

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПЛКИ
“ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ”**

Навчально-науковий інститут заочно-дистанційного навчання

Форма навчання заочна

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Допускається до захисту

Завідувач кафедри

Г.П. Скляр

„_____” _____ 2022 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

***На тему “РОЗВИТОК ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ
У ЗАКАРПАТСЬКІЙ ОБЛАСТІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ”***

***зі спеціальності 242 “Туризм”
освітня програма “Туризм” ступеня бакалавра***

Виконавець роботи Ракетський Богдан Борисович

(підпис, дата)

Науковий керівник к. геогр. н., доц. Логвин Михайло Михайлович

(підпис, дата)

ПОЛТАВА – 2022

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ	6
1.1. Гастрономічний туризм як чинник соціально-економічного розвитку регіонів	6
1.2. Історія розвитку та класифікація гастрономічного туризму	20
1.3. Сучасні тенденції та світовий досвід розвитку гастрономічного туризму	29
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ У ЗАКАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ.....	36
2.1. Розвиток гастрономічного туризму в структурі регіональних туристичних ринків України.....	36
2.2. Організація гастрономічного туризму в Закарпатській області.....	47
2.3. Основні напрями вдосконалення розвитку гастрономічного туризму в регіоні	58
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	68
ПЕРЕЛІК ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ	69
ДОДАТКИ.....	77

ВСТУП

Розвиток туристичної галузі є одним із визначальних складників доходу в багатьох розвинених країнах світу і країнах, що розвиваються; однією із найперспективніших галузей сфери послуг. Крім економічної функції, туризм сприяє налагодженню зв'язків між різними націями, розширенню світогляду людини, відновленню її психофізичного стану, а також формуванню дбайливого ставлення до природно-культурного надбання країни. Кожен кулінарний досвід – це спогад про конкретну територію, відтак їжа і дестинації тісно пов'язані між собою, бо вони формують основу розвитку економіки вражень, основу, яка дає можливість по-новому розвивати дестинації. Не випадково понад третина туристичних витрат виділяється на харчування, а у 22% європейців головна мотивація подорожі – культурний досвід, який охоплює кулінарне мистецтво.

Гастрономічний туризм відкриває величезні можливості для просування місцевої культури, задоволення різноманітних вимог мандрівників, поняття гастрономічного туризму залишається недостатньо відомим широкій аудиторії, і мандрівники, вирушаючи на кулінарний майстер-клас, не знають, що беруть участь в активності, яка належить до цього типу туризму.

Сферу туризму можна розглядати як один із найважливіших чинників, які сприятимуть відновленню національної економіки України у післяпандемічний та післявоєнний період. Туристична сфера значно впливає на формування як малого, так і середнього бізнесу, сприяє соціально-економічному розвитку міст, регіонів. Окрім цього, удосконалюється виробнича, інформаційна, транспортна та комунальна сфери. Гастрономічний туризм в теперішній час являється одним із найбільш перспективних напрямів у галузі туризму. Гастрономічний туризм – це один із видів туризму, що передбачає ознайомлення із національними стравами, а також із процесом та технологією їх приготування.

Проблематиці дослідження сутності та значення гастрономії в сфері туризму присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема: Е. Маслова, Д. Басюк, В. Бойка, В. Маховки, О. Любіцевої, Н. Бакало, Т. Сокол, З. Каноністової, Г. Вишневської та інших.

Актуальність теми кваліфікаційної роботи полягає у тому, що не дивлячись на достатньо довге існування гастрономічного туризму та його популярність серед людей, до сьогодні не існує єдиного визначення «гастрономічний туризм». Цей вид туризму не виділяється як окремий, а відноситься до культурно-пізнавального. Відповідно, не виділяється і окрема категорія туристів, які вирушають у гастрономічні подорожі. Гастрономічний туризм є привабливим з точки зору організації туристичної діяльності, бо окрім ознайомлення із традиційною кухнею, подорожуючий може безпосередньо сам взяти участь у приготування національних страв, а також відвідати велику кількість кулінарних виставок, фестивалів, взяти участь у дегустаційному процесі.

Мета роботи полягає у вивченні стану розвитку гастрономічного туризму у світі, аналіз шляхів його сучасного розвитку, окреслення перспектив розвитку гастрономічного туризму в нашій країні та в Закарпатській області, зокрема. Досягнення поставленої мети забезпечується виконанням наступних завдань:

- вивчити гастрономічний туризм як чинник соціально-економічного розвитку регіонів;
- розкрити історію розвитку та класифікацію гастрономічного туризму;
- дослідити сучасні тенденції та світовий досвід розвитку гастрономічного туризму;
- висвітлити розвиток гастрономічного туризму в структурі регіональних туристичних ринків України;
- проаналізувати організацію гастрономічного туризму в регіоні;
- вивчити та запропонувати основні напрями вдосконалення розвитку

гастрономічного туризму в регіоні.

Об'єктом дослідження є організаційно-економічні процеси розвитку гастрономічного туризму у Закарпатській області як інструмента туристичної дестинації. Предметом дослідження є теоретичні, методологічні та практичні аспекти дослідження розвитку гастрономічного туризму у світі, Україні та Закарпатті.

Для розв'язання визначених завдань роботи, досягнення мети використовувався наступний комплекс взаємодоповнюючих методів дослідження: загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, зокрема, методи системного аналізу, методи причинно-наслідкового аналізу, методи порівняльного аналізу, методи прямого структурного аналізу, узагальнення. За допомогою аналітичного методу здійснено підбір інформації за темою. Використовувався метод економіко-статистичного аналізу.

Інформаційною базою слугували: законодавчі та нормативно-правові акти України, що регламентують діяльність у галузі туризму, матеріали Державної служби статистики України, Головного управління статистики у Закарпатській області, Закарпатської обласної військової адміністрації, праці вітчизняних та зарубіжних вчених з проблем дослідження організації гастрономічного туризму на регіональному рівні, публікації в наукових періодичних виданнях, матеріали науково-практичних конференцій, дані мережі Інтернет.

Структурно робота складається з двох розділів, вступу, висновків, переліку інформаційних джерел, додатків. У роботі налічується 6 рисунків, 6 таблиць, та 3 додатки (у них 1 рисунок та 2 таблиці), перелік інформаційних джерел налічує 81 найменування.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Гастрономічний туризм як чинник соціально-економічного розвитку

Гастрономічний туризм – один із найпопулярніших видів туризму, тісно «вплетених» у бізнес-тури. Під час ділових поїздок туристи відвідують не лише різноманітні підприємства, а й відомі кафе, бари і ресторани, щоб встигнути дізнатися гастрономічні традиції нового місця. Своєю чергою метою подієвих або фестивальних турів є відвідання певної події, пов'язаної із приготуванням чи вживанням їжі, зокрема гастрономічного фестивалю, на якому учасники ознайомлюються з новими містами шляхом занурення в особливості місцевої кухні. Освітній гастрономічний тур – це більше подія з професійною орієнтацією, ніж подорож, оскільки його мета – навчання в кулінарних освітніх закладах або проходження різних кулінарних курсів і майстер-класів для набуття відповідних навичок. Різновид спортивного туризму – полювання і рибальство безпосередньо пов'язані зі споживанням уловів і видобутку. І, нарешті, суть культурно-пізнавального туру досить неоднозначна, тому що це скоріше комбінований тур, мета якого розширюється до двох складових: ознайомлення з визначними пам'ятками країни й одночасно її кухнею, при цьому жодна з них не відсувається на другий план проти іншої. Говорячи про культуру і звичаї населення певного регіону, ознайомлення з ними у разі з гастрономічним туризмом відбувається через національну кухню, національні костюми, традиційну подачу страв. У разі з історичним туризмом ознайомлення з культурою та звичаями відбуваються через історію і відвідування історичних місць з супроводом гідів-істориків. Виходячи з викладеного, об'єктами гастрономічного туризму є: країна, що має кулінарну привабливість; регіони,

які популярні продуктами, виробленими на цій території; ресторани, які пропонують ексклюзивне меню і високо оцінюються провідними критиками світу у сфері кулінарії; підприємства, відомі своєю виробленою кулінарною продукцією, наприклад, шоколадні фабрики; установи, які пропонують програми навчання для набуття кулінарних навичок, і які випускають найкращих кухарів світу; різні конференції, присвячені гастрономічному туризму, фестивалі, ярмарки та ін. Отже, компонентами гастрономічного бренду є добре розвинена сфера туризму і гастрономії; наявність традиційних ресторанів і кваліфікованих кухарів; гастрономічні фестивалі, заходи, конкурси; просування гастрономії в освітні заклади.

Нині гастрономічний туризм стає модним напрямом і набирає все більшого попиту серед туристів. Уже зараз є велика кількість охочих відвідати іншу країну, щоб дізнатися кулінарні звички і традиції того чи іншого народу. Цей вид туризму є досить молодим: попри те, що він існує протягом століть, визнавати його як самостійний вид і вивчати почали лише в кінці минулого століття. Внаслідок цього на туристичному ринку з кожним роком з'являються нові форми гастрономічних туристичних послуг. Гастрономічний тур як послуга – це щось більше, ніж просто подорож, оскільки він є добре продуманим комплексом заходів для дегустації традиційних у певній місцевості страв або окремих продуктів.

Слід відзначити, що в українській туризмології відсутнє єдине термінологічне визначення цього виду туризму. Є терміни «кулінарний туризм», «винно-гастрономічний туризм», «гурман-туризм», «гастрономічний туризм», «ресторанний туризм». Аналогічна тенденція спостерігається у закордонній літературі. Зокрема, автори Г. Аллента К. Албала, Л. Лонг, Б. Мак-Керчер, Е. Вольф, М. Холл та Р. Мітчел оперують поняттями «culinary tourism», «gastronomic tourism», «gourmet tour», «food tourism». Низка визначень поняття «гастрономічний туризм» приведена у табл. 1.1.1.

Гастрономічний туризм як вид туризму, який включає відвідування виробників продуктів харчування, фестивалів їжі, ресторанів та спеціальних місць, пов'язаних з деякими продуктами харчування та дегустацією страв; спостереження за процесами виготовлення та приготування їжі трактують М.Холл та Р. Мітчелл [72].

Таблиця 1.1.1

Тлумачення поняття «гастрономічний туризм», складено за [1.a.i.8]

Автор	Тлумачення поняття «гастрономічний туризм»
А. Расулова [1.a.i.50]	це спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з історією, технологією та культурою споживання національних страв і продуктів, а також навчанням і підвищенням рівня професійних знань у сфері кулінарії
Х. Ридван [71]	туризм, який розроблений місцевими громадами для підтримання сільського господарства
Г. Жеоргхе, П. Тудораче, П. Ністорену [5]	повна або часткова поїздка для того, щоб спробувати місцеві продукти або взяти участь в заходах, які пов'язані гастрономією
Д. Дасілва [70]	будь-який досвід туризму, в якому високо цінується або споживається їжа і питво, яке відображає місцеву, регіональну та національну кухню, традиції, культуру, традиційні або кулінарні методи
Д. Басюк [1.a.i.3]	спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням і дегустацією національних кулінарних традицій країн світу, що є синтезом екології, культури і виробництва
С. Саламатіна [1.a.i.53]	вид діяльності, метою якої є знайомство з етнічною кухнею країни або регіону, основними продуктами, особливостями технології приготування страв, а також підвищення рівня знань із кулінарії
В. Глушко [1.a.i.17]	подорожі в країни або особливі місця для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями, з метою дегустації унікальних страв та продуктів, властиві для її країни або місцевості

Своє визначення надає Всесвітня асоціація гастрономічних подорожей за

яким гастрономічний туризм є подорож з метою отримання автентичного досвіду, заснованого на культурі споживання їжі або напоїв, а також пізнання унікальних місць та їхньої культури через національну кухню [78].

В.С. Ковешніков, В.В. Гармаш під гастрономічним туризмом пропонують розуміти [1.а.і.28]:

- спеціальні винні і гастрономічні тури;
- відвідування об'єктів гастрономічного туризму (спеціалізовані музеї, сироварні, винокурні, броварні);
- відвідування ресторанів з регіональною кухнею;
- відвідування кулінарних курсів при готелях, а також спеціалізованих кулінарних центрах і школах;
- відвідування фермерських господарств;
- відвідування сільськогосподарських (фермерських) ринків;
- продовольчі виставки та ярмарки;
- гастрономічні та винні (пивні тощо) фестивалі, тощо.

Гастрономічний туризм – різновид туризму, взаємопов'язаний із пересуванням різними країнами з метою ознайомлення з національними стравами, продуктами, напоями.

Гастрономічний туризм є похідним від терміну гастрономія (грецькою – шлунок) – науки, що вивчає зв'язок між харчуванням та культурою, належить до галузі соціальних дисциплін.

Одне з найпоширеніших визначень гастрономічного туризму, яке використовується в закордонній літературі, було запропоноване Холлом і Шарплсом в 2003 р. Згідно нього продовольчий туризм є досвідною поїздкою до гастрономічного регіону для відпочинку й розваг, що включає в себе відвідування первинних та вторинних виробників продуктів харчування, гастрономічні фестивалі, продовольчі ярмарки, події, фермерські ринки,

кулінарні шоу та демонстрації, дегустації якісних продуктів харчування або будь-якої туристичної діяльності, пов'язаної з харчовими продуктами.

Крім того, ця подорож пов'язана з певним способом життя, який включає в себе як пізнання різних культур, набуття знань та розуміння якості або атрибутів, пов'язаних з туристичними продуктами, так і гастрономічні вироби даного регіону (спеціалітети) через їх споживання. Таким чином, гастрономічний туризм передбачає, що все вищезазначене має бути основною причиною або мотивацією подорожей для відвідувачів певної туристичної дестинації.

Засновник Міжнародної асоціації гастрономічного туризму Е. Вульф дає таке визначення: «Гастрономічний туризм – це пошук і насолода унікальною, незабутньою їжею і напоями як на іншому кінці Землі, так і на сусідній вулиці, адже, крім подорожей по своїй країні або всьому світі, ми також можемо стати гастрономічними туристами у своєму регіоні, місті чи навіть районі».

Так, Х. Ридван під терміном «гастрономічний туризм» розуміє туризм, який розроблений місцевими громадами для підтримання сільського господарства. Г. Жеоргхе, П. Тудораче, П. Ністорену розуміють під цим терміном «повну або часткову поїздку для того, щоби спробувати місцеві продукти або взяти участь у заходах, які пов'язані з гастрономією». Броеж трактує поняття «гастрономічний туризм» як «новий досвід, який шукають туристи, а саме – гастрономічний відпочинок, тури із садівництва та гастрономії».

Д. Дасілва під зазначеним терміном розуміє «будь-який досвід туризму, в якому високо цінується і/або споживається їжа і питво, яке відображає місцеву, регіональну або національну кухню, традиції, культуру, традиційні або кулінарні методи». Д. Басюк розглядає його як «спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням і дегустацією національних кулінарних традицій країн світу, що є синтезом екології, культури і виробництва». С. Саламатіна дає

таке визначення цього виду туризму: «гастрономічний туризм – вид діяльності, метою якої є знайомство з етнічною кухнею країни або регіону, основними продуктами, особливостями технології приготування страв, а також підвищення рівня знань із кулінарії».

У своїх останніх публікаціях Ф.Ф. Шандор і М.П. Кляп розглядають гастрономічний туризм як різновид туризму згідно з класифікацією за метою подорожі Т.С. Кукліна вважає, що гастрономічний туризм – це подорожі в різні місця планети для ознайомлення з місцевими кулінарними традиціями й особливостями національної або регіональної кухні.

Гастрономічний туризм – вид туризму, основною метою якого є знайомство з кухнею тієї чи іншої країни. Цей вид туризму має великі перспективи, а розроблення подібних маршрутів сприятиме відродженню кулінарних традицій.

Гастрономічний туризм – це подорож по країнах і континентах для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями з метою покуштувати унікальні для приїжджого людини блюдо або продукт.

Гастротури зовсім не пов’язані з «філософією набитого черева». Це навіть не легковажна розвага, що має урізноманітнити проведення часу затятого мандрівника. Це насправді – серйозний захід, пов’язаний з вивченням світової культури і самобутності народу через національну кухню.

