

Міністерство освіти і науки України
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Географічний факультет
Кафедра географії та менеджменту туризму

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ТУРЕЧЧИНИ

Кваліфікаційна робота

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Виконав:

студент IV курсу 412 групи
спеціальності 242 «Туризм»
ОП «Готельно-ресторанний сервіс та
туроперейтинг»
Лешук Валерія Олександрівна

Керівник: доктор географічних наук,
доцент Бучко Жанна Іванівна

До захисту допущено:

Протокол засідання кафедри №____ від «__» ____2025р.

Зав. кафедри _____д. геогр. н., доцент Король О. Д.

Чернівці – 2025

АНОТАЦІЯ

У кваліфікаційній роботі розглядаються особливості розвитку гастрономічного туризму в Туреччині, що базується на багатій кулінарній спадщині країни та традиціях національної кухні. Проаналізовано основні гастрономічні маршрути та події, які приваблюють туристів, а також виділено ключові проблеми, що стримують розвиток цього виду туризму. Визначено перспективні напрями розвитку, зокрема впровадження екологічного гастротуризму, розвиток гастрономічного маркетингу та підтримка слаборозвинених регіонів. Результати дослідження можуть бути корисними для туристичних операторів, дослідників та державних структур, зацікавлених у стимулюванні гастрономічного туризму в Туреччині.

Ключові слова: гастрономічний туризм, Туреччина, кулінарна спадщина, гастрономічні маршрути, туризм, розвиток туризму, екологічний гастротуризм.

ABSTRACT

The article examines the features of gastronomic tourism development in Turkey, which is based on the country's rich culinary heritage and national cuisine traditions. It analyzes the main gastronomic routes and events that attract tourists, as well as identifies key challenges hindering the growth of this tourism sector. Prospective development directions are outlined, including the implementation of ecological gastro-tourism, the development of gastronomic marketing, and support for underdeveloped regions.

The research results can be useful for tour operators, researchers, and governmental bodies interested in promoting gastronomic tourism in Turkey.

Keywords: gastronomic tourism, Turkey, culinary heritage, gastronomic routes, tourism development, ecological gastro-tourism.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ В.О. Лещук

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ	
ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ.....	7
1.1. Історія розвитку гастрономічного туризму Туреччини.....	7
1.2. Роль гастрономічного туризму в Туреччині сьогодні.....	11
1.3. Методичні підходи до дослідження гастрономічного туризму в Туреччині.....	15
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ	
В ТУРЕЧЧИНІ.....	18
2.1. Мета та завдання вивчення гастрономічного туризму в Туреччині.....	18
2.2. Організація та проведення дослідження гастрономічного туризму в Туреччині.....	20
2.3. Оцінка потенціалу Туреччини для розвитку гастрономічного туризму....	23
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ	
ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ТУРЕЧЧИНІ.....	27
3.1. Актуальні проблеми гастрономічного туризму в Туреччині.....	27
3.2. Гастроекскурсії як ефективний засіб розвитку гастрономічного туризму в Туреччині.....	33
ВИСНОВКИ.....	42
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	44
ДОДАТКИ.....	50

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному світі туризм виступає важливим чинником економічного розвитку багатьох країн. Однією з перспективних і динамічно зростаючих форм туризму є гастрономічний туризм, що охоплює подорожі з метою ознайомлення з кулінарними традиціями, національною кухнею, харчовими продуктами та гастрономічною культурою певного регіону. Туреччина – країна з багатою історією, багатонаціональною культурою і давніми кулінарними традиціями – має значний потенціал для розвитку гастрономічного туризму. Її кухня є однією з найрізноманітніших у світі, поєднуючи елементи османської, середземноморської, кавказької, арабської та балканської кулінарної спадщини. Завдяки цьому гастрономічні маршрути в Туреччині стають усе більш популярними серед туристів із різних куточків світу.

Актуальність теми обумовлюється зростанням інтересу до немасового, автентичного туризму, що дає змогу глибше пізнати культуру країни через її кухню. Гастрономічний туризм сприяє не лише економічному розвитку регіонів, а й збереженню нематеріальної культурної спадщини, підтримці локальних виробників і розвитку малих підприємств. У випадку Туреччини ця форма туризму має особливе значення, оскільки дозволяє не лише урізноманітнити туристичний продукт, а й розвантажити популярні туристичні зони, перенаправивши потоки мандрівників до менш відомих, але не менш цікавих регіонів. Вивчення особливостей розвитку гастрономічного туризму Туреччини дає змогу краще зрозуміти його роль у формуванні туристичного іміджу країни та визначити перспективи його подальшого зростання в глобальному контексті.

Дослідженнями теоретичних і практичних аспектів розвитку гастрономічного туризму в Туреччині, визначенням змісту, аналізом деяких об'єктів, включених до складу «гастрономічних турів» займалися такі зарубіжні вчені, як: К. Холл, Д. Гілмор, Б. Пін, Р. Митчелл, Д. Хендерсон, Ю. Лін, Т. Пірсон, Л. Кей та ін. Серед турецьких вчених це питання вивчали Ф. Балоглу та

Я. Ключук. Їх здобутки останніх років свідчать, що туристичні потоки зростають у тих регіонах, де, на основі неповторних традицій, формуються спеціалізовані інтерактивні туристичні продукти – тури, фестивалі, народні свята. Отже, можемо сказати, що гастрономічний туризм в Туреччині набирає більших обертів в розвитку та залучення іноземних туристів на основі величезної ресурсної бази.

Мета дослідження: проаналізувати специфіку розвитку гастрономічного туризму в Туреччині, визначити його вплив на туристичну привабливість країни та окреслити перспективи подальшого зростання цього напрямку.

Завдання дослідження:

1. Визначити сутність і значення гастрономічного туризму як феномену сучасної туристичної індустрії.
2. Охарактеризувати традиції та кулінарну спадщину Туреччини як основу для розвитку гастрономічного туризму.
3. Проаналізувати основні гастрономічні маршрути та події в Туреччині.
4. Визначити проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Туреччині в сучасних умовах.

Об'єкт дослідження: гастрономічний туризм як складова туристичної галузі Туреччини.

Предмет дослідження: особливості формування, розвитку та сучасні тенденції гастрономічного туризму в Туреччині.

Методи дослідження: основним з методів виступив аналітичний метод, за допомогою якого здійснено вивчення наукових джерел, статистичних даних, звітів туристичних організацій, урядових програм та досліджень з теми гастрономічного туризму. Порівняльний метод дозволив зіставити турецький досвід з іншими країнами, які мають розвинену гастрономічну індустрію, зокрема Францією, Італією та Іспанією. Це дало змогу виокремити унікальні особливості турецької гастрономії та її вплив на туристичну привабливість країни.

Також застосовано метод системного аналізу, який дозволив розглядати гастрономічний туризм як цілісну систему з елементами кулінарної спадщини, інфраструктури, маркетингу, соціокультурного контексту та державної політики. Для з'ясування сучасних тенденцій у гастрономічному туризмі Туреччини було використано метод контент-аналізу офіційних туристичних порталів, форумів, оглядів туристів, а також міжнародних рейтингів кулінарних напрямків.

З метою виявлення проблем та перспектив розвитку галузі був задіяний ситуаційний аналіз, який дозволив оцінити зовнішні та внутрішні фактори впливу, зокрема наслідки пандемії COVID-19, політичні аспекти, економічні умови та рівень міжгалузевої взаємодії. Для візуалізації окремих результатів дослідження використовувалися елементи статистичного методу, зокрема аналіз динаміки туристичних потоків і доходів від гастрономічного сегмента.

Наукова новизна дослідження полягає у комплексному підході до аналізу гастрономічного туризму як цілісного соціокультурного, економічного та туристичного явища в межах однієї країни з багатою кулінарною спадщиною. У межах роботи вперше було здійснено систематизацію ключових елементів гастрономічної привабливості Туреччини з урахуванням регіональної специфіки, традицій, національних страв та впливу історико-культурних факторів на формування туристичних продуктів.

Дослідження також пропонує авторське бачення гастрономічних екскурсій як ефективного інструменту стимулювання туристичної активності та популяризації національної кухні в умовах зростання інтересу до культурного та досвідного туризму. Вперше у дослідницькій площині було здійснено глибокий огляд конкретних гастрономічних маршрутів у Стамбулі як моделі практичної реалізації гастротуризму, що дає змогу використовувати їх у подальшій розробці турпродуктів.

Структура роботи обумовлена поставленою метою та визначеними завданнями дослідження. Кваліфікаційна робота складається із вступу, 3

розділів, висновків і списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи склав 65 сторінок, а список літератури – 75 позицій.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Історія розвитку гастрономічного туризму Туреччини

Історія розвитку гастрономічного туризму Туреччини тісно пов'язана з багатовіковими кулінарними традиціями, формуванням багатонаціональної кухні та еволюцією туристичної індустрії країни. Турецька кухня виникла на перетині культур – османської, середземноморської, арабської, кавказької, центральноазіатської, що сформувало унікальну гастрономічну палітру, де поєдналися смаки Сходу та Заходу. Саме цей культурний синтез став підґрунтям для подальшого розвитку гастрономічного туризму. Ще за часів Османської імперії кухарське мистецтво мало велику вагу при дворі, а кухарі проходили сувору багаторічну підготовку. Рецепти страв зберігалися у секреті, передавалися з покоління в покоління, і з часом стали частиною нематеріальної культурної спадщини. Уже тоді турецька їжа стала символом престижу, гостинності та вишуканості, що й сьогодні приваблює туристів з усього світу [12, с. 22].

У XX столітті розвиток гастрономічного туризму почався разом із загальним піднесенням туристичної індустрії Туреччини. Після 1980-х років, коли країна активно почала розвивати туристичну інфраструктуру, увагу приділяли переважно пляжному туризму, проте з часом стало зрозуміло, що кулінарна спадщина також є потужним ресурсом для залучення мандрівників. Особливий імпульс гастрономічний туризм отримав на початку XXI століття, коли в Туреччині почали проводити численні фестивалі їжі, кулінарні конкурси, відкривати ресторани традиційної кухні, які популяризують автентичні рецепти кожного регіону.

Однією з важливих віх у розвитку гастрономічного туризму стало офіційне визнання турецької кухні частиною нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО. Зокрема, у 2013 році до списку було включено турецьку каву як унікальний елемент культурної ідентичності, що передається з покоління в покоління. Це стало не лише символічним актом міжнародного

визнання кулінарних традицій Туреччини, а й потужним стимулом для активізації заходів із просування гастрономічних практик на глобальному рівні. Турецька кава — це не просто напій, а частина соціального ритуалу, способу життя та культурної комунікації. Визнання ЮНЕСКО сприяло збільшенню інтересу до турецької кухні у світі, активізації досліджень з боку культурологів і гастрономів, а також підштовхнуло розвиток гастрономічних турів, пов'язаних із цим напоєм. На основі популярності турецької кави було створено безліч культурно-гастрономічних заходів, включно з фестивалями кави, кавовими майстер-класами, музейними експозиціями, що приваблюють туристів з усього світу [43, с. 146].

Окрему увагу варто приділити таким містам, як Газіантеп, Хатай, Шанлиурфа та Кайсері — центрам автентичної турецької кухні, які формують потужну гастрономічну карту країни. У цих містах зосереджені регіональні страви, що мають глибоке історичне коріння та відрізняються складністю рецептури, багатством смакових відтінків, унікальним поєднанням спецій, техніками приготування, а також використанням локальних інгредієнтів. Наприклад, Газіантеп, розташований на південному сході Туреччини, є батьківщиною безлічі страв із м'яса, бобових і зелені. Тут надзвичайно розвинена традиція приготування баклави, кебабів, йогуртових соусів, а також страв, що готуються у тандирі. За значний внесок у збереження й розвиток кулінарної спадщини у 2015 році Газіантеп отримав статус «Міста гастрономії» за версією ЮНЕСКО, що стало підтвердженням його ключової ролі у глобальній гастрономічній карті [1].

Місто Хатай, зі свого боку, відоме складною кулінарною палітрою, що сформувалася під впливом арабської, вірменської, османської та середземноморської кухонь. Тут поширені такі страви, як мутабаль, кіббе, фаттуш, а також десерти з рожевою водою, мигдалем і фініками. Шанлиурфа — місто з глибокими релігійними й культурними традиціями — відоме своєю гострою кухнею, насиченою використанням червоного перцю, кумину та гранатового сиропу. У Кайсері — на території Центральної Анатолії — панує

м'ясна кухня з такими стравами, як мантии (турецькі пельмені), пастірма (в'ялене м'ясо), суджук (ковбаса зі спеціями). Кожне з цих міст є джерелом не тільки смакових відкриттів, а й культурного збагачення, оскільки гастрономія тут невіддільна від історії, побуту, свят та щоденних практик.

