

Валентина Олійник

к. геогр. н., доцент кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу,
Міжнародний університет, вул. Фонтанська дорога, б. 33, м. Одеса, 65000, Україна
e-mail: v.olevnik7777@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-6451-556X>

**СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНІ**

У статті розглядаються сучасні тенденції світового розвитку гастрономічного туризму, досліджено потенціал гастрономічного туризму в Одеському регіоні, виявлені нерівномірності територіального розвитку туризму в адміністративних районах області. Метою статті є аналіз потенціалу та організації гастрономічного туризму в Одеському регіоні та пропозиції з його стимуляції та інтенсифікації в периферійних локаціях регіону. Для дослідження та досягнення мети роботи застосовано методи територіального та статистичного аналізу, синтезу, узагальнення. За результатами проведеного дослідження проаналізовані пропозиції гостротурів українських туристичних підприємств, виділені особливості гастрономічного туризму, основні напрями переорієнтації галузі в сучасних умовах, а саме: задіяння внутрішнього ринку, орієнтація на локальні продукти, проведення різноманітних івентів, в т.ч. і гастрономічних. Складено SWOT-аналіз туристичного потенціалу гастрономічного туризму в Одеському регіоні, запропоновані напрями переорієнтації гастрономічного туризму для його активізації, розроблено авторський гастрономічний тур та визначені перспективи розвитку гастрономічного туризму у регіоні.

Таким чином, розвиток туристичних дестинацій сприятиме вирішенню соціальних, культурних, економічних та екологічних викликів. Гастрономічний туризм розглядається як один з можливих стратегічних напрямків розвитку економіки, спрямований на збереження традиційного господарства, культурної спадщини, а також має бути фактором сталого розвитку громад. Просування та позитивний ріст попиту на гастрономічний туризм має всі підстави, адже країна у значній кількості має унікальні кулінарні звичаї, історію, культуру, крім того, можливість об'єднання з іншими видами туризму, використання новітніх технологій та підтримка з боку уряду та місцевих спільнот посилять позитивні тенденції.

Ключові слова: гастрономічний туризм, потенціал, тур, туристичний маршрут, туристична програма, екскурсійна діяльність, сталий розвиток.

Як цитувати: Олійник, В. (2026). Світові тенденції та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні та Одеському регіоні. *Часопис соціально-економічної географії*, 40, 61-68. <https://doi.org/10.26565/2076-1333-2026-40-07>

In cites: Oliinyk, V. (2026). Global trends and prospects for the development of gastronomic tourism in Ukraine and Odesa region. *Human Geography Journal*, 40, 61-68. <https://doi.org/10.26565/2076-1333-2026-40-07> [in Ukrainian].

Постановка проблеми. В сучасному світі туризм є провідною галуззю економіки. Нові напрями туризму, які пропонують незабутні емоції та враження, набирають популярність серед туристів, що надає поштовх активному розвитку туристичної індустрії. Одним з цих нових напрямів є гастрономічний туризм, який базується на історії, культурі, традиціях країни. Аналіз тенденцій розвитку та сучасного стану ринку послуг гастрономічного туризму є, насамперед, передумовою для визначення нових напрямків його активізації в Україні та Одеському регіоні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні і практичні напрацювання з досліджень гастрономічного туризму представлені роботами Ю. Давидюк, Л. Горшкової, які визначають місце гастрономічного туризму як напрямку індустрії гостинності, виділяють риси гастрономічного туриста та наводять практичні рекомендації подальшого розвитку гостротуризму (гастрономічні фестивалі, міжнародна співпраця, активна маркетингова діяльність) [1].

О. Коркуна, О. Никига, О. Підвальна розкривають значення гастрономічного туризму у соціально-

економічному розвитку територій в умовах децентралізації, вплив гостротуризму на громади України [2].

І. Панова, Я. Журавчак досліджують проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Закарпатському регіоні [3].

І. Бурачек, Д. Панасюк, Д. Ярмолюк виділяють ключові фактори, розвитку гастрономічного туризму в Україні, надають рекомендації для оптимізації туристичних продуктів, які сприятимуть розвитку регіонів [4].

В. Антоненко [5], Д. Басюк [6], О. Дишкантюк [7] визначають історико-культурний контекст розвитку гастрономічного туризму.