Першими гастрономічними туристами були вже перші мандрівники. Підкоряючись чуттю, дослідники нових земель, такі як Марко Поло чи Афанасій Нікітін, приділяли значну увагу пробам місцевих страв у диких поселеннях. Враженні від них ставали одним із методів опису народних традицій. Звичайно, в окрему науку і галузь це оформилось набагато пізніше.

Широкий розвиток кулінарного туризму привів до створення турфірм, що спеціалізуються на міжнародному кулінарному туризмі, наприклад «Gourmet on Tour» (США), «The International kitchen» (Великобританія), «Gourmet Getaways»

(Італія), незважаючи на те, що Міжнародна асоціація кулінарного туризму з'явилася в США, законодавцями в генеруванні ідеї гастрономічних турів все-таки вважаються італійці, які вдало поєднали торговельні і технологічні виробництва із залученням туристів під знаком смачної і здорової їжі.

Наприклад липнева програма кулінарних заходів у найменшому регіоні країни – мальовничій області Валле Д'Аоста виглядає так свято підсмаженого на вертелі молочного поросяти в Іссонь (11-12 липня), свято дичини у Сен-Нікола (18-20 липня), ярмарок Exposition du Jambon de Bosses (11-13 липня в Бос), присвячений сиров'яленій шинці; свято чорного хліба в Перлоце (20 липня).

Випечений у дров'яній печі хліб подають з підсмаженим на решітці м'ясом, асорті з ковбас і м'ясних виробів, полентою з козлятиною і сирами. З 18 по 20 липня в Олломоні проходить свято Feta a l'Ano, на якому готують різноманітні страви з м'яса осла. З 25 по 27 липня в Вальпелліне проводиться свято традиційної страви «Сеппа а ла Вапелененце» – селянського супу з хліба і сиру фонтіна (нарізані скибочками хліб і сир шарами викладають на деко, пропитують бульйоном і готують у печі).

Гастрономічний туризм – подорожі в різні місця планети для ознайомлення з місцевими кулінарними традиціями й особливостями національної або регіональної кухні; головною метою туристів, які обирають гастрономічний туризм, як зазначається, є дегустації унікальних продуктів і страв, властивих винятково для цієї місцевості.

Гастрономічний туризм – туризм, коли туристи та відвідувачі, які планують частково або повністю спробувати кухню певної місцевості або здійснити заходи, пов'язані з гастрономією, відвідують певні дестинації».

Гастрономічний туризм об'єднує спеціальні винні і гастрономічні тури; відвідування об'єктів гастрономічного туризму (спеціалізовані музеї, сироварні, винокурні, броварні тощо); відвідування ресторанів з регіональною кухнею;

відвідування кулінарних курсів при готелях, а також спеціалізованих кулінарних центрах і школах; відвідування фермерських господарств; відвідування сільськогосподарських (фермерських) ринків; продовольчі виставки та ярмарки; гастрономічні та винні (пивні тощо) фестивалі.

Основними формами організації гастрономічного туризму є гастротури, екскурсії, гастрономічні фестивалі, гастрономічні заходи та інші форми туризму, в яких гастрономічний туризм є супутнім (або складовою частиною) (табл. 1.1.2). Мета гастрономічних турів – насолодитися місцевою рецептурою, що увібрала в себе вікові традиції і звичаї місцевих жителів, культуру приготування їжі.

Таблиця 1.1.2

Організаційні форми гастрономічного туризму та їх соціально-економічне значення, складено за [1.a.i.29]

Форми	Приклади організації	Напрями впливу на територіальні громади
Гастротури, екскурсії	«Сировинні» тури, екскурсії на екоферми	Розвиток транспортної інфраструктури, розширення мережі закладів готельно-ресторанного господарства
Гастрономічні фестивалі	«Свято пампуха» (Львів), «Свято сиру і вина» (Львів), «День кавуна» (Херсон)	Стимулювання підприємницької активності, туристичний брендинг
Гастрономічні заходи	Майстер-класи, ярмарки, кулінарні конкурси	Соціально-культурний та освітній розвиток місцевих спільнот
Інші форми туризму в яких гастрономічний туризм є супутнім (або складовою частиною)	Культурні (пізнавальні) тури, екскурсії	Підвищення рівня зайнятості населення, посилення туристичної конкурентоздатності територій

Під час гастрономічних турів турист має нагоду [1.a.i.44, 1.a.i.52]:

- відвідати заклади ресторанного господарства та інші локації національної кухні;
- взяти участь у гастрономічних фестивалях;
- побувати на виробництві продуктів харчування і напоїв;
- ознайомитися з історією та рецептурою страв національних кухонь,

традицій їх споживання;

- взяти участь у процесі приготування національних страв і напоїв.

Туристи, що вирушають у гастрономічні тури, представлені такими категоріями населення [1.a.i.44, 1.a.i.52]:

- туристи, яким набрид звичайний туризм;
- туристи, які хочуть внести різноманітність у свій раціон через цікаві кулінарні пропозиції;
- гурмани (кулінарні туристи);
- туристи, чия робота пов'язана з приготуванням та вживанням їжі, які використовують кулінарний туризм з метою навчання та отримання професійних навичок (кухарі, сомельє, ресторатори, дегустатори, блогери);
- представники туристичних компаній, зацікавлені в організації власних гастротурів.

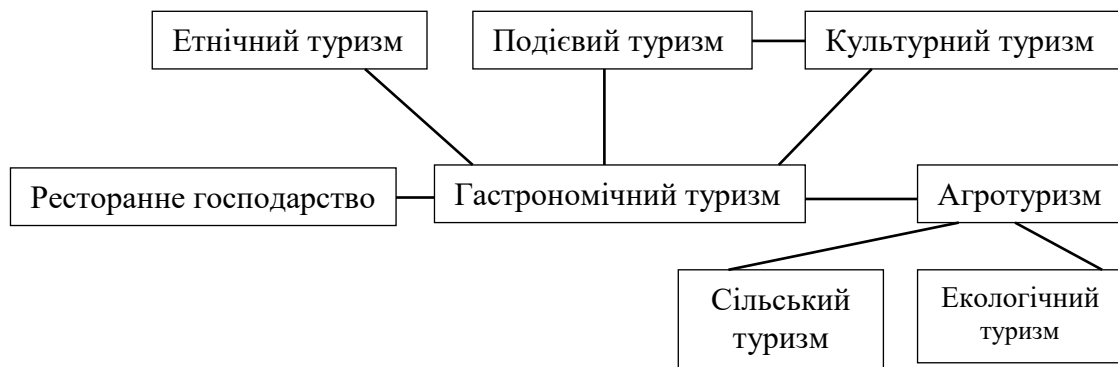


Рис. 1.1.1 Структура та зв'язки гастрономічного туризму, за [1.a.i.6]

Гастрономічний туризм можна трактувати також як один з різновидів культурного туризму, адже гастрономія є визнаним елементом культури. Окрім того, гастрономічний туризм має тісні зв'язки з такими видами туризму, як подієвий, етнічний, агротуризм. Важливим аспектом розвитку гастрономічного туризму є здатність його поєднання з ресторанним господарством (рис. 1.1.1).

Головна мета відпочивальників, які обирають гастрономічний туризм, полягає в дегустації унікальних продуктів і страв, властивих винятково цій місцевості, а гастрономічні тури – спеціально розроблені тематичні програми, що можуть включати як дегустації вишуканої їжі, так і навчання в гастрономічних школах будь-якої спрямованості.

Цільовою аудиторією гастрономічних турів виступають:

1) туристи, які прагнуть одержати якнайбільше вражень, вибираючи при цьому економічний відпочинок (екскурсійні тури, програма яких включає дегустацію регіональних блюд і напоїв, традиційні фольклорні вечори, дегустацію вин у невеликих виноробствах);

2) туристи, які бажають відкрити вже відвідувану ними раніше країну з “гастрономічної” точки зору (тематичні групові тури підвищеної комфортності й розширеної програми поїздки);

3) вибагливі туристи-гурмани (індивідуальні винні й гастрономічні тури для професіоналів VIP-класу).

Водночас якщо середній чек звичайного туриста дорівнює €50, то середній чек туриста гастрономічного маршруту – €200 (Горова, 2020), а обсяг світового ринку гастрономічного туризму оцінюється в 42 млрд доларів США (Ковешніков & Гармаш, 2017).

Як окремий вид туризму, гастрономічний туризм має і свої особливі риси:

– умови для розвитку кулінарного туризму мають абсолютно всі країни і це унікальна відмінна риса даного виду туризму;

– гастрономічний туризм не носить характер сезонного відпочинку, для будь-якого часу року можна підібрати відповідний тур;

– гастрономічний туризм в тій чи іншій мірі є складовим елементом всіх турів. Але на відміну від інших видів туризму знайомство з національною кухнею стає головним мотивом, метою та елементом гастрономічної подорожі.

– просування місцевих господарств і виробників продовольчих товарів – є

невід'ємною частиною будь-якого гастрономічного туру.

Гастрономічний туризм має ряд переваг, які суттєво вирізняють його серед інших видів (рис. 1.1.2).

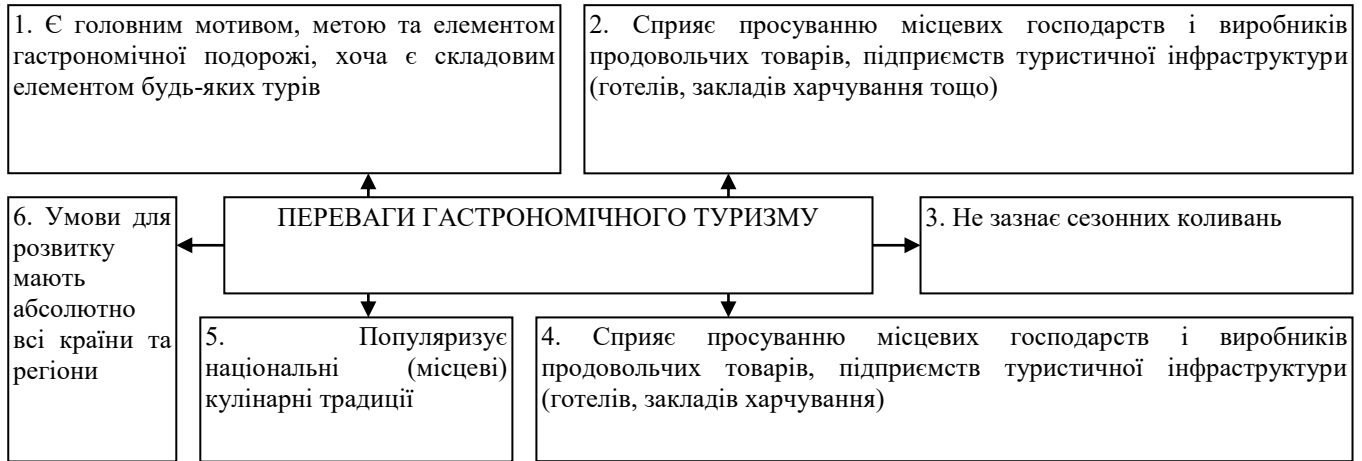


Рис. 1.1.2 Переваги гастрономічного туризму, за [1.а.і.17]

Аналізуючи гастрономічний туризм, важливо визначити фактори, які впливають на його розвиток.

До факторів, що сприяють розвитку гастрономічного туризму в регіонах, слід віднести:

- розвинене сільське господарство і можливість перебування туристів у сільській місцевості з метою дегустації місцевої кухні і продуктів, вироблених в фермерських господарствах;
- можливість відвідування екологічно чистих господарств і виробництв, знайомство з екологічно чистими, органічними продуктами і їх виробництвом;
- наявність на території регіону корінних народів, або нащадків, які підтримують традиції (євреї, татари, поляки, чехи, німці), кухня яких може стати основою для розробки унікальних гастрономічних турів;
- можливість збору дикоросів (гриби, ягоди); можливість створення нових робочих місць і залучення місцевих жителів в робочий процес;
- наявність різноманітного природно-рекреаційного потенціалу;

- багатой культурно-історичної спадщини;
- близькість цільових споживачів туристських ресурсів (в межах 2-3-х годинний доступності) до об'єкту мандрівки; зростання популярності телевізійних кулінарних програм і шоу;
- пропагування здорового способу життя.

Є декілька факторів, що визначають можливості розробки гастрономічних маршрутів в країні.

1. Висока різноманітність, можливості поєднання декількох кухонь в одному маршруті, створюють благодатний ґрунт для створення незвичайних гастрономічних турпродуктів.

2. Високопродуктивне і багатогалузеве сільське господарство. Розвинений АПК дозволяє проводити не тільки різноманітну, а й екологічної чистої сільгосппродукцію. У краї є потенціал стати лідером з виробництва біопродуктів. Одночасно давні традиції заняттям сільським господарством служать основою для розвитку подієвого туризму гастронома.

3. Сприятливі природні умови, в першу чергу, ґрунтово-кліматичні, визначили можливості вирощування винограду. Енотурізм може зайняти чільне місце в туристично-рекреаційній сфері краю.

Отже, гастрономічний туризм – це подорожі в країни або особливі місця для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями з метою дегустації унікальних страв та продуктів, властивих тільки для цієї країни або місцевості.

Власне, універсальність та соціальне значення гастрономічного туризму зумовлюють його основні переваги на місцевому рівні.

Гастрономічний туризм з огляду на свою специфіку має особливе значення для розвитку локальних дестинацій, що в умовах децентралізації стають чинниками конкурентоспроможності територіальних громад.

В сучасних умовах окремі територіальні громади, що володіють значними

туристичними ресурсами, завдяки останнім законодавчим змінам отримали можливість більш ефективно управляти їх використанням, зокрема, через організацію сільського, екологічного та гастрономічного туризму, а також через підтримку створення спеціалізованих закладів розміщення, а саме агроосель.

Однак у вітчизняних умовах важливим є питання не стільки обґрунтування адміністративних механізмів, скільки фінансового забезпечення заходів щодо модернізації сфери туризму та гостинності регіону.

У цьому контексті Європейська хартія місцевого самоврядування передбачає реалізацію таких положень.

1) органи місцевого самоврядування мають право в рамках національної економічної політики на власні адекватні фінансові ресурси, якими вони можуть розпоряджатися в межах своїх повноважень;

2) обсяг фінансових ресурсів органів місцевого самоврядування відповідає їх повноваженням;

3) частина фінансових ресурсів органів місцевого самоврядування обов'язково формується за рахунок місцевих податків та зборів;

4) фінансові системи, які складають підґрунтя ресурсів органів місцевого самоврядування, мають досить диверсифікований і гнучкий характер, а також повинні забезпечувати можливість приводити наявні ресурси;

5) захист більш слабких у фінансовому відношенні органів місцевого самоврядування передбачає запровадження процедур бюджетного вирівнювання або вжиття аналогічних заходів;

6) з органами місцевого самоврядування повинні належним чином проводитись консультації про порядок передачі їм перерозподілених ресурсів;

7) дотації органам місцевого самоврядування призначаються не для фінансування конкретних проєктів;

8) задля здійснення позик інвестиційного капіталу органи місцевого самоврядування мають доступ до національного ринку капіталу [1.a.i.47].

Започатковані процеси децентралізації створюють нові можливості для розвитку гастрономічного туризму на рівні місцевих громад. Особливо перспективним є його розвиток на базі садиб сільського туризму, які можуть забезпечити суттєві додаткові доходи до місцевих бюджетів промислові підприємства.

Для активізації розвитку гастрономічного туризму доречним є розроблення відповідного маркетингового забезпечення, яке би включало:

- брендинг регіонів і дестинацій з урахуванням перспектив організації гастрономічних турів;
- створення інформаційних веб-ресурсів, присвячених гастро-туристичним ресурсам регіону;
- включення гастрономічного туризму як пріоритетної складової частини туристичної сфери у структуру стратегій та програм регіонального розвитку туризму;
- активізація міжнародного співробітництва у сфері розвитку гастрономічного туризму [1.a.i.2].

Застосування таких підходів і впровадження їх у вигляді рекомендації для органів влади та місцевого самоврядування, а також туристичних підприємств дасть змогу суттєво активізувати розвиток гастрономічного туризму. Водночас варто зауважити, що конкурентоспроможність дестинацій вимагає їх диверсифікації, тому лише гастрономічний туризм не вирішить усіх соціально-економічних проблем місцевих громад і не спрямує до них інтенсивні туристичні потоки. Необхідною є комплексна програма соціально-економічного розвитку територіальних громад з урахуванням їх потенціалу та регіональної кон'юнктури.