Таким чином, гастрономічний туризм у Туреччині розвивається не тільки як складова туристичної галузі, а й як потужний механізм культурного відродження та просування ідентичності на міжнародній арені. Завдяки ЮНЕСКО та включенню таких символів, як турецька кава чи статус гастрономічного міста, Туреччина не лише приваблює туристів, а й формує довготривалу стратегію збереження кулінарної спадщини. Це стимулює розвиток малого й середнього бізнесу, гастрономічного підприємництва, а також популяризує локальні продукти на світовому ринку, сприяючи економічному зростанню регіонів та укріпленню міжкультурного діалогу.

У сучасний період гастрономічний туризм у Туреччині активно підтримується на державному рівні, що є свідченням глибокого усвідомлення урядом країни важливості кулінарної спадщини як стратегічного ресурсу національної економіки та інструменту культурної дипломатії. Міністерство культури та туризму Туреччини систематично реалізує програми з популяризації регіональної кухні, роблячи акцент на автентичності, локальних продуктах і гастрономічній різноманітності. Однією з ключових ініціатив у цьому напрямку є проєкт «Турецькі смаки» (Turkish Tastes), розрахований як на внутрішнього, так і на зовнішнього споживача, який має на меті зміцнити імідж турецької кухні на міжнародному рівні. У рамках цієї програми відбувається активна промоція традиційних турецьких продуктів, таких як оливкова олія, баклава, спеції, сиропи, пастерма, традиційні сири, а також популяризація гастрономічних турів до регіонів, відомих своїми кулінарними традиціями [14, с. 123].

Особлива увага приділяється підтримці кулінарної освіти. В Туреччині функціонують десятки кулінарних академій і спеціалізованих вищих навчальних закладів, де готують професійних кухарів, гастроекспертів і

менеджерів туристичних проєктів. Кулінарні школи співпрацюють із провідними ресторанными мережами, зокрема з тими, що орієнтовані на автентичну турецьку кухню. Вони також беруть участь у національних та міжнародних гастрономічних конкурсах і фестивалях, демонструючи високу якість підготовки кадрів. Популярністю користуються й гастрономічні шоу, що транслюються по телебаченню або через стримінгові платформи, які формують масову гастрономічну культуру та сприяють туристичному інтересу до страв різних регіонів країни.

Ще одним важливим елементом сучасного гастрономічного туризму в Туреччині є розробка та впровадження тематичних гастрономічних маршрутів. Ці маршрути охоплюють регіони, що славляться особливими традиціями харчування, місцевими продуктами, техніками приготування, наприклад, гастрономічний тур у Газіантеп (відомий різноманітням м'ясних страв і солодощів), маршрут оливкової олії в регіоні Егейського моря, винні тури Кападокії чи кулінарна подорож Східною Анатолією. До туристичних продуктів усе частіше включають візити на місцеві ринки, участь у майстер-класах із приготування страв (наприклад, кебабів, долми, лахмаджун чи менемену), відвідування ферм і виноробень, де туристи можуть спостерігати процес виготовлення сиру, меду, вина, йогурту та інших продуктів, скуштувати їх та придбати для себе [3].

Туреччина прагне сформувати цілісну систему гастрономічного туризму, яка інтегрує традиції, сучасні технології та елементи сталого розвитку. Зокрема, значна увага приділяється екологічному аспекту: підтримується використання локальних продуктів, сезонних інгредієнтів, розвиток ферм із органічним землеробством. Таким чином, гастрономічний туризм стає не лише способом розваги для туристів, але й засобом збереження кулінарної спадщини, підтримки місцевої економіки та формування позитивного міжнародного іміджу Туреччини як країни зі смачною, різноманітною та глибоко культурно насиченою кухнею.

Отже, історія розвитку гастрономічного туризму Туреччини є прикладом того, як національна кулінарна спадщина може стати потужним інструментом для формування туристичної привабливості країни. Вона проходила шлях від елементу щоденної культури до повноцінного туристичного продукту, який інтегрує економічний, культурний та соціальний потенціал.

1.2. Роль гастрономічного туризму в Туреччині сьогодні

Гастрономічний туризм в Туреччині сьогодні відіграє важливу роль у розвитку туристичної галузі, стаючи потужним інструментом для просування національної кухні, культурної спадщини та економічного зростання регіонів. З кожним роком зростає кількість мандрівників, які обирають подорожі не лише заради пляжного відпочинку або екскурсій, а й заради кулінарних вражень. Туреччина, з її багатовіковими кулінарними традиціями, розмаїттям смаків та інгредієнтів, приваблює туристів з усього світу, які прагнуть зануритися в атмосферу справжньої східної гостинності та спробувати оригінальні страви регіональної кухні.

Сьогодні турецька кухня входить до трійки найпопулярніших у світі, поступаючись лише італійській та французькій. Це результат гармонійного поєднання смакових впливів Середземномор'я, Близького Сходу, Балкан, Кавказу та навіть Північної Африки. Гастрономічний туризм не обмежується дегустацією – це ще й кулінарні майстер-класи, знайомство з місцевими фермерами та ринками, відвідування фестивалів їжі, винних та оливкових маршрутів. Наприклад, Газіантеп, Ізмір, Хатай, Стамбул, Конья та Трабзон стали знаковими гастрономічними центрами, кожен з яких має власну унікальну кулінарну ідентичність. Газіантеп, зокрема, визнаний ЮНЕСКО містом гастрономії за свою багату спадщину та сотні автентичних рецептів [22, с. 154].

Уряд Туреччини активно підтримує розвиток гастрономічного туризму. При Міністерстві туризму та культури створено спеціальний комітет, який об'єднує рестораторів, готельєрів, туроператорів та гідів для популяризації

гастронапрямків. Вони займаються не лише внутрішнім просуванням кухні, а й організовують міжнародні презентації, дегустації, співпрацюють з іноземними журналістами й блогерами. Також проводяться наукові дослідження, які доводять, що гастрономічні враження суттєво впливають на рівень задоволення туристів, формують позитивний імідж країни та стимулюють повторні візити.

За даними дослідження TURSAB, лише у 2014 році туристи витратили понад 6 мільярдів доларів на їжу в Туреччині, що становило 19% від усіх туристичних витрат. Середньостатистичний відвідувач витрачав близько 828 доларів, значна частина яких йшла саме на гастрономічні послуги. Це підтверджує, що кулінарна привабливість стає однією з ключових мотивацій для подорожей до Туреччини. Особливо це актуально для туристів з Німеччини, Франції, Японії, США, Польщі та Нідерландів, які високо оцінюють різноманіття турецьких смаків.

Таким чином, гастрономічний туризм сьогодні не лише формує новий імідж Туреччини як кулінарної столиці Близького Сходу, а й стимулює розвиток місцевої економіки, підтримує малий бізнес та сприяє збереженню кулінарних традицій. У майбутньому ця галузь має всі шанси стати одним із пріоритетних напрямків національної туристичної стратегії.

Гастрономічний туризм упродовж останніх років посів чільне місце серед найпопулярніших напрямів туристичної сфери. Подорожі з метою кулінарного досвіду дають мандрівникам шанс не лише скуштувати автентичні страви різних народів, а й зануритися в особливості місцевої кухні, поспостерігати за традиційними методами приготування їжі, а також дізнатися більше про кулінарну спадщину та звичаї країн, які вони відвідують. Туреччина є однією з країн, що динамічно розвиває цей напрям, і її кулінарна спадщина привертає дедалі більше гастромандрівників. Турецька кухня наразі входить до трійки найпопулярніших у світі, що свідчить про її міжнародне визнання.

Смакова палітра Туреччини вражає різноманіттям – у національній кухні переплелися кулінарні впливи Європи, Азії та навіть африканських країн. Саме це багатство смаків стало поштовхом для створення спеціалізованого органу

при Міністерстві культури та туризму Туреччини – комітету, завданням якого є активне просування та розвиток гастрономічного туризму. До його складу увійшли представники ресторанного бізнесу, туристичні гіді, власники готелів і провідні туроператори. Попри ці зусилля, у рейтингу регіонів Середземномор'я Туреччина наразі займає лише 23-тє місце за рівнем розвитку гастротуризму, що викликає занепокоєння у профільного міністерства. Турецька кухня заслуговує більшої уваги та підтримки з боку міжнародної туристичної спільноти.

Страви, що відображають специфіку конкретної місцевості та є характерними для певного регіону, зазвичай називають місцевими стравами [13]. Місцева кухня демонструє особливості клімату, доступні сільськогосподарські продукти, кулінарні традиції та багатство різноманіття. До одних із найвідоміших і найбагатших кухонь світу можна віднести турецьку, французьку та китайську кухні [11]. Розвиток національної турецької кухні визначається культурними впливами, кочовою традицією та етнічним різноманіттям, а також особливостями кожного регіону, такими як кліматичні умови, види рослин, сільське господарство та тваринництво.

У Середній Азії більшість турецьких племен і тюркських кочівників не вживали трав'яних продуктів, а основними продуктами їх раціону були баранина та молочні продукти. Багато кулінарних методів, які застосовували стародавні тюрки, збереглися і до сьогодні в Туреччині [12].

Серед загальних рис турецької кухні варто зазначити важливість злаків, велику кількість страв на основі борошна, популярність супів, а також широке використання кисломолочних напоїв.

Поряд із кулінарними принадами, Туреччина має багату культурну спадщину, що органічно поєднується з гастрономічними подорожами. Від античних руїн, середньовічних фортець і релігійних святинь до археологічних музеїв – усе це створює неповторну атмосферу під час кулінарних турів. Туристи можуть планувати подорожі в різні регіони Туреччини, адже кухня в кожному з них має свої унікальні риси. Наприклад, гастрономічні традиції

Чорноморського узбережжя суттєво відрізняються від кулінарії середземноморських провінцій, що робить кожен маршрут винятковим.

Згідно зі звітом TURSAB щодо гастрономічного туризму, у 2014 році Туреччину відвідало понад 41 мільйон туристів, які витратили загалом 34,3 мільярда доларів. Середній показник витрат на одну особу сягнув 828 доларів США, з яких понад 6,5 мільярда було витрачено безпосередньо на харчування – це майже п'ята частина від усіх туристичних витрат. Ці дані свідчать про високий потенціал гастрономічного туризму як джерела доходу та важливого інструменту культурної дипломатії.

Дослідження також показали, що враження туристів від кухні Туреччини залежать від ряду чинників: віку, соціально-економічного статусу, національності, освітнього рівня, а також наявності сім'ї з дітьми. Опитування серед 293 іноземців, які покидали Туреччину через міжнародний аеропорт Стамбула, виявило: для багатьох дегустація місцевих страв стала третьою за значимістю причиною для відвідування країни – після історичної спадщини та бажання познайомитися з місцевим населенням.

Серед найяскравіших гастрономічних напрямків Туреччини можна виокремити шість міст, які є справжніми перлинами на кулінарній мапі країни:

Газіантеп – місто, яке вважається кулінарною столицею Туреччини і входить до Мережі творчих міст ЮНЕСКО. Місцева кухня налічує близько 500 унікальних страв, що робить Газіантеп справжнім раєм для гурманів.

Ізмір – розташований у благодатному регіоні з родючим ґрунтом і сприятливим кліматом. Кухня Ізміра поєднує смаки різних культур і є втіленням егейських традицій. Це місто також входить до списку гурманських міст світу.

Хатай – регіон із надзвичайно багатою кулінарною культурою, яка включає близько 600 місцевих смаків. Хатай також відзначений ЮНЕСКО як місто гастрономії. Тутешня кухня вражає своєю різноманітністю й історичною глибиною.

Стамбул – мегаполіс, який є не тільки культурним і економічним центром Туреччини, а й гастрономічним осередком, де переплітаються впливи

османської, балканської, кавказької та світової кухонь. Вулична їжа, традиційні страви та вишукані ресторани створюють неймовірну кулінарну атмосферу.

Конья – місто з глибокими релігійними та історичними коренями, яке зберегло кулінарні традиції часів сельджуків і дервішів Мевлеві. Особливо популярні місцеві страви під час Рамадану, коли зростає інтерес до духовних і гастрономічних практик.

