

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»
Факультет міжнародного туризму та економіки
Кафедра туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної (дипломної) роботи
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

на тему

ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ: СТАН ТА РОЗВИТОК

Виконала: студентка 4 курсу, групи МТЕз-119

Спеціальність: 242 Туризм

Освітня програма: Туризмознавство

ДРОБАНЦЕВА Анна Євгенівна

Керівник: к.геогр.н., доцент ГУРОВА Д.Д.

Рецензент: к.г.-м.н., доцент БОРТНІКОВ Є.Г.

Запоріжжя – 2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**Національний університет «Запорізька політехніка»**Інститут, факультет Міжнародного туризму та економікиКафедра Туристичного, готельного та ресторанного бізнесуСтупінь вищої освіти Перший (бакалаврський) рівеньОсвітньо-кваліфікаційний рівень бакалаврСпеціальність 242 Туризм
(шифр і назва)Освітня програма (спеціалізація) Туризмознавство
(назва освітньої програми (спеціалізації))**ЗАТВЕРДЖУЮ****Завідувач кафедри ТГРБ**Валентина ЗАЙЦЕВА

«___» _____ 2023 року

З А В Д А Н Н Я**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ (ДИПЛОМНУ) РОБОТУ СТУДЕНТКИ****ДРОБАНЦЕВОЇ Анни Євгенівни**

- Тема роботи (проекту) ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ: СТАН ТА РОЗВИТОК,
керівник роботи (проекту) ГУРОВА Д.Д., к.геогр.н., доцент,
затвердженні наказом вищого навчального закладу від 16 грудня 2022 року № 434/1
- Строк подання студентом роботи (проекту) 23.05.2023 р.
- Вихідні дані до роботи (проекту) в роботі використанні навчальні посібники, підручники, статті наукових видань, Інтернет-джерела, матеріали міжнародних науково-практичних конференцій, монографії, дані Державної служби статистики України
- Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
1) Теоретичні засади дослідження гастрономічного туризму. 2) Аналіз гастротуризму, як актуального тренду сучасного стану розвитку сфери туризму в Україні. 3) Перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні (на прикладі Закарпатської області).
- Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
Графічний матеріал кваліфікаційної (дипломної) роботи складає: 4 таблиці, 5 рисунків

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	ГУРОВА Д.Д., доцент каф. ТГРБ	31.01.2023	31.03.2023
2	ГУРОВА Д.Д., доцент каф. ТГРБ	31.01.2023	14.04.2023
3	ГУРОВА Д.Д., доцент каф. ТГРБ	31.01.2023	28.04.2023
Нормо контроль	ГУРОВА Д.Д., доцент каф. ТГРБ	31.01.2023	10.05.2023

7. Дата видачі завдання 31 січня 2023 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	31.01.2023	виконано
2	Вивчення літературних джерел	01.02-15.02.2023	виконано
3	Збір матеріалу на кваліфікаційну роботу	16.02-28.02.2023	виконано
4	Групування та аналіз зібраного матеріалу	01.03-15.03.2023	виконано
5	Виконання першого розділу	31.03.2023	виконано
6	Виконання другого розділу	14.04.2023	виконано
7	Виконання третього розділу	28.04.2023	виконано
8	Формування висновків та рекомендацій	03.05.2023	виконано
9	Оформлення кваліфікаційної роботи	10.05.2023	виконано
10	Перевірка роботи на плагіат	12.05.2023	виконано
11	Перевірка роботи керівником	15.05.2023	виконано
12	Одержання відгуку та рецензії	16.05.2023	виконано
13	Попередній захист кваліфікаційної роботи	17.05.-19.05.2023	виконано
14	Подання роботи на кафедру	23.05.2023	виконано
15	Захист кваліфікаційної роботи	30.05.-02.07.2023	виконано

Студентка

(підпис)

Анна ДРОБАНЦЕВА

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи (проекту)

(підпис)

Дар'я ГУРОВА

(прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Метою кваліфікаційної (дипломної) роботи є дослідження стану та розвитку гастрономічного туризму України. Виходячи з поставленої мети, доцільно виконати такі **завдання**: розглянути теоретичні засади дослідження гастрономічного туризму; проаналізувати гастротуризм, як актуальний тренд сучасного стану розвитку сфери туризму в Україні; висвітлити перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні (на прикладі Закарпатської області).

Об'єктом дослідження є гастрономічний туризм.

Предметом дослідження є різноманітні аспекти гастрономічного туризму та їх вплив на розвиток туристичної галузі.

Методи дослідження: огляд літератури та контент-аналіз; статистичний аналіз; методи системного та порівняльного аналізу; графоаналітичний метод; метод наукової абстракції.

Інформаційну базу дослідження наукові статті та дослідження, опубліковані в наукових журналах та базах даних, які присвячені гастрономічному туризму; документи та звіти, опубліковані міністерствами туризму та культури, регіональними органами влади та туристичними асоціаціями; результати опитувань туристів та експертів у галузі гастрономії та туризму; веб-сайти ресторанів, кулінарних фестивалів та інших подій, які привертають туристів в рамках гастрономічного туризму; книги та публікації, присвячені гастрономічному туризму; статистичні дані про гастрономічний туризм; власні дослідження автора.

Практичне значення результатів полягає у визначенні найпривабливіших для туристів місць з точки зору гастрономії та розробці програм туристичних маршрутів; методах підвищення престижу та популярності місцевих кулінарних традицій та продуктів. Також матеріали

кваліфікаційної роботи можна використовувати при викладанні дисциплін «Етнічні кухні» та «Туристичні ресурси України».

Апробація результатів кваліфікаційної (дипломної) роботи. Основні результати дослідження доповідалися й обговорювалися на Щорічній науково-практичній конференції викладачів, науковців, молодих учених, аспірантів, студентів НУ «Запорізька політехніка» «Тиждень науки – 2023» (м. Запоріжжя, 2023 р.) за результатами яких опубліковано тези доповідей.

Структура. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (53 найменувань), трьох додатків.

Обсяг. Загальний обсяг роботи становить 74 сторінки комп'ютерного тексту (2,82 авт. арк.), основний зміст роботи викладено на 57 сторінок (2,6 авт. арк.).

Графічний матеріал. Робота містить 4 таблиці та 5 рисунків.

АНОТАЦІЯ

Дробанцева А. Гастрономічний туризм: стан та розвиток. – Кваліфікаційна (дипломна) робота.

У кваліфікаційній роботі вивчено теоретичні засади дослідження гастрономічного туризму; проаналізовано гастротуризм як актуальний тренд сучасного стану розвитку сфери туризму в Україні; визначено перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні на прикладі Закарпатської області. Цінність результатів полягає в тому, що вони можуть бути використані для вирішення різноманітних проблем, пов'язаних з розвитком гастрономічного туризму, таких як підвищення привабливості регіону для туристів, збільшення кількості відвідувачів, покращення якості послуг, розвиток інфраструктури та інше.

Ключові слова: гастрономічний туризм, Україна, сучасний стан, розвиток, перспективи, новий тур, Закарпаття.

ANNOTATION

Drobantseva A. Gastronomic Tourism: State and Development. – Qualifying work.

The qualification work examines the theoretical foundations of research of gastronomic tourism; analyzes gastrotourism as an actual trend in the current state of development of the tourism sector in Ukraine; determines the prospects for the development of gastronomic tourism in Ukraine on the example of the Transcarpathian region. The value of the results is that they can be used to solve various problems related to the development of gastronomic tourism, such as increasing the attractiveness of the region for tourists, increasing the number of visitors, improving the quality of services, developing infrastructure, etc.

Keywords: gastronomic tourism, Ukraine, current state, development, prospects, new tour, Transcarpathia.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

ВВП – валовий внутрішній продукт

га – гектар

див. – дивись

дод. – додаток

дол. – долар

ЗМІ – засоби масової інформації

ін. – інше

км – кілометр

м. – місто

млн. – мільйон

р., рр. – рік, роки

рис. – рисунок

ст. – століття

США – Сполучені Штати Америки

табл. – таблиця

тис. – тисяча

ТІЦ – туристично-інформаційний центр

ЮНВТО – Всесвітня туристична організація

ЮНЕСКО – Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури

% – відсоток

ЗМІСТ

ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1. РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГASTРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ	12
1.1. Теоретичні аспекти визначення сутності та особливості розвитку гастрономічного туризму	12
1.2. Чинники впливу гастрономічного туризму на економічний розвиток регіону	22
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГАСТРОТУРИЗМУ ЯК АКТУАЛЬНОГО ТРЕНДУ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	28
2.1. Розвиток та становлення гастрономічного туризму в Україні	28
2.2. Аналіз гастрономічного туризму в Україні як тренду популяризації нематеріальної культурної спадщини	36
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ (НА ПРИКЛАДІ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ)	44
3.1. Перспективи розвитку гaстротуризму в регіонах України	44
3.2. Гастрономічний туризм Закарпаття: сучасний стан та розвиток	53
ВИСНОВКИ	63
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	66
ДОДАТКИ	71
Додаток А	72
Додаток Б	73
Додаток В	74

ВСТУП

Актуальність теми. Тема гастрономічного туризму залишається актуальною і важливою навіть у сучасних умовах. Гастрономічний туризм поєднує культуру, традиції та смаки різних регіонів і стає привабливим для подорожуючих, які бажають поглибити свої знання про кулінарне мистецтво та насолодитися місцевою їжею. Цей вид туризму дозволяє відвідувачам насолоджуватися місцевою кухнею, вином та іншими стравами, а також знайомитися з традиціями, культурою та історією країн, регіонів та міст.

Гастрономічний туризм має значний вплив на місцеві господарства, оскільки сприяє розвитку місцевої економіки та залученню інвестицій у сферу гастрономії та туризму. Крім того, гастрономічний туризм може підтримувати збереження традицій та культурних цінностей.

Оскільки гастрономічний туризм є досить новим видом туризму, він ще не повністю досліджений та розглянутий, тому вивчення стану та розвитку цього виду туризму є актуальним завданням для науковців, туристичних організацій та урядових структур.

Українські науковці активно займаються дослідженням гастрономічного туризму. Наприклад, Наталія Коломієць, Марія Бородай, Інна Ігнатенко, Ігор Гавриленко та інші проводять дослідження гастрономічного туризму в Україні, вивчають традиції та історію української кухні, аналізують роль гастрономічного туризму у розвитку туристичної галузі країни.

Дослідженнями А. Бусигіна, Е. Маслової, І. Комарніцького, В. Федорченка, Д. Басюка, Т. Сокола, Т. Божук, Л. Прокопчук, Т. Шпараги, В. Бойка, О. Любіцевої, Ф. Шандора, Г. Волкової та М. Баштової розглядається історико-культурний контекст розвитку цієї форми туризму та особливості створення регіональних туристичних продуктів на основі національних кулінарних традицій.

Метою кваліфікаційної (дипломної) роботи бакалавра є дослідження стану та розвитку гастрономічного туризму України. Виходячи з поставленої мети поставлено і вирішено наступні задачі:

- розглянути теоретичні засади дослідження гастрономічного туризму;
- проаналізувати гастротуризм, як актуальний тренд сучасного стану розвитку сфери туризму в Україні;
- висвітлити перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні (на прикладі Закарпатської області).

Об'єктом дослідження є гастрономічний туризм.

Предметом дослідження є різноманітні аспекти гастрономічного туризму та їх вплив на розвиток туристичної галузі.

Для проведення дослідження використовуються такі методи: порівняння, узагальнення та аналіз літератури (у теоретичному розділі), методи пошуку і збору даних, прийоми економічного аналізу, такі як табличний аналіз, порівняння, групування і графічний аналіз, метод факторного аналізу, статистичний метод та аналітико-дослідницький метод (у дослідницько-аналітичному розділі), експертні оцінки, дослідження ринку та вивчення конкурентів (у проектно-рекомендаційному розділі).

Інформаційну базу дослідження становлять: наукові статті та дослідження, опубліковані в наукових журналах та базах даних, які присвячені гастрономічному туризму; дані про ринок туризму, які надаються різними дослідницькими компаніями та організаціями, такими як UNWTO, Euromonitor, TripAdvisor та інші; документи та звіти, опубліковані міністерствами туризму та культури, регіональними органами влади та туристичними асоціаціями; результати опитувань туристів та експертів у галузі гастрономії та туризму; веб-сайти ресторанів, кулінарних фестивалів та інших подій, які привертають туристів в рамках гастрономічного туризму; книги та публікації, присвячені гастрономічному туризму, які написали експерти в галузі гастрономії та

туризму; відео та інтерв'ю з експертами галузі гастрономії та туризму, які діляться своїм досвідом та знаннями; статистичні дані про гастрономічний туризм, такі як кількість туристів, витрати на харчування та інші показники; інформація про традиційні страви та напої, які характерні для країн та регіонів, де розвивається гастрономічний туризм; відгуки туристів та блоги, в яких описується досвід відвідування ресторанів та інших закладів.

Практичне значення результатів полягає у визначенні найпривабливіших для туристів місць з точки зору гастрономії та розробці програм туристичних маршрутів; методах підвищення престижу та популярності місцевих кулінарних традицій та продуктів. Також матеріали кваліфікаційної роботи можна використовувати при викладанні дисциплін «Етнічні кухні» та «Туристичні ресурси України».

Апробація результатів кваліфікаційної (дипломної) роботи. Основні результати дослідження доповідалися й обговорювалися на Щорічній науково-практичній конференції викладачів, науковців, молодих учених, аспірантів, студентів НУ «Запорізька політехніка» «Тиждень науки – 2023» (м. Запоріжжя, 2023 р.) за результатами яких опубліковано тези доповідей [53].

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (53 найменувань), додатків (3 позиції). Загальний обсяг роботи – 74 сторінки, основний зміст – 57 сторінок. Робота містить 4 таблиці та 5 рисунків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Теоретичні аспекти визначення сутності та особливості розвитку гастрономічного туризму

Гастрономічний туризм – це форма туризму, яка базується на відвідуванні місць для споживання їжі та напоїв, які мають унікальні та характерні для певного регіону смакові властивості, і включає у себе дегустацію місцевих страв, відвідування ринків та місць продажу продуктів, занять кулінарією та інше.

Сутність гастрономічного туризму полягає в тому, що він сприяє розвитку культури та історії регіону, збереженню традиційної кухні та продуктів, а також сприяє розвитку економіки регіону, зокрема готельно-ресторанної галузі та місцевих виробників продуктів харчування.