У наступному підрозділі буде розглянуто історію розвитку та класифікації гастрономічного туризму.

1.2. Історія розвитку та класифікація гастрономічного туризму

Створення гастрономічних вражень стає частиною розвитку туристичних напрямків, оскільки гастрономія відіграє важливу роль у визначенні місця прибуття туристів. Гастрономія, характерна для місця призначення, впливає на вибір місця призначення й навіть мотивує сам візит, адже гастрономічний туризм все більше визнається способом продемонструвати місцеві продукти та стимулювати попит на туризм [30; 31; 32; 34].

Гастрономічний туризм – це нове явище, котре розвивається як новий туристичний продукт, обумовлений, зокрема, тим фактом, що, за даними спеціалізованої літератури, більше третини туристичних витрат припадає на їжу. Тому кухня туристичної дестинації є одним із надзвичайно важливих аспектів, що визначає якість відпочинку [25].

Гастрономічному туризму близько 20 років, і він є практично наймолодшим видом туризму. Етапи розвитку гастрономічного туризму представлені в таблиці 1.2.1.

I етап – зародження гастрономічного туризму. Уперше термін «кулінарний туризм» був запропонований у 1998 р. Л. Лонгом – доцентом кафедри народної культури в державному університеті Bowling Green, штат Огайо (США) для вираження ідеї того, що люди пізнають інші культури через місцеву їжу.

II етап – гастрономічний туризм виходить на світову арену. Видаються перша стаття про кулінарний туризм і перша книга американського діяча Е.Вульфа (Erik Wolf) «Міжнародна організація кулінарного туризму».

III етап – впровадження структури управління гастрономічним туризмом. Заснування в 2003 р. Міжнародної асоціації кулінарного туризму (The International Culinary Tourism Association) Е. Вульфом. Маніфест The

International Culinary Tourism Association показує роль національної кухні як частини культури: «Їжа – це квінтесенція нації, її характеру та історії» [39]. У 2012 р. Асоціація була перейменована й одержала назву Всесвітня асоціація гастрономічного туризму (World Food Travel Association) після того, як дослідження показали, що англомовні споживачі неправильно трактують поняття «кулінарний туризм».

IV етап – вдосконалення основних дефініцій. Міжнародна асоціація гастрономічного туризму в 2012 р. замінила термін «кулінарний туризм» на «гастрономічний туризм», позаяк більшість потенційних туристів вважала, що кулінарний туризм – для еліти.

V етап – впровадження гастрономічного туризму у світові регіони туризму. Утворилися туристичні компанії зі спеціалізацією на міжнародному гастрономічному туризмі, наприклад «Gourmeton Tour» (США), «The International Kitchen» (Великобританія), «Gourmet Getaways» (Італія). Вони пропонують бажаючим побачити на власні очі процес створення делікатесів, ознайомитися із секретами майстрів кухарської справи, перейняти майстерність і навіть під керівництвом кухаря створити шедевр своїми руками [29].

Таблиця 1.2.1

Етапи розвитку гастрономічного туризму, за [52], [1.a.i.22]

Етап	Зміст
I (1998–2000 рр.)	Зародження гастрономічного туризму (введення терміну «кулінарний туризм»)
II (2001–2002 рр.)	Перша стаття та перша книга про кулінарний туризм
III (2003–2011 рр.)	Заснована Міжнародна асоціація гастрономічного туризму – The International Culinary Tourism Association)
IV (2012–2015 рр.)	Вдосконалення основних дефініцій (термін «кулінарний туризм» змінений на «гастрономічний туризм»)
V (2016 р. – до теперішнього часу)	Впровадження гастрономічного туризму у світових регіонах туризму (відкриття університетів, ресторанів тощо)

У гастрономічному туризмі існують різні напрями, що сформувалися для задоволення побажань туриста. Існують класифікації гастрономічних та кулінарних турів за кількома ключовими критеріями, такими як специфіка місцевості, мета поїздки або бажання спробувати певний напій чи страви. Всі ці особливості повинні враховуватися при складанні гастрономічного туру, щоб він найкращим чином відповідав очікуванням цільової аудиторії [14].

Офіційно датою виникнення гастрономічного туризму вважається 1998 рік. Тоді в державному університеті США «Боулінг Грін» на кафедрі народної культури було зареєстровано новий термін «кулінарний туризм». Це поклало початок широким дослідженням науковців по всьому світу.

Однак для такого американського прориву в цьому питанні ґрунт підготували італійці, що просто не встигли оформити свої напрацювання в науку. Вони першими придумали залучати потоки туристів у свою країну, створюючи різноманітні співтовариства за інтересами під знаком смачної їжі.

Гастрономія як обслуговуючий напрям, що забезпечував туриста харчуванням під час основної подорожі та є необхідним елементом будь-якої тривалої рекреації, до сучасного періоду розглядалася як супутня сфера до основного завдання та змісту туристичної діяльності. Проте уже в кінці XIX ст. у Європі, окрім використання мінеральної води, як основного продукту та ресурсу оздоровчо-лікувальних турів, почав розвиватися винний туризм та подорожі до місць виробництва окремих видів продовольчої продукції, які були основним об'єктом пізнання у таких турах.

Так у цей період досить часто практикувалися подорожі до місць виробництва швейцарського сиру та італійських макаронів (пасти), швейцарського шоколаду, французьких круасанів тощо, які викликали пізнавально-гастрономічний інтерес. На початку XX ст. поширювався також гастрономічно-видовищний туризм культурно-пізнавального напрямку, який був приурочений до місцевих свят, календарно-обрядових подій та етно-релігійних

традицій (постів, дванадесятих свят тощо) та інших подій пов'язаних із традиціями приготування і споживання місцевої їжі та збором врожаю тих чи інших сільськогосподарських культур та приготування з них традиційних страв.

Наприклад, збір винограду та винних урочистостей – у Франції, Італії, Іспанії тощо; збір врожаю зернових (обжинки, дожинки) у Чехії та Польщі; збір томатів та «томатні вистави» (бої) в Іспанії та Португалії; торжества на честь відлову риби після нересту в Скандинавських країнах; масляниця в християнських країнах Східної Європи тощо, де відбувалися видовищно-масові заходи із залученням гастрономічних практик. Тобто сама традиційна кухня країни, її національні страви та технологія виробництва продуктів харчування є на сучасному етапі розвитку туризму об'єктом туристичної зацікавленості і може притягувати значні потоки іноземних відпочивальників і валюти в країну.

У 2001 р. Ерік Вольф написав першу статтю про кулінарний туризм в світі, пізніше він розвинув цю тему в першій книзі Міжнародної організації кулінарного туризму. У 2003 р. Ерік Вульф заснував Міжнародну асоціацію гастрономічного туризму (The International Culinary Tourism Association), яка надає широкий спектр переваг для своїх членів: навчання, розвиток і просування. Маніфест Міжнародної асоціації кулінарного туризму відображає здатність людини пізнавати культуру країни через її національну кухню: «Їжа – це квінтесенція нації, її характеру та історії». Асоціація пропонує наступні докази на підтримку зростання популярності кулінарного туризму:

- число споживчих запитів, отриманих через веб-сайт асоціації кулінарного туризму, продовжує зростати і фактично зрівнялося з кількістю, досягнутій у 2008 р;

- число веб-сайтів, орієнтованих на залучення туристів у ресторани, зросло від дюжини, зафіксованої в 2003 р., до 173 на сьогоднішній день;

- кількість туроператорів кулінарного туризму виросла від декількох в 2003 р. до 150 на сьогоднішній день;

– понад 16000 вишуканих екзотичних страв було зафіксовано асоціацією, починаючи з 2003 р.

У 2006 р. був створений Міжнародний інститут кулінарного туризму, який курирує освітні та навчальні компоненти програм Міжнародної асоціації гастрономічного туризму.

У 2012 році термін кулінарний туризм був замінений на термін гастрономічний туризм через те, що дослідження, яке провела Міжнародна асоціація гастрономічного туризму, показало, що більшість американців, серед яких проводилося дослідження, вважали, що кулінарний туризм для еліти. Тому вирішено було замінити його на більш доступний для більшості жителів термін, який би продовольчі магазини, вуличних торговців, паби для місцевих жителів, винні заводи, єдині в своєму роді ресторани в одне поняття.

У вересні 2013 року під егідою Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму відбувся перший World Food Travel Summit (Гетеборг, Швеція), тематикою якого була «Нова хвиля в гастрономічному туризмі». Метою саміту стало створення форуму для діалогу, обміну знаннями, знайомство з новими тенденціями гастрономічного туризму, бізнес-знайомства, а також обговорення проблеми зацікавленості споживачів якістю продуктів та впливу навколишнього середовища на її показники.

Гастрономічний туризм ділиться на два види: сільський (так звані, «зелений») і міський. Їх принципова відмінність полягає в тому, що, вирушаючи, в сільську місцевість турист прагне спробувати екологічно чистий продукт, без будь-яких домішок. Наприклад, «зелені» тури пропонують збирання дикорослих ягід в лісі, овочів і фруктів на фермах, полювання на трюфеля або прогулянку по дорогах виноробства. Міський гастротур може включати в себе відвідування кондитерської фабрики або маленького ковбасного цеху та ресторанчика при ньому, де з продукції, що випускається на фабриці або в цеху продукції готується делікатесна страва; ресторанний;

освітній; подієвий; комбінований тури [15].

Наведемо класифікацію кулінарних турів за кількома ключовими критеріями, такими як специфіка місцевості, мета поїздки або бажання спробувати певний напій або страви. Зараз існує значна кількість досліджень, які присвячено класифікації видів гастрономічного туризму. С.Ю. Гатауліна, В.В. Шикеринець та С.А.Макарчук 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.

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

Г. Г. Вишневська, 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.

Дещо іншої думки притримуються Д.О. Стешенко, А.Ю. Парфіненко та визначають сільський, ресторанний, освітній, подієвий, а саме сільський – дегустацію місцевої кухні і продуктів, вироблених у цьому регіоні; ресторанний – відвідування найбільш відомих і популярних ресторанів, що вирізняються високою якістю, ексклюзивністю кухні, а також національною спрямованістю; освітній – навчання в спеціальних освітніх установах із кулінарною спеціалізацією, а також курсів і майстер-класів; подієвий – відвідування місцевості в певний час із метою участі у громадських та культурних заходах із гастрономічною тематикою.

Таблиця 1.2.2

Класифікація кулінарних турів, за [1.а.і.53]

Ознака класифікації	Підвид	Особливості	Вид туристської діяльності, характер відвідуваних підприємств	Країна
Спрямовані на сільське або міське середовище	Сільський або «зелений»	Вирушаючи в сільську місцевість, турист прагне спробувати екологічно чисті продукти, що не мають ніяких добавок	збір лісних ягід, овочів і фруктів, полювання на трюфелів або прогулянку по дорогах виноробства	Всі країни, де є кулінарний туризм
	Міський	Відвідування ресторанів з дегустацією делікатесних і фірмових страв	Відвідування промислових або сервісних підприємств – кондитерських фабрик, маленьких ковбасних цехів та ресторанчиків при них	Всі країни, де є кулінарний туризм
За видом конкретного продукту або напою	Винні	Під час туру турист знайомиться з різними сортами одного і того самого продукту в різних регіонах місцевості	Відвідування виноградників та екскурсії на виноробні господарства з дегустацією вин	Франція, Італія, Іспанія, Кіпр, Греція, Португалія, Австрія, Україна, Грузія, Угорщина, Швейцарія
	Пивні		Відвідування пивоварень, як великих так і домашніх, дегустації	Німеччина, Австрія, Чехія, Бельгія, Україна (Чернігів, Київ, Запорі-жжя, Дніпропетровськ)
	Сирні		Відвідування заводів і сирних льохів, дегустації	Голландія, Швейцарія, Італія, Україна (Закарпаття)
	Шоколадні		Відвідування шоколадних фабрик, дегустації	Іспанія, Франція, Італія, Англія, Бельгія, Швейцарія, Україна (Львів, Київ)
	Чайні		Відвідування чайних плантацій, фабрик з розфасовування продуктів збирання	Японія, Китай, Шри Ланка, Грузія, Абхазія, Україна (Харків)
	Кавові		Відвідування кавових плантацій, фабрик з розфасовування продуктів збирання	Бразилія, Індія, Італія, В'єтнам, Колумбія, Перу, Гватемала, Ефіопія
За ціллю подорожі	Культурно-пізнавальні	Туристи їдуть з пізнавальною і розважальною метою	Відвідування різних екскурсій і дегустацій	Всі країни, де є кулінарний туризм
	Оздоровчий		Дегустація чайних зборів з цілющих трав; меду в поєднанні з апі-терапією; винотерапія	Всі країни, де є кулінарний туризм
	Фестивальний		Відвідування та участь у гастро-фестивалях	Всі країни, де є кулінарний туризм
За напрямом подорожі	Святковий	Туристи їдуть з розважальною метою	Відвідування та участь у гастросвятах	Всі країни, де є кулінарний туризм
	Фестивальний		Відвідування та участь у гастрофестивалях	Всі країни, де є кулінарний туризм
Особливі	Гастродипломатія	Туристи їдуть по робочим питанням	Організація дипломатичних прийомів на усіх рівнях з урахуванням кулінарних особливостей країн гостей та країни-організатора	Країни де розвинений діловий та кулінарний туризм

Таким чином, гастрономічний туризм має свої види. Їх можна класифікувати за декількома ознаками: за розташуванням туристичного місця; за видом конкретного продукту або напою; за метою подорожі; за напрямом подорож (табл. 1.2.2).

За кордоном користуються попитом послуги на кулінарні-тури як індивідуальні, так і групові. Залежно від виду заявки туриста і від способу організації продажу тури можуть бути індивідуальні (замовлені), пакетні і інклюзив – тури.

Отже, кулінарний туризм включає в себе наступні види:

- ресторанний тур – подорож, яка складається з відвідування найвідоміших та популярних ресторанів, які відрізняються високою якістю ексклюзивністю кухні, національним спрямуванням;

- тур сільською місцевістю – тимчасове перебування туристів у сільській місцевості з метою дегустації її кухні та продуктів, які виробляють у даному регіоні. Може також включати в себе сільськогосподарські роботи;

- гастрономічна тематика (виставки, ярмарки, шоу тощо), наприклад відвідання «Томатіни» в Іспанії – тур, який містить відвідання екологічно чистих господарств та виробництв, ознайомлення з продуктами та їх виробництвом (Франція, Німеччина, Великобританія, США, Швейцарія). В Україні – це Фестивалі «борщу», «сала» (Слобожанщина, Закарпаття);

- освітній тур, метою якого є навчання в спеціальних закладах кулінарного профілю відвідування курсів та майстер-класів;

- комбінований тур – поєднує риси попередніх кулінарних турів.

Кулінарний туризм не можна віднести до масового, оскільки цей вид туризму відносно молодий і нерозвинений, тому більша частина поїздок представлена у форматі саме індивідуальних турів, що впливає на ціноутворення.

Потрапивши в іншу країну, варто пам'ятати, що їжа з використанням

певних приправ, продуктів, які є досить безпечними для здоров'я місцевого населення, може погано вплинути на самопочуття туриста (наприклад надлишок спецій порушує роботу шлунку, велика кількість солі – підвищити артеріальний тиск тощо). Щоб уникнути неприємних ситуацій, варто замовити спеціалізований тур.

Під час кулінарних турів турист може: відвідати ресторани національної кухні; взяти участь у кулінарних фестивалях; ознайомитися з історією та рецептурою національної кухні відповідно до сезонів; взяти участь у приготуванні національних страв.

Кулінарний туризм має специфічні риси, а саме: умови для розвитку кулінарного туризму, які мають абсолютно всі країни, що є унікальною відмінною рисою даного виду туризму; не носить характер сезонного відпочинку, для будь-якого часу року можна підібрати відповідний тур; тою чи іншою мірою є складовим елементом всіх турів. Але на відміну від інших видів туризму ознайомлення з національною кухнею стає головним мотивом, метою та елементом кулінарної подорожі; просування місцевих господарств і виробників продовольчих товарів – невід'ємна складова будь-якого кулінарного туру.

