інтеграційних взаємозв'язків у гастрономічному туризмі. Дослідженню створення та функціонування інтеграційних структур присвячено роботи таких науковців, як М. Бойцова [23], П. Буряк [37], В. Вишневський [44], І. Дибач [80]. Питання сутності інтеграції у соціальних та економічних відносинах розглядають А. Гайдук [48] та M. Porter [462]. Дослідження у сфері туризму, що сприяють розвитку та оптимізації галузі, представлені працями В. Данильчука [73] і Ю. Гуменюк [71].

Управління інтеграційними структурами в туризмі висвітлено у працях Т. Ткаченка [280] та W. Pompl [461], а питання формування нових організаційно-правових форм господарювання, зокрема об'єднань та злиттів, досліджено О. Ареф'євою [3], І. Жуковичем [89], Н. Короленком [114] та М. Ліпіцькою [134].

Формування та розвиток інтегрованих взаємозв'язків у гастрономічному туризмі потребує комплексного підходу та врахування кількох ключових аспектів: стратегії партнерства та співпраці, маркетинг і реклама, сталість і

стабільні взаємозв'язки, технологічні інновації, розвиток локальних громад та спільнот.

Інтеграційні взаємозв'язки є важливими для сучасного туризму, оскільки дозволяють об'єднувати різні сфери й галузі для досягнення спільних цілей. При їх формуванні в територіальних громадах слід враховувати: економічну ефективність, інноваційний потенціал, спільне використання ресурсів, підтримку територіального розвитку, глобалізацію та конкурентоспроможність [35, 316].

Реалізація інтегрованих зв'язків у туристичній сфері може здійснюватися через: створення туристичних кластерів, спільні маркетингові кампанії, обмін досвідом і ресурсами між підприємствами, розвиток інфраструктури, спільні програми підвищення кваліфікації персоналу [217].

У гастрономічному туризмі інтеграція може передбачати спільні маркетингові ініціативи та обмін досвідом між ресторанами, кулінарними майстернями, місцевими фермерами та іншими учасниками галузі. Такий підхід сприяє залученню більшої кількості туристів та підвищенню якості гастрономічного обслуговування у регіоні.

Правова, економічна та виробнича інтеграція може виступати ключовим фактором розвитку гастрономічного туризму в регіоні. Вона сприяє створенню сприятливого середовища для підприємництва, стимулює впровадження інновацій та підвищує ефективність роботи суб'єктів туристичної та гастрономічної сфери (рис. 4.16).

Так, взаємодія правової, економічної та виробничої інтеграції може дійсно створити синергетичний ефект у гастрономічному туризмі, який проявляється у зростанні прибутку та рентабельності.

*Правова інтеграція*: створення правових умов та нормативних актів, які сприяють спільній діяльності та розвитку гастрономічного туризму, що включає розробку спеціальних законів, регулюючих гастрономічний туризм, а також створення умов для легалізації та розвитку гастрономічних підприємств.

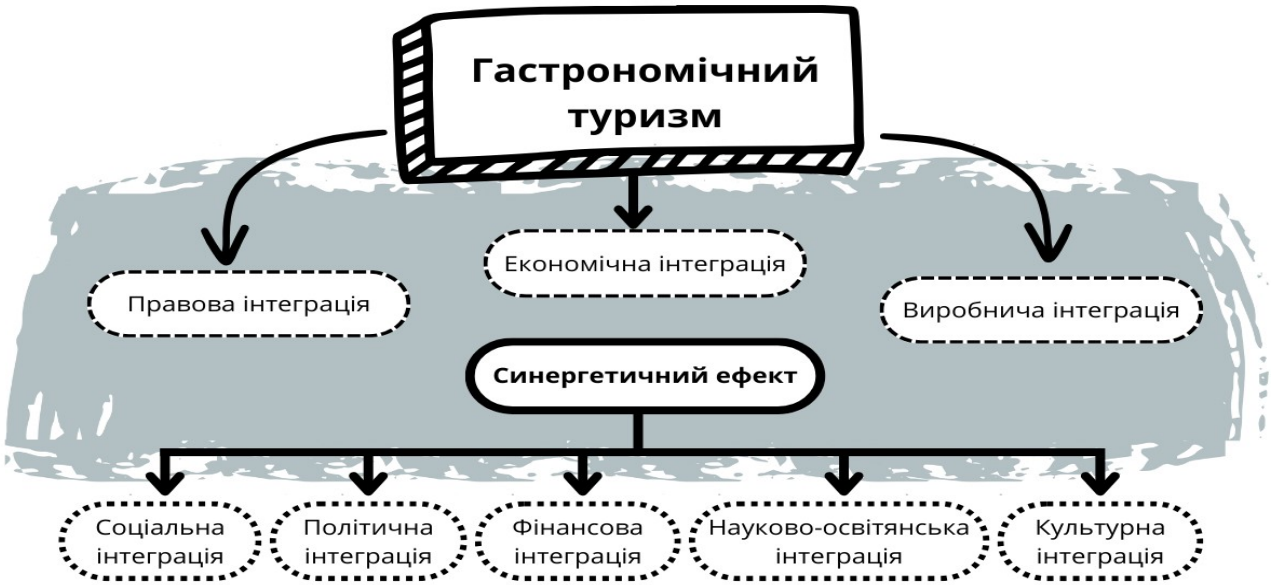



*Рис. 4.16. Основні типи інтеграції в гастрономічному туризмі*

*Економічна інтеграція*: формування економічних зв'язків між різними суб'єктами галузі, що дозволяє оптимізувати витрати, збільшувати ефективність та доходи, що включає спільні інвестиційні проєкти, розвиток фінансових механізмів підтримки гастрономічних підприємств тощо.

*Виробнича інтеграція*: об'єднання виробничих процесів та послуг різних суб'єктів галузі для створення комплексних гастрономічних продуктів та послуг, що включає спільне виробництво продуктів, організацію гастрономічних подій та фестивалів, розвиток туристичних маршрутів тощо [217].

Цей ефект виникає завдяки тісній співпраці різних суб'єктів галузі, які доповнюють один одного та спільно досягають високих результатів. Синергетичний ефект у гастрономічному туризмі може бути досягнутий за рахунок: спільного маркетингу та просування, спільної закупівлі та обміну ресурсами, покращення якості обслуговування та продукції, створення інноваційних рішень. Таким чином, синергетичний ефект, отриманий від

інтегрованої взаємодії різних елементів гастрономічного туризму, може позитивно впливати на економічний результат та розвиток галузі в цілому [217].

Згідно з Законом України «Про туризм», учасники туристичної діяльності можуть утворювати об'єднання підприємств або неприбуткові організації у сфері туризму з метою реалізації та захисту своїх прав і законних інтересів [95, с. 106]. Вони можуть функціонувати як юридичні особи або без створення юридичної особи, відповідно до вимог Господарського кодексу України, Цивільного кодексу України, Закону України «Про об'єднання громадян» та інших відповідних законодавчих актів [95].Такі об'єднання можуть мати різні форми та статуси, такі як туристичні агентства, туроператори, готелі, ресторани, об'єднання гідів, асоціації та інші. Вони можуть спільно працювати над просуванням туристичних послуг, розвитком туристичної інфраструктури, вирішенням спільних проблем та захистом інтересів своїх учасників. Такі об'єднання можуть також виступати як представницькі органи для взаємодії з державними органами та іншими зацікавленими сторонами.

Інтеграція на різних рівнях – політичному, соціальному, фінансовому, культурному та науково-освітньому – може суттєво покращити якість та ефективність галузі туризму.

*Політична інтеграція*: спільні політичні зусилля можуть сприяти вирішенню різних проблем у галузі туризму, встановленню загальних цілей та принципів, а також створенню сприятливого законодавчого середовища для розвитку туризму.

*Соціальна інтеграція*: залучення різних соціальних груп та зацікавлених сторін до процесу розвитку туризму сприяє створенню більш широкого та справедливого підходу до розробки стратегій розвитку та впровадження проєктів у галузі.

*Фінансова інтеграція*: об'єднання фінансових ресурсів та створення єдиних фінансових механізмів дозволяє ефективніше використовувати кошти для розвитку туризму та підтримки туристичних проєктів.

*Культурна інтеграція*: зближення національних культур та цінностей сприяє розвитку міжкультурного співробітництва та взаєморозуміння між туристами з різних країн, що сприяє розвитку туризму.

*Науково-освітня інтеграція*: обмін науковими знаннями та досвідом між освітніми та науковими установами сприяє підвищенню кваліфікації персоналу в галузі туризму та розвитку нових інноваційних рішень.

Такий комплексний підхід до інтеграції сприяє створенню сприятливих умов для розвитку туризму та підвищенню його ефективності як економічної галузі. Орієнтація на специфіку та унікальні характеристики інтеграційних процесів у туристичній сфері є важливою для подальшого розвитку галузі. Розробка ефективних організаційно-економічних механізмів управління інтегрованими структурами дозволяє підвищити їхню конкурентоспроможність і стабільність на ринку. Таким чином, врахування особливостей інтеграційних процесів у туризмі забезпечує реалізацію їх потенціалу та стимулює подальший розвиток галузі.

### 4. 10. Гастрономічні події як драйвери розвитку малих міст

Локальна гастрономія здатна виступати одним із ключових мотивів для подорожей туристів, які прагнуть отримати автентичні та унікальні враження. Сучасні туристи стають дедалі більш вимогливими та розбірливими, через що багато міст і регіонів втрачають популярність через шаблонність і застарілість туристичних маршрутів та програм, які пропонують українські туроператори [185, 184, 186, 194].

Територіальний брендинг може суттєво підвищити привабливість регіону, збільшити туристичний потік та розвинути внутрішній туризм, а також сприяти загальному економічному та соціокультурному розвитку українського Правобережного Полісся.

Формування гастрономічного бренду регіону здатне стати ефективним інструментом для залучення туристів, підвищення впізнаваності території та

покращення її іміджу на міжнародному рівні, а також стимулювати економічний розвиток і привертати інвестиції [209].

У наукових дослідженнях, присвячених подієвому туризму, вагомий внесок зробили такі автори, як C. Arcodia [321], J. Choe [348, 349], D. Getz [380], M. Mason [427], K. Rusher [469] та A. Shanni [473].

Особливу увагу приділяють гастрономічним фестивалям, які розглядали у своїх працях D. Getz [381], K. Einarsen [366], A. Hjalager [395], J. Kivela [407] та Y. Lee [376]. Водночас на локальному рівні залишаються певні аспекти, які потребують більш детального вивчення та аналізу.

На сьогодні питання брендингу туристичних дестинацій досліджували такі вчені, як C. Hall [391] та G. Lewis [419]. Методики формування та просування гастрономічних брендів дестинацій розглядали О. Мотузенко [153], С. Саламатіна [252] та S. Anholt [317]. У нашому дослідженні ми зосередилися на регіональній специфіці проведення гастрономічних фестивалів Правобережного Полісся України, виявленні унікальних місцевих брендів та гастроівентів.

Новизна роботи полягає у комплексному аналізі різних джерел – від етнографічних праць і кулінарних книг до інтернет-ресурсів гастрономічних фестивалів і ярмарків – з подальшим узагальненням інформації для детального дослідження формування гастрономічних туристичних брендів регіону. Вперше створено аналітичну картографічну модель «Смаки гастрономічних фестивалів Правобережного Полісся України» за одиницями фізико-географічного районування [185] (рис. 4.17.), визначено гастротуристичні пункти, центри, вузли та розроблено авторські гастротуристичні маршрути.

На картосхемі «Смаки гастрономічних фестивалів Київського Полісся» окреслено низку гастротуристичних об’єктів. Зокрема, до гастротуристичних пунктів віднесено Поліське, Іванків, Димер і Макарів, до центрів – Бучу та Фастів, а роль гастротуристичного вузла виконує Київ. У межах Житомирського Полісся визначено гастротуристичні пункти Овруч, Олевськ, Ємільчине та Коростишів; гастротуристичні центри представлені Коростенем, Звягелем, Малином і Радомишлем, тоді як вузлом виступає Житомир.

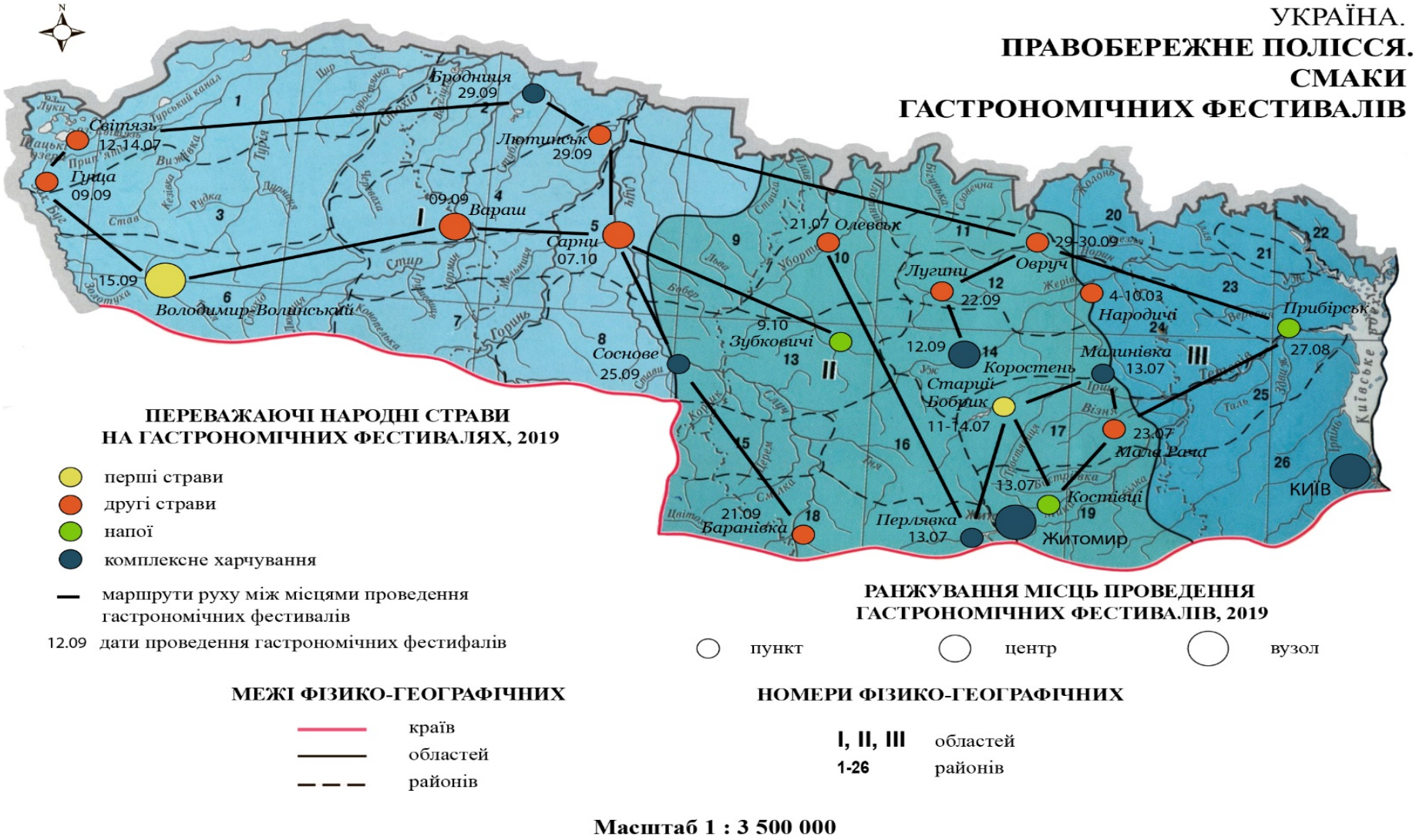



*Рис. 4.17. Аналітична картографічна модель Смаки гастрономічних фестивалів Правобережного Полісся України*

Для Волинського Полісся характерні такі гастротуристичні пункти, як Костопіль, Березне, Дубровиця та Корець; центрами є Вараш, Сарни, Ковель, Камінь-Каширський, Шацьк, Любешів і Маневичі, а гастротуристичним вузлом визначено Володимир.

Зміна повсякденного укладу життя є одним із провідних мотивів, що спонукають людину до подорожей. У сучасних умовах взаємозв'язок гастрономії та туризму набуває дедалі більшої значущості для розвитку туристичних дестинацій.

Автентична місцева кухня як складова туристичного ресурсу здатна відігравати визначальну роль у створенні привабливого образу території та залученні нових відвідувачів. Якщо потрібно – можу зробити ще кілька варіантів у різному стил і.

Запропонований підхід до класифікації дає можливість комплексно оцінити харчові пріоритети туристів у процесі подорожей і слугує ефективним інструментом для виокремлення цільових груп споживачів у сфері гастрономічних послуг.

Збереження та активне поширення національних кулінарних традицій є важливим чинником підтримки регіональної ідентичності та підвищення туристичної привабливості.

Формування уявлення про місцевий продукт у свідомості споживачів, зокрема й про складові гастрономічного туризму, є вагомою складовою територіального брендингу. Ефективний розвиток гастротуризму здатний забезпечити зростання туристичних потоків, збільшення тривалості перебування відвідувачів і, відповідно, підвищення прибутків туристичної сфери. У підсумку гастрономічний туризм стає одним із пріоритетних напрямів регіонального розвитку, адже він не лише стимулює економічне зростання, а й сприяє збереженню агрокультурної та гастрономічної спадщини, активізуючи водночас розбудову місцевої господарської інфраструктури. Термін «гастрономічна подія» вперше було запропоновано Люком Дюбанше, ведучим видання «Ліберасьон», для означення особливого інтересу до гастрономії як складової

культури. Подібні заходи створюють простір для поціновувачів кулінарного мистецтва, де можна відкрити для себе нові смаки, поспілкуватися з майстрами кухні та обмінятися власними враженнями. З огляду на гастрономічні уподобання, туристів поділяють на окремі типи (рис. 4.18).




*Рис. 4.18. Типи гастрономічних туристів* [176]

Правобережне Полісся України характеризується самобутньою гастрономічною спадщиною, яка формувалася під впливом історичних подій, культурних особливостей, природно-кліматичних умов і географічного положення. Репрезентація цих традицій через місцеву кухню сприяє зростанню інтересу з боку туристів і розкриває унікальність гастрономічного потенціалу регіону. З цією метою вперше було розроблено картографічну модель гастрономії етносів Правобережного Полісся України (див. рис. 3.11).

Гастрономічний туризм органічно взаємодіє з ресторанною індустрією та виконує важливу функцію у підтримці локальних виробників, а також у популяризації стандартів якості й екологічної безпеки харчування [442, 483]. Проведення гастрономічних фестивалів створює умови для знайомства туристів з автентичними стравами та занурення в кулінарні традиції місцевого населення. Основне призначення таких заходів полягає не лише в ознайомленні з різноманіттям страв, а насамперед у можливості відчути своєрідність і

унікальність локальної кухні, що дає змогу глибше пізнати ментальність, традиції та звичаї регіону через кулінарну спадщину [186].

Успішні гастрономічні бренди, як Фестиваль деруна в м. Коростень, стають символами кулінарного багатства регіону і привертають увагу туристів, що сприяє розвитку туризму та місцевої економіки (рис. 4. 19 та 4. 20).




Рис. 4.19. Логотип Фестивалю дерунів



Рис. 4.20. Скульптурна композиція «Дерун», відкрита 19 вересня 2009 року в м. Коростень

Такі фестивалі втілюють у собі гастрономіну спадщину та історію місцевої кухні, а також стимулюють інтерес до місцевої гастрономічної культури.

Міжнародний фестиваль деруна у Коростені, що відбувається щорічно у першій половині вересня на території природного парку «Древлянський» є чудовим прикладом гастрономічної події, яка просуває та зберігає автентичні традиції поліської національної кухні [100].

Головним змаганням на цьому фестивалі є конкурс з приготування деруна, переможці якого визначаються журі. Участь у фестивалі відкрита для всіх, хто бажає спробувати свої сили в готуванні та оцінці страв. Участь у фестивалі може бути дійсно інтерактивною для відвідувачів, які мають можливість стати членом журі, придбавши патент дегустатора за символічну суму. Це дозволяє гостям

фестивалю активно долучитися до процесу оцінки страв і визначення переможців кулінарного конкурсу на найсмачніші деруни.

Основною метою фестивалю є збереження та просування українських традицій та культурних цінностей через гастрономічний досвід. В меню фестивалю можна знайти різноманітні варіанти дерунів, включаючи традиційні українські та поліські страви, а також екзотичні версії з різних кухонь світу.

Завдяки регулярному оновленню програми, впровадженню нових страв і розширенню переліку розваг Міжнародний фестиваль деруна щороку приваблює учасників і гостей, формуючи унікальні та яскраві враження для всіх, хто долучається до цієї гастрономічної події (додаток М).

Міжнародний фестиваль деруна, що проходить у місті Коростень, є значущою гастрономічною подією, яка поєднує різноманітні інтерактивні заходи з дотриманням автентичних традицій поліської національної кухні. До постійних складових програми, які забезпечують її насиченість і різноплановість, належать школа дерунярства, тематичні конкурси та вікторини, дегустаційні заходи й виставкові експозиції, святкова хода «Слава дерунам!», майстер-класи та голосування [100]. Саме ці елементи роблять Фестиваль деруна в Коростені яскравою та незабутньою подією для всіх учасників і відвідувачів.

У додатку Н подано узагальнені статистичні дані за роками, що відображають динаміку туристичних відвідувань гастрономічного фестивалю деруна в місті Коростень.

Організація гастрономічних фестивалів передбачає використання інструментів подієвого маркетингу, зокрема анонсування заходів за допомогою email-розсилок для представників event-індустрії. Детальний алгоритм інтернет-листування подано в додатку П. З метою популяризації гастрономічного туризму на території Правобережного Полісся України через поєднання автентичної кухні з історією, культурою та традиціями регіону, а також із акцентом на сімейні цінності, організовується низка інших гастрономічних фестивалів і подій (див. рис. 4.17; додатки Р, С).

Проведення гастрономічних фестивалів в Україні орієнтоване на активізацію гастрономічного туризму та інтеграцію українських представників у міжнародний простір. Такі заходи сприяють налагодженню міжнародної співпраці між рестораторами та професійною спільнотою шеф-кухарів, підвищенню рівня сервісу, а також запровадженню міжнародних стандартів гастрономічної культури для вітчизняних виробників [186].

Поширення гастрономічних фестивалів також стимулює розвиток аграрного сектору та фермерських господарств, оскільки створює умови для безпосередньої співпраці з ресторанним бізнесом і постачання високоякісної локальної продукції для приготування страв. Водночас розвиток гастрономічного туризму сприяє створенню нових робочих місць і зростанню зацікавленості малого приватного підприємництва в цій сфері. Це формує сприятливе середовище для започаткування власної справи у галузі гастрономії та туризму, а також підтримує розвиток місцевих господарств і традиційних ремесел.

Отже, гастрономічні фестивалі на території Правобережного Полісся України виконують важливу функцію у розвитку туристичної галузі, аграрного виробництва та малого бізнесу, одночасно сприяючи зростанню міжнародного визнання й популяризації культурної та кулінарної спадщини України.

## 4.11. Впровадження кластерної моделі розвитку гастрономічного туризму українського Правобережного Полісся

Гастрономічний туризм повною мірою відповідає сучасним вимогам переходу від економіки послуг до економіки вражень. Його специфіка розкривається через тісний взаємозв’язок таких компонентів, як стратегічне планування, створення продукту та його презентація, просування і маркетинг, розповсюдження та реалізація, а також організація обслуговування в туристичних дестинаціях, що формують основу туристичного ланцюга створення вартості. У дослідженні було детально проаналізовано стратегічну модель розвитку гастрономічного туризму, яка охоплює кілька послідовних

етапів: оцінювання та діагностику ситуації, формування загальної стратегії, оперативне планування, а також інформування та поширення розробленого плану [441].

Сьогодні чітко простежується відмова від так званого номадичного туризму за принципом «сьогодні тут – завтра там», коли подорожі зводяться до тривалих переїздів в екскурсійних автобусах і короткочасних зупинок на одну-дві ночі. Такий формат має низку негативних наслідків для туристичних напрямків, оскільки не забезпечує належного рівня вражень і не задовольняє очікування мандрівників [325]. Сучасний турист ставить перед подорожжю значно вищі вимоги, що зумовлює формування нових тенденцій у міжнародному туризмі [370, 385, 500], зокрема:

- зростання попиту на автентичний, справжній досвід [353, 354];
- посилення руху «відчуй місце як місцевий житель»;
- прагнення до отримання унікальних переживань – так званих «золотих моментів».

Усі зазначені тенденції є характерними для гастрономічного туризму й водночас виступають чинниками розвитку туристичної інфраструктури. У світі дедалі більшої популярності набуває автентична гастрономічна продукція, що стимулює появу самобутніх ресторанів, фермерських господарств, а також відродження традиційних ринків. Такі локації приваблюють не лише місцевих жителів, а й стають одними з найцікавіших «смачних» місць для іноземних туристів. Саме тут мандрівники мають змогу придбати продукцію безпосередньо у місцевих виробників, скуштувати автохтонні страви та регіональні фірмові вироби.

Базою гастрономічного туризму виступає локальний продукт, який має чітку територіальну прив’язку та розглядається як один із ключових ресурсів залучення туристів до регіону, міста чи країни. Гастрономічний бренд або спеціалізація є виявом регіональної кухні та формується через наявність одного чи кількох місцевих спеціалітетів, притаманних лише певній території, зокрема Правобережному Поліссю України, або таких, що вирізняються автентичністю.

Центральне місце в гастрономічному туризмі посідає поняття гастрономічного терруару, який є його важливою складовою, хоча й не існує окремо від загальної системи.

Типова структура гастрономічного туру охоплює:

- відвідування фермерських господарств і малих виробництв з метою ознайомлення з їхньою спеціалізацією;
- участь у майстер-класах і дегустаційних заходах;
- відвідування закладів традиційної або високої кухні;
- відвідування місцевих ринків, ярмарків і фестивалів;
- відвідування музеїв та участь в екскурсійних програмах регіону [176].

Розвиток сучасного туризму має суперечливий характер: з одного боку, процеси глобалізації та зростання доступності подорожей роблять світ більш відкритим, а з іншого – підвищують цінність локальних ресурсів, автентичності та культурної самобутності [58, 453]. Туристичні дестинації змушені постійно посилювати свою конкурентоспроможність і брати участь у боротьбі за збереження частки туристичного ринку. У світі, особливо в країнах Європи, спостерігається тенденція до розвитку та особливого захисту місцевих страв і регіональної продукції, що сформувалися саме на цій території. Це має важливе значення, адже кожна країна володіє власними «туристичними магнітами», які дають змогу ефективно конкурувати за туристичні потоки. Багато регіонів не лише розвивають локальні спеціалітети, а й формують ґрунтовну інформаційно-доказову базу щодо продуктів: часу та авторства їх створення, територіальної належності, унікальних властивостей і історії походження [390].

У сучасному світі, де домінують стандартизовані товари та послуги, основні можливості створення додаткової вартості пов’язані саме з наданням унікальних вражень. Виникає чітке відокремлення досвіду від звичайного обслуговування в операційній діяльності компаній, що відкриває нові перспективи для економічного розвитку. Враження та переживання визнаються четвертою економічною пропозицією поряд із сировиною, товарами та послугами. Додаючи досвід до традиційних товарів і послуг, які безпосередньо

впливають на органи чуття туриста, суб'єкти туристичної індустрії прагнуть наповнити ринок новими видами послуг із досвідом. Через свою сенсорну природу особливу роль тут відіграють гастрономічні тури.

Гастрономічний туризм почав активно розвиватися відносно недавно. У 2015 році Всесвітня туристична організація (UNWTO) визнала його окремим сегментом світового туризму, що створило умови для міжнародного партнерства між країнами та приватним сектором. Згідно зі звітом UNWTO, опитування серед 158 активних країн-членів показало, що 88,2% респондентів вважають гастрономію стратегічним елементом формування туристичного бренду, лише 67,6% вважають, що у їхній країні сформувався унікальний гастрономічний бренд, а у 46,5% держав гастрономічна стратегія включена до національних планів розвитку туризму [47, 488, 490]. Ці дані підтверджують, що гастрономічний туризм розглядається як ринково перспективний сегмент, здатний забезпечити конкурентні переваги для розвитку туристичних напрямків.

У глобалізованому світі гастрономія, гастрономічна спадщина та культура харчування стають тими чинниками, що відрізняють один туристичний пункт від іншого [176], передаючи відвідувачам унікальні характеристики місця. Гастрономічний туризм поєднує традиції та інновації: знайомство з культурою та місцевими звичаями, популяризацію здорового способу життя, автентичність, стійкість, враження та досвід [491]. На сьогодні він є одним із найдинамічніших світових трендів у туризмі, часто слугуючи потужним інструментом і навіть локомотивом для просування країни на туристичному ринку. Водночас гастрономія стала невід'ємною складовою знайомства з культурою та побутом певного регіону.

За даними UNWTO, гастрономічний туризм істотно сприяє економічному розвитку країни [490]. Якщо масовий туризм традиційно залишає на місцевому рівні лише близько 5% вартості подорожі, то сегменти пригодницького, еко- та гастрономічного туризму забезпечують місцевій економіці близько 65,6% доходу. Гастрономія оживляє туристичний ринок і стимулює розвиток місцевої економіки, оскільки охоплює широкий спектр професійних секторів: виробників,

кухарів, харчові підприємства, ринки, туристичну та гостинну індустрію та суміжні сфери.

Гастрономічний туризм базується на концепції пізнання та дослідження їжі, дегустації та насолоди гастрономічною культурою регіону або країни. Кулінарна ідентичність терруару, що включає характерні риси ландшафту, культури, локальної продукції та традиційних страв, є ключовою особливістю гастрономічного туризму. Терруар – сукупність ґрунтово-кліматичних умов та специфічних характеристик місцевості, що визначають якісні властивості сільськогосподарської продукції (зокрема вина, кави, чаю, оливкової олії, сиру) – виступає елементом диференціації та джерелом локальної ідентичності. Він охоплює не лише виробничі характеристики продукту, а й екологічні та ландшафтні аспекти, історію, культуру, традиції та різноманітність географічних об’єктів.

У зв’язку з цим трансформація територій в агроландшафтні простори стає однією з цілей для просування туристичної дестинації. Розвиток гастрономічного туризму в регіоні спирається на низку інструментів і передбачає підвищення конкурентоспроможності дестинації через планування та стратегічне управління її порівняльними та конкурентними перевагами. Це включає створення високоякісних диференційованих продуктів, які формують досвід і додану вартість для туристів. Підвищити ефективність та максимізувати позитивний вплив гастрономічного туризму допомагає правильна оцінка поточної ситуації та стратегічне планування. Воно дозволяє мінімізувати негативні наслідки, прогнозувати зміну потреб і вподобань туристів, оперативно коригувати пропозицію залежно від сезонності або попиту, а також зменшувати недоліки туристичного напрямку. Для дестинацій, які орієнтовані на просування гастрономічної культури, важливим є розроблення комплексного стратегічного плану розвитку та популяризації гастрономічного туризму.

Такий стратегічний план виступає ключовим інструментом для закладання фундаменту та розробки подальших дій у сфері гастрономічного туризму, передбачаючи, що всі задіяні учасники реалізують його впродовж визначеного

періоду. Виходячи з потенціалу конкретної дестинації, план спрямовує на: визначення шляху розвитку та формування ринку гастрономічного туризму; забезпечення гнучкості та адаптації до змін у часі або сезонності; врахування інтересів усіх задіяних сторін процесу.

Стратегічне планування гастрономічного туризму починається з аналізу поточної ситуації та проведення діагностики, після чого враховує потреби та пріоритети зацікавлених суб'єктів і визначає ключові напрямки дій, що дозволяють дестинації стати привабливим пунктом призначення або спеціалізованим напрямком гастрономічного туризму. Методологія розробки такого плану ґрунтується на класичних підходах, передбачає активну участь усіх агентів, залучених до процесу, і складається з низки основних етапів [436, 437, 440, 449] (див. рис. 4.21).

*Етап 0.* Запуск проєкту. На попередньому етапі визначається робоча група, а також її обсяг і методологія проєкту, основні цілі та терміни виконання:

- місця гастрономічного туризму, які мають особливу цінність.

*І етап*: Аналіз і діагностика ситуації. На даному етапі визначається поточна ситуація, потенціал туристичної діяльності, інфраструктура, яка пов'язана з гастрономією на території, та основні прогалини і можливості. А також визначаються сприятливі і несприятливі умови, що впливають на гастрономічний туризм, які потребують розгляду в процесі планування і включають внутрішній і зовнішній аналіз.