Трабзон – північне місто, що славиться своєю кухнею Чорноморського регіону. Страви Трабзона вирізняються використанням свіжої риби, кукурудзи, зелені та місцевих молочних продуктів. Тут розташовані численні ресторани, де можна скуштувати автентичні делікатеси [22].

Туреччина має всі передумови для того, щоб стати світовим лідером у сфері гастрономічного туризму. Головне – грамотно розвивати інфраструктуру, підтримувати місцевих виробників, зберігати кулінарну спадщину та активно популяризувати її на міжнародному рівні.

1.3 Методичні підходи до дослідження гастрономічного туризму в Туреччині

Методичні підходи до дослідження гастрономічного туризму в Туреччині передбачають комплексне використання міждисциплінарних методів, що поєднують підходи з туризмознавства, культурології, економіки, соціології та маркетингу. Одним із ключових підходів є системний підхід, який дозволяє розглядати гастрономічний туризм як складну відкриту систему, що взаємодіє з іншими підсистемами туристичної галузі та соціокультурного середовища. У рамках цього підходу досліджуються структурні елементи гастрономічного туризму (турист, туристичний продукт, дестинація, організатори туризму, інфраструктура), а також зв'язки між ними.

Також широко застосовується регіональний підхід, що дає змогу враховувати територіальну специфіку гастрономічних традицій Туреччини, зокрема поділ країни на кулінарні регіони (наприклад, егейська, анатолійська,

середземноморська, чорноморська кухні), які мають свої унікальні страви, продукти та техніки приготування їжі. Вивчення регіональних особливостей дозволяє глибше проаналізувати туристичну привабливість кожного з гастрономічних центрів країни та визначити їхню роль у формуванні загального туристичного іміджу Туреччини [12, с. 76].

Культурологічний підхід фокусується на аналізі гастрономії як культурного феномена, що відображає історичний досвід, традиції, релігійні уявлення та соціальні практики турецького народу. У цьому контексті гастрономічний туризм розглядається не лише як споживання їжі, а як форма культурного пізнання, завдяки якій турист знайомиться з автентичністю, гостинністю та спадщиною місцевого населення.

Важливу роль відіграє маркетинговий підхід, який дозволяє вивчити попит на гастрономічні послуги, поведінку споживачів, особливості брендування турецької кухні та ефективність каналів просування гастрономічного туризму на внутрішньому й міжнародному ринку. У рамках цього підходу застосовуються методи анкетування, опитування туристів, аналіз соціальних мереж, туристичних платформ, онлайн-рецензій та контент-аналіз рекламних матеріалів.

Соціологічний підхід орієнтується на вивчення соціально-демографічних характеристик гастрономічних туристів, їхніх цінностей, мотивацій, очікувань, рівня задоволеності послугами, а також на оцінку впливу гастрономічного туризму на місцеві громади, зайнятість, збереження традицій і розвиток малого бізнесу.

З методологічного погляду, дослідження ґрунтується як на якісних, так і на кількісних методах. Кількісні методи включають статистичний аналіз даних про туристичні потоки, споживчі витрати, кількість гастрономічних заходів (фестивалів, майстер-класів, гастротурів), а також геоінформаційне моделювання для візуалізації кулінарних маршрутів. Якісні методи охоплюють глибинні інтерв'ю з учасниками туристичної галузі (ресторатори, туроператори, місцева влада), польові спостереження, аналіз кейсів успішних гастрономічних

ініціатив у Туреччині, зокрема у таких містах, як Газиантеп (включений до списку ЮНЕСКО як місто гастрономії), Ізмір, Стамбул, Хатай [12].

Таким чином, методичні підходи до дослідження гастрономічного туризму в Туреччині є багатоаспектними, поєднують емпіричні та теоретичні методи, що забезпечує глибоке, об'єктивне та різнобічне розуміння цього явища в контексті сучасного туризму й соціокультурного розвитку.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ТУРЕЧЧИНІ

2.1. Мета та завдання вивчення гастрономічного туризму в Туреччині

Метою вивчення гастрономічного туризму в Туреччині є виявлення його потенціалу як чинника соціально-економічного розвитку країни, аналіз особливостей формування туристичної пропозиції на основі національної кухні, а також визначення шляхів удосконалення туристичної політики задля підвищення конкурентоспроможності турецького туристичного продукту на міжнародному ринку. Основними завданнями є: дослідити історико-культурні та географічні передумови становлення гастрономічного туризму в Туреччині; охарактеризувати сучасний стан і тенденції розвитку гастрономічного туризму; проаналізувати поведінкові та мотиваційні чинники туристів, зацікавлених у гастрономічних подорожах; виявити сильні сторони турецької кухні як туристичного бренду; а також запропонувати рекомендації щодо ефективного просування гастрономічного туризму в контексті стійкого розвитку туризму в Туреччині.

Туреччина, розташована між трьома морями, традиційно асоціюється з морським туризмом. Однак останніми роками зросла зацікавленість у нових видах подорожей, що виникли у відповідь на зміну запитів туристів. Туристи стали більш вимогливими та поінформованими, що спонукало до розширення туристичної пропозиції, зокрема в бік нестандартних і нішевих напрямків [55].

У зв'язку зі сприятливими кліматичними умовами та географічним розташуванням, Туреччина має потужний туристичний потенціал у різних сферах: пляжному, релігійному, культурному, мисливському, оздоровчому, сільському й, зокрема, гастрономічному туризмі [56].

Згідно з даними (таблиця 2.1, додаток Б), із роками кількість відвідувачів Туреччини збільшувалася, проте середні витрати на одну особу зменшувалися.

Основним чинником такої тенденції стала популярність концепції "все включено", яка обмежує витрати туристів поза межами готелів [57].

Пандемія COVID-19 спричинила спад у туристичних прибутках, про що свідчать статистичні дані 2021 року (таблиця 2.2, додаток В). Незважаючи на значну кількість туристів, доходи залишаються низькими, що підкреслює необхідність розвитку альтернативних напрямів туризму для забезпечення сталого зростання галузі.

Одним із перспективних напрямів є гастрономічний туризм. Завдяки культурному багатству, історичній спадщині та своєрідному розташуванню, Туреччина має надзвичайно багату кухню, яка сформувалася під впливом різних цивілізацій [58].

Звіт TURSAB вказує на стабільне зростання гастрономічного туризму: якщо у 2015 році загальні витрати становили 44,3 млрд доларів, то вже у 2019 – 49,6 млрд доларів. Витрати лише на харчування досягли 6,5 млрд доларів, що склало приблизно 19% загальних туристичних витрат [59].

Незважаючи на те, що турецька кухня вважається однією з найпопулярніших у світі, країна поки що недостатньо активно використовує її як маркетинговий інструмент. Так, у дослідженні Okumus et al. (2007), що порівнювало Гонконг і Туреччину, було виявлено, що перший ефективніше позиціонує себе через гастрономічну складову, тоді як Туреччина лише частково використовує цей ресурс [60].

У дослідженні Бірдіра та Акголя (2015), яке охоплювало 293 іноземних туристів, з'ясувалося, що кухня Туреччини була третьою за значущістю причиною для відвідин країни. Найпопулярнішими мотиваціями стали інтерес до культурно-історичних пам'яток та бажання пізнати місцевий народ. Також з'ясувалося, що враження від турецької їжі залежать від особистих і демографічних характеристик, таких як вік, освіта, національність, сімейний стан тощо.

Серед чинників, що забезпечили розвиток гастрономічного туризму в Туреччині, варто виокремити її природні та культурні особливості. Родючі

грунти, помірний клімат, багатство флори й фауни та географічне розташування між Європою і Азією зумовили широку гастрономічну різноманітність. Це дозволило включити в національну кухню численні страви з морепродуктів, риби, овочів та спецій, що відрізняються за регіонами.

Крім природних умов, велике значення має історична взаємодія з іншими культурами. Протягом століть територія сучасної Туреччини була осередком цивілізацій, що сформували унікальне поєднання візантійських, сельджуцьких, османських, а також середземноморських, близькосхідних та європейських кулінарних традицій.

Окремі страви та кулінарні традиції прийшли до Туреччини з Візантії – це, наприклад, рибні страви, оливки та їжа на основі оливкової олії. Водночас кочові народи Центральної Азії принесли культуру споживання м'яса та кисломолочних продуктів [61].

Різноманіття природних та історико-культурних ресурсів Туреччини створює сприятливі умови для розвитку гастрономічного туризму. Поєднання смаків, страв і традиційних рецептів різних регіонів утворює унікальний кулінарний досвід, який приваблює туристів з усього світу. Водночас, гастрономічний туризм не лише стимулює економіку та регіональний розвиток, а й поглиблює міжкультурний обмін та сприяє популяризації національної ідентичності [45].

2.2. Організація та проведення дослідження гастрономічного туризму в Туреччині

Дослідження гастрономічного туризму в Туреччині є важливою складовою вивчення сучасних тенденцій розвитку туристичної галузі, зокрема в контексті зміни пріоритетів мандрівників, які дедалі частіше обирають подорожі з метою кулінарного досвіду. Туреччина, як країна з багатою історико-культурною спадщиною, відзначається винятковим гастрономічним різноманіттям, що сформувалося під впливом османської, середземноморської,

близькосхідної та кавказької кухонь. Саме тому дослідження її гастрономічного потенціалу є не лише науково обґрунтованим, а й практично доцільним з погляду розвитку туристичних продуктів.

Організація дослідження гастрономічного туризму в Туреччині передбачала кілька послідовних етапів. На підготовчому етапі було здійснено аналіз наукової літератури, аналітичних звітів, статистичних даних та маркетингових досліджень, присвячених гастрономії як чиннику туристичної привабливості. Зокрема, увагу було зосереджено на регіональному аспекті: вивчено особливості кухні Стамбула, Газіантепа, Ізміра, Анталії, Каппадокії, Трабзона та інших ключових туристичних регіонів. Було визначено, що турецька гастрономія має потенціал для цільового просування в таких напрямках, як етнічний гастротуризм, кулінарні школи, фестивалі, винні маршрути, тури на ринки та в традиційні ресторани.

Наступним етапом стало розроблення методології дослідження. Було прийнято рішення застосовувати змішаний підхід – поєднання кількісного та якісного аналізу. Для цього розроблено анкету для туристів, яка включала запитання щодо мотивації до подорожей, гастрономічних уподобань, рівня задоволеності турецькою кухнею, готовності витратити кошти на кулінарні враження та впливу гастрономії на загальну оцінку поїздки. Паралельно було проведено напівструктуровані інтерв'ю з представниками туристичних агенцій, власниками ресторанів, шеф-кухарями та гідями, що спеціалізуються на гастрономічних турах.

Польовий етап дослідження відбувався упродовж кількох тижнів у найпопулярніших туристичних локаціях Туреччини, зокрема в Стамбулі, Газіантепі та Анталії. У Стамбулі дослідження охоплювало традиційні ресторани (локанти), ринки спецій (Єгипетський базар), вуличну їжу (симіти, кокореч, донер), а також тематичні кулінарні майстер-класи. В Анталії – було акцентовано на середземноморських морепродуктах, фермерських господарствах і традиційних солодощах. У Газіантепі – місті, визнаному ЮНЕСКО «Гастрономічною столицею», особливу увагу приділено рецептам

локальної кухні, які збереглися з османських часів, зокрема приготуванню баклави, кебабів, нутового супу та халви.

Анкетування туристів проводилося безпосередньо на туристичних локаціях – в аеропортах, готелях, музеях, а також під час гастрономічних турів. Було зібрано понад 500 відповідей, які піддалися статистичному аналізу із застосуванням програмного забезпечення SPSS. Основна мета аналізу полягала у виявленні ключових мотивацій до гастрономічних подорожей, задоволеності досвідом, а також у зіставленні очікувань і реального досвіду споживання турецької кухні. Крім того, було досліджено, які саме регіональні страви туристи згадують найчастіше, та які гастрономічні активності викликають найбільший інтерес (наприклад, кулінарні класи, дегустації вина, візити на ферми).

Результати інтерв'ю з експертами галузі дозволили глибше зрозуміти внутрішню кухню туристичного бізнесу Туреччини: проблеми з популяризацією гастрономії серед міжнародних туристів, відсутність стандартизованих гастротуристичних маршрутів, нестачу англomовних кулінарних гідів, а також невикористаний потенціал регіональної кухні. Також було підкреслено важливість включення гастрономічної тематики до загальних турів, адже більшість туристів ще не мають уявлення про гастротуризм як окремий тип подорожей.