Отже, кулінарний туризм надає змогу не тільки ознайомитися з кулінарними традиціями певної країни, з укладами матеріальної культури народу, елементами його фольклору і традиційними способами виробництва продуктів харчування, а й доторкнутися до її історичного минулого.

Наступним кроком передбачено дослідження сучасних тенденцій та світового досвіду розвитку гастрономічного туризму.

1.3. Сучасні тенденції та світовий досвід розвитку гастрономічного туризму

Кулінарні традиції народів формувалися століттями, відчуючи на собі дію таких чинників, як вплив клімату і географічного положення, економічного добробуту країни і силу впливу інших культур. З плином часу складався етнос країн, який і став основою у формуванні гастрономічних відмінностей. Відвідуючи будь-яку країну світу, туристи насамперед ознайомлюються з її культурою і традиціями. Їжа та ритуали її прийняття завжди були найбільш важливими і значущими елементами культури для всіх націй. Люди, будучи всеїдними представниками своєї культури, харчуються по-різному, віддаючи переваги різному набору продуктів, який вони вживають, а також самому процесу прийняття їжі. Не випадково побутує вислів: «Хочеш пізнати культуру будь-якої країни – спробуй її на смак», – саме це і є основою формування гастрономічного напрямку в туризмі.

Основна мета гастрономічних турів, безперечно, полягає в тому, щоб отримати задоволення від споживання страв кухні тієї чи іншої країни. Однак ця мета не зводиться до того, щоб спробувати якусь рідкісну, екзотичну страву або скуштувати незліченну кількість страв. Насправді основне завдання полягає в тому, щоб спробувати страви, які поєднують у собі рецепти, відповідні традиціям, звичаям місцевих жителів, їх культурі приготування їжі, а також технологіям її приготування. Під час подорожі турист куштує різні кулінарні шедеври, напої країни тимчасового перебування, відвідує місця вирощування і виробництва окремих продуктів. Ця особливість гастрономічного туризму підтверджується світовим трендом на важливість досвіду і вражень, а не матеріальних благ у туризмі: 67 % забезпечених туристів воліють витратити кошти на враження, а не на дорогий готель (Skift Megatrends, n.d.). Крім того, часто туристи обирають тур тільки тому, що в іншому місці подібний досвід

буде недоступний (Chan et al., 2016, p. 27). Паралельно із зростанням цього тренду збільшується кількість туристів, які хочуть побачити життя місцевої громади та подорожувати «Like a local». Вони заперечують негативний образ типового туриста, прагнуть пізнати культуру та історію країни. Так, 57% туристів хочуть під час своєї поїздки спілкуватися з місцевими жителями, а 43% вважають похід на вечерю в заклад «для місцевих» досвідом, що запам'ятовується (American Express, 2018). Симбіоз цих трендів призводить до все більшої популярності гастрономічного туризму як способу ближче ознайомитися з культурою дестинації, зокрема завдяки збільшенню впливу соціальних мереж на користувачів (Travel and Tourism Research Association, 2019). Особливу значущість у зв'язку із цим має соціальна мережа Instagram, яка дає можливість туристам ділитися своїм гастрономічним досвідом у вигляді фотографій і відео з друзями та підписниками. У соціальних мережах з'являються спеціальні хештеги, які транслюють отримання задоволення від їжі (Ranteallo & Andilolo, 2017, p. 120). Більш ніж половина експертів впевнені, що на розвиток гастрономічного туризму найперше впливають саме соціальні медіа (World Food Travel Association, n.d.), що вимагає від турфірм ефективно використовувати цей канал для просування своїх послуг.

Гастрономічний туризм являє собою універсальне явище, який активно розвивається та позитивно впливає на економіку, зайнятість населення та національну автентичну спадщину, оскільки туристи прагнуть не тільки продегустувати місцеву їжу, але й дізнатися історичне походження та технологічні особливості приготування [16]:

Сучасні глобальні тенденції розвитку гастрономічного туризму [13; 17]:

1. Ринок гастрономічного туризму є зростаючим. Це один із найбільш динамічних сегментів туристичного ринку.
2. «Гастрономічні» туристи – це туристи, які беруть участь у нових напрямках культурного споживання. Вони – мандрівники, які пізнають

автентичність відвідуваних місць через їжу. Вони стурбовані походженням продуктів. Вони визнають цінність гастрономії як засобу спілкування, як простору для обміну досвідом з іншими людьми. Такі туристи мають вищі витрати, ніж середні, вони вимогливі, вдячні та уникають одноманітності.

3. Основою гастрономічних пропозицій є територія. Терруар – це елемент, який її відрізняє і є джерелом локальної ідентичності. Він охоплює екологічні та ландшафтні цінності, історію, культуру, традиції, сільську природу, море, власну кухню цього місця. У зв'язку з цим перетворення території на кулінарний ландшафт є однією із проблем туристичних дестинацій.

4. Основою гастрономічного туризму є продукт. Тому важливо визначити, які ресурси ми будемо перетворювати на туристичний продукт, що дасть змогу ідентифікувати цю територію.

5. Стійкість. Гастрономічний туризм здатний вирішувати проблеми культури та навколишнього середовища шляхом, що є сумісним з суто економічними аргументами. Ідея полягає не в тому, щоб створити новий недискримінаційний тиск на кулінарну спадщину, але використовувати її раціонально з огляду на стійкість. Мова йде не про «туристифікацію» гастрономії, а про створення нових пропозицій або збільшення існуючих. Тут йдеться не стільки про створення туристичного продукту для того, щоб залучити відвідувачів, а, скоріше, залучення відвідувачів до участі у власній культурній реальності певної дестинації, добре поясненій та інтерпретованій через кухню, місцеву продукцію та всі послуги й заходи, які їх оточують.

6. Якість. Туристичні дестинації, які хочуть пропагувати гастрономічний туризм, мають працювати на різних рівнях у сфері якості: захист і визнання місцевої продукції, розвиток конкурентної пропозиції, професіоналізм людських ресурсів, захист споживачів та належний їх прийом задля підвищення рівня задоволеності відвідувачів.

7. Зв'язок. Туристичні дестинації повинні сформулювати достовірний та

автентичний опис своїх пропозицій на ринку гастрономічного туризму.

Нині досвід туристичної подорожі не обмежується лише фактичними днями її здійснення, а починається значно раніше, з її підготовки (турист збирає інформацію, порівнює, купує). Цей досвід закінчується, коли мандрівник оцінює й ділиться своїми враженнями через соціальні мережі. Ключову роль у процесі створення гастрономічного іміджу туристичної дестинації відіграють відомі шеф-кухарі, засоби масової інформації, туристичні путівники, гастрономічні блоги та соціальні мережі.

8. Співпраця. Необхідно, щоб всі особи, які працюють у туристичній дестинації (виробники продуктів харчування, фермери, рибалки, шеф-кухарі, ресторатори, готельєри, представники державної адміністрації тощо), брали участь у створення туристичного продукту гастрономічного туризму.

Серед тенденцій, які сприяють розвитку гастрономічного туризму, можна виокремити такі:

- зростання добробуту населення істотно впливає на споживчі витрати. Споживачі витрачають більшу частину свого доходу на готову їжу, продукти для гурманів, їжу поза домом і харчування з тією або іншою формою користі для здоров'я;

- демографія і домашні зміни. Старіння населення і зміна способу життя призвели до збільшення попиту на їжу поза домом і можливості для гастрономічного туризму;

- відмова від «макдональдизації». Туристи все частіше відкидають промислову «фордистську» модель масового виробництва недорогих продуктів, шукаючи місцеву, свіжу і якісну кухню, яка відображає дійсність місця призначення. Згорання культури харчування на зразок «макдональдизації» призвело, наприклад, до того, що Starbucks зазнав невдачі в Австралії, оскільки бренд сприймається як позбавлений індивідуальності;

- зростання мультикультурного споживача. Мультикультуралізм став по-

всюденною концепцією в житті споживача, зумовленою імміграцією, глобалізацією, інтернетом, розширенням спеціалізованих телевізійних каналів і неухильним зростанням міжнародного туризму. Те, що колись було екзотичною їжею, стало бажаною їжею (наприклад, сьогодні каррі – улюблена страва Великобританії).

До факторів, що сприяють розвитку гастрономічного туризму, слід віднести [16]:

- розвинене сільське господарство і можливість перебування туристів у сільській місцевості з метою дегустації місцевої кухні і продуктів, вироблених в фермерських господарствах;
- можливість відвідування екологічно чистих господарств і виробництв, знайомство з екологічно чистими, органічними продуктами і їх виробництвом;
- наявність на території регіону корінних народів, або нащадків, які підтримують традиції (євреї, татари, поляки, чехи, німці), кухня яких може стати основою для розробки унікальних гастрономічних турів;
- можливість збору дикоросів (гриби, ягоди);
- можливість створення нових робочих місць і залучення місцевих жителів в робочий процес;
- наявність різноманітного природно-рекреаційного потенціалу;
- багатой культурно-історичної спадщини;
- близькість цільових споживачів туристських ресурсів (в межах 2-3-х годинний доступності) до об'єкту мандрівки;
- зростання популярності телевізійних кулінарних програм і шоу;
- пропагування здорового способу життя.

Загалом, обсяг світового ринку гастрономічного туризму оцінюється в 42 мільярди доларів США. В свою чергу, серед країн Європи можна виділити:

Італія. Дана країна давно славиться своїми стравами на увесь світ. Кожен

турист прагне спробувати чим харчуються корінні італійці. Найбільш розвинутими в плані гастротуризму є регіони Ломбардія, Тоскана, Лація і Венетто. Тут знаходиться велика кількість ресторанів із зірками Мішлен, що так манять туристів, архітектурні пам'ятки давнього Риму і стародавні провулки Венеції. Щоб привабити велику кількість людей влада країни обрала два основних напрями розвитку гастрономічного туризму: перший, це відкриття кулінарних шкіл, де можна отримати високоякісні навички з приготування італійських страв, а другий, направлений на організацію та проведення різноманітних фестивалів.

Франція. Саме ця країна вважається гастрономічною столицею Європи. Оскільки французька кухня вже давно стала зразком світової кулінарії. Тут гастрономічний туризм отримав два напрями. Перший традиційний, або так звана загальнопоширена кухня – це страви, що вживаються у всіх регіонах, і є відомими далеко за межами країни. Другий, вишукана або висока французька кухня – спадщина французький королів, які любили смачно поїсти і розуміли толк в справжніх делікатесах [18]. В даній країні гастрономічний туризм вже давно став самостійним напрямком, що направлений познайомити туристів з їхніми кулінарними традиціями. Також, Франція багата на велику кількість світових кулінарних шкіл, курсів сомельє та гастрономічних.

Іспанія. Якщо дві попередні країни вже давно вивели гастротуризм на високий рівень, то дана країна тільки набирає обертів і з кожним роком приваблює все більшу кількість туристів. Даний вид туризму активно підтримують жителі Іспанії. Адже одні і ті самі страви можуть відрізнятися в залежності від регіону країни. В іспанців також існує традиція - «ir de tapas». Сенс її полягає в тому, щоб за одну ніч відвідати якомога більше ресторанів і барів, покуштувавши різноманітність напоїв і закусок до них [29, 30]. Особливість в тому, що знайомство з іспанською кухнею входить майже в будь-яку туристичну путівку. Саме таким способом країна вирішила привабити

туристів та відкрити гастрономічний туризм своєї країни.

В цей же час, досить популярними стали й знамениті болгарські винні тури, що за змістом своїм пропонують прогулянки виноградниками та рощами, збір вже стиглого винограду з наступною дегустацією винних продуктів; сирні Швейцарські та Голландські тури; пивні тури Австрією, Чехією, Німеччиною та Бельгією з обов'язковим відвідуванням пивоварень, знаменитих пивних та фестивалів, пабів та барів [1.а.і.32].

В свою ж чергу, в Азіатській частині світу гастрономічною столицею вважається Гонконг. Дана країна вже давно є гастрономічним осередком у світі. Адже країна має статус фінансового, міжнародного, транспортного а також туристичного центру. Гонконг давно зрозумів, що гастрономічний туризм – це вигідна економічна ніша країни. Адже багато шеф-кухарів прибувають сюди щоб удосконалити свої знання та навички. Він вже давно отримав статус «країна для гурманів» та «всесвітнім ярмарком їжі». Тут зосереджено понад 14,000 кафе і ресторанів – снідати, обідати і вечеряти в Гонконзі прийнято в закладах громадського харчування [1.а.і.35].

Великою популярністю серед гастрономічних туристів користуються також Японія, Індія, Тайланд і Південна Корея. Все більше відкриваються в плані гастрономічного туризму Латинська і Південна Америка, насамперед це Перу та Мексику.

Можна зробити висновок, що гастрономічний туризм з кожним роком стає популярнішим серед туристів. Відіграє важливу роль серед загального туризму, призводить до його розвитку та різноманітності. Гастротуризм має велике значення для економіки країни, адже потенційно може приносити високі надходження до бюджету країни.

У наступному розділі буде проаналізовано розвиток гастрономічного туризму у Закарпатській області.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ У ЗАКАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ

2.1. Розвиток гастрономічного туризму в структурі регіональних туристичних ринків України

Гастрономічний туризм набирає швидких обертів в Україні у XXI столітті після відкриття кордонів, вибору євроінтеграції, приділення уваги туризму як джерелу надходження додаткових коштів. У 2006 році в Україні створена профільна Асоціація сприяння гастрономічного та винного туризму.

У 2011 р. Інститут світової політики провів дослідження щодо вияву асоціацій з Україною в найближчих країнах, як найбільш ймовірних постачальників іноземних туристів. Отримані результати з опитування респондентів показали, що Україна асоціюється з гостинним народом, а отже і з українською кухнею, самобутністю народу, шануванням гостей. У 2012 р. було оголошено улюблені страви українців з їх національної кухні: український борщ, запорізький капустак, сало з часником, холодець, деруни традиційні, домашня ковбаса, налисники з сиром, запечене порося з гречаною кашею, вареники з капустою і грибами, пиріг з яблуками.

Таке різноманіття на столі українців склалося порівняно нещодавно протягом якихось 100 років XVIII-першої пол. XIX ст. До цього часу українська кухня була схожа зі спорідненими їй польською і білоруською кухнями, що пояснюється особливостями історичного розвитку української нації.

Розглянемо цей процес в аспекті формування гастрономічних пристрастей українців. Так, монголо-татарські набіги спричиняють втрату зв'язку з давньоруською кухнею. Внаслідок феодальних агресій різні частини сучасної України входять до складу різних держав (Литви, Польщі, Угорщини, Румунії), відбувається тривале роз'єднання українських територій, що

спричинює повільне формування національної кухні. Значно пізніше освоюються південні та східні території, в основному переселенцями, що вносить асиміляцію в національну кухню.

Об'єднання українських територій значно сприяло формуванню характерних особливостей національних страв, хоча відмінності між ними в різних регіонах збереглися. Таким чином, можна казати про автентичність регіональної кухні в Україні, а відтак, і про значний потенціал для розвитку гастрономічного туризму. Етнографічні дослідження показали, що постійно присутні в українському меню різноманітні страви з м'яса, особливо свинини, з риби, овочів, яєць, молочних продуктів. Для більшості блюд характерний складний набір компонентів, комбінування декількох способів приготування.

Як для кожної країни зі складним історичним минулим, для України характерні регіональні особливості кухні, основані на інтегруючих кулінарних традиціях населення, природних умовах, соціокультурних утвореннях.

Особливу роль у харчовому раціоні відіграє хліб, який відрізняється за видами борошна, умовами приготування, рецептурою тіста, формою. Крім хліба, з муки виготовляли перепічки, пампушки, пироги, млинці, оладки та ін. Улюбленою стравою українців були і залишаються пироги – з картоплею, капустою, горохом, квасолею, свіжими фруктами, сиром в залежності від природних особливостей території.

До складу меню української кухні входило чимало страв із прісного тіста, звареного в окропі. Однією з них є національна страва українців – вареники з сиром, картоплею, капустою, квасолею, вишнями та іншими фруктами. Вареники вважаються однією з найхарактерніших для української кухні страв.

У традиційному харчуванні українців значне місце відводилося овочевим стравам (з картоплі, капусти, буряка, цибулі, часнику, огірків, моркви, гарбуза, томатів) і бобовим (квасоля, горох, а в карпатських селах – ще й біб), які готуються як гарнір або у вигляді самостійного блюда з салом.