Дослідження практичної направленості характерні для зарубіжних учених, які в своїх працях акцентують увагу на змінах в туристичній гастрономічній індустрії, а саме: збільшення кількості гастрономічних туристів, зростання частки місцевої кухні в гостротурах та віддалених від великих міст локаціях, активізація маркетингу, просування місцевої гастрономії, інновацій, технології формування іміджу регіонів [8, 9].



Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Таким чином, ученими країни розглядається широке коло питань з розвитку гастрономічного туризму. Проте, ще не досить висвітлені питання розвитку гастрономічного туризму у віддалених локаціях, сільських територіях з представленням гастрономічних турів.

Мета роботи полягає в проведенні аналізу потенціалу, організації гастрономічного туризму в Одеському регіоні та пропозицій з його стимуляції та інтенсифікації в периферійних локаціях області.

Виклад основного матеріалу. Заснування Міжнародної асоціації кулінарного туризму (International Culinary Tourism Association) у 2003 році ознаменувало його динамічний розвиток. Згодом установу перейменували у Всесвітню асоціацію гастрономічного туризму (World Food Travel Association) – «Міжнародний інститут кулінарного туризму». Організація зареєстрована як Всесвітня асоціація продовольчих подорожей у штаті Орегон (США) як найменування для «торгівлі/провадження бізнесу». В установі зареєстровано близько 50 тис. фахівців зі 139 країн світу. Саме Всесвітня асоціація гастрономічного туризму у 2012 р. ввела термін «гастрономічний туризм».

У вересні 2013 р. за пропозицією Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму відбувся перший World Food Travel Summit (Гетеборг, Швеція), змістом якого була «Нова хвиля у гастрономічному туризмі». Завданням саміту стало формування майданчика для розмови, обміну досвідом, ознайомлення з новими напрямками гастрономічного туризму, а також спільна робота, проголошення важливості якості продуктів та впливу туризму на довкілля [10].

Сучасна індустрія розвивається під впливом різних чинників внутрішнього та зовнішнього середовища. Гастрономічний туризм тісно пов'язаний з історичними аспектами певної країни чи регіону та буде користуватися попитом у туристів, які бажають пізнати культуру регіону чи країни через її національну кухню, у зв'язку з цим, на основі проведених досліджень у 2024 році компанією «Global Data Consumer Survey», у структурі загальних витрат туристів у розмірі 1,4 трлн дол., частка послуг харчування складає близько 350 млрд дол., іншими словами, приблизно 25% витрат під час подорожі – це витрати на харчування. Дана статистика свідчить про важливість харчування і не лише як фізіологічну потребу, а також і культурну, таку як естетична насолода та пізнання нового;

- 83% туристів вважають харчування та страви засобом пізнання дестинації;

- 62% туристів після подорожі купують страви та напої, які їм сподобались під час подорожі;

- за період 2023-25 років 93% туристів спробували хоча б один вид нової для себе страви;

- 81% туристів вважають їжу засобом пізнання культури країни чи регіону перебування.

Наведена статистика засвідчує те, що важливість харчування в нашому житті стрімко підвищується, а це, у свою чергу, співвідноситься з процвітаням місцевих кулінарних традицій.

Відмінними особливостями, що відрізняють розвиток гастротуризму від інших видів, є:

- усі куточки світу мають потенціал для розвитку гастротуризму, так як їжу готують повсюди;

- гастротуризм може поєднувати в одному турі різні види туризму;

- гастрономічний туризм є позасезонним видом туризму;

- гастрономічні тури є засобом просування крафтових продуктів місцевих садіб, підприємств та окремих дестинацій [11].

Гастрономічний бізнес сьогодні стає дедалі популярним, про що свідчить і створення авторитетних гастрономічних об'єднань, премій...

Академія The World's 50 best Restaurants є провідним авторитетом у світовій гастрономії, демонструючи світові тенденції та визначаючи провідні ресторани та бари в усьому світі. Протягом останніх 20 років академія стала авторитетним експертом для гурманів та любителів коктейлів, надихаючи споживачів подорожувати та відкривати ресторани та бари, представляючи початківців кухарів та барменів, досліджуючи кулінарні, алкогольні тенденції, підкреслюючи тонкощі та складність різних кухонь та культур всього світу.

У 2002 році пройшов перший глобальний огляд бренду. У 2013 році Академія розширила свою діяльність і включила регіональні дослідження: 50 найкращих ресторанів Азії та 50 найкращих ресторанів Латинської Америки. У 2017 році компанія придбала 50 найкращих барів у світі, а також 50 найкращих барів Азії.