Узагальнюючи, результати дослідження продемонстрували, що гастрономічний туризм у Туреччині має високий потенціал до подальшого розвитку, проте потребує структурованого підходу до просування. Було сформульовано низку рекомендацій: розвиток брендингу регіональної кухні, створення гастротуристичних маршрутів, підготовка англomовних гідів-експертів у гастрономії, організація фестивалів, розвиток партнерств між ресторанами, виробниками локальної продукції та туристичними операторами. У перспективі це може сприяти зростанню в'їзного туризму, підвищенню тривалості перебування туристів у країні, збільшенню середнього чека та загальної туристичної привабливості Туреччини на глобальному ринку.

Таким чином, дослідження гастрономічного туризму в Туреччині довело актуальність цього напрямку, продемонструвало високий рівень зацікавленості з боку мандрівників та окреслило конкретні напрями вдосконалення туристичного продукту на основі кулінарного досвіду.

2.3. Оцінка потенціалу Туреччини для розвитку гастрономічного туризму

Туреччина розташована між трьома морями, що визначає її традиційну популярність серед любителів морського відпочинку. Однак крім прибережного та бальнеологічного туризму в країні поступово зростають і альтернативні напрямки. Попит у туристичній сфері є ключовим чинником формування пропозиції, а підвищення освітнього рівня мандрівників призвело до зміни їхніх очікувань. Відтак звичні формати відпочинку перестали повністю задовольняти сучасних туристів, що стимулює розвиток нових видів туризму, які здатні зацікавити навіть досвідчених мандрівників [55].

Кліматичні умови та географічне розташування Туреччини відкривають широкий спектр туристичних можливостей. Серед основних видів туризму варто виділити пляжний, релігійний, екскурсійний, мисливський, оздоровчий, сільський та гастрономічний [56].

У таблиці 2.1. (додаток Б) представлені статистичні дані про туристичні доходи, кількість відвідувачів та середні витрати за останні роки. Відзначається тенденція: зі зростанням потоку туристів середні витрати на одну особу знижуються. Це пов'язано із поширенням системи «все включено» в готельному секторі, коли туристи витрачають більшість коштів всередині готелю, обмежуючи свої витрати поза ним [57].

Аналіз туристичних прибуттів у 2021 році за країнами свідчить про значне падіння доходів через пандемію COVID-19, що призвело до обмежень у подорожах. Як видно з таблиці 2.2. (додаток В), попри велику кількість відвідувачів, туристичні доходи залишаються низькими. Це підкреслює

необхідність розвитку альтернативних форм туризму, які могли б стимулювати активність туристичної галузі та забезпечити стабільність туристичних регіонів.

Туреччина володіє значним гастрономічним потенціалом, завдяки багатій історії кулінарії. Унікальність турецької кухні пояснюється її географічним розташуванням, що об'єднало у собі численні культурні впливи [58].

За даними звіту TURSAB, загальні туристичні витрати становили 44,3 млрд доларів і зросли до 49,6 млрд доларів у 2019 році. З них близько 6,5 млрд доларів – це витрати на харчування, що становить приблизно 19% від усіх витрат туристів [59].

Туреччина займає третє місце у світі за популярністю своєї кухні. У 2007 році Okumus та колеги порівнювали гастрономічний маркетинг Туреччини та Гонконгу: хоча Гонконг ефективно використовує кулінарію у своїй промоції, Туреччина, незважаючи на багатство і унікальність своєї кухні, приділяє цьому значно менше уваги. Дослідження також показали, що гастрономічні вподобання, досвід і задоволення туристів у Туреччині варіюються залежно від таких демографічних чинників, як національність, вік, стать, рівень освіти і соціально-економічний статус [60].

У 2015 році турецькі науковці Б. Бірдір і М. Акголь провели дослідження гастрономічного досвіду 293 іноземних туристів, які вилітали з міжнародного аеропорту Стамбула. Переважна більшість учасників походила з європейських країн (Польща, Німеччина, Нідерланди, Франція), а також США та Японії. Аналіз показав, що оцінка смакових якостей турецьких страв залежить від сімейного стану, наявності дітей і національності туристів. Крім того, гастрономічні враження посіли третє місце серед причин приїзду в Туреччину: першою була зацікавленість історією і природою країни, другою – бажання пізнати турецьку культуру.

Основними факторами, які сприяють розвитку гастрономічного туризму в Туреччині, є: унікальне географічне положення, багата історична спадщина та регіональна специфіка. Пом'якшений клімат, родючі землі, оточення морями з

трьох боків, а також розташування на межі двох континентів забезпечують велику різноманітність флори і фауни. Це відобразилось у наявності широкого спектру продуктів, які використовуються у національній кухні. Особливе значення має велика кількість видів риби та морепродуктів, що дозволяє готувати свіжі страви без великих витрат на транспортування, що стало основою для розвитку морської кулінарії в різних регіонах країни.

Історична взаємодія Туреччини з різними культурами, що тривала століттями, значною мірою вплинула на формування багатогранної та унікальної гастрономічної традиції країни. Протягом багатьох століть різноманітні продукти і кулінарні техніки, що прийшли з різних куточків світу, поступово впліталися у повсякденне життя азійських та анатолійських регіонів, створюючи складний кулінарний ландшафт, який постійно розвивався. Нові смаки та рецептури, які зароджувалися у величних палацах сельджуків і Османської імперії, стали фундаментом для диверсифікації та багатства сучасної турецької кухні. Цей процес можна розглядати як синтез культурних впливів, де історія, традиції та інновації гармонійно поєднуються в гастрономічному мистецтві.

Завдяки величезній території, що охоплює різні кліматичні зони і природні умови, в Туреччині сформувалася глибоко вкорінена і дуже різноманітна кулінарна культура, яка включає в себе унікальні регіональні особливості. Анатолійська кухня, наприклад, збагачена впливом оливкової олії, що походить із Егейських островів та узбережжя Егейського моря, є прикладом тісного зв'язку з місцевими природними ресурсами. Крім того, значний вплив на турецьку кухню мала римська кулінарна спадщина Візантії, що залишила помітний слід у рецептах і традиціях, а також кухні Близького Сходу, південно-середземноморського регіону і Європи, які поширилися в країні у період розквіту Османської імперії. Саме цей багатий культурний мікс сприяв формуванню унікального гастрономічного спадку, який зберігає традиції минулого і водночас відгукується на сучасні тенденції.

Деякі з найвідоміших страв турецької кухні, зокрема риба, оливки і страви, приготовані з використанням оливкової олії, безпосередньо походять із кулінарної спадщини Візантії. Водночас система харчування, що базується на м'ясних продуктах та кисломолочних výroбах, була привезена турками, які мігрували з Центральної Азії до Анатолії, що додало кухні ще одну важливу складову. Цей двобік культурного обміну між європейськими та азійськими традиціями зробив турецьку кухню настільки багатою і різноманітною [61].

Варто також відзначити значний туристичний потенціал Туреччини, зумовлений наявністю багатих археологічних пам'яток, автентичних культурних ландшафтів та мальовничих природних територій, які часто поєднують кілька видів атракцій в одному місці. Саме така унікальна географія та комплекс факторів, що створюють особливу привабливість для гастрономічного туризму, відкриває великі можливості для розвитку цього напрямку туристичної діяльності. З точки зору гастрономічного потенціалу країни, Туреччина володіє надзвичайно багатою спадщиною, включаючи унікальні рецепти і традиції, які приваблюють туристів з усього світу.

Гастрономічний туризм у Туреччині не лише дарує мандрівникам незабутні враження від знайомства з місцевими стравами, а й слугує платформою для культурного обміну між різними народами. Завдяки цьому, гастрономія стає не просто частиною відпочинку, а важливим інструментом розвитку міст і регіонів, сприяючи підвищенню їхнього економічного і культурного потенціалу. Таким чином, гастрономічний туризм виступає не лише як спосіб відпочинку, а й як чинник соціального і культурного зближення, підсилюючи туристичну привабливість Туреччини на світовій арені [45].

Отже, багатовікова історична взаємодія з різними культурами, значна територіальна різноманітність, а також багатство природних і культурних ресурсів сформували унікальну гастрономічну традицію Туреччини, яка сьогодні є однією з найвагоміших складових туристичного потенціалу країни і має величезний вплив на розвиток туристичної індустрії в цілому.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ТУРЕЧЧИНІ

3.1. Актуальні проблеми гастрономічного туризму в Туреччині

Гастрономічний туризм у Туреччині, хоч і має значний потенціал для розвитку, наразі все ще не досяг бажаного рівня ефективності та популярності. Станом на 2025 рік Туреччина посідає 23-тє місце серед країн Середземноморського регіону за показниками розвитку гастрономічного туризму, що свідчить про наявність як сильних сторін, так і певних перешкод у цій сфері. Основними причинами такої ситуації є кілька ключових факторів: недостатній рівень налагодження співпраці між підприємствами туристичної галузі, політичні та соціальні виклики, вплив пандемії COVID-19, а також стереотипний імідж країни як класичного напрямку пляжного відпочинку.

Для активізації гастрономічного туризму в Туреччині особливо важливим є створення ефективної системи кооперації між різними суб'єктами туристичної діяльності. Співпраця стає дієвою, коли кілька учасників домовляються про спільні довгострокові дії, спрямовані на розвиток взаємних туристичних зв'язків. У контексті гастротуризму це може проявлятися у формі брендингу окремих регіонів і туристичних дестинацій з урахуванням перспектив організації гастрономічних турів, створення спеціалізованих інформаційних ресурсів — веб-сайтів, мобільних додатків та інших платформ, що популяризують гастрономічні можливості регіонів, а також включення гастрономії у пріоритетні напрямки регіональних стратегій розвитку туризму. Крім того, суттєве значення має активізація міжнародної співпраці, що дозволяє інтегрувати турецькі гастрономічні продукти і послуги у глобальні туристичні маршрути.

На сьогодні у Туреччині присутня певна співпраця у форматі маркетингових акцій місцевих ресторанів та гастрономічних фестивалів, однак відсутні системні й стійкі інструменти взаємодії для комплексного просування гастрономічного туризму на національному і міжнародному рівнях. Для подолання цієї проблеми необхідно формувати міцні партнерські зв'язки між

готелями, туристичними агентствами, гастрономічними закладами та державними структурами, відповідальними за розвиток туристичної індустрії. Такий міжсекторальний підхід дасть змогу координації ресурсів, підвищить якість послуг і створить більш привабливі пропозиції для гастрономічних туристів.

Туризм у Туреччині за останні роки зберігає позицію однієї з ключових галузей економіки, але розвиток ринку туристичних послуг суттєво залежить від зовнішньополітичних та внутрішніх факторів. Іноді політична ситуація має негативний вплив на динаміку туристичного потоку, у тому числі й гастрономічного туризму. Зокрема, у період останніх кількох років європейські туристи переглянули своє ставлення до Туреччини через активність терористичних угруповань у регіоні та події, що відбувалися на півдні країни. Це було підсилено напруженістю у відносинах між Туреччиною та Європейським Союзом, що відображалось і у медійному просторі, створюючи негативний образ безпеки відпочинку в Туреччині [74].

Голова Федерації готелів Туреччини, Осман Айік, зазначає, що загрози тероризму у глобальному масштабі створюють ризики для туристів у всьому світі, включно з Туреччиною, яка межує з нестабільними регіонами Іраку та Сирії. Водночас засоби масової інформації країн ЄС часто акцентували увагу на цих ризиках, що негативно впливало на настрої туристів, створюючи додаткові бар'єри для приїзду відпочивальників [45].

Окрім зовнішньополітичних чинників, внутрішні події також мали значний вплив на туристичну галузь Туреччини. Наприклад, спроба державного перевороту в 2016 році спричинила масштабний кризовий стан у політичній, економічній та соціальній сферах країни. Наслідки цього події спричинили значні втрати для туристичного сектору, включно з гастрономічним туризмом, який відчув падіння зацікавленості і обмеження у розвитку.

У 2016 році кількість туристів, які відвідали Туреччину, знизилася до приблизно 25,35 мільйонів осіб, що означало втрату близько 10 мільйонів гостей і близько 10 мільярдів доларів доходів у порівнянні з попередніми

періодами [72]. В середньому в Європі спостерігалось приблизно 30-відсоткове скорочення туристичних потоків, особливо помітне саме в країнах ЄС. Проблеми безпеки в країні, а також збереження негативного сприйняття безпекової ситуації серед міжнародних туристів стали основними причинами падіння кількості відвідувачів гастрономічних заходів і гастрономічних турів.