Найпопулярнішими овочевими першими стравами є борщ (буряковий, зелений, холодний) і капуста. Різноманітними були страви з картоплі, до якої додавали молоко, масло, сало, м'ясо, зелень, інші овочі. Також традиційними вважаються – тушкована капуста, сиченики, салати з буряка, капусти, моркви, зрази, деруни.

Серед прянощів і приправ, що використовуються в національній українській кухні: цибуля, червоний перець, кріп, аніс, м'ята, часник, кмин, любисток, дудник, чабрець, лавровий лист і кориця (для десертів). Нерідко український народ надмірно використовує у вигляді приправи до різних блюд оцет. Головна особливість, яку має національна кухня України, – приготування блюд лише зі свіжих продуктів.

Важливість гастрономічного туризму полягає у здатності розмежувати ціннісно-смисловий універсум культури окремих народів, і в такому ракурсі він постає як один із засобів активізації крос-культурної комунікації, є проявом міжкультурних контактів і як такий сприяє встановленню багатовекторних комунікаційних зв'язків. Внаслідок різноманітних культурних контактів відбувається обмін ментальними, духовними і матеріальними цінностями, досвідом на міжособистісному, етнічному, державному та загально-цивілізаційному рівнях.

Кулінарне мистецтво вже давно стало частиною загальної культури суспільства, то гастротуризм – це знайомство з історією місцевої кухні, екскурсії та можливість бути учасником процесу приготування страв. Це так званий, вид туризму, особливість якого полягає в дегустаційних процесах та ознайомленні з особливостями національних кулінарних традицій різних держав [1.а.і.55]. В світовому масштабі гастрономічний туризм дедалі глибше отримує соціального та культурного визнання. Екскурсії, кулінарні дегустації, нові методики приготування їжі, відкриття нових місць вирощування, селекція, риболовля дедалі більше є стимулом для туристичних подорожей.

Його основна мета полягає у вивченні вікових традицій і національного духу народу через приготування і вживання різноманітних страв. Їжа дозволяє краще зрозуміти менталітет людей і особливість їхнього життя.

Одним із кроків розвитку гастрономічного туризму в Україні є створення у 2013 році Асоціації сприяння розвитку гастрономічного та винного туризму в Україні. Вона є добровільним об'єднанням ВНЗ, установ, організацій підприємств, що функціонують в туристичній галузі, ресторанного та готельного бізнесу, харчової і виноробної промисловостей, які утворені для сприяння у розвитку гастрономічного і винного туризму в нашій державі шляхом саме популяризації оригінальної кулінарної, гастрономічної, винної продукції, максимально можливого поширення національних автентичних традиційних особливостей у виноробстві і кулінарії, створення та подальшої промоції гастрономічних та винних маршрутів, популяризацію національного тематичного туристичного продукту Україною та за її межами.

Гастрономічний туризм також є важливий елементом економіки країни, він забезпечує інфраструктурний базис і нові робочі місця, сприяє збереженню національних культурних традицій. Не слід також забувати про те, що ЮНЕСКО визнає «гастрономію» часткою культурної та історичної спадщини усього людства [1.а.і.28].

Усі дослідження доказують той факт, що туристичні потоки збільшуються в тих регіонах, де проводяться різноманітні інтерактивні туристичні продукти: тематичні ярмарки, тури, народні свята і фестивалі. На сьогоднішній день в Україні відбувається багато різноманітних гастрономічних турів, які створюють передумови для формування на міжнародному та внутрішньому ринках спроможного конкурентного туристичного продукту гастрономічного туризму.

Україна має всі можливості для розвитку гастрономічного туризму. У 2011 р. Інститут світової політики провів маркетингове дослідження з приводу

асоціацій, які викликає Україна у жителів її країн-сусідів: Білорусії, Грузії, Молдови, Польщі, Росії та Румунії. Дослідження показало, що в поляків Україна асоціюється з «гостинним народом», у грузинів, молдован і румунів – із «національною кухнею та культурою» [2]. Зважаючи на те, що значна частина в'їзних туристичних потоків до України припадає саме на сусідні країни, такі асоціації можуть стати поштовхом для розвитку й поширення українського гастрономічного туризму.

Окрім того, в етнографічних дослідженнях зафіксовано, що українська кулінарія налічує понад 4 тисячі рецептів різноманітних страв із м'яса, особливо свинини, риби, овочів, яєць, молочних продуктів [3]. Інтенсивність руху туристичних потоків зростає у регіонах, де сформовані спеціалізовані інтерактивні туристичні продукти, що дають змогу туристам брати участь у різних заходах, отримувати новий досвід та знання. В Україні вже розроблено достатню кількість унікальних автентичних гастрономічних турів та започатковано проведення гастрономічних фестивалів, які створюють передумови для формування конкурентоспроможного туристичного продукту гастрономічного туризму на міжнародному та внутрішньому ринках. Найбільше гастрономічних туристичних ресурсів зосереджено в Закарпатській, Львівській, Полтавській областях і в містах Києві, м. Луцьку і м. Львові (рис. 2.1.1 та 2.1.2). На сьогоднішній день, найбільш популярними є такі напрямки гастрономічного туризму в Україні як: сирний, винний і медовий. Проаналізувавши наявні тури на попит на них можна виділити топ 5 найпопулярніших:

1. Сиро-винний тур Закарпаттям;
2. Полтавські галушки;
3. Хмільний Львів;
4. Прогулянки по-одеськи;
5. Фестиваль пива та м'яса у Луцьку.

Однією з найбільш популярних форм гастрономічних подій є гастрономічні фестивалі. Незважаючи на те, що в останні десятиліття поняття фестивалю було розмите, в сучасних умовах фестиваль можна визначити як святкування цінностей певного співтовариства, його ідеологій, ідентичності і безперервності. Фестивалі також часто відрізняються від інших подій активною участю глядачів, що допомагає в створенні у них унікальних вражень. Одне із фестивалів – залучити якомога більшу кількість людей до участі, що є основою для отримання вражень, відмінних від щоденних.

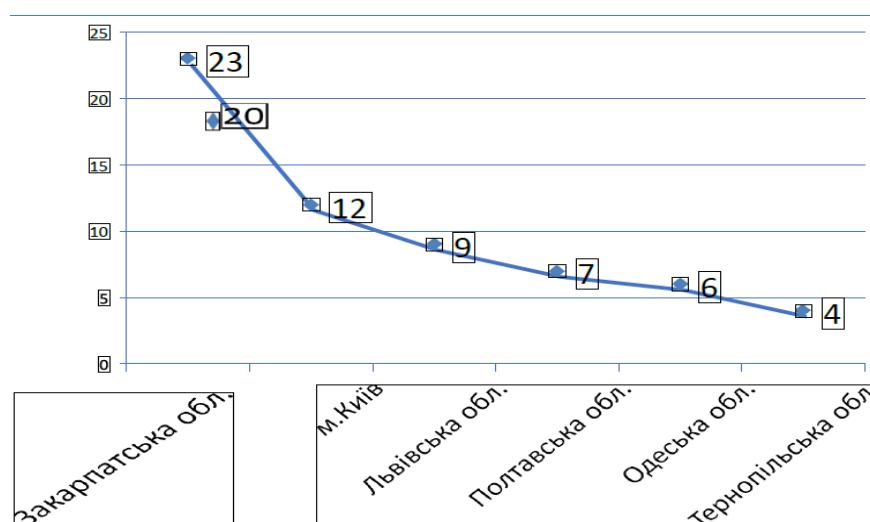


Рис. 2.1.1 Кількість гастрономічних фестивалів України 2019 р. за областями (од.), складено автором

Важливо зазначити, що до конкретних переваг проведення гастрономічних заходів, зокрема, фестивалів, можна віднести: скорочення витрат реалізації продукту; можливості внутрішнього і зовнішнього маркетингу; побудову довгострокових відносин зі споживачами, заснованих на лояльності продукту; отримання доходу від продажу допоміжної продукції та інших супутніх товарів тощо.

Проте багато інших регіонів України теж можуть похвалитися автентичними рецептами різних страв. Зокрема, на Гуцульщині роблять акцент

на унікальній гастрономічній складовій частині, адже саме там збереглися технології домашнього виробництва твердих карпатських сирів: будзу, бринзи, вурди. У Карпатах поступово розвиваються тури на контактні ферми, виноробні, сироварні, де можна не тільки брати участь у виробничому процесі, а й дегустувати продукцію.

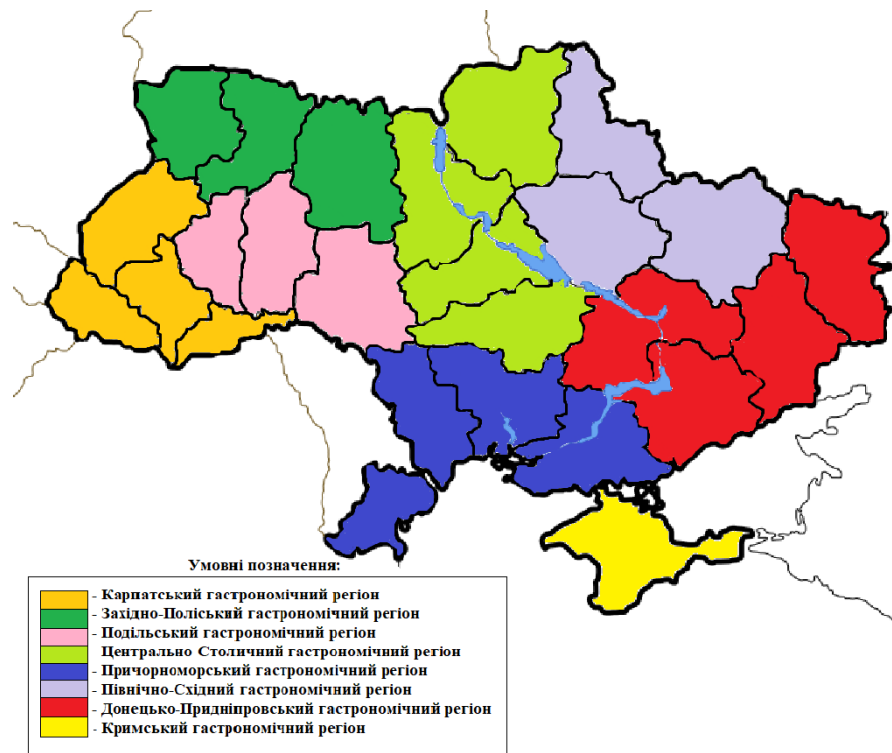


Рис. 2.1.2 Розподіл гастрономічних фестивалів за областями України, за [1.а.і.15]

До п'ятірки найпривабливіших та найпопулярніших туристичних регіонів України входить Львівська область, яка має надзвичайно високий туристичний потенціал, де ринок послуг відпочинку є одним з найперспективніших в Україні.

Туристичний характер Львівської області визначається такими особливостями:

- зручне та вигідне географічно-транспортне розташування, оскільки для

України Львівщина є воротами до країн Європи;

- національно-етнічна особливість регіону, яка відображається у своєрідній етнографічній культурі. Окрім української, тут збереглися чудові зразки польської, вірменської, австрійської культур, відбулося злиття національних культурних традицій;

- відносно сприятлива екологічна ситуація;

- відносно невисокий рівень індустріалізації території, що надає потенційні можливості для розвитку сфери туризму;

- площа території дає змогу влаштовувати туристичні поїздки в межах 1-2 діб з урахування виїзду в сусідні області [9].

Львів – це великий туристичний центр. У місті Лева та області дбайливо зберігають культурні надбання минулого та водночас намагаються відповідати вимогам сучасності. Саме на Львівщині вперше в Україні відступили від шаблонних відзначень свят та започаткували новий формат культурних заходів – різноманітних за тематикою фестивалів.

Місто Лева завжди мало славу міста кав'ярень і отримало назву кавової столиці Галичини. Кава і кав'ярні - символи, туристичний бренд Львова, де вже традиційним стало свято під назвою «На каву до Львова». Популярність напою серед широкого загалу, в тому числі і футбольних вболівальників та досвід проведення подібних свят є запорукою високопрофесійної організації і проведення кавових турів для футбольних фанатів.

У львівських кав'ярнях пропонують безліч сортів і ексклюзивних рецептів приготування кави та великий вибір неповторних кавових ласощів. У Львові склалася унікальна культура пиття кави, своєрідна «кавова філософія». Кава для львів'ян – це місце насолоди від зустрічі і спілкування з близькими людьми, це і місце роздумів «наодинці з собою» під музичний супровід. Таке незабутнє відчуття від атмосфери львівських кав'ярень мають отримати і

туристи. Відомі львівські баристи для кавових гурманів проведуть майстер-класи з приготування кави.

Кавові тури можна поєднати з презентаціями історії поширення кави у Львові, яка охоплює майже триста століть, розповідями про формування традицій «ходіння на каву» [31, с. 47].

Наявність у Львові шоколадної фабрики «Світоч» високомайстерних шоколатьє, накопичений досвід щорічних свят шоколаду є достатнім ресурсом для проведення шоколадних турів. На туристів чекає крім широкого асортименту смачного шоколаду ще й знайомство з технологією його виготовлення. Львівські кондитери-митці під час майстер-класів виявляють вищу майстерність перетворення шоколаду на казкові персонажі, мініатюрні фігури різних тварин, знамениті львівські будівлі. А в Музеї шоколаду познайомлять з історією його виникнення, давніми секретами виробництва.

Міський Фестиваль пива у Львові – це фестиваль пивної культури та пивної історії Львова, що проходить з 2008 р. На фестивалі представлені лише львівські торгові марки. Варити пиво у Львові почали ще у XV ст., а у 1533 р. польським королем було видано указ, який давав місту право займатися пивоварінням. Основним елементом фестивалю є етно-театральна культурна програма, саме вона відрізняє свято від пивних фестивалів, які проводилися раніше. Основою святкування є народна музика, танці та ігри у поєднанні з дегустацією різних сортів пива.

Самобутньою є гастрономічна культура Одеського регіону, відрізняється від загальноукраїнської і активно розвивається. За статистичними даними в Одеському регіоні налічується більше 396 закладів харчування. На території регіону проходять різноманітні тематичні події, фестивалі, виставки, ярмарки. Українські турфірми пропонують гастрономічні тури Одеською областю, яка багата на виноробні та сироварні, набули розвитку угіддя сільського туризму. Численні виноградники, виноробні заводи в поєднанні з місцевими природними

умовами унікальної краси зумовлюють історичні традиції виноробства та розвитку винного туризму.

Найбільш відомими для національного туриста є Фестиваль аматорського вина «Живе вино України», Свято бессарабського вина і Фестиваль молодого вина. Існують також фестивалі суто гастрономічного спрямування такі, як наприклад «Свято Дунайського оселедця».

Популярністю серед туристів користується «Центр культури вина Шабо» (с. Шабо, Одеська область), який є першим і єдиним освітнім комплексом в Україні, який об'єднує в собі унікальний музейний лабіринт, оригінальні культурні об'єкти, історичні винні підвали і сучасне високотехнологічне підприємство. «Центр культури вина «ШАБО» – це соціальний проект компанії «Шабо», включений до першої Європейської карти музеїв вин. Його головна мета – підвищення в Україні культури споживання вина, яке є надбанням національної культури, а також привернення уваги до якості винних продуктів.

Одеська область займає 4 місце по Україні за кількістю гастрономічних подій. Найбільшими гастрономічними подіями в Одеській області є свята й фестивалі, представлені в (табл. 2.1.1).

Таблиця 2.1.1

Гастрономічні події Одеської області.

Назва події	Дата проведення	Місце проведення
«Свято вина та етнічного мистецтва»	листопад	Місто Болград
Фестиваль молодого вина «Колоніст»	Кінець серпня-кінець вересня	Болград, виноробня «Колоніст»
«Свято полуниці»	травень	Одеська область
«Одеський чорний»	травень	Болград, виноробня «Колоніст»
«День помідора»	серпень	Одеса

У листопаді 2019 року відбувся 3-й винний фестиваль в Фрумушиці Нова, Тарутинського району Одеської області. Винний фестиваль «WINE FEST Frumushika-Nova». Організатором виступив Центр етнографічного, сільського зеленого туризму та сімейного відпочинку «Фрумушика-Нова». Метою

фестивалю є популяризація вин від місцевих виноробів, підвищення винної культури і знайомство з особливостями національної кухні Української Бессарабії.