*Внутрішній аналіз:*

- територіально-туристичний контекст гастрономічного туристичного продукту;

- інвентаризація та оцінка гастрономічних ресурсів; аналіз туристичної пропозиції та її гастрономічної складової;

- аналіз просування та маркетингу гастрономічного туризму;

- визначення агентів, залучених до моделі гастрономічного туризму;

- визначення гастрономічного продукту та місць гастрономічного туризму, які мають особливу цінність.

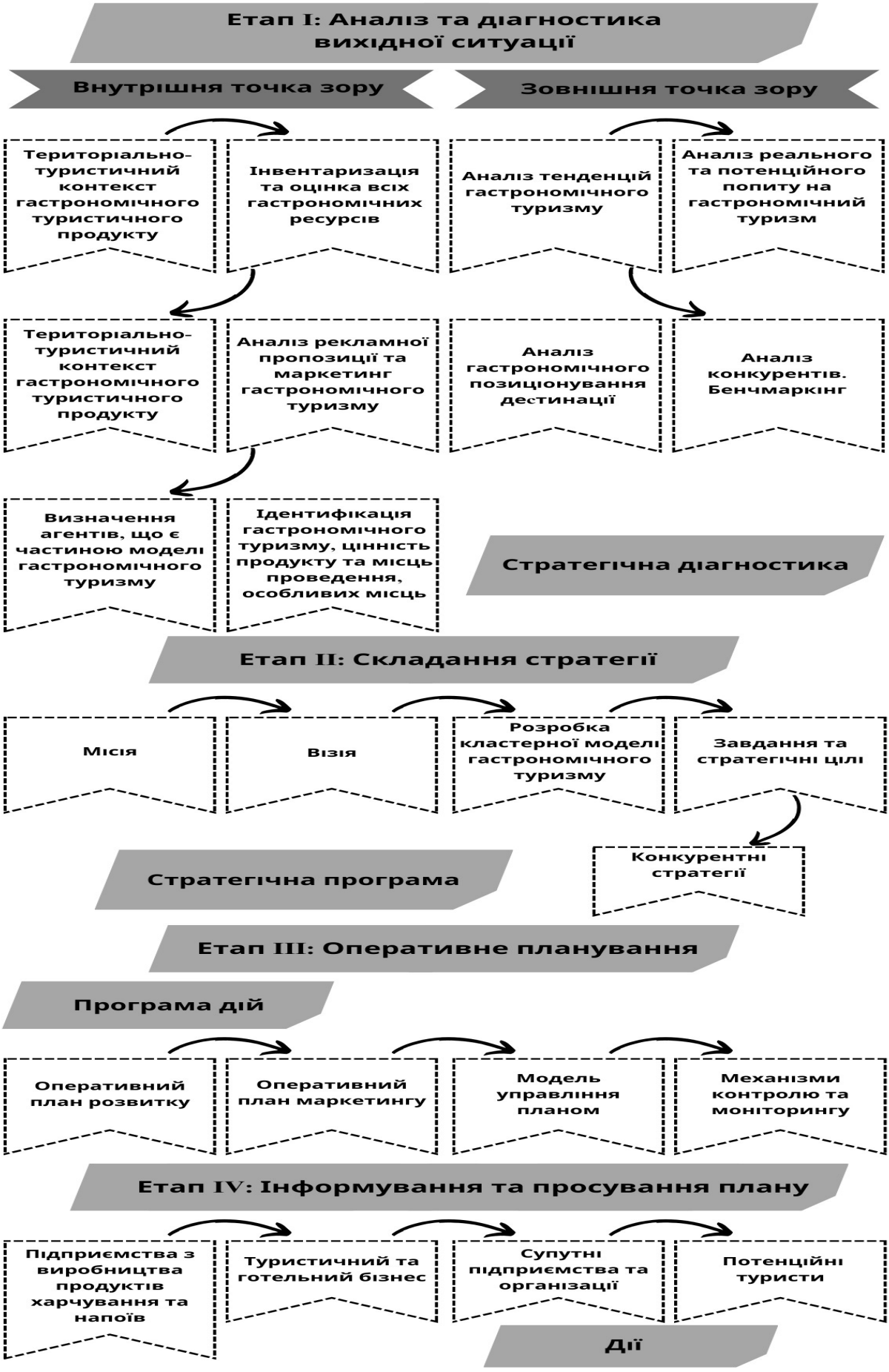



*Рис. 4.21. Стратегічний план розвитку гастрономічного туризму*

*Зовнішній аналіз*:

- аналіз тенденцій (туризм, харчування, кейтеринг, гастрономічний туризм).
- аналіз реального та потенційного попиту на гастрономічний туризм.
- аналіз гастрономічного позиціонування місця призначення.
- аналіз конкурентів.

*Етап II: Розробка стратегічного плану.* На основі аналізу та діагностики ситуації та загального довгострокового плану розроблено, що є критичним для визначення шляху досягнення цілей [440]. Важливо підключити та залучити всіх агентів, у тому числі місцеву громаду. Яким будуть надані стратегічні рекомендації щодо майбутнього гастрономічного туризму. Для забезпечення сталого розвитку гастрономічного туризму та його позитивного впливу на місце призначення, сам сектор та місцевих громад, план повинен візуалізувати бажаний сценарій збільшення конкурентоспроможності дестинації на основних ринках і серед різних цільових аудиторій.

*Етап III: Оперативне планування.* На даному етапі визначені пріоритети та програма розвитку гастрономії. Розробляється план як оперативного розвитку, так і оперативного маркетингу, які повинні розвиватися так, щоб туристично-гастрономічний потенціал території приносив максимальну користь усім залученим сторонам .

*Етап IV: Повідомлення та поширення плану.* На цьому етапі план доводиться до відома всіх зацікавлених сторін у секторі, серед громадян і серед каналів зв'язку, з якими можуть бути пов'язані потенційні туристи. Класична методологія стратегічного плану туризму використовує той самий процес, методологію і плани, що і в іншому стратегічному туризмі, але особливість планування гастрономічного туризму полягає в тому, що воно стосується широкого та різноманітного спектру агентів, які повинні брати участь у ньому.

Реалізація стратегічного плану розвитку гастрономічного туризму здійснюється через прогнозування та формування кластерів розвитку гастрономічного туризму в регіоні. Для визначення таких територій на

синтетичній картографічній моделі кластерів гастрономічного туризму Правобережного Полісся України (рис. 4.22) були використані показники гастрономічного потенціалу фізико-географічних районів, розраховані в авторських дослідженнях [197, 202, 206, 440], доповнені даними про туристичну привабливість і активність. Реалізація стратегічного плану розвитку гастрономічного туризму здійснюється через формування прогнозованих кластерів гастрономічного розвитку регіону. При визначенні таких територій на синтетичній картографічній моделі кластерів гастрономічного туризму Правобережного Полісся України (рис. 4.22) було використано показники гастрономічного потенціалу фізико-географічних районів, розраховані у попередніх дослідженнях [197, 202, 206, 440], доповнені даними про туристичні потоки на відповідні території та чисельність осіб, зайнятих у сфері гастрономічного туризму (ці показники наведені за адміністративно-територіальними одиницями, зафіксованими статистичними службами). Для підрахунку гастрономічного потенціалу фізико-географічного району (у балах) і приведення різнорідних показників до єдиної системи кожній структурній складовій картодіаграмної фігури було призначено відповідний ваговий коефіцієнт.

Прогнозовані ***три кластери*** розвитку гастрономічного туризму Правобережного Полісся України, виділені за фізико-географічними районами як одиницями картографування, представлені на карті за методом кількісного фону.

У ***короткостроковій перспективі*** *найінтенсивніше розвиватимуться кластери гастрономічного туризму Правобережного Полісся України* у таких фізико-географічних районах: Любомльсько-Ковельському, Турійсько-Рожищенському та Маневицько-Володимирецькому в межах Волинського Полісся; Городницько-Ємільчинському, Корецько-Звягельському, Іршансько-Малинському, Баранівсько-Високопічському та Черняхівсько-Коростишівському у Житомирському Поліссі; а також Здвизько-Ірпінському районі Київського Полісся

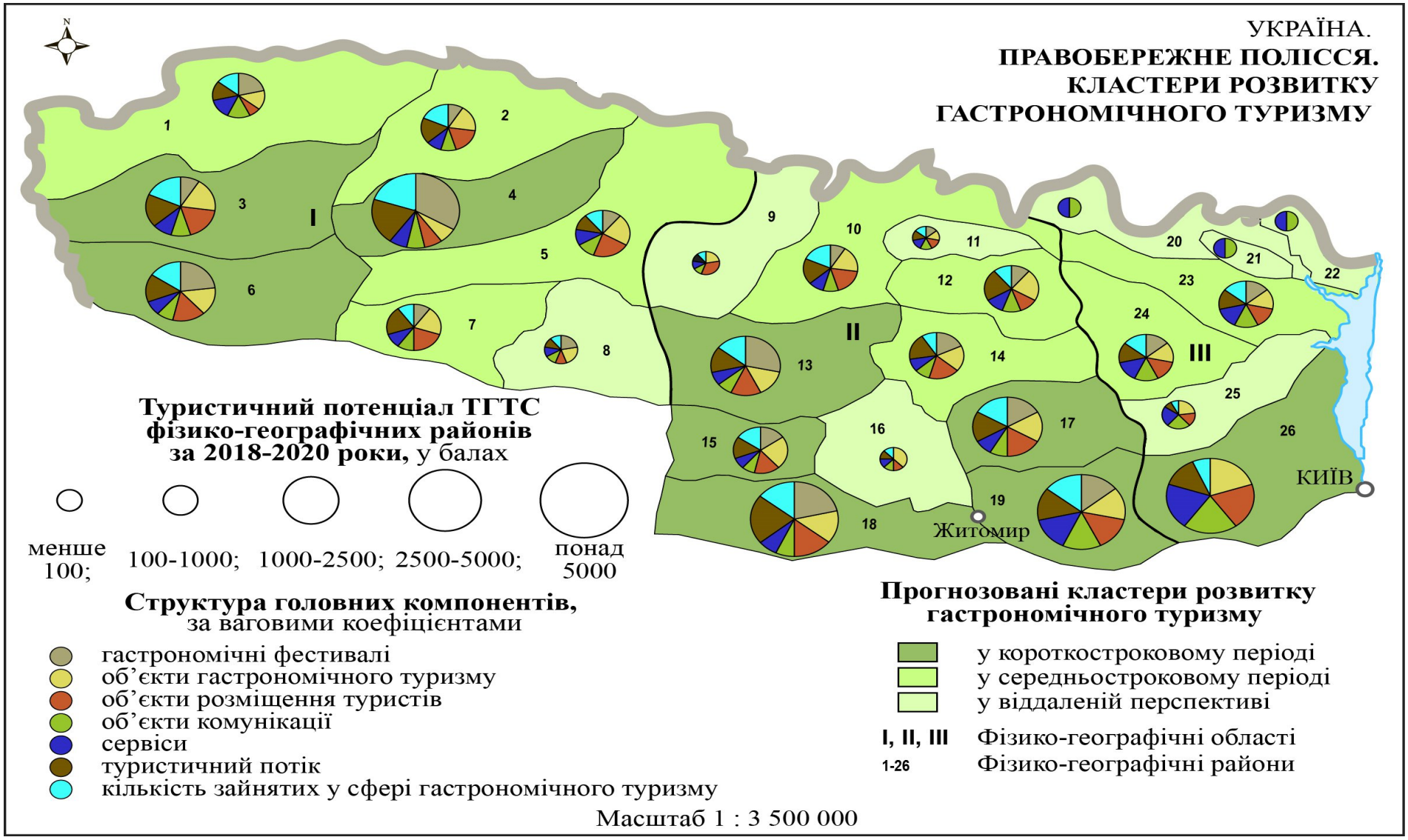



*Рис. 4.22. Кластери розвитку гастрономічного туризму Правобережного Полісся Україн*

Це підтверджується оцінками туристичного потенціалу ТГТС на рівні від 2500–5000 балів та понад 5000 балів у цих районах. Серед головних складових потенціалу найбільше значення мають сегменти гастрономічних фестивалів, обсяги туристичних потоків та чисельність осіб, зайнятих у сфері гастрономічного туризму.

*У **середньостроковій перспективі** прогнозовані кластери гастрономічного туризму Правобережного Полісся України* розвиватимуться у таких фізико-географічних районах: Верхньоприп'ятському, Нижньостирському, Колківсько-Сарненському та Ківерцівсько-Цуманському у Волинському Поліссі; Олевсько-Білокоровицькому, Норинсько-Жерівському та Коростенсько-Чоповицькому у Житомирському Поліссі; Нижньоузькому та Народицько-Іванківському у Київському Поліссі.

Підтвердженням цього служить розрахований туристичний потенціал ТГТС на рівні від 1000 до 2500 балів у відповідних районах. Серед основних компонентів потенціалу найбільшу вагу мають сегменти гастрономічних фестивалів, об'єкти гастрономічного туризму, показники туристичних потоків та чисельність осіб, зайнятих у сфері гастрономічного туризму, тоді як показники об'єктів розміщення туристів і сервісів мають майже рівнозначну значимість.

*У **віддаленій перспективі** прогнозовані кластери гастрономічного туризму Правобережного Полісся України м*ожуть розвиватися у таких фізико-географічних районах: Костопільсько-Березнівському в межах Волинського Полісся; Клесівсько-Рокитнянському, Словечансько-Овруцькому та Довбисько-Романівському у Житомирському Поліссі; Руднянсько-Вільчанському, Чистогалівсько-Корогодському, Нижньоприп'ятському та Нижньотетерівському у Київському Поліссі. У цих районах туристичний потенціал ТГТС оцінюється в межах від 100 до 1000 балів та менше ніж 100 балів.

Щодо структури головних компонентів, тут спостерігаються незначні показники у сегментах гастрономічних фестивалів, об'єктів гастрономічного

туризму, туристичних потоків та чисельності осіб, зайнятих у гастрономічній сфері. У деяких районах представлені лише об’єкти комунікацій і сервісів.

Просторове планування розвитку гастрономічного туризму в Правобережному Поліссі України може здійснюватися через виділення та налагодження взаємозв’язків між різними функціональними й галузевими комплексами.

Концепція цілеспрямованого формування кластерів базується на створенні на регіональному рівні структур, таких як територіальні громади та туристичні бізнес-асоціації, а також на формуванні їхньої управлінської структури (рис. 4.23).




*Рис. 4. 23. Модель структури прогнозованих кластерів розвитку гастрономічного туризму Правобережного Полісся України*

На нашу думку, запропонована модель поєднує п’ять основних комплексів та їхні блоки. Центральним елементом кластеру виступає спеціалізований туристичний комплекс (рис. 4.24).

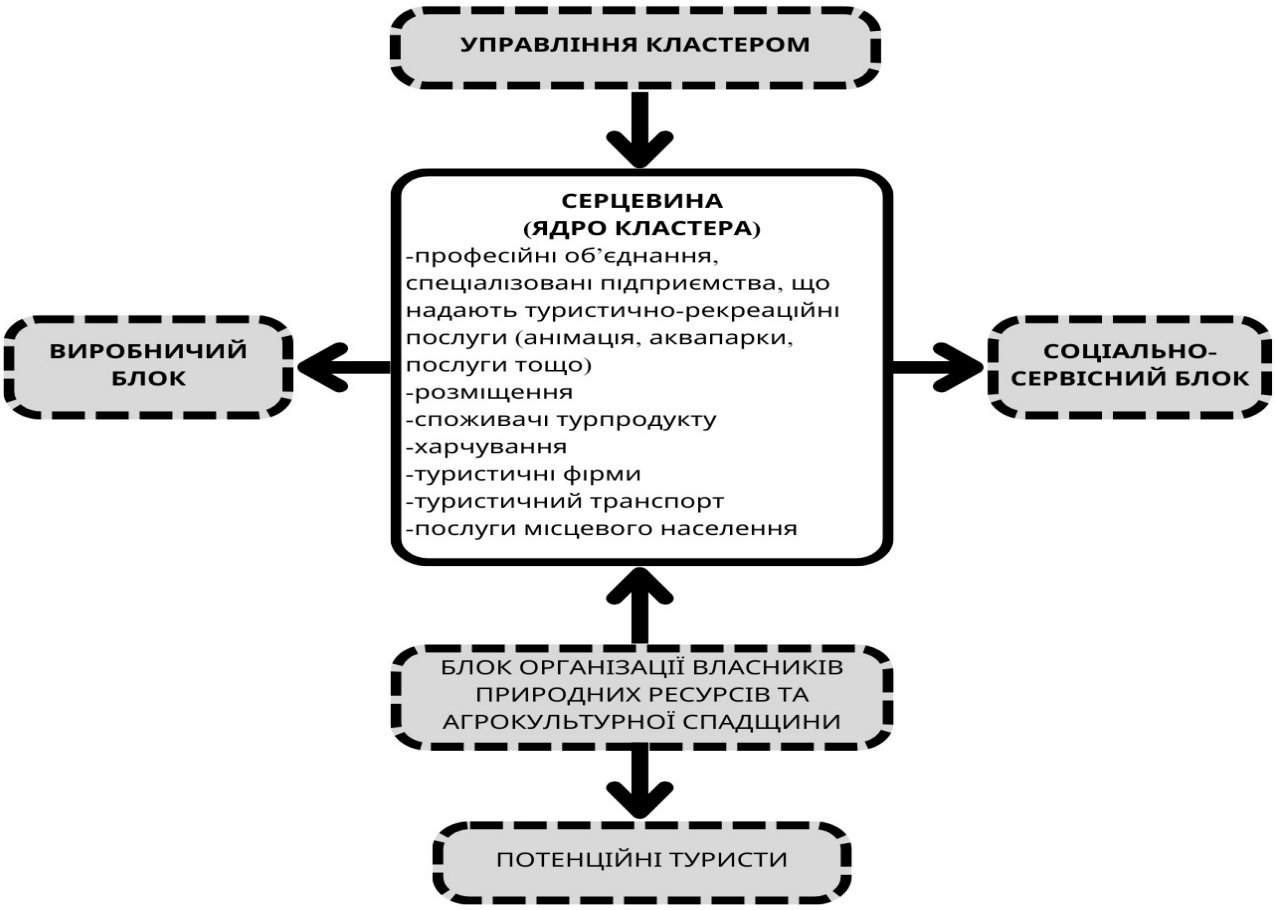



*Рис. 4.24. Схема функціональної структури прогнозованого гастрономічного кластера Правобережного Полісся України*

Він охоплює організації та приватних осіб, безпосередньо залучених до туристичної діяльності, надання туристичних послуг та обслуговування, зокрема туроператорів і турагентів, санаторії, зелені садиби тощо.

У центрі кластеру розташований споживач туристичного продукту, від якого в конкретний момент часу залежить функціонування всієї системи. До центральних елементів також належать підприємства, що забезпечують розміщення, харчування, розваги та туристичний транспорт.

Крім того, цей комплекс взаємодіє з потенційними туристами, досліджуючи їхні потреби та здійснюючи маркетингові заходи.

Для ефективного функціонування кластера необхідна наявність органу, який координує його діяльність. Інші учасники кластера об’єднані у чотири комплекси: сервісно-системоутворюючий (органи управління, підготовка кадрів, фінанси тощо); виробничий (постачальники харчових продуктів, товарів, обладнання та будівельних матеріалів); соціально-сервісний (установи культури й спорту, торгівля, медичні заклади, побутове обслуговування тощо); комплекс природних ресурсів і умов (організації-власники природних ресурсів).

В межах державних цільових програм на засадах державно-приватного партнерства планується створення сучасної туристичної інфраструктури в регіонах України.

Правобережне Полісся України є поліструктурним регіоном із мозаїчним ландшафтом та значним природно-ресурсним потенціалом, де туризм, зокрема гастрономічний, посідає важливе місце.

Туризм стимулює розвиток 53 суміжних галузей економіки та має значний соціальний ефект, створюючи нові робочі місця та покращуючи якість життя в регіонах. Оскільки гастрономічний туризм належить до несировинних секторів, він має високий потенціал стати драйвером економічного розвитку.

Аналіз існуючих ознак, що визначають просторові форми гастрономічного туризму, показав, що найефективнішою сучасною формою його розвитку на регіональному рівні є кластери розвитку гастрономічного туризму – *потенційні* [440].

Для проєктування та формування туристських кластерів застосовувалися підходи маркетингу, позиціонування і просування туристичних можливостей, а також організаційні принципи для окремих регіонів і конкретних туристських кластерів. Передумовами створення прогнозованих гастрономічних кластерів виступають мозаїчні ландшафти, культурно-історичні артефакти, різноманіття туристичних ресурсів Правобережного Полісся України, концентрація цих ресурсів та гастрономічний потенціал. Це дало змогу обґрунтувати напрями формування прогнозованих гастрономічних кластерів у регіоні дослідження.

Було охарактеризовано особливості, структуру, склад та життєвий цикл туристичного кластера на прикладі об'єкта дослідження. У схемі функціональної структури прогнозованого гастрономічного кластера Правобережного Полісся України ключову роль займають засоби розміщення та харчування.

Успішна реалізація гастрономічного проєкту в готельній та ресторанній галузях потребує ретельного бізнес-планування та розробленої маркетингової стратегії. Гастрономічний проєкт є унікальним продуктом із власними конкурентними перевагами та враженнями; завдяки маркетингу можна досягти ефективності навіть при обмеженій кількості продукту. Основними учасниками такого проєкту є готелі та ресторани, які залучають суміжні підприємства та їхніх цільових споживачів для активної участі у гастрономічному туризмі (рис. 4.25).

Гастрономічні проєкти у готельно-ресторанному бізнесі потребують ретельного аналізу, об'єктивної оцінки ситуації та застосування різних конкурентних механізмів. Якщо бізнес або туристичний напрямок робить акцент на популяризації гастрономічних пам'яток, розробка бізнес-плану стає необхідною для: координації зусиль задля досягнення поставленої мети; мотивації керівника у визначенні шляхів досягнення цілей; визначення необхідних ресурсів та ключових показників діяльності; формалізації функцій і відповідальності персоналу; підготовки підприємства до змін у ринковому середовищі; забезпечення постійного моніторингу результатів діяльності; створення структури та розробки стратегії майбутніх дій, які повинні реалізовувати всі залучені учасники протягом певного періоду для подальшого розвитку [176].

*Вперше в межах дослідження спроєктовано три потенційні кластери розвитку гастрономічного туризму Правобережного Полісся України* за фізико-географічними районами, використаними як одиниці картографування.

*Вперше картографічно представлено кластерну модель розвитку гастрономічного туризму Правобережного Полісся України* разом із її управлінською та функціональною структурами.




Рис. 4. 25. *Взаємодія учасників гастрономічного туризму*

(розроблено авторами на основі (І. Нестерчук [441], B. Benko [331]

Реалізовано авторський гастрономічний проєкт у готельно-ресторанній сфері, побудований на основі детального бізнес-плану та розробленої маркетингової стратегії. Успішність такого проєкту значною мірою визначається якістю бізнес-планування та ефективністю маркетингових рішень.

Розроблена схема функціональної структури прогнозованих гастрономічних кластерів Правобережного Полісся України забезпечує можливість координації роботи основних комплексів кластера. Очевидно, що гастрономічний туризм є одним із найприбутковіших секторів у відповідних галузях економіки, здатним стати «точкою зростання» та основою значного розвитку для всього регіону дослідження. При популяризації гастрономічного туризму важливо розуміти, що самі гастрономічні продукти та туристичні ресурси не роблять місце призначення привабливим для мандрівників. Ефективність досягається через грамотно розроблений бізнес-план і маркетингову стратегію, а гастрономічні кластери Правобережного Полісся формують оптимальну модель розвитку гастрономічного туризму в цьому регіоні.

## Висновки до розділу 4

1. На сучасному етапі гастрономічний туризм породжує нові імпульси, тенденції та виклики, які впливають на споживання туристичних послуг та розвиток самої галузі. Сучасна туристична індустрія нерідко створює умови для споживачів у штучних або змодельованих просторах за допомогою таких адаптерів як «кочівництво», «номадизм», «симулякр», «ескапізм» мобілістичного способу життя. Гастрономічний туризм викликає значний інтерес як серед громадськості, так і серед вчених, особливо в контексті зростаючої цікавості до сталого розвитку агрокультурної спадщини.

2. В царині української суспільно-географічної науки сформувалося, своє бачення гастрономічного туризму. Різнобічне та поглиблене вивчення проблем термінології географічної науки та безпосередньо географії туризму, а саме її виду гастрономічного туризму ще чекає на своє вирішення. Єдності немає у тлумаченні «гастрономічного туризму» як у вітчизняних вчених, так і в закордонних джерелах. Теоретична ніша вишукувань гастрономічного туризму потребує оновленого заповнення та серій досліджень, проведених на локальному рівні.

3. Правобережного Полісся України, завдяки транскородонному положенню, мозаїчним ландшафтам, унікальній гастрономічній та агрокультурній спадщині, може розвивати туристичні дестинації, які спеціалізуються на автохтоному гастротуристичному продукті, атракціях та гастроподіях. Гастрономічний туризм може стати ефективним інструментом для привертання туристів до регіону, територіальних громад, місць призначення, оскільки він відображає кулінарні культури субетносів в поєднанні зі специфічними агрокультурними особливостями території.

4. Місцева кухня, терруари та спеціалітети мають стати флагманським продуктом, який привертає туристів та надає їм незабутні враження про регіон. Гастрономія субетносів Правобережного Полісся України є важливою частиною туристичного досвіду. Накове дослідження відображає різноманітність та

широкий спектр представників гастрономічних туристів. Гастрономічний туризм приваблює людей різного віку, соціального статусу, статі та етнічної приналежності. Освіченість та інтерес до культури, кухні та традицій різних країн є спільним чинником для гастрономічних туристів.

5. Залучення інвестицій та підвищення туристичної привабливості є важливими завданнями для розвитку гастрономічного туризму та туристичної індустрії в цілому в регіоні. В науковому дослідженні розкрито регіональну специфіку традиційного харчування субетносів, які населяють Правобережне Полісся України, і виявлено перспективи використання гастробрендів в гастрономічному туризмі. Створення успішного гастрономічного бренду регіону вимагає не лише відмінності в кулінарних традиціях, а й вміння привертати увагу туристів, підкреслюючи унікальність і смак місцевої кухні. Такий бренд може стати одним із ключових факторів конкурентоспроможності туристичної дестинації та сприяти розвитку гастрономічного туризму та господарства регіону.

6. Наразі назріла потреба в апробації концепції територіальної гастротуристичної системи для розвитку гастрономічного туризму в проєктному регіоні – Правобережне Полісся України та в розробці авторської методики визначення туристичного потенціалу ТГТС з візалізацією території дослідження у вигляді аналітичної картографічної модеолі туристичного потенціалу ТГТС українського Правобережного Полісся. В науковому дослідженні ми намагалися представити для іноземних та українських туристів гастрономічні тури Правобережним Поліссям України на базі маркетингового ринку дослідження гастрономічних смаків іноземних та українських туристів. Використання ландшафтів разом з унікальними харчовими традиціями та агрокультурною спадщиною може стати ефективною стратегією для розвитку гастрономічного туризму в регіоні, привертаючи більше туристів та сприяючи економічному зростанню та збереженню гастрономічної та агрокультурної спадщин.

7. Акцент ставиться на позиціонування української кухні в національних ресторацiях, визначення специфічних особливостей гастрономічного туру і

розробці авторських маршрутів територією Правобережного Полісся України. Просування гастрономічної спадщини та традицій субетносів створює нові можливості для розвитку туризму і сприяє підвищенню конкурентоспроможності туристичних дестинацій. В рамках гастрономічного туру запропонована авторська модель відпочинку туриста.

8. Вперше проведено типізацію агрокультурної спадщини як інструменту регіонального управління українським Првобережним Поліссям. Типізація агрокультурної спадщини спиралася на урахування різних *властивостей, ознак* та *факторів*. Ієрархія типізації спиралася на вагу туристичного потенціалу ТГТС. Типізація агрокультурної спадщин здійснювалася за *інтегральним показником по фізико-географічних районах, який* розраховується за ваговими кофіцієнтами *(у балах),* що зформовані за такими *складовими:* потенціал ТГТС; кількість фермерських господарств; кількість Садиб сільського зеленого туризму; кількість вироблених органічних продуктів та послуг (екологічні та харчові послуги) адаптованих до потреб гастрономічного туризму; кількість гастрофестивалів. Виділення типів агрокультурної спадщини Правобережного Полісся України гуртується на застосуванні наступних критеріїв: *географічне розташування, історичний контекст, типи культур, технологічні особливості, культурні традиції.* Виділено такі типи агрокультурної спадщини українського Правобережного Полісся: *рослинно-круп'яно-рибний тип агрокультурної спадщини; житньо-картопляно-грибний тип агрокультурної спадщини; мисливсько-рослинний тип агрокультурної спадщини.* Проведена типізація агрокультурної спадщини Правобережного Полісся України слугує основою для подальшого планування туризму. Розроблено *стратегії* сталого розвитку туризму для кожного типу агрокультурної спадщини.

9. Для розвитку гастрономічного туризму Правобережного Полісся використання інтеграційної взаємодії примножить синергетичний ефект та покращить стан галузі. Синергетичне об'єднання різних типів інтеграції в гастрономічному туризмі є важливим кроком для досягнення максимального ефекту від їх взаємодії. Слід врахувати основні аспекти: правову інтеграцію,

економічну інтеграцію, виробничу інтеграцію, політичну інтеграцію, соціальну інтеграцію, фінансову інтеграцію, культурну інтеграцію. Врахування цих різноманітних аспектів інтеграції дозволить максимально використати туристичний потенціал ТГТС для забезпечення сталого розвитку агрокультурної спадщини.

10. Локальна, автентична, специфічна гастрономічна та агрокультурна спадщини є важливим чинником у привабленні уваги мандрівників та сприяють розвитку гастрономічного туризму в регіоні. Презентаційними виступають заклади національних ресторацій під час гастрономічних турів. Туристи стають більш розбірливими та вимогливими, багато міст та областей втрачають популярність через тривіальність і старомодність маршрутів і програм, які пропонують українські туроператори. Вперше створено аналітичну картографічну модель Смаки гастрономічних фестивалів Правобережного Полісся України та виділено гастротуристичні пункти, центри, вузли та розроблені авторські гастротуристичні маршрути.

11. Гастрономічний туризм відповідає всім вимогам при переході від економіки послуг до економіки досвіду. Кулінарна ідентичність терруару, з його відмінними рисами ландшафту, культури, продукції, і страв місця призначення, є важливою родзинкою гастрономічного туризму. Це охоплює культурні та ландшафтні цінності, історію, агрокультурну та гастрономічну спадщини, традиції, населені пункти та кухню цього місця. У зв’язку з цим трансформація території в ТГТС є однією з цілей призначення для просування туристичної дестинації. Конкурентоспроможність дестинації будується на плануванні та стратегії управління її порівняльними та конкурентними перевагами і ґрунтується на створенні високоякісних диференційованих продуктів, які створюють досвід і додану вартість для туристів. Підвищити конкурентоспроможність і максимізувати позитивний вплив туризму допоможе правильна оцінка ситуації. Вперше запропоноване *стратегічне планування* гастрономічного туризму. Втілення стратегічного плану розвитку гастрономічного туризму зреалізовано через *прогнозовані кластери* розвитку

гастрономічного туризму регіону. Виділення таких територій на синтеничній картографічній моделі кластерів розвитку гастрономічного туризму українського Правобережного Полісся, було здійснено вперше та використано показники туристичного потенціалу ТГТС фізико-географічних районів. Прогнозовані три кластери розвитку гастрономічного туризму Правобережного Полісся України по фізико-географічних районах (як одиницях картографування). Розглянуті та охарактеризовані існуючі ознаки, за якими формуються просторові форми туризму, засвідчили, що найоптимальнішою сучасною просторовою формою розвитку туризму на регіональному рівні є кластери розвитку гастрономічного туризму – *потенційні*. Передумовами створення прогнозованих гастрономічних кластерів є мозаїчні ландшафти, культурно-історичні та гастрономічні артефакти, строкатий склад гастротуристичних ресурсів Правобережного Полісся України, а фундаментом слугує концепція територіальної гастротуристичної системи, туристичний потенціал ТГТС, типізація агрокультурної спадщини Правобережного Полісся України, бізнес-планування та маркетингова стратегія що дозволили нам обґрунтувати оптимальну модель розвитку гастрономічного туризму українського Правобережного Полісся.

# ВИСНОВКИ

У науковому досліджені вирішено важливу наукову проблему – обґрунтування теоретико-методологічних засад суспільно-географічного дослідження територіальної гастротуристичної системи, проведення оцінки природно-географічних умов та етннічних кухонь Правобережного Полісся України, здійснення імплікації досліджень агрокультурної спадщини в контексті розвитку гастрономічного туризму українського Правобережного Полісся.