Навіть після стабілізації внутрішньої політичної ситуації, Туреччина деякий час стикалася з довготривалими наслідками негативного іміджу, що стримував повноцінне відновлення туристичного сектору, включаючи гастрономічний туризм. Для подолання цих викликів уряд країни має зосередитись на підвищенні рівня безпеки для туристів, як внутрішніх, так і іноземних, посилюючи контроль над потенційними загрозами та забезпечуючи стабільність в регіонах, що найбільше приваблюють туристів.

Таким чином, комплексне вирішення питань безпеки, активізація співпраці між підприємствами туристичної сфери і покращення іміджу Туреччини на міжнародній арені є ключовими складовими для подальшого розвитку гастрономічного туризму у 2025 році. З огляду на ці фактори, потенціал Туреччини у гостротуризмі може бути реалізований більш ефективно, що сприятиме зростанню економічних показників країни і підвищенню її конкурентоспроможності серед популярних туристичних напрямків Середземномор'я.

Глобальна пандемія COVID-19 спричинила масштабну економічну кризу у всьому світі, однак саме туристична галузь зазнала найбільших втрат. Сфера гостинності і туризму постраждала через запроваджені заборони на поїздки, жорсткі карантинні обмеження, а також нові правила безпеки і гігієни, які впроваджувалися для запобігання поширенню коронавірусу. Результати численних досліджень демонструють, що усвідомлення ризиків суттєво вплинуло на поведінку мандрівників і їхні рішення щодо подорожей як під час пандемії, так і у період поступового відновлення туристичного ринку.

За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), міжнародний туризм у 2020 році скоротився приблизно на 44 %, а авіап перевезення — на 40 %.

У 2021 році прибутки туристичної галузі впали ще різкіше — приблизно на 85 % порівняно з доковідним 2019 роком. Підприємства у сфері розміщення, зокрема готелі, зазнали падіння обороту майже на 9,3 %, а рівень зайнятості у галузі зменшився на 21,5 %. Ці цифри наочно ілюструють глибину кризи, спричиненої пандемією.

В умовах таких викликів науковці все частіше говорять про перспективність розвитку сталого гастрономічного туризму, який може успішно підтримуватися і розвиватися на рівні місцевих громад. Під час пандемії спостерігалось зростання інтересу до внутрішніх подорожей, адже вони є більш доступними та безпечними порівняно з міжнародними поїздками. Це створює сприятливі умови для розвитку гастрономічного туризму всередині країни, заохочуючи турків більше дізнаватися про багатство національної кухні та підтримувати місцевий туристичний бізнес.

Окрім пандемії, однією з проблем, що гальмують розвиток туристичної індустрії Туреччини, є сформований імідж країни. Туризм є однією з найбільш динамічних і прибуткових галузей турецької економіки: щорічно Туреччину відвідують близько 9-10 мільйонів туристів з більш ніж 80 країн світу. Доходи від туризму формують майже чверть турецького експорту. Водночас країна отримала стереотипний образ, як напрямок, що спеціалізується на пляжному відпочинку.

Туреччина стала свого роду заручницею цього образу — з одного боку він приніс значний успіх у туристичній сфері, з іншого — обмежує подальший розвиток і диверсифікацію туристичних пропозицій. Рекламуючи концепцію «все включено», країна лише закріплює цей імідж і стимулює конкуренцію серед власних готелів, що часто призводить до зниження цін і втрати якості послуг.

У такій ситуації розвиток гастрономічного туризму залишається на другому плані, адже більшість туристів навіть не підозрюють про багатство і унікальність турецької кухні. Для зміни цієї тенденції необхідно, щоб державна політика та туристична стратегія переглянули акценти у розвитку туристичної

сфери. Хоча пляжний відпочинок приносить значні доходи, варто приділяти увагу і альтернативним формам туризму, що можуть привернути інтерес нових категорій туристів і змінити усталені стереотипи про Туреччину.

Гастрономічний туризм має величезний потенціал, адже турецька кухня багата і різноманітна, здатна постійно дивувати та надихати відвідувачів. Саме тому Міністерство культури і туризму Туреччини останніми роками активно працює над трансформацією іміджу країни у світі. Планується організація гастрокультурних заходів — візити для гурманів, гастрономічні тури, фестивалі вуличної їжі, а також просування гастрономічних брендів, щоб показати Туреччину не лише як пляжний курорт, а як унікальний гастрономічний напрямок з багатою історією і культурою.

Ці ініціативи покликані залучити більше туристів, зацікавлених у нових враженнях, і сприяти подальшому розвитку туристичного ринку, підвищуючи економічну стабільність та міжнародний авторитет Туреччини у 2025 році та надалі.

У 2025 році Туреччина продовжує активно впроваджувати інновації у сфері гастрономічного туризму, що відповідає глобальним трендам сталого розвитку і цифровізації туристичного сектору. Державні та приватні інституції спрямовують зусилля на інтеграцію новітніх технологій для популяризації регіональних кулінарних особливостей. Зокрема, все більше застосовуються віртуальні тури, інтерактивні мобільні додатки та платформи з елементами доповненої реальності, які дозволяють туристам заздалегідь ознайомитись із гастрономічними маршрутами, локальними продуктами та традиційними рецептами.

Крім того, спостерігається зростання попиту на екологічно відповідальний гастротуризм. Туристи дедалі більше цікавляться не лише смаком, а й походженням їжі, умовами її виробництва та екологічною стійкістю. Турецькі фермери та виробники органічних продуктів отримують державну підтримку для розвитку місцевих фермерських ринків і агротуризму, що

дозволяє відновлювати зв'язок між споживачами та природними ресурсами країни.

Особливу увагу уряд приділяє розвитку гастрономічних фестивалів і заходів, що популяризують регіональні кухні. У 2025 році такі фестивалі вже стали значущими подіями у туристичному календарі, які залучають тисячі гостей і сприяють розвитку місцевої економіки. Наприклад, фестиваль оливкової олії на Егейському узбережжі, свята місцевих сирів у центральних регіонах Анатолії, а також тури з дегустаціями традиційних страв османської кухні у Стамбулі набирають все більшої популярності серед туристів.

У рамках міжнародного співробітництва Туреччина активізувала партнерство з Європейським Союзом і країнами Близького Сходу для обміну досвідом у сфері гастротуризму, а також впровадження стандартів якості та безпеки харчових продуктів. Це дозволяє підвищувати довіру іноземних туристів і зміцнювати імідж країни як безпечного та привабливого туристичного напрямку.

Водночас Туреччина робить акцент на розвитку гастрономічного туризму у менш відомих регіонах, таких як Чорноморське узбережжя та східні провінції, що мають багаті кулінарні традиції, але поки не користуються великим попитом серед туристів. Цей підхід сприяє рівномірному розвитку туристичної інфраструктури по всій країні та знижує навантаження на популярні курортні зони.

Таким чином, у 2025 році гастрономічний туризм у Туреччині поступово перетворюється на потужний драйвер не лише економічного зростання, а й збереження культурної спадщини, екологічної стійкості та формування позитивного міжнародного іміджу країни.

3.2. Гастроелекскурсії як ефективний засіб розвитку гастрономічного туризму в Туреччині

Гастроелекскурсії в Туреччині набувають все більшої популярності як ефективний інструмент розвитку гастрономічного туризму, що сприяє як культурному збагаченню туристів, так і економічному піднесенню регіонів. В умовах глобалізації та зростаючої конкуренції на туристичному ринку, гастрономічні тури виступають не просто як можливість скуштувати традиційні страви, а як унікальний досвід занурення у місцеву культуру, історію та традиції приготування їжі. У Туреччині, країні з багатовіковою гастрономічною спадщиною, гастроелекскурсії об'єднують відвідувачів із різних куточків світу, даючи змогу не лише познайомитися з автентичними стравами, але й з локальними виробниками продуктів, ремісниками та кухарями.

Важливим чинником ефективності таких турів є їх інтерактивність та освітній характер — учасники мають можливість не лише дегустувати страви, а й брати участь у майстер-класах, відвідувати фермерські ринки, вивчати секрети приготування страв від майстрів. Це підвищує туристичну привабливість регіонів, стимулює попит на локальні продукти і сприяє збереженню гастрономічних традицій. Крім того, гастроелекскурсії допомагають розширити сезонність туризму, адже вони не обмежені традиційними курортними сезонами, а можуть організовуватися протягом року, залучаючи туристів у менш відвідувані періоди. Для підвищення ефективності гастроелекскурсій у Туреччині важливо розробляти комплексні маршрути, що включають не лише міські ринки та ресторани, а й сільські райони з їхніми унікальними продуктами та традиціями. Розвиток гастрономічного маркетингу, співпраця між туристичними агентствами, місцевими підприємцями та органами влади є ключовими для створення конкурентоспроможних туристичних продуктів.

Водночас важливу роль відіграє підготовка кваліфікованих гідів, які володіють глибокими знаннями про культуру харчування та можуть передати ці знання туристам у доступній і захоплюючій формі. Таким чином, гастроелексурсії стають потужним засобом не лише підвищення туристичної привабливості Туреччини, але й збереження національної ідентичності через кулінарні традиції, що в перспективі позитивно впливає на сталий розвиток туристичного сектору країни.

У наш час гастрономічний туризм займає одну з провідних позицій серед найперспективніших напрямків розвитку туристичної індустрії. Зростаючий попит на унікальні кулінарні враження відкриває нові можливості для туристичних ринків. Щоб Туреччина зберегла лідерські позиції у цій сфері, важливо дослідити процес створення різноманітності національних страв – від вибору локальних інгредієнтів до кінцевого споживання, а також впроваджувати ефективні маркетингові стратегії.

Ключові перспективи гастрономічного туризму в Туреччині на найближчі роки включають:

- розвиток маловідомих туристичних регіонів із локальними кулінарними особливостями;
- екологічно орієнтований гастротуризм, що підтримує природні ресурси;
- використання сучасного гастрономічного маркетингу та цифрових технологій;
- створення нових гастрономічних туристичних продуктів і досвідів;
- розвиток вуличної їжі як привабливого елемента міського туризму.

Наприклад, регіональні гастрономічні шляхи можуть базуватися на унікальній сировині з місцевих господарств, що водночас сприяє залученню туристів до менш відомих куточків країни. Впровадження маркетингових

інструментів, орієнтованих на автентичність і локальність, здатне формувати нові вподобання у туристів і популяризувати регіональні кулінарні традиції.

Сучасна гастрономічна свідомість активно поєднується з турботою про довкілля, що сприяє розвитку еко-гастрономії. Цей напрямок передбачає використання екологічно чистих інгредієнтів, підтримку локального виробництва та мінімізацію негативного впливу на природу. Еко-гастрономія в Туреччині набирає обертів, оскільки її ідеї відповідають світовим трендам сталого туризму та екологічної відповідальності.

Цей підхід також допомагає підтримувати сільськогосподарських виробників, зберігати культурну спадщину і створювати унікальний гастрономічний бренд країни. Туризм на основі еко-гастрономії сприяє зміцненню місцевих громад і формує позитивний імідж Туреччини як екологічно відповідального напрямку.

Гастрономічний туризм завдає менше шкоди навколишньому середовищу порівняно з іншими видами туризму, що робить його важливим інструментом для сталого розвитку турецьких регіонів. Сьогодні активно проводяться дослідження з метою забезпечення довгострокової стійкості туристичних дестинацій і збереження їхньої природної краси для майбутніх поколінь.

Важливою складовою успіху гастрономічного туризму є якісний маркетинг. Він охоплює всі аспекти – від просування продукту до формування привабливого туристичного образу. Тільки коли пропозиція враховує очікування споживачів, ціна і доступність відповідають ринковим вимогам, можна розраховувати на високий рівень задоволення клієнтів і конкурентоспроможність.

Особливу роль у маркетингу гастротуризму відіграє географічне маркування – позначення продуктів, що пов'язані з певним регіоном і мають унікальні якості. В Туреччині вже зареєстровано багато географічних знаків для традиційних продуктів, таких як горіхи Гіресун, троянда Іспарта, пахлава Антеп, Аданський кебаб, кунефе Антакії, фісташки Антеп і сир Ван. Захист

таких продуктів сприяє збереженню культурної ідентичності та підвищенню інтересу туристів [57].

Одним із трендів останніх років є комбінування гастрономічного туризму з іншими видами відпочинку. Наприклад, тури до Каппадокії, де можна поєднати дегустацію місцевих страв з польотом на повітряній кулі, стали дуже популярними. Такий підхід значно розширює можливості туристичного ринку, приваблює різні категорії мандрівників і стимулює економіку регіонів.