Основний акцент фестивалю зроблений на теруарному вині. У програмі заходів є винні дегустації, дегустація місцевих закусок, також представлено великі винні компанії і авторські виноробні Одеської області, а гості фестивалю зможуть продегустувати та оцінити вина. Крім того, на відвідувачів фестивалю чекають дегустація м'ясних і традиційних закусок, продаж-виставка винограду та виноградної продукції, сувенірів, конкурс «Танець на винограді», фотозони.

Гастрономічний еко-фестиваль «Дунайські гостини». Проходить в м. Вилкове, організатором виступає Sky Group travel and incentive. Захід організовано у форматі гастрономічного фесту, який об'єднує рестораторів, місцевих виробників продуктів, експертів і food-блогерів.

Але вищеперелічені фестивалі м. Одеса та Одеській області мають скоріше локальний характер, максимум регіональний; ці заходи на даний момент не є яскравими впізнаваними подієвими брендами, які були б здатні залучати туристів з усієї країни та з країн ближнього зарубіжжя.

Усі фестивалі так чи інакше дають певний внесок у розвиток території як туристичної дестинації, сприяють залученню туристів, формуванню і просуванню бренду території. Однак для одних дестинацій ця роль фестивалю буде першочерговою, а для інших – не матиме вирішального значення.

Гастрономічні фестивалі, що організовуються в областях України, звичайно слугують одним зі значних чинників туристичної привабливості регіонів. Проте, туристичний, потенціал пов'язаний з івент-туризмом регіонів ще не використовується повною мірою. Ще одним недоліком є те, що до цих подій станом на сьогодні, нажаль, не залучаються численні місцеві виробники.

Далі будемо аналізувати організацію і розвиток гастрономічного туризму в Закарпатському регіоні.

2.2. Організація гастрономічного туризму в Закарпатській області

Закарпатська область має у своєму розпорядженні великі туристичні можливості та ресурси для організації тематичних еногастрономічних турів, пов'язаних з культурою вирощування винограду, виробництвом вина та його вживанням, а також вживанням страв національної кухні.

У Закарпатській області проживають представники понад 100 національностей. Взаємні контакти представників різних національностей сприяють поширенню особливостей кожної етнічної кухні, кожна з яких має свою специфіку. Так, улюбленими стравами закарпатських угорців є: перкельт, попрікаш, бограч, керезет, лего, рокот-крумплі, торгоня, чірке-попрікаш тощо. Зазвичай угорська кухня базується на паприці, томатах і гірському перці. Найбільшим попитом серед туристів користується бограч. Бограч – це гастрономічне диво угорського походження, страва мадярських (угорських) скотарів [1.а.і.38, с. 4].

Для приготування гуцульських страв найчастіше використовують кукурудзяне борошно, кукурудзяну крупу, картоплю, гриби. Душею гуцульської страви є банош. Банош – це страва, для приготування якої використовують кукурудзяне борошно. В давнину ця страва вважалась стравою бідняків, її готували, коли в наявності залишалася невелика кількість сметани (вівці та корови були майже у всіх) та кукурудзяної крупи. Гуцульська кухня відома своїми домашніми копченостями, грибною юшкою, голубцями, шупенею (страва з квасолі), фореллю у сметані, барабуляною кулешею з бринзою та шкварками, терчаниками в сметані з грибами, печенею по-гуцульськи, салом з часником, різними стравами з грибами (в т.ч. і маринованими), зупою з фазана по-гуцульськи, бабкою гуцульською, кулешею, книшем, гуркою, реберцями, салатами, кремзликами, борщем зі свинячим вушком, борщем гуцульським (з квашеного буряка та копченої буженини), а

також бринзою – овечим сиром, котрий готують пастухи на літніх високогірних пасовищах, вурдою (різновид овечого сиру) [1.а.і.33, с.13].

Характерною особливістю румунської кухні є використання таких інгредієнтів, як цибуля, бобові, які сповільнюють процеси старіння. Серед улюблених страв закарпатських румунів можна знайти приправлений бринзою токан, чорбу (густий суп), інгрошалу, мамалигу та гівеч, основу якого складають помідори, рис та спеції, які доповнюють кабачками, квасолею, баклажанами, морквою, поширеним є і м'ясний гівеч.

У раціоні закарпатців значаться і страви словацької кухні. У місцевих словаків можна скуштувати смачні страпачки, карбонати; поливку (суп) часниковий, палачінти. Традиційні страпачки (галушки з сирої тертої картоплі, відварені у підсоленій воді з капустою) на сьогодні мають уже численну рецептуру: з твердим сиром, з посіченою ковбаскою, з бринзою, з кропом та сметаною. Зі Словаччини прийшла традиційна закуска – смажений сир, який добре смакує під вино місцевих виноробів [1.а.і.18].

Однією з фірмових чеських страв Закарпаття є кнедлики, які подаються у вигляді гарніру до соковитого м'яса із соусом. Серед традиційних борошняних виробів найулюбленіші - гомбовці з дріжджового тіста або з сиру, які по-чеськи називають відомою вже назвою: кнедлики.

Виготовляють у Закарпатті й страви єврейської кухні – човлент та страви з гусячого м'яса. Євреї краю мають свої традиційні страви: кугл, човлент, тістечко «Гаман». До найулюбленіших страв циганської кухні відносяться кров'янка та печінкова гурка, печінка по-циганськи, вим'я тушковане, а також реберця по-циганськи зі свинини. Гурка – ковбаса, яку виготовляють із різноманітною начинкою: з легенів, печінки, шкварок, відварених кукурудзяних круп або рису, крові домашніх тварин, цибулі та приправ. Кулінарним шедевром закарпатської кухні вважається шовдарь (копчений свинячий окіст), який традиційно готують до Великодня. Це є внесок німців.

Закарпатські німці зберегли стародавні рецепти приготування телятини і баранини по-швабськи. У місцевих поляків перейнято вміння готувати фляки, лазанкі, бігос, крупник [1.а.і.25, с. 9].

Характерною рисою закарпатської кухні є простота в наборі продуктів і доступність технології приготування. У ній відсутні делікатесні продукти та пишні трапези. Приготування їжі спрямовано, насамперед, на забезпечення працездатності та здоров'я людини. Вона базується в основному на продуктах і сировині, які вирощуються або виробляються на місці й тому в окремих зонах має свої особливості. Наприклад, у гірських районах переважаючу кількість страв готують з картоплі, квасолі («пасулі»), кукурудзяного борошна, капусти, грибів, молочних продуктів, тому що саме їх тут багато. У низовині переважають страви з пшеничного борошна і різних овочів. Але, разом з тим, всі ці страви готують скрізь. Більшість страв готується з продуктів рослинного походження – картоплі, квасолі (боби і лопатки), борошна, грибів, різних овочів, в першу чергу таких, як помідори, солодкий перець, капуста, морква, кольрабі, цибуля, зелений горошок, огірки, редиска, редька, зелений салат та інші [1.а.і.38, с.5].

З м'ясних продуктів переважає свинина, птиця, яловичина і баранина. Велика увага приділяється смаковим якостям страв. Закарпатці люблять гострувати й ароматні страви, тому, готуючи їжу, використовують багато спецій – чорний і червоний перець (горошок, стручковий), кмин, часник, кріп тощо.

Незважаючи на те, що гастрономічний туризм – достатньо новий для Закарпаття вид туризму, він має великі перспективи розвитку, а організація гастрономічних турів сприятиме відродженню національних кулінарних традицій українського села. Останніми роками зусиллями науковців-туризмологів і місцевих кухарів-новаторів відкриваються нові напрями розвитку цього виду туризму.

Основні гастрономічні тури та фестивалі в Закарпатській області, дати та

місця їх проведення наведені у табл. 2.2.1.

Таблиця 2.2.1.

Основні гастрономічні тури та фестивалі в Закарпатській області,
за [1.а.і.18]

Назва заходу	Дата проведення	Місце проведення
«Червоне вино»	11-15 січня	м. Мукачеве
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 «Уточанська лоза»	Травень	м. Виноградів
Фестиваль тушкованого півня	30 червня	с. Косонь
«Червона черешня»	Червень	с. Пацканьово
Фестиваль ріп'янки	Червень	с. Колочава
Фестиваль сиру «Молочна ріка»	Липень	с. Стужича
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. Мукачеве
Фестиваль «Смажений баранчик»	Вересень	с. Лазещина
«Золотий гуляш»	Середина жовтня	с. Мужієво
Фестиваль молодого вина і меду «Закарпатське божолє	Друга неділя листопада	м. Ужгород

Гастрономічний фестиваль «Червоне вино». Найстаріший, масштабний Фестиваль вина в Мукачеві на Закарпатті, який традиційно відбувається на Свято Василя. На свято з'їжджаються винороби з усіх околиць.

Гастрономічний фестиваль «Біле вино». Щовесни, починаючи з 2000 го року, у Берегово (Закарпаття) відбувається свято молодого вина «Біле вино». Члени ордену святого Венцела, який об'єднує кращих місцевих виноробів, організовують фестиваль та всіляко популяризують винну славу Березівщини. Окрім найкращих сортів білого вина на фестивалі представлені вина інших видів, закарпатські сири, закуски до вина та найкращі закарпатські страви.

Гастрономічний фестиваль «Конкурс різників свиней-гентешів» Виключно угорська традиція у селі Геча на Закарпатті. Компактне проживання цього етносу на Берегівщині суттєво вплинуло на місцеву кухню, яка відрізняється не лише від української, водночас оригінальна на Закарпатті. Якщо закарпатська кухня це суміш словацької, угорської, російської, української, румунської кухні, то на Берегівщині чітко виражена саме угорська кухня, з гострими приправами.

Гастрономічний фестиваль вина та меду «Соняшний напій». Традиційно на початку травня Ужгород запрошує мешканців та гостей Закарпаття скуштувати натурального вина та меду на фестивалі «Сонячний напій. У фестивалі беруть участь кілька десятків виноробів краю.

Гастрономічний «Фестиваль ріплянки». Традиційна закарпатська страва ріплянка – для верховин завжди була другим хлібом. І щодня подавали до столу, брали з собою в далеку дорогу. Ріплянка в кожній закарпатській сім'ї символ єднання. До складу страви входить розварена на пюре картопля (ріпа», діалект) та кукурудзяне борошно. Варять ріплянку на повільному вогні у чавунній каструлі, часто помішуючи дерев'яною палкою (токаняником). Відтак вперше на Закарпатті, у Колочаві, в музеї просто неба започаткували проведення фестивалю ріплянки.

Гастрономічний фестиваль «Гуцульська Бринза». Фестиваль бринзи - свято закарпатського колориту та гарного гірського відпочинку. На свято у Рахів з'їжджаються гуцули, перетворюючи його на барвисту подію та зустріч цікавих людей. Вівчарський куліш, галушки, вареники, токан і вурда. Та найсмачніша страва, біле золото Карпат - гуцульська бринза. Заради цього туристи долають тисячі кілометрів з різних куточків України та зарубіжжя і прибуваючи до столиці Гуцульщини. Свято пов'язується з поверненням вівчарів з полонини додому.

Гастрономічний фестиваль «Золотий гуляш». Фестиваль спрямований на

розвиток сільського туризму. В угорській кухні гуляш традиційна страва. На фестивалі його готують на відкритому вогнищі у спеціальному казанку так, щоб він ввібрав в себе м'який присмак диму разом з пікантними відтінками малярської паприки та різних коренів і трав.

Гастрономічний фестиваль молодого вина «Закарпатське Божоле». Фестиваль «Закарпатське Божоле» – наймолодший фестиваль Закарпаття. Виникло свято у Франції у XIX ст. Вино божоле має невеликий термін приготування і не пристосоване до тривалого зберігання, вирізняється унікальною м'якістю та легкістю, яскравим кольором і насиченим ароматом, а також корисне для здоров'я. На ужгородському фестивалі збираються вина зі всього Закарпаття.

В Закарпатській області презентовано «Гастрономічний туристичний шлях», який представляє традиційні страви Закарпаття, кухню національних меншин, гастрономічні фестивалі (їх понад 30 протягом року) і заклади, які їх найкраще готують. Турист зможе вибрати український, угорський, циганський, німецький, єврейський, словацький гастрономічний маршрут. Залежно від часу - одноденний тур або триваліший.

В дорозі гостям місцеві словаки подаватимуть гомбовці й кнедлики, німці – мисливські ковбаски, роми – гурку, євреї – човлент, угорці – лечо і бограч.

«Гастрономічний туристичний шлях» включає такі послуги:

1. Відвідування національних ресторанів Закарпаття на вибір гостей (угорська, словацька, німецька, польська, ромська, гуцульська, румунська, єврейська, словацька, чеська, австрійська).
2. Участь в гастрономічних фестивалях Закарпаття протягом року.
3. Ознайомлення з історією та рецептурою національної кухні у відповідності до сезонів.
4. Участь в приготуваннях національних страв.
5. Участь в національних святах, пов'язаних з народною гастрономією.

6. Відвідання кращих винних дегустаційних залів Закарпаття (Ужгород, Берегово).

7. Дегустації – вина, сирів, меду, наливки, палинок, настоянок, виготовлених за традиційними рецептами народів Закарпаття [1.а.і.14].

Розроблюючи свій маршрут, Ф. Гукливчик виходив із того, що Закарпаття - край перетину кордонів, народів та культур, що не могло не відзначитися на регіональній кухні. Гостина по-закарпатськи – це симбіоз угорських, словацьких, чеських, ромських, єврейських, польських, румунських, німецьких та українських кулінарних традицій. Величезна кількість фестивалів, місця компактного проживання нацменшин, які зберегли свої традиції, унікальні рецепти та столітній досвід приготування страв і напоїв з місцевих продуктів сприяють розвитку гастрономічного туризму в краї [1.а.і.13].

В умовах продуктового різноманіття вітчизняним виробникам харчів важкувато вразити людей чимось новим. Тому кулінари вдаються до найрізноманітніших смакових поєднань. На Закарпатті кулінарних смакот чимало. Серед делікатесів - давно відомі тур'яреметівські жаб'ячі стегенця й берегівські равлики. Готують у краї салати і супи з папороті, а кухар із Виноградівщини Василь Івашко варить з неї навіть бограч. На Хустщині традиційну закарпатську пудбивану пасулю (квасолу) готують на буйволячому молоці, яке місцеві кулінари вважають цінним і перспективним продуктом для виготовлення різноманітних наїдків. Екзотичними вважаються й смажені, варені й копчені страви зі страусинового м'яса.

Втім, кулінари не обмежуються використанням у стравах екзотичних продуктів, вони вигадують незвичні кулінарні поєднання здавалось би несумісних інгредієнтів. Так, фермер із села Ботар на Виноградівщині Павло Тізеш нещодавно «випустив» ковбасу з лекваром (сливовим повидлом). Робить її кухар із м'яса свині місцевої породи – мангалиці – і додає сливовий леквар. На його думку, лише з ним смакує салямі. Новинку вподобали туристи, які

навіть спеціально приїжджають до фермера, аби й собі прикупити чи взяти комусь у подарунок [1.а.і.34, с.4].

Павло Тізеш відзначився авторством ще одного делікатесу – разом із відомим ужгородським кулінаром Валентином Штефаньом створив альтернативні українському «Салу в шоколаді» закарпатські цукерки «Шкварки в шоколаді».

Такі нетрадиційні пошуки в кулінарії, на думку Ф. Шандора, пов'язані з тенденцією до здешевлення їжі. Тобто експерименти на кухні починаються зі звичних продуктів, які є доступними, натуральними і корисними [1.а.і.34, с.4].

Знайомство з регіональними продуктами і смаколиками – мета подорожі будь-якого гурмана. Гастрономічні фестивалі - саме для такої подорожі. Адже є можливість взяти участь в кулінарних майстер-класах, поспостерігати як творять професіонали, і відкрити для себе секрети приготування найсмачніших страв. Найбільш цікаві й різноманітні гастрономічні фестивалі року відбуваються саме в Закарпатті: фестиваль лечо в с. Бакта (Берегівський р-н), фестиваль кукурудзи в с. Тисобикень (Виноградівський р-н), фестиваль сливового леквару в с. Геча (Берегівський р-н), фестиваль «Гуцульська бринза» в Рахові, фестиваль «Гуцульська ріпа» в с. Лазещина (Рахівський р-н), фестиваль меду в Мукачевому, фестиваль-ярмарок «Золотий гуляш» у с. Мужієво (Берегівський р-н), фестиваль «Біле вино» в Берегові, фестиваль-конкурс «Червене вино» в Мукачевому, свято молодого вина «Божоле» в Ужгороді та ін.