Особливості розвитку гастрономічного туризму полягають у тому, що він вимагає високого рівня якості продуктів харчування та послуг готельно-ресторанної галузі, наявності місцевих виробників та їх співпраці з готелями та ресторанами, розвитку кулінарної освіти та культури споживання їжі серед населення регіону. Також важливою є наявність інфраструктури, яка забезпечує доступність та зручність для туристів.

Гастрономічний туризм є однією з найбільш перспективних форм туризму, оскільки він дозволяє познайомитися з культурою та історією регіону через його кухню та продукти харчування. Він також стимулює розвиток готельно-ресторанної галузі та місцевої економіки, сприяє збереженню традиційної культури.

Стратегічна мета розвитку туризму в Україні полягає в створенні конкурентоспроможного туристичного продукту, який задовольнятиме потреби

туристів і сприятиме комплексному розвитку територій та їх соціально-економічним інтересам. Цей продукт має зберігати економічну рівновагу та історико-культурне спадщину. В контексті сучасних умов, одним з перспективних і динамічно розвиваються сегментів туризму та гастрономії є "гастрономічний туризм". Цей новий вид туризму має великий потенціал для розвитку, і організація "гастрономічних турів" сприяє відродженню національних кулінарних традицій [1].

Гастрономічний туризм вважається перспективним напрямом розвитку глобального ринку туристичних послуг і виступає важливою складовою сталого розвитку туристичної галузі в Україні та її регіонах. Цей вид туризму є відносно молодим, але має значний потенціал як в Україні, так і по всьому світу.

Основною мотивацією туристів у гастрономічному туризмі є бажання відвідати певну подію та брати у ній участь, зокрема, з метою ознайомлення та спроби національних кулінарних традицій різних країн світу.

Згідно з дослідженнями Всесвітньої туристської організації, 88,2% респондентів розглядають гастрономічний туризм як стратегічний елемент брендового іміджу регіону, а привабливість місцевої кухні та високий рівень обслуговування у закладах громадського харчування є найважливішими мотивами при придбанні житла за кордоном.

Гастрономічний туризм є популярним усюди по світу і привертає значний потік туристів до країн та регіонів з цікавою місцевою кухнею. Він включає в себе відвідування різноманітних заходів, пов'язаних з гастрономією, таких як фестивалі, ярмарки, виставки і т. д [2].

Гастрономічний складник є невід'ємною частиною туристичної галузі і має велике значення, оскільки сприяє збільшенню припливу туристів, зростанню доходів галузі та створенню додаткових робочих місць. Гастрономічний туризм на сьогоднішній день є одним з модних і популярних напрямків в туризмі. Шанувальникам цього виду подорожей надається

можливість вибору: вони можуть відвідати регіон, який славиться своїми старовинними кулінарними традиціями, і ознайомитися з його видатними пам'ятками - як кулінарними, так і загалом культурними, або відвідати різноманітні яскраві та смачні гастрономічні фестивалі, які проводяться великою кількістю в різних куточках світу. Серед всіх видів туризму, гастрономічний туризм є найбільш популярним і актуальним на сьогоднішній день. Схема спеціалізації гастрономічного туризму наведена на рисунку 1.1.

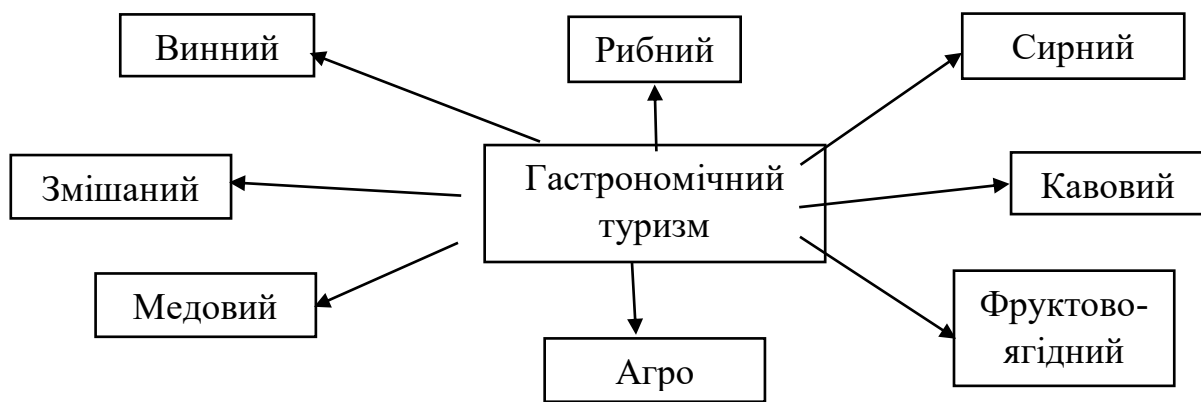


Рис. 1.1 – Схема спеціалізації гастрономічного туризму

До настання коронакризи, річні прибутки від туризму по всьому світу становили близько 150 млрд. доларів США. У Європейському союзі було встановлено, що якщо середні витрати одного туриста становлять 50 доларів, то середні витрати туриста на гастрономічний маршрут складають 200 доларів [3].

Отже, гастрономічний туризм є найперспективнішим напрямом туристичного бізнесу.

А. Бусигін висловлює думку, що гастрономічний туризм, з огляду на ряд факторів, які детально аналізуються в статті, має великий потенціал стати одним з найбільш перспективних напрямків туризму в Україні. У своїх дослідженнях він також розглядає алгоритм просування цього туристичного

продукту на західному ринку та наголошує на важливості ретельної розробки програми гастрономічних турів з урахуванням особливостей таких турів [4].

В. Федорченко також аргументує важливість розвитку гастрономічного туризму, досліджує цю проблему в контексті широкої культурно-історичної перспективи, звертаючи увагу на роль і значення харчування у становленні світової цивілізації [5].

Т. Кукліна підкреслює важливість впровадження гастрономічного туризму на туристичному ринку України, який вважається одним з найбільш пізнавальних видів туризму. Вона вважає, що гастрономічний туризм може стати фактором економічного розвитку України і важливим інструментом для поглиблення інтеграційних процесів між країнами світу [6].

Зазначається, що в українській туризмології відсутнє єдиної термінологічної визначення для гастрономічного туризму. Використовуються такі терміни, як "кулінарний туризм", "винно-гастрономічний туризм", "гурман-туризм", "гастрономічний туризм", "ресторанний туризм". Подібна тенденція спостерігається і в закордонній літературі, де автори використовують терміни "culinary tourism", "gastronomic tourism", "gourmet tour", "food tourism".

Зокрема, термін "кулінарний туризм" було запропоновано професором Лусі Лонг з університету Bowling Green у 1998 році.

У 2001 році Ерік Вольф написав першу статтю про кулінарний туризм у світі, а пізніше розробив цю тему в книзі Міжнародної організації кулінарного туризму.

В 2003 році Ерік Вульф заснував Міжнародну асоціацію гастрономічного туризму (The International Culinary Tourism Association), яка надає різноманітні переваги своїм членам, включаючи навчання, розвиток і просування. Маніфест Міжнародної асоціації кулінарного туризму відображає можливість людини пізнавати культуру країни через її національну кухню, стверджуючи, що "їжа є втіленням нації, її характеру та історії".

У 2012 році Міжнародна асоціація гастрономічного туризму запропонувала використовувати термін "гастрономічний туризм" [7].

Згідно з Всесвітньою асоціацією гастрономічного туризму (World Food Travel Association), гастрономічний туризм означає подорожі з метою отримання автентичного досвіду, пов'язаного з культурою харчування та напоїв. Він дозволяє відкривати унікальні місця та їхню культуру через національну кухню. Гастрономічний туризм стає важливим явищем на соціальному, культурному та соціально-економічному рівнях, відображаючи світовий тренд. Він охоплює подорожі з акцентом на смак, кулінарні маршрути, вивчення нових кулінарних методів, відвідування знаменитих місць з кулінарними традиціями або відкриття місць, пов'язаних з вирощуванням, селекцією, риболовлю та іншими харчовими промислами.

Засновник Міжнародної асоціації гастрономічного туризму, Ерік Вульф, визначає гастрономічний туризм як пошук і насолоду унікальною та незабутньою їжею та напоями, як на віддалених куточках світу, так і на сусідній вулиці. Він наголошує, що гастрономічними туристами можуть бути не лише ті, хто подорожує по своїй країні або світу, але й ті, хто відкриває гастрономічні скарби у своєму регіоні, місті чи навіть районі [8].

Так, Х. Ридван під терміном «гастрономічний туризм» розуміє туризм, який розроблений місцевими громадами для підтримання сільського господарства [9, с.18].

Г. Жеоргхе, П. Тудораче та П. Ністорену вважають, що гастрономічний туризм означає "повну або часткову подорож з метою спробувати місцеві продукти або взяти участь у заходах, пов'язаних з гастрономією" [10, с.12].

Брокеж вважає, що гастрономічний туризм - це "новий досвід, який туристи прагнуть отримати, а саме - відпочинок, пов'язаний з гастрономією, а також тури, пов'язані з садівництвом та гастрономією" [11, с.249].

Д. Дасілва визначає поняття "гастрономічний туризм" як "будь-який

туристичний досвід, в якому особливу увагу приділяють їжі і напоям, які відображають місцеву, регіональну або національну кухню, традиції, культуру, а також використовують традиційні або кулінарні методи" [12, с.8].

Д. Басюк розглядає гастрономічний туризм як "спеціалізований вид туризму, що передбачає ознайомлення та спробування національних кулінарних традицій країн світу, і є синтезом екології, культури та виробництва" [1, с.128].

С. Саламатіна визначає гастрономічний туризм як "вид діяльності, спрямований на ознайомлення з етнічною кухнею країни або регіону, основними продуктами, особливостями технології приготування страв, а також на підвищення рівня знань в галузі кулінарії" [13, с.326].

За словами С. Ю. Гараухіної, гастрономічний туризм можна охарактеризувати як "тип туризму, що спрямований на ознайомлення з кухнею конкретної країни або регіону. Цей вид туризму володіє значними перспективами, а розробка подібних маршрутів сприятиме відродженню кулінарних традицій" [14, с. 140].

За визначенням Т. Трададенко, гастрономічний туризм можна описати як "подорожування через країни та континенти з метою ознайомлення з особливостями місцевої кухні та кулінарними традиціями з метою спробувати унікальні страви або продукти, які є незвичайними для відвідувача. Головна мета гастрономічних турів полягає в тому, щоб насолодитися місцевими рецептами, що втілюють в собі столітні традиції та звичаї місцевих жителів, а також культуру приготування їжі" [15, с. 563].

Відповідно до Е. С. Соколова, гастрономічний туризм можна розглядати як "подорожі до різних місць на планеті з метою познайомитися з місцевими кулінарними традиціями та особливостями національної або регіональної кухні". Основною метою туристів, які обирають гастрономічний туризм, є "дегустація унікальних продуктів і страв, які характерні саме для цього конкретного місця" [16].

За описом Христова Т. Т. та Драчевої О. Л., гастрономічний туризм можна визначити як "туризм, в якому туристи та відвідувачі мають намір частково або повністю познайомитися з кухнею конкретної місцевості або взяти участь у заходах, пов'язаних з гастрономією, шляхом відвідування певних місць призначення" [17].

За визначенням В. С. Ковешнікова, гастрономічний туризм охоплює такі аспекти: спеціальні тури, що об'єднують винний та гастрономічний відпочинок; відвідування закладів, які спеціалізуються на гастрономічному туризмі, таких як спеціалізовані музеї, сироварні, винокурні, пивоварні та інші; відвідування ресторанів, які пропонують страви регіональної кухні; участь у кулінарних курсах, які проводяться в готелях, спеціалізованих кулінарних центрах та школах; відвідування фермерських господарств; відвідування сільськогосподарських ринків; участь у продовольчих виставках та ярмарках; відвідування гастрономічних та винних фестивалів та подібних заходів [18].

У своїх останніх публікаціях Ф. Ф. Шандор і М. П. Кляп розглядають гастрономічний туризм як різновид туризму згідно з класифікацією за метою подорожі [19].

За Т. С. Кукліною, гастрономічний туризм означає подорожі до різних місць на планеті з метою ознайомлення з місцевими кулінарними традиціями та особливостями національної або регіональної кухні. Основною метою туристів, які обирають гастрономічний туризм, є спроба унікальних продуктів і страв, які характерні саме для цього конкретного місця. Гастрономічні тури включають спеціально розроблені тематичні програми, які можуть включати як дегустації вишуканої їжі, так і навчання в гастрономічних школах різних спрямувань [6].

На думку Д. Басюк, найбільш вичерпним є визначення гастрономічного туризму як похідного від терміна «гастрономія» (грецьк. *στομάχι* – шлунок) – науки, що вивчає зв'язок між харчуванням та культурою, належить до галузі соціальних дисциплін [1, с. 130]. Тоді як кулінарія (лат. *coquina* – кухня) –

галузь прикладної діяльності, пов'язаної з приготуванням їжі, що включає комплекс технологій, обладнання та рецептів і є частиною гастрономії.

Після аналізу визначень відомих науковців можна зробити висновок, що гастрономічний туризм є подорожами до країн або специфічних місць з метою ознайомлення з особливостями місцевої кухні і кулінарними традиціями, а також дегустації унікальних страв і продуктів, які є характерними саме для цієї країни або місцевості.

На сьогоднішній день існує значна кількість досліджень, присвячених класифікації різних видів гастрономічного туризму.

В. В. Шикеринець [20] та С. А. Макаруч [21] поділяють гастрономічний туризм на два види: сільський («зелений») і міський. Їх принципова відмінність полягає в тому, що, вирушаючи в сільську місцевість, турист прагне спробувати екологічно чистий продукт.

За Т. Трададенко гастрономічний туризм класифікується за його програмним забезпеченням (кулінарні свята та фестивалі), автор також виділяє івентивний гастрономічний туризм [15].

С. Є. Саламатіна до основних видів спеціалізації гастрономічного туризму відносить: винний, рибний, сирний, кавовий, медовий, фруктовий-ягідний, цигарковий, чайний, шоколадний, агро, змішаний [13].

Г. Г. Вишневецька, А. П. Бусигін класифікують гастрономічний туризм за ключовими критеріями, такими як специфіка місцевості – сільський «зелений» та міський, мета поїздки або бажання спробувати певний напій або страви: винний, пивний, сирний, шоколадний [22].

Інші думки мають Д. О. Стешенко і А. Ю. Парфінченко, які визначають кілька типів гастрономічного туризму. Згідно з їх поглядами, це включає сільський, ресторанний, освітній та подієвий види гастрономічного туризму.