Вулична їжа в Туреччині за останнє десятиліття перетворилась із локального явища на важливу частину гастрономічного туризму. Вона відображає національні традиції і приваблює туристів своєю автентичністю. За останніми даними, обсяг турецького ринку швидкого харчування оцінюється в понад 3 млрд доларів, і він продовжує зростати, відкриваючи нові можливості для розвитку гастротуризму.

Таким чином, гастрономічний туризм у Туреччині стає потужним чинником розвитку туристичної галузі, що базується на унікальності місцевої кухні, підтримці сталого розвитку та інноваційних маркетингових рішеннях.

Завдяки своєму неповторному географічному розташуванню, Туреччина стає все більш популярною ареною для боротьби фаст-фуд мереж, які давно вже відомі в Західній Європі та Північній Америці. Тут міцно закріпилися світові бренди, але при цьому місцеві компанії й надалі контролюють значну частку ринку. Фінансова стабільність галузі швидкого харчування поступово зростає — у 2019 році кількість нових закладів по країні збільшилася на 5 %, причому багато з них відкрилися навіть у віддалених куточках Анатолії.

WorldFood Istanbul — це провідна у Туреччині виставка харчових продуктів і напоїв, яка збирає ключових гравців турецької харчової індустрії. Сюди приїжджають представники сфери HoReCa, ресторатори, роздрібні торговці, а також покупці фаст-фуду і споживачі з різних куточків Туреччини. Минулого року на захід завітало понад 13 000 учасників із Туреччини, країн Близького Сходу, Європи та інших регіонів, які шукали нові продукти та партнерів для розвитку бізнесу [46].

Вулична їжа у Туреччині — це не просто харчування, а ціла культура, що приваблює гурманів і стимулює гастротуризм. Відродження традиційних рецептів, повернення забутих страв, активне залучення сільських регіонів і внутрішніх районів — все це допомагає формувати альтернативу глобалізації, сприяє соціалізації, стає інструментом бізнесу й нових комунікацій з аудиторією. Сьогодні вулична їжа — це не просто тренд, а культурна необхідність, яка поєднує в собі швидкість обслуговування, доступність цін і відкриття нових смакових поєднань із глибоким етнічним корінням. Водночас важливо пам'ятати про можливі ризики для здоров'я, а також вплив на репутацію гастрономічних закладів, які працюють у цій сфері.

Реалізація перспектив гастрономічного туризму у найближчі роки сприятиме збільшенню потоку туристів, покращенню якості обслуговування, залученню досвідчених гастрономічних мандрівників і значному внеску у сучасну економіку Туреччини [32].

Одним із цікавих напрямків розвитку гастротуризму може стати гастроекскурсія — спеціальна програма, що поєднує дегустації страв і напоїв із знакомством із їх історією, технологією приготування. Часто такі тури включають відвідування кулінарних фестивалів, святкових заходів і ярмарків.

Туреччина з її унікальним географічним розташуванням є ідеальним місцем для організації гастроеккурсій. Для того щоб наочно показати та познайомити людей з цією країною, було створено унікальну екскурсію, яку зможуть відвідати лише ті, хто це почує. Стамбул — це приклад культурного та гастрономічного розмаїття, тому саме він часто стає локацією таких турів.

Назва екскурсії: «Історичний смак Стамбулу».

Тривалість: 8 годин.

Довжина маршруту: 6 км.

Формат: пішохідний тур.

Мета: відвідати 12 знакових гастрономічних та історичних місць Стамбула.

Цільова аудиторія: чоловіки та жінки віком від 18 до 60 років. Орієнтовна вартість: близько 100 \$ з людини, включає огляд локацій, дегустацію страв, інформаційні буклети і страхування від нещасних випадків. У вартість не входять переліт, проживання та харчування поза маршрутом.

Маршрут охоплює такі точки: Cukursuma Hamam (Чукурджума Хамам), Музей невинності, Університет Галатасарай, торговий центр Demiroren (Демірорен), Музей мадам Тюссо, Cicek Pasajı (Чичек Пасаж), Музей Dogancaı (Догайчай), рибний ринок Balık Pazarı (Балик Пазарі), Ліцей Галатасарай, Церква Святого Антонія Падуанського, Avrupa Pasajı (Аврупа Пасаж), Aga Hamam (Ага Хамам).

Початок туру — у районі Kılıçalı Paşa Mahallesi на європейській частині Стамбула. Тут учасники знайомляться з гідом, отримують відповіді на організаційні питання, після чого розпочинають маршрут.

Першою зупинкою є Cukursuma Hamam, споруджений у 1830-х роках. Його просторі теплі зони, купол і мармурова потовидна кабіна досі зберігають атмосферу минулої епохи. Після реконструкції у 2018 році хамам відкрився як турецький бутик-хамам. Тут гості мають змогу скуштувати традиційний круглий хліб і сир, дізнаючись про їхні регіональні відмінності [11].

Наступним пунктом є Музей невинності — створений Орханом Памуком, він демонструє предмети повсякденного життя, описані в однойменному романі автора. За 30 хвилин екскурсії можна посмакувати різновиди солоних огірків, які є невід'ємною частиною турецького столу.

Далі група відвідує Університет Галатасарай, заснований 1992 року, але з історією, що сягає 1481 року. Тут можна відвідати найстарішу турецьку лазню в Стамбулі, ознайомитись з хамамським ритуалом та спробувати національні страви — берек і долму.

Наступна зупинка — торговий центр Demiroren на вулиці Істікляль, з його різноманітним фуд-кортом. Тут туристам пропонують спробувати Açık Pide — плоский хліб із м'ясною або сирною начинкою, а також вегетаріанські страви.

Музей мадам Тюссо — одна з найвідоміших світових виставок воскових фігур, відкритий у Стамбулі в 2016 році. Тут туристи можуть дізнатись легенди про «лукум», традиційну солодкість із XV століття.

Cicek Pasajı, або Квітковий пасаж, — колишній квітковий аукціон, нині популярне місце з ресторанами і тавернами. Тут можна ознайомитись з історією будівлі та скуштувати «Raki», анісовий напій на основі фруктів.

Музей Dogançay — перший музей сучасного мистецтва Туреччини, відкритий 2004 року. Він розташований у 150-річній будівлі в центрі району Бейоглу і презентує творчість художника Бурхана Доганчая. Поруч — рибний ринок, де можна скуштувати «Midye Dolma» — фаршировані мідії з рисом та травами, що пов'язані з історією міста [63].

Згідно з планом, наступною локацією є рибний ринок Balık Pazarı (Балик Пазарі) (додаток С). Це особливе місце для відвідувачів, адже тут можна не лише оглянути морську живність, але й смачно пообідати у численних рибних ресторанах, які пропонують доступні ціни. На ринку також можна скуштувати унікальні смаколики, як-от рибний сендвіч під назвою балик екмек, а ще кокореч і фаршировані мідії. Для гостей ринку додатковою приємністю стане прогулянка через один із найстаріших переходів району з можливістю насолодитися вражаючими вуличними скульптурами, дізнатися про історію пахлави — десерту з тонкого тіста філо та подрібнених горіхів, а також почути про суперечку між Туреччиною та Грецією щодо авторства цього традиційного рецепту. Тривалість зупинки — 40 хвилин.

Наступним пунктом є Галатасарайський ліцей (додаток Г), престижний навчальний заклад із багатовіковою історією. Протягом більше ніж п'яти століть тут навчалися видатні державні діячі та інтелектуали Туреччини. У 1481 році султан Баязид II відкрив філіал Дворцової школи Топкапи, який отримав назву Галата Сарайи Ендеруну Хумаюну (Galata Sarayı Enderunu Humayunu). За переказами, першим директором став Гюль-баба, шейх ордена Бекташі, який любляв вирощувати троянди червоного та жовтого кольорів — саме ці кольори згодом стали символом навчального закладу. У 1868 році, натхненний

європейськими системами освіти, султан Абдул-Азіз створив тут школу за прикладом французьких ліцеїв. Після скасування султанату та проголошення Турецької Республіки (1923) заклад отримав назву Галатасарайський ліцей. Навчання проводиться турецькою та французькою мовами, а диплом визнається у Франції без додаткових іспитів. На цій зупинці туристи відвідають традиційний магазин на 150-річному ринку, де дізнаються про історію марципану (додаток Г), який колись прикрашав стіл султана. Час перебування — 30 хвилин [54].

Далі маршрут веде до Церкви Святого Антонія Падуанського (додаток Д) — найбільшої римо-католицької святині Стамбула. Богослужіння тут здійснюють італійські священники. Церква є яскравим прикладом релігійної толерантності країни. Тут туристам пропонують спробувати традиційну турецьку каву (додаток Д), що символізує гостинність турецького народу. Тривалість зупинки — 30 хвилин.

Наступна точка — *Avrupa Pasajı* (Європейський Пасаж) (додаток Е), який є дзеркальним аналогом паризького Пасажу Шуазель і своєрідним оазисом Європи в серці Стамбула. Розташований поруч із Галатасарайським ліцеєм, цей пасаж славиться широким вибором товарів: текстилю, кераміки, різноманітних ламп, листівок, вінілових платівок та іншого. Особливий інтерес для гастротуристів становить велика різноманітність сухофруктів і горіхів (додаток Е), які займають важливе місце в турецькій кухні й мають власні традиції. Тут можна знайти фундук, арахіс, фісташки, кедрові горіхи, смажений нут, родзинки, сушені сливи, насіння гарбуза, соняшника, кавуна, дині, абрикоси та кукурудзу. Час перебування — 30 хвилин [29].

Фінальною зупинкою туру є Ага Хамам (додаток Ж), який вважається першою турецькою лазнею Стамбула. Його побудували за наказом султана Мехмеда Фатіха Османської імперії, відомого завоюваннями і взяттям Константинополя. Ця локація чудово підходить для завершення насиченого дня, дозволяючи відпочити та відновити сили. Тут гості можуть насолодитися чаєм, водою, чашкою шербету — прохолодного підсолодженого фруктового напою

(додаток Ж), а також перекусити традиційними турецькими стравами. Для відпочинку доступна приватна кімната. Час перебування в хамамі туристи можуть обирати самотійно, оскільки це кінцева точка маршруту.

Наприкінці гід відповідає на всі питання, які могли виникнути протягом екскурсії, ділиться додатковою інформацією та прощається з групою.

Отже, гастрономічний туризм у Туреччині поки що розвинений не на найвищому рівні і стикається з низкою викликів: недостатній рівень кооперації між підприємствами, політичні чинники, стереотипний туристичний імідж, вплив пандемії COVID-19. Для їх подолання необхідно задіяти всі доступні ресурси та переглянути загальний напрям розвитку туризму в країні [23].

Проте Туреччина має значний потенціал для покращення ситуації на ринку гастротуризму, і перспективні напрямки розвитку на найближче десятиліття включають: розвиток менш освоєних туристичних регіонів, впровадження гастрономічного маркетингу, екологічний гастротуризм, створення нових туристичних досвідів і подальше зростання вуличного фаст-фуду. Концентрація зусиль у цих сферах сприятиме збільшенню ваги гастрономічного туризму в економіці Туреччини.

ВИСНОВКИ

Гастрономічний туризм у сучасній туристичній індустрії виступає як унікальний феномен, що об'єднує культурні, соціальні та економічні аспекти подорожей, де основною метою є ознайомлення з кулінарними традиціями і гастрономічною спадщиною певного регіону чи країни. Він має значення не лише як спосіб задоволення гастрономічних уподобань туристів, але й як важливий чинник формування національної ідентичності, підтримки місцевих виробників та стимулювання розвитку регіональних економік. Гастрономічний туризм сприяє розширенню туристичних продуктів, залученню нових категорій мандрівників і підвищенню туристичної привабливості країни, адже через кулінарію люди отримують глибше розуміння культури, історії та традицій місця.

Туреччина з її багатою та різноманітною кулінарною спадщиною створює ідеальну базу для розвитку гастрономічного туризму. Традиції турецької кухні формувалися під впливом багатьох культур і цивілізацій, що проходили територією країни, зокрема османської, середземноморської, балканської та близькосхідної. Вишукані рецепти, унікальні методи приготування, використання свіжих місцевих інгредієнтів і великий вибір національних страв, таких як пахлава, кебаби, долма, мезе, а також напої, зокрема турецька кава та чай, становлять неповторну гастрономічну ідентичність країни. Ця спадщина є ключовим ресурсом для формування гастрономічних маршрутів, що включають як відвідування традиційних ринків, ресторанів і майстер-класів, так і знайомство з історичними і культурними аспектами приготування їжі.