Проведене дослідження територіальної гастротуристичної системи Правобережного Полісся України для розвитку гастрономічного туризму як соціально-економічного явища в суспільстві дає підстави зробити такі висновки.

1. Суспільна практика доводить, що географічне знання відображає єдність природи та людини. Такий інтегративний сенс затверджується еволюцією та диференціацією географічного знання. У цьому процесі відбувається взаємоперетин інтерпретацій та тлумачень, які, наприклад, у географії культури викристалізувались у концепт «агрокультурна спадщина». З огляду на розгортання цієї ідеї актуальним є подібний дискурс у суспільній географії, географії рекреації та туризму, зокрема гастрономічного туризму, шляхом розробки *концепції «територіальної гастротуристичної системи». Системофрмуючими елементами* територіальної гастротуристичної системи вперше визначено агрокультурну спадщину, харчове біорізноманіття, гастрономічну спадщину, кулінарні культури субетносів, маркери ідентичності їжі, терруар, спеціалітет, які мають специфічні ознаки: харчове біорізноманіття, сталі харчові системи. Концепція територіальної гастротуристичної системи становить інтегральне теоретико-методологічне підґрунтя для подальшого визначення сутності туристичного потенціалу територіальної гастротуристичної системи й формування алгоритму його вивчення для прикладних цілей.

2. Відповідно, результати дослідження – це крок до вдосконалення сучасного поняттєво-термінологічного апарату гастрономічного туризму через

введення нових дефініцій: територіальна гастротуристична система, маркери ідентичності їжі, туристичний потенціал територіальної гастротуристичної системи, споживчий кошик гастрономічного туриста, кластер розвитку гастрономічного туризму та вдосконалення наявних термінів: гастрономічний туризм, гастрономічний тур, гастротуристичний продукт, гастрономічна подія, гастрономічний турист, гастрономічний фестиваль, гастрономічний бренд, харчове біорізноманіття, агрокультурна спадщина, гастрономічна спадщина, кулінарні культури субетносів, терруар, спеціалітет, стала харчова система.

3. Методологічний аспект дослідження представлений у сформульованих вище наукових підходах та принципах, зміст яких визначається фундаментальною та прикладною частинами дослідницького процесу, що забезпечує комплекс послідовних операцій, необхідних для вивчення, пізнання, обґрунтування висновків щодо гастрономічного туризму регіону.

4. Аналітичну схему дослідження презентує алгоритм, який передбачає логічно узгоджені та послідовні завдання: визначення об’єкт-предметної сутності та дизайну дослідження, побудова концептуальної моделі дослідження територіальної гастротуристичної системи та її тестування на прикладі Правобережного Полісся України, проведення оцінки природно-географічних умов та етнічних кухонь регіону, здійснення типізації агрокультурної спадщини Правобережного Полісся України, розробка кластерної моделі розвитку гастрономічного туризму регіону.

5. Потенційно природні ресурси можуть задовольняти економічні, соціальні, туристичні, екологічні потреби суспільства й проявлятися через інституційні форми та конкретні способи економічної діяльності. Покомпонентна оцінка природних ресурсів дає підстави розглядати гастрономічний туризм як комплексну багаторівневу систему, у якій існують тісні взаємозалежності й формується ієрархічна співпідпорядкованість господарських функцій її елементів. До покомпонентної оцінки природних ресурсів використані наступні підходи: порівняльний, витратний, результативний, змішаний, ринковий, кадастровий. Розроблено алгоритм комплексної оцінки природних ресурсів для

потреб гастрономічного туризму, який складається з дев'яти взаємопов'язаних етапів.

6. Історіографія вивчення харчових відбитків поліщуків дала змогу підтвердити наявність унікальної кулінарної культури етносів, агрокультурної та гастрономічної спадщин, харчового біорізноманіття, що уможливило проведення оцінки природно-географічних умов та етнічних кухонь регіону. Розгляд агрокультурної та гастрономічної спадщин поліщуків через призму фізико-географічних, ґрунтознавчих, етнографічних умов сприяв її вивченню в ретроспективі, що дало змогу побудувати аналітичні картографічні моделі харчового біорізноманіття Правобережного Полісся України; гастрономії субетносів Правобержного Полісся; гастрономічних фестивалів українського Правобережного Полісся.

7. Для імплікації досліджень агрокультурної спадщини в контексті розвитку гастрономічного туризму українського Правобережного Полісся в повоєнний період територіальним громадам, операторам туристичного ринку, підприємстваму сфери громадського харчування, власникам сільських гостинних садиб пропонуємо: запровадити найкращі практики міжнародного та вітчизняного гастрономічного туризму; провести оцінку туристичних дестинацій регіону задля визначення їх можливостей розвитку гастрономічного туризму; вивчити туристичні продукти як ключову ознаку спеціалізації території та запровадити практику формування гастрономічних івентів; розробити гастрономічні бренди територіальної гастротуристичної системи; провести оптимізацію гастрономічних турів у територіальній гастротуристичній системі на основі виявленого туристичного потенціалу ТГТС; провести оцінку національних ресторацій для включення їх до гастрономічних турів; провести типізацію агрокультурної спадщини як інструменту регіонального управління; визначити гастрономічні події як драйвери розвитку малих міст.

8. Методику оцінки туристичного потенціалу теритріальної гастротуристичної системи уперше розроблено й зреалізовано через агрокультурну спадщину, гастрономічну спадщину, кулінарні культури

субетносів, маркери ідентичності їжі, терруар, спеціалітет, харчове біорізноманіття, та суспільно-географічні, етнографічні, ландшафтознавчі, ґрунтознавчі вишукування. Її синтезом стало створення картографічної моделі туристичного потенціалу ТГТС за інтегральним показником за фізико-географічними районами засобами ГІС-картографування. Туристичний потенціал ТГТС із балом понад 5000 мали такі фізико-географічні райони: Кузнецовсько-Дубровицький, Баранівсько-Ірпінський; 2500-5000 балів: Любомльсько-Рожищенський, Ємільчинсько-Убортський, Малинсько-Малинівський; 1000-2500 балів: Шацько-Сарненський, Олевсько-Іванківський; 100-1000 балів: Костопільський, Тетерівсько-Узький, Чистогалівський; до 100 балів: Рокитнівський, Довбиський, Овруцький, Прип'ятський.

9. Основу комплексної інтегральної оцінкиу території репрезентують серії картографічних моделей для потреб гастрономічного туризму: гастрономії субетносів Правобережного Полісся України; харчового біорізноманіття українського Правобережного Полісся; смаків гастрономічних фестивалів Правобережного Полісся України; туристичного потенціалу територіальної гастротуристичної системи Правобережного Полісся України; типізації агрокультурної спадщини Правобережного Полісся України; кластерів розвитку гастрономічного туризму Правобережного Полісся України.

10. Підгрунтям стратегічного планування гастрономічного туризму визначено прогнозовані кластери розвитку гастрономічного туризму. Виділення таких територій на синтетичній картографічній моделі кластерів розвитку гастрономічного туризму Правобережного Полісся України було здійснено вперше та використало показники туристичного потенціалу ТГТС фізико-географічних районів розраховані у авторській праці, розширені показниками туристичних потоків на відповідні території та кількість осіб, зайнятих у сфері гастрономічного туризму. Виділено прогнозовані три кластери розвитку гастрономічного туризму Правобережного Полісся України за фізико-географічними районами на регіональному рівні*: розвитку в короткостроковому періоді* (2500-5000 понад 5000): Любомльсько-

Ковельському, Турійсько-Рожищенському, Маневицько-Володими-рецькому фізико-географічних районах фізико-географічної області Волинського Полісся, Городницько-Ємільчинський, Корецько-Звягельський, Іршансько-Малинський, Баранівсько-Високопічський, Черняхівсько-Коростишівський фізико-географічні райони фізико-географічної області Житомирського Полісся, Здвизько-Ірпінський фізико-географічний район фізико-географічної області Київського Полісся; у *середньостроковому періоді* (1000-2500): Верхньоприп'ятському, Нижньостирському, Колківсько-Сарненському, Ківерцівсько-Цуманському фізико-географічних районах фізико-географічної області Волинського Полісся; Олевсько-Білокоровицькому, Норинсько-Жерівському, Коростенсько-Чоповицькому фізико-географічних районах фізико-географічної області Житомирського Полісся, Нижньоузькому, Народицько-Іванківському фізико-географічних районах фізико-географічної області Київського Полісся; у *віддаленій перспективі* (100-1000 та менше 100) Костопільсько-Березнівському фізико-географічної області Волинського Полісся; Клесівсько-Рокитнянський, Словечансько-Овруцький, Довбисько-Романівський фізико-географічні райони фізико-географічної області Житомирського Полісся, Руднянсько-Вільчанський, Чистогалівсько-Корогодський, Нижньоприп'ятський, Нижньотете-рівський фізико-географічні райони фізико-географічної області Київського Полісся, що дало змогу нам запровадити кластерну модель розвитку гастрономічного туризму українського Правобережного Полісся, успішно зреалізовану на ґрунті концепції територіальної гастротуристичної системи.

11. Підсумовуючи, зазначимо, що наукова новизна дослідження полягає у визначенні суспільно-географічного виміру територіальної гастротуристичної системи для потреб гастрономічного туризму, теоретико-методологічному обґрунтуванні апробації концепції ТГТС у межах дослідного полігону – українського Правобережного Полісся, в удосконалені понятєво-термінологічного апарату гастрономічного туризму, в обґрунтуванні методології визначення туристичного потенціалу ТГТС, типізації

агрокультурної спадщини, його кластеризації; у виявленні механізму формування агрокультурної спадщини Правобережного Полісся України для потреб гастрономічного туризму; створенні картографічних моделей території дослідження, у виявленні закономірностей територіальної організації гастрономічного туризму для його оптимізації.

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Боттон А. де. Мистецтво подорожі. Львів : Вид-во Старого Лева, 2017. 208 с.

2. Араджіоні М. А. Україна, держава: греки. *Енциклопедія історії України: Україна –Українці.* Кн. 1 / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. ; НАН України, Ін-т історії України. Київ : Наук. думка, 2018. С. 608. URL: http://www.history.org.ua/?termin=1.14. 4 (Дата звернення: 10.11.2023).

3. Ареф'єва О. В., Прохорова В. В. Управління розвитком економічних систем: теорія, механізми регулювання та управління. Харків : УкрДАЗТ, 2010. 301 с.

4. Аріон О. В., Уліганець С. І. *Географія туризму* : навч.-метод. посіб. / КНУТШ. Київ : Обрії, 2009. 172 с.

5. Артюх Л. Ф. Україна, держава: харчування та їжа. *Енциклопедія історії України: Україна –Українці.* У 10 т. Т. 1 / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. ; Ін-т історії України. Київ : Наук. думка, 2018. С. 608. URL: http://www.history.org.ua/?termin=1. 4. 4 (Дата звернення: 28.07.2022).

6. *Багрова Л. А. Інформаційно-пізнавальні* та *естетичні ресурси Криму. Культура народів Причорномор'я*. *2000. № 22* .С. *9-13.*

7. Байдак Т. М., Болотова В. О. Мотиви споживчої поведінки: соціо логічний аналіз ринку туристичних послуг. *Сучасні суспільні проблеми у вимирі соціології управління.* 2013. Т. 14, вип. 276. С. 90-95 URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpdduuu_2013_14_276_13.

8. Балушок В. Етнічне й національне: динаміка взаємодії. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 1999. № 1. С. 93-108.

9. Барановський О. І., Копитко М. І., Барилюк М.-М. Р. Використання методу таксономії для оцінки рівня фінансової безпеки комерційного банку. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2018. Т. 1, № 24. С. 4-14.

10. Барановський М. О. Концепції регіональної депресивності: історія, еволюція, сучасні імперативи. *Український географічний журнал*. 2010. № 1. С. 31-36.

11. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. *Наукові праці НУХТ*. 2012. № 45. С. 128-132.

12. Басюк Д. І., Андрющенко К. А. Інноваційний розвиток туристично-рекреаційної галузі на основі застосування кластерного підходу. *Кластери в економіці України /* за наук. ред. М. П. Войнаренка. Хмельницький : ХНУ, 2014. С. 968-981.

13. Баштова М. О. Територіальна організація виноробства Південного берега Криму. *Географія і туризм.* 2013. Вип. 24. С. 233-240.

14. Бейдик О. О. Рекреаційні ресурси України : навч. посіб. Київ, 2009. 400 с.

15. Бейдик О. О. Словник-довідник з географії, рекреалогії та рекреаційної географії. Київ : Палітра, 1998. 130 с.

16. Бережна І. В. Деякі аспекти теоретичних підходів до оцінки рекреаційного потенціалу Криму. *Культура народів Причорномор'я.* 2004. № 50, т. 2. С. 17-21.

17. Беркита К. Ф. Економічна статистика : навч. посіб. Київ : Професіонал, 2004. 208 с.

18. Беррі Дж. В. Акультурація як різновид адаптації. *Акультурація: теорія, моделі та деякі нові знахідки* / ред. А. Паділья. NY, 1980. С. 2-9.

19. Бех М. Історичний розвиток «околичної» шляхти села Бехи Коростенського району Житомирської області: формування соціально-культурних особливостей (XV – поч. XX ст.). *Переяславський літопис.* 2014. Вип. 5. С. 9-16.

20. Бодріяр Ж. Симулякри і симуляція / пер. з фр. В. Ховхун. Київ : Основи, 2004. 230 с.

21. Божук Т. І. Рекреаційно-туристичні дестинації: теорія, методологія, практика. Львів : Укр. бестселер, 2014. 468 с.

22. Бойко М. Г. Туристична привабливість України: закономірності формування та орієнтири розвитку. *Інвестиції: практика та досвід.* 2009. № 16. С. 34.

23. Бойцова М., Піроженко О. Усе про облік та організацію готельного бізнесу. Харків : Фактор, 2005. 232 с.

24. Болтарович З. Україна в описах польських дослідників XIX ст. Київ : Наук. думка, 1976. 137 с.

25. Бондаренко Г. Етнографія Західної Волині та Полісся (історіографічний огляд за 1991-2006 рр.). *Минуле і сучасне Волині та Полісся: роде наш красний.* Луцьк, 2009. Вип. 24. С. 4-11.

26. Бондаренко Е. Л. Геоінформаційне картографування як сучасна технологія автоматизованого створення картографічних творів. *Часопис картографії.* 2011. Вип. 3. С. 168-176.

27. Бондаренко М. П. Теоретичні засади розвитку індустрії туризму. *Економічний часопис XXI.* 2012. № 3-4. С. 19-22.

28. Боренько Н. Народне харчування в системі життєдіяльності поліщуків: концептуальні засади польових досліджень. *Народознавчі зошити* : двомісячник. 2006. Зош. 3/4. С. 465-480.

29. Боренько Н. Традиційна їжа поліщуків Київщини та деякі харчові регламентації. *Народознавчі зошити* : двомісячник. 2001. Зош. 3. С. 558-562.

30. Борущак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів : монографія. Львів : ІРД НАН України, 2006. 288 с.

31. Боряк О. О. Україна, держава: угорці. *Енциклопедія історії України: Україна – Українці.* Кн. 1 / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. ; НАН України, Ін-т історії України. Київ : Наук. думка, 2018. 608 с. URL: http://www.history.org.ua/?termin=1.14.16 (дата звернення: 10.11.2023).

32. Боряк О. О. Україна, держава: молдавани. *Енциклопедія історії України: Україна – Українці.* Кн. 1 / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. ; НАН України, Ін-т історії України. Київ : Наук. думка, 2018. 608 с. URL: http://www.history.org.ua/?termin=1.14. 9 (дата звернення: 10.11.2023).

33. Боряк О. О. Україна, держава: поляки. *Енциклопедія історії України: Україна – Українці.* Кн. 1 / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. ; НАН України, Ін-т історії України. Київ : Наук. думка, 2018. 608 с. URL: http://www.history.org.ua/?termin=1.14.11 (дата звернення: 21.01.2023).

34. Боряк О. О. Україна: етнокультурна мозаїка. Київ : Либідь, 2006. 326 с.

35. Босовська М. В. Інтеграційні процеси в туризмі : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 832 с.

36. Бунтова Н. В. Потенціал України на міжнародному ринку туристичних послуг. *Науковий вісник Херсонського державного університету.* 2016. № 17. С. 21-24.

37. Буряк П. Перспективи створення інтегрованих підприємницьких структур. *Вісник економічної науки України.* 2006. № 2. С. 182-184.

38. Бусигін А. В. Як організувати кулінарний туризм. *Туризм: практика, проблеми, перспективи.* 2011. № 2. С. 55.

39. Бутко М. П., Самко О. О. Генезис економічної теорії та методологічні підходи до оцінки туристичного потенціалу регіону. *Економіка та держава.* 2009. № 5. С. 33-38.

40. Бучко Ж., Дутчак М., Чернега П. Відеоекологічний підхід до вивчення ландшафтних комплексів. *Ландшафти та сучасність* : зб. наук. пр. Київ ; Вінниця : Гіпаніс, 2000. С. 131-133.

41. Варзар І. Етнічна спільність, етноісторична спільність, етнос. *Етнонаціональний розвиток України: терміни, визначення, персоналії* : [довідник] / відп. ред. Ю. І. Римаренко, І. Ф. Курас. Київ, 1993. 800 с.

42. Васильєв В. П. Десять років розвитку сільського зеленого туризму в Україні: проблеми та перспективи. *Туризм: Теорія і практика.* 2005. № 1. С. 3-16.

43. Велокухня: Австралія. URL: https://velolive.com/velo_cooking/74-velokuxnya-avstraliya.html (дата звернення: 18.06.2022).

44. Вишневський В. П., Амоша О. О. Фіскальні наслідки вертикальної інтеграції підприємств. *Фінанси України.* 2002. № 6. С. 3-10.

45. Вовк Хв. Канікули в селі. Роль сільського туризму у збереженні культурної спадщини. *Українська культура.* 2008. № 6. С. 39.

46. Войнаренко М. Кластери як полюси зростання конкурентоспроможності регіонів. *Економіст.* 2008. № 10. С. 27-30.

47. Всесвітня туристська організація (ЮНВТО). URL: http://lvivmun.sii.org.ua/unwto/ (дата звернення: 28.10.2023).

48. Гайдук А. Інтегроване туристичне підприємство, комплекс – сучасна форма туристичного підприємства в умовах глобалізації. *Регіональна економіка.* 2008. № 2. С. 204-211.

49. Галасюк С. С. Аналіз рівня конкурентоспроможності регіонального ринку туристичних послуг. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки.* 2010. № 2, т. 1. С. 89-93.

50. Галущак І. Гастрономічний туризм: карпатська агроновація. URL: https://trubyna.org.ua/novyny/hastronomichnyi-turyzm-karpatskaahronovatsiia/ (дата звернення: 29.01. 23).

51. Ганжа Я. Л. Кластерна форма організації водного туризму. *Наукові праці.* 2011. Вип. 2, т. 3. С. 314-319

52. Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів. Київ : Вища шк., 1985. 360 с.

53. Ганущак-Єфіменко Л. М. Конкурентні переваги кластернооб'єднаних. *Актуальні проблеми економіки.* 2010. № 3(105). С. 143-147.

54. Гастрономічний дизайн: головні світові тренди в оформленні ресторанів, кафе і барів. URL: https://propertytimes.com.ua/interiors/gastronomicheskiy_dizayn_glavnie_mirovie_trendi_v_oformlenii_restoranov_kafe_i_barov (дата звернення: 21.11.2022).

55. Гастрономічні свята у липні: що і коли святкують у світі. URL: https://smachnonews.24tv.ua/gastronomichni-svyata-lipnya-2021-yake-svyato-sogodni_n1672387 (дата звернення: 22.11.2022).

56. Гаюк І. Ілюстрована енциклопедія вірменської культури в Україні. Львів : Афіша, 2012. 980 с.

57. Геєць В. Кластери і мережеві структури в економіці – тема досить цікава, але на сьогодні ще до кінця не вивчена. *Економіст.* 2008. № 10. С. 10-11.

58. Географія всесвітньої спадщини (туристичні атракції) / Безуглий В. В., Костащук І. І., Яворська В. В. Дніпро : ЛІРА, 2021. 528 с.

59. Географія туризму: Екологічний туризм / В. В. Тарасова, І. К. Нестерчук, І. М. Ковалевська, А. С. Осіпчук. Київ : SBAPrint, 2021. 252 с.

60. Герасимчук З. В., Куцай Н. С. Організаційно-економічний механізм становлення інноваційного потенціалу регіону : монографія. Луцьк, 2011. 216 с.

61. Глушко М. Історико-етнографічна Волинь: локалізація, межі (за матеріалами наукових досліджень другої половини XX − початку XXI ст.). *Українська історична наука на шляху творчого поступу* (17-19 травня 2006 р.) : доповіді та повідомлення : в 3 т. Луцьк, 2007. Т. 1. С.111-119.

62. Гоблик В. В. Формування кластерів у рекреаційному туристичному комплексі (на прикладі Закарпатської області) : автореф. дис. … канд. географ. наук. URL: https://tourlib.net/aref_tourism/goblyk.htm. (дата звернення: 26.12.2023).

63. Головні фуд-тренди 2020 року. URL: https://www.restorator.ua/post/main-food-trends-2020 ( дата звернення: 28.10.2023).

64. Головчан А. І. Теоретико-методичні підходи до оптимізації розвитку туризму в дестинаціях. *Вісник ДІТБ.* 2011. № 15. С. 139-145.

65. Горин Г. В. Рекреаційно-туристичний потенціал Західного регіону України у контексті транскордонного співробітництва. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України.* 2014. Вип. 2 (106). С. 171-178.

66. Горленко В. Ф. Нариси з історії української етнографії. Київ : Наук. думка, 1964. 248 с.

67. Горун В. Оцінка рекреаційно-ресурсного потенціалу території Одеської області. *Вісник Львівського університету. Серія географічна.* 2013. Вип. 43, ч. 1. С. 24-31.

68. Гринюк О. Ю. Фактори формування територіально-рекреаційної системи Львівського Передкарпаття. *Економічна та соціальна географія.* 2004. Вип. 55. С. 240-249.

69. Гродзинський М. Д. Основи ландшафтної екології : підручник. Київ : Либідь, 1993. 220 с.

70. Гуменюк В. В. Фінансово-аналітична оцінка ресурсно-майнового потенціалу туристичної галузі Івано-Франківщини. *Світ фінансів.* 2005. Вип. 3/4(4-5). С. 222-232.

71. Гуменюк Г. М. Організація туристичних подорожей : навч.-метод. посіб. Івано-Франківськ : НАІР, 2014. 264 с.

72. Данилюк А. Г. Шляхами України : етнограф. нарис. Львів : Світ, 2003. 256 с.

73. Данильчук В. Ф. Розвиток ринку туристичних послуг в умовах промислових регіонів України. *Вісник ДІТБ.* 2011. № 15. С. 283-290.

74. Дашкевич Я. Р. Вірменські колонії в Україні 16-18 століть. *Енциклопедія історії України.* У 10 т. Т. 1. А-В / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. ; Ін-т історії України НАН України. Київ : Наук. думка, 2003. С. 572.

75. Дащук Ю. Є. Методичний підхід до оцінки рівня розвитку рекреаційного потенціалу регіону. *Економічний аналіз.* 2013. Т. 14, № 1. С. 64-70.

76. Де ля Фліз Д. П. Етнографічні описи селян Київської губернії. Київ, 1854. 154 с.

77. Денисик Г. І. Висотна диференціація рівнинних ландшафтів України: монографія / Г. І. Денисик, Л. М. Кирилюк. — Вінниця: ПП "ТД «Едельвейс і К», 2010. — 236 с.

78. Дербакова Ю. А. Суб'єкти договору надання туристичних послуг. *Актуальні проблеми держави і права.* 2007. Вип. 33. С. 126-131.

79. Десять найкращих продовольчих ринків в Лондоні. URL: https://ukr.worldtourismgroup.com/10-best-food-markets-london-16261 (дата звернення: 29.07.2022).

80. Дибач І. Л. Особливості економічної інтеграції невеликих підприємств. *Наукові праці [Чорноморського державного університету ім. Петра Могили]. Сер. Економіка.* 2008. Т. 89, вип. 7. С. 95-103.

81. Доценко А. І. Географія туризму. Київ : Україна, 2020. 170 с.

82. Древляни : зб. статей і матеріалів з історії та культури Поліського краю / Ін-т народознавства НАН України. Львів, 1996. Вип. 1. 423 с.

83. Дубовіс Г. О. Українська кухня: повне зведення рецептів національної кухні XVIII-XXI ст. Харків : Фоліо, 2006. 591 с.

84. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу : навч. посіб. Київ : Центр учбової літ., 2007. 224 с.

85. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / В. І. Цибух та ін. Львів : Слово, 2006. 327 с.

86. Енциклопедія української кухні / ред.-уклад. Л. М. Безусенко. Донецьк : Сталкер, 2005. 512 с.

87. Євреї Овруча. Полісся. Україна. Чому вони не асимілювалися в освячений державою комуністичний порядок, культуру, релігію, атеїзм, радянські традиції? URL: https://zaxid.net/statti_tag50974/ (дата звернення: 21.01.2022).

88. Єрмолаєва Л. А. Визначення сутності поняття туристичного продукту. *Економічний простір.* 2008. № 20/2. С. 283-292.

89. Жукович І. А. Інновації в туризмі: основні теоретичні та практичні аспекти. *Наука та наукознавство.* 2017. № 2 (95). С. 69-81. URL: https://sofs.org.ua/wp-content/uploads/2019/08/NNZ_2017_2_6.pdf (дата звернення: 10.04.2022).

90. З лісу та городу до столу: Кулінарна спадщина Полісся / упоряд.: П. В. Замостян, С. Д. Щербак, Д. П. Качур. Київ : Макрос, 2015. 48 с.

91. Загнітко А. П., Данілюк І. Г. Великий сучасний англо-український, українсько-англійський словник. Донецьк : БАО, 2008. 1008 с.

92. Заставецька Л. Б. Системи розселення і геопросторові проблеми вдосконалення адміністративно-територіального устрою України. Тернопіль : ТНПУ ім. В. Гнатюка. 2013. 122 с.

93. Законодавче регулювання в країнах Європейського Союзу питання правового закріплення кластерів як суб'єкта економічних відносин та інструмента позиціонування регіонів в Європейському економічному просторі / Європейський інформаційно-дослідницький центр. Одеса, 2020. 297 с.

94. Залізняк Л. Від склавинів до української нації. Київ, 1997. С. 64-65.

95. Закон України «Про туризм». 2018. URL: http://zakon1.rada.gov.ua/cgi- bin/laws/main.cgi. (дата звернення: 12.10.2023).

96. Зюбровський А. Визначення часових параметрів традиційного хлібопечення українців у кінці XIX – в першій половині XX ст. *Народознавчі Зошити.* 2015. Вип. 1. С. 106-112.

97. Іващенко В. Л. Концептуальна репрезентація фрагментів знання в науково-містичній картині світу (на матеріалі української термінології) : монографія. Київ : Вид. Дім Дмитра Бураго, 2006. 328 с.

98. Іващук О. Т. Економетричні методи та моделі : навч. посіб. Тернопіль : ТАНГ, 2003. 348 с.

99. Ільїна М. В. Інтегральне оцінювання туристично-рекреаційної сфери територій різних типів. *Економіка. Управління. Інновації.* 2013. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2013_2_31 (дата звернення: 16.12.2023).

100. Історія міжнародного фестивалю дерунів у Коростені. Ч. 1. URL: https://korosten-rada.gov.ua/istoriya-mizhnarodnogo-festivalyu-deruniv-u-korosteni-chastina-1/ (дата звернення: 20.04.2023).

101. Їжа в культурному просторі / за ред. О. О. Юрчук, Г. І. Гримашевич, О. В. Чаплінської. Житомир : Вид. центр ЖДУ ім. І. Франка, 2020. 72 с.

102. Кафарський В. Нація і держава: культура, ідеологія, духовність. Івано-Франківськ : Плай, 1999. 336 с.

103. Київське Полісся: етнолінгвістичне дослідження / відп. ред. І. М. Желєзняк. Київ : Наук. думка, 1989. 268 с.

104. Кирилюк Л. М. Перспективи створення туристичних кластерів на території Поділля. *Геополітика і екогеодинаміка регіонів.* 2014. № 2 (13), т. 10. С. 580-584.

105. Кирчів Р. Ф. Етнографічне дослідження Бойківщини. Київ, 1978. С. 12-13.

106. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: підручник. Київ : Знання, 2010. 502 с.

107. Клапчук О. О. Туристично-рекреаційні ресурси Львівської області: територіальна диференціація, оцінка, напрямки використання : автореф. дис. … канд. географ. наук : 11.00.02. Львів, 2011. 20 с.

108. Кляп М. П., Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. Київ : Знання, 2011. 334 с.

109. Коваль О. М. Перспективи створення туристичних кластерів на Закарпатті. URL: https://tisit.edu.ua/(дата звернення: 04.10.2023).

110. Ковальова Г. П. Основні підходи до розуміння сутності феномену ескапізму. *Культура України. Сер. Культурологія.* 2015. Вип. 49. С. 64-74.

111. Ковчег смаку України. Їжа. Знання та історія. Полленцо : Бра-Кунео. 2022. 218с.

112. Колотуха О. В. Рівнинний туризм. *Спортивний туризм та активна рекреація: географія, систематизація, практика* : словник-довідник. Кропивницький : Александрова М. В., 2018. 217 с.

113. Комарницький І. О. Кулінарний туризм в Україні: стан і песимісти регіональної експансії в контексті підготовки до ЄВРО-2012. *Географія і туризм* : наук. зб. 2011. Вип. 14. С. 101-106.

114. Короленко Н. В. Управління логістикою на туристичних підприємствах : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.00.04 / ПВНЗ «Європейський університет». Київ, 2011. 20 с.

115. Король О. Д. Організація екскурсійних послуг у туризмі : навч.-метод. посіб. Чернівці : ЧНУ, 2016. 144 с.

116. Король О. Д., Крачило М. П. Менеджмент туризму: навч. посіб. Чернівці : Рута, 2008. 240 с.

117. Король О. Д. Міжнародні туристичні потоки: суспільно-географічні аспекти формування та геопросторовий розподіл : монографія. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2018. 512 с.

118. Король О. Д. Основи туристського маркетингу: навч. посіб. 2-ге вид. перероб. і допов. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2021. 140 с.

119. Косарик Д. М., Гуслистий К. Г., Горленко В. Ф. Сучасні етнографічні райони і локальні групи українського народу. *Українці :* історико-етнографічна монографія. В 2 т. Т. І. Київ : Вид-во Акад. Наук УРСР, 1959. С. 27–31.

120. Кравецька Л. Страви Полісся з душею. Київ : Клуб сімейного дозвілля, 2021. 80 с.

121. Кравченко В. З побуту і обрядів північно-західної України. *Збірник Волинського науково-дослідного музею.* Т. 1. Житомир, 1928. 120 с.

122. Крайник О., Біль М. Туристи кластер-регіону як форма соціального діалогу: управлінський аспект. *Демократичне врядування* : наук. вісник. 2009. № 4. С. 38-43.

123. Краудсорсинговий сервіс OpenStreetMap. URL: https://www.openstreetmap.org/#map=6/48.537/31.168 (дата звернення: 12.10.2023).

124. Крижанівська А., Симоненко Л. Актуальні проблеми упорядкування наукової термінології. Київ, 1987. 163 с.

125. Кузишин А. В., Кузишин А. В., Поплавська І. В. Зміни в міжнародних туристичних потоках під впливом вимушеної мілітаризації центрально-східної Європи. *Індустрія гостинності: стан, тенденції розвитку та перспективи галузі в умовах війни* : зб. пр. Міжнар. наук.-практ. форуму. Львів : Камула, 2023. С. 10-16.

126. Кузишин А. В. Сучасний стан сформованості туристичної інфраструктури в Західноукраїнських областях. *Наукові записки Тернопільського*

*національного педагогічного університету ім. В. Гнатюка. Серія: Географія*. Тернопіль : СМП «Тайп», 2011. С. 122-128.

127. Кузишин А. В. Підходи до вивчення соціально-географічних досліджень в Україні та світі. *Наукові записки. Серія: Географія :* спецвипуск. Тернопіль, 2007. № 2. С. 66-69.

128. Кузишин А. В., Флінта Н. І., Кошіль А. Б. Роль краєзнавчого принципу в дослідженні соціально-економічних комплексів адміністративних одиниць різних рангів. *Матеріали Другого всеукраїнського семінару з теорії і практики регіонального географічного краєзнавства*. Тернопіль, 2002. С.7-89.