Сільський гастрономічний туризм означає дегустацію місцевої кухні і продуктів, вироблених саме у цьому регіоні. Ресторанний гастрономічний

туризм передбачає відвідування найвідоміших та популярних ресторанів з високою якістю, ексклюзивною кухнею та національною спрямованістю.

Освітній гастрономічний туризм включає навчання у спеціалізованих освітніх закладах з кулінарною спеціалізацією, а також участь у курсах і майстер-класах з гастрономії.

Подієвий гастрономічний туризм передбачає відвідування певних місцевостей у певний час з метою брати участь у громадських та культурних заходах з гастрономічною тематикою [23].

Таким чином, гастрономічний туризм доцільно класифікувати за декількома ознаками, такими як розташування туристичного місця, за видом конкретного продукту або напою, за метою подорожі (див. табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Класифікація гастрономічного туризму [24]

Ознака класифікації	Підвид турів	Характеристика туристичної діяльності
За розташуванням туристичного місця	Сільський	Збір лісних ягід овочів і фруктів, полювання на трюфелів або прогулянки по дорогах виноробства
	Міський	Відвідування ресторанів із дегустацією делікатесних і фірмових страв
За видом конкретного продукту або напою	Винні	Відвідування виноградників та екскурсії на виноробні господарства з дегустацією вин
	Пивні	Відвідування пивоварень, як великих так і домашніх, дегустації
	Сирні	Відвідування заводів і сирних льохів, дегустації
	Шоколадні	Відвідування шоколадних фабрик, дегустації
	Чайні	Відвідування чайних плантацій, фабрик із розфасування продуктів збирання
	Кавові	Відвідування кавових плантацій, фабрик із розфасування продуктів, збирання
	Агро	Відвідування агрокомплексів, фермерських угідь

Продовження таблиці 1.1

Ознака класифікації	Підвид турів	Характеристика туристичної діяльності
За видом конкретного продукту або напою	Фруктово-ягідні	Дегустація фруктів, овочів, які притаманні для цієї місцевості, країни
	Змішані	Поєднання декількох спеціалізацій
За метою подорожі	Культурно-пізнавальних	Відвідування різних екскурсій
	Оздоровчий	Дегустація чайних зборів із цілющих трав; меду в поєднанні з апітерапією ¹ , винотерапією ² , дієтотерапією ³
	Гурман	Дегустація страв та напоїв гастрономічними спеціалістами (сомельє, дегустатор)
За напрямом подорожі	Святковий	Відвідування та участь у гастросвятах
	Фестивальний	Відвідування та участь у гастрофестивалях
Особливі	Гастродипломатія	Організація дипломатичних прийомів на усіх рівнях з урахуванням кулінарних особливостей країн гостей та країн-організатора

Можна вважати доцільним розрізняти різні види гастрономічного туризму залежно від напрямку подорожі, оскільки у багатьох країнах світу проводяться події, присвячені окремим продуктам або стравам.

Наприклад, такими подіями є Масниця, фестиваль пива Oktoberfest у Німеччині та гастродипломатія – особлива форма організації дипломатичного прийняття всіх рівнів, під час якої розробляється меню, враховуючи кулінарні та національні особливості різних народів, зокрема гостей прийому.

1.2. Чинники впливу гастрономічного туризму на економічний розвиток регіону

Розвиток туризму залежить від різноманітних та складних факторів. Наявність сприятливих чинників може призвести до того, що окремі регіони або країни стають лідерами у світовому туризмі. Натомість, наявність небажаних чинників може призвести до зменшення туристичного потоку [25].

У туризмі існують різноманітні чинники, які впливають на його розвиток. Ці чинники можна узагальнити як зовнішні (екзогенні) фактори, що впливають на туризм через різноманітні сфери життя. Вони включають демографічні та соціальні зміни, економічний та фінансовий розвиток, зміни в політичному та правовому регулюванні, технологічні зміни, розвиток торгівлі, транспортну інфраструктуру та питання безпеки подорожей [26].

Гастрономічний туризм може мати значний вплив на економічний розвиток регіону. Ось декілька факторів, які можуть сприяти цьому впливу:

- розвиток готельного та ресторанного бізнесу: гастрономічний туризм забезпечує зростання попиту на ресторани та готелі у регіоні, що може привести до збільшення інвестицій у ці сектори. Це може стимулювати розвиток нових готелів та ресторанів, а також підвищення рівня обслуговування туристів;

- розвиток місцевої економіки: гастрономічний туризм може допомогти підтримати місцеву економіку, оскільки туристи зазвичай купують місцеві продукти та послуги, такі як місцева їжа, вина та сувеніри. Це може сприяти зростанню доходів місцевих підприємців та збільшенню робочих місць;

- привабливість регіону для інвестицій: гастрономічний туризм може зробити регіон більш привабливим для інвестицій, оскільки туристи, які приїжджають на гастрономічні фестивалі та інші події, можуть бути зацікавлені в інвестуванні у місцеві бізнеси;

- продовження регіональної культури: гастрономічний туризм може

допомогти просунути регіональну культуру та традиції через відображення місцевих страв та напоїв. Це може збільшити інтерес туристів у відвідуванні регіону та допомогти зберегти традиції на майбутнє;

– підвищення відомості про регіон: гастрономічний туризм може сприяти підвищенню відомості про регіон та привертати більше уваги туристів. Якщо регіон зможе знайти унікальний гастрономічний продукт або традицію, яку не знайти ніде інде, це може зробити його більш відомим та цікавим для туристів. Це може допомогти привернути більше туристів та збільшити прибуток регіону від туризму;

– розвиток місцевої інфраструктури: гастрономічний туризм може сприяти розвитку місцевої інфраструктури, такої як дороги, розвиток транспортної системи, магазинів, музеїв та інших закладів, що можуть підвищити комфортність для туристів та підтримати розвиток регіону.

Загалом, гастрономічний туризм може мати значний вплив на економічний розвиток регіону, збільшуючи прибуток та зберігаючи традиції, просуваючи місцеву культуру та приваблюючи для туристів [27].

Загалом, чинник - це причина або сила, яка визначає характер або окремі риси процесу чи явища. В багатьох наукових публікаціях з туристичної сфери було розглянуто класифікації чинників, що впливають на цей сектор.

Одним з таких авторів є С. Саламатіна, яка визначила декілька груп чинників, що впливають на розвиток гастрономічного туризму:

1) Соціально-економічні чинники: економічний стан населення та країни в цілому; наявність законодавчої та нормативно-правової бази в сфері туризму та гостинності; розпорядження ресурсами і наявність інфраструктури; екологічний стан території; розвиток сільськогосподарського сектора та харчової промисловості; культурні традиції, розвиток культури та розмаїття національних традицій; демографічні характеристики населення, такі як стать, вік та професійний склад; розвиток інфраструктури, такий як транспортні

зв'язки, місця тимчасового розміщення, заклади громадського харчування і т. д.

2) Політичні чинники.

3) Релігійні чинники.

Отже, С. Саламатіна вказує на різні чинники, які можуть впливати на розвиток гастрономічного туризму, зокрема соціально-економічні, політичні та релігійні чинники [13]

Розвиток гастрономічного туризму в регіоні визначатиметься впливом чинників розвитку туризму загалом, але з урахуванням його особливостей їх дія буде більшою чи меншою мірою чинити вплив на економічний розвиток регіону (див. табл.1.2).

Таблиця 1.2 – Класифікація чинників розвитку гастрономічного туризму [28]

Групи чинників	Види чинників	Напрями впливу
Статистичні	Культурно-історичні	Історичне минуле регіону Розвиток культури Народні традиції
	Географічні	Вигідне географічне положення регіону, турресурси Комфортні кліматичні умови Екологічних стан території
Динамічні	Економічні	Економічна стабільність Доходи населення Розвиток інфраструктури
	Політико-правові	Політична стабільність і мотивації Рівень освіти і культури Якість життя населення Поширення небезпечних хвороб
	Демографічні	Відтворення населення Система розселення населення Склад населення
	Безпеки	Безпека туристів Підприємств (закладів) та персоналу

Врахування цих чинників надає можливість науково обґрунтовано формувати та реалізовувати регіональну політику, аналізувати рівень та характер впливу різних чинників на розвиток гастрономічного туризму в регіоні і розробляти заходи щодо використання стимулюючих та обмежуючих факторів для сприяння цьому розвитку.

Серед сприятливих чинників розвитку гастрономічного туризму можна виділити такі:

- Кулінарна спадщина регіону.
- Розвинута інфраструктура, включаючи мережу ресторанів та готелів.
- Наявність фермерських господарств з місцевими продуктами.
- Проведення гастрономічних заходів і щорічних фестивалів.
- Різноманітний вибір ресторанів і закладів громадського харчування.

Варто відзначити, що багато країн мають вигідні передумови для розвитку гастрономічного туризму, які пов'язані з національними або регіональними гастрономічними особливостями.

Особливу увагу, особливо в сучасних умовах, приділяють проблемам забезпечення безпеки гастрономічного туризму. Ці проблеми охоплюють не тільки безпеку подорожей для туристів, але й збалансоване функціонування підприємств і закладів, сталий розвиток туристичних напрямків.

Слід зазначити, що гастрономічні тури не обмежуються лише дегустацією страв і напоїв, але мають особливу атмосферу гастрономічних заходів, які часто включають традиційні кулінарні події [29].

Фактори, що сприяють розвитку фестивального туризму, включають наступні:

1. Зростаючий попит на відпочинок в Україні з боку мешканців Закарпаття, інших регіонів країни та іноземних туристів.

2. Унікальна історична, етнографічна, культурна та природна спадщина Закарпаття.

3. Достатня кількість рекреаційних ресурсів, що сприяють організації фестивалів.

4. Екологічна чистота національних парків та заповідників у регіоні.

5. Наявність достатньої кількості робочої сили для обслуговування туристів.

6. Доступні ціни на організацію фестивалів.

7. Можливість надання додаткових послуг, таких як екскурсії, риболовля, кінні спорти, човнові прогулянки.

Таким чином, гастрономічний туризм визначається як спеціалізований вид туризму, який поєднує ознайомлення та дегустацію національних кулінарних традицій країн світу, дозволяючи людині пізнавати культуру країни через її національну кухню з метою отримання психологічного, естетичного або дослідницького задоволення. Багато науковців вивчають гастрономічний туризм, і існує безліч визначень, пов'язаних з цим поняттям.

На сьогоднішній день всі класифікації гастрономічного туризму можна розділити на кілька категорій, зокрема:

1. За спрямованістю.
2. За видом конкретного продукту або напою.
3. За метою подорожі.
4. За розташуванням туристичного місця.
5. За особливостями організації.

Отже, на основі аналізу наявних підходів до класифікації факторів розвитку гастрономічного туризму можна виділити дві групи факторів: статичні (культурно-історичні, географічні) та динамічні (економічні, політико-правові,

соціальні, демографічні).

Серед сприятливих факторів розвитку гастрономічного туризму варто відзначити наявність кулінарної спадщини, розвинуту інфраструктуру, фермерські господарства з місцевими продуктами, проведення гастрономічних заходів та щорічних фестивалів, а також різноманітний вибір ресторанів та інших закладів громадського харчування. Більшість країн мають передумови для розвитку гастрономічного туризму, оскільки вони мають національні або регіональні гастрономічні особливості. Особливу увагу в сучасних умовах приділяють питанням безпеки гастрономічного туризму, які включають не лише безпеку подорожей для туристів, а й збалансоване функціонування підприємств та закладів та сталий розвиток туристичних напрямків.

Загалом, гастрономічний туризм може мати дуже позитивний вплив на економічний розвиток регіону. Він може збільшувати прибуток регіону від туризму, привертати більше туристів та підвищувати відомість та привабливість регіону. Крім того, гастрономічний туризм може підтримувати традиції та культуру регіону, сприяти розвитку місцевої інфраструктури та приводити до створення нових робочих місць. Тому, розвиток гастрономічного туризму може бути важливим фактором для підвищення економічного розвитку та популяризації регіону в очах туристів.

РОЗДІЛ 2. ГАСТРОТУРИЗМ ЯК АКТУАЛЬНИЙ ТРЕНД СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Розвиток та становлення гастрономічного туризму в Україні

Розвиток гастрономічного туризму в Україні зазнає значного прогресу останніми роками. Кухня та гастрономічні традиції України привертають увагу як внутрішніх, так і зарубіжних туристів, що створює нові можливості для розвитку туристичного сектору.

В Україні гастрономічний туризм набуває популярності у XXI столітті завдяки відкриттю кордонів, вибору євроінтеграції та зростанню інтересу до туризму як джерела додаткових коштів. У 2006 році була створена спеціалізована Асоціація, що сприяє розвитку гастрономічного та винного туризму в Україні.

Дослідження, проведені Інститутом світової політики в 2011 році, показали, що Україна асоціюється з гостинним народом, українською кухнею, самобутністю та шануванням гостей. В 2012 році були оголошені улюблені страви українців з національної кухні [31].

Історичний розвиток української нації призвів до формування різноманіття страв, що склалося приблизно протягом 100 років XVIII – першої половини XIX століття. Національна кухня України має регіональні особливості, які базуються на кулінарних традиціях населення, природних умовах та соціокультурних формаціях. Історичні події, такі як монголо-татарські набіги та феодальні агресії, вплинули на формування гастрономічних пристрастей українців та спричинили асиміляцію в національну кухню.

Об'єднання українських територій в значній мірі сприяло формуванню характерних особливостей національних страв, хоча збереглися відмінності між ними у різних регіонах. Це створює підґрунтя для розвитку гастрономічного

туризму, зокрема за рахунок автентичності регіональної кухні в Україні. Етнографічні дослідження показують, що українське меню постійно насичене різноманітними стравами з м'яса, особливо свинини, риби, овочів, яєць і молочних продуктів. Більшість страв характеризується складним поєднанням компонентів і використанням декількох способів приготування.

Як у випадку країни зі складною історією, українська кухня має свої регіональні особливості, які ґрунтуються на інтеграції кулінарних традицій населення, природних умовах і соціокультурних формаціях. Україна знаходиться у східній Європі, має сприятливий клімат, переважно рівнинний рельєф, родючі землі і працьовитий народ, який завжди з радістю приймає гостей і годує їх смачними стравами [32].

Більшість території України зайнята низовинами та окремими височинами, що створює сприятливі умови для розвитку сільського господарства. Гірські регіони додають додаткові можливості для розвитку специфічних галузей сільського господарства, зокрема тваринництва, що впливає на регіональні особливості гастрономії. Агрокліматичні ресурси України взагалі сприятливі для сільського господарства з деякими зональними відмінностями.