Аналіз основних гастрономічних маршрутів Туреччини свідчить про наявність різноманітних пропозицій, які охоплюють великі міста, як Стамбул, Анкара, Ізмір, а також сільські райони, де зберігаються автентичні кулінарні традиції. Відомі гастрономічні локації, такі як рибний ринок Балик Пазарі, традиційні турецькі хамами, автентичні кафе й пасажі, формують туристичні

програми, що дозволяють відвідувачам не лише дегустувати страви, а й розуміти їх історичний і культурний контекст. Проведення гастрономічних фестивалів і кулінарних майстер-класів додає інтерактивності та залученості, роблячи гастротуризм динамічним і цікавим напрямом.

Проте, розвиток гастрономічного туризму в Туреччині стикається з низкою проблем, серед яких можна виділити недостатню координацію між туристичними та гастрономічними підприємствами, вплив політичних та економічних факторів, що іноді обмежують інвестиції і розвиток інфраструктури, а також збереження стереотипного іміджу країни як традиційного місця пляжного відпочинку. Крім того, пандемія COVID-19 значно вплинула на туристичний сектор, що призвело до зниження кількості туристів і скорочення гастрономічних заходів. Водночас потенціал Туреччини у розвитку гастрономічного туризму залишається великим завдяки унікальним культурним традиціям, різноманітності регіональних кухонь, можливостям для впровадження екологічних і стійких практик у гастротуризмі, а також зростаючому інтересу туристів до нових видів досвіду, включно з вуличною їжею та фаст-фудом національного колориту.

Таким чином, гастрономічний туризм в Туреччині є перспективним напрямом, який за умови усунення існуючих проблем і активної підтримки з боку державних і приватних структур може стати важливою складовою туристичної індустрії країни. Розвиток гастроелексурсій, які поєднують культурні, історичні та кулінарні аспекти, сприятиме не лише збільшенню туристичного потоку, але й збереженню і популяризації національної гастрономічної спадщини, що у довгостроковій перспективі позитивно вплине на економіку та імідж Туреччини у світі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про туризм». URL: <http://surl.li/pyuw>.
2. Антоненко В.Г. Міжнародний туризм як чинник взаємодії та взаємозбагачення культур. *Філософські нариси туризму*. Київ, 2005. С. 223-233.
3. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. *Наукові праці НУХТ*. Харків, 2012. № 45. С. 128-132.
4. Базюк Д. Еногастрономічний туризм в Україні: тенденції та перспективи розвитку. *Збірник матеріалів за результатами IV науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «Сталий розвиток України: проблеми і перспективи»*. Кам'янець-Подільський: Медобори2006, 2016. С. 121-123.
5. Білецька Я.О., Дюкарева Г.І., Радченко Л.О. Маркетингові дослідження розвитку кулінарного туризму в Україні. URL: <http://surl.li/plujp>.
6. Бусигін А.П. Як організувати кулінарний туризм. *Готельний та ресторанний бізнес*. 2008. № 2. С. 74-76.
7. Головні пункти гастрономічної подорожі в Україні. URL: <http://surl.li/plujz>.
8. Горбань Г.П. Управління регіональним розвитком туристичної галузі: світовий досвід. *Економіка і управління*. 2011. С. 110-113.
9. Горшкова Л.О. Розвиток винного туризму як спеціалізованого виду туристичної діяльності. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2018. Вип. № 17. Ч.1. С. 68-71.
10. Грошова О., Атаманюк Д. Шляхи просування туристичного продукту на ринку. Львів, 2017. С. 291-293.
11. Гуменюк Г.М. Організація туристичних подорожей: навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ: НАІР, 2014. 364 с.
12. Дороги вина і смаку. URL: <http://surl.li/gxjvj>.

13. Кляп М.П., Шандор Ф.Ф. Сучасні різновиди туризму. Київ: Вища освіта XXI століття, 2015. 334 с.
14. Ковешніков В.С. Винний та гастрономічний туризм: важливий потенціал розвитку економіки. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 4. С. 32-37.
15. Комарніцький І.О. Кулінарний туризм в Україні: стан і перспективи регіонального розвитку в контексті підготовки до ЄВРО 2012. *Географія та туризм*. 2011. Вип. № 14. С.101-106.
16. Коркуна О.І. Гастрономічний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територіальних громад. *Економічний простір*. 2020. № 155. С. 40-43.
17. Корнілова В.В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. *Електронне фахове видання «Ефективна економіка»*. 2018. № 15. С. 50-63.
18. Кукліна Т.С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України. URL: <http://surl.li/hmeaa>.
19. Креативна економіка: фестивалі URL: <http://surl.li/plulq>.
20. Кулінарний туризм стає відоміший у всьому світі. URL: <http://surl.li/plumc>.
21. Маслов Е.С. Можливість розвитку винного туризму та готельного комплексу. *Вчені записки ТНУ. Серія: економіка*. Тернопіль, 2007. Т. 20 (59). № 1. С. 102-107.
22. Матвєєв В.В. Винний туризм як рекламний фактор й інструмент для стимулювання розвитку конкурентного потенціалу виноробних підприємств України. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Херсон, 2015. № 10. Ч. 4. С. 29-31.
23. Найцікавіші гастротури України. URL: <http://surl.li/pluna>.
24. Нездоймінов С.Г. Регіональні контури кластерного розвитку винного туризму. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Херсон, 2014. С. 136-141.

25. Омельницька В.О. Сучасний стан ринку послуг гастрономічного туризму України. *Економічні студії*. 2018. № 2. С. 121-126.
26. Асоціація Лідерів Турбізнесу України. URL: <http://surl.li/plunq>.
27. Всесвітня асоціація гастрономічного туризму. URL: <http://surl.li/hmecj>.
28. Міжнародна асоціація гастрономічного туризму. URL: <http://surl.li/hmecj>.
29. Міністерство економічного розвитку і торгівлі. URL: <http://surl.li/pluor>.
30. Міністерство закордонних справ України. URL: <http://surl.li/plupn>.
31. Петранівський В.Л., Лисик А.С. Етнокультурний і етнофестивальний туризм: теорія і практика. *Розвиток етнотуризму: проблеми та перспективи: зб. матер. Всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених*. Львів: ЛІЕТ, 2011. С. 28-41.
32. Расулова А. Потенціал ресторанного бізнесу у розвитку гастрономічного туризму України. *Економіка і держава*. 2015. Вип. № 5. С. 78-83.
33. Сливенко В.А. Шляхи активізації вітчизняного гостротуризму на міжнародному туристичному ринку. URL: <http://surl.li/viob>.
34. Статистична служба України. URL: <http://surl.li/azjkq>.
35. Стельмах О.А., Агеєнко О.Г., Коваленко К.Ю. Перспективи розвитку ресторанної галузі в етнотуризмі. *Розвиток туристичного бізнесу*. Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. С. 160-161.
36. Стешенко Д.О., Парфіненко А.Ю. Гастрономічний туризм як чинник розвитку туристичної сфери України. *Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети: Матеріали VI міжнародної науково-практичної конференції*. Харків: ХНУ ім. В.Н. Каразіна. С. 239-241.
37. Туризм в Україні: куди їдуть найбільше і які напрями потрібно розвивати. URL: <http://surl.li/plurb>.
38. Туристичне агентство. URL: <http://surl.li/plurr>.

39. Федорченко В. Цікаве харчування. Готельний та ресторанний бізнес. 2005. № 2. С. 86-89.
40. Харченко Д.О., Дишкантюк О.В., Саламатіна С.Е., Коваленко Л.М. Дослідження гастрономічного бренду туристичної дестинації. *Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка*. 2018. С. 15.
41. Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні. Київ: Вища школа, 2002. 195 с.
42. Черниш І.В., Маховка В.М., Максимейко Н.Я. Гастрономія як фактор формування конкурентних переваг послуг пізнавального туризму. *Економіка і регіон*. 2021. № 2. С. 33-40.
43. Allen G.J., Albala K. Encyclopedia of the Food and Drink Industries. *The Business of Food*. 2010. P. 112.
44. Brokaj M. The Impact of the Gastronomic Offer in Choosing Tourism Destination. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies MCSER Publishing*. 2014. P. 249-258.
45. Dasilva D. Assessing The Economic Potential For Culinary Tourism In Suriname. 2015. URL: <http://surl.li/plurz>.
46. Global Report on Food Tourism (2012). World Tourism Organization (UNWTO). Madrid, Spain. p. 63.
47. Hall M.C., Sharples L., Mitchell R., Macionis N., Cambourne B. Food tourism around the world: development, management and markets. URL: <http://surl.li/plush>.
48. Hall C.M. Tourism Business Frontiers. Consumers, Products and Industry. URL: <http://surl.li/plusv>.
49. The world economic forum. URL: <http://surl.li/jtlzpz>.
50. Wolf E. Culinary Tourism. *Travel & Tourism Marketing*. 2006. P. 137-148.
51. Гладчук О.П. Гастрономічний туризм. URL: <http://surl.li/plutp>.
52. Мережа Великих Винних Столиць. URL: <http://surl.li/plutw>.
53. Чилійська кухня. URL: <http://surl.li/pluua>.

54. Кухня Чилі. URL: <http://surl.li/pluud>.
55. Impact of Restaurants in the Development of Gastronomic Tourism. URL: <http://surl.li/pluuh>.
56. Tourists' Food Tourism Motivation, Involvement, and Engagement in Food Tourism. URL: <http://surl.li/pluur>.
57. Historical evolution of gastronomic tourism. URL: <http://surl.li/aselg>.
58. Gastronomic Tourism: A Theoretical Construct. URL: <http://surl.li/pluyp>.
59. Globalization vs. local. The role of street food in the urban food system. URL: <http://surl.li/pluwc>.
60. Gastronomy tourism potential of Sinop (Turkey) destination. URL: <http://surl.li/pluwq>.
61. Food Tourism and Hospitality Perspectives. URL: <http://surl.li/pluwy>.
62. Alternative tourism in Turkey. URL: <http://surl.li/pluxe>.
63. Gastronomic tourism innovations. URL: <http://surl.li/pluxj>.
64. Food tourism offerings. URL: <http://surl.li/pluxp>.
65. Gastro tourism potential and perspectives for turkey. URL: <http://surl.li/pluxx>.
66. Geographical Indication Gastronomic Products of the Black Sea Region. URL: <http://surl.li/pluyh>.
67. Exploring the impact of COVID-19 on tourism: transformational potential and implications for a sustainable recovery of the travel and leisure industry. URL: <http://surl.li/pluyn>.
68. Exploring The Role Of Gastronomy In Tourism. URL: <http://surl.li/pluyw>.
69. Gastronomic tourism, a differential factor. URL: <http://surl.li/pluzd>.
70. Marketing Istanbul as a culinary destination. URL: <http://surl.li/pluzj>.
71. Creativity in gastronomic activities. URL: <http://surl.li/pluzt>.
72. Designing gastronomic identity-based food tours. URL: <http://surl.li/pluzz>.
73. THE STUDY ABOUT GASTRONOMIC TOURISM AND GASTRONOMIC TOURISTS ISSUES. URL: <http://surl.li/plvam>.

74. Current trends on food tourism approaches through a conceptual framework of food tourism management. URL: <http://surl.li/plvba>.

75. REFLECTIONS OF TURKEY'S GEOGRAPHICAL PROPERTIES ON THE REGIONAL CUISINES. URL: <http://surl.li/plvbj>.

ДОДАТКИ

Додаток А

Головні об'єкти світової гастрономічної та кулінарної спадщини ЮНЕСКО
станом на 1.01.2024 р.