129. Кукліна Т. С. Гастрономічний туризм як парадигма розвитку національної економіки України. *Економіка Криму.* 2013. № 2 (43). С. 61-66.

130. Кутельмах К. Аграрні мотиви в календарній обрядовості поліщуків. *Полісся України* : матеріали істор.-етнограф. дослідж. / відп. ред. С. Павлюк. Львів : Ін-т народознавства НАН України, 1999. Вип. 2: Овруччина. С. 191-210.

131. Кущенко О. І. Статистика туризму : навч.-метод. посіб. Харків : ХНУ ім. В. Н. Казаріна, 2018. 79 с.

132. Ланда О. О. Проблеми та перспективи управління туристичними послугами в Україні. *Науковий вісник НЛТУ України.* 2014. Т. 24, № 6. С. 201-208.

133. Ліпєц Ю. В. Розвиток і традиції харчування в українській культурі. *Українська культура XXI століття: стан, проблеми, тенденції* : матеріали Всеукр. наук.-теорет. конф. Київ : КНУКіМ, 2011. С. 51-55.

134. Ліпіцька М. В., Олійник О. В., Давидюк Ю. В. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в умовах сталого розвитку. *Сучасні виклики сталого розвитку бізнесу* : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. з проблем вищої освіти і науки (04-05 листопада 2021 р.). Житомир, 2021. С. 408-411. URL: https://conf.ztu.edu.ua/wpcontent/uploads/2021/1 l/408.pdf (дата звернення: 10.04.2023).

135. Лісовий В. С. Етнос. *Енциклопедія Сучасної України.* Т. 9. / редкол.: І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк та ін. ; НАН України, НТШ. Київ :

Ін-т енциклопедичних дослідж. НАН України, 2009. URL: https: // esu.com.ua/article-18071(дата звернення: 10.09.2023).

136. Любіцева О. О. Ландшафт в географії культури. *Ландшафт як інтегруюча концепція XXI століття :* зб.наук. пр. Київ, 1999. С. 150-152.

137. Любіцева О. О., Панкова Є. В., Стафійчук В. І. Туристичні ресурси України : навч. посіб. Київ : Альтерпрес, 2007. 369 с.

138. Любіцева О. О., Третьяков О. В. Типізація дестинацій. *Географія та туризм* : зб. наук. пр. 2012. Вип. 17. С. 3-9.

139. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг. Київ : Альтерпрес, 2003. 435 с.

140. Любіцева О.О. Методика розробки турів : навч. посіб. Київ : Альтерпрес, 2003. 104 с.

141. Лютак О. М., Романчук Д. Л. Туристичний продукт як основний елемент забезпечення конкурентоспроможності туристично-рекреаційного кластера. *Економічні науки. Сер. Облік і фінанси.* 2013. Вип. 10 (2). С. 141-150.

142. Макарчук С. А. Історико-етнографічні райони України : навч. посіб. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2012. 352 с.

143. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика : навч. посіб. Вид. 2-е. Київ : Центр навч. літ., 2012. 368 с.

144. Маринич О. М., Шищенко П. Г. Фізична географія України : підручник. Київ : Знання, 2005. 511 с.

145. Масляк П. О. Рекреаційна географія : навч. посіб. Київ : Знання, 2008. 343 с.

146. Маховська С. Л. Україна, держава: роми. *Енциклопедія історії України: Україна – Українці.* Кн. 1 / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. ; НАН України, Ін-т історії України. Київ : Наук. думка, 2018. 608 с. URL: http://www.history.org.ua/?termin=1.14.12 ( дата звернення: 10.11.2023).

147. Мезенцев К. В. Суспільно-географічне прогнозування регіонального розвитку : монографія Київ : Вид.-поліграф. центр Київ. ун-ту, 2005. 253 с.

148. Мезенцев К., Провотар Н. Партисипативний підхід до планування зелених публічних просторів у містах. *Міждисциплінарні інтеграційні процеси у системі географічної, туризмологічної та екологічної науки* : матеріали II міжнар. наук.-практ. конф. (м. Тернопіль, 15 жовтня 2020 р.). Тернопіль : Вектор, 2020. С. 49-52.

149. Мисяк О. М. Підходи до оцінки етнотуристичного потенціалу території. *Сучасні тенденції розвитку туризму* : зб. тез доповідей IV Всеукр. наук.-практ. конф., 24 жовтня 2016 р. Миколаїв : МФ КНУКіМ, 2016. Ч. 2. С. 95-97.

150. Митник М. М. Зіставний аналіз поняття «туристичний продукт» як один із аспектів формування франкомовної комунікативної компетенції студентів спеціальності «Туризм». *Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]. Сер. Філологічна.* 2010. Вип. 14. С. 416-424.

151. Моісей А. Є., Мойсей А. А. Україна, держава: румуни. *Енциклопедія історії України: Україна – Українці.* Кн. 1 / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. ; НАН України, Ін-т історії України. Київ : Наук. думка, 2018. 608 с. URL: http://www.history.org.ua/?termin=1.14.14 (дата звернення: 10.11.2023).

152. Мороз М. Щоденна, святкова та обрядова їжа жителів Волинського Полісся. *Минуле і сучасне Волині й Полісся: роде наш красний* : зб. наук. пр. за матеріалами III Волинської обл. наук.-етнограф. конф., 14-15 черв. 2007 р. Луцьк, 2007. С. 133-136.

153. Мотузенко О. О., Джанкола Д. В. Концепції розвитку гастрономічного туризму в Україні на засадах сталого розвитку до 2026 року. *Географія та туризм.* 2019. Вип. 50. С. 17-20.

154. Надольська В. В. Етнологія : термінологічно-понятійний довідник. Луцьк : Вежа, 2009. 242 с.

155. Найкращі гастрономічні фестивалі світу. *Офіційний сайт компанії CNN.* URL: http://travel.cnn.com/explorations/ eat/worlds-best-food-festivals-391229 (дата звернення: 23.07.2023).

156. Наконечна Г. В. Українська науково-технічна термінологія: історія та сучасність. Львів : Кальварія, 1999. 105 с.

157. Наулко В. І. Культура і побут населення України : навч. посіб. Київ : Либідь, 1993. 284 с.

158. Національний атлас України / НАН України, Ін-т географії ; голов. ред. Л. Г. Руденко ; голова ред. кол. Б. Є. Патон. Київ : Картографія, 2007. 435 с.

159. Національні меншини України: історія та сучасність : наук.-довід. вид. / *МАУП* ; упоряд.: І. Винниченко, Р. Марценюк. Київ : МАУП, 2006. 251 с.

160. Нємець Л. М., Сегіда К. Ю., Гусєва Н. В Основи соціальної географії : навч. посіб. Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2016. 235 с.

161. Нємець К. А., Василевська Я. В. Спеціальні методи в суспільно-географічних дослідженнях туристсько-рекреаційних ресурсів (на прикладі Херсонської області). *Регіональні проблеми України: географічний аналіз та пошук шляхів вирішення* : зб. наук. пр. Херсон : ПП Вишемирський. 2013. С. 153-157.

162. Несен І. Поховальні та поминальні обряди в середовищі «околичної» шляхти Північно-Східної Житомирщини (кінець XIX – початок XX століття). *Вісник Львівського університету. Серія історична.* 2009. Вип. 44. С. 241-264.

163. Нестерчук І. К. Аналіз перспектив розвитку гастрономічного туризму Правобережного Полісся. *Географія та туризм.* 2017. Вип. 40. С. 57-66.

164. Нестерчук І. К. Аналіз перспектив розвитку гастрономічного туризму. *Наука. Молодь. Екологія-2017* : зб. матеріалів XIII Всеукр. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих вчених (25 травня 2017 р.). Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2017. С. 58-60.

165. Нестерчук І. К. Відбитки харчування поліщуків на тлі фізико-географічної області Волинського Полісся. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. Географічні науки.* 2018. Вип. 8. С. 270-275.

166. Нестерчук І. К. Вплив антропогенного навантаження на туристичний потенціал (зокрема аквальні території) регіону. *Водні екосистеми та збереження їх біорізноманіття* : зб. наук. пр. І Всеукр. наук.-практ. конф. (11-12

квітня 2018 р.). Житомир : ЖНАЕУ, 2018. С. 57-60.

167. Нестерчук І. К. Гастрономічна дестинація Правобережного Полісся як комплексний концепт та ключовий елемент туристичної системи. *Наукові записки Вінницького ДПУ ім. М. Коцюбинського. Сер.: Географія.* 2019. Вип. 31, № 1/2. С. 161-168.

168. Нестерчук І. К. Гастрономічна дестинація: теоретичне перезавантаження. *Туризм: міжнародний досвід та національні пріоритети* : матеріали ІІ Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (22 травня 2020 р.). Житомир : ЖНАЕУ, 2020. С. 21-22.

169. Нестерчук І. К. Гастрономічна культура – економіці регіону. *Туризм: міжнародний досвід та національні пріоритети* : матеріали І Всеукр. наук.-практ. конф. (26 травня 2017 р.). Житомир : Євенок О. О., 2017. С. 92-96.

170. Нестерчук І. К. Гастрономічна рефлексія: термінологія, ескапізм та номадизм. *Часопис картографії.* 2019. Вип. 1 (20). С. 110-130.

171. Нестерчук І. К. Гастрономічний бренд території (на прикладі культурно-історичної спадщини Правобережного Полісся). *Географія та туризм.* 2020. Вип. 60. С. 43-56.

172. Нестерчук І. К. Гастрономічний образ території Правобережного Полісся в туристичному проектуванні. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. Географічні науки.* 2018. Вип. 9. С. 245-250.

173. Нестерчук І. К. Гастрономічний туризм в географічно-регіональних полімасштабних процесах. *Технології харчових продуктів і комбікормів* : зб. тез доп. круглого столу Міжнар. наук.-практ. конф. (27 вересня 2018 р.). Одеса, 2018. С. 41-43.

174. Нестерчук І. К. Гастрономічний туризм в каркасі фізико-географічного районування Правобережного Полісся. *Наука. Молодь. Екологія-2019* : зб. матеріалів XV Всеукр. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих вчених (16 травня 2019 р.). Житомир : ЖНАЕУ, 2019. С. 136-137.

175. Нестерчук І. К., Тарасова В. В., Ковалевська І. М. Стандартизація, сертифікація та ліцензування в туристичній діяльності : підручник. Житомир :

ЖНАЕУ, 2018. 372 с.

176. Нестерчук І. К. Гастрономічний туризм Правобережного Полісся України: теорія, методологія і практика досліджень : монографія. Житомир : ЖДУ ім. І. Франка, 2023. 548 с.

177. Нестерчук І. К. Гастрономічний туризм як фасилітатор змін для фізико-географічної області Київського Полісся. *Часопис картографії.* 2018. Вип. 2 (19). С. 48-59.

178. Нестерчук І. К. Гастрономічний туризм: види та особливості організації гастрономічних турів. *Розвиток гастрономічного туризму в Україні: стан, виклики та перспективи імплементації Європейського досвіду* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 30 травня 2019 р.). С. 81-82.

179. Нестерчук І. К. Гастрономічний туризм: експлікація аксіологічних концептів. *Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Географія.* 2017. Вип. 3 (68)/4 (69). С. 97-102.

180. Нестерчук І. К. Гастрономічний туризм: історія і сучасні практики. *Формування та розвиток сучасної моделі біоекономічної системи на сільських територіях* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (18 трав. 2017 р.). Житомир : ЖНАЕУ, 2017. С. 210-214.

181. Нестерчук І. К. Гастрономічний туризм: історія, теорія і сучасні практики. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. Географічні науки.* 2017. Вип. 6. С. 193-200.

182. Нестерчук І. К. Гастрономічний туризм: методична платформа. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. Географічні науки.* 2017. Вип. 7. С. 210-214.

183. Нестерчук І. К., Тищенко С. В., Чернишова Т. М. Технологія готельної справи : навч. посібник. Житомир : ЖНАЕУ, 2019. 224 с.

184. Нестерчук І. К. Гастрономічний фестиваль та його значення для брендингу території у контексті вірменської культури. *Україна–Вірменія: історія, культура, туризм* : матеріали і тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 15-16 квітня 2019 р.). Вінниця : Меркьюрі-Поділля, 2020. С. 111-115.

185. Нестерчук І. К. Гастрономічні події як драйвер розвитку малих міст. ***Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету ім. В. Гнатюка.*** *Сер.: Географія.* 2019. № 2, вип. 47. С. 90-98.

186. Нестерчук І. К. Гастрономічні події як драйвер розвитку малих міст. *Сучасний рух науки* : тези доп. VIII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (3-4 жовт. 2019 р.). Дніпро, 2019. Т. 2. С. 609-613.

187. Нестерчук І. К. Гастрономічні розвідки на територіях техногенних катастроф як інструмент збереження етнокультурних феноменів. *Чорнобильська катастрофа. Актуальні проблеми, напрямки та шляхи їх вирішення* : [зб. матеріалів доп. учасників Міжнар. наук.-практ. конф.] (Житомир, 2018 р.). Житомир : Житомир. нац. агроекол. ун-т, 2018. С. 158-163.

188. Нестерчук І. К., Осіпчук А. С., Чернишова Т. М. Технологія ресторанної справи : навч. посібник. Житомир : ЖНАЕУ, 2019. 170 с.

189. Нестерчук І. К. Гастрономічно-туристичне районування: планування, проектування туристично-рекреаційного простору. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки. Сер. Географічні науки.* 2020. № 1 (405). С. 86-92.

190. Нестерчук І. К. Геоекологічний аналіз: концептуальні підходи, сталий розвиток : монографія. Житомир : ЖДТУ, 2011. 312 с.

191. Нестерчук І. К., Махорін Л. І., Тищенко С. В. Туристичне краєзнавство : навч. посібник. Житомир : Рута, 2019. 188 с.

192. Нестерчук І. К. Етнічне навантаження їжі як стійкої компоненти культури та каркасу у сфері гастрономічного туризму. *Фінансове забезпечення розвитку малого та середнього бізнесу у прикордонних регіонах* : матеріали Міжнар. наук. інтернет-конф. (14 травня 2018 р.). Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2019. С. 186-188.

193. Нестерчук І. К., Шевчук Б. Л. Культурний, етнічний та гастрономічний туризм : навч. посібник. Житомир : ЖНАЕУ, 2019. 150 с.

194. Нестерчук І. К. Комунікаційний аспект проведення гастрономічних фестивалів. *Міжнародні та регіональні системи. Актуальні питання*

*міжнародних відносин і регіональних студій* : зб. тез Міжнар. наук.-практ. конф. (17 травня 2019 р.). Луцьк : Вежа-Друк, 2019. С. 99-100.

195. Нестерчук І. К. Логіка виникнення та деякі соціокультурні характеристики становлення мережі гастрономічних турів національних ресторацій. *Географія та туризм.* 2019. Вип. 48. С. 83-92.

196. Нестерчук І. К. Методи та інструменти оцінки потенціалу гастрономічного туризму. *Географія та туризм.* 2021. Вип. 66. С. 18-28.

197. Нестерчук І. К. Методологія розвитку індустрії гастрономічного туризму на основі кластерного підходу з врахуванням специфіки туристського продукту. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки. Сер. Географічні науки.* 2019. № 9 (393). С. 11-16.

198. Нестерчук І. К. Національні туристичні організації: перезавантаження після Covid-19. *Туризм у XXI столітті: виклики та реагування :* матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 27 листоп. 2020 р.). Київ, 2020. С. 71-74.

199. Нестерчук І. К. Особливості карт-анамофоз як інструменту просторового аналізу. *Оптимізація сучасних технологій в агрономії, захисті рослин та землеустрої* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., присвяч. 10-річчю створення каф. захисту рослин (27-28 квітня 2017 р.). Житомир : ЖНАЕУ, 2017. С. 202-205.

200. Нестерчук І. К. Оцінка та основні етапи формування туристично-рекреаційного та гастрономічного потенціалів регіону в контексті розвитку гастрономічного туризму. *Географія та туризм.* 2019. Вип. 52. С. 33-44.

201. Нестерчук І. К., Тарасова В. В., Ковалевська І. М. Основи організації наукових досліджень в туризмознавстві : підручник. Житомир : ЖНАЕУ, 2018. 456 с.

202. Нестерчук І. К. Потенційний кластер Енрайта для розвитку гастрономічного туризму. *Туризм: міжнародний досвід та національні пріоритети* : матеріали III Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (26 травня 2021 р.). Житомир : Поліський нац. ун-т, 2021. С. 13-16.

203. Нестерчук І. К. Правові засади організації гастрономічного туризму в

об'єднаних територіальних громадах. *Сучасні тенденції розбудови правової держави в Україні та світі* : зб. наук. статей за матеріалами VI Міжнар. наук.-практ. конф. (19 квітня 2018 р.). Житомир : Євенок О. О., 2018. С. 449-451.

204. Нестерчук І. К. Прикладне гастрономічне досьє регіону Правобережне Полісся. *Географія та туризм.* 2018. Вип. 46. С. 48-63.

205. Нестерчук І. К. Регіональний туристичний гастрономічний кластер Правобережного Полісся України. *Регіональний туризм: сучасні стан та шляхи оптимізації :* зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (2 квітня 2021 р.). Київ : КРОК, 2021. С. 104-106.

206. Нестерчук І. К. Розроблення оптимальної моделі розвитку гастрономічного туризму Українського Правобережного Полісся. *Теоретичні і прикладні напрямки розвитку туризму та рекреації в регіонах України :* матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конф., присвяч. 70-річчю утворення Льотної академії НАУ (1-2 квітня 2021 р.). Кропивницький, 2021. С. 82-90.

207. Нестерчук І. К. Специфіка етнічних кухонь Правобережного Полісся України: історико-географічні розвідки. *Географія та туризм.* 2022. Вип. 69. С. 26-38.

208. Нестерчук І. К. Специфіка і просторові особливості гастрономічного туризму: теоретичний конструкт. *Часопис картографії*. 2016. Вип. 16. С. 203-213.

209. Нестерчук І. К. Спеціалізація території як ключова ознака туристичних продуктів. *Наукові записки Вінницького ДПУ ім. М. Коцюбинського. Сер.: Географія.* 2019. Вип. 31, № 3/4. С. 98-107.

210. Нестерчук І. К., Осіпчук А. С., Чернишова Т. М. Рекреаційні комплекси світу : навч. посібник. Житомир : ЖНАЕУ, 2019. 150 с.

211. Нестерчук І. К. Термінологія гастрономічного туризму. *Наука. Молодь. Екологія-2018* : зб. матеріалів XIV Всеукр. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих вчених (17 травня 2018 р.). Житомир : ЖНАЕУ, 2018. С. 128-129.

212. Нестерчук І. К. Туристична привабливість рельєфу Правобережного

Полісся для розвитку гастрономічного туризму. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки. Сер. Географічні науки.* 2019. № 1 (385). С. 122-131.

213. Нестерчук І. К. Фізико-географічне районування Правобережного Полісся: перспективи розвитку специфічних видів туризму. *Фізична географія та геоморфологія.* 2018. Вип. 1 (89). С. 41-48.

214. Нестерчук І. К. Фізико-географічне районування Правобережного Полісся: питання методології та практики управління у сфері туризму. *Туризм: міжнародний досвід та національні пріоритети* : матеріали II Всеукр. наук.-практ. конф. (25 травня 2018 р.). Житомир : Євенок О. О., 2018. С. 55-59.

215. Нестерчук І. К. Фізико-географічне районування Правобережного Полісся як польові студії гастрономічного туризму. *Основні шляхи збереження лучно-степових екосистем України* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., присвяч. 90-річчю «Михайлівської цілини» (20-22 червня 2018 р.). Суми : СНАУ, 2018. С. 136-139.

216. Нестерчук І. К. Формування сучасного понятєво-термінологічного апарату гастрономічного туризму. *Географія та туризм.* 2021. Вип. 65. С. 9-19.

217. Нестерчук І. К. Формування та використання інтеграційних взаємозв'язків в гастрономічному туризмі. *Науковий вісник Чернівецького університету.* 2019. Вип. 814: Географія. С. 76-82.

218. Нестерчук І. К., Чернишова Т. М. Імплементація гастрономічного туризму в прикордонних регіонах. *Маркетинг як основа формування стратегії соціально-економічного розвитку прикордонних регіонів* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Чернівці (Україна) ; м. Сучава (Румунія), 11-12 листоп. 2020 р.). Чернівці : Технодрук, 2020. С. 111-115.

219. Николин Р. Р., Миронов Ю. Б. Туристично-рекреаційний потенціал Львівської області та шляхи його підвищення. *Студентський науковий вісник «Керівник. ІНФО».* 2016. URL: http://kerivnyk.info/2016 /12/nykolyn.html. (дата звернення: 13.08.2021).

220. Новгородський Т. Д. Страви рослинного походження (зернові й картопля) в структурі харчування білоруського етносу XIX – початку XX століття. *Народна творчість та етнографія*. 2009. № 6. С. 60-66.

221. Новикова В. І. Типізація регіонів України за ступенем розвитку рекреаційної діяльності. *Український географічний журнал.* 2007. № 1.С. 43-47.

222. Огієнко І. Правопис і граматична термінологія. *Рідна мова.* Львів, 1937. Ч. 2. С. 94.

223. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону : монографія / за заг. ред. В. Г. Герасименко. Одеса : ОНЕУ, 2016. 262 с.

224. Паламарчук М. М., Паламарчук О. М. Економічна і соціальна географія України з основами теорії : посібник. Київ, 1998. 315с.

225. Пархоменко Т. Календарні звичаї та обряди. *Етнокультура Рівненського Полісся* / упоряд. В. Ковальчук. Рівне : ДМ, 2009. С. 119-192.

226. Пилипенко Г. П. Ландшафтне обгрунтування природокористування Причорноморської низовини (на прикладі богарних земель та гирл великих рік Одеської і Миколаївської областей) : автореф. дис. … канд. географ. наук : 11.00.01. Київ, 1993. 19 с.

227. Пістун М. Д. Основи теорії суспільної географії : навч. посіб. Київ, 1996.

228. Підлісецька І. О., Курач Т. М. Теоретичні і практичні аспекти курсу «Проектування та складання карт». *Часопис картографії.* 2014. Вип. 9. С. 123-127.

229. Повість времяних літ : літопис (За Іпатіївським списком) / пер. з давньоруської, післяслово, комент. В. В. Яременка. Київ : Рад. письменник, 1990. 558 с.

230. Погребняк П. С., Вольвач Ф. В. Обмін речовин у географічних ландшафтах. *Вісник АН УРСР.* 1975. № 9. С. 55-64.

231. Позаченюк К. А.Теоретичні етапи розвитку ландшафтознавства в Україні. *Українська історична географія та історія географії в Україні* :

матеріали Міжнар. наук. конф. (7-10 жовт. 2009 р.). Чернівці : ЧНУ, 2009. С. 18-19.

232. Полісся України : матеріали історико-етнографічного дослідж. / відп. ред. С. Павлюк, М. Глушко. Львів : ІН НАН України. Вип. 1: Київське Полісся. 1994. 356 с. Вип. 2: Овруччина. 1995. 373 с. Вип. 3: У межиріччі Ужа і Тетерева. 1996. 338 с.

233. Полупан М. І., Соловей В. Б., Виличко В. А. Класифікація ґрунтів України / за ред. М. І. Полупана. Київ : Аграр. наука, 2005. 300 с.

234. Полюга Л. Українська абстрактна лексика XIV − першої половини XVII ст. Київ : Наук. думка, 1991. 240 с.

235. Пономарів О. Д. Стилістика сучасної української літературної мови. 3-є вид., перероб. та допов. Тернопіль, 2000. 276 с.

236. Пономарьов А. П. Українська етнографія : курс лекцій. Київ : Либідь, 1994. 320 с.

237. Правик Ю. М. Маркетинг туризму : підручник. Київ : Знання, 2008. 303 с.

238. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні : закон України від 08.09. 2011 р. №3715-VI. *Відомості Верховної Ради України.* 2012. № 19-20, ст. 166. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3715-17. (дата звернення: 18.11.2021).

239. Про Стратегію впровадження моделі збалансованого розвитку України до 2030 року : проєкт закону України від 20.08.2018 р. № 9015-1. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JH6YF1AA.html. (дата звернення: 05.04.2022).

240. Пушек Н. М., Гнилякевич-Проць І. З. Маркетинговий підхід до визначення категорії «туристичний продукт». *Науковий вісник НЛТУ України.* 2018. Т. 28, № 4. С. 97-101.

241. Рабійчук О. Аналіз статистичних даних – основа ефективного управління в сфері туризму. Досвід Львова. Львів : Центр розвитку туризму, 2017. 24 с.

242. Радович Р. Техніка та технологія традиційного житлово-господарського будівництва на Поліссі другої половини XIX – першої половини XX ст. *Полісся України :* матеріали історико-етнографічного дослідж. Львів, 1994. Вип. 1: Київське Полісся. С. 62-82.

243. Рекреаційно-туристичний потенціал: напрями систематики і кваліметричної оцінки : навч. посіб. / Топчієв О. Г., Яворська В. В., Сич В. А., Коломієць К. В. Одеса : Бондаренко М. О., 2022. 280 с.

244. Рельєф України : навч. посіб. / Б. О. Вахрушев, І. П. Ковальчук, О. О. Комлєв та ін. ; за ред. В. В. Стецюка. Київ : Слово, 2010. 688 с.

245. Ровенчак І. І. Географія культури: проблеми теорії, методології та методики дослідження : монографія. Львів : Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2008. 240 с.

246. Руденко В. П. Географія природно-ресурсного потенціалу України : підручник. [У 3 ч.]. Ч. 1. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2010. 552 с.

247. Русанівський В. М. Українська мова : енциклопедія / редкол. : Русанівський В. М. та ін. Вид. 2-ге, випр. і допов. Київ : Укр. енциклопедія ім. М. П. Бажана, 2004. 824 с. URL: http://chtyvo.org.ua/authors/Rusanivskyy_VM/Ukrainska_mova_Entsyklopedi a/ (дата звернення: 10.04.2022).

248. Русінова Т. Традиційне харчування поліщуків: історіографічний аспект. *Народна творчість та етнологія*. 2015. Вип. 1 (353). С. 39-48.

249. Руська Р. В., Іващук О. Т. Методи економіко-статистичних досліджень : навч. посіб. Тернопіль : Тайп, 2014. 190 с.

250. Рутинський М. Концепція життєвого циклу територіальної рекреаційної системи в сучасному теоретичному арсеналі рекреаційної географії. *Вісник Львівського університету. Сер. Геогр.* 2010. Вип. 38. С. 310-317.

251. Сагалакова Н. О. Характеристика туристичного продукту як специфічного об'єкту ціноутворення. *Інвестиції: практика та досвід.* 2015. № 17. С. 27-33.

252. Саламатіна С. Є. Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму на півдні Одеської області. *Наукові праці Одеської національної академії харчових технологій.* 2014. Вип. 46 (2). С. 325-329.

253. Сегеда С. П. Антропологічні особливості людності Українського Полісся. *Древляни :* зб. статей і матеріалів з історії та культури Поліського краю. Львів : Ін-т народознавства НАН України, 1996. Вип. 1. С. 83-96.

254. Селіванова О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К., 2006. 716 с.

255. Серебрій В. Розвиток етнотуризму: проблеми та перспективи. *Краєзнавство. Географія. Туризм.* 2011. № 20. С. 21.

256. Симочко Г. В. Поняттєво-термінологічний апарат та підходи до класифікації туристично-рекреаційних ресурсів. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету ім. Володимира Гнатюка. Сер. Географія.* 2012. № 2. С. 78-84.

257. Сирветник-Царій В. В., Дуляба Н. І. Таксономічний аналіз як інструмент виявлення можливостей забезпечення розвитку ефективності управління економічним потенціалом підприємств торгівлі споживчої кооперації. *Глобальні та національні проблеми економіки* : електрон. наук. вид. 2016. Вип. 9. С. 419-423. URL: http://global-national.in.ua/ (дата звернення: 14.07.22)

258. Скржинська М. В. Геродот та його історії про Скіфію. *Енциклопедія історії України.* В 10 т. Т. 2. Г-Д. / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. ; НАН України, Ін-т історії України. Київ : Наук. думка, 2004. 680 с. URL: http://www.history.org.ua/?termin=Gerodot (дата звернення: 30.10.2023).

259. Скуратівський В. Т. Русалії. Київ : Довіра, 1996. С. 518-570.

260. Смадич І. Аналіз туристичного потенціалу гірських районів Івано-Франківської області для створення умов розвитку рекреації в Карпатському регіоні України. *Urbe : Revista Brasileira de Gestão Urbana*. 2019. Vol. 11. e20190011. URL: https://doi.org/10.1590/2175-3369.011.e20190011(дата звернення: 30.10.2023).

261. Смаль І. В. Основи географії рекреації і туризму : навч. посіб. Ніжин : Вид-во НДПУ ім. Миколи Гоголя, 2004. 264 с.

262. Смирнов І. Г. Туристичний кластер як консорціум туристичних міст (з досвіду Словаччини). *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.* Серія : Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. 2013. № 1042, Вип.1. С. 138-142.

263. Смирнов І. Г. Маркетинг у туризмі : навч. посіб. Київ : КНУ ім. Тараса Шевченка, 2016. 251 с.

264. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності : підручник / за заг. ред. В. Ф. Орлова. Київ : Грамота, 2006. 264 с.

265. Соціальна географія : підручник / за ред. Л. Нємець та К. Мезенцева. Київ : Фенікс, 2019. 304 с.

266. Соціально-економічна географія України : навч. посіб. / за ред. О. Шаблія. Львів : Світ, 1994. 607 с.

267. Статистичний щорічник Рівненської області за 2021 р. / за ред. Ю. Мороза. 449 с.

268. Статистичний щорічник Житомирської області за 2021 р. / за ред. Г. Пашинської. 433 с.

269. Статистичний щорічник Волинської області за 2020 р. / за ред. В. Науменка. 415 с.

270. Статистичний щорічник Київської області за 2020 р. / за ред. А. Новицької. 370 с.

271. Стаховська Н. Термін як елемент системи мовного вираження спеціальних понять. *Українська термінологія і сучасність* : зб. наук. пр. / КНЕУ. Київ, 2001. Вип. IV. С. 277-280.

272. Стельмах Г. Ю. Етнографічне районування України кінця XIX – початку XX ст. *Українська етнографія.* Київ, 1958. С. 106.

273. Стеченко Д. М., Безуглий І. В. Теоретичні аспекти дослідження природно-рекреаційного потенціалу. *Науковий вісник ЧДІЕУ*. 2009. № 2 (3). С. 65-76.

274. Стратегія сталого розвитку туризму в Україні: географічний підхід / Я. Б. Олійник, П. Г. Шищенко, О. О. Любіцева та ін. *Географія в інформаційному суспільстві* : зб. наук. пр. 2008. Т. 1. С. 191-199.

275. Структурування рекреаційно-туристичного потенціалу на засадах географічного середовища : монографія / О. Г. Топчієв [та ін.] ; Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова. Кам'янець-Подільський : Панькова А. С., 2020. 331 с.

276. Тарасова В. В., Нестерчук І. К., Ковалевська І. М. Розвиток сільської кооперації на сільських територіях Житомирщини. *Роль аграрних навчальних закладів у формуванні механізмів розвитку сільської кооперації сільських територій* : зб. тез Міжнар. наук.-практ. конф. (23-24 жовтня 2018 р.). Київ, 2018. С. 24-27.

277. Теорія і практика кластеризації економіки : кол. монографія / М. П. Войнаренко та ін. ; за наук. та заг. ред. М. П. Войнаренка, В. І. Дубницького. Кам’янець-Подільський : Аксіома, 2019. 335 с. URL: http://elar.khnu.km.ua/jspui/handle/123456789/7869 (дата звернення: 29.09.2021).

278. Теребух А. А., Мороз О. І. Оцінювання туристичного потенціалу. *Актуальні проблеми економіки.* 2016. № 7. С. 335-343.

279. Тимчишин-Чемерис Ю. В. Туристичний кластер – форма розвитку та успіху туристичної діяльності регіону. *Вісник аграрної науки Причорномор’я.* 2015. Вип. 4 (87). С. 44-57.

280. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія. 2-е вид., випр. та допов. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. 463 с.

281. Топчієв О. Г. Основи суспільної географії : навч. посіб. / О. Г. Топчієв. Одеса : Астропринт, 2009. 544 с.

282. Топчієв О. Г., Мальчикова Д. С., Пилипенко І. О., Яворська В. В. Методологічні основи географії. Ландшафтна оболонка Землі. Довкілля : навч. посіб. Херсон : Гельветика, 2018. 348 с.