Рівнинні області найбільш підходять для вирощування більшості культур помірного поясу, тоді як південні райони і Закарпаття мають сприятливі умови для вирощування середньо- і пізньостиглих сортів соняшнику, кукурудзи та винограду. Полісся і більшість лісостепової зони є достатньо зволженими для вирощування льону, картоплі та цукрового буряка. Ці агрокліматичні умови впливають на різноманітність інгредієнтів та можливості їх поєднання в українській кухні [33].

Ґрунти України переважно є родючими та дуже плідними, що призвело до значної питомої ваги сільськогосподарських угідь, яка є однією з найвищих у світі. Це також відноситься до розораності території, де найвища розораність

спостерігається у лісостеповій і степовій зоні – 80 – 90%, а найменша – на Поліссі та в Карпатах, де значні площі використовуються як природні пасовища. Великі площі пасовищ також є в посушливих степових районах півдня і південного сходу країни. Отже, продукти рослинництва і тваринництва завжди відігравали основну роль у харчуванні українців.

Сприятливі природні умови, особливо кліматичні, сприяли різноманітності рослинних продуктів, які споживалися в Україні, таких як зернові, бобові, овочі, фрукти, ягоди та гриби. У початку XX століття розвиток тваринництва сприяв збільшенню споживання м'ясних продуктів, переважно сала і смальцю. Відповідно до цього, типовими стравами української кухні є різні страви з борошна і круп, овочеві страви, мед, сало та м'ясо. З фруктів найчастіше використовуються яблука, груші, сливи, вишні та порічки. Продукти землеробства переважають у харчовому раціоні [34].

Особлива роль у харчуванні відводиться хлібу, який варіюється за видами борошна, умовами приготування, рецептурою тіста та формою. Крім хліба, з муки готують перепічки, пампушки, пироги, млинці, оладки та інші страви. Пироги є однією з найхарактерніших страв української кухні, і вони можуть містити картоплю, капусту, горох, квасолю, свіжі фрукти або сир в залежності від регіону.

Українська кухня також включає багато страв з прісного тіста, які готуються в окропі. Одна з найпопулярніших страв – вареники з різними начинками, такими як сир, картопля, капуста, квасоля, вишні та інші фрукти. Вареники є характерною стравою української кухні.

Традиційне харчування українців також включає багато овочевих страв (з картоплі, капусти, буряка, цибулі, часнику, огірків, моркви, гарбуза, томатів) і бобових (квасоля, горох, а в Карпатах ще й біб), які готуються як гарнір або самостійні страви з салом. Найпопулярніші овочеві перші страви – борщ (буряковий, зелений, холодний) і капустняк. Також широко поширені страви з

картоплі, до яких додають молоко, масло, сало, м'ясо, зелень та інші овочі. Інші традиційні страви включають тушковану капусту, сиченики, салати з буряка, капусти, моркви, зрази та драники [34].

Прянощі й приправи, які використовуються в українській кухні, включають цибулю, червоний перець, кріп, аніс, м'яту, часник, кмин, любисток, дудник, чабрець, лавровий лист і корицю (для десертів). Оцет часто використовується як приправа до різних страв української кухні. Головна особливість національної кухні України – використання лише свіжих продуктів [35].

Одним з ключових чинників успіху гастрономічного туризму в Україні є різноманітність та багатство місцевої кухні. Кожен регіон має свої унікальні страви, які відображають його історію, географію та культуру. Наприклад, Галицька кухня на Заході України, Кримськотатарська кухня на півдні, Гуцульська кухня у Карпатах та багато інших.

Україна також відома своїми національними стравами, такими як борщ, вареники, сало, ковбаси та багато інших, які стали справжніми символами країни. Ці страви часто стають основою гастрономічних турів та кулінарних майстер-класів для туристів.

Україна також активно розвиває інфраструктуру для гастрономічного туризму. У багатьох містах виникли ресторани, кав'ярні та фермерські ринки, де можна скуштувати місцеві страви та продукти. Також проводяться фестивалі та ярмарки, присвячені гастрономічній культурі України.

Однак, є деякі виклики, з якими стикається гастрономічний туризм в Україні. До них відносяться недостатня промоція та маркетингова підтримка, нестабільність економічної ситуації, недостатня освіченість та підготовка персоналу в гастрономічній сфері [36].

Гастрономічний тур – це форма подорожі, під час якої особлива увага приділяється місцевій кухні, регіональним продуктам і винам. Цей вид туризму

надає можливість відкрити нові смаки і кулінарні традиції, що дозволяє глибше відчувати культуру і цінності, що є характерними для цієї місцевості і передані з покоління в покоління.

Кожен регіон і країна мають свою унікальну кухню, яка відзначається особливостями, традиціями та неповторними стравами та напоями. Гастрономічний туризм надає можливість ознайомитись з цими аспектами і поближче відчувати дух і культуру народу цього регіону. Він пропонує події, характерні саме для цього конкретного місця, а також унікальні місцеві продукти і страви.

Розвиток туризму має свої переваги в кожному регіоні, причому різні регіони можуть мати різний рівень розвитку. Серед областей, які є особливо популярними серед туристів, можна виділити Одеську область з популярністю 7,59%, Закарпатську з відсотком 7,06%, Львівську з відсотком 6,52%, Київську з відсотком 6,2%, Дніпропетровську з відсотком 5,82%, Херсонську з відсотком 5,2%, Івано-Франківську з відсотком 4,99%, Хмельницьку з відсотком 4,81%, Запорізьку з відсотком 4,27% та Тернопільську з відсотком 4,1% [37].

Розглядаючи переваги за областями було запропоновано оглянути статистичну мапу України щодо кількості гастрофестивалів у різних областях та загальну гастрономічну карту України (див. дод. А).

Гастрономічний туризм стає все більш популярним явищем. Цей вид подорожей, що здобуває визнання по всьому світу, ґрунтується на ідеї дегустації вина або інших унікальних продуктів регіону там, де вони вирощені і вироблені. Він поєднує ці продукти, щоб підкреслити місцевий колорит і надати яскравіше відчуття місцевої атмосфери. Туристи мають змогу відвідати виробництва і виноградники, брати участь у дегустаціях місцевих вин і страв. Це дає можливість гостям комфортно відпочити і насолодитись регіональними винами та стравами, приготованими з місцевих продуктів. Виноробні, пекарні, сироварні та інші підприємства, які супроводжуються фестивалями, можуть

стати магнітами для туристів протягом усього року [38].

З цією метою формується регіональна інфраструктура, відкриваються фермерські магазини і проводяться презентаційні заходи та фестивалі. Гастрономія стає невід'ємною складовою туристичної галузі, і з кожним роком її вплив на розвиток туризму тільки зростає.

В Україні існують два основних напрями розвитку гастрономічного туризму: внутрішній і в'їзний. Кожен з них має свої проблеми, які потребують вирішення. У внутрішньому туризмі це наявність багатих традицій, унікальної культури та місцевої кухні, а також поки ще недостатня популярність серед місцевих жителів. Цей вид туризму повинен розвиватись паралельно з іншими видами подорожей.

У в'їзному туризмі існують такі проблеми, як високі ціни і недостатня реклама за кордоном. Нові туристичні напрями з'являються нечасто, хоча національні культури, кухні, традиції та події багаті і варто враховувати їх при розробці івентів та гастротурів.

Для розвитку в'їзного гастрономічного туризму необхідно створювати додаткову інфраструктуру в сільських місцевостях біля популярних серед іноземних туристів міст. Туристам можна пропонувати поєднання пізнавального або ділового відпочинку з гастрономічними враженнями, щоб вони могли краще ознайомитись зі звичаями та традиціями української гостинності, насолодитися національною екологічно чистою їжею [38].

Для досягнення цих цілей необхідно будувати і реконструювати сільські будинки в привабливих місцях поруч з озерами та річками, а також розробляти концепцію прийому та розваг для гостей. Це може включати активності, такі як збір ягід, грибів та риболовля, а також використання зібраного у приготуванні страв за місцевими рецептами. Крім того, можна пропонувати участь у майстер-класах з випікання хліба та приготування страв місцевої кухні, а на виноградниках – у зборі винограду та його подальшій переробці для

виготовлення вина [35].

Загалом можна сказати, що гастрономічний туризм в Україні має великий потенціал для подальшого розвитку. Різноманітність кухні, унікальні страви та культурні традиції приваблюють все більше туристів, а державні та приватні ініціативи сприяють його просуванню.

2.2. Гастрономічний туризм в Україні як тренд популяризації нематеріальної культурної спадщини

Гастрономічний туризм в Україні виступає як важливий тренд у популяризації нематеріальної культурної спадщини країни. Він дозволяє залучати увагу до традицій, звичаїв та кулінарних навичок, які передаються з покоління в покоління.

Одна з основних складових гастрономічного туризму – це місцева кухня та страви, які представляють культурну ідентичність країни. В Україні регіональні кухні мають свої унікальні рецепти та інгредієнти, які відображають природні та культурні особливості певного регіону. Це включає в себе використання місцевих сировинних продуктів, традиційних способів приготування та стародавні рецепти [34].

За розвитком харчової промисловості та зміною ставлення людей до харчування, споживання їжі стало не просто фізіологічною потребою, а також частиною концепції відпочинку. Сучасні люди мають обмежений час і бажання проводити його на приготуванні їжі, тому вони все більше обирають харчування поза домом, щоб зосередитись на більш продуктивних справах. Це сприяє розширенню галузі харчування, особливо в контексті розвитку туризму. Фактично, харчування стає одним із ключових елементів подорожей, оскільки до 30% витрат у подорожах припадають саме на їжу. Таким чином, виникло поняття «гастрономічний туризм», що поєднує туристичні та кулінарні

враження для задоволення палати і дослідження місцевої кухні [39].

У літературі можна знайти різні терміни, що використовуються для опису схожих концепцій, таких як гастрономічний туризм, кулінарний туризм, харчовий туризм та продовольчий туризм. Хоча ці терміни можуть вважатися синонімами, дослідники наголошують на використанні терміну «гастрономічний туризм».

Гастрономічний туризм відрізняється деякими особливостями.

По-перше, він має потенціал для розвитку в будь-якій країні. Кожен регіон світу має свої унікальні кулінарні особливості, спеціальні продукти і традиції, які відображаються в стравах і напоях, що створює розмаїття гастрономічних вражень у всьому світі.

По-друге, гастрономічний туризм є неодмінною складовою будь-якого виду подорожей, оскільки харчування є фізіологічною потребою. Однак його основна ідея полягає у знайомстві туристів з національною кухнею країни, яку вони відвідують.

По-третє, гастрономічний туризм не обмежений сезонністю або порою року. Багато страв і продуктів доступні протягом всього року, і можна підібрати гастрономічний тур, що відповідає певному сезону.

По-четверте, просування місцевих виробників продовольчих товарів є важливою складовою будь-якого гастрономічного туру. Гастрономічний туризм також є підвидом пізнавального туризму, привертаючи увагу не тільки зору і слуху, але і смаку та запаху.

Нарешті, гастрономічні тури не спрямовані на пошук «найнижчої ціни» або вигідних пропозицій, вони надають перевагу якості і унікальним гастрономічним досвідам [40].

Соціально-економічні, політичні та релігійні фактори також впливають на розвиток гастрономічного туризму.

Україна має значний потенціал для розвитку гастрономічного туризму

порівняно з іншими країнами світу. Крім історичних та культурних аспектів, цей потенціал підкріплюється природно-географічними факторами, такими як різноманітність клімату, ґрунтів, рельєфу, а також наявність водних та лісових ресурсів. Природні умови в Україні дуже різноманітні, що сприяє розвитку різних галузей сільського господарства та харчової промисловості.

Одним з важливих аспектів гастрономічного туризму є відвідування підприємств, які займаються виробництвом харчової продукції. Україна налічує понад 2000 таких підприємств, серед яких є великі, середні та малі підприємства різних форм власності. Вони спільно забезпечують близько 20% загального обсягу промислової продукції в країні. Харчова промисловість України охоплює більше 40 різних галузей, таких як цукрова, спиртова, хлібопекарська, кондитерська, лікєро-горілочана, м'ясна, рибна, виноробна, пивоварна, овочева, фруктована, олійно-жирова, консервна та інші [40].

Багато національних науковців підтверджують активний розвиток гастрономічного туризму в Україні. За їх дослідженнями, регіони, де присутня концентрація інтерактивних туристичних послуг, базованих на звичаях та традиціях, таких як фестивалі та народні свята, спостерігають зростання туристичних потоків. Гастрономічні події є фактором, що збільшує інтерес до гастрономічного туризму, а також сприяють розвитку нових суміжних бізнес-напрямків, що позитивно впливає на економічний розвиток країни.

Україна щороку організовує близько сотні кулінарних фестивалів та свят, і ця кількість постійно зростає. Найбільш активними місяцями для таких подій є вересень, червень, жовтень та серпень, що охоплюють літні та осінні місяці.

Гастрономічні фестивалі та свята в Україні присвячуються різноманітним стравам, напоям, ягодам, овочам, меду, солодошам та іншим продуктам. Більшість гастрономічних подій відбуваються в Західній Україні, зокрема в Закарпатській та Львівській областях, а також у місті Києві [41].

Українська кухня є найпопулярнішою серед ресторанів національної

кухні в Україні, займаючи 36,8% ринку. На другому місці знаходиться французька кухня, яка охоплює 21% ринку. Італійська, кавказька та японська кухні мають по 7,9% ринку, а інші національні кухні складають 18,5% (див. рис. 2.1) [42].