У 2019 році запустили 50 Best Discovery, платформу, орієнтовану на подорожі та враження, включаючи тисячі барів та ресторанів у всьому світі, затверджені Академією експертів 50 Best.

У 2020 році для підтримки індустрії гостинності під час кризи, спричиненої коронавірусом, зібрали 1,29 млн дол. для некомерційних організацій та міжнародних закладів гостинності. Бренд підтвердив свою прихильність до майбутньої галузі в 2021 році, запустивши список 50 молодих людей, які формують майбутнє індустрії гостинності, та кілька програм стипендій.

У 2022 році відбувся запуск списку 50 найкращих ресторанів Близького Сходу та Північної Африки, а також 50 найкращих барів Північної Америки. У 2023 році бренд почав маркетингові дослідження готелів, і як результат опублікував список 50 найкращих готелів у світі.

Знак Академії став брендом та володіє кількома визнаними категоріями «Best of the best», «50 Best», «50 BestTalks», «The World's 50 Best Restaurants».

У 2024 р. в трійку переможців ввійшли ресторани «Париж» (Франція), «Атхондо» та «Барселона» (Іспанія). Жодного українського ресторану в номінації не було [12].

У 2022 р. було зафіксовано більше 900 млн міжнародних туристичних подорожей, у 2023 році – близько 1,3 млрд [13]. Це означає, що глобальний туризм досяг 88% показників, що спостерігалися до пандемії Covid-19. Конкретна кількість гастрономіч-

них туристів у світі невідома. Однак, загалом, гастрономічний туризм є зростаючою тенденцією, і багато країн залучають туристів саме за допомогою своєї кухні.

Не дивлячись на складну політично-економічну ситуацію в Україні – туристична сфера продовжує свою діяльність. Оцінити кількість туристів у зв'язку з політичною ситуацією надзвичайно важко. У статистичному щорічнику України за 2023 р. туристична статистика – відсутня. Дослідження ДАРТ – застарілі. Достовірність даних, вт. ч. і за регіонами, також викликає сумніви.

Важливим етапом у розвитку гастротуризму стало доєднання Державного агентства розвитку туризму України (квітень, 2021 р.) до презентації

компанії «Google для туризму». Це проєкт підтримки туризму через впровадження інноваційних технологій та діджиталізації галузі. Також ДАРТ та компанія Google підписали Меморандум про співпрацю, що є значущим аспектом для розвитку туристичної галузі та digital-трансформації України [14].

Розвиток туристичних дестинацій сприяє вирішенню соціальних, культурних, економічних та екологічних викликів. Для допомоги фахівцям з управління туристичними дестинаціями оцінити власну діяльність європейська комісія розробила «Європейську систему показників туризму» (ETIS).

Також розвиток гастрономічного туризму можна оцінити за пропозицією вітчизняних туроператорів (табл. 1).

Таблиця 1 / Table 1

**Пропозиція вітчизняних туроператорів гастрономічних турів по Україні /
Offer of domestic tour operators of gastronomic tours in Ukraine**

Туристичне підприємство	Назва туру	Тривалість / вартість
Відвідай	Закарпатські насолоди	2дн/1н / 1300 грн.
Відвідай	Сиро-винний тур Закарпаттям	2дн/1н /1500 грн.
Навігатор	Смачний Дністер	2дн/1н /3600 грн.
Навігатор	Закарпатські делікатеси	5дн/4н /5500 грн.
FoodTravel UA	Тернопільський гастрооксамит	1 д / 3700
FoodTravel UA	Царство пивовара Марка	Екск. /400

Джерело [15, 16, 17] / Source [15, 16, 17]

Аналізуючи пропозиції українських туристичних підприємств, слід зазначити:

– на туристичному ринку країни великого вибору гастрономічних турів немає;

– географія гастрономічних турів зосереджена в західних регіонах;

– користуються попитом івент заходи;

– переорієнтація на внутрішнього споживача.

Основою гастрономічного туризму в Україні є:

– особливості української кухні, культурні традиції;

– доступність локальних продуктів.

Проведемо SWOT-аналіз туристичного потенціалу гастрономічного туризму в Одеській області (табл. 2).