283. Трададенко Т., Верес К. Гастрономічний туризм: перспективні напрями. *Наукові здобутки молоді - вирішенню проблем харчування людства у*

*XXI столітті* : матеріали 80 Міжнар. наук. конф. молодих учених, аспірантів і студентів (10-11 квітня 2014 р.). Київ : НУХТ, 2014. Ч. 3. С. 563-564.

284. Україна. Їжа та історія / О. *Брайченко,* М. Гримич, І. Лильо, В. Резніченко. Київ : Брайченко О. Ю., 2021. 286 с.

285. Український Wok Shop. URL: https://www.wokshop.com.ua/recipe/gavayskaya-kuhnya-loko-moko/ (дата звернення: 19.06.2023).

286. Федорченко В. К. Історія екскурсійної діяльності в Україні : навч. посіб. Київ : Кондор, 2009. 166 с.

287. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2007. 312 с.

288. Ципишев С. Різновиди хліба в побуті та обрядах. *Етнокультура Рівненського Полісся* / упоряд. В. Ковальчук. Рівне : ДМ, 2009. С. 111-118.

289. Чернишова Т. М., Нестерчук І. К., Ніквашвілі Д. Г. Атрактивність туристичних магнітів м. Житомир. *Українське Полісся: Проблеми та тренди сучасного розвитку :* матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (1-2 березня 2021 р.). Ніжин : НДУ ім. Гоголя, 2021. С. 137-141.

290. Черчик Л. М., Коленда Н. В. Стратегічний потенціал рекреаційної системи регіону: теорія, методологія, оцінка : монографія. Луцьк : ЛНТУ, 2008. 235 с.

291. Чубинський П. Мудрість віків: Українське народознавство у творчій спадщині Павла Чубинського : у 2 кн. Київ : Мистецтво, 1995. Кн. 1. 222 с. Кн. 2. 223 с.

292. Шабардіна Ю. Рекреаційний потенціал як складова продуктивних сил регіонального економічного простору : дис. … канд. екон. наук : 08.00.05 / Чернігів. держ. технолог. ун-т. Чернігів, 2011. 312 с.

293. Шаблій О. І. Суспільна географія. У 2 кн. Кн. 1. Проблеми теорії, історії та методики дослідження. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2015. 814 с.

294. Шевченко В. О. Сучасна картографія: уроки дійсності. *Вісник геодезії та картографії.* 2008. № 3. С. 8-10.

295. Шевченко Л. М., Ющенко Я. І. Ландшафтно-геохімічні передумови формування та розвитку екомережі України (теоретико-методологічний аспект). *Український географічний журнал.* 2002. № 4. С. 55-61.

296. Шепелюк С. І. Туристичний продукт та туристична послуга: критерії розмежування понять. *Економіка. Управління. Інновації.* 2011. № 1(5). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2011_1_31 (дата звернення: 17.11.2022).

297. Школа І. М., Ореховська Т. М. Розвиток туристичного бізнесу регіону : монографія. Чернівці : Книга – XXI, 2007. 292 с.

298. Яворська В. В. Територіальна організація туристично-рекреаційної діяльності Українського Причорномор'я : монографія / К. В. Коломієць, В. В. Яворська, В. А. Сич. Одеса : Одеський нац. ун-т ім. І. І. Мечникова, 2018. 290 с.

299. Яворська, В. В. Територіальна організація рекреаційної діяльності Одеського регіону. *Географія та туризм* : наук.-практ. зб. Київ : КНУ ім. Тараса Шевченка, 2015. Вип. 31. С. 68-79.

300. Яворська В. В., Нефедова Н. Є. Рекреаційний комплекс Одеси: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку. *Науковий вісник Чернівецького університету. Географія* : зб. наук. пр. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2014. Вип. 724-725. С. 204-210.

301. Яворська В. В. Яковлева Ю. Сутність та особливості соціальної сфери. *Культура народів Причорномор`я* : наук. журн. / Таврійський нац. ун-т ім. В. І. Вернадського. 2012. № 227. С. 104-108.

302. Яворська В. В. До питання про історико-географічний (генетичний) підхід в соціально-географічних дослідженнях (короткий огляд літератури). URL: https://collectedpapers.com.ua/wpcontent/uploads/2013/09/037_195_202_Yavorska.pdf (дата звернення: 17.11.2023).

303. Яковлєв Г. А. Економіка і статистика туризму : навч. посіб. Москва : Вид-во РДЛ, 2004. 376 с.

304. Яковчук О. В. Оцінка туристичного потенціалу України. *Географія та туризм* : наук. зб. 2010. Вип. 10. С. 57-65.

305. Яремко Я. П. Семантичний аспект природи терміна. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Сер. Проблеми української термінології.* 2006. № 559. С. 53-56.

306. Яценко С. А. Традиційна народна їжа як предмет етнографічного дослідження. URL: http://eprints.zu.edu.ua/2018/1Z3.pdf (дата звернення: 20.09.2023).

307. Aaker David A., Erich Joachimsthalen. Brand leadership. New York : The Free Press, 2000.

308. Abellán F,. González J. Methodological Proposal to Identify, Classify and Evaluate the Territorial Resources of Inland Tourism, the Province of Albacete. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles.* 2010. Band 54. P. 459-461.

309. Abu Khafajah S. Meaning and Use of Cultural Heritage in Jordan: Towards a Sustainable Approach: Unpublished PhD thesis. Newcastle upon Tyne : University of Newcastle Upon Tyne, 2007.

310. Adema P. Garlic Capital of the World: Gilroy, Garlic, and the Making of a Festive Foodscape. Jackson: Univ Press Mississippi. 2009.

311. Ackoff R. L. Creating the Corporate Future. New York : Wiley, 1981.

312. Alcouffe A., Coulomb F. Small and Medium-sized Business in European Tourist Sectors. Paris : OECD, 1993.

313. Aldakhil M. Classification of Tourism Potential in Al-Qaseem, Saudi Arabia Using GIS: PhD thesis. Leicester, England : University of Leicester, 2007.

314. Almeida A., Garrod B. Experiences with local food in a mature tourist destination: The importance of consumers' motivations. *Journal of Gastronomy and Tourism.* 2017. Vol. 2(3). P. 173-187. DOI: https://doi.org/10.3727/216929717X14870140201116

315. An analysis of wine festivalattendees’ motivations: a synergy of wine, travel and special events? / J. Yuan, L. Cai, A. Morrison, S. Linton. *Journal of Vacation Marketing.* 2005. Vol. 11, № 1. P. 41-58.

316. Anderson N. V. Ukraine-EU Trans-Border Cooperation: Developing Euro regions on the Border (The Case Study of Lower Danube). *Democracy vs.*

*Authoritarity* : Abstracts of Warsaw East European Conference 2007. Warsaw, 2007. P. 11-12.

317. Anholt Simon. Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. *Journal of Public Diplomacy.* 2013. Vol. 2, Iss. 1. Art. 1.

318. Anholt-GfK City Brands IndexSM / GFK. URL: //www.gfk.com/ru/insaity/pressrelease/new-anholt-gfk-city-brands-ranking-places-threeus-cities-in-the-top-10 (Last accessed: 23.06.2023).

319. Anholt-GfK Nation Brands Inde / GFK. URL: //nation-brands.gfk.com Last accessed: 17.01.2023).

320. Anwar S., Sohail M. Festival tourism in the United Arab Emirates: First-time versus repeat visitor perceptions. *Journal of Vacation Marketing.* 2004. Vol. 10 (2). P. 161-170.

321. Arcodia C., Whitford M. Festival Attendance and the Development of Social Capital. *Journal of Convention and Event Tourism.* 2006. Vol. 8, № 2. P. 1-18.

322. Armstrong H. W. The Role and Evolution of European Community Regional Policy. *The European Union and the Regions* / eds. B. Jones, M. Keating. Oxford : Clarindon Press, 1995. P. 23-62.

323. Atuk J. An Assessment Of Tourism Potentials In Kaduna State, Nigeria: M.S.C. thesis. Zaria : Ahmadu Bello University, 2014.

324. Aysu A. Use of Food-Themed Films in Destination Selection. *Handbook of Research on Transmedia Storytelling and Narrative Strategies* / eds. Yilmaz R., Nur Erdem M., Resulglu F. USA, 2019. P. 331-350. DOI: 10.4018/978-1-5225-5357-1.ch017.

325. Baimai C., Daniel L. Market Potential Estimation for Tourism in Emerging Markets. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural.* 2009. Vol. 7, № 3. P. 515-524. URL: https://doi.org/ 10.25145/j.pasos.2009.07.037. (Last accessed: 11.06.2020).

326. Baker B. Destination Branding for Small Cities: The Essentials for Successful Place Branding. Portland : Creative Leap Books, 2007.

327. Balakrishnan S. M. Strategic branding of destinations: a framework. *European Journal of Marketing.* 2009. Vol. 43, № 5/6. P. 611-629.

328. Barbu I. Possibilities to Increase the Leverage the Tourism Potential in Historical Regions Crisana. *Annals of the «Constantin Brâncuşi» University of Târgu Jiu. Economy Series.* 2014. Vol. 6. P. 50–54.

329. Belasco. W.J. Striving for Change: How the Counterculture Took Over the Food Industry. 2007.

330. Beltrán F. J. J. Análisis de la motivación del turismo gastronómico en el destino cultural de la ciudad de Córdoba: Doctoral disertación. Córdoba : Universidad de Córdoba, 2019.

331. Benko B., David L., Farkas T. Opportunities for the development of innovation among hotels in northern hungary. *GeoJournal of Tourism and Geosites.* 2022. Vol. 40, No. 1. P. 267-273.

332. Benner M. Towards a policy to promote tourism clusters. MPRA Paper No. 43924. Munich Personal RePEc Archive. 2013. URL: http://mpra.ub.uni-muenchen.de/43924/1/MPRA_paper_43924.pdf (Last accessed: 17.01.2022).

333. Bergman E. M., Feser E. J. Industrial and Regional Clusters and Comparative Applications / Regional Research Institute: WVU. 1999. URL: http://www.rri.wvu.edu/Webbook (Last accessed: 10.01.2022).

334. Bickford-Smith V. Creating a city of the tourist imagination: The Case of Cape Town, The Fairest Cape of Them All. *Urban Studies.* 2009. Vol. 46 (9). P. 1763-1785.

335. Bieger T. Management von Destinationen. München; Wien : Oldenbourg, 2002. 395 p.

336. Björk P., Kauppinen-Räisänen H. Culinary-gastronomic tourism – a search for local food experiences Nutr. *Food Sci.* 2014. Vol. 44, Iss. 4. P. 294-309.

337. Boers B., Cottrell S. Sustainable Tourism infrastructure Planning: A GIS-Supported Approach. *Tourism Geographies.* 2007. Vol. 9 (1). P. 1-21.

338. Braun E., Kavaratzis M., Zenker S. My city-my brand: the different roles of residents in place branding. *Journal of Place Management and Development.* 2013. Vol. 6 (1). P. 18-28.

339. *Breton R., Pinard M.* Group formation among imigrants: Criteria and processes. *Canadian Journal of Economics and Political Science.* 1960. Vol. 26.

340. Brian B. Building a GIS Model to Assess Agritourism Potential: Master thesis. Lincoln : University of Nebraska, 2013.

341. Brody R. P., Cunningham S. M. Personal variables and the consumer decision-making process. *Journal of Marketing Research.* 1968. Vol. 5. P. 50-57.

342. Burkart A. J., Medlik S. Historical development of tourism. France: Centre des Hautes Études Touristiques.1990. 54 p.

343. Cavicchi A., Stancova K. C. Food and Gastronomy as Elements of Regional Innovation Strategies / Institute for Prospective and Technological Studies, Joint Research Centre. Sevilla, 2016.

344. Chhetri P., Arrowsmith C. GIS-based modelling of recreational potential of nature-based tourist destinations. *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment.* 2008. Vol. 10, No. 2. P. 233-257.

345. Civitello Linda. Cuisine and Culture: A History of Food and People. 3 rd ed. Hoboken, New Jersey : John Wiley & Sons, Inc., 2008. 448 p.

346. Cohen E., Avieli N. Food in tourism: attraction and impediment Ann. *Tourism Res.* 2004. Vol. 31, No. 4. P. 755-778.

347. Cohen E. Contemporary tourism – trends and challenges: sustainable authenticity or contrived post-modernity? *Tourism: Critical in the Social Sciences.* Vol. I / ed. S. Williams. London ; N.Y. : Routledge, 2004. P. 179-201.

348. Cohen E., Avieli N. Food in tourism attraction and impediment. *Annals of Tourism Research.* 2004. Vol. 31, No. 4. P. 755-778.

349. Cohen E. Aphenomenology of tourist experience. *Sociology.* 1979. Vol. 13, No. 2. P. 179-201.

350. Cooper, K., Fletcher, J., Gilbert, D., Vanhill, S., & Shepherd, R. Tourism: principles and practice. 2 nd ed. New York : Longm, 1998.

351. Coppola M. E. Food, tourism, and culture: the keys to success of a global trend. 2016. URL: https://www.trekksoft.com/en/blog/food-tourism-culture-keys-success-global-trend (Last accessed: 11.04.21).

352. Correia R., Carvalho A., Troca A. The potential of gastronomic tourism in the portuguese municipality of Mirandela. *In ICABM International Conference of Applied Business and Management*. 2020. P. 333-343.

353. Craig O. E., Shillito L.-M., Albarella U., Viner-Daniels S., Chan B., Cleal R., Pearson M. P. Feeding stonehenge: Cuisine and consumption at the late Neolithic site of Durrington Walls. *Antiquity, 89*. 2015. P. 1096-1109.

354. CulinaryTourism, Now Trending. URL: https://www.cordonbleu.edu/news/culinary-tourism/en (Last accessed: 02.09.22).

355. 10 of the world's best foodie destinations (and what to eat when you get there) URL: https://www.lonelyplanet.com/articles/best-food-experiences (Last accessed: 02.09.22).

356. De Soucey M. Gastronationalism: Food traditions and authenticity politics in the European Union. *American Sociological Review.* 2010. Vol. 75, No. 3. P. 432-455.

357. Dey G. S. Evaluative models of attitude structure. *Journal of Marketing Research.* 1972. Vol. 9. P. 279-286.

358. Dincu A. Tourism Potential and its Role in the Development of Tourist Activity. *Scientific Papers: Animal Science and Biotechnologies.* 2015. Vol. 48, No. 2. P. 183-186.

359. Dinnie K. City Branding: Theory and Cases. New York : Palgrave Macmillan, 2011. 239 p.

360. Dinnie K. Nation branding: Concepts, issues, practice. Oxford, UK : Butterworth-Heinemann, 2008.

361. Dong, X.; Zhang, J.; Cai, Y.; Lu, S. Measuring the recreational value of Jiuzhaigou World Heritage Site based ontravel cost method. *Areal Res. Dev.* 2012, 31, 78-84.

362. Dominquez L. V., Burger P. C. An empirical analysis of the consumer behavior process. *Relevance in marketing* / ed. F. C. Allvine. Chicago : American Marketing Association, 1971. P. 391-396.

363. Duisembekova G. R., Sabdalina A. K., Abilgaziyeva Z. E. The assessment of tourist-recreational potential of the Republic of Kazakhstan. *Bulletin of «Turan» University*. 2019. Vol. 3. P. 129-135.

364. Diugosz J. Dzieje Polski. Krakyw, 1866. T. 2. 417 s.

365. Edwards P. *Food potential* of aquatic macrophytes. 1980. 234 s.

366. Einarsen K., Mykletun R. J. Exploring the success of the Gladmatfestival (The Stavanger food festival). *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 2009. Vol. 9, No. 2–3. P. 225-248.

367. Engel J. F., Kollat D. T., Blackwell R. D. Consumer Behavior. New York : Holt, Rinehart & Winston, 1968.

368. Enright M. The Geographical Scope of Competitive Advantage. *Stuck in the Region? Changing scales for regional identity* / ed. E. Dirven, J. Grocnewegen, S. van Hoof. Utrecht, 1993. P. 87-102.

369. Enright M. J. Regional Clusters: What we know and what we should know. *Innovation Clusters and Interregional Competition* / eds. J. Bröcker, D. Dohse, R. Soltwedel. Berlin : Springer, 2003. P. 99-129.

370. Enright, M. J. Competitiveness in the new millennium. *Working Paper, Hong Kong Institute of Economics and Business Strategy*. 2000.

371. Everett S. Food and Beverage Tourism: Principles and Practice. London, UK : Sage, 2016.

372. Faludi A. Introduction: What is Planning Theory? *A Reader in Planning Theory* / ed. A. Faludi. Oxford, UK : Pergamon, 1973. P. 1-10.

373. Farley J. W., Ring L. W. An empirical test of the Howard-Sheth model of buyer behavior. *Journal of Marketing Research.* 1970. Vol. 7. P. 427-438.

374. Feldman M., Francis J., Bercovitz J. Creating a Cluster While Building a Firm: Entrepreneurs and the Formation of Industrial Clusters. *Regional Studies*. 2005.

Vol. 39, No. 1. P. 129-141. URL: http://maryannfeldman.web.unc.edu/files/2011/11/Creating-a-Cluster-While-Building-Firm_2010.pdf (Last accessed: 23.08.21).

375. Ferreira J., Estevão, C. Regional Competitiveness of a Tourism Cluster: A Conceptual Model Proposal. Algarve : Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo, 2009.

376. Festivals capes and patrons' emotions', satisfaction, and loyalty / Lee Y. K., Lee C. K., Lee S. K., Babin B. J. *Journal of Business Research.* 2008. Vol. 61(1). P. 56-64.

377. Florek M. The country brand as a new challenge for Poland. *Place Branding.* 2005. No. 1 (2). P. 205-214.

378. Formica S. Destination attractiveness as a function of supply and demand interaction: Unpublished doctoral dissertation. Blacksburg, 2000. 203 p.

379. Framke W. The destination as a concept: a discussion of the business related perspective versus the socio cultural approach in tourism theory. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism.* 2002. No. 2 (2). P. 92-108.

380. Getz D. Event management & event tourism. 2 nd edn. New York : Cognizant Communication Corporation, 1997.

381. Getz D., Andersson T., Carlsen J. Festival management studies: Developing a framework and priorities for comparative and cross-cultural research. *International Journal of Event and Festival Management.* 2010. Vol. 1, Iss. 1. P. 29-59.

382. Gillespie C., Cousins J. European Gastronomy into the 21st Century Routledge. 2012. URL: https://scholar.google.com/scholar_lookup?title=Europe%20gastronomy%20into%20the%2021st%20century&author=C.%20Gillespie&publication_year=2002 (Last accessed: 26.01.21).

383. Globally Important Agricultural Heritage Systems (GIAHS) URL: https://www.fao.org/giahs/giahsaroundtheworld/designated-sites/en/ (Last accessed: 17.03.21).

384. *Goeldner C. R.,* Ritchie J. R. B. Tourism: principles, practices, philosophies. 12th ed. Hoboken, New Jersey : Published by John Wiley & Sons, 2012. 494 p.

385. Goetz M. Atrakcyjność klastrów dla bezpośrednich inwestycji zagranicznych (BIZ). *Zeszyty Naukowe* / Szkoła Główna Handlowa, Kolegium Gospodarki Światowej. 2006. No. 20.

386. Gössling S, Garrod B, Aall C. Food management in tourism: Reducing tourism's carbon 'foodprint'. *Tourism Management.* 2011. No. 32 (3). P. 534-543.

387. Green H. P., Dougherty M. L. Localizing connections for food and tourism: Culinary tourism as a community development strategy. *Community of developers.* 2008. Vol. 39 (3). P. 148-158.

388. Hall C. M. Culinary Tourism and Regional Development: From Slow Food to Slow Tourism? *Tourism Rev. Int.* 2006. No. 9(4). P. 303-306.

389. Hall C. M. Tourism planning. Policies, processes and relationships. 2-nd edn. Harlow : Pearson Education, 2008. 302 p.

390. Hall D. Branding and national identity: the case of Central and Eastern Europe. *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition* / eds. Nigel Morgan, Annette Pritchard, Roger Pride. Oxford : Butterworth-Heinemann, 2014. P. 111-127.

391. Hall C.M., Mitchell R. Gastronomic tourism: comparing food and wine tourism experiences. *Niche Tourism* / Novelli M. London : Routledge, 2007. P. 87-102.

392. Hannagen P. Food marketing: how to use food and drink to build better relationships. UK : Rethink Press publishing house, 2019. 80 p.

393. Harrington R. J., Ottenbacher M. C. Culinary Tourism – A Case Study of the Gastronomic Capital. *Journal of Culinary Science &Technology.* 2010. Vol. 8, No. 1. P. 14-32. DOI: 10.1080/15428052.2010.490765.

394. Hegarty J. A., O'Mahony G. B. Gastronomy: A phenomenon of cultural expressionism and an aesthetic for living. *International Journal of Hospitality*

*Management.* 2001. Vol. 20, No. 1. P. 3-13. URL: https://doi.org/10.1016/S0278-4319(00)00028 (Last accessed: 17.07.21).

395. Hjalager A. M. Why do tourists eat and why? Towards a sociology of gastronomy and tourism. *Revista Tourism: an international interdisciplinary journal.* 2004. Vol. 52 (2). P. 195-201.

396. Hoffman J. Przewodnik po Wołyniu. Warszawa : Nasza Drukarna. 1938. 67 s.

397. Holloway J. C. The business of tourism. Harlow, UK : Pearson Education Limited, 1994. 350 p.

398. Horng J. S., Tsai K.-T. (Simon) Strategic Development of Culinary Tourism: An Asia-Pacific Perspective. *International J. Tur. res.* 2012. Vol. 14. P. 40-55.

399. *Hu Y., Ritchie J. R. B.* Measuring Destination Attractiveness A Contextual Approach. *Journal of Travel Research*. *1993.* Vol. 32. P. 25-34.

400. HLPE. Nutrition and food systems : A report by the High Level Panel of Experts on Food Security and Nutrition of the Committee on World Food Security. Rome, 2017. Report No. 12. URL: http://www.fao.org/3/a-i7846e.pdf (Last accessed: 17.03.21).

401. Iatu C., Bulai M. New approach in evaluating tourism attractiveness in the region of Moldavia (Romania). *International Journal of Energy and Environment.* 2011. Vol. 5, Iss. 2. P. 165-174.

402. Inskeep E. Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach. New York : Van Nostrand Reinhold, 1991.

403. Irwansya I. Indonesia's Gastronomy Brand: Internet Graphics in a Virtual Culinary Community. *Social Sciences.* 2016. Vol. 11, No. 19. P. 4585-4588.

404. Jansen-Verbeke M, Priestley GK, Russo AP. Cultural Resource for Tourism: Patterns, Processes and Policies. Nova Science Publishers. New York, 2008. P. 115-119.

405. Kauppinen-Räisänen H., Gummerus J., Lehtola K. Memorized food experiences described by self, place, food, context, and time. *Br. Food J.* 2013. Vol. 115, Iss. 5. P. 666-685.

406. Kim Y. G., Eves A. Construction and validation of a scale to measure tourist motivation to consume local food. *Tourism Management.* 2012. Vol. 33 (6). P. 1458-1467. DOI: https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.01.015.

407. Kivela J., Crotts J. C. Taurism and Gastronomy: Gastronomy`s Influence jn How Tourists Experince a Destination. *J. Hospitality and Tourism Res.* 2006. No. 30 (3). P. 354-377.

408. Knafou R. The invention of the tourist destination : Questions conceptuelles dans le champ du tourisme. 2018. URL: https://doi.org/10.4000/viatourism.2548 (Last accessed: 28.11.2020).

409. Kolberg O. Dziela wszystkie. Warszawa, 1968. T. 52. 571s.

410. Kolenda M. Taksonomia numeryczna: klasyfikacja, porządkowanie i analiz a obiektów wielocechowych : Monografiei Opracowania.Wrocław : Wydawnictwo Akademii Ekonomicznejim, 2006.

411. Kotler Ph., Asplund C., Rein I., Haider D. Marketing Places: Attracting Investments, Industries and Tourism to Cities, States and Nations. New York : The free Press, 1993. 388 p.

412. Kotler P., Makens J., Bowen J. Marketing for hospitality and tourism. Harlow, Essex : Pearson, 2013.

413. *Kowalczyk* A. Geografia turyzmu. Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2001.

414. Kraszewski J. Wspomnienia Polesia, Woiynia I Litwy. Wilno, 1840.

415. Krippendorf J. Marketing im Fremdenverkehr. 2 aufl. Bern ; Frankfurt am Main, 1980. 168 p.

416. Kromer M. Polska czyli o poioïeniu ludno њci, obyczajach, urzкdach i sprawach publicznych Krylestwa Polskiego. Olsztyn, 1977. Kn. 1. S. 15-25.

417. Kwik J. Traditional food knowledge: A case study of an Immigrant Canadian «foodscape». *Environments*. 2008. No. 36. S. 59-74.

418. Leiper N. The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist, and the tourist Industry. *Annals of Tourism Research.* 1979. Vol. 6, Iss. 4. P. 390-407.

419. Lewis G. H. Celebrating Asparagus: Community and the rationally constructed food festival. *Journal of American Culture.* 1997. Vol. 20, No. 4. P. 73-78.

420. Liberato P., Mendes T., Liberato D. Culinary Tourism and Food Trends. *Advances in Tourism, Technology and Smart Systems* / eds. Alvaro Rocha et al. Singapore : Springer Nature Singapore Pte Ltd., 2020. Vol. 171. P. 517–526. DOI: 10.1007/978-981- 15-2024-2_45.

421. Lin Y.-C., Pearson T. E., Cai L. A. Food as a Form of Destination Identity: A Tourism Destination Brand Perspective. *Tourism and Hospitality Res.* 2011. No. 11. P. 30-48.

422. Long L. Culinary tourism: a folkloristic perspective on eating and otherness. *Culinary Tourism* / ed. L. Long. KY : The University Press of Kentucky, 2004.

423. Mac Cannel D. The Tourist: A New Theory of the Leisure Class. New York : Schocken, 1976.

424. Maguire ER, Burgoine T, Penney TL, Forouhi NG, Monsivais P. Does exposure to the food environment differ by socioeconomic position? Comparing area-based and person-centred metrics in the Fenland Study, UK. *Int J Health Geogr*. 2017.

425. Mackendrick N. Foodscape. *SAGE.* 2014. P. 16-18 URL: https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1536504214545754 (Last accessed: 18.06.2023).

426. Marczak M., Borzyszkowski J. Region (obszar) jako produkt turystyczny. Warshaw, 2017. 260 s.

427. Mason M. C., Paggiaro A. Investigating the role of festivalscape in culinary tourism: The case of food and wine events. *Tourism Management.* 2012. Vol. 33 (6). P. 1329-1336.

428. Min QW, Sun YH, Chen SK, et al. Primary study on the features and development of GIAHS's tourism resources. *Economic Geography.* 2007. No. 27(5). P. 856-859. (In Chinese).

429. Medlik S. Distionary of Travel, Tourism and Hospitality. 3-d ed. Oxford : Elsevier Science, 2002. 288p. DOI.org/10.4324/9780080521862.

430. Middleton A. C. City Branding and Inward Investment. *City Branding: Theory and Cases* / ed. K. Dinnie. New York : Palgrave Macmillan, 2011. P. 15-26.

431. Middleton V., Clarke J. Marketing in travel and tourism. 3-rd ed. Oxford : Butterworth-Heinemann, 2001. 487 p.

432. Monfort M. Competitividad y factores críticos de éxito en la «hotelería de litoral»: experiencia de los destinos turísticos Benidorm y Peñíscola: Doctoral Dissertation. Espanha : Universidad de Valência, 2000.

433. Morgan N., Pritchard A., Pride R. Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition. Oxford : Elsevier, 2004.

434. Morgan K. Local and Green, Global and Fair: Ethical Food and the Politics of Care. *Environment and Planning*. 2010. Vol. 42, Iss. 8. P. 1852-1867.

435. Munsters Will. The Study of Cultural Tourism in Ten Models. Maastricht, Netherlands : Zuyd University of Applied Sciences, 2021. 81 p.

436. Nesterchuk, I., Balabanyts, A., Pivnova, L., Matsuka, V., Skarha, O., & Kondratenko, I. Tools and Development Drivers for the Gastronomic Tourism: *Economic Affairs*. 2021. Vol. 67, No. 04. P. 579-587. September 2022, DOI: 10.46852/0424-2513.4.2022.24.

437. Nesterchuk, I., Komarnitskyi I., Samoday V., Chunikhina T., Chernyshova T., Tyshchenko S. Business Planning and Marketing of Gastronomic Projects in the Hotel and Restaurant Industry. *Economic Affairs*. 2022. Vol. 67, No. 03. P. 307-316, June 2022. DOI: 10.46852/0424-2513.3.2022.23.

438. Nesterchuk I., Osipchuk A., Chernyshova T., Shevchuk B. Ethnic loading of food as a sustainable culture component in the form of physical-geographical, soil and ethnographic zoning of the right-bank Polissia. *GeoJournal of Tourism and*

*Geosites.* 2020. Year XIII, No. 2 supplement, vol. 30. P. 788–793. DOI: 10.30892/gtg.302spl02-506.

439. Nesterchuck I. Gastronomic Tourism: History, Development, and Formation. *Zeszyty naukowe.* 2020. T. 17, rocznik IX, No. 1. P. 77-88.

440. Nesterchuk I., Bondarenko E., Osipchuk A., Romaniuk R., Trusii O. The methodology of territory zoning of the Ukrainian right-bank Polissia for the gastronomic tourism development purposes. *GeoJournal of Tourism and Geosites.* 2022. Year XV, No. 4, vol. 44. P. 1271-1281 DOI : 10.30892/gtg.44411-95

441. Nesterchuk I., Osipchuk A., Bondarenko E., Tyshchenko S., Trusij O. Elaboration of an optimal model for the development of gastronomic tourism in the right-bank Polissia of Ukraine. GeoJournal of Tourism and Geosites. 2021. Vol. 38 (4). P. 1107–1117. DOI: 10.30892/gtg.38416-750.

442. Nesterchuk I., Osipchuk A., Bondarenko E., Trusii O., Ivanenko V. Chyzhevska. Reloading of gastronomy tours in the conditions of using the right-bank Polissia gastronomy potential. *GeoJournal of Tourism and Geosites.* 2021. Year XIV, No. 1, vol. 34. P. 170–177. DOI: 10.30892/gtg.34122-633.

443. Nesterchuk I. Ethnic Loading of Food as a Sustainable Culture Component in the Form of Physical-Geographical, Soil and Ethnographic Zoning of the Right-Bank Polissia. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки. Сер. Географічні науки.* 2020. № 5 (409). С. 78-87.

444. Nesterchuk I. K. The concept of territorial gastro-tourism systems. *Ukrainian Journal of Natural Sciences*. Zaporoże : Helvetica, 2024. No 7. P. 63-74.

445. Nesterchuck I. Reloading of gastronomy tours in the conditions of using the Right-bank Polissia gastronomy potential. *Глобальні виклики для індустрії гостинності: економіка, менеджмент, дорадництво :* тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф., присвяч. 20-річчю каф. туристичного та готельно-ресторанного бізнесу і консалтингу (18-19 травня 2021 р.). Київ : НУБіП України, 2021. С. 17-20.

446. Nesterchuk I. Elaboration of an optimal model for the development of gastronomic tourism in the right-bank Polissia of Ukraine. *Проблеми та перспективи впровадження європейського досвіду диверсифікації сільського туризму в Україні на засадах креативності та збалансованості* : матеріали І Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (15-16 вересня 2021 р.). Запоріжжя : Гельветика, 2021. С. 125-129.

447. Nesterchuk I. K. Terminology, nomens, escapism and nomadism of the gastronomic tourism. *Туризм: міжнародний досвід та національні пріоритети* : матеріали І Міжнар. наук.-практ. конф. (23 травня 2019 р.). Житомир : ЖНАЕУ, 2019. С. 36-39.

448. Nesterchuck I. Ethnic loading of food as a sustainable culture component in the form of physical-geographical, soil and ethnographic zoning of the Right-bank Polissya. *Організація та управління у сфері послуг* : зб. матеріалів Міжнар. наук. інтернет-конф. (8 травня 2020 р.). Ополлє, 2020. С. 334-246.

449. Nowa encyklopedia powszechna PWN, t. 5, PWN, Warszawa 1995.

450. Nowak S. Metodologia badań społecznych. PWN. Warszawa. 1985.

451. Nowak E. Metody taksonomi czy nowej klasyfikacji obiektów społeczno-ekonomicznych. Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 1990.

452. Oklander, T., Yashkina, O., Pedko, I., & Chaikovska, M. P. Analysis of technological innovations in digital marketing. 2018.

