

ТУРИЗМ, ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННЯ СПРАВА

УДК 338.48

РОЛЬ ТРАДИЦІЙНИХ НАПОЇВ КРАЇН СВІТУ У ФОРМУВАННІ ТУРИСТИЧНОЇ ПРОПОЗИЦІЇ : ВІД КУЛЬТУРИ СПОЖИВАННЯ ДО ЕКОНОМІЧНОЇ ВИГОДИ

Р. В. Болотюк

здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня,
спеціальність «Туризм і рекреація»,
навчально-науковий інститут агроєкології та землеустрою
Науковий керівник – ст. викладач М. С. Яковишина

*Національний університет водного господарства та природокористування,
м. Рівне, Україна*

У роботі розглянуто специфічний різновид гастрономічного туризму, який може стати перспективним напрямом розвитку туристичної сфери України. Його суть полягає не лише у дегустації алкогольних напоїв, а й у знайомстві з культурою та традиціями їх виробництва. У світі вже існують вдалі приклади організації подібних маршрутів, де вони приносять значний економічний ефект і приваблюють мільйони туристів. Важливим елементом культурної спадщини регіонів у гастрономічному туризмі виступають дигестиви. Їх споживання після трапези відображає локальні традиції та формує автентичний гастрономічний досвід туристів. В Україні розвиток турів на основі споживання традиційних напоїв потребує кооперації виробників, створення брендovаних маршрутів та інтеграції освітніх і культурних елементів у подорожі. Гастрономічний туризм на основі традиційних напоїв може не лише принести економічну вигоду, але й сприяти збереженню традицій, підтримці малого бізнесу та формуванню позитивного іміджу України на туристичному ринку.

Ключові слова: алкотуризм, гастрономічний туризм, економічний розвиток, культура споживання, внутрішній туризм, дигестив, санаторно-курортний бізнес, автентичність.

The paper considers a specific type of gastronomic tourism that could become a promising direction for the development of Ukraine's tourism sector. Its essence lies not only in tasting beverages, but also in learning about the culture and traditions of their production. There are already successful examples of such routes in the world, where they bring significant economic benefits and attract millions of tourists. Digestives are an important element of the cultural heritage of regions in gastronomic tourism. Their consumption after a meal reflects local traditions and forms an authentic gastronomic experience for tourists. In Ukraine, the development of tours based on the consumption of traditional beverages requires cooperation between producers, the creation of branded routes and the integration of educational and cultural elements into travel. Gastronomic tourism based on traditional beverages can not only bring economic benefits, but also contribute to the preservation of traditions, support for small businesses, and the formation of a positive image of Ukraine in the tourism market.

Keywords: alcohol tourism, gastronomic tourism, economic development, consumer culture, domestic tourism, digestives, sanatorium and resort business, authenticity.

Гастрономічні традиції є важливим чинником туристичної привабливості регіонів у глобальному масштабі. З метою залучення нових і утримання постійних клієнтів суб'єкти

туристичного бізнесу активно шукають альтернативи традиційним видам подорожей. Одним із перспективних напрямів гастрономічного туризму є тури, орієнтовані на вивчення історії, технологій виробництва та культури споживання традиційних спиртних напоїв окремих країн світу. На відміну від паті-туризму, дегустація спиртних напоїв з концепцією культурного гастрономічного туризму сприяє економічному розвитку через підтримку місцевого малого бізнесу та посилення ідентичності регіону. Для України, яка володіє давніми традиціями з глибоким корінням, цей напрям має велике значення для диверсифікації туристичного продукту та швидкого відновлення внутрішнього туризму після війни [1].