Туристичний субрегіон світу	Країна	Об'єкт
Південна Європа	Греція	Середземноморська дієта, Паца (Patsa) і Магірица (Magiritsa), Сувлакі, Геміста
	Іспанія	Паелья, Гаспачо, Теруельський мігас
	Італія	Технологія приготування неаполітанської піци (базове тісто, сирі помідори, свіжий сир моцарела, свіжий базилік та оливкова олія); Паста. Тальятеле, фузілі, пенне, спагеті; Джелато
	Хорватія	Мистецтво випічки пряників в Північній Хорватії
Західна Європа	Чехія	Масляне ходіння по домівках в районі Глинецька
	Швейцарія	Свято виноробства в м. Вева
	Великобританія	Fish and Chips, Mince pies, Харіс
	Франція	Традиційна французька кухня (цибулевий суп, Качине конфі, М'ясо по-бургундськи)
	Бельгія	Свято хліба та вогню в м. Герардсберген
		Кінний промисел креветок в м. Остюнкерке
		Культура вживання пива
Центральна і Південна Азія	Таджикистан	Технологія приготування та культури вживання оши- палав
	Узбекистан	Технологія приготування та культури вживання плову
	Азербайджан	Технологія приготування долми, технологія приготування та подачі хлібців (лаваш, юфку, юпку тощо)
	Монголія	Айран
	Казахстан	Технологія приготування та подачі хлібного коржика
	Киргизія	
	Іран	
Західна Азія	Туреччина	Технологія приготування кави; кешек, Технологія приготування та подачі хлібного коржика
	Вірменія	Технологія приготування та подачі лаваша

	Грузія	Технологія приготування вина в глиняних глечиках «квеврі»
	Катар	Технологія приготування арабської кави
	Оман	
	Саудівська Аравія	
	Об'єднанні Арабські Емірати	
Східна Азія	Японія	Кухня вашоку (традиційна японська кухня)
	Північна і Південна Корея	Технологія приготування капусти кімчі
Південно-східна Азія	Сінгапур	Центри для хокерів (це «спільні їдальні») (введено у 2020 році) – місця для спілкування.
Північна Африка	Марокко	Ринок харчових продуктів та вуличної їжі на площаді Джамаа-ель-Фна в м. Марракеш ; кус-кус
	Алжир	
	Мавританія	
	Туніс (2020)	
Північна Америка	Мексика	Традиційна мексиканська кухня (тако, елоте, енчілада)
	Японія	Вашоку
Південна Америка	Парагвай (2020)	Тегере готують із застосуванням спеціальної суміші Poña Nana (лікарських трав), подрібненої та поєднаної з холодною водою.
	Мальта	Фріта (2020) (плющений хліб із закваски)

Дохід від туризму, кількість туристів та витрат за рік у Туреччині [57]

Рік	Дохід (1000\$)	Кількість туристів	Середні витрати на душу населення (\$)
2003	13 854 866	16 302 053	850
2008	25 415 067	30 979 979	820
2014	34 305 904	41 415 070	828
2015	31 464 777	41 617 530	756
2019	22 107 440	31 365 330	705
2024	26 283 656	38 620 346	681

Кількість туристів за національностями

Країна	2016	2019	2021
Німеччина	5 580 792	3 890 074	2 584 653
Грузія	2 206 266	2 438 730	1 911 832
Болгарія	1 690 766	1 852 867	1 821 480
Велика Британія	2 512 139	1 711 481	1 658 715
Україна	1 045 043	1 284 735	706 551
Нідерланди	1 232 487	906 336	799 006
Польща	500 779	496 120	205 701

Ліцей Галатасарай



Марципан



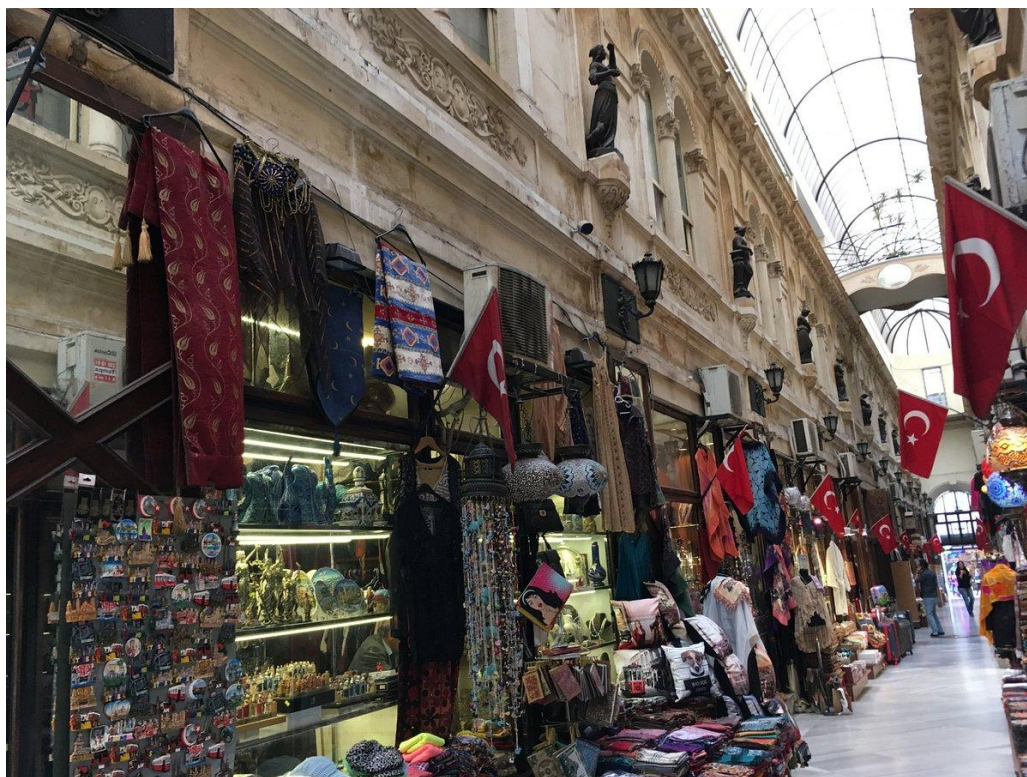
Церква Святого Антонія Падуанського



Турецька класична кава



Avrupa Pasajı (Аврупа Пасаж, або Європейський Пасаж)



Сухофрукти та горіхи



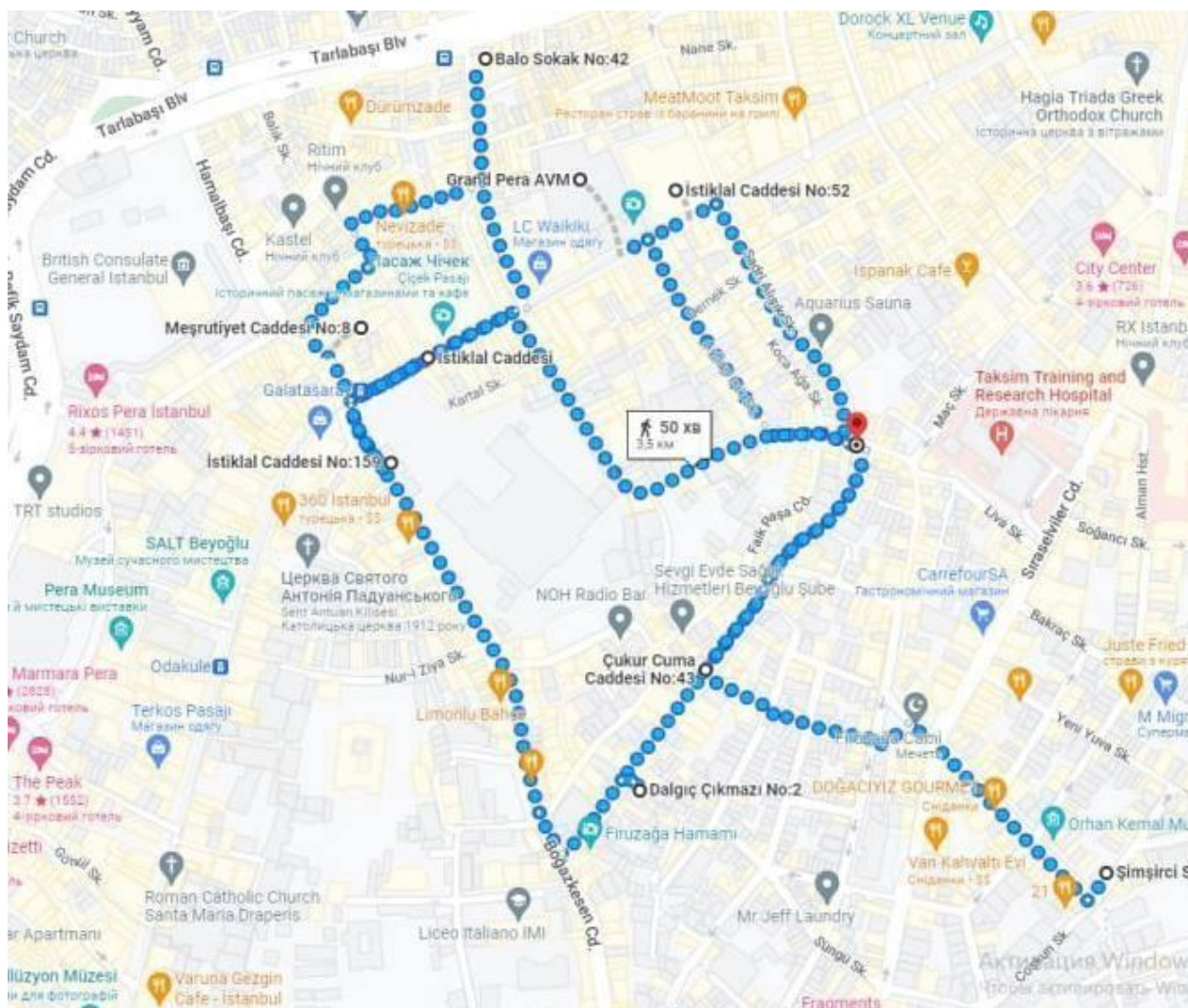
Aga Hamam (Ага Хамам)



Шербет



Маршрут гастроекскурсії «Історичний смак Стамбулу»



Сукурсума Намат (Чукурджума Хамам)



Традиційний круглий турецький хліб, що подається з сиром



Музей невинності



Солоні огірки



Університет Галатасарай



Берек



Долма



Торговий центр Demiroren (Демірорен)



Açık Pide



Музей мадам Тюссо



Лукум



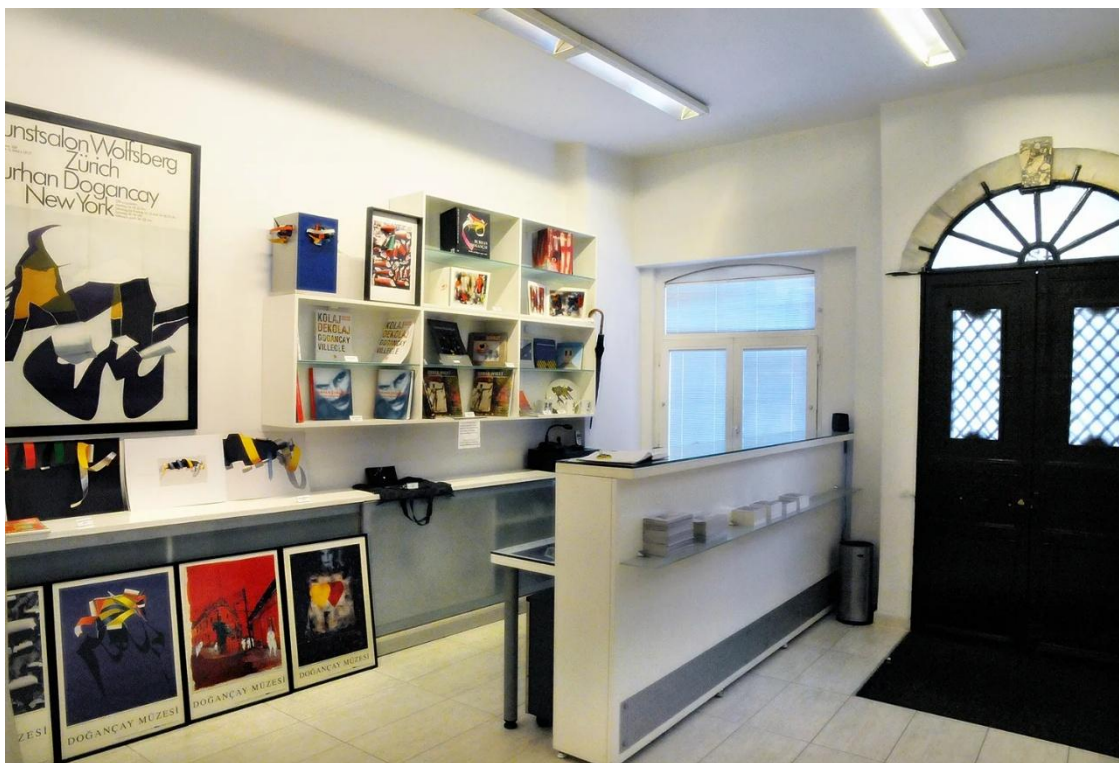
Çiçek Pasajı (Чичек Пасаж), або Квітковий пасаж



Raki



Музей Dogancay (Музей Догайчай)



«Midye Dolma»



Рибний ринок Balık Pazarı (Балик Пазарі)