453. Oppermann M. Regional Aspects of Tourism in New Zealand. *Regional Studies.* 1994. Vol. 28 (2). P. 155-168.

454. Oxford Advanced Learner's Dictionary CD-Rom. Oxford, 2000.

455. Özdemir G., Culha O. Satisfaction and loyalty of festival visitors. Anatolia. *International Journal of Tourism and Hospitality Research.* 2009. Vol. 2(2). P. 359-373.

456. Pearce P. L. Respecting the Past, Preparing for the Future: The Rise of Australian Academic Tourism Research. *Folia Turistica.* 2011. Vol. 25 (1). P. 187-205.

457. Pike S. Destination branding. An integrated marketing communication approach. Oxford : Elsevier, 2008. 406 p.

458. Plog S. C. Why destination areas rise and fall in popularity. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly.* 1974. Vol. 4. P. 55-58.

459. Pluta W. Taksonomiczna procedura prowadzenia syntetycznych badań porównawczych za pomocą z modyfikowanej miary rozwoju gospodarczego. *Przegląd Statystyczny.* 1976. T. 4. S. 511-517.

460. Podryï Kontryma urzкdnika banku polskiego, odbyta w roku 1829 po Polesiu. Poznac, 1839.

461. Pompl W. Internationalisierung im Tourismus. *Internationales Tourismus Management: Herausforderungen, Strategien, Instrumente /* eds. von Wilhelm Pompl, Manfred G Lieb. Munchen : Vahlen, 2002.

462. Porter M. E. On Competition. Boston : Harvard Business School Publishing, 2008.

463. Przecławski K. Człowiek a turystyka : zarys socjologii turystyki. Krakow : Albi, 1996.

464. Puşcaşu V. The Assessment of Tourism Potential - The First Step Towards An Efficient Local Tourist Policy. *Journal of tourism – studies and research in tourism.* 2015. Band 20. P. 50-55.

465. Qu H., Kim L. H., Im H. H. A model of destination branding: Integrating the concepts of the branding and destination image. *Tourism Managemen.* 2011. Vol. 32 (3). P. 465-476.

466. Quinn B. Arts Festivals and the City. *Urban Studies.* 2005. Vol. 42, No. 5/6. P. 927-943.

467. Ribeiro J. C., Vareiro L. C. The Tourist Potential of the Minho-Lima Region (Portugal). *Visions for Global Tourism Industry. Creating and Sustaining Competitive Strategies* / ed. M. Kasimoglu. Croatia : Tech Publisher, 2012. P. 339-356.

468. Rojek C, Urry J Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory. London: Routledge. 1997.

469. Rusher K. The Bluff Oyster Festival and regional economic development: Festivals as culture commodifi. *Food Tourism around the World: Development, Management and Markets* / eds. C. M. Hall, E. Sharples, R. Mitchell et al. Oxford : Butterworth Heinemann, 2003.

470. Santich B. The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *Hospitality Management.* 2004. Vol. 23. P. 15-24.

471. Sauer C. The Morphology of Landscape. *University of California Publications in Geography 2*. 1925. P. 20.

472. Sfandla K., Bjork P. Tourism Experience Network: Co-Creating Experiences in Interactive Processes. *International J. Tourism Res.* 2013. Vol. 15 (5). P. 495-506.

473. Shani A., Rivera M., Hara T. Assessing the Viability of Repeat Visitors to Cultural Events: Evidence from the Zora! Festival. *Journal of Convention & Event Tourism.* 2009. Vol. 10, No. 2. P. 89-104.

474. Slow Food Ukraine. URL: http://slowfood.kiev.ua/o-slow-food (Last accessed: 21.08.2023).

475. Smith S. L. J. Defining tourism: A supply-side view. *Annals of Tourism Research.* 1988. Vol. 15. P. 179-190.Smith T. General Theory of Tourism. URL: http://www.hopstudios.com/nep/unvarnished/item/general_theory_of_tourism/ (Last accessed: 21.08.2021).

476. Smith S. The tourism product. *Annals of Tourism Research.* 1994. Vol. 21, No. 3. P. 582-595.

477. Sniadecki J. Polesie. Poioïenie geograficzne, rolnictwo, handel. *Biblioteka Warszawska.* 1845. T. 2. S. 1-34.

478. Spotts D. M. Regional analysis of tourism resources for marketing purposes. *Journal of Travel Research.* 1997. Vol. 35 (3). P. 3-15.

479. Stecki T. Miasto Rywne : Kartka z Kroniki Woiynia. Warszawa, 1880.

480. Stryjkowski M. Kronika polska, litewska, ïmudzka i wszystkiej Rusi. Warszawa, 1848. T. 1. S. 238-381.

481. Suryawanshi R. Assessment of Tourism Potential in Thane District, Maharashtra, India. *Journal Of Humanities and Social Science.* 2014. Vol. 19 (9). P. 70-76.

482. Taylor T., Banda-Thol C. Tourism Development Potential of the Northern Province of Zambia. *American Journal of Tourism Management.* 2013. Vol. 2 (1A). P. 10-25.

483. The relationship among brand equity, customer satisfaction, and brand resonance to repurchase 22 intention of cultural and creative industries in Taiwan / C. C. Huang, S. W. Yen, C. Y. Liu, T. P. Chang. *The International Journal of Organizational Innovation.* 2014. Vol. 6, No. 3. P. 106-120.

484. The future of food tourism / I. Yeoman, U. McMahon-Beattie, K. Fields et al. Bristol, UK : Channel View Publications, 2015.

485. Towards effective place brand management: Branding European cities and regions / eds. G. Ashworth, M. Kavaratzis. Cheltenham : Edward Elgar Publishing, 2010. 296 p.

486. Travel Unveils Its Top Trending Travel Destinationsfor 2019. *American Express*. URL: https://cutt.ly/ebUfGLV (Last accessed: 28.11.21).

487. Tsiotsou R. Delineating the effect of market orientation on service performance: a component-wise approach. *The Service Industries Journal.* 2010. Vol. 30, No. 3. P. 357-403.

488. Ujma D. A Brief Outline of the Academic Achievements of Philip. L. Pearce and His Contribution to the Development of Tourism Research. *Folia Turistica.* 2011. Vol. 25 (1). P. 206-207.

489. UNESCO. World heritage list of cultural landscapes. Retrieved July 7. 2016. URL: http://whc.unesco.org/en/list/?&&&type=cultural (Last accessed: 15.07.23).

490. UNWTO Gastronomy Network action plan 2016/2017 / UNWTO. 2016. URL: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/gastronomyactionplanenweb.pdf (Last accessed: 08.10.2023).

491. Urry J. The Tourist Gaze. London : SAGE, 2002.

492. Weber M. Wirtschaft und Gesellschaft. Tübingen, 1922. P. 5-25.

493. Westling **M.** Crop and livestock diversity cultivating gastronomic potential, illustrated by sensory profiles of landraces. *Journal of Food Science*. 2019 Vol. 84, No.5 P. 1162-1169.

494. Williams G. A., Williams Jr. R. L., Omar M. Gastrotourism as destination branding in developing markets. *International Journal of Leisure and Tourism Marketing.* 2014. Vol. 4 (1). P. 1-18.

495. Wolf E. Culinary Tourism: The Hidden Harvest. USA : Kendall Hunt Publishing, 2006.

496. World heritage list of cultural landscapes / UNESCO. 2016. URL: http://whc.unesco.org/en/list/?&&&type=cultural (Last accessed: 14.05.22).

497. Yasmeen G. Exploring a foodscape: the case of Bangkok. *Malays J Trop Geogr*. 1995. 26: 1–11.

498. Zeithaml V. A., Bitner M. J. Services marketing: integrating customer focus across the firm. 2-nd ed. Boston : McGraw-Hill, 2000.

499. Żemla M. Tourism destination: The networking approach. *Moravian Geographical Reports.* 2016. No. 24 (4). P. 2-14.

500. Zillinger M. Tourist routes: a time-geographical approach on German cartourists in Sweden. *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment.* 2007. Vol. 9 (1). P. 64-83

# ДОДАТКИ

**Додаток А**

**Поліщуки: традиції, харчування, побут, відпочинок.**



Парубок та дівчина за столом у сільській хаті (1903 р.)



Традиційне вбрання поліщуків

*Продовження додатку А*





Будні поліщуків

## Додаток Б

## Термін «етнос»

| Автор | Дефініція «етнос» |
|---|---|
| Варзар І. [41]. | Поняття «етнос» або «етнічна спільнота», інколи ще говорять про «етноісторичну спільність»...», або ж «етносоціальна спільнота – це народ...». |
| Кафарський В. [102]. | Етнос – настільки складне явище, що навіть за найсприятливіших умов «для повної та цілком задовільної розробки теорії етносу потрібно багато часу». |
| Макарчук С. [142]. | Поняття «етнос» стосувалося племен, осілих і кочових народів. Кожний етнос характеризується усвідомленням його носіями спільності походження та історичної долі, мови, що найчастіше відмінна від мови сусідніх народів, культури. Для кожного окремого етносу |

| | |
|---|---|
| | властивими є специфічний спосіб життя і матеріального виробництва, особливі види і форми знарядь праці, житла та господарських будівель, одягу і прикрас, специфіка харчування, психологія зі своїми неповторними моральними нормами, баченням доброго і поганого, правильного і злободенного, звичаями, обрядами й іншими рисами. |
| Пономарьов А. [236]. | «Етнос – це усталена спільність людей, що історично склалася на певній території і позначена спільністю мови, культури, побуту, психічного складу, єдністю етнічної самосвідомості, зафіксованої у самоназві, а також усвідомленням єдності родового походження і водночас несхожістю на інші етноси. Це органічна соціальна система з чітко вираженою структурою, в основі<br>єдності родового походження і водночас несхожістю на інші етноси. |
| Breton R., Pinard M. [339]. | Об'єднують емоційні та символічні зв'язки в поняття «етнос». |
| Weber M. [492] | Це така сукупність, котра проявляється через схожість фізичного типу, подібність звичаїв або через спільні «спогади» про колонізації та міграції. |

## Додаток В

## Інтерпретації дефініції «гастрономічний туризм»

| Автор | Термін «гастрономічний туризм» |
|---|---|
| H. Green [387] | оригінальність страви і є корінним для місця, регіону чи країни, охоплює основні теми місцевих страв і вин. |
| M. Hall [391] | це відвідування основних і вторинних виробників продуктів харчування та напоїв, гастрономічних фестивалів, закладів харчування та конкретних місць, де дегустація та досвід особливих місцевих страв є головною мотивацією для відвідування. |
| A. Hegarty [394] | їжа та гастрономія задовольняють інші потреби та бажання, такі, як соціалізація та навчання. |

| | |
|---|---|
| A.-M. Hjalager [395] | Гастрономія, яка тісно пов'язана з культурним туризмом, розглядаючи їжу як прояв культури місця призначення. |
| H. Kauppinen-Räisänen [405] | місцева їжа також вважається «простою» та «особливою», яка приваблює мандрівників через новий досвід, який вони обіцяють запропонувати. |
| L. Long [422] | коли туристи та відвідувачі, які планують частково або повністю спробувати кухню певної місцевості або здійснити заходи, пов'язані з гастрономією, відвідують певні дестинації. |
| K. Morgan [433] | їжа є основним товаром, а також соціальною та культурною спадщиною. |
| K. Sfandla [472] | переживання, пов'язані з їжею, є особливо характерними і можуть бути особистими або навіть пов'язаними з ситуацією, а досвід є особистим, і відрізається сприйняттям кулінарно-гастрономічного враження. |
| S. Smith [475] | як будь-який досвід подорожі, завдяки якому мандрівник вивчає, цінує та насолоджується добре відомими місцевими гастрономічними продуктами. |

## Додаток Г

### Гастрономічні брендові страви країн світу [285]

**Манапуа**



Манапуа – відома в східних країнах страва, яка зустрічається під іншими назвами і видозміненими рецептами. Гавайські манапуа – пишні круглі булочки з

рисового борошна з різними начинками: зі свинини, морепродуктів, сосисок, курки або солодкої картоплі. Манапуа запікають, смажать або готують на пару. Подають з дуже гарячим  соєвим соусом.

**Спем-мусубі**



Спем-мусубі – гавайський бутерброд, що складається з вареного рису, водорості норі і спема (підсмаженої консервованої шинки). Тонку скибочку спема

*Продовження додатку Г*

розміщують зазвичай між шарами рису і обгортають норі. Подають з насінням кунжуту, пряною зеленню і спеціальним соусом спем-мусубі.

**Курка «Хулі-хулі»**



Стравою є шашлик з курки, замаринованої за особливим рецептом: з ананасового сиропу, соєвого соусу, кетчупу, подрібнених імбиру і часнику.

**Пої**



*Продовження додатку Г*

Полінезійська страва набула поширення на Гаваях. Закуска пої готується з бульб цибулі таро. Їх варять до перетворення в дуже в’язку масу до консистенції тіста.

Їдять пої руками – двома або трьома пальцями. Пої має солодкий смак, очевидно, на любителя.

**Лумпия з бананами**



Цей десерт являє собою рол з бананом. Для його приготування м’якиш банану посипають коричневим цукром і загортають в обсмажений до золотистого кольору хрусткий рисовий млинець.

*Продовження додатку Г*

**Маласадас**



Гавайські пончики, без яких не обходиться жоден вуличний фестиваль. Вперше пончики приготували на Гаваях португальці, і відтоді золотисті булочки, посипані білою пудрою, стали національною стравою.

**Асадо**



Смажене м’ясо,  одна з найвідоміших страв аргентинської кухні

*Продовження додатку Г*

**Локро**



Страва з маїсу, гарбуза, квасолі

**Міланеса** (<u>ісп.</u> *milanesa*)



Південно-американський різновид відбивної котлети в паніровці

**Спагеті**



Спагеті з соусом туко

*Продовження додатку Г*

**Файна** (ісп. *fainá*)



Пиріг з борошна з турецького гороху на оливковій олії.

**Бургер**



Автор бургера, 35-річний Кейзо Шімемото – колишній програміст. Він пішов з основної роботи, щоб присвятити весь час блогу про улюблену локшину рамен. А потім придумав страву, що стала мегахитом. Шімемото зареєстрував бургер Рамен як товарний знак, і сьогодні авторську страву можна купити лише на Бруклінському ринку «Smorgasburg». Але копії нью-йоркської котлети з локшиною активно готують по всьому світу.

**Додаток Д**

**Гастрономічні свята на 2021-2022 роки** [55]

| № з/п | Дата, день | Назва гастрономічної події, країна |
|---|---|---|
| Лютий 2021 | | |
| 1 | 5 лютого, п’ятниця | Всесвітній день Нутелли; День замороженого йогурту і День шоколадного фондю в США |
| 2 | 6 лютого, субота | Національний день паличок для їжі в США; День морозива на сніданок (або День сніданку морозивом) |
| 3 | 7 лютого, неділя | День свинячої шкурки в США (дата на 2021 рік. Відзначають в першу неділю лютого); Національний день «Феттучіні Альфредо» в США (паста, приготовлена з феттучині з сиром Пармезан і маслом) |
| 4 | 8 лютого, понеділок | День тістечок з чорної патоки і Національний день любителя картоплі в США |
| 5 | 9 лютого, вівторок | Національний день бейгл з вершковим сиром і лососем в Сполучених Штатах Америки, а також Національний день піци |
| 6 | 10 лютого, середа | Всесвітній день зернобобових (резолюція A / RES / 73/251 від 20 грудня 2018 року. Для фермерів зернобобові є важливою культурою тому, що їх можна робити як на продаж, так і для власного споживання); Національний день вершкового сиру Брауні та Національний день любителів шоколадного тістечка Брауні в США |
| 7 | 11 лютого | Національний день м'ятних коржів в США |
| 8 | 12 лютого, п’ятниця | Національний день пудингу з родзинками і Національний день біскотті в США (Біскотті - популярний італійський кондитерський виріб, що представляє собою сухе печиво з характерною довжиною і вигнутою формою) |
| 9 | 13 лютого, субота | Національний день тортеллини і Національний день італійської кухні в США |
| 10 | 14 лютого, неділя | Свято виноградарів або Трифон Зарізан в Болгарії; Національний день шоколаду з кремовою начинкою в США |
| 11 | 15 лютого, понеділок | Національний день жувальних драже в США |
| 12 | 16 лютого, вівторок | Національний день мигдалю в США |
| 13 | 17 лютого, середа | Національний день кави з молоком в США |
| 14 | 18 лютого, четвер | Національний день розпивання вин в США (тільки для повнолітніх); Всесвітній день дегустації вина (так чому цей день повинен відзначатися тільки в США?) |
| 15 | 19 лютого, п’ятниця | Національний день м'ятного шоколаду в США |
| 16 | 20 лютого, субота | Національний день вишневого пирога і Національний день кексів в США (неофіційне свято любителів вишневого пирога); День ресторану у лютому (дата на 2021 рік. Проводиться один раз в сезон в третю суботу лютого, в травні, серпні та листопаді) |
| 17 | 21 лютого, неділя | День булочок з повидлом в США |

*Продовження додатку Д*

| | | |
|---|---|---|
| 18 | 22 лютого, понеділок | Національний день коктейлю «Маргарита» і Національний день приготування солодкої картоплі в США |

| | | |
|---|---|---|
| 19 | 23 лютого, вівторок | Національний день бананового хліба в США (банани активно стали завозитися в США в 1870-х, далі включилася уява) |
| 20 | 24 лютого, середа | Міжнародний день барменів; Національний день чіпсів тортилья в США. |
| 21 | 25 лютого, четвер | Національний день чилі в США (дата на 2021 рік. Відзначають в четвертий четвер лютого); Національний день горіхів у шоколаді і Національний день клем-Чаудер в США (Клем-чаудер - зазвичай до молюска додають картоплю, цибулю, іноді селеру) |
| 22 | 26 лютого, п’ятниця | Національний день фісташок в США; День персонального шеф-кухаря (може, ви самі собі готуєте і це ваше власне свято) |
| 23 | 27 лютого, субота | Національний день полуниці і День мексиканського кавового лікеру «Калуа» в США; Відкрий ніч з «тією пляшкою» (дата на 2021 рік. Жартівливе свято відзначають в останню суботу лютого) |
| 24 | 28 лютого, неділя | Національний день шоколадного суфле в США |
| 25 | 29 лютого, понеділок | Національний день жаб'ячих лапок в США (тільки у високосний рік) |
| Березень 2021 | | |
| 1 | 1 березня, понеділок | День пива в Ісландії (в ознаменування закінчення заборони на пиво в 1989 році); Національний день свині, День фруктового компоту і Національний день любителів арахісового масла в США; Час для чашечки чаю у Великобританії (Time for a Cuppa); Місяць здорового харчування в Канаді; Національний тиждень шкільних сніданків у США (дата на 2021 рік. Стартує в перший понеділок березня) |
| 2 | 2 березня, вівторок | Національний день пирога з бананови м кремом в США |
| 3 | 3 березня, середа | Національний день м'ясного асорті, День глінтвейну і Національний день коктейлю «Московський мул» в США |
| 4 | 4 березня, четвер | Національний день фунтового кексу в США |
| 5 | 5 березня, п’ятниця | Національний день сирних паличок і День Абсента в США |
| 6 | 6 березня, субота | Національний день печива Орео і День заморожених продуктів в США. |
| 7 | 7 березня, неділя | Національний день злаків і День смажені в короні зі свинячих ребер в США |
| 8 | 8 березня, понеділок | День булочки з повидлом або Bolludagur в Ісландії (дата на 2021 рік. Відзначається в день Масляної. Традиція виникла завдяки норвезьким та данським пекарям, які прибули в Ісландію в кінці 19-го століття. У Bun Day ісландці вважають за краще рясно поїдати булочки, наповнені варенням і вершками. Цукерки також популярні); Національний день цибулевого супу у Франції; Національний день арахісу, залитого шоколадом, в США; Масляна |

*Продовження додатку Д*

| | | |
|---|---|---|
| 9 | 9 березня, вівторок | Національний день фрикадельки і Національний день крабового м'яса в США |

| | | |
|---|---|---|
| 10 | 10 березня, середа | Національний день соусу Ранч в США (вид заправки для салату, приготований з суміші сколотин, солі, часнику, цибулі, гірчиці, трав і спецій, змішаних в соусі на основі майонезу, сметани або йогурту) |
| 11 | 11 березня, четвер | Національний день «З'їж локшину» у США |
| 12 | 12 березня, п’ятниця | Національний день млинчиків у США; Національний день Milky Way в США |
| 13 | 13 березня, субота | Національний день курячого супу з локшиною і День кокосового торта в США; Всесвітній день рислінг (перший щорічний день народження рислінг відзначався в 2019 році) |
| 14 | 14 березня, неділя | Національний день картопляних чіпсів у США |
| 15 | 15 березня, понеділок | Національний день любителів арахісу в США; Всесвітній день захисту прав споживачів |
| 16 | 16 березня, вівторок | Національний день страв з серцевини артишоку в США |
| 17 | 17 березня, середа | Національний день ірландської їжі в США |
| 18 | 18 березня, четвер | Національний день неохайного джо і Національний день мереживного вівсяного печива в США (Неохайний джо - це бутерброд, що складається з яловичого фаршу або свинини, цибулі, томатного соусу або кетчупу, вустерширського соусу й інших приправ, які подаються на булочці для гамбургерів) |
| 19 | 19 березня, п’ятниця | Національний день шоколадної карамелі й День птиці в США |
| 20 | 20 березня, субота | Національний день равіолі в США (італійські макаронні вироби з тіста з різною начинкою); Національний день корн-дога в США (дата на 2021 рік. Свято, присвячене баскетболу, кукурудзяній собачці, Tater Tots і американському пиву, яке відзначається в березні, в першу суботу Чемпіонату з баскетболу серед чоловіків NCAA з 1992 року); Міжнародний день без м'яса (святковий захід із 1985 року в США спочатку відзначався як Great American Meatout); Міжнародний день макарунів; Всесвітній день борошна |
| 21 | 21 березня, неділя | Національний день французького хліба і Національний день хрусткого Тако в США; Гастрономічний фестиваль Смак Гонконгу (дата на 2021 рік. Чотириденне свято під відкритим небом. Справжні гурмани завжди оцінять) |
| 22 | 23 березня, вівторок | Національний день чіпсів з соусом і День тоненької скибочки підсмаженого хліба в США |
| 23 | 24 березня, середа | Національний день родзинок в шоколаді в США |
| 24 | 25 березня, четвер | День вафлі в Швеції; Міжнародний день вафель |

*Продовження додатку Д*

| | | |
|---|---|---|
| 25 | 26 березня, п’ятниця | Національний день нуги і Національний день шпинату в США |

| | | |
|---|---|---|
| 26 | 27 березня, субота | Міжнародний день віскі; День іспанської паельї (традиційне іспанське блюдо, приготоване з рисом, м'ясом або рибою і смачним соусом) |
| 27 | 28 березня, неділя | День святкування школи японської чайної церемонії; Національний день торта «Чорний ліс» в США (Black Forest Cake - англійська назва німецького десерту Schwarzwalder Kirschtorte); День їжі на паличці (це може бути не тільки морозиво) |
| 28 | 29 березня, понеділок | Національний день шифонового бісквіта в США (має ніжний соковитий смак, легку текстуру, при розрізанні не кришиться) |
| 29 | 30 березня, вівторок | Національний день гарячих курчат і Національний день супу з шийки індички в США |
| 30 | 31 березня, середа | Національний день устриць і Національний день молюсків у США; День тако в Мексиці (Día del Taco) |
| Квітень 2021 | | |
| 1 | 1 квітня, четвер | Національний день кави в Китаї (відзначається на початку квітня); Національний день зеленого Сойлент і Національний день хліба з тіста на заквасці в США (Сойлент - порошкоподібний продукт з високоенергетичного планктону, зібраного в океані, розчиняється у воді, покликаний, за задумом його творця, повністю замінити традиційну їжу); День їстівної книги (Міжнародний фестиваль їстівних книжок) |
| 2 | 2 квітня, п’ятниця | День сендвіча з арахісовим маслом і варенням в США; Гонконзький кулінарний фестиваль (проводять з 2002 протягом п'яти днів) |
| 3 | 3 квітня, субота | Національний день шоколадного мусу і День рибних паличок і заварного крему в США |
| 4 | 4 квітня, неділя | Національний день Кордон Блю в США (Кулінарну школу Le Cordon Bleu заснували в 1895 році у Франції, Париж. Вона стала найвідомішим навчальним закладом, куди прагнуть потрапити майбутні, початківці і досвідчені кухарі з усього світу); Всесвітній день моркви |
| 5 | 5 квітня, понеділок | Національний день карамелі, День чиказької піци і Національний день пластинок з родзинками і спеціями в США; День холодної їжі або Хансік у Південній Кореї (Hansik - національна кухня етнічних корейців. Основні страви - рис, локшина, супи, закуски і т. і.); Міжнародний День супу |
| 6 | 6 квітня, вівторок | День свіжого пива і Національний день попкорна з карамеллю в США; Міжнародний день Карбонара (страва - спагетті з дрібними шматочками гуанчале, змішані з соусом з яєць, сиру пармезан і пекоріно романо, солі та свіжозмеленого чорного перцю) |
| 7 | 7 квітня, середа | Національний день пива і Національний день кавового торта в США |

*Продовження додатку Д*

| | | |
|---|---|---|
| 8 | 8 квітня, четвер | Національний день емпанади в США (емпанади - страва, популярна на Піренейському півострові і в Латинській Америці, по суті, будь-які смажені пиріжки в іспаномовних країнах); Міжнародний день |

| | | |
|---|---|---|
| | | рому |
| 9 | 9 квітня, п’ятниця | Національний день китайського мигдалевого печива в США |
| 10 | 10 квітня, субота | Національний день півмісяця з корицею у США (випічка у формі півмісяця з додаванням цукру, кориці і масла. Нагадуємо, що кориця є хорошим джерелом марганцю, клітковини, заліза і кальцію) |
| 11 | 11 квітня, неділя | Національний день сирного фондю в США |
| 12 | 12 квітня, понеділок | Національний день лакриці і Національний день смажених сендвічів з сиром в США |
| 13 | 13 квітня, вівторок | Національний день персикового кобблера в США (кобблер - пиріг з фруктів або солоною начинкою) |
| 14 | 14 квітня, середа | Фестиваль води в М'янмі; Національний день кави в Португалії; Національний день пекана в США (Пекан - рослина сімейства горіхові, є різновидом гікорі, що мешкає в північній частині Мексики і на півдні США в районі річки Міссісіпі) |
| 15 | 15 квітня, четвер | Національний день глазурованої спіральної шинки в США; Фестиваль булочок на острові Ченг Чау в Гонконзі (дата на 2021 рік. Проходить з п'ятого по дев'ятий день четвертого місяця за місячним календарем. Щорічно, за традицією, що йде своїм корінням в 17 століття, жителі Ченг Чау займаються виготовленням химерних пап'є-маше, костюмів, випіканням булочок і будівництвом бамбукової вежі, з метою вигнання злих духів, які несуть чуму) |
| 16 | 16 квітня, п’ятниця | Національний день яєць Бенедикт, Національний день шинки, запеченої з ананасом, і День грибів у США |
| 17 | 17 квітня, субота | Всесвітній день мальбек (відзначається в ознаменування дати, коли аргентинський президент Домінго Фаустіно Сармьенто офіційно організував свою місію по перетворенню виноробної промисловості в країні. В той день, ще в 1853 році, він доручив Мішелю Айме Пуге, французькому експерту по землі, взяти нові лози. Так виникли виноградники мальбек у Франції. Мальбек - це фіолетовий сорт винограду, який використовується при виготовленні червоного вина); Національний день сирних кульок в США; Національний день кави еспресо в Італії |
| 18 | 18 квітня, неділя | Національний день печива у формі тварин в США; Міжнародний день піци |
| 19 | 19 квітня, понеділок | Національний день рисових кульок в США (Онігірі - страва японської кухні з прісного рису, зібраного у вигляді трикутника або кулі. Зазвичай в онігірі кладуть начинку і загортають в аркуш сушених водоростей норі); День часнику або Часниковий день. |

*Продовження додатку Д*

| | | |
|---|---|---|
| 20 | 20 квітня, вівторок | Національний день перевернутого пирога з ананасами в США |
| 21 | 21 квітня, | Національний день кешью в шоколаді (США) |

| | | |
|---|---|---|
| | середа | |
| 22 | 22 квітня, четвер | Національний день жувального мармеладу в США |
| 23 | 23 квітня, п’ятниця | День німецького пива в Німеччині; День перцю на Бермудських островах; Національний день вишневого чизкейка і Національний день пікніка в США (Чізкейк - страва європейської та американської кухні, що представляє собою сировмісний десерт від сирної запіканки до суфле) |
| 24 | 24 квітня, субота | День свині в ковдрі чи День сосисок в тісті (просто берете ковбасу і обертаєте її в листкове тісто) |
| 25 | 25 квітня, неділя | Національний день кротилії і Національний день хліба з цукіні в США (кротилія являє собою суміш круассана і тортильи); Тиждень вдячності працівникам шкільного харчування в США (дата на 2021 рік. Починається в останню неділю квітня) |
| 26 | 26 квітня, понеділок | Національний день кренделя в США |
| 27 | 27 квітня, вівторок | Національний день стейка з ребер в США |
| 28 | 28 квітня, середа | Всесвітній день диско-суп (World Disco Soup Day відзначають за ініціативою Slow Food Youth Network); Національний день чорничного пирога в США |
| 29 | 29 квітня, четвер | Національний день креветок з часниковим соусом в США |
| 30 | 30 квітня, п’ятниця | Національний день вівсяного печива і Національний день родзинок в США |
| Травень 2021 | | |
| 1 | 1 травня, субота | Міжнародний день соняшнику; Національний день парфе з шоколадом в США (холодний десерт, відомий з 1894 року) |
| 2 | 2 травня, неділя | Національний день шоколадного трюфеля в США |
| 3 | 3 травня, понеділок | Національний день кексів з малиною і Національний день шоколадного заварного крему в США; День кондитера |
| 4 | 4 травня, вівторок | Всесвітній день щедрості; День зацукрованої апельсинової кірки в США |
| 5 | 5 травня, середа | Національний день Енчілада і Національний день італійського сендвіча в США (Енчілада - традиційна страва мексиканської кухні, яка представляє собою тонкий корж з кукурудзяного борошна, в який загорнута начинка. Начинка найчастіше м'ясна, але може складатися і з яєць або овочів);Міжнародний день вина Совіньйон Блан (дата на 2021 рік. Вперше відзначено в 2009 році. Проводять в першу п'ятницю травня) |
| 6 | 6 травня, четвер | Національний день кави в Данії; Національний день Креп Сюзетт і День напоїв в США (Crêpes Suzette - французький десерт, що складається з млинчика з соусом); Міжнародний день без дієт |

*Продовження додатку Д*

| | | |
|---|---|---|
| 7 | 7 травня, п’ятниця | Національний день смажені з баранячою ногою і Національний день домашнього пива в США; День шкільних кухарів у США |

| | | |
|---|---|---|
| | | (дата на 2021 рік. Відзначають в першу п'ятницю травня) |
| 8 | 8 травня, субота | Національний день кокосового кремового пирога в США |
| 9 | 9 травня, неділя | Національний день гурманів і День Москато в США (Москато - ігристе біле вино DOCG); Всесвітній день Москато (Москато, або Мускат по-італійськи, є одним з найстаріших відомих сортів винограду, вирощуваних в світі) |
| 10 | 10 травня, понеділок | Національний день креветок, Національний день печінки і цибулі в США |
| 11 | 11 травня, вівторок | Національний день «Їж, що хочеш» в США |
| 12 | 12 травня, середа | Національний день вершкової помадки з горіхами в США |
| 13 | 13 травня, четвер | Національний день яблучного пирога, День фруктового коктейлю і Національний день хумуса в США (Хумус - закуска з нутового пюре, до складу якої зазвичай входять кунжутова паста, оливкова олія, часник, сік лимона, паприка) |
| 14 | 14 травня, п’ятниця | Національний день булочки і День повітряних бісквітів з пахтою в США |
| 15 | 15 травня, субота | Всесвітній день віскі (Дата на 2021 рік. Відзначають повнолітні любителі віскі в третю суботу травня); Національний день шоколадних чіпсів у США; День ресторану у травні (Дата на 2021 рік. Проводиться один раз на сезон в третю суботу в лютому, травні, серпні та листопаді. У травні в рамках великого всесвітнього кулінарного карнавалу) |
| 16 | 16 травня, неділя | Національний день барбекю і День піци в США; Свято хліба у Франції (з 1995 року); Національний день мімози в США |
| 17 | 17 травня, понеділок | Національний день вишневого пирога без нижньої скоринки в США; Національний день вина Піно Гріджіо в США (для проведення цього заходу вам повинно бути не менше 21 року) |
| 18 | 18 травня, вівторок | День сирного суфле і День «Я люблю Reese's» в США (Reese's - арахісова паста в молочному шоколаді) |
| 19 | 19 травня, середа | День шоколадного десерту Devil's Food в США |
| 20 | 20 травня, четвер | День Лоранського пирога і Національний день збору полуниці в США |
| 21 | 21 травня, п’ятниця | Національний день полуниці з вершками в США; Міжнародний день Шардоне (дата на 2021 рік. Відзначають в четвер перед Днем пам'яті США. Ідея - Ріка Бакаса [Rick Bakas]) |
| 22 | 22 травня, субота | День ванільного пудингу в США |
| 23 | 23 травня, неділя | Національний день ірисок в США |