Міжнародна практика переконливо доводить, що на основі іміджу національних алкогольних напоїв у різних країнах можна сформувати інноваційні туристичні продукти, які будуть приносити значні економічні вигоди туристичній дестинації. Такі тури часто передбачають відвідування місцевих дистилерій – підприємств (заводів, цехів), що спеціалізуються на виробництві міцних алкогольних напоїв шляхом перегонки (дистиляції) ферментованої сировини (зерна, фруктів, цукрової тростини), щоб отримати концентрований спирт, який потім перетворюється на віскі, ром, джин, коньяк, горілку та інші напої. Головним процесом на таких виробництвах є дистиляція, що дозволяє концентрувати етиловий спирт та відокремлювати його від води та домішок, часто з подальшою витримкою в бочках для покращення смаку та аромату.

Для прикладу популярних турів з дегустації алкогольних напоїв у світі варто навести Tennessee Whiskey Trail (США) – це маршрут, що об'єднує понад 30 дистилерій, у 2022 році залучив 8 мільйонів немісцевих відвідувачів. Загальний економічний вплив склав \$3,45 мільярда, що забезпечило підтримку 30000 робочих місць та генерувало \$441,1 мільйона податкових надходжень. Цей кейс демонструє силу організованої співпраці виробників [6].

Варто зауважити, що у гастрономічному туризмі важливу роль відіграють напої, які подаються наприкінці їжі, – дигестиви (з фр. *digestif*, діжестів; дослівно – «те, що сприяє травленню»). Прикладами дигестивів є коньяк, арманьяк, бренді, граппа, кальвадос і віскі. Після трапези також подають лікери, бальзами, ратафії та витримані кріплені вина (херес, мадера, портвейн). Використання міцних напоїв зумовлене особливостями сприйняття смаку після ситної їжі та традиціями поєднання напоїв у певних регіонах, що формує автентичний гастрономічний досвід для туристів. На відміну від аперитиву, дигестив містить більше алкоголю. Досить часто білі (прозорі) напої подають як аперитив, а як дигестив – темніші [4].

Яскравим прикладом популярності традиційного напою в гастрономічних турах є чеський трав'яний лікер *Becherovka*, який став невід'ємною частиною курорту Карлові Вари, відомого своїми мінеральними водами. Місцеві жителі називають його «13-те лікувальне джерело». Колишня фабрика, побудована у 1867 році, перетворена на Центр відвідувачів, який щорічно приймає понад 60000 туристів. Цей приклад показує, як алкогольний продукт, позиціонований як шлунковий лікер (дигестив), може бути успішно інтегрований в медичний та оздоровчий туризм, виступаючи культурним «орнаментом» регіону [6–7].

Наявність унікальних, автентичних алкогольних напоїв в Україні є основою для створення конкурентоспроможних туристичних продуктів. Для прикладу варто навести Гуцульську крафтову browарню «Ципа» у Квасах та «John Gaspar» у Береговому, котрі перетворили свої місцеві виробництва на відомі локації пивного туризму. Зокрема, «Ципа» позиціонує себе через використання води з високогірного джерела та гуцульських акцентів (яфени, смерекові гілочки). Ці виробники стали центром спеціалізованих гастрономічних турів, демонструючи, як локалізація та автентичність продукту стимулюють туристичний потік до малих громад. Варто згадати смородинову настоянку «Контабас» – старовинний український алкогольний напій, створений за рецептом, що датується 16–17 століттям, є

ексклюзивним продуктом преміум-класу. Його унікальність обумовлена трудомістким процесом виробництва: дистилат витримується на свіжозрізаних бруньках чорної смородини, які можна збирати лише чотири дні на рік. Така історія та технологічна унікальність роблять Контабас ідеальним брендом для розвитку елітного гастрономічного туризму [2–3].