Отже, розвиток туризму в Одеському регіоні свідчить про неповне використання туристичних ресурсів.

Розвиток гастрономічного туризму позиціонується як відносно новий і провідний напрям діяльності. Даний вид туризму в перспективі буде затребуваним, так як є унікальним і неповторним. Гастрономічний туризм розглядається як один з можливих стратегічних напрямків розвитку та збереження економіки та традиційного господарства. По суті, розвиток гастрономічного туризму може сприяти збереженню культурної спадщини, а також бути фактором сталого розвитку громад.

Одеса – центр туризму, не менш цікавим, як в гастрономічному, так і в культурно-історичному та

етнічному плані є Одеський регіон. Статистика свідчить, що до 2020 року, навіть в період пандемії, місто та область відвідали понад 6 млн туристів [18]. Однак воєнний стан вніс свої корективи і в розвиток туристичної сфери. У 2024 році місто та область за неофіційними даними відвідали 500 тис. туристів. Також прослідковуються певні зміни в гастрономічній туристичній діяльності (табл. 3).

В місті функціонують ресторани азербайджанської («Горець», «Вечірній Баку», «Апшерон»), вірменської («Арагат», «Мангал», «У Самвела»), азіатської («Азума», «Дядечка Чао», «Деварана»), італійської («Фрателі», «Тавернетта», «Паста та піца»), української («Куманець», «Пузата хата», «Залюбки») кухонь.

В місті пропонується низка гастрономічних екскурсій, які включають відвідування ресторанів та дегустацію місцевих страв і напоїв. Найбільш популярними є:

* «Смачна Одеса» – Тудой Сюдой;

* «Одеський форшмак» – Екскурсії в Одесі.

В області виділяються кілька гастрономічних турів:

* Тур в Шабо: Включає екскурсію з дегустацією фондю на «Європейській сироварні» та екскурсію від «Центру культури вина Шабо» з дегустацією продукції ТМ «Шабо».

* Гастрономічний тур вихідного дня до Болграда: знайомство з історією міста Болград, болгарською національною кухнею, дегустацією крафтових

сирів, натуральних вин та сиров'ялених ковбас.

Офіційний перлік локацій з гастротуризму Одеського регіону свідчить про його концентрацію в південних районах області [18, 22].

Зважаючи на це, вважаємо за необхідне залучи-

ти потенціал північних районів для розвитку гастрономічного туризму в Одеському регіоні та пропонуємо власну розробку туристичної гастрономічної подорожі північними районами області: «Смак одеського Поділля».

Таблиця 2 / Table 2

**SWOT-аналіз туристичного потенціалу гастрономічного туризму в Одеському регіоні /
SWOT analysis of the tourism potential of gastronomic tourism in the Odesa region**

Сильні сторони	Можливості
<ol style="list-style-type: none"> 1. Наявність унікальних фізико-географічних, етнічних та історико-культурних особливостей та потенціалу, на базі яких можуть бути сформовані різні туристичні маршрути. 2. Унікальне прикордонне положення на перетині головних магістралей, що забезпечує розвиток міжкультурних взаємозв'язків. 3. Наявність інвестиційних програм з розвитку туризму. 4. Велика кількість науково-освітніх установ. 5. Збільшення числа висококваліфікованих фахівців у галузі туризму (гіди, екскурсводи, тур агенти тощо). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Приплив додаткових інвестиційних капіталовкладень, створення умов для розширення попиту на туристичні послуги. 2. Розширення ринку туристичних пропозицій за рахунок створення нових туристичних маршрутів, що включають комплексні комбіновані тури, створення робочих місць. 3. Сприятливі умови для активного розвитку туризму і збільшення приїзду в регіон громадян із сусідніх областей та країн. 4. Підвищення мотивації для залучення інвестицій, що може забезпечити умови для розвитку туристичної інфраструктури (будівництво колективних засобів розміщення, транспортних магістралей, активізація маркетингової діяльності).
Слабкі сторони	Загрози і ризики
<ol style="list-style-type: none"> 1. Недостатнє інформування про туристичні послуги та маршрути. 2. Слабка розвиненість фінансової інфраструктури, яку можна використати для укладання угод, торгівлі. 3. Невідповідність якості наданих туристичних послуг їх вартості. 4. Нерівномірність щільності рекреаційних ресурсів, розосередженість. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Політична та економічна нестабільність в державі. 2. Відтік туристичного потоку в більш відомі в туристично-рекреаційному плані регіони. 3. Відтік туристів на території з більш розвинутою і якісною сферою туристичних пропозицій. 4. Збільшення рекреаційного навантаження на окремі територіальні одиниці.