*Продовження додатку Д*

| | | |
|---|---|---|
| 24 | 24 травня, понеділок | Національний день кави в Бразилії; День закусок з равликів у США |
| 25 | 25 травня, | Національний день обіду, запакованого в пакет, і Національний |

| | | |
|---|---|---|
| | вівторок | день вина в США; День Урбанаса в Латвії (Urbanas diena - давня традиція - фестиваль. Дата вважалася найвдалішим днем для вирощування вівса, ячменю, льону та огірків) |
| 26 | 26 травня, середа | День чорничного чізкейку і День вишневого десерту в США |
| 27 | 27 травня, четвер | День італійської яловичини і Національний день виноградного ескімо на паличці в США |
| 28 | 28 травня, п’ятниця | Національний день грудинки в США |
| 29 | 29 травня, субота | Всесвітній день здоров'я травної системи або Всесвітній день здорового травлення (World Digestive Health Day - 29 травня 1958 року, в останній день Першого Всесвітнього конгресу гастроентерологів, який відбувся у Вашингтоні (США), зібрання видатних гастроентерологів оголосило про створення Всесвітньої організації гастроентерології); День бісквіта в США |
| 30 | 30 травня, неділя | День м'ятного джулепа в США; Національний день картоплі в Перу (Día nacional de la papa) |
| 31 | 31 травня, понеділок | День тістечка Macaroon в США |
| Червень 2021 | | |
| 1 | 1 червня, вівторок | Всесвітній день молока (дата встановлена Продовольчою і сільськогосподарською організацією Об'єднаних Націй (Food and Agriculture Organization) як знак визнання важливості молока для глобального продовольства. Відзначається з 2001 року); Національний день кексу з лісовими горіхами в США |
| 2 | 2 червня, середа | День здорового харчування і відмови від надмірностей у їжі (відзначається з 2011 року); Національний день морозива Rocky Road і Національний день курки гриль в США |
| 3 | 3 червня, четвер | Національний день шоколадного мигдалевого печива і Національний день яйця в США |
| 4 | 4 червня, п’ятниця | Національний день сиру в США (52% американців вважають, що сири в рецептах взаємозамінні, а 28% кажуть, що вони пробують нові сири, тому що їм подобається експериментувати з ними); Національний день сироварів у США |
| 5 | 5 червня, субота | Національний день кетчупу і День імбирних пряників у США |
| 6 | 7 червня, понеділок | День шоколадного морозива; Всесвітній день продовольчої безпеки (резолюція ГА ООН A/RES/73/250) |
| 7 | 8 червня, вівторок | Національний день пончиків з желе і День Джина в США; День одкровень про те, що категорично не подобається в їжі; Міжнародний день домогосподарки і домохазяїна |
| 8 | 9 червня, середа | День пирога з полуницею і ревенем в США. |

*Продовження додатку Д*

| | | |
|---|---|---|
| 9 | 10 червня, четвер | День чаю з льодом в США; Всесвітній день морозива (як вважають, 10 червня 1786 року в США стартували масові продажі морозива) |

| | | |
|---|---|---|
| 10 | 11 червня, п’ятниця | День шоколадного торта «Містер Герман» в США |
| 11 | 12 червня, субота | День печива з арахісовим маслом і День Джерки в США (Джерки - шматочки в'яленого м'яса); Міжнародний день фалафель (страва, яка являє собою смажені у фритюрі кульки з подрібнених бобових, приправлені прянощами) |
| 12 | 13 червня, неділя | День любителів кексів у США |
| 13 | 14 червня, понеділок | День листкового торта з полуницею і День бурбона в США |
| 14 | 15 червня, вівторок | Національний день пива в Сполученому Королівстві; Національний день омара в США |
| 15 | 16 червня, середа | День вершкової помадки в США; День свіжих овочів |
| 16 | 17 червня, четвер | День яблучного штруделя в США |
| 17 | 18 червня, п’ятниця | День стійкої гастрономії ООН (Генеральна асамблея ООН ухвалила 21 грудня 2016 року резолюцію A / RES / 71/246 і встановила 18 червня в якості міжнародного заходу «Дня стійкої гастрономії». Мета: сприяння розвитку сільського господарства, продовольчої безпеки, сталого виробництва продуктів харчування, а також збереження біорізноманіття); Міжнародний базар в штаб-квартирі ООН (щорічний міжнародний ярмарок International Bazaar, на якому можна подивитися і спробувати традиційні страви різних країн світу); Міжнародний день пікніка; Національний день вишневого домашнього торта і Суші день в США. |
| 18 | 19 червня, субота | Національний день Мартіні в США; Міжнародний день Шенен Блан (дата на 2021 рік. Проходить щорічно в 3-ю суботу червня); День фермера |
| 19 | 20 червня, неділя | Національний день ванільного молочного коктейлю і День содової з морозивом в США; День Ламбруско (Lambrusco - ігристе червоне вино, виготовлене з винограду Ламбруско) |
| 20 | 21 червня, понеділок | Національний день персиків з кремом в США |
| 21 | 22 червня, вівторок | День еклерів у шоколадній глазурі і Національний день цибулевих кілець в США |
| 22 | 23 червня, середа | Національний день печива з горіхом пекан в США |
| 23 | 24 червня, четвер | День праліне в США (десертний інгредієнт з меленого мигдалю, обсмаженого в цукрі) |
| 24 | 25 червня, п’ятниця | Національний день сома в США; День полуничного парфе в США; Міжнародний день рожевого вина (дата на 2021 рік. Відзначається в 4-ю п'ятницю червня) |
| 25 | 26 червня, субота | Національний день шоколадного пудингу в США |

*Продовження додатку Д*

| | | |
|---|---|---|
| 26 | 27 червня, неділя | Національний день кави в Колумбії; Національний день цвітіння апельсина в США; Національний день кави в Північній Кореї; Міжнародний день рибальства |
| 27 | 28 червня, | День молочного шоколаду; Національний день тапіоки в США |

| | | |
|---|---|---|
| | понеділок | (зернистий крохмалистий продукт, що одержують з коренів маніок) |
| 28 | 29 червня, вівторок | Національний день рису в Непалі; День хрусткої карамелі з мигдалем в США; День вафельниці (вафля була придумана в Греції в 1300-х роках) |
| 29 | 30 червня, середа | Національний день Май Тай в США («Май Тай» - алкогольний коктейль на основі рому. Класифікується як лонг дрінк і входить до числа офіційних коктейлів Міжнародної асоціації барменів, категорія «Сучасна класика») |
| Липень 2021 | | |
| 1 | 1 липня, четвер | Національний день імбирного печива і День креативного морозива в США |
| 2 | 2 липня, п'ятниця | День лікеру «Анісетт» в США |
| 3 | 3 липня, субота | День шоколадних вафель в США |
| 4 | 4 липня, неділя | День груші в Японії; День салату «Цезар» в США |
| 5 | 5 липня, понеділок | Національний день пирога з яблучною начинкою в США |
| 6 | 6 липня, вівторок | Національний день смаженої курки в США (неофіційне кулінарне свято) |
| 7 | 7 липня, середа | Міжнародний день шоколаду; Національний день полуничного санде і Національний день пончика в США; День макаронів (США) |
| 8 | 8 липня, четвер | Національний день шоколаду з мигдалем і Національний день фруктового морозива в США |
| 9 | 9 липня, п'ятниця | Національний день цукрового печива в США |
| 10 | 10 липня, субота | День натто в Японії. Натто - традиційна японська їжа, вироблена із зброджених соєвих бобів. У японській національній традиції ця страва є особливо популярною в якості сніданку); День коктейлю Piña Colada і День збору чорниці в США («Піна колада» - традиційний карибський алкогольний коктейль на основі світлого рому, з кокосовим молоком і ананасовим соком) |
| 11 | 11 липня, неділя | День Free Slurpee в Північній Америці (Slurpee - напій на основі фруктового сиропу. День його безкоштовного розповсюдження придумала мережа магазинів 7-Eleven на честь свого ювілею. Вона працює на ринку більше 90 років); Національний день чорничного маффіну і Національний день мохіто в США; Всесвітній день шоколаду; День рибалки |
| 12 | 12 липня, понеділок | День пеканового пирога в США |
| 13 | 13 липня, вівторок | День картоплі фрі в США |
| 14 | 14 липня, середа | Національний день лікеру Гран Марні в США |

*Продовження додатку Д*

| | | |
|---|---|---|
| 15 | 15 липня, четвер | Національний день пудингу з тапіоки і Національний день мармеладних черв'ячків у США |
| 16 | 16 липня, | День оладок з кукурудзи в США; Національний день особистого шеф-кухаря в США |

| | | |
|---|---|---|
| | п’ятниця | |
| 17 | 17 липня, субота | Національний день персикового морозива в США |
| 18 | 18 липня, неділя | День Хот-дога (Відзначається з 1971 року як весняне свято в містечку Альфред,, Нью-Йорк. За традицією він проводиться з третьої суботи квітня, хоча багато студентів святкують цілий «Тиждень хот-догів», з середи по неділю. Неформальні заходи 18 липня проводяться у всьому світі, де люблять хот-дог, включаючи США («хот-дог-ланч» на Капітолійському пагорбі), Канаду, Великобританію та Австралію); Національний день ікри в США |
| 19 | 19 липня, понеділок | День коктейлю «Дайкірі» в США |
| 20 | 20 липня, вівторок | Міжнародний день торта (International Cake Day); Національний день льодяників на паличці і Національний день печива з передбаченнями в США |
| 21 | 21 липня, середа | Національний день шкідливої їжі і Національний день морозива в США; Національний день хот-дога в США (Дата на 2021 рік. Відзначають в третю середу липня); Міжнародний день нездорової їжі; Фестиваль Гладмат в Ставангері, Норвегія (дата на 2021 рік. Це один з найбільших і важливих фестивалів їжі в країні. Він проходить щорічно в липні в місті Ставангер, на південному заході Норвегії) |
| 22 | 22 липня, четвер | Національний день приготування Пануччі в США |
| 23 | 23 липня, п’ятниця | Національний день ванільного морозива в США |
| 24 | 24 липня, субота | День текіли в США |
| 25 | 25 липня, неділя | Національний день гарячого санде з помадкою в США; День кулінарів Америки |
| 26 | 26 липня, понеділок | Національний день бублика і День кавового милк-шийка в США |
| 27 | 27 липня, вівторок | Національний день шотландського віскі, День гострого хот-дога і День крем-брюле в США |
| 28 | 28 липня, середа | День молочного шоколаду і Національний день гамбургера в США |
| 29 | 29 липня, четвер | Національний день лазаньї і День курячих крилець в США |
| 30 | 30 липня, п’ятниця | Національний день чизкейка в США (страва європейської та американської кухні, що являє з себе десерт з сиру, від сирної запіканки до суфле); Кулінарний фестиваль у Тронхеймі, Норвегія (дата на 2021 рік. Фестиваль Oi! Trøndersk Mat og Drikke, присвячений місцевій кухні) |
| 31 | 31 липня, субота | Національний день малинового торта |
| Серпень 2021 | | |

*Продовження додатку Д*

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 1 серпня, неділя | День торта з малиновим кремом в США; Міжнародні Дні Альбаріньо |

| | | |
|---|---|---|
| 2 | 2 серпня, понеділок | Національний день морозива у формі сендвіча в США |
| 3 | 3 серпня, вівторок | Національний день кавуна, Медовий день і День гірчиці в США; Всесвітній день кавуна |
| 4 | 4 серпня, середа | День народження шампанського (Неофіційне свято цінителів цього ігристого вина. Вважається, що саме в цей день в 1693 році французький чернець Дом Періньйон відкрив секрет приготування шампанського); Національний день печива з шоколадною стружкою в США; Національний день білого вина в США |
| 5 | 5 серпня, четвер | Національний день індійського пива Pale Ale в США (Дата на 2021 рік. Відзначається в перший четвер серпня); Всесвітній день устриць (вперше з'явився як Національний день устриць в США) |
| 6 | 6 серпня, п’ятниця | Національний день пива з коріння з морозивом в США; Міжнародний день пива (Дата на 2021 рік. Щорічне неофіційне свято відзначають в першу п'ятницю серпня. Виникло в 2007 році в Санта-Круз, Каліфорнія, з ініціативи Джессі Авшаломова) |
| 7 | 7 серпня, субота | День малини з вершками в США |
| 8 | 8 серпня, неділя | День дині в Туркменістані (Дата на 2021 рік. Щорічний національний фестиваль відзначається у другу неділю серпня); Національний день замороженого заварного крему і Національний день цукіні в США; День шоколаду в Чилі (Día del Chocolate) |
| 9 | 9 серпня, понеділок | Національний день рисового пудингу в США |
| 10 | 10 серпня, вівторок | День десерту S'mores в США |
| 11 | 11 серпня, середа | Національний день малинового торта в США; Національний день паніні в США (Паніні - італійський аналог страви, більш відомої як гарячий бутерброд) |
| 12 | 12 серпня, четвер | Національний день смаженої нарізки в США |
| 13 | 13 серпня, п’ятниця | День філе-міньйон в США |
| 14 | 14 серпня, субота | День морозива Creamsicle в США |
| 15 | 15 серпня, неділя | Національний день лимонного пирога-безе в США |

*Продовження додатку Д*

| | | |
|---|---|---|
| 16 | 16 серпня, понеділок | День шоколаду в Палау-де-Серданья і Лангедок-Руссільон у Франції (Xicolatada має більш ніж трьохсотрічну історію - традиційний фестиваль, де віддається перевага продуктам з |

| | | |
|---|---|---|
| | | додаванням шоколаду); Національний день ромів і Національний день братвурст в США (братвурст - німецька назва сосисок для смаження на сковороді або на грилі); Міжнародний день Піно Нуар (Піно Нуар - дуже виразне вино) |
| 17 | 17 серпня, вівторок | День ванільного заварного крему і День кукурудзяного качана в США; День картоплі (одна з найпопулярніших овочевих культур в світі) |
| 18 | 18 серпня, середа | Національний день торта-морозива в США |
| 19 | 19 серпня, четвер | Національний день м'якого морозива, День картоплі, Національний день гарячої та гострої їжі в США; День пасічника України |
| 20 | 20 серпня, п'ятниця | День шоколадного пеканового пирога і Національний день любителів бекону в США |
| 21 | 21 серпня, субота | Національний день солодкого чаю і День спумоні в США (Spumone, множина spumoni, являє собою формоване морозиво, яке складається з шарів різних кольорів і смаків, зазвичай містить цукати і горіхи); День ресторану у серпні (Дата на 2021 рік. Проводиться один раз в сезон в третю суботу в лютому, травні, серпні та листопаді) |
| 22 | 22 серпня, неділя | Національний день кави в Перу; Національний день торта з піканом і Національний день «Їж персик» в США |
| 23 | 23 серпня, понеділок | Національний день кубинського сендвіча і Національний день бісквіта в США |
| 24 | 24 серпня, вівторок | Національний день вафлі і День пирога з персиками в США; День народження картопляних чіпсів |
| 25 | 25 серпня, середа | Національний день «Віскі сауер» і Національний день бананового спліта в США |
| 26 | 26 серпня, четвер | Національний день вишневого морозива «Попсікл» в США |
| 27 | 27 серпня, п'ятниця | Національний день бананів, Національний день горщика з кремом і Національний день бургера в США; День сала в Україні або День українського сала |
| 28 | 28 серпня, субота | Національний день вишневих слойок і Національний день червоного вина в США |
| 29 | 29 серпня, неділя | Національний Чоп Суей Дей і День «Більше трав, менше солоного» в США (Chop suey означає «асорті зі шматочків», - це страва з американо-китайської кухні, що складається з м'яса курки, риби, яловичини, креветок або свинини та яєць з овочами, зазвичай з паростками квасолі, капустою і селерою в загущених крохмалем соусах) |
| 30 | 30 серпня, понеділок | Національний день смажених на вогні маршмеллоу в США; Міжнародний день Каберне Совіньйон |

*Продовження додатку Д*

| | | |
|---|---|---|
| 31 | 31 серпня, вівторок | Національний день суміші сухофруктів і горіхів у США (Деякі стверджують, що подібна суміш була винайдена в 1968 році двома серфінгістами з Каліфорнії, які змішали арахіс і родзинки для |

| | | |
|---|---|---|
| | | створення більш енергетичної закуски. Проте про таку суміш є згадки з 1958 року); Міжнародний день бекону; День їжі на свіжому повітрі |
| 1 | 1 вересня, середа | Національний день гуро в США (це страва з м'яса, підсмаженого на вертикальному крутиві, зазвичай подається як бутерброд) |
| 2 | 2 вересня, четвер | Національний день чорниці і Національний день вівсянки на сніданок в США; Міжнародний день каберне (дата на 2021 рік. Відзначається в четвер перед Днем праці в США) |
| 3 | 3 вересня, п’ятниця | День грінок з сиром «Валлійський кролик» і Національний день барбекю зі свинячих реберець в США |
| 4 | 4 вересня, субота | Національний день кави в Німеччині (Дата на 2021 рік. Відзначається в першу суботу вересня); Національний день горіха макадамії в США (Горіх макадамії з сімейства протейні родом з Австралії, а значна частина цього продукту на світовому ринку зараз вирощується на Гаваях. Вперше в комерційних цілях вони почали вирощуватися там у 1921 році) |
| 5 | 5 вересня, неділя | Національний день піци с сиром в США |
| 6 | 6 вересня, понеділок | Національний день кавового морозива в США |
| 7 | 7 вересня, вівторок | Національний день любителів пива, Національний день салямі і День жолудьового гарбуза в Сполучених Штатах Америки |
| 8 | 8 вересня, середа | Національний день хліба з фініками і горіхами в США |
| 9 | 9 вересня, четвер | Національний день перцевого стейка, Національний день шніцеля по-віденськи і Національний день «Я люблю їжу» в США |
| 10 | 10 вересня, п’ятниця | Національний день кави в Коста-Ріці (Дата на 2021 рік. Відзначається в другу п'ятницю вересня) |
| 11 | 11 вересня, субота | День пряних булочок з хрестом в Сполучених Штатах Америки |
| 12 | 12 вересня, неділя | Національний день молочно-шоколадного коктейлю в США |
| 13 | 13 вересня, понеділок | Національний день шоколаду в США; Національний день алкогольного напою кашаса в Бразилії (Міцний алкогольний напій, що отримується шляхом дистиляції чистого екстракту цукрової тростини з міцністю - 39-40 градусів. У ряді країн називається Бразильський ром); Національний день арахісу в США |
| 14 | 14 вересня, вівторок | День пончиків з кремом і День сендвіча «Субмаріна» в США |

*Продовження додатку Д*

| | | |
|---|---|---|
| 15 | 15 вересня, середа | Національний день подвійного чизбургера, День м'ятного лікеру і День лінгуіні в США (лінгуіні або Лінгвінетте - класичні італійські макаронні вироби великого формату родом з регіону Кампанія) |
| 16 | 16 вересня, | Національний день Гуакамоле, День приготування домашнього тіста і |

| | | |
|---|---|---|
| | четвер | Національний день хліба з корицею і родзинками в США (Гуакамоле - холодна закуска з пюрованої м'якоті авокадо. Має консистенцію густого соусу. Страва мексиканської кухні, має ацтекські коріння); Міжнародний день Гренаш (дата на 2021 рік. Відзначають в 3-ю п'ятницю вересня) |
| 17 | 17 вересня, п’ятниця | Дні сиру в Монро, штат Вісконсін, США (Дата на 2021 рік. Заходи проводяться в треті вихідні вересня в історичному центрі міста, відомому як «Квадрат». Свята включають карнавальні атракціони, різноманітні страви місцевої кухні, ремісничі і клубні ярмарки, традиційну живу швейцарсько- німецьку музику - польки і вальси. У неділю вдень проходить барвистий двогодинний парад); День яблук в тісті і Національний день Монте-Крісто у США (Monte Cristo Day - день, щоб побалувати себе і насолодитися чудовим бутербродом) |
| 18 | 18 вересня, субота | Всесвітній день моніторингу якості води; Національний день чизбургера в США |
| 19 | 19 вересня, неділя | Національний день кави в Ірландії; День карамельного пудингу в США |
| 20 | 20 вересня, понеділок | Національний день кави в Монголії; Національний день ромового пуншу в США |
| 21 | 21 вересня, вівторок | Національний день соняшнику в ПАР; День печива з пеканом в США |
| 22 | 22 вересня, середа | День білого шоколаду; Національний день морозива в конусі в США |
| 23 | 23 вересня, четвер | Національний день морозива в Бразилії; День гастрономії у Франції |
| 24 | 24 вересня, п’ятниця | Національний день вишневого тріумфу в США |
| 25 | 25 вересня, субота | Національний день працівників громадського харчування в США |
| 26 | 26 вересня, неділя | Національний день пирога з лаймом в США |
| 27 | 27 вересня, понеділок | День «Обійми вегетаріанця» |
| 28 | 28 вересня, вівторок | День свободи від голоду (Вперше відзначено 28 вересня 2006 року. Мета заходів спрямована на підвищення обізнаності про проблеми глобального голоду); Національний день кави в Швейцарії; Національний день полуничного кремового пирога і День розпивання пива в США |
| 29 | 29 вересня, середа | Національний день кави (Сполучені Штати, Канада, Англія, Австралія, Австрія, Бельгія, Ефіопія, Угорщина, Ісландія, Індія, Індонезія, Малайзія, Мехіко, Нова Зеландія, Норвегія, Філіппіни, Шотландія, Румунія, Словаччина, Південна Африка, Швеція, Тайвань); Національний день кави Моккачіно в США (кавовий напій, створений в Америці, є різновидом латте з додаванням шоколаду) |
| 30 | 30 вересня, четвер | Національний день жувальної гумки і День гарячого яблучного сидру зі спеціями в США |

## Додаток Е

## Гастрономічний дизайн: головні світові тренди в оформленні ресторанів, кафе і барів [54]

Harpenden Arms





*Продовження додатку Е*

Hokkaido Dairy Farm



Hokkaido Dairy Farm



Hokkaido Dairy Farm



*Продовження додатку Е*

The Living Room



The Living Room



The Living Room



*Продовження додатку Е*

Nelson's Diner




Nelson's Diner



Nelson's Diner



*Продовження додатку Е*

Planta



Planta



Frenchie Covent Garden



*Продовження додатку Е*

Nacree



JIS



JIS



*Продовження додатку Е*

Ricc



Shizuku



STK Toronto



*Продовження додатку Е*

BAO



Shade Burger



Uli



*Продовження додатку Е*

Atrium Kitche



Rest & Roll



Cirrus





Cirrus



Cirrus



T-bar



*Продовження додатку Е*

T-bar




Shade Burger



Refinery



*Продовження додатку Е*

Douro



Douro



*Продовження додатку Е*

The Smith NoMad



The Smith NoMad



**Додаток Ж**

**Гастрономічний дизайн: головні світові тренди в оформленні ресторанів, кафе і барів**

Джерело: сформовано та доповнено автором за даними [54]

| Гастрономічний дизайн | Концепція |
|---|---|
| Геометричний малюнок | Найчастіше механізм зародження актуальних тенденцій є циклічним, і багато рішень, які сьогодні пропонують дизайнери інтер'єрів, вже були актуальні в минулому. Любов до геометрії була на піку популярності в 60-70 роки минулого століття. Сучасні концепти не сліпо копіюють, а обіграють цей прийом. Матеріали з геометричним малюнком допоможуть зонувати приміщення, розставити акценти. Це може бути для підлоги та стін плитка різноманітної геометричної форми: ромби, куби, трикутники, п'ятикутник, прямокутники. Розпис або принт з геометричним візерунком на стінах і стелі або геометричні мотиви можуть бути присутніми у драпіруванні меблів. Забарвлення використовуються від ніжних, нейтральних, до насичених, яскравих, соковитих. Прикладом рішень з геометричним малюнком можуть служити інтер'єри бару The Living Room в Манчестері, пабу The Harpenden Arms в Харпендені, ресторану Planta в Торонто, ресторану Hokkaido Dairy Farm в Гонконзі, закусочної Nelson's Diner Ньюбері, кафе No. 19 в Ascot Vale в Австралії. |
| Стеля як артоб'єкт | В оформленні стель практикують два підходи. Стельовий простір може бути відкритим, нейтральним. За допомогою кольору його роблять практично невидимим, комунікації не ховають, вони якби мімікрують. Весь акцент в таких інтер'єрах – на обстановку залу, а стелі, не обтяжені декором, дають відчуття об'єму і легкості, вертикально збільшують простір. Наприклад, як в барі японського міста Сендай Nacrée. Або закладі Frenchie Covent Garden в Лондоні.<br>Або, навпаки, стеля створює основний настрій. Її прикрашають приголомшливі інсталяції – підвісні конструкції, криволінійні форми, фактурні композиції з дерева, металу, пластику, текстилю та ін. Важливе правило - така химерна стеля повинна поєднуватися з основною стильовою концепцією дизайну всього приміщення. Серед об'єктів зі стелями, що виходять за межі традиційного підходу, можна назвати ресторан Origami в Шанхаї, японські ресторани JIS в Саппоро, Ricca в Сіндзюку-ку, стейк-бар STK Toronto в Торонто, кафе Shizuku в Портленді. В Україні це - ресторан BAO в Києві або кафе Shade Burger в Полтаві, який був названий кращим в номінації «Європейські ресторани» на міжнародній премії в галузі ресторанного та барного дизайну Restaurant & Bar Design Awards. |

*Продовження додатку Ж*

| | |
|---|---|
| Більше простору | Прибрати всі перегородки, зробити зал загальним, створити |

| | |
|---|---|
| | простір open space – такий підхід може здатися занадто демократичним і відкритим для клієнтів, які шукають усамітнення, проте дизайнери і ресторатори запевняють, що сучасна публіка жадає спілкування та нових знайомств, особливо якщо мова йде про бари та кафе. Такий прийом – єдино можливий в приміщеннях з невеликим метражем, однак і більш просторі території схильні до цього тренду. Адже такі інтер'єри прості, світлі, тут більше обсягу і повітря. Заклад Rest & Roll в Таїланді (в ChaCherngSao), бар Shilling Brewing Co. в Глазго, кафе Uli в Лондоні, ресторан Atrium Kitchen в Камдені в Лондоні оформлялися саме так. |
| Бетон в інтер'єрі | Використовувати бетон в інтер'єрах, вносячи нотку промислової естетики, сьогодні, як і раніше, актуально. Недорогий, доступний, міцний і універсальний матеріал можна вдало скомпонувати і ввести не тільки в брутальний лофт, але і в мінімалістичні інтер'єри або еклектику. Бетон доречний у багатьох стилях. Бетонні стіни, підлогу, стелю, колони і арки з бетону не ховають в таких інтер'єрах, навпаки, вони виступають або вигідним фоном для дизайнерських рішень, або ключовою акцентною знахідкою. Бетон вигідно виглядає як сам по собі, так і в поєднанні з деревом, металом, склом, керамікою. Упевнитися, наскільки бетонні композиції виграшні в громадських інтер'єрах, можна на прикладі ресторанів Cirrus в Бранджаро в Австралії, The Refinery в Манчестері, барах T-bar в Панамі, Leadbelly's Bar & Kitchen в Лондоні, закладі BU! в Абу-Дабі. |
| Не засиджуватися | Продовжує розвиватися формат закладів, які передбачають часту зміну відвідувачів. Щоб клієнти, покуштувавши кулінарних шедеврів, не залишалися ще на кілька годин сидіти за столиком, нічого не замовляючи, дизайнери пропонують облаштовувати територію ресторанів, кафе, барів з великим трафіком відвідувань з меншим комфортом, орієнтуючись при розробці інтер'єрів на так званий «незручний» дизайн. Але роблять це красиво, щоб не образити клієнта. Замість м'яких диванів і крісел встановлюються лави і табурети зі сталі та дерева, довгі ергономічні стільниці вдало вписуються навіть у приміщення з невеликим метражем, при плануванні внутрішнього простору дизайнери уникають затишних куточків і містечок, орієнтуючись більше на відкритість всіх площ – в такому підході вітається багато світла, інтеграція в зовнішній простір. Інтер'єр повинен бути спонукальним і запрошувати прийти знову. Прикладом такого підходу можуть служити інтер'єри бару Douro в Лондоні від Steph Gallia, або заклад The Smith NoMad в Нью-Йорку. |

## Додаток К

**Визначення понять туристичний «продукт», «товар», «послуга» як операційних одиниць в туризмі**

| **нормативний документ автор** | **термін «туристичний продукт»** |
|---|---|
| Бейдик О. [15]. | Це набір послуг, що входять у вартість туристичної поїздки за певним маршрутом з комплексним обслуговуванням. |
| Дербакова Ю. [78, с. 127]. | Попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, розміщення та інші туристичні послуги, не пов’язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об’єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо. |
| Закон України «Про туризм» [95]. | Туристична послуга – будь-яка окрема послуга, що спрямована на задоволення вимог відвідувачів; туристичний продукт – попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням. |

*Продовження додатку К*

| | |
|---|---|
| Єрмолаєва Л. [88, с. 286]. | «є об'єктом продажу у вигляді сукупності однієї чи декількох туристичних послуг». |
| Кіптенко В. [106, с. 304]. | Включає три елементи: тур, додаткові туристично-екскурсійні послуги, товари. |
| Ланда О. [132]. | Класифікує туристичний продукт за складовими частинами на туристичні послуги (основні, додаткові та спеціалізовані), туристичні товари (специфічні та неспецифічні) і природні та антропологічні умови й ресурси (штучні та натуральні). |
| **Любіцева О.** [139]. | Комплекс туристичних благ, послуг та товарів, представлений у вигляді програми, складеної з урахуванням індивідуальних побажань, в межах якої реалізується мета перебування людини поза постійним місцем проживання, і комплекс заходів по її реалізації на відповідному якісному рівні. |
| Лютак О. , Романчук Д. [141]. | Туристичний продукт включає такі складники: тур (як комплекс туристичних послуг), окремі туристичні послуги (наприклад, транспортні, страхові, екскурсійні) та товари туристичного призначення (наприклад, каталоги, довідники, путівники). |
| ***Мальська М.,*** ***Худо*** В. [143]. | Як упорядкована сукупність туристичних послуг, робіт і товарів (пакет туристичних послуг), що складається щонайменше з двох або більше одиничних чи множинних туристичних послуг, робіт, товарів і засобів забезпечення, інших туристичних ресурсів, достатніх для задоволення потреб туристом у процесі з метою туризму. |

*Продовження додатку К*

| | |
|---|---|
| Митник М. [150, с. 421]. | Потрібно розглядати як «сукупність неоднорідних складових – це різноманітні послуги, які надаються клієнту, мають специфічні особливості, які пов’язані із стратегіями їх реалізації». |
| Правик Ю. [237]. | Асоціюють із поняттям туристичний пакет (комплекс послуг, що надають під час подорожі за індивідуальним або груповим варіантом, який пропонують для широкого продажу споживачам, до якого, окрім транспорту, входять послуги розміщення, послуги гіда, харчування та інші види обслуговування тощо. |
| Пушек Н. [240]. | Тур як продукт туристичного оператора має специфічні риси. |
| Сагалакова Н. [251]. | Пропонує розкривати його як «…набір послуг і товарів спеціального призначення, що виражають відносини між суб'єктами туристичного ринку, тобто між виробниками і споживачами туристичних послуг у процесі їх виробництва, просування та реалізації». |
| Шепелюк С. [296]. | Охоплює пакет туристичних послуг та туристичні товари, тобто є товарною одиницею, що має цілісно-цільовий характер та охоплює комплекс матеріальних і нематеріальних благ, необхідних для обслуговування сукупності конкретних туристичних маршрутів, та сформований для задоволення потреб споживачів. |
| Школа І., Ореховська Т. [297, с. 9]. | Стверджують, що «туристичний продукт» – «…це комплекс туристичних послуг, необхідних для задоволення потреб туриста під час його подорожі». |