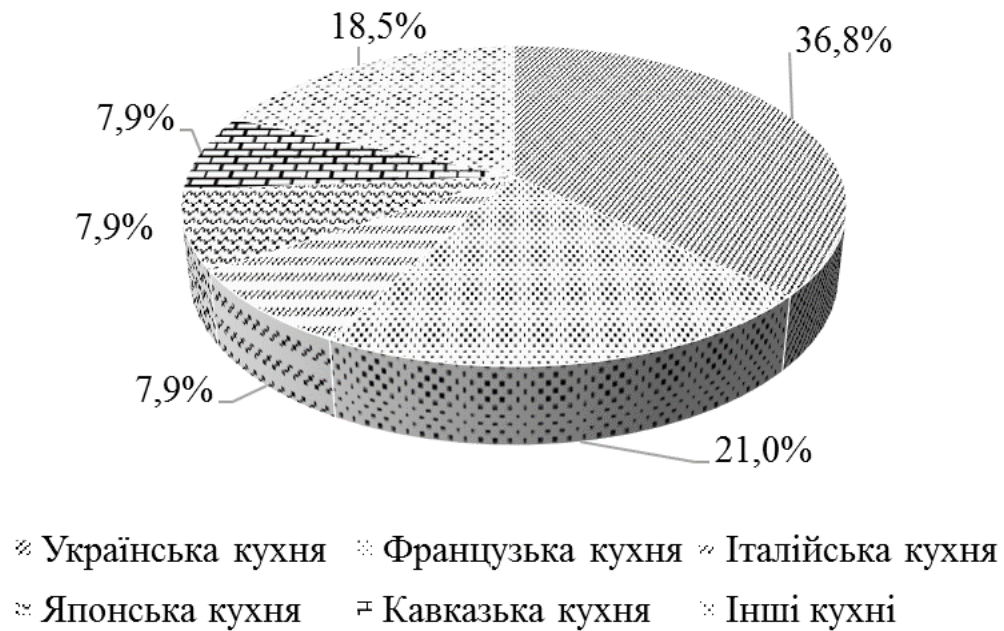


Рис. 2.1 – Ресторани національних кухонь в Україні

Незважаючи на те, що в Україні багато ресторанів пропонують українську національну кухню, необхідно збільшити відсоток таких закладів у сфері ресторанного господарства, щоб привернути більше закордонних туристів до української культури.

В результаті проведення дослідження було виявлено потенціал для розвитку гастрономічного туризму в Україні. Однак, на сьогодні цей вид туризму перебуває на ранньому етапі розвитку через ряд проблем, які ускладнюють його успішну реалізацію в нашій країні. Ці проблеми включають недосконале законодавство в туристичній галузі, складну економічну та

політичну ситуацію, недостатньо розвинуту інфраструктуру, нестачу кваліфікованих кадрів, обмежену кількість ресторанів, що спеціалізуються на національній кухні, обмежену різноманітність та невелику кількість гастротурів та турів, а також негативний вплив пандемії COVID-19.

Одним з важливих аспектів туристичної індустрії є наявність відповідної туристичної інфраструктури. Стан сучасної інфраструктури не відповідає потребам як закордонних, так і внутрішніх туристів, що впливає на якість надання послуг та здатність задовольняти потреби подорожуючих. Часто гастрономічні місця знаходяться у віддалених районах, до яких складно дістатися через недостатню транспортну доступність. Наприклад, багато гастрономічних фестивалів відбуваються у сільській або гірській місцевості, до яких важко дістатися через відсутність зручних транспортних зв'язків. Крім того, відсутність готелів та місць для ночівлі у віддалених районах також стримує гастротуристів від відвідування цих подій. Ця проблема також стосується невеликих приватних підприємств, що виробляють харчові продукти, такі як сири, вино, мед та інші [3].

Також важливим чинником, що впливає на розвиток гастрономічного туризму, є реклама. Проте, рекламні кампанії, спрямовані на просування унікальних продуктів у різних регіонах України, проводяться недостатньо систематично та організовано. Не приділяється достатньо уваги потребам потенційних туристів та об'єктивним обставинам. У багатьох інших країнах гастрономічні тури стали невід'ємною частиною туристичної індустрії, але Україна, маючи всі передумови для розвитку в цій сфері, не має достатньої репутації гастрономічної країни серед світових держав. Відсутність належної реклами перешкоджає закордонним туристам отримати інформацію про нашу національну кухню, багато страв якої є унікальними та виділяються своїм смаком.

Навіть серед українських жителів недостатньо поширена інформація про

потенціал гастрономічного туризму, такі як концептуальні ресторани, гастрономічні свята, фестивалі, кулінарні центри та маршрути. Часто гастрономічні заклади відомі лише місцевим мешканцям, і жителі сусідніх регіонів навіть не підозрюють про їх існування [40].

Також, гастрономічний туризм надає можливість зберегти та відновити традиції, які можуть бути забуті або втрачені. Він сприяє збереженню ремесел, мистецтва приготування страв, технік виробництва та вживання їжі, що є частиною культурної спадщини.

Гастрономічний туризм також сприяє розвитку місцевих громад та підтримці сільськогосподарського сектору. Він стимулює розвиток малих підприємств, таких як ресторани, кав'ярні, готелі, фермерські ринки та сільськогосподарські господарства, які постачають продукти для гастрономічного туризму.

Популяризація нематеріальної культурної спадщини через гастрономічний туризм також залежить від залучення місцевих спеціалістів та експертів, які мають глибокі знання про місцеву кухню, традиції та культурну спадщину. Їхні історії, розповіді та експертні знання допомагають підсилити унікальність та цінність гастрономічного туризму.

Також, туристичні фірми пропонують різноманітні тури по Україні, для ознайомлення із гастрономією країни. Тури та напрямки детально розписані у таблиці в додатку Б.

В цілому, гастрономічний туризм в Україні сприяє популяризації та збереженню нематеріальної культурної спадщини країни, привертаючи увагу до кулінарних традицій, страв та звичаїв, які є важливою складовою української культурної ідентичності.

Отже, Україна має великий потенціал для розвитку гастрономічного туризму. Серед пріоритетних завдань у цьому напрямку варто покращення законодавчої бази в туристичній сфері. Важливо створити національний проект

з інформаційною платформою, яка надаватиме повну інформацію про гастрономічний туризм в Україні. Також необхідно підготувати кваліфікованих фахівців та поліпшити інфраструктуру, використовуючи передові практики міжнародного рівня. Ресторанний бізнес повинен використовувати сучасні технології, такі як фьюжн-кухня та молекулярна гастрономія. Вже зараз на ринку з'являються концептуальні заклади харчування, і очікується збільшення їх кількості найближчим часом. Для розвитку гастрономічного туризму також необхідно активно просувати бренд території, яка здатна задовольнити потреби гастрономічних туристів.

Гастрономічний туризм в Україні є актуальним та перспективним напрямом розвитку туристичної індустрії. Країна має багатий кулінарний потенціал, унікальні регіональні кухні та страви, які привертають увагу туристів. Україна може запропонувати широкий спектр гастрономічних атрибутів, включаючи національні страви, фермерські ринки, виноробні, пивоварні та інші місцеві гастрономічні заклади.

Останніми роками спостерігається зростання зацікавленості туристів у гастрономічному туризмі в Україні. Це пов'язано зі зростанням популярності місцевої кухні, підвищенням рівня сервісу та розвитком інфраструктури гастрономічного сектору [35]. Держава та приватний сектор активно сприяють розвитку гастрономічного туризму в Україні шляхом промоції, організації гастрономічних фестивалів та заходів, підтримки малого бізнесу та навчання фахівців у гастрономічній сфері.

Незважаючи на позитивні тенденції, гастрономічний туризм в Україні також стикається з викликами, такими як недостатня маркетингова підтримка, економічна нестабільність та недостатня підготовка персоналу. Для подальшого успішного розвитку гастрономічного туризму в Україні необхідно залучати більше інвестицій у гастрономічну інфраструктуру, підвищувати якість обслуговування, сприяти розвитку місцевих продуктових ланцюгів та залучати

міжнародних експертів для підвищення привабливості української гастрономії [41].

Гастрономічний туризм в Україні є сильним трендом у популяризації нематеріальної культурної спадщини країни. Цей вид туризму дозволяє глибше розібратися і оцінити унікальні аспекти культури через кухню та гастрономічні традиції. Це має велике значення для збереження та популяризації нематеріальної культурної спадщини.

Регіональна кухня та страви в Україні відображають культурну та історичну спадщину кожного регіону. Це надає гастрономічному туризму в країні унікальності та різноманітності. Гастрономічний туризм сприяє збереженню та відновленню традицій, ремесел та мистецтва кулінарного мистецтва. Він стимулює розвиток малих підприємств та підтримку сільськогосподарського сектору. Для успішного гастрономічного туризму важливо мати експертну підтримку та залучати місцевих спеціалістів. Їхні знання та розповіді підсилюють цінність та унікальність культурної спадщини, яка передається через їжу [40].

Гастрономічний туризм сприяє розвитку туристичного сектору, збільшенню туристичного потоку та економічному зростанню. Загалом, гастрономічний туризм в Україні є потужним інструментом для популяризації нематеріальної культурної спадщини, залучення уваги до кулінарних традицій та збереження культурної ідентичності країни.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ (НА ПРИКЛАДІ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ)

3.1. Аналіз тенденції розвитку гастротуризму в регіонах України

Україна має великий потенціал для розвитку гастрономічного туризму,

оскільки країна відрізняється багатонаціональністю. Зараз кожен четвертий громадянин України належить до певної національності, що створює неповторне етнокультурне багатство, важливою складовою якого є унікальні кулінарні традиції [43].

Українці є корінним народом на території України, тоді як інші національності, які проживають на цій території, вважаються національними меншинами. Кількість національних меншин в Україні перевищує 100. Найбільш численні серед них групи населення включають росіян, білорусів, молдаван, кримських татар, болгар, угорців, румунів, поляків, євреїв, вірмен, греків та інших. Поряд з загальнонаціональними рисами, в певних групах українського населення зберігаються особливості у побуті, мові, традиціях, матеріальній та духовній культурі. Ці особливості сформувалися під впливом природного середовища, взаємозв'язків з іншими народами та специфіки історичного розвитку, в умовах певної територіальної відокремленості. Етнографічні групи називаються складовими частинами народу. Території, де проживають окремі етнографічні групи або відрізняються особливостями культурно-побутового характеру населення, називаються етнографічними землями (районами) [44].

Етнографічні групи українців, що найкраще зберегли свою самобутність, проживають у Карпатському районі. Це гуцули, бойки, лемки, які утворюють у гірській місцевості своєрідні етнографічні підрайони.

Національна українська кухня визнана багатьма країнами світу і приваблює іноземних туристів. Гастрономічні тури дають змогу ознайомитись з традиційною кухнею та відкрити особливості харчування.

Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації, серед об'єктів гастрономічного туризму найбільш привабливими є ресторани (29%), магазини з місцевими продуктами харчування (26%) і гастрономічні свята та фестивалі (20%) (див. рис. 3.1).



Рис.3.1 – Найбільш привабливі об'єкти гастрономічного туризму [2]

За даними Державної статистичної служби станом на кінець 2019 року в Україні було зареєстровано 57712 закладів ресторанного господарства. Найбільша кількість з яких знаходиться у Київській області, а найменша – Тернопільській, та дорівнює 4505 і 769 об'єктів відповідно (див. рис 3.2).

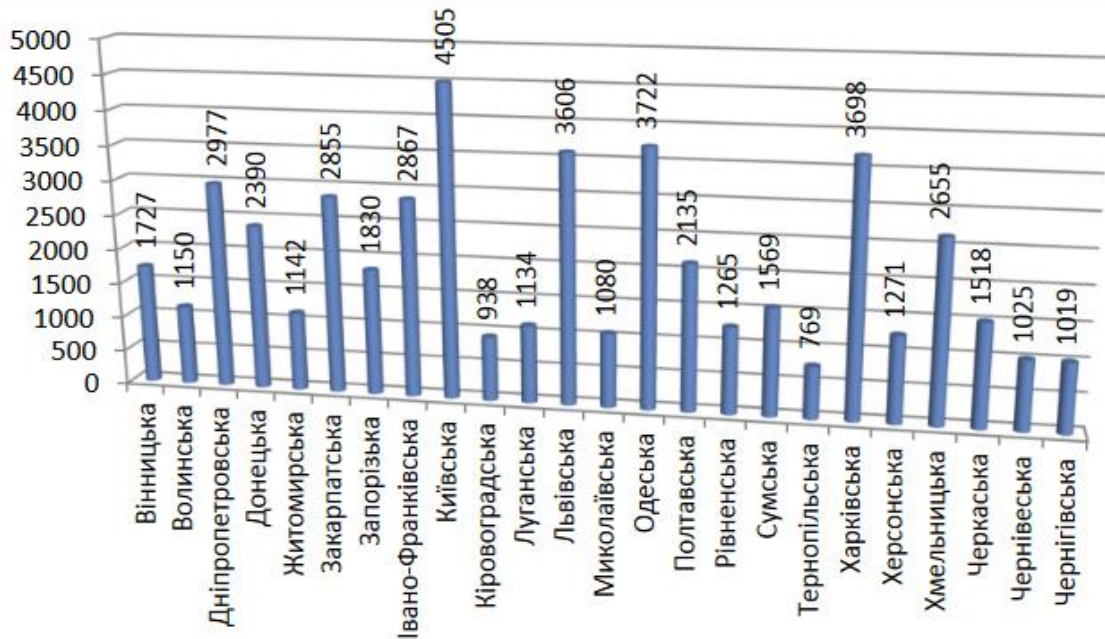


Рис. 3.2 – Кількість засобів розміщення за областями України [45]

У чотирьох областях України, а саме Київській, Одеській, Харківській та Львівській, кількість закладів перевищує середній показник по країні в цілому. Це пояснюється перш за все туристичною привабливістю цих регіонів та обсягом туристичних потоків. Львівська, Одеська та Київська області є лідерами в Україні щодо кількості відвідувачів. Крім того, важливим фактором є населення адміністративних центрів областей, оскільки саме там зосереджено основну кількість ресторанних закладів. За даними на 2020 рік, Київ, Одеса та Харків нараховують понад мільйон жителів [45].

Україна активно займається розробкою концепції гастрономічного туризму, яка буде включена до загальнодержавної стратегії розвитку туризму та курортів до 2026 року у формі дорожньої карти. Роком 2018 було оголошено роком гастротуризму за ініціативою Національної туристичної організації України, і з тих пір було проведено багато заходів, присвячених цій тематиці. Експерти і ресторатори погоджуються з тим, що гастрономічний туризм має

великий потенціал на території України і може привернути увагу світового ринку. Дослідження показують, що туристичний попит зростає особливо в регіонах, де проводяться гастрономічні ярмарки, тури, народні свята і фестивалі.

Незважаючи на це, російська агресія на території України значно ускладнює розвиток гастрономічного туризму. Якби не ця складна ситуація, в Україні було б можливо проводити безліч різноманітних гастрономічних турів.

Слід відмітити, що в Україні є значний попит серед туристів на гастрономічні фестивалі. Один з найпопулярніших фестивалів цього виду відбувається у селищі Борщів на Тернопільщині і присвячений борщу. Також щороку в Петриківці на Дніпропетровщині проводиться фестиваль сала, який залучає багато туристів. У Львові відомий ресторан-музей "Сало", де організовуються тематичні вечірки, а особливістю закладу є унікальні цукерки "Сало в шоколаді" і сало-суші. Закарпаття і Волинь славляться своєю смачною домашньою ковбасою, а у 2015 році було встановлено рекорд України за найбільшою ковбасою завдовжки 5 метрів [46].