Джерело: власна розробка автора на основі [18-21] / Source: constructed by author by data [18-21]

Таблиця 3 / Table 3

**Напрями переорієнтації гастрономічного туризму /
Directions of reorientation of gastronomic tourism**

Напрями	Характеристика
Задіяння внутрішнього ринку	Зменшення кількості туристів з-за кордону сприяло переорієнтації закладів харчування на внутрішнього споживача послуг. Спостерігалось закриття певних закладів.
Локальні продукти	Більше уваги приділяється локальним продуктам. Гастрономічний туризм є засобом фінансової підтримки локальних виробників та їх продукції. Екскурсії на ферми, сироварні.
Івенти	Організація різноманітних гастрономічних заходів, що дозволяють викликати інтерес до регіону, туризму. В Одесі проходить низка гастрономічних заходів, включаючи «GASTRO MUSIC SHOW: «MADE IN ODESA FEST» (2024).

Джерело: розроблено автором / Source: constructed by author

Лінійка маршруту: Одеса – Покровка (Любашівка) – Саврань – Балта – Кодима – Одеса.

На основі гастрономічного потенціалу дестинацій, їх культурно-історичної спадщини розроблена програма подорожі (табл. 4).

Програма туру може варіюватися за тривалістю, кількістю туристів та різними заходами, за бажаннями туристів. Ціна туру залежить від кількості туристів, об'єктів, супроводу, транспорту, часу перебування.

Програма гастрономічного туру / Gastronomic tour program

Час	Захід	Інформація про об'єкт
7:00 – 7:15	Зустріч туристів, інструктаж. Вийзд в село Покровка	Шляхова екскурсія
8.30	Огляд Покровської церкви. Сніданок в сільському кафе «Евеліна»	Церква Іоана Богослова – діюча мурована церква, пам'ятка архітектури місцевого значення, Храм розташований на високому пагорбі лівого берега річки Тилігул. Архітектура церкви надзвичайно гармонійна: поєднує вузькі аркові вікна, гостроверху дзвіницю та карнизи. Головною особливістю церкви є наявність 11 куполів, з яких найбільший має висоту 17,5 метрів. Будівля церкви оснащена системою опалення, створеною ще в 1911 році. Засновником храму був місцевий поміщик пан Кондрацький, за освітою – інженер-будівельник. В кафе «Евеліна» працюють місцеві жителі, пригощають українськими стравами з сільських якісних продуктів. На сніданок пропонують вареники з різними начинками, з домашньою сметаною та місцевими напоями.
9.30	Переїзд до Саврані	Шляхова екскурсія
12.00	Коротка оглядова екскурсія містечком. Обід у кафе «Седань»	Назва села походить від річки Саврань. Існує декілька припущень щодо етимології слова «Саврань». Згідно з однією з них, це слово тюркського походження, яке можна перекласти як «та, що стелиться», вказуючи на звивисте русло річки. Ще одна версія пов'язує назву з тюркським «савран», що відповідає турецькому слову Sarban, тобто погонич верблюдів. Містечко відоме з кінця XIV ст. Історія міста розглядається як військово поселення; осередок освіти, навчальних закладів (земське двокласне училище, церковно-парафіяльна та народна школи). Саврань було значним торговим центром Балтського повіту – тут збирались великі базари-ярмарки. Обід в одному з найкращих кафе містечка українським борщем та голубцями, десерт та напої на вибір туристів.
13.00	Переїзд до Балти	Шляхова екскурсія
15.00	Прибуття до Балти. Прогулянка центром міста. Перекус в кафе «Тратторія»	Балта – надзвичайно цікаве поселення з географічної точки зору: це не Бессарабія, і не Причорномор'я – швидше Поділля чи Придністров'я або гармонійне поєднання історико-географічних регіонів. Балта розташована на обох берегах річки Кодима. У давню пору в цих незайманих краях не існувало жодного поселення. На початку 18-го століття поляки вирішили зміцнити свій рубіж з Османською імперією. Найближчим селищем до ріки Кодими було, тепер уже відсутнє, село Палієве. Князь Юзеф Любомирський на лівому березі Кодими, у 1738 році, розпочав будівництво міста-фортеці, яке назвав на свою честь Юзефградом. Турки вирішили збудувати місто на протиположному польському і розпочали будівництво на правому березі Кодими. Місто назвали Балта – сокира в перекладі. Оскільки турки та татари не дуже хотіли селитись у цій місцевості, османська влада надала дозвіл на поселення старообрядцям-липованам. Й досі у Балті є їхні великі райони, дві церкви та кладовища. Зважаючи на торговий статус Балти, в місті дуже зросла єврейська громада. Головною пам'яткою Балти слід вважати Успенський собор – храм із височезною дзвіницею, яку видно з усіх куточків Балти, та й з околиць міста також (19-20 ст.). Кафе «Тратторія» розташоване на березі річки Кодима. Популярне у місцевих жителів. Туристам пропонуємо місцеву рибну юшку та смажену річкову рибу.
17.00	Переїзд до Кодими	Шляхова екскурсія
17.30	Прибуття до Кодими. Прогулянка містом. Вечеря.	Історія Кодими вабить передусім тим, що її назва споріднена з найменням річки, де вона розміщена. Ця річка фігурувала під різними іменами, ще згадуючись у розповідях Геродота. Слово «Кодима» знали вже половці, і воно означало «схід». Зв'язуючи це з річкою, котра мала свій шлях, переклад можна розуміти як «річка, що тече на схід».