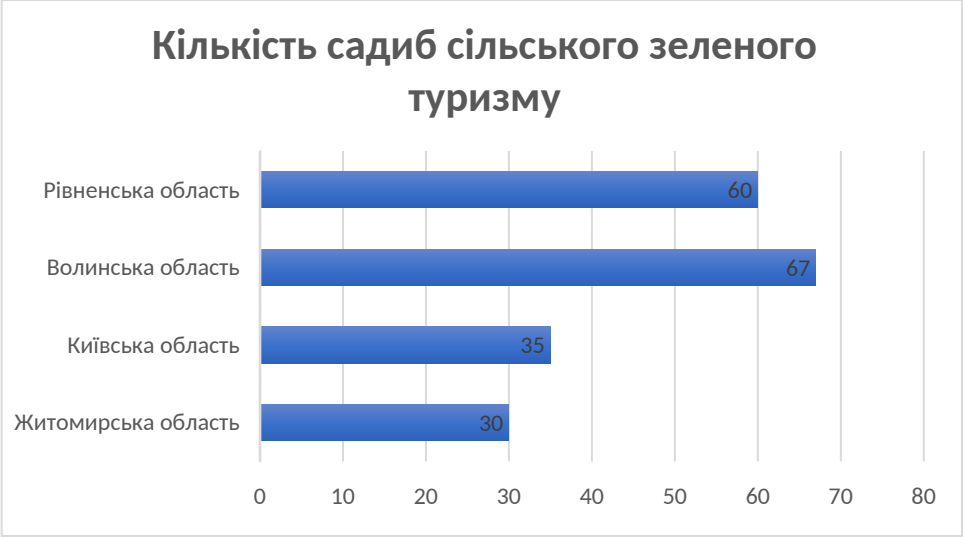
*Продовження додатку К*

| | |
|---|---|
| Яковлєв Г. [303]. | Сукупність речових (предметів споживання) і нематеріальних (у формі послуги) споживчих цін, необхідних для задоволення туристів у період туристської подорожі і викликаних саме цією подорожжю. |
| Burkart A., Medlik S. [342]. | Туристичний продукт одночасно являє собою сукупність вельми складних різнорідних елементів. |
| Holloway J. [397]. | «Туристичний продукт – складний продукт, що охоплює місце, послуги та деякі матеріальні продукти». |
| Marczak M. [426]. | Що визначає продукт у туристичній галузі, є складнішим, ніж в інших сферах. Первинна проблема полягає в тому, що різні підприємства обслуговують туристичний ринок і бачать вони цей продукт по-різному. |
| Smith S.[476]. | Туристський продукт − це комплекс людських відчуттів та досвіду, який є результатом виробничого процесу, де турист користується послугами та інфраструктурою для створення кінцевого продукту, тобто власних вражень. |

**Додаток Л**

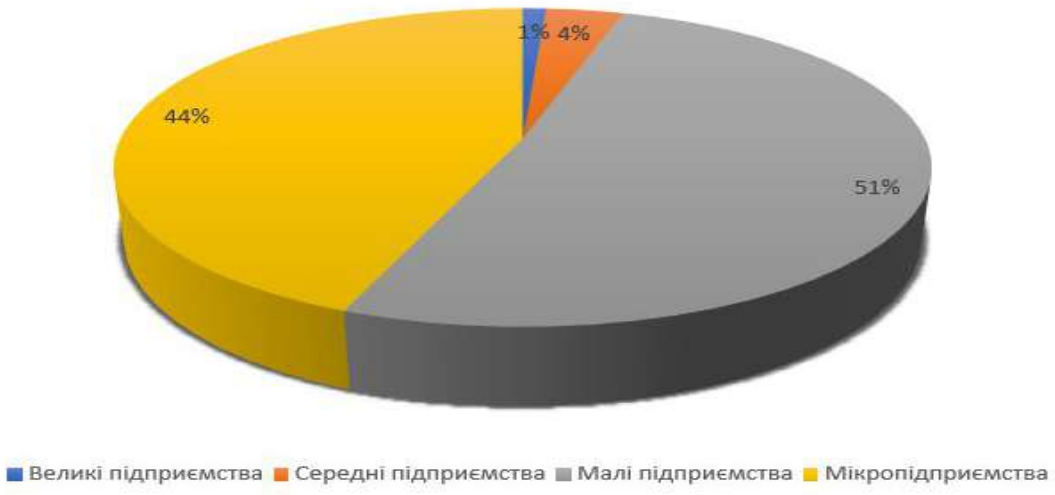
# Складові інтегрального показника типізації агрокультурної спадщини Правобережного Полісся України

**Кількість садиб сільського зеленого туризму** [267- 270]




**Показники діяльності підприємств сільського лісового та рибного господарства за їх розмірами** [267- 270]

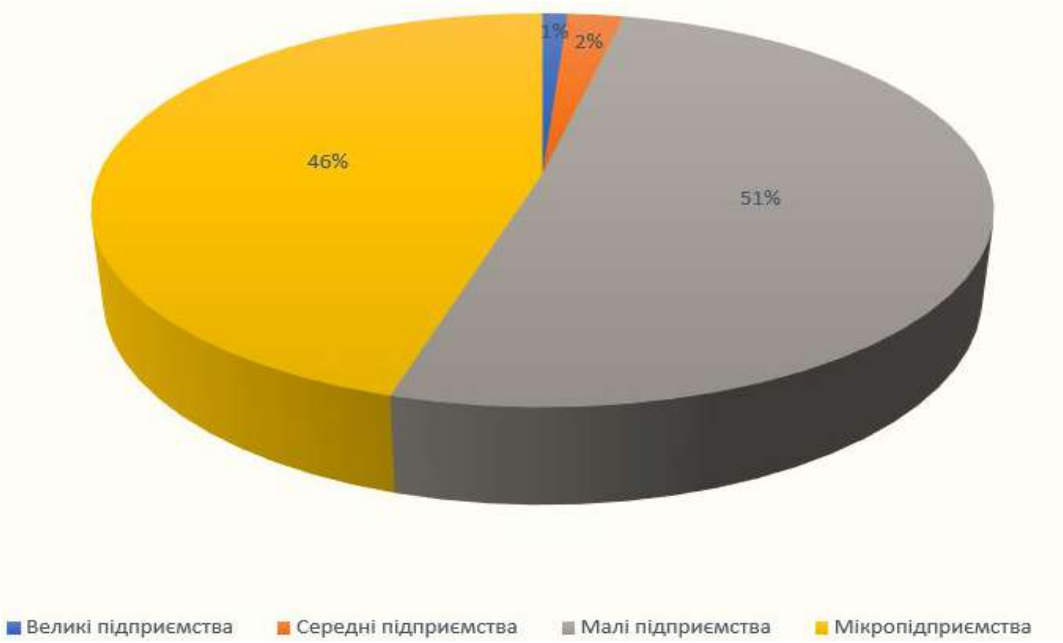
Показники діяльності підприємств сільського, лісового та рибного господарства за їх розмірами в Житомирській області



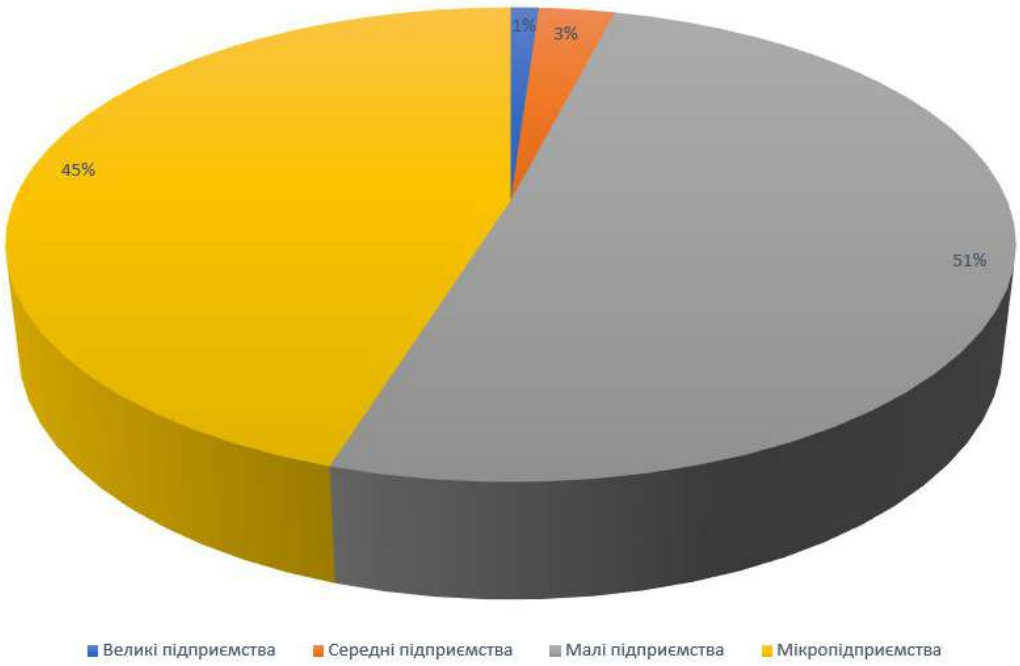

*Продовження додатку Л*

Показники діяльності підприємств сільського, лісового та рибного господарства

за їх розмірами у Волинській області



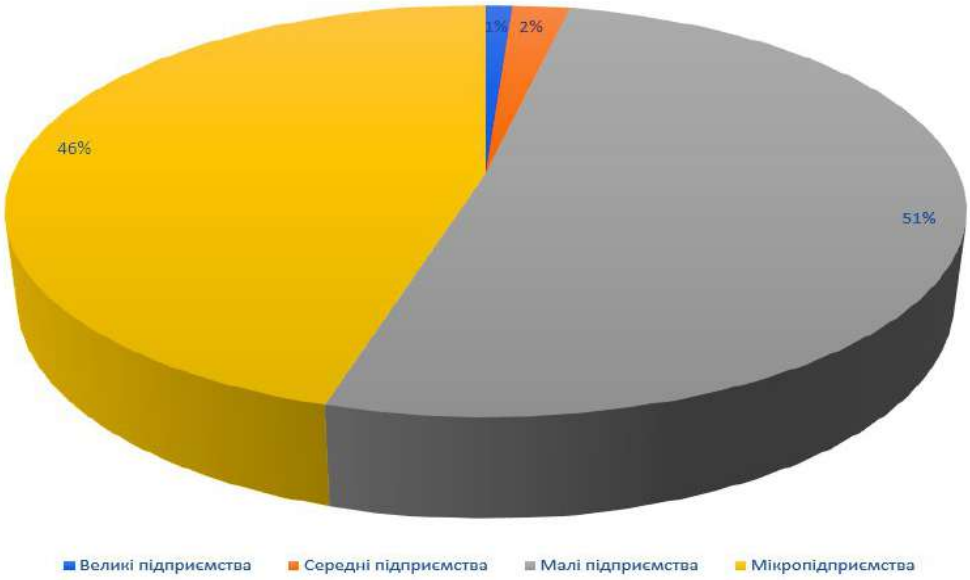

Показники діяльності підприємств сільського, лісового та рибного господарства за їх розмірами у Рівненській області




*Продовження додатку Л*

Показники діяльності підприємств сільського, лісового та рибного господарства

за їх розмірами у Київській області




**Виробництво сільськогосподарських культур** [267- 270]

Виробництво сільськогосподарських культур, господарства населення в Житомирської області

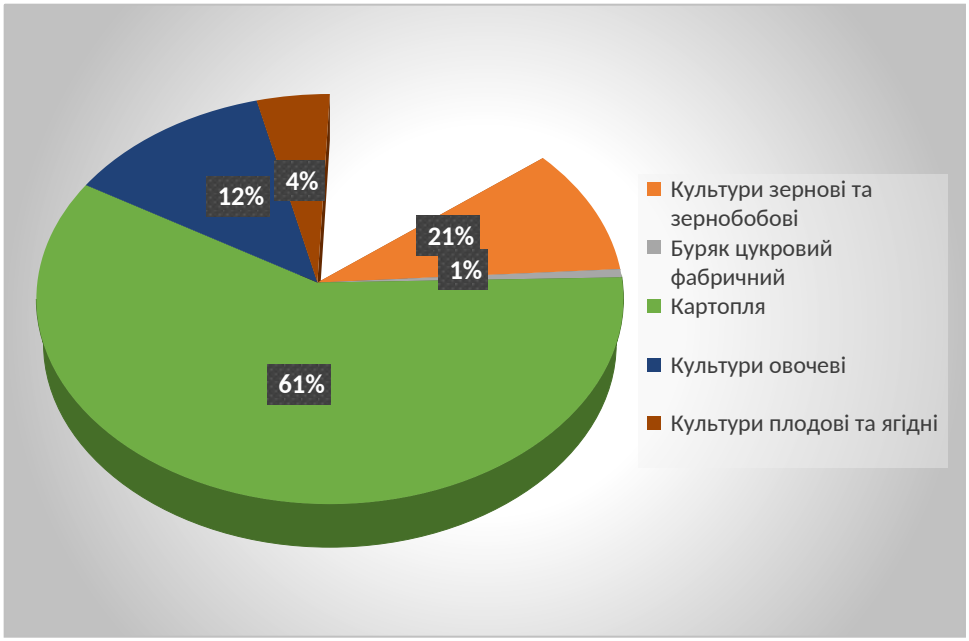



*Продовження додатку Л*

Виробництво сільськогосподарських культур, господарства населення у Волинській області




Виробництво сільськогосподарських культур, господарства населення в Рівненській області




*Продовження додатку Л*

Виробництво сільськогосподарських культур, господарства населення в Київській області



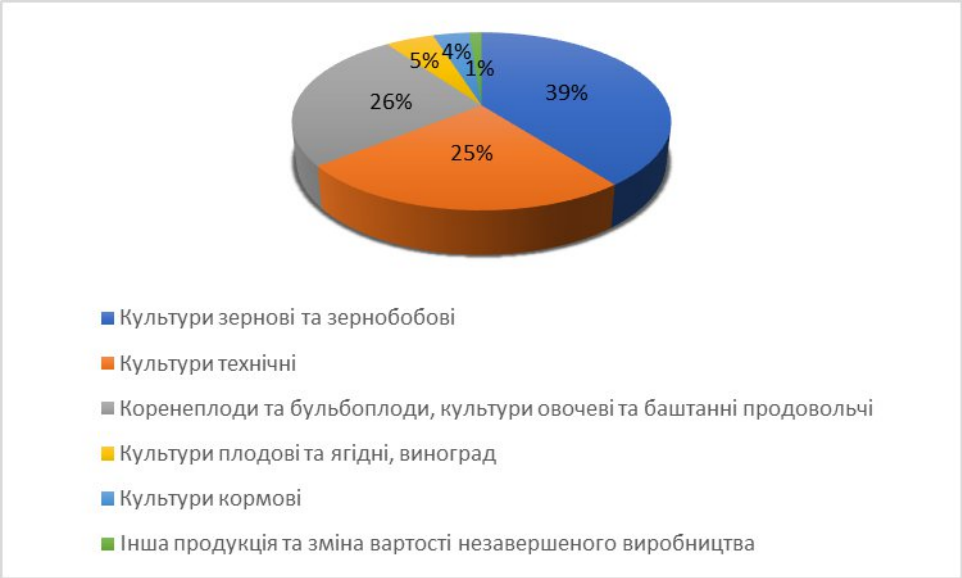

**Структура продукції сільського господарства** [267- 270]

Структура продукції сільського господарства в Житомирський області




*Продовження додатку Л*

Структура продукції сільського господарства у Рівненській області

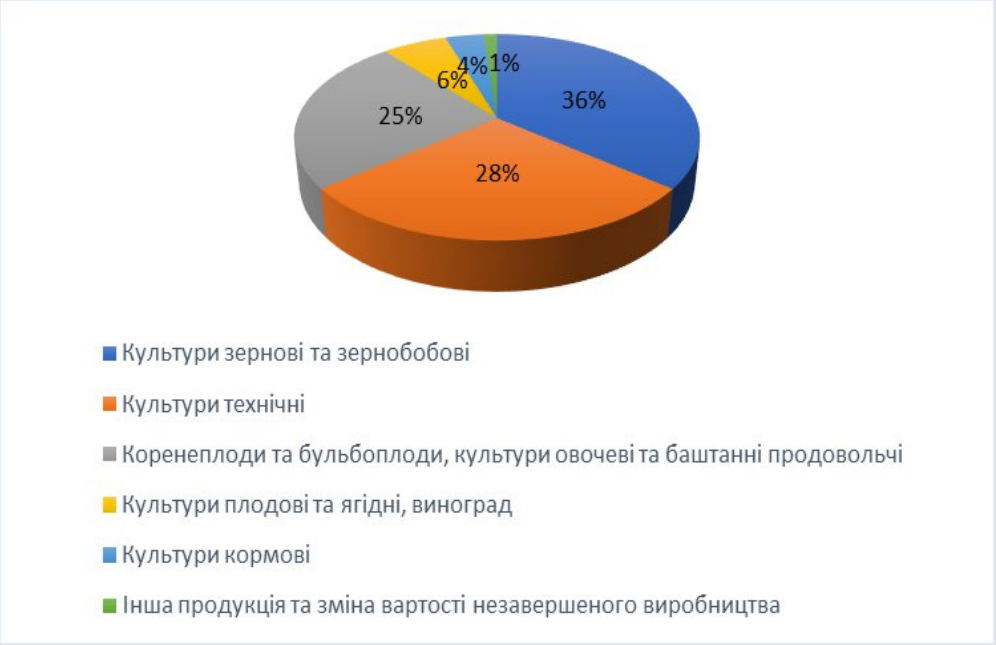



Структура продукції сільського господарства у Волинській області




*Продовження додатку Л*

Структура продукції сільського господарства у Київській області




## Додаток М

## Програма гастрономічного Фестивалю деруна у розрізі років

| | |
|---|---|
| 2008 рік | • Коростенці випекли найбільший в Україні дерун. Тоді дерун-рекордсмен заважив 118 кілограмів і потрапив до Книги рекордів України. Було використано 100 кг картоплі.<br>• Конкурси на кращий плакат про деруни, кращий рецепт дерунів, кращий і смачно випечений дерун, кращу пісню, вірш, анекдот, комічну історію про деруни. Переможців конкурсів чекали призи.<br>• Змагання з Дерунярського триборства. |
| 2009 рік | • Був урочисто відкритий пам'ятник деруну. У відкритті пам'ятника взяв участь Голова Верховної Ради України Володимир Литвин.<br>• Дегустація близько 100 видів дерунів, приготовлених за оригінальними рецептами. |
| 2010 рік | • Коростенці знову випекли дерун-рекордсмен. Цього разу вже вагою 140 кг. |
| 2011 рік | • Кухарі змагалися у приготуванні страв, а гості брали участь у конкурсі віршів, пісень і плакатів про деруни.<br>• Дерунярське триборство (армлеслінг, піднімання тягарів і метання дерунів).<br>• Майстер-клас (рецепт картопляних млинців на будь-який смак).<br>• Гості урочисто вступають в Клуб любителів дерунів. |

*Продовження додатку М*

| | |
|---|---|
| 2012 рік | • Виступ колективу «Forma Dance». |

| | |
|---|---|
| 2013 рік | • Поліський ансамбль пісні і танцю «Льонок».<br>• Кращий національний костюм (чоловічий, жіночий, дитячий).<br>• Дерунярський ласун.<br>• «Зірка дерунярського мистецтва» (найсмачніші деруни).<br>• «Дивовижна самобутність» (краща презентація дерунів та облаштованого місця).<br>• «Коростенська Солоха».<br>• Дерунярське триборство та поліські конкурси.<br>• Виступ фольклорного ансамблю національного обряду «Родослав». |
| 2014 рік | У 2014 році фестиваль був скасований у зв'язку з важкою ситуацією в країні |
| 2015 рік | • Гостей годували дерунами під гаслом «З'їж дерун - допоможи захисникам», передаючи 1 гривню з кожної проданої порції дерунів у ГО «Коростенський центр допомоги учасникам АТО».<br>• Продаж сувенірів не тільки з Коростеня, а й з Карпат. Вироби з дерева, кераміки, різноманітний глиняний посуд, в тому числі і гаварецька кераміка, вовняні вироби і національні костюми, віночки-обідки найрізноманітніших забарвлень. |
| 2016 рік | • Однією з особливостей Дерун-фесту в цьому році був благодійний аукціон, під час якого організатори продали костюм мера міста. У цьому вбранні він сім років поспіль проводив майстер-клас з приготування дерунів.<br>• |

*Продовження додатку М*

| | |
|---|---|
| 2017 рік | • На фестивалі представили деруни за рецептами норвежців, німців, поляків, козацькі, депутатські, древлянські та навіть |

| | |
|---|---|
| | соціальні. Місцеві господині приготували деруни на будь-який смак і гаманець. Готували в Коростені навіть екзотичні іспанські деруни з не менш екзотичною назвою «тортело».<br>• Вперше пройшов конкурс «В древлянській столиці цвітуть вишиванки» на кращу вишиванку, виготовлену власноруч (жіноча, чоловіча, дитяча). |
| 2018 рік | • Відвідування військово-історичного об'єкту «Скала».<br>• Майстер-клас з приготування дерунів від коростенського мера;<br>• Встановили новий рекорд на 10-му Фестивалі дерунів у м. Коростені. Тут щорічно вигадують нові рецепти, і їхня кількість вже перескочила за півсотні. Столиця дерунярства зібрала тисячі гостей з усієї України, яких пригощала картопляною смакотою. Столи просто ломилися від страв, бо в цьому році картопля вродила щедро. |
| 2019 рік | • XI Фестиваль дерунів у Коростені порадує своїх гостей ще й традиційними конкурсами та розвагами, виставками, виступами різних творчих колективів, гості зможуть урочисто вступити в Клуб любителів дерунів.<br>• Взяти участь в дерунярській лотереї.<br>• Побувати на поліському весіллі.<br>• Буде працювати традиційна школа дерунярства, яка цього року буде спеціалізуватися на підготовці наречених. |

*Продовження додатку М*

| | |
|---|---|
| 2021 рік | • XII Фестиваль дерунів у Коростені. На фестивалі коростенські господині, представники сусідніх районів Житомирщини, кухарі |

| | |
|---|---|
| | з різних регіонів та інших країн демонструють своє мистецтво приготування дерунів чи близьких до них страв з картоплі, а дегустатори та відвідувачі фестивалю визначають найкращі страви.<br>• **Всі бажаючі можуть проголосувати за найсмачніший дерун, який їм сподобається найбільше.**<br>• **В меню фестивалю:** поліські страви; деруни українські, заморські із викрутасами; майстер-клас з приготування дерунів від коростенського мера; деруни депутатські, козацькі, англійські, польські, німецькі, соціальні і халявні, а також дегустації інших страв і напоїв.<br>• Цього року родзинкою свята стане конкурс «Дерунярське триборство», яке об'єднає такі «дисципліни», як присідання з мішком картоплі і поїдання сметани на швидкість.<br>• Крім того, в цьому році на фестивалі з'являться «гостинні столи», де будуть безкоштовно пригощати дерунами тих, хто народився 9 вересня; тих, хто носить прізвище «Дерун»; тих, хто носить козацький оселедець; молодят, які одружилися в цей день. |

*Продовження додатку М*

| | |
|---|---|
| 2022 | • Цього року всі зібрані кошти від продажу смаколиків відправлять на закупівлю обладнання для одного з формувань |

| | |
|---|---|
| | Збройних Сил України.<br>• На п’яти локаціях місцеві господині випікали деруни на будь-який смак. Наприклад, можна було скуштувати «розумні деруни» від місцевих бібліотекарів.<br>• Локації спеціально облаштували у різних районах міста, аби всі охочі змогли скуштувати дерунів, наприклад, вийшовши з роботи на обід.<br>• Деруни пекли на мангалі. |

**Додаток Н**

**Динаміка відвідування гастрономічного Фестивалю деруна туристами**

[100]

(Джерело: сформовано автором)

| **Рік** | **Кількість відвідувачів** |
|---|---|
| 2008 рік | 5 000 |
| 2009 рік | 5 000 - 6 000 |
| 2010 рік | 6 500 |
| 2011 рік | 6 000 - 7 000 |
| 2012 рік | 5 000 - 10 000 |
| 2013 рік | 10 000 |
| 2014 рік | - |
| 2015 рік | 25 000 |
| 2016 рік | 50 000 |
| 2017 рік | 20 000 - 30 000 |
| 2018 рік | 20 000 - 25 000 |
| 2019 рік | 20 000 - 25 000 |
| 2020 рік | - |
| 2021 рік | 20 000 |

## Додаток П

## План Інтернет-листування з приводу гастрономічного фестивалю

| План листів для анонсу гастрономічного фестивалю | | | |
|---|---|---|---|
| Серія листів | | | **Про що лист ?** |
| АНОНСУВАННЯ ГАСТРОНОМІЧНОЇ ПОДІЇ | 1-й лист Відправляється за місяць до гастрономічної події | Анонс | Перший лист зберігає інтригу про гастрономічну подію, яка відбудеться. Далі з кожним листом розкривається детальна інформація. |
| | 2- й лист | Пізна-вальний | Захоплюйте цікавим контентом, щоб привабити до івенту. Включіть до листа: відео, аудіозображення, GIF, інфографіку. |
| | 3-й лист | Деталі | Подайте детальну інформацію про гастрономічну подію. Вкажіть: дату, місце проведення, умови участі, де можна придбати квитки. |
| НАГАДУВАННЯ ПРО ГАСТРОНОМІЧНУ ПОДІЮ | 4-й лист | Ваші рекомендації | В цьому листі можна розмістити детальний розклад гастрономічної події, а також порекомендувати кращі готелі недалеко від місця проведення заходу; де підписники змогли б зупинитися. |
| | 5-й лист | Повідомлення | Лист-повідомлення про початок гастрономічної події відправляється на електронну пошту за два дні або ж за1день до заходу. |
| | 6-й лист | «Ще раз про головне» | Цей лист відправляють в день заходу, виражається радість з приводу того, що нарешті сьогодні відбудеться гастрономічний фестиваль. Налаштуйте підписника на хвилю хорошого настрою. |
| | 7-й лист | Вдячність | Важливо подякувати підписнику за відвідування. Порадуйте гарним фото чи відеозвітом. |

## Додаток Р

## Гастрономічні фестивалі Правобережного Полісся України

Міжнародний фестиваль в м. Коростень – День деруна



**Фестиваль Fish Food Fest** в с. Перлявка Житомирського району



*Продовження Додатку Р*

**Свято чорниці в м. Олевськ**




**Фестиваль Малини** в с.  Малинівка Малинського району



Ягідний фестиваль «Брусвяна» в с. Костівці Брусилівського району



*Продовження Додатку Р*

Гастрономічний фестиваль «Мацик» в м. Рівне



Гастрономічний фестиваль «Смаковиця по-володимирськи»
в м. Володимир-Волинський




. Гастрономічний фестиваль «Світязький пончик» на березі озера Світязь




**Додаток С**

## Гастрономічні фестивалі (події) Правобережного Полісся України за фізико-географічними районами

| Індекс | Фізико-географічний район | Адміністративно-територіальний район | Населений пункт | Подія |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Волинське Полісся | Зарічненський | с. Бродниця | Фольклорно-етнографічний фестиваль «Журавлина» *22 вересня 2019 р.* *Скуштувати страви традиційної поліської кухні, кулінарні вироби з клюквою та святковий напій «Клюковка».*  |
| 2 | Волинське Полісся | Шацький | с. Світязь | Фестиваль світязького пончика, *12-14 липня 2019 р.* *Скуштувати різні види пончиків*  |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 3 | Волинське Полісся | Корецький | смт Соснове | Гастрономічний фестиваль «День гарячого казана»<br>*25 вересня 2019 р.*<br>*Скуштувати козацький куліш, боґрач, їстівні хатинки з сала та ковбаси*<br>  |
| 4 | Волинське Полісся | Любом-льський | с. Гуща | Театралізоване свято врожаю «Дарами повниться земля»<br>*9 вересня 2015 р.*<br>*Пишний коровай із зерна нового врожаю, великий сніп із червоною калиною і чорнобривцями. Кожна сільська рада представила духмяну випічку і дари полів.*<br>  |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 5 | Волинське Полісся | Дубровицький | с. Лютинськ | Туристично- кулінарний фестиваль «Дубова ложка»<br>*29 вересня 2019 р.*<br>*Різні види кулішів*<br>  |
| 6 | Волинське Полісся | Рівненський | с. Золотіїв | Фестиваль-ярмарок «Золотіївські ряди – свято меду і трави»<br>*12 серпня 2019р.*<br>*Скуштувати смачного меду*<br>  |
| 7 | Волинське Полісся | Сарненський | с. Сарни | «Свято хліба»<br>*7 жовтня 2019 р.*<br>*Свято хліба від торгової марки «Скиба»*<br>  |

*Продовження додатку С*

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 8 | Волинське | Маневицький | м. Вараш | Фестиваль «Мацика», «Свято |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | Полісся | | | хліба»<br>*9 вересня 2018 р.*<br>*Скуштувати мацики, які виробляють підприємства.*<br>  |
| 9 | Волинське Полісся | Володимир-Волинський | м. Володимир-Волинський | Гастрономічний фестиваль «Смаковиця по-володимирськи»<br>*15 вересня 2019 р.*<br>*Поласувати місцевими смаколиками, українським борщем.*<br>  |
| 10 | Житомирське Полісся | Народицький | смт Народичі | Свято Масляна<br>*відбувалося в останні дні лютого 2020 р.*<br>*Скуштувати вареники, млинці та сирні і кондитерські вироби*<br>  |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| T11 | Житомирське Полісся | Олевський | м. Олевськ | «Свято чорниці»<br>*21 липня 2018 р. відбувалося свято чорниці та фестиваль вуличної музики, які об'єднані спільною програмою «Weekend в Олевську». Скуштувати вареники та десерти з ягід, особливий чорничний соус до м'ясних страв і салатів.*<br>  |
| 12 | Житомирське Полісся | Радомишльський | с. Мала Рача | Фестиваль Радомлин<br>*23 липня 2020 р.*<br>*Скуштувати млинці та інші смаколики*<br>  |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 13 | Житомирське Полісся | Хорошівський | с. Старий Бобрик | Мотофестиваль «Великий казан»<br>*11-14 липня 2019 р.*<br>*Скуштувати традиційні страви*<br>  |
| 14 | Житомирське Полісся | Баранівський | м. Баранівка | Фестиваль млинця<br>*21 вересня 2018 р.*<br>*Поласувати найрізноманітнішими млинцями з соленими та солодкими начинками, приправленими сметаною, джемом, шоколадом та іншими смаколиками.*<br>  |
| 15 | Житомирське Полісся | Малинський | с. Малинівка | Фестиваль Малини<br>*13 липня 2019 р.*<br>*Поласувати стравами з малини: 12 різноманітних страв із малини, серед яких навіть малиновий борщ.*<br>  |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 16 | Житомирське Полісся | Брусилівський | с. Костівці | Ягідний фестиваль «Брусвяна-Україна»<br>*13 липня 2019 р.*<br>*Дегустація різних сортів ягід, визначення найсмачнішої лохини.*<br>  |
| 17 | Житомирське Полісся | Лугинський | с. Лугини | Фестиваль «Поліський вареник»<br>*22 вересня 2019 р.*<br>*Поласувати варениками з різними начинками*<br>  |
| 18 | Житомирське Полісся | Коростенський | м. Коростень | Фестиваль «День деруна»<br>*14 вересня 2019 р.*<br>*Поласувати дерунами українськими, заморськими і з викрутасами*<br>  |

*Продовження додатку С*

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 19 | Житомирське Полісся | Овруцький | м. Овруч | Фестиваль «Поліська пані Картопелька»<br>*29-30 вересня 2019 р.*<br>*Традиційні регіональні страви з картоплі*<br>  |
| 20 | Житомирське Полісся | Житомирський | с. Перлявка | Рибний фестиваль «Fish Food Fest»<br>*13 липня 2019 р.*<br>*Кулінарні майстер-класи з приготування рибних страв від найкращих шеф-кухарів Житомирської області та кулінарний батл*<br>  |

*Продовження додатку С*

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 21 | Житомирське Полісся | Ємільчинський | с. Зубковичі | Етнофестиваль «Витоки Уборті медові»<br>*9 жовтня 2019 р.*<br>*Продаж меду та продуктів бджільництва*<br>  |
| 22 | Київське Полісся | Іванківський | с. Прибірськ | Фестиваль «Чорнобиль Ренесанс Яблучний спас»<br>*27 серпня 2018 р.*<br>*Частування народними стравами*<br>  |