Регіон Полісся відомий своїми врожаями картоплі та стравами з неї, а у Коростині на Житомирщині щорічно відбувається фестиваль Деруна, до якого навіть встановлено пам'ятник. Закарпаття відоме фестивалем «Берлибаський банош», який проводиться у селі Костилівка Рахівського району. У Полтаві щороку організовують фестиваль галушок, до якого також встановлено пам'ятник. У Луцьку щороку проводиться фестиваль національної кухні, а головною стравою є вареники. Навіть у Канаді, у місті Альберта, за зусиллями української діаспори було встановлено пам'ятник варенику завдовжки дев'ять метрів.

В Україні проводиться широкий спектр заходів для розвитку гастрономічного туризму, і це лише невелика частина з них. Регіони України можна умовно поділити на три групи в залежності від кількості гастрономічних

фестивалів і регіональної активності в гастрономічних турах.

Перша група включає регіони, де наразі відсутні фестивалі і тури такого типу, такі як Луганська, Донецька, Рівненська, Чернівецька та Сумська області.

Друга група включає регіони з найбільшою кількістю гастрономічних фестивалів і турів, такі як Львівська, Одеська, Київська, Івано-Франківська, Закарпатська та Полтавська області.

Третя група включає регіони з потенціалом для створення нових гастрономічних фестивалів, такі як Волинська, Хмельницька, Вінницька, Дніпропетровська, Запорізька, Миколаївська, Херсонська, Чернігівська, Черкаська, Харківська, Тернопільська, Кропивницька та Житомирська області (див. дод. А).

У 2019 році в Україні відбулося 72 гастрономічних фестивалі за даними Асоціації розвитку гастрономічного та винного туризму України (рис. 3.3) [46].

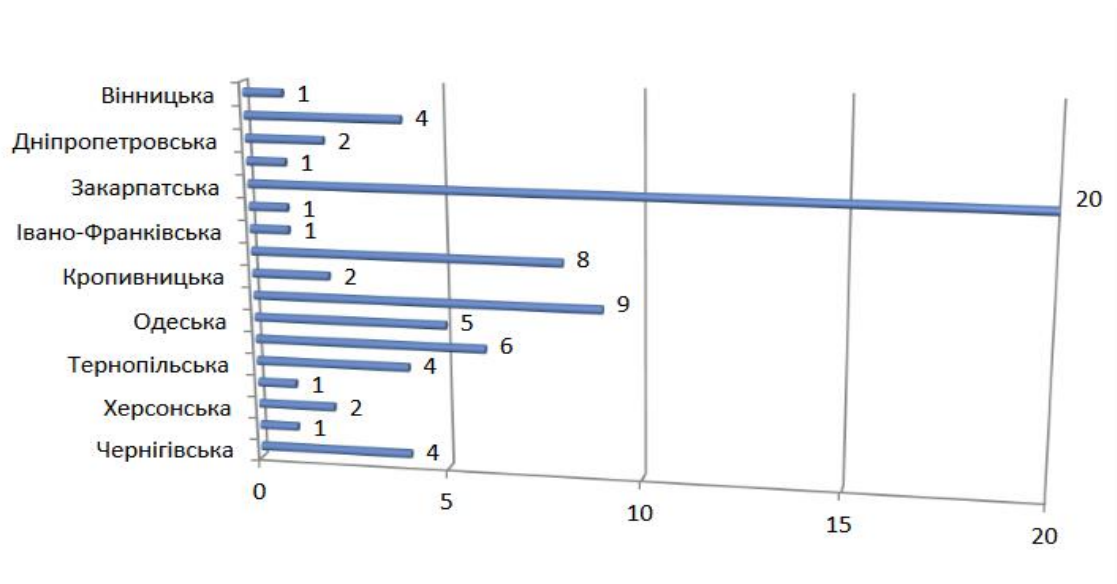


Рис. 3.3 – Кількість гастрономічних фестивалів за регіонами України за 2019 р.

Закарпатська область очолює список з 20 гастрономічних фестивалів і є безпосереднім лідером. На другому і третьому місці знаходяться Львівська і Київська області відповідно, з дев'ятьма та восьма фестивалями кожна.

У зв'язку з пандемією COVID-19 багато світових гастро-заходів були скасовані у 2020 році, а також багато запланованих кулінарних фестивалів та ярмарків на 2021 рік були відмінені.

Широкий спектр гастрономічних турів та фестивалів створює основу для розвитку конкурентоспроможного туристичного продукту як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках гастрономічного туризму.

Аналізуючи пропозиції вітчизняних туроператорів, які пропонують гастрономічні тури, можна виділити наступні особливості:

- обмежена кількість компаній, які розробляють і проводять професійні гастрономічні тури;
- більшість подорожей організовуються у Західній Україні, зокрема на Закарпатті та Львівщині, через їхню автентичну культуру та унікальні кулінарні традиції;
- український гастрономічний туризм має значний потенціал розвитку, але в більшості випадків він пов'язаний з іншими видами туризму та розважальним бізнесом [47].

Аналізуючи наявні туристичні пропозиції на ринку, можна виділити п'ять найпопулярніших гастрономічних туристичних продуктів:

- сиро-винний тур Закарпаттям;
- Полтавські галушки;
- Хмільний Львів;
- прогулянки Одесою;
- фестиваль пива та м'яса у Луцьку.

В даний час найпопулярнішими напрямками гастрономічного туризму є сирний, винний та медовий. В Україні існує близько 75 офіційних виробників винних напоїв. Загальна площа виноградників становить 40700 гектарів, з яких 25600 гектарів використовуються для виробництва вина. За даними «Винного Гіда України», представленого на щорічному винному форумі, в країні

функціонує 48 виноробних господарств та представлено 183 найкращих українських вина [48].

У процентному співвідношенні виробництва вина в Україні, основні виноробні підприємства розташовані в Одеській (55%), Закарпатській (15%) та Херсонській (15%) областях, і які є центрами розвитку винного туризму в Україні (див. рис. 3.4).



Рис. 3.4 – Розподіл виробників виноробної продукції за регіонами України [40]

Винні тури, також відомі як тури вихідного дня, є окремими подорожами або комплексними заходами, які можуть включати літній відпочинок, інтенсивні екскурсії та кейтерингові події, такі як корпоративні фуршети, банкети та вечірки. Україна має два основних маршрути винних турів: «Київ – Одеса» і «Київ – Закарпаття». Найбільшою популярністю серед туристів користуються заводи, такі як «Чизай», «Леанка» та Ужгородський коньячний

завод, де проводяться дегустації коньяків і вин. «Леанка» пропонує дегустацію власних вин у Середнянських винних підвалах, які є архітектурною пам'яткою XVI століття і занесені до десятки найкращих винних підвалів Європи згідно з ЮНЕСКО [49].

Україна виробляє велике різноманіття натуральних продуктів, зокрема різновиди меду. Більшість пасік розташована на сході та півдні країни, і загалом мед виробляється в 13 областях України. Миколаївська область займає перше місце за кількістю пасік з сертифікатом органічного виробництва, нараховуючи 23 пасіки, що становить близько 7,5 тисяч сімей бджіл. Друге місце посідає Одеська область з 11 пасіками та приблизно 2,5 тисячами сімей бджіл, а третє місце належить Луганській області [50].

В Україні є багато равликових ферм, що можуть надавати такі ж послуги як і відомі французькі. В період з 2014 по 2019 рр. в країні було створено 200 равликових ферм. Вони виробляють близько 800 тон живих равликів, за 2019 рік з них було експортовано 30 тон. Ці виробництва є у Закарпатській, Київській, Львівській та Миколаївській областях [51].

Гастрономічний туризм є формою туризму, яка пропонує конкретний продукт, а не просто послугу. Одна з основних проблем, яка стосується як внутрішнього, так і міжнародного гастрономічного туризму, полягає в тимчасовому зберіганні продуктів. В перебудові сучасної економіки виникає необхідність кардинальних змін у вітчизняному туризмі, зокрема, перехід від акценту на елітарний туризм до розвитку доступних масових видів туризму. Багато проблем, які гальмують розвиток туристичної галузі, пов'язані з недостатнім фінансуванням. Економічні та політичні фактори обмежують можливості державного бюджету України для підтримки туристичної сфери. Необхідно залучати інвестиції в цю галузь, оскільки інвестиційна політика є важливою складовою державного регулювання туристичної галузі і включає комплекс заходів, спрямованих на залучення капіталу до розвитку туристичної

інфраструктури.

Іншою важливою проблемою є імідж країни на міжнародному ринку, який впливає на розвиток туризму. Туристи при виборі країни для подорожі цікавляться культурним рівнем, екологічною ситуацією, криміногенною обстановкою, національною та релігійною толерантністю, політичною й економічною стабільністю. Україна стикається з численними проблемами, такими як економічна криза та воєнні дії на Сході, що створює негативний політичний імідж. Тому на державному рівні потрібні дії для формування привабливості України [40].

Популярність гастрономічного туризму зростає внаслідок бажання людей з усього світу досліджувати нові місця, відчувати нові емоції та задовольняти свої туристичні потреби. Цей тренд має великий вплив на розвиток туристичної галузі. Гастрономічний туризм надає мандрівникам можливість насолоджуватися місцевою кухнею, водночас вивчаючи традиції та культуру кожного регіону. Багато регіонів України мають значний потенціал для розвитку гастрономічного туризму, зокрема Закарпатська область, яка пропонує багаті туристичні можливості та ресурси для організації гастрономічних турів, пов'язаних з вирощуванням винограду, виробництвом вина та смакуванням національної кухні [36].

Отож, аналіз тенденцій розвитку гастротуризму в регіонах України може включати наступні аспекти:

1. Регіональні гастрономічні особливості: Кожен регіон України має свої унікальні кулінарні традиції та страви, які можуть бути привабливими для туристів. Аналізуючи гастротуристичний потенціал регіону, слід звернути увагу на його специфічні страви, місцеві інгредієнти, традиційні кулінарні методи приготування та стародавні рецепти.

2. Розвиток інфраструктури: Інфраструктура гастротуризму, така як ресторани, кулінарні майстер-класи, продуктові ринки та фестивалі, має велике

значення для привертання туристів. Аналізуючи регіональну інфраструктуру, слід оцінити наявність та якість гастрономічних закладів, їхню спроможність задовольняти потреби відвідувачів.

3. Маркетинг та просування: Важливим аспектом розвитку гостротуризму є маркетингова стратегія та просування. Регіони повинні активно просувати свої гастрономічні привабливості через соціальні медіа, туристичні сайти, маркетингові кампанії та співпрацю з туристичними агентствами. Аналізуючи регіональні маркетингові зусилля, слід оцінити їхню ефективність та взаємодію з потенційними туристами.

4. Співпраця з місцевими виробниками: гостротуризм може сприяти розвитку малого та середнього бізнесу, зокрема місцевих виробників продуктів харчування та напоїв. Аналізуючи тенденції співпраці регіонів з місцевими виробниками, слід звернути увагу на підтримку та сприяння їхньому розвитку, а також наявність взаємовигідних партнерських відносин.

5. Туристичний потік: Оцінка кількості туристів, які відвідують регіон з метою гастрономічного туризму, допоможе визначити популярність та зростання цього напрямку. Аналізуючи туристичний потік, слід звернути увагу на тенденції зростання, зміни відвідуваних місць та популярність конкретних гастрономічних пропозицій [40].

Аналізуючи ці аспекти, можна зробити висновки про тенденції розвитку гостротуризму в регіонах України, виявити переваги та слабкі місця кожного регіону та розробити стратегії подальшого розвитку цього напрямку.

3.2. Гастрономічний туризм Закарпаття: сучасний стан та розвиток

Закарпатська область, завдяки своїй історії, є мультикультурною територією, оскільки протягом останніх століть вона входила до складу різних державних утворень 19 разів. Це суттєво вплинуло на національну свідомість

населення Закарпаття, якому доводилося адаптуватися до різних культур, мов, звичаїв та інших особливостей. Тому, не зважаючи на вплив елементів сусідніх національних культур, боротьбу з асиміляцією в чужому етнічному середовищі та еволюцію національного процесу, традиції закарпатців залишаються унікальними. Ці процеси відбувалися завдяки спілкуванню та взаємодії на духовному та побутовому рівнях.

Закарпатські українці відрізняються своєрідністю своєї культури, яка полягає в активному взаємовпливі з елементами культури сусідніх народів і одночасному збереженні власної ідентичності в чужому середовищі. Цей процес формування та розвитку власної культури відбувався через міжкультурну комунікацію, яка простягалася як на духовному, так і на побутовому рівні[47].

До основних факторів, що впливають на зростання зацікавленості туристів у гастрономічному туризмі Закарпатської області, можна віднести наступне:

1. Різноманітна багатонаціональна закарпатська кухня, яка включає у себе особливості української, угорської, словацької, румунської, чеської, єврейської, циганської та німецької кухонь.

2. Наявність найбільшої кількості гастрономічних фестивалів у всій Україні. Це включає такі події, як фестиваль лечо, фестиваль-ярмарок «Золотий гуляш», фестиваль сливового леквару, фестиваль кукурудзи, фестиваль «Гуцульська ріпа», фестиваль «Гуцульська бринза», фестиваль меду, фестиваль-конкурс «Червене вино», фестиваль «Біле вино», свято молодого вина «Божоле» та багато інших [49].

3. Існування багато дегустаційних залів, зокрема сирних, винних, медових, хлібних та лекварних, де можна спробувати місцеві делікатеси, такі як палинка (місцева фруктова горілка) та шовдарь (закарпатський хамон).

4. Розмаїття ресторанів з національною кухнею Закарпаття.

5. Незвичайні поєднання смаків, які створюються за допомогою ковбаси з

лекваром, закарпатських цукерок «Шкварки в шоколаді» та інших унікальних страв [51].

6. Широкий вибір делікатесів, таких як берегівські равлики, тур'яреметівські жаб'ячі стегенця, салати та супи з папороті, буйволяче молоко, страусине м'ясо та буйволині сири.

7. Дегустації різноманітних продуктів, включаючи вино, сири, мед, наливки, палинки та настоянки, виготовлені за традиційними рецептами народів Закарпаття [54].

8. Можливість відвідування екоферм, де вирощують органічні продукти, такі як органічні соки, сири, м'ясо та інші [51].

Ці фактори створюють унікальну привабливість Закарпатської області для туристів, які цікавляться гастрономічним туризмом.