		Обрати заклад та меню пропонується туристам, але рекомендовано скуштувати капусняк, знамениті кодимські макові коржики, місцевий мед.
19.00	Переїзд до Одеси	
23.00	Прибуття до міста	

Джерело: власна розробка автора на основі [23-26] / Source: constructed by author by data [23-26]

Таблиця 5 / Table 5

**SWOT-аналіз гастрономічного туризму в Одеському регіоні /
SWOT analysis of gastronomic tourism in Odesa region**

Сильні сторони	Слабкі сторони
Вигідне економіко-географічне положення. Наявний природно-ресурсний потенціал. Багата історія, культура, традиції країни. Розвинена туристична інфраструктура (особливо в містах). Невеликий стартовий капітал для ведення туристичного бізнесу. Наявні наукові та професійні кадри в галузі туризму. Ріст культурного рівня населення. Фінансові надходження в бюджет місцевих, регіональних, державних органів влади.	Несформованість нормативно-правової бази. Неадаптованість до сучасних реалій. Незадовільний стан туристичної інфраструктури або її відсутність у периферійних локаціях. Незадіяність громад у сфері гастрономічного туризму.
Можливості	Загрози
Транскордонне співробітництво в галузі туризму. Співпраця з іншими країнами. Членство в престижних туристичних організаціях, заходах. Розширення географії гастрономічних турів	Напруження політичної ситуації. Соціально-економічна криза. Неплатоспроможність населення. Депопуляція населення. Міжнародна міграція населення. Збільшення вартості туристичних послуг.

Джерело: власна розробка автора / Source: constructed by author

Висновок. Гастрономічний туризм може стати важливим чинником сталого розвитку усіх районів регіону, залучаючи туристів з усього світу та зміцнюючи міжнародний імідж. Головне завдання – забезпечити стабільність та привабливість гастрономічних пропозицій, підтримувати місцеві підприємства та залучати туристів через адаптовані стратегії. Крім того, впровадження електронної комерції для продажу місцевих продуктів сприятиме розширенню ринків збуту та підвищенню впізнаваності місцевих

брендів на міжнародному рівні. Перспективи розвитку гастрономічного туризму в Одеському регіоні представлені у SWOT-аналізі (табл. 5).

Таким чином, просування та позитивний ріст попиту на гастрономічний туризм має всі підстави, адже регіон у значній кількості має унікальні кулінарні звичаї, історію, культуру, крім того, можливість об'єднання з іншими видами туризму, використання новітніх технологій та підтримка з боку уряду та місцевих спільнот посилять позитивні тенденції.