На Закарпатті проходить найбільша кількість гастрономічних фестивалів в Україні – більше 20 щорічно. Сезон проведення кулінарних свят припадає на кінець літа та початок осені. Найбільше фестивалів приймають м. Ужгород та м. Мукачево. Більшість фестивалів Закарпаття присвячені вину, сирам та стравам місцевої кухні. Так у м. Мукачево напередодні Старого Нового року проходить фестиваль «Червоне вино». Він започаткований 1996 р. і вважається

наймасовішим винним фестивалем України, адже його відвідують понад 50 тис. гостей. На заході дегустується біле, червоне та рожеве вино як у гарячому, так і у холодному вигляді, за бажанням – з корицею чи медом. Свято супроводжується різдвяною шоу-програмою та поїданням місцевих страв. Найкращі виробники вина отримують призи **[Error! Reference source not found.]**.

З 2002 р. у м. Рахів у вересні традиційно відбувається щорічний фестиваль «Гуцульська бриндзя», який представляє найкращі здобутки гуцульщини, а саме побут, культуру, гостинність та кулінарію. Тут можна спробувати традиційні молочні продукти Закарпаття з овечого, коров'ячого та буйволячого молока, а також ознайомитися з технологією їх виробництва.

Закарпатська область також є регіоном для розвитку винного туризму. Щорічно ту відзначається свято молодого вина. Це єдиний регіон України, в якому прижилася ця традиція. Як і у Франції, це третій тиждень листопада, тільки французи святкують у четвер, а в Закарпатті – на вихідних.

Від більшості розвинених виноробних регіонів цей відрізняється тим, що тут майже немає потужних заводів, виноробство регіону представлено маленькими приватними виноробнями, де зазвичай вино виробляють за стародавніми технологіями, а гостей зустрічає і супроводжує сам господар, він же головний винороб.

Головні райони виноробництва на Закарпатті – це Берегівський, Мукачівський, Ужгородський та Виноградівський.

В Берегово, для дегустації вина відкрили 300-річний «Старий підвал». Там туристам розповідають коротку історію виноробства та виноградарства на Берегівщині, яка сягає більше 1000 років. Потім відвідувачів запрошують безпосередньо у підвал, де наливають перший келих вина. І нарешті всі підіймаються наверх, де гостей чекає накритий стіл. Тут і відбувається власне дегустація: це 5-6 видів вина власного виробництва. В основному це марочні

вина, витримані не менше 1,5 року від моменту збору врожаю.

Також, за опитуванням одного з друкованих видань Закарпаття, 31% туристів які приїжджають до регіону хочуть спробувати глінтвейн з закарпатського вина [18].

Нещодавно Спілка приватних виноробів та виноградарів Закарпаття вирішила створити Закарпатський «Винний шлях». У спілку об'єдналися досвідчені винороби переважно з Ужгородщини, Мукачівщини та Берегівщини. В нього увійдуть підвали приватних виноробів, продукція яких пройде обов'язкову сертифікацію. Для туристів «шлях» стане ще одною цікавою родзинкою регіону.

«Шардоне» – перший ужгородський дегустаційний зал. Винний підвал розташований у центрі старовинного міста – поблизу унікального середньовічного замку. Нині лише тут, у дегустаційному залі «Шардоне», в одному місці зібрані найкращі закарпатські вина та коньяки. На суд пошановувачів божественного напою представлені як легендарні, на кшталт «Троянди Закарпаття», так і ексклюзивні сорти, яких більше ніде не скуштуєш.

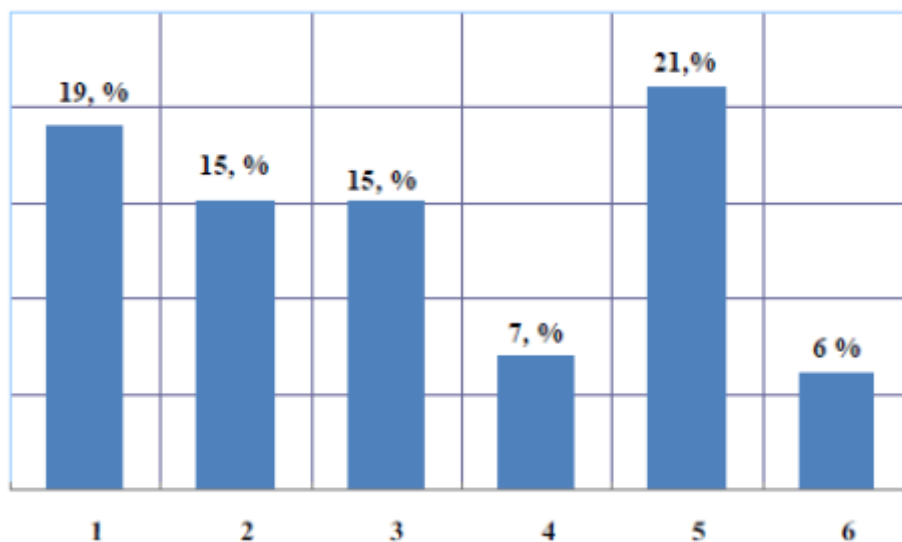


Рис. 2.2.1 Аналіз сегменту українських туристів, які скористалися послугами туристичних фірм за різними видами туризму територією України за 2016-2017 роки, за [1.а.і.37]:

1 – оздоровчий, 2 – гастрономічний; 3 – спортивний; 4 – культурно-пізнавальний; 5 –

пляжний; 6 – інші види туризму

Агропромислова фірма «Леанка» (дівчинка – з угорської, – авт.). Так називається і сорт винограду, з якого вже багато років роблять знамените закарпатське вино – «Середнянське». Але не тільки ним відомий в Україні і світі винзавод. «Каберне», «Променисте», «Перлина Карпат», «Троянда Закарпаття», «Спокусниця» – два десятки найменувань марочних, ординарних, сухих, міцних та десертних вин принесли славу закарпатським виноробам на багатьох міжнародних конкурсах.

Аналізуючи періоди продажу турів (рис. 2.2.1), можливо зробити висновок, що гастрономічні тури до Карпатського регіону продавались рівномірно, а до Причорноморських регіонів лише в період з травня по жовтень, що говорить про те, що споживач поєднував пляжний туризм з гастрономічним.

Споживач комбінує відпочинок біля моря із відвідуванням дегустаційних екскурсій. Продана значна кількість турів, програми яких містили відвідування всього циклу виробництва вина. Вони включали відвідування Одеського кон'ячного заводу шампанських вин, відомих підприємств: «Коктебель», «Інкерман». Традиційно в березні на гірськолижному курорті «Буковель» проходить фестиваль українських вареників. Значний потік туристів зібрав фестиваль «Берлибатський банош», де головною гастрономічною принадою для гостей краю є банош, також значна кількість українських туристів відвідала фестиваль картопляних страв «Гуцульська ріпа».

Отже, з метою урізноманітнення змісту гастрономічних турів потрібно збагачувати їх атракціями, анімаційними послугами: проведенням різноманітних майстер-класів з виготовлення певних страв, змагань, конкурсів, вікторин. Це значно пожвавить тури, залучить нових бажаючих.

В останньому параграфі буде розкрито основні напрями вдосконалення розвитку гастрономічного туризму в регіоні.

2.3. Основні напрями вдосконалення розвитку гастрономічного туризму в регіоні

Україна має достатні можливості для розвитку гастрономічного туризму. Проте на сьогодні даний вид туризму в країні знаходиться на початковому етапі становлення. Це пояснюється наявністю низки проблем, які стоять на перешкоді успішного розвитку гастрономічного туризму в нашій державі. Проблеми розвитку гастрономічного туризму в Україні зображено на рис. 2.3.1.



Рис. 2.3.1 Проблеми розвитку гастрономічного туризму в Україні, за [1.а.і.32]

Звісно причини такої ситуації полягають перш за все в складній соціально-економічній ситуації, в якій знаходиться Україна, в

неврегульованому механізмі стимулювання туристичної сфери, відсутності чіткої стратегії розвитку цієї сфери як на регіональному, так і на державному рівнях. Але дана проблема є значно ширшою, адже це питання стосується не лише туризму, та гастрономічного туризму зокрема, а взагалі стратегій розвитку національної економіки України та її виходу на світовий ринок.

Розвиток та діяльність будь-якої економічної сфери перш за все має керуватися певною законодавчою базою. Слід відзначити, що стосовно туристичної галузі нормативно-правова база є недосконалою, неефективною та малодієвою, а в окремих моментах навіть суперечливою та складною для тлумачення. Це стосується і гастрономічного туризму, адже окремого законодавства в даній сфері наразі не існує.

Процес розвитку туризму, зокрема гастрономічного, гальмується відсутністю єдиної системи державного управління у регіонах.

Складна політична ситуація в Україні є вагомим фактором негативного впливу на розвиток в тому числі і гастротуризму. Воєнні дії на Сході країни та анексія Криму призвели до псування туристичного іміджу України, адже багато потенційних туристів сприймають країну, як таку, де триває повномасштабна війна. Для нашої держави Крим завжди був центром туризму, славився своїми винними традиціями та культурою і особливою місцевою кухнею. Наразі повністю припинені туристичні потоки до Криму як внутрішніми туристами, так і закордонними.

Ще одним викликом для розвитку туризму не лише в світі, а й в Україні зокрема, стало розповсюдження вірусної інфекції Covid-19. На ослаблену війною економіку, яка і раніше не відзначалася швидкими темпами розвитку, тепер покладено ще одну проблему, не передбачену бюджетом 2020 р. – боротьбу з поширенням та наслідками вірусу. Через закриття кордонів і загрозу подальшого поширення коронавірусу, міжнародний туризм на деякий час змушений припинити свою діяльність. Таким чином, в кращому випадку

прогнозується ведення лише внутрішнього туризму в Україні. Але через інфляцію, скорочення робочих місць і, як наслідок, зменшення доходів громадян, а також значне скорочення видатків на туристичну галузь, можливі кризові явища в даній галузі.

Важливою частиною туристичної індустрії є туристична інфраструктура. Сучасний стан інфраструктури не задовільняє не лише закордонного, а й внутрішнього туриста. Через це якість послуг не може бути на високому рівні і задовільняти потреби подорожуючих. Часто гастрономічні дестинації пов'язні з місцевостями, які є віддаленими від центрів та трас національного та міжнародного сполучення. Наприклад, багато гастрономічних фестивалів проходять у сільській та гірській місцевості, куди важко дістатися через брак транспортних комунікацій. А також проблемою є відсутність закладів розміщення та ночівлі на периферії, що стримує гастротуристів від відвідування даних заходів. Це саме стосується невеликих приватних підприємств з виготовлення харчової продукції (сирів, вина, меду тощо).

Невідповідний стан доріг, недостатній розвиток транспортної мережі, відсутність інформаційного облаштування (інформаційних знаків та вказівників) – це негативні явища, які характеризують сучасний стан транспортної системи в країні [1.a.i.37].

В Україні відчувається брак готельних підприємств, адже за даними Державної служби статистики за 2018 р. в країні налічується 1793 заклади тимчасового розміщення. Підприємства, що надають високоякісні послуги, зазвичай знаходяться у містах, а на периферії гостро відчувається їх нестача. Такі заклади готельного господарства часто перебувають в неналежному стані – розташовані в старих приміщеннях, потребують ремонту та оновлення меблів і білизни [1.a.i.21].

Щодо ресторанного господарства, хоча і спостерігається позитивна тенденція до збільшення закладів харчування в країні, та все ж ринок є

недостатньо насиченим. Для порівняння, в Європі 1 місце в ресторанні припадає на 8 жителів, а в Києві – вже на 35 жителів, у Львові – на 25, в Дніпропетровську – на 40. Так само, як і в готельному господарстві, заклади ресторанного бізнесу сконцентровані переважно у містах. Якісне обслуговування можна отримати далеко не у всіх підприємствах харчування.

Для розвитку гастрономічного туризму проблемою є невелика кількість закладів тимчасового розміщення та харчування на периферії, тому що значна частина кулінарних дестинацій знаходиться далеко від великих міст.

Серед інших проблем щодо розвитку гастрономічного туризму варто назвати і дефіцит кваліфікованого персоналу. Цей вид туризму потребує спеціалістів у сфері туризму, готельно-ресторанного бізнесу, сільського господарства та харчової промисловості. В Україні в достатній кількості функціонують вищі навчальні заклади, заклади середньої спеціальної освіти та професійні училища, що займаються підготовкою необхідних кадрів. Проте представники навчальних закладів та державних структур управління не мають чіткого уявлення про необхідність тих чи інших спеціалістів на ринку праці. Також відсутній діалог між навчальними закладами та роботодавцями. Відкриття нових спеціальностей проходить без аналізу потреб бізнесу та промисловості. Як результат, на підприємствах харчової галузі, туристичних фірмах та ін. відбувається навчання та перекваліфікація працівників, що не є ефективним, адже потребує додаткового фінансування та ресурсів. Таким чином, це впливає на якість обслуговування клієнтів та організацію заходів.

В наш час реклама є важливим чинником розвитку будь-якого бізнесу та виду діяльності. Проте, щодо гастрономічного туризму, то тут існує велика проблема. Рекламні кампанії, присвячені просуванню унікальних продуктів в регіонах України, або зовсім не проводяться, або проводяться безсистемно і хаотично, не враховуючи потреби потенційних туристів, ні об'єктивні обставини. В країнах світу гастрономічні тури стали невід'ємною частиною

туризму. А Україна, маючи усі можливості для розвитку цієї сфери, не має іміджу гастрономічної країни серед країн світу. На жаль, через відсутність промоуції, закордонні туристи не мають інформації про нашу національну самобутню кухню, багато страв якої є унікальними та вирізняються своїми смаковими властивостями.

Для активізування гастротуризму в Україні та його просування на туристичний ринок доцільно організовувати такі заходи:

- розширення інфраструктури гастрономічного туризму, зокрема збільшення кількості етноресторанів, дегустаційних залів, створення музеїв гастрономії;

- активне просування гастрономічного туризму на туристичний ринок через видання гастрономічних путівників та календарів, ініціювання гастрономічних фестивалів, проведення семінарів, конференцій, майстер-класів національних гастрономічних традицій, розповсюдження реклами про країну через інтернет-мережі;

- залучення органів місцевої та регіональної влади до сприяння та підтримання розвитку гастротуризму.

Незважаючи на те, що гастрономічний туризм - достатньо новий для Закарпаття вид туризму, він має великі перспективи розвитку, а організація гастрономічних турів сприятиме відродженню національних кулінарних традицій українського села. Останніми роками зусиллями науковців-туризмологів і місцевих кухарів-новаторів відкриваються нові напрями розвитку цього виду туризму.

Зокрема, кафедрою туризму Ужгородського національного університету та туристично-інформаційним центром Закарпаття в області презентовано «Гастрономічний туристичний шлях», який представляє традиційні страви Закарпаття, кухню національних меншин, гастрономічні фестивалі (їх понад 30 протягом року) і заклади, які їх найкраще готують. Турист зможе вибрати

український, угорський, циганський, німецький, єврейський, словацький гастрономічний маршрут. Залежно від часу - одноденний тур або триваліший.

В дорозі гостям місцеві словаки подаватимуть гомбовці й кнедлики, німці – мисливські ковбаски, роми – гурку, євреї – човлент, угорці – лечо і бограч.

Відомий туризмознавець, професор Ужгородського національного університету та головний гастрономічний експерт Закарпаття Ф. Шандор так оцінює перспективи розвитку гастрономічного туризму краю: «Я вважаю, можна очікувати появу нових дегустаційних залів та поліпшення якості в тих, що вже є. Нещодавно ми збиралися на всезакарпатській конференції з дегустаторами Закарпаття різних профілів та обговорювали проблему якості й продажу нашої продукції. Гадаю, цього року буде поліпшено якість регіональних ресторацій, а також розширено кількість місцевих гастрономічних пропозицій. Уже зараз доробляють дегустацію закарпатського коньяку. Також цього року буде завершена та презентована дегустація мінеральних питних вод Закарпаття - сьогодні це дуже популярно у Європі. Ще зможемо порадувати туристів дегустацією м'ясних виробів, які зроблені методом сиров'ялення: шовдарь, пікниця, гурка, салямі» [14].