На сьогоднішній день гастрономічний туризм в Україні перебуває на етапі формування. Це пояснюється кількома факторами. По-перше, складна соціально-економічна ситуація в країні та особливо в Закарпатській області має великий вплив на розвиток туристичного бізнесу. Відсутність стимулюючого механізму та відсутність чіткої стратегії на державному та регіональному рівнях унеможливають повноцінний розвиток гастрономічного туризму. Крім того, наявне законодавство в туристичній галузі є недосконалим та неефективним, що також ускладнює ситуацію. Відсутність єдиної системи державного управління в Закарпатській області гальмує розвиток туризму в цьому регіоні.

Політична ситуація в Україні, зокрема воєнні дії на Сході країни та анексія Криму, негативно вплинули на туристичний імідж України загалом і Закарпаття зокрема. Багато потенційних міжнародних туристів мають стереотипи про активний конфлікт в країні, що стримує їх бажання відвідати цей регіон.

Пандемія COVID-19 також мала негативний вплив на гастрономічний туризм. Заходи, вжиті для стримування поширення інфекції, призвели до

закриття кордонів і зупинення міжнародних подорожей, а також призвели до тимчасового припинення роботи закладів харчування і розміщення туристів.

Також варто зазначити, що існуюча туристична інфраструктура не відповідає потребам навіть внутрішніх туристів, що виявляється у низькому рівні надання послуг. У Закарпатській області об'єкти гастрономічного туризму розташовані переважно в сільських і гірських районах, але через погану якість доріг туристам важко дістатися до них.

Крім того, відсутність місць розміщення віддалених від населених пунктів місць може стримувати гастрономічних туристів від відвідування фестивалів, ярмарків та підприємств, що займаються виготовленням сирів і вина.

Ще одним чинником, що гальмує розвиток гастрономічного туризму, є нестача кваліфікованого персоналу. Для успішного розвитку цього виду туризму потрібні фахівці з галузі туризму, готельно-ресторанного бізнесу, сільського господарства та харчової промисловості.

Крім того, розвиток гастрономічного туризму залежить від ефективної рекламної політики. У регіонах України просування унікальних продуктів проводиться недостатньо систематично та без урахування потреб потенційних туристів. Наприклад, у Закарпатті є всі передумови для розвитку гастрономічного туризму, але відсутня маркетингова політика, спрямована на зарубіжних туристів, і не інформує їх про унікальність української кухні [40].

Досліджуючи проблеми та перспективи гастрономічного туризму на Закарпатті, необхідно розробити ряд рекомендацій щодо популяризації цього виду туризму. Створення сприятливих умов для інвестицій у туристичну сферу та розвитку курортів є дуже важливим аспектом для регіону, оскільки державних коштів недостатньо. Важливо впроваджувати механізми стимулювання реконструкції туристичної інфраструктури та будівництва нових об'єктів.

Туристичні компанії, які пропонують гастрономічні продукти, повинні

акцентувати увагу на їх якості. Оскільки спеціалізований, немасовий туризм зосереджується на якості, а не на ціні, туристи у цьому сегменті є більш вибагливими.

Таким чином, основними стратегічними напрямками для подальшого розвитку та популяризації гастрономічного туризму на Закарпатті є:

- залучення підтримки Закарпатської області на державному та регіональному рівнях;
- розвиток туристичної інфраструктури з метою поширення якісного туристичного продукту та надання різноманітних послуг для туристів;
- пріоритетність внутрішнього та зарубіжного туризму з використанням гастрономічних ресурсів Закарпаття;
- розвиток ефективної маркетингової політики та рекламної діяльності для просування гастрономічного туризму;
- залучення іноземних інвестицій;
- збільшення середнього чеку туристів;
- покращення рівня кваліфікації кадрів у сфері туризму;
- збільшення кількості гастрономічних подій, таких як винні та сирні ярмарки, фестивалі;
- покращення якості та розширення варіантів гастрономічних турів.

Виконання цих стратегічних напрямів допоможе стимулювати розвиток гастрономічного туризму на Закарпатті і залучити більше туристів, зацікавлених у відкритті нових смакових вражень та відкритті унікальної кухні цього регіону.

Гастрономічний туризм є особливим підвидом туризму. За допомогою SWOT-аналізу визначили сильні та слабкі сторони гастрономічного туристичного ринку Закарпатської області (див. табл. 3.1).

Отже, в результаті проведеного аналізу можна зробити висновки, що пріоритетом у розвитку гастрономічного туризму Закарпатської області є підтримка можливостей та використання сильних сторін. Необхідно працювати над зменшенням впливу загроз і слабких сторін не лише на регіональному, а й на державному рівнях. Гастрономічний туризм має значний потенціал для приваблення як вітчизняних, так і зарубіжних туристів. Важливо пропонувати та реалізовувати нові ідеї та залучати інвесторів, які допоможуть створити нові сучасні платформи та кластери гастрономічного туризму.

Сучасний стан та розвиток гастрономічного туризму в Закарпатті, Україна, показують великий потенціал цього регіону для приваблення туристів своєю унікальною кухнею та гастрономічною спадщиною. Ось деякі аспекти стану та розвитку гастрономічного туризму в Закарпатті:

1. Багатство кулінарних традицій: Закарпатська кухня відома своєю різноманітністю та використанням місцевих інгредієнтів. Вона поєднує в собі впливи угорської, словацької, польської та румунської кухонь. Традиційні страви, такі як «бограч» (гуляш), «каштанове пюре», «бринзові галушки» та багато інших, привертають увагу гостротуристів.

2. Місцеві продукти харчування: Закарпаття славиться своїми якісними та свіжими продуктами харчування, зокрема медом, сирами, м'ясом, овочами та фруктами. Це створює чудову основу для розвитку гастрономічного туризму, оскільки туристи можуть насолоджуватись аутентичними стравами, приготованими з місцевими продуктами.

3. Гастрономічні фестивалі та заходи: Закарпаття регулярно проводить різноманітні гастрономічні фестивалі та заходи, які привертають увагу туристів. Наприклад, «Бограч фест» є одним з найбільш популярних гастрономічних заходів в регіоні, де відбувається конкурс на кращий гуляш та представлення традиційних страв [40].

4. Розвиток гастрономічної інфраструктури: В Закарпатті активно

розвивається гастрономічна інфраструктура, зокрема відкриваються ресторани, кафе та гастробари, які пропонують місцеві страви та напої. Деякі заклади навіть організовують кулінарні майстер-класи для туристів, де можна вивчити традиційні рецепти та приготувати страви самостійно.

5. Продуктові ринки та сувенірні магазини: В регіоні є численні продуктові ринки та сувенірні магазини, де туристи можуть придбати місцеві продукти, такі як мед, сири, вина, пряники та інші гастрономічні делікатеси. Це дозволяє туристам забрати частинку закарпатського смаку з собою.

6. Підтримка влади та розвиток маркетингу: Влада Закарпатської області виявляє зацікавленість у розвитку гастрономічного туризму та сприяє його просуванню. Також проводяться маркетингові кампанії та просування через туристичні сайти та соціальні медіа для привертання уваги туристів.

Розвиток гастрономічного туризму в Закарпатті є перспективним напрямом, оскільки регіон має багаті кулінарні традиції та якісні місцеві продукти. Використання цього потенціалу, розвиток інфраструктури та просування маркетингових зусиль можуть сприяти збільшенню туристичного потоку та популярності Закарпаття серед гастротуристів. Також, Закарпатська область пропонує різноманітні гастрономічні фестивалі (див. дод. В). Саме ці фестивалі є відомими не лише в Україні, а й у всьому світі та завдяки ним область швидкими темпами розвиває гастрономічний туризм та свою впізнаваність.

Таким чином, можемо зробити висновок, що культура закарпатського населення відрізняється своєрідністю, яка полягає в значному впливі культури сусідніх народів, що пояснюється історичними факторами, такими як належність області до різних державних утворень. Головними стратегічними напрямками для подальшого розвитку та популяризації гастрономічного туризму на Закарпатті є:

1. Залучення державної та регіональної підтримки Закарпатської області.

2. Розвиток туристичної інфраструктури для поширення якісного туристичного продукту та надання різноманітних послуг туристам.
3. Наголос на пріоритетності внутрішнього та зарубіжного туризму з використанням гастрономічних ресурсів Закарпаття.
4. Реалізація якісної маркетингової політики та інформаційно-рекламної діяльності.
5. Залучення іноземних інвестицій.
6. Збільшення середнього чеку туристів.
7. Підвищення рівня кваліфікації кадрів в галузі туризму.
8. Збільшення кількості гастро-подій, таких як винні та сирні ярмарки і фестивалі.
9. Покращення якості та розширення варіантів гастрономічних турів [52].

Підтримка можливостей та сильних сторін є пріоритетною і визначає напрямки розвитку гастрономічного туризму в Закарпатській області. Важливо пропонувати та реалізовувати нові ідеї та залучати інвесторів, що сприятиме створенню нових сучасних платформ і кластерів гастротуризму.

Гастротуризм в регіонах України є актуальним і перспективним напрямом розвитку туристичної галузі. Він дозволяє привертати увагу туристів, популяризувати культурну спадщину та місцеву кухню. Один з ключових трендів розвитку гастротуризму – підкреслення аутентичності та унікальності кулінарного досвіду. Туристи все більше зацікавлені у спробі місцевих страв, виготовлених з місцевих продуктів і з використанням традиційних рецептів.

Регіональні особливості в кулінарній сфері, такі як місцеві інгредієнти, рецепти та традиції, стають ключовими елементами туристичного привабливості регіонів. Гастротуристи шукають унікальність і нові смакові враження.

Співпраця з місцевими виробниками та рестораторами має велике значення для розвитку гастротуризму. Це сприяє підтримці місцевої економіки,

збереженню традиційних ремесел та пропагуванню місцевих продуктів.

Розвиток інфраструктури гастрономічного туризму, такої як ресторани, кулінарні школи, фермерські ринки, сприяє зростанню туристичного потенціалу регіонів. Інвестиції в цю галузь є важливим чинником для привертання більшої кількості туристів.

Розробка маркетингових стратегій та просування гастрономічного туризму через соціальні медіа, туристичні сайти та заходи сприяє привертанню уваги туристів і збільшенню їхнього інтересу до відвідання регіону.

Загалом, аналіз тенденцій розвитку гостротуризму в регіонах України свідчить про потенціал цього напрямку в туристичній галузі. Регіональні особливості, аутентичний кулінарний досвід та співпраця з місцевими виробниками створюють унікальну пропозицію для туристів. Розвиток інфраструктури та маркетингові зусилля є ключовими факторами для подальшого зростання гостротуризму в регіонах України [52].

Отже, Закарпаття має значний потенціал для розвитку гастрономічного туризму завдяки своїм унікальним кулінарним традиціям та місцевим продуктам харчування. Регіон активно розвиває гастрономічну інфраструктуру, включаючи ресторани, кафе, гастробари та кулінарні майстер-класи, що привертає увагу туристів. Гастрономічні фестивалі та заходи в Закарпатті сприяють популяризації місцевої кухні та привертають більше гостротуристів.

Розвиток гастрономічного туризму в Закарпатті може мати позитивний вплив на місцеву економіку, сприяти збереженню традиційних кулінарних знань та залучати більше туристів до регіону. Влада регіону проявляє зацікавленість у розвитку гастрономічного туризму та підтримує маркетингові зусилля для просування Закарпаття як гостротуристичного пункту.

Загалом, гастрономічний туризм в Закарпатті має перспективи для подальшого розвитку і може стати важливим елементом туристичного потенціалу регіону.

ВИСНОВКИ

Досягнуто основну мету бакалаврського дослідження, яка полягала у дослідженні стану та розвитку гастрономічного туризму. З цієї мети виконано ряд завдань:

- описано теоретичні аспекти визначення сутності та особливості розвитку гастрономічного туризму;
- визначено чинники впливу гастрономічного туризму на економічний розвиток регіону;
- визначено розвиток та становлення гастрономічного туризму в Україні;
- охарактеризовано гастрономічний туризм в Україні як тренд популяризації нематеріальної культурної спадщини;
- здійснено аналіз тенденції розвитку гостротуризму в регіонах України;
- описано гастрономічний туризм Закарпаття, його сучасний стан та розвиток.

Отже, гастрономічний туризм є комплексним явищем, яке поєднує культуру, гастрономію, туризм та економіку. Дослідження цього виду туризму вимагає широкого підходу та інтердисциплінарного підходу.

Теоретичні засади дослідження гастрономічного туризму включають аналіз культурологічних, соціологічних, економічних, географічних та інших аспектів цього явища.

Для ефективного дослідження гастрономічного туризму необхідно використовувати різноманітні методи та підходи, такі як анкетування, спостереження, інтерв'ю, статистичний аналіз, контент-аналіз, етнографічні дослідження та інші.

При дослідженні гастрономічного туризму важливо звернути увагу на ідентифікацію та аналіз місцевих кулінарних традицій, страв, продуктів харчування та їх впливу на розвиток туризму.

Застосування теорій, які вивчають споживацьку поведінку, культурну спадщину, регіональний розвиток та інші аспекти, є важливим для розуміння процесів, що відбуваються у гастрономічному туризмі.

Наукові дослідження гастрономічного туризму повинні сприяти розробці стратегій та політик в цій галузі, сприяти збереженню традицій та культурних цінностей, а також визначати його роль у сталому розвитку туризму та місцевих економіках.

Також, гастротуризм є актуальним трендом розвитку сфери туризму в Україні. Він поєднує культурну спадщину, гастрономічний досвід та подорожі, надаючи туристам унікальну можливість поглибитись у місцеву культуру через кулінарні враження.

Гастротуризм сприяє розвитку місцевої економіки та залученню інвестицій в гастрономічний сектор. Він стимулює розвиток ресторанного бізнесу, сільського господарства, продажу місцевих продуктів та інших галузей, пов'язаних з гастрономією.

Також гастротуризм сприяє збереженню та пропагуванню традиційної кухні, рецептів та страв, які є частиною культурної спадщини України. Він допомагає залучати увагу до місцевих продуктів, методів готування та кулінарних традицій.

Гастротуризм в Україні має великий потенціал, оскільки країна має багатий кулінарний розмаїття та регіональні особливості. Кожен регіон має свої унікальні страви та продукти, що привертають увагу туристів.

Розвиток гастротуризму в Україні вимагає сприяння з боку держави, регіональних органів влади та місцевих громад. Важливо створювати сприятливі умови для розвитку інфраструктури, навчання місцевих виробників і рестораторів, маркетингової підтримки та просування гастротуристичних пропозицій.

Гастротуризм в Україні може стати важливим фактором привабливості

країни як туристичного напрямку, збільшити прихід іноземних туристів, покращити імідж країни та стимулювати економічний розвиток.