Список використаної літератури:

- Боднар Ю. О. Вплив гастрономічного туризму на локальну культуру. *Наукові записки*. 2022. № 4. С. 45–53.
- Коркуна О. І., Никига О. В., Підвальна О. Г. Гастрономічний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територіальних громад. *Економічний простір*. 2020. № 155. С. 40–43.
- Панова І. О., Журавчак, Я. З. Проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2021. № 13. С. 196–208. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-20>
- Бурачек І., Панасюк Д., Ярмолюк Д. (2025). Гастрономічний туризм в Україні під час війни. *Економіка та суспільство*, (71). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-92>
- Антоненко В. Г. Міжнародний туризм як чинник взаємодії та взаємозбагачення культур. В. С. Пазенко (Ред.), *Філософія туризму*. К., 2005. С. 223–233.
- Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/basjuk3.htm
- Дишкантюк О. В. Гастрономічний туризм: підручник // О. В. Дишкантюк. К. В. Власюк, Одеса, 2021. 136 с.
- Global report on food tourism. URL: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019-09/food_tourism_ok.pdf
- Tourism Market Reports 2025 – Tourism Industry. URL: <https://www.reportlinker.com/report-summary/Tourism/51067/Ukrainian-Tourism-Industry.html?autogen=1>
- International Culinary center. URL: <https://www.internationalculinarycenter.com/>
- Global Data Consumer Survey. URL: <https://www.company/globaldataplc#>

12. The World's 50 best Restaurants. URL: <https://www.theworlds50best.com/>
13. World tourism Barameter. URL: <http://surl.li/vino>
14. Державне агентство розвитку туризму України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>
15. Офіційний сайт ТП Відвідай. URL: <https://vidviday.ua/hastronomichni-tury>
16. Офіційний сайт Навігатор Україна. URL: <https://www.navigator-ukraina.com.ua/gruppovye->
17. Офіційний сайт Фуд тревел. URL: <https://market.foodtravel.com.ua/>
18. Офіційний сайт Гастрономія. URL: <https://tury/dlya-korporativnykh-grupp/tours/130-gastronomicheskie-ekskursii-i-tury.html?start=24>
19. Паспорт Одеської області. URL: https://oda.od.gov.ua/strapi/uploads/Pasport_Odeskoyi_oblasti_za_2024_rik_ec9074f38a.pdf
20. Проект розвитку Одеської області 2021-2027 р.р. URL: <https://oblrada.od.gov.ua/wp-content/uploads/06-27-VII.pdf>
21. Гастрономічні фестивалі українців. URL: <https://liet.lviv.ua/filemanager/files/file.php?file=2374>
22. Кукліна Т. С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kuklina.htm
23. Балта. Що цікавого? URL: <https://ukrainaincognita.com/mista/savran>
24. Кодима. Що цікавого? URL: <https://ukrainaincognita.com/mista/savran>
25. Саврань. URL: <https://ukrainaincognita.com/mista/savran>
26. Церква Іоана Богослова (Покровка). URL: <https://maps.visicom.ua/c/34.1207,47.65472,17/f/POI36HVWSYE?lang=uk>

Valentyna Oliinyk

PhD in Geography, Associate Professor, Department of Hotel, Restaurant and Tourism Business, International University, Fontanska street, 33, Odesa, 65000, Ukraine
e-mail: v.oleyunik7777@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-6451-556X>

GLOBAL TRENDS AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF GASTRONOMIC TOURISM IN UKRAINE AND ODESA REGION

The article examines current trends in the global development of gastronomic tourism, examines the potential of gastronomy in the Odessa region, and identifies non-dimensional territorial development of tourism in the administrative districts of the region. The purpose of the article is to analyze the potential and organization of gastronomic tourism in the Odessa region and proposals for its stimulation and intensification in peripheral locations of the region. Methods of territorial and statistical analysis, synthesis, and generalization are used to study and achieve the goal of the work. According to the results of the research, the offers of food tours of Ukrainian tourist enterprises are analyzed, the features of gastronomic tourism, the main directions of reorientation of the industry in modern conditions are highlighted, namely: the use of the domestic market, orientation to local products, holding various events, including gastronomic ones. A SWOT analysis of the tourist potential of gastronomic tourism in the Odessa region was compiled, directions for reorientation of gastronomic tourism for its activation were proposed, the author's gastronomic tour was developed, and prospects for the development of gastronomic tourism in the region were determined.

Thus, the development of tourist destinations will contribute to solving social, cultural, economic and environmental challenges. Gastronomic tourism is considered as one of the possible strategic directions for the development of the economy, the preservation of traditional economy, cultural heritage, and should also be a factor in the sustainable development of communities. The promotion and positive growth of demand for gastronomic tourism has every reason, because the country has a significant number of unique culinary customs, history, culture, in addition, the possibility of combining with other types of tourism, the use of the latest technologies and support from the government and local communities will strengthen the positive trends.