В умовах воєнного часу та необхідності відновлення емоційного та фізичного здоров'я населення, стратегічно важливим для України є розвиток санаторно-курортного бізнесу (Трускавець, Моршин, Східниця, Поляна). Створити цікаву туристичну пропозицію та поєднати оздоровлення і культурне пізнання дозволить популяризація дигестивів на курортах Карпат, за прикладом *Bechegovka*. Пропонується ініціювати розробку та брендування українського локального дигестиву на основі мінеральної чи артезіанської води одного з курортних регіонів (наприклад, із використанням води типу «Лужанська» чи «Шаянська» та місцевих трав, як джінджура). Джінджура (тирлич жовтий) – це реліктовий вид, лікарська і дуже рідкісна зникаюча рослина, що входить до більшості бальзамів, які виготовляють у Європі, зокрема і в Україні. Адже тирлич містить у собі гіркоти, які особливо цінні для організму. Завдяки гірким сполукам стимулюється травлення, жовчовиділення, активізуються бактерицидні властивості й гепатопротекторна функція. Про цілющі властивості джінджури склали пісні й легенди в Карпатах. Існує байка, що цю рослину створив сам Бог і тому її бояться чорти. Ось, наприклад, така коломийка: «Ой, хто чічков джінджуровов собі личко миє, то той буде найфайніший на всю Коломию. А хто випив того зілля, що із Чорногори, він забуде тую хижу, де живуть дохтори». Джінджурівку – настоянку тирлича на горілці часто подавали під час пишних застіль з численними наїдками, коли потрібно було підтримати процеси травлення [5].

Ключовим моментом у популяризації традиційних напоїв в гастрономічному туризмі є просування правильної культури їх споживання як освітнього елемента. Традиційні українські напої вже мають функціональне призначення: медовуха вживалася як аперитив для активізації травлення та обміну речовин, а джінджурівка – для підтримки травних процесів під час застіль. Організація дегустаційних заходів на території курортів, де буде розкриватись історична роль та дієві властивості напою в невеликих дозах, перетворить його на культурний елемент розваги та пізнання, а не на самоціль відпочинку, забезпечуючи інтеграцію в оздоровчий профіль курорту.

Отже, гастротуризм є потужним інструментом для економічної підтримки та зміцнення національної ідентичності України. Створення брендovаних подорожей з метою знайомства із традиціями споживання місцевих напоїв, які об'єднують унікальні локальні виробництва (контабас і інші напої крафтових броварень) та інтегрують їх у нові туристичні сегменти (медично-оздоровчий туризм), забезпечить сталий розвиток регіонів. Успіх цієї стратегії залежить від організованої співпраці між місцевими виробниками та туристичною інфраструктурою, цілеспрямованого просування культури відповідального споживання, що підвищить привабливість санаторно-курортних дестинацій та позиціонуватиме туристичні продукти на основі традиційних напоїв як культурну «перлину» регіону.

1. Гастро-винний туризм як інноваційний напрямок туристичного ринку. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/lozhkina.htm (дата звернення: 12.10.2025).
2. Kontapel. URL: <https://www.kontapel.com/?hl=uk> (дата звернення: 12.10.2025).
3. Місія пивного туризму на Закарпатті. *Hanoi. Технології та Інновації* : журнал. URL: <https://techdrinks.info/mistsya-pyvnoho-turyzmu-na-zakarpatti/?hl=uk> (дата звернення: 12.10.2025).
4. На завершення вечери: що таке дигестив та як його обрати. *Village* : вебсайт. URL: <https://www.village.com.ua/village/food/food-promo/302227-nemiroff-promo> (дата звернення: 12.10.2025).
5. ТОП-5 карпатських настоянок, які зцілюють душу й тіло. *VERSII.IF.UA – Новини Івано-Франківськ* : вебсайт. URL: <https://versii.if.ua/novunu/top-5-karpatskyh-nastoyanok-yaki-zczilyuyut-dushu-j-tilo-foto/?hl=uk> (дата звернення: 12.10.2025).
6. Tennessee whiskey distilleries add \$3.5bn to economy. *The Spirits Business*. URL: <https://www.thespiritsbusiness.com/2023/09/tennessee-whiskey-3b-economy/?hl=uk> (дата звернення: 12.10.2025).
7. Whiskey trail lifting tennessee tourism. *Fred Minnick*. URL: <https://www.fredminnick.com/2023/09/06/whiskey-trail-lifting-tennessee-tourism/?hl=uk> (дата звернення: 12.10.2025).