Щодо гастрономічного туризму в Закарпатті, то область має значний потенціал для розвитку. Регіон володіє багатим культурним спадщиною, традиціями та стравами, які можуть привернути туристів із різних країн.

Одні з основних проблем, що впливають на розвиток гастрономічного туризму в Закарпатській області, включають обмежену інфраструктуру та недостатню промоцію. Недостатня кількість гастрономічних закладів та неякісний рівень обслуговування можуть впливати на задоволення туристів.

Однак, існують позитивні перспективи для розвитку гастрономічного туризму в Закарпатській області. Важливим аспектом є залучення місцевих виробників та рестораторів до співпраці, що сприятиме створенню аутентичного гастрономічного досвіду для туристів.

Продовження розвитку гастрономічного туризму в Закарпатській області потребує підтримки від держави та місцевих органів влади. Створення спеціальних програм та ініціатив, спрямованих на розвиток гостротуризму, може стимулювати залучення інвестицій та покращення інфраструктури.

Ефективна маркетингова стратегія, включаючи використання цифрових технологій та соціальних медіа, є важливою для просування гостротуристичних пропозицій Закарпатської області та залучення уваги туристів.

Розвиток гастрономічного туризму в Закарпатській області може сприяти збереженню та популяризації традиційної кухні, підтримці місцевих виробників та розвитку сільського господарства в регіоні.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. *Наукові праці НУХТ*. 2012. № 45. С. 128–132.
2. ЮНВТО. URL: <https://www.unwto.org> (дата звернення 26.02.2023).
3. Антоненко В. Г. Міжнародний туризм як чинник взаємодії та взаємозбагачення культур. Філософські нариси туризму. За ред. проф. Пазенка В. С. Київ, 2005. С. 223–233.
4. Бусигін А. П. Як організувати кулінарний туризм? *Готельний та ресторанний бізнес*. 2008. № 2. С. 74–76.
5. Федорченко В. Цікаве харчування. *Готельний та ресторанний бізнес*. 2005. № 2. С. 86–89.
6. Кукліна Т. С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kuklina.htm (дата звернення 27.02.2023).
7. Офіційний сайт Міжнародної асоціації гастрономічного туризму. URL: <https://worldfoodtravel.org/> (дата звернення 28.02.2023)..
8. Вульф Е. Що таке гастрономічний туризм. URL: <https://worldfoodtravel.org/ua/what-is-food-tourism-definition-food-tourism/> (дата звернення 01.03.2023).
9. Yurtseven H.R. Sustainable Gastronomic Tourism in Gokceada (Imbros): Local and Authentic Perspectives. *International Journal of Humanities and Social Science*. 2011. Vol. 1. No. 18. P. 17–26.
10. Hall C. M., Mitchell. R. Tourism Business Frontiers: Consumers, Products and Industry. URL: <https://www.globalspec.com/reference/47077/203279/chapter-16-gastronomy-food-and-wine-tourism> (дата звернення 02.03.2023).
11. Brokaj M. The Impact of the Gastronomic Offer in Choosing Tourism Destination: The Case of Albania. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies MCSER Publishing*. 2014. Vol. 3. No. 2. P. 249–258.

12. Dasilva D. Assessing The Economic Potential For Culinary Tourism In Suriname: A Value Chain Approach. URL: <http://www.surinamecompete.org/wp-content/uploads/2016/01/Assessing-The-Economic-Potential-Of-Culinary-Tourism-Revised.pdf> (дата звернення 02.03.2023).
13. Саламатіна С. Є. Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму на півдні Одещини. *Наукові праці ОНАХТ*. 2014. № 46. С. 325–329.
14. Гараухіна С. Ю. Аналіз перспектив розвитку гастрономічного туризму. Волноваха : Видавничий дім «Карат», 2013. 141 с.
15. Трададенко Т., Верес К. Гастрономічний туризм: перспективні напрями. *Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті*: програма і матеріали 80 Міжнар. наук. конф. молодих учених, аспірантів і студентів, 10-11 квітня 2014 р. Київ : НУХТ, 2014. Ч. 3. С. 563–564.
16. Соколов Є. С. Рекордна кількість осіб перетнула кордон під час фіналу Євро-2012. URL: <http://old.kmu.gov.ua> (дата звернення 03.03.2023).
17. Драчова О. Л., Христов Т. Т. Гастрономічний туризм: сучасні тенденції та перспективи. *Регіони: погляд у майбутнє*. 2015. № 3. URL: https://tourlib.net/statti_tourism/dracheva.htm (дата звернення 03.03.2023).
18. Ковешніков В. С., Гармаш В. В. Винний та гастрономічний туризм: важливий потенціал розвитку економіки. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 4. С. 32–37.
19. Кляп М. П., Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму. Київ : Вища освіта XXI століття, 2011. 334 с.
20. Шикеринець В. В. Передумови розвитку етнотуризму в Карпатському регіоні. *Удосконалення механізмів державного управління соціально-економічним розвитком підприємств і галузей*. 2012. Вип. 221. С. 250–261.
21. Макарчук С. А. Етнографія України : навч. посібник. Львів : Світ, 2004. 312 с.
22. Вишневська Г. Г. Потенціал кулінарних турів у контексті

спеціалізованого туризму. *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури*. 2013. Вип. 31. С. 112–118.

23. Стешенко Д. О., Парфіненко А. Ю. Гастрономічний туризм як чинник розвитку туристичної сфери України. *Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети* : матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. 9 листопада 2012 р. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2012. С. 239–241.

24. Омельницька В. О. Сутність та класифікація видів гастрономічного туризму. *Приазовський економічний вісник*. 2018. № 1(6). С. 15–20.

25. Кулич І. Б. Вплив валютних коливань на туристичний сектор економіки України. *Науково-інформаційний вісник Івано-Франківського університету права імені Короля Данила Галицького*. 2015. Вип. 11. С. 345–352.

26. Крупіца І. В. Передумови та перспективи розвитку фестивального туризму в Одеській області. *Український журнал прикладної економіки*. 2020. Том 5. № 1. С. 133–141.

27. Mirtaghiyan M. R., Gharibi N., Akbarnataj H. A Study of Factors Influencing Food Tourism Branding: The Case of Iranian Tourism. *American Journal of Tourism Management*. 2013. No 2 (3). P. 63–68.

28. Голод А. П., Никига О. В. Структура факторів розвитку гастрономічного туризму. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 49. С. 174–178.

29. Куценко В. І. Диверсифікація ринку туристичних послуг в Україні як передумова підвищення їх конкурентоспроможності. *Управління. Інновації*. 2011. № 1 (5). URL: http://tourlib.net/statti_ukr/kucenko3.htm (дата звернення: 21.03.2023).

31. Корнілова В. В., Корнілова Н. В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. *Ефективна економіка*. 2018. № 2. С. 54–59.

32. Михайлюк О. Л., Хумаров О. А. Перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні. *Економічні інновації*. 2020. Т. 22. Вип. 2 (75). С. 71–81.

33. Рубіш М. А., Чорій М. В., Зеленська Л. В. Гастрономічний туризм як засіб активізації туристичних дестинацій. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія : Економіка*. 2020. Вип. 1 (13). С. 61–66.

34. Шикеринець В. В. Передумови розвитку етнотуризму в Карпатському регіоні. *Удосконалення механізмів державного управління соціально-економічним розвитком підприємств і галузей*. 2012. Вип. 221. С. 250–261.

35. Сливенко В. А., Долгієр А. І., Хрулькова К. А. Шляхи активізації вітчизняного гастротуризму на міжнародному туристичному ринку. *Ефективна економіка*. 2019. № 5. С. 26–30.

36. Глушко В. О. Гастрономічний туризм як окремий вид в туризмі: поняття, сутність, класифікація. *Торгівля і ринок України*. 2016. Вип. 39–40. С. 166–175.

37. Асоціація сприяння розвитку гастрономічного та винного туризму в Україні. URL : <http://agvt.nuft.edu.ua> (дата звернення 12.04.2023).

38. Шикіна О. В., Ліптуга І. Л. Аналіз структури туристичних потоків Одеської області. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. № 7. С. 114–127.

39. Фесенко Г. О. Гастротуризм як актуальний тренд сучасного розвитку сфери туризму в Україні. *Ефективна економіка*. 2021. № 5. С. 33–40.

40. Басюк Д. С. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики : монографія. Вінниця : ПП «ТД «Едельвейс і К», 2017. 316 с.

41. Гастрономічний туристичний шлях. URL : http://www.transcarpathiatour.com.ua/marshrut_gastr (дата звернення 17.04.2023).

42. Крупіца І. В. Передумови та перспективи розвитку фестивального туризму в Одеській області. *Український журнал прикладної економіки*. 2020. Том 5. № 1. С. 133–141.

43. Панова І. О., Журавчак Я. З. Проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні (на прикладі Закарпатської області). *Вісник*

ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія : Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. 2021. Вип. 13. С. 196–208.

44. Макаров С. О. Етнографія України. Ужгород, 2020. 212 с.

45. Бутенко О. П., Стрельченко Д. О. Стан ресторанного господарства в Україні. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2021. № 56. С. 18–24.

46. Гастрономічні фестивалі: види, відмінні риси та значення для брендингу туристичної дестинації. URL : <https://publications.hse.ru> (дата звернення: 24.04.2023).

47. Ковешніков В. С. Гармаш В. В. Винний та гастрономічний туризм: важливий потенціал розвитку економіки. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 4. С. 32–37.

48. Culinary Tourism Market 2019-2023. URL : <https://www.businesswire.com/news/home/> (дата звернення 29.04.2023).

49. Гаркова М. О. Гастрономічний туризм Закарпаття: сучасний стан і перспективи. *Географія та туризм*. 2018. Вип. 45. С. 150–156.

50. Сильна пасіка. URL : <https://pasika.pp.ua/> (дата звернення 29.04.2023).

51. Лесів А. Ковбаса з лекваром та суп із папороті. На Закарпатті можна скуштувати кулінарну екзотику. Закарпаття онлайн. URL : <https://zakarpattya.net.ua/Zmi/107457-Kovbasa-z-lekvarom-ta-sup-iz-paporoti> (дата звернення 30.04.2023).

52. Регіональна стратегія розвитку Закарпатської області на період 2021 – 2027 років. URL : <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/> (дата звернення 09.05.2023).

53. Дробанцева А.Є., Гурова Д.Д. Гастрономічний туризм – популярний напрям XXI століття. *Тиждень науки – 2023*: матеріали щорічної наук.-практ. конф. викладачів, науковців, молодих учених, аспірантів, студентів НУ «Запорізька політехніка», 24 – 28 квітня 2023 р. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2023. С. 95–97.

ДОДАТКИ

Додаток А

Гастрофестивалі та гастрономічна карта України



Додаток Б

Пропозиція туроператорів гастрономічних турів по Україні

Туристичне підприємство	Маршрут подорожі	Назва туристичного продукту
Туроператор «ТурБаза»	м. Львів	«Місто з ароматом кави»
Туроператор «ТурБаза»	Львів-Чинадієво-Мукачево-Берегово-Нижнє Селище- о. Синевір	«Сир-винний тур Закарпаттям»
Туроператор «Відвідай»	Львів-Ужок-Перечин-Середнє-Виноградів	Дегустаційно-термальний тур «Закарпатські насолоди»
Туроператор «Галиця тур»	м. Львів	«Від шпациру до келішка»
Туроператор «Країна UA»	Воловець-Гуклиний-Міжгір'я-Нижнє Селище-Берегово-В.Бийгань-Мукачево	«Кулінарне Закарпаття»
Туроператор «Країна UA»	Одеса-Білгород-Дністровський	«Винний тур: від А до Я»
Туроператор «Країна UA»	Гоголево-Диканька-Полтава-Опошня	«Полтавські галушки»
Туристичний сайт «igotoworld.com»	м. Львів	«Хмільний Львів»
Туристичний сайт «igotoworld.com»	м. Одеса	«Прогулянка по-одеськи!»
Туристичний сайт «igotoworld.com»	Богданівка – Полтава – Полтавська – Диканька – Опішня – Великі Будища – Миргород	«Полтавські витребеньки»
Туристичний сайт «igotoworld.com»	Полтавська – Гоголеве – Миргород – Полтава – Диканька	«Масляна на Полтавщині»
Туристичний сайт «igotoworld.com»	Кам'янка – Біласовиця – Підполоззя – Жденієво – Верхній Студений – Закарпатська – Коло-чава – Міжгірський – Міжгір'я – Львів	Гастрономічно-розважальний тур «Зимові забави»
Туристичний сайт «igotoworld.com»	Мукачево – Берегово – Геча – Ужгород – Лумшори	«Тур на фестиваль гентешей в Закарпатті»
Туристичний сайт «igotoworld.com»	Чинадієво – Мукачево – Берегово – Нижнє Селище – Іза – Міжгір'я – Келечин	«Секрети закарпатської кухні»

Додаток В

Гастрономічні фестивалі у Закарпатській області

Назва фестивалю	Час проведення	Місце проведення
«Червоне вино»	11-15 січня	м. Мукачево
«Конкурс різників свиней – гентешів»	Останні вихідні січня	с. Геча
«Ужгородська палачінта»	Кінець лютого	м. Ужгород
Всеукраїнський фестиваль вареників	17 березня	м. Яремче
«Біле вино»	3-5 березня	м. Берегово
Фестиваль вина і меду «Сонячний напій»	Перші субота-неділя травня	м. Ужгород
«Берлибашський бануш»	Травень	с. Костилівка
Фестиваль виноградарів і виноробів «Угочанська лоза»	Травень	м. Виноградів
Фестиваль тушкованого півня на Закарпатті	30 червня	с. Косонь
«Червона черешня»	Червень	с. Пацканьово
Фестиваль ріп'янки	Червень	с. Колочава
Фестиваль Великоберезнянського сиру «Молочна ріка»	Липень	с. Стужиця
Фестиваль чорниці «Верховинська яфіна»	5 серпня	с. Гукливе
Фестиваль голубців	Початок серпня	с. Великий Бичків
Сливовий фестиваль «Свято Леквара»	25 серпня	с. Геча
Солодке свято меду в Мукачеві	Серпень	м. Мукачеве
Фестиваль «Гуцульська бринза»	5-6 вересня	м. Рахів
«Варишське пиво»	15-18 вересня	м. Мукачево
Фестиваль «Смажений баранчик»	Вересень	с. Лазещина
«Золотий гуляш»	Середина жовтня	с. Мужієво
Фестиваль молодого вина і меду «Закарпатське божоле»	Друга неділя листопада	м. Ужгород