Keywords: *gastronomic tourism, potential, tour, tourist route, tourist program, excursion activities, sustainable development.*

References:

1. Bodnar, Yu. A. (2022) Influence of gastronomic tourism on local culture. *Scientific notes*, 4, 45–53 [in Ukrainian].
2. Korkuna, O. I., Nikiga, O. V., & Podvalnaya, O. G. (2020). Gastronomic tourism as a factor of socio-economic development of territorial communities. *economic space*, 155, 40–43. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/155-8> [in Ukrainian].
3. Panova, I. O., & Zhuravchak, Ya. Z. (2021). Problems and prospects of gastronomic tourism development in Ukraine. *Bulletin of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country studies. Tourism*, 13, 196–208. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-20> [in Ukrainian].
4. Burachek, I., Panasyuk, D., & Yarmolyuk, D. (2025). Gastronomic tourism in Ukraine during the war. *Economy and society*, 71. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-92> [in Ukrainian].
5. Antonenko, V. G. (2005). International tourism as a factor of interaction and mutual enrichment of cultures. In V. S. Pazenko (Ed.). *Philosophy of Tourism*, pp. 223–233 [in Ukrainian].
6. Basyuk, D. I. Innovative development of gastronomic tourism in Ukraine. Retrieved from https://tourlib.net/statti_ukr/basjuk3.htm [in Ukrainian].
7. Dyshkanyuk, O. V. (2021). *Gastronomic tourism: textbook*. Odesa, 136 p. [in Ukrainian].
8. Global report on food tourism. Retrieved from https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019-09/food_tourism_ok.pdf

9. Tourism Market Reports 2025 – Tourism Industry. Retrieved from <https://www.reportlinker.com/report-summary/Tourism/51067/Ukrainian-Tourism-Industry.html?autogen=1>
10. International Culinary center. Retrieved from <https://www.internationalculinarycenter.com/>
11. Global Data Consumer Survey. Retrieved from <https://www.company/globaldataplc#>
12. The World's 50 best Restaurants. Retrieved from <https://www.theworlds50best.com/>
13. World tourism Barameter. Retrieved from <http://surl.li/vino>
14. State agency for tourism development of Ukraine. Retrieved from <https://www.tourism.gov.ua/> [in Ukrainian].
15. TA official website Visit. Retrieved from <https://vidviday.ua/hastronomichni-tury> [in Ukrainian].
16. Official website of Navigator Ukraine. Retrieved from <https://www.navigator-ukraina.com.ua/grupповye> [in Ukrainian].
17. Official website Food travel. Retrieved from <https://market.foodtravel.com.ua/> [in Ukrainian].
18. Official website gastronomy. Retrieved from <https://tury/dlya-korporativnykh-grupp/tours/130-gastronomicheskie-ekskursii-i-tury.html?start=24>
19. Passport of the Odesa region. Retrieved from https://oda.od.gov.ua/strapi/uploads/Pasport_Odeskoyi_oblasti_za_2024_rik_ec9074f38a.pdf [in Ukrainian].
20. The development project of the Odessa region 2021-2027. Retrieved from <https://oblrada.od.gov.ua/wp-content/uploads/06-27-VII.pdf> [in Ukrainian].
21. Gastronomic festivals of Ukrainians. Retrieved from <https://liet.lviv.ua/filemanager/files/file.php?file=2374> [in Ukrainian].
22. Kuklina T. S. Gastronomic tourism in the tourist market of Ukraine. Retrieved from https://tourlib.net/statti_ukr/kuklina.htm [in Ukrainian].
23. Balta. What's interesting? Retrieved from <https://ukrainaincognita.com/mista/savran> [in Ukrainian].
24. Kodyma. What's interesting?. Retrieved from <https://ukrainaincognita.com/mista/savran> [in Ukrainian].
25. Savran. Retrieved from <https://ukrainaincognita.com/mista/savran> [in Ukrainian].
26. St. John the Theologian Church (Pokrovka). Retrieved from <https://maps.visicom.ua/c/34.1207.47.65472.17/f/POI36HVWSYE?lang=uk> [in Ukrainian].

Received 16 January 2026

Accepted 21 March 2026

Published 25 May 2026