На думку фахівців, розвиток гастрономічного туризму має відбуватися у взаємодії сусідніх областей Карпатського регіону. Цей напрямок обговорили учасники круглого столу «Маркетинг територій через регіональні продукти харчування» в Музеї народної архітектури і побуту у Львові. Дискусію ініціювала Громадська спілка «Смак Українських Карпат». Вона діє на території 4-х областей України (Прикарпаття, Закарпаття, Буковина, Львівщина) та спільно з виробниками продуктів харчування і місцевими туроператорами працює над розробкою туристичного маршруту «Смак українських Карпат». Він покликаний показати автентичність, оригінальність, унікальність та колорит краю, а також підкреслити еталони смаку натуральних продуктів харчування. Під час круглого столу представники фермерських

господарств і туроператори обговорили ідею виробництва, просування регіональних продуктів та їх ролі у маркетингу території, сформували потенційний перелік традиційних місцевих харчів, що мають підвищений попит у туристів та є такими, що формують імідж Карпатського краю [4].

По закінченні круглого столу стартувала фотомандрівка карпатськими фермерськими обійстями, яка має на меті популяризувати гастрономічні локації на території регіону.

Практика останніх років свідчить, що туристичні потоки зростають у тих регіонах, де на основі самобутніх традицій формуються спеціалізовані інтерактивні туристичні продукти: фестивалі, народні свята. У Закарпатті, як ми пересвідчилися, у цьому напрямку зроблено чимало. Проте резерви для дальшого зростання гастрономічного туризму далеко не вичерпані. При цьому головним орієнтиром має бути інноваційний підхід при розробці нових пропозицій.

Беручи до уваги приклад фестивалів у Часлівцях Ужгородського району та в Гечі Берегівського району, варто і на інші місцеві фестивалі й свята залучати зарубіжних учасників. Це, по-перше, підвищує цікавість і престижність таких заходів, а по-друге, якнайкраще популяризує як область у цілому, так і місцеві продукти і страви; по-третє, сприяє взаємозбагаченню різних кухонь.

Також слід звернути уваги на деякі об'єкти гастрономічного туризму, які є популярні в області, але не включені в програми турів, фестивалів, свят. Йдеться, насамперед, про закарпатську каву, відому далеко за межами краю. Вважаємо доцільним, використавши досвід львів'ян, запровадити свято кави і в Закарпатті. Тим більше, що у нас є такий відомий кавовий бренд, як «Меделін».

З метою урізноманітнення змісту гастрономічних турів потрібно збагачувати їх атракціями, анімаційними послугами: проведення різноманітних змагань, конкурсів, вікторин. Це значно пожвавить тури, залучить нових

бажаючих. Для проведення цих заходів, а також майстер-класів з виготовлення певних страв, мабуть, доцільно організувати в регіонах спеціально обладнані пункти з кваліфікованими кулінарами й аніматорами.

Одним із напрямків розширення географії гастрономічних маршрутів, на нашу думку, можуть бути гірські райони області – Великоберезнянщина, Міжгірщина, Воловеччина. Вважаємо, що подальший розвиток гастрономічного туризму в гірських районах Закарпаття доцільно поширювати на полонини, де туристи у пішому порядку (що вже є користю для здоров'я) зможуть безпосередньо спостерігати за життям і харчуванням горян, спостерігати під звуки оригінальних музичних інструментів їх культуру і побут, одночасно милуючись чудовими краєвидами.

Отже, гастрономічний туризм має всі перспективи, для того, щоб зайняти певний сегмент туристичного ринку України, плацдармом для цього є потужна національно-етнічна ідентичність.

Програма та калькуляція туру “На конкурс різників свиней – гентешів”
(Закарпатська область, с. Геча)

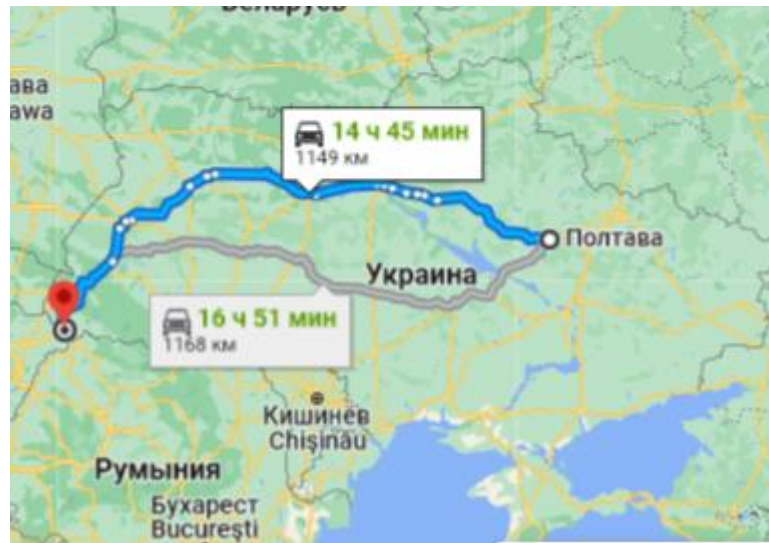


Рис. 2.3.2 Маршрут туру

Тур ґрунтується на відвідуванні гастрономічного фестивалю. Тому до програми туру включено заходи відповідно даної тематики (таблиця 2.3.1).

Таблиця 2.3.1

Програма туру «На конкурс різників свиней – гентешів»

Дні туру	Програмні заходи
1 день	- сніданок; - відкриття фестивалю; - дегустація страв місцевої кухні, алкогольних та безалкогольних напоїв; - ярмарок продуктів місцевих виробників; - участь в різноманітних іграх, конкурсах, розіграшах; - обід; - участь у майстер-класах із виготовлення м'ясних виробів; - відвідування фото-зони; - відвідування театралізованої вистави; - вечеря;
2 день	- сніданок; - ярмарок продуктів місцевих виробників; - відвідування локації атракціонів; - обід; - участь в різноманітних іграх, конкурсах, розіграшах; - майстер-класи виробників крафтової продукції; - відвідування концерту місцевих музичних колективів; - закриття фестивалю; - вечеря.

Більшість заявлених заходів проводяться протягом фестивального дня, тому туристи самостійно обирають послідовність і тривалість їх відвідування.

Проведемо визначення вартості туру «На конкурс різників свиней – гентешів» (таблиця 2.3.2).

Таблиця 2.3.2

Калькуляція туру «На конкурс різників свиней – гентешів»

№ з/п	Найменування витрат	Ціна, грн	Кількість	Розрахунок (вказати порядок розрахунку)	Загальна сума, грн
1	Транспорт	11950 (за весь тур)	х	х	11950
2	Проживання, сніданок, вечеря (2-х містний номер «стандарт») в готелі	750 (за 1 номер на 1 добу)	5 номерів	750*5*2	7500
3	Обід в ресторані	1200 (за 1 обід на групу)	2 обіди	1200*2	2400
4	Заробітна плата супроводжуючого керівника туристичної групи	700 (за весь тур)	1	700*1	700
5	Основні витрати	х	х	п.1 + п.2 + п.3 + п.4	22 550
6	Накладні витрати	х	10 % (від основних витрат)	п.5 * 0,1	2 255
7	Страховання групи туристів	х	5 % (від основних витрат)	п.5 * 0,05	1 127
8	Прибуток	х	30 % (від основних витрат)	п.5 * 0,3	6 765
9	Загальна вартість туру	х	х	п.5 + п.6 + п.7 + п.8	32697
10	Ціна путівки на 1 особу	х	х	п.9 / 10	3 270

Таким чином, враховуючи наведені вище витрати, вартість туру «На конкурс різників свиней – гентешів» в розрахунку на 1 туриста становитиме 3 270 грн. Слід звернути увагу, що витрати на участь у платних програмних заходах фестивалю не входять до вартості туру та оплачуються самостійно.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Дослідивши розвиток і організацію гастрономічного туризму у Закарпатській області можна зробити наступні висновки.

1. Гастрономічний туризм – це подорож по країнах і континентах для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями з метою покуштувати унікальні для приїжджого людини блюдо або продукт.

2. Гастрономічний туризм надає змогу не тільки ознайомитися з кулінарними традиціями певної країни, з укладами матеріальної культури народу, елементами його фольклору і традиційними способами виробництва продуктів харчування, а й доторкнутися до її історичного минулого.

3. Гастрономічний туризм з кожним роком стає популярнішим серед туристів. Відіграє важливу роль серед загального туризму, призводить до його розвитку та різноманітності. Гастротуризм має велике значення для економіки країни, адже потенційно може приносити високі надходження до бюджету країни.

4. Гастрономічні фестивалі, що організовуються в областях України, звичайно слугують одним зі значних чинників туристичної привабливості регіонів. Проте, туристичний потенціал пов'язаний з івент-туризмом регіонів ще не використовується повною мірою. Ще одним недоліком є те, що до цих подій станом на сьогодні, нажаль, не залучаються численні місцеві виробники

5. З метою урізноманітнення змісту гастрономічних турів потрібно збагачувати їх атракціями, анімаційними послугами: проведенням різноманітних майстер-класів з виготовлення певних страв, змагань, конкурсів, вікторин. Це значно пожвавить тури, залучить нових бажаючих.

ПЕРЕЛІК ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Асоціація сприяння розвитку гастрономічного та винного туризму в Україні : сайт. URL: <http://agvt.nuft.edu.ua> (дата звернення: 24.09.2022).
2. Басова В., Голод А. Проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму у Західному регіоні України. *Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туризму в регіонах України* : матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції (19-20 жовтня 2018 р., м.Львів). Львів, 2018. С. 62–64.
3. Басюк Д. Еногастрономічний туризм в Україні: тенденції та перспективи розвитку. *Сталий розвиток України: проблеми і перспективи*: Збірник матеріалів за результатами IV науково-практичної конференції студентів та молодих вчених. Кам'янець-Подільський: Медобори-2006, 2016. С.121-123.
4. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. Наукові праці Національного університету харчових технологій. 2012. № 45. С.128-132.
5. Бідзіля Ю. Проблема міжкультурної комунікації в поліетнічному інформаційному просторі (на прикладі Закарпаття). *Науковий вісник Ужгородського університету*. Серія: філологія. 2009. Вип.21. С.125-134.
6. Богатирьова, Г.А., Головань М.Г., Горіна Г.О., Літвінова-Головань О.П., Коптєва Т.С., Снігур К.В. Спеціалізований туризм [Текст]: навч. посіб. / Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. туризму та країнознавства. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2021. 173 с.
7. Васюк І. Гастрономічні особливості Франції. *Світ мандрівників*: сайт. URL: <http://svitmandr.com.ua/гастрономічні-особливості-франції> (дата звернення: 29.09.2022).
8. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні

практики: монографія / [колектив авторів] за наук. ред. Д.І. Басюк. Вінниця: ПП «ТД «Едельвейс і К», 2017. 316 с.

9. Вишневська Г.Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму. *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури*. 2013. Вип.31. С. 112-118.

10. Вінниця запозичуватиме досвід Діжона в розвитку гастротуризму. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2815776-vinnica-zapozicuvatime-dosvid-dizona-v-rozvitku-gastroturizmu.html> (дата звернення: 30.09.2022).

11. Всесвітня туристична організація. Офіційний веб-сайт. URL: <http://unwto.org/>.

12. Галушак І. Гастрономічний туризм: карпатська агроновація. URL: <https://trubyna.org.ua/novyny/hastronomichniy-turyzm-karpatska-ahrono-vatsiia/>.

13. Гастрономічний тур по Закарпаттю від Ференца Гукливчика. URL: <http://www.okraina.com.ua/tours/karpaty/gastronomichniy-tur-po-zakarpattyu-vid-ferentsa-guklivchika.html>.

14. Гастрономічний туристичний шлях. URL: http://hof.net.ua/tourist-routes/gastronomic_tourism/

15. Гастрономічні фестивалі українців: інф. вид. / упоряд. С.Ю. Колодій. Львів, 2016. URL: www.liet.lviv.ua/filemanager/files/file.php?file=2374 (дата звернення: 29.09.2022).

16. Глушко В. Вектор розвитку туризму в Україні. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2019. №2. С.64-75.

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

18. Годя І. М. Гастрономічний туризм Закарпаття: сучасний стан і перспективи. *Географія та туризм*. 2018. Вип.45. С. 36-41.

19. Головне управління статистики у Закарпатській області. URL:

<http://uz.ukrstat.gov.ua/>.

20. Горова, Д. Гастрономічний туризм в Україні та світі: чим цікавий та як все влаштовано. <https://lowcost.ua/what-is-food-tourism/>.

21. Державна служба статистики України. Офіційний сайт URL: www.ukrstat.gov.ua.

22. Дишкантюк О. В., Власюк К. В. Гастрономічний туризм: підручник. Одеса: ОЛДІ-ПЛЮС, 2012. 136 с.

23. Дорога вина та смаку Української Бесарабії: URL: <https://zruchno.travel/Tours/Entry?lang=ua&extId=c487196a-d2a3-56ae-a558-5cfe35ce1310> (дата звернення: 31.08.2022).

24. Закарпатськ обласна військова адміністрація. Офіційний сайт URL: <https://carpathia.gov.ua/>.

25. Закарпатські страви на цілий рік / авт.-упоряд. І. Деяк, Ф. Шандор. Ужгород: Мистецька лінія, 2009. 256 с.

26. Закон України “Про стимулювання розвитку регіонів” : від 08.09.2005 р. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/anot/2850-15>.

27. Закон України «Про туризм» : № 324/95-ВР від 15.09.1995 р.: за станом на 4 серп. 2011 р. URL : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>

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

29. Коркуна О.І., Никига О.В., Підвальна О.Г. Гастрономічний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територіальних громад. *Економічний простір*. 2020. № 155. С. 40-43.

30. Корнілова В.В., Корнілова Н.В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. *Ефективна економіка*. 2018. №2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6112>.

31. Корсак В.І. Фактори впливу на формування регіональних роздрібних

мереж торгових закладів. *Агросвіт*. 2013. Вип. 4. С. 45–51.

32. Кукліна Т. С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України. *SWorld*. 2013. 19-30 March. URL: <https://www.sworld.com.ua/konfer30/682.pdf> (дата звернення: 26.03.2021).

33. Кушнір М. Рецепти гуцульської кухні: «Бануш», «Гусянка», «Кремзлики». *Країни Рахівщини*. 2009. №1. С.13.

34. Лесів А. Ковбаса з лекваром та суп із папороті. На Закарпатті можна скуштувати кулінарну екзотику. *Старий Замок*. 2013. №9. С.4.

35. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг. Київ : Альтерпрес, 2002. 436 с.

36. Мальська М. П., Філь М. І., Пандяк І. Г. Гастрономічний туризм: Навчальний посібник. К.: Виробництво “Каравела”, 2021. 304 с.

37. Марценюк Л. В. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні. *Вісник Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна*. URL: <http://eadnurt.diit.edu.ua/bitstream/123456789/8893/1/Martsenyuk.pdf>.

38. Мицько М. А. Закарпатська народна кухня. Ужгород: Закарпаття, 1997. 288 с.

39. Мотузенко О. О., Липова М. О. Еногастрономічний туризм як засіб підтримки національного виробника на прикладі Одеської області. *Географія та туризм*. 2013. Вип. 24. С. 108–119.

40. Нестерчук І. К. Специфіка і просторові особливості гастрономічного туризму: теоретичний конструкт. *Часопис картографії*. 2016. Вип. 16. С. 203–213.

41. Нестерчук, І. Гастрономічний туризм: історія, теорія і сучасні практики. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Географічні науки*. 2017. №6. С. 193–199.

42. Омельницька В. О. Сучасний стан ринку послуг гастрономічного

туризму в Україні. *Економічні студії*. 2018. № 2 (20). С. 121-126.

43. Омельницька В.О. Аналіз світового ринку послуг гастрономічного туризму. *Молодий вчений*. 2018. 9(61). С. 506-511.

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

45. Поперечна Д. Гастрономічні прогнози-2018 від Федора Шандора. URL: http://uzhgorod.in.ua/statti/2018/gastronomichni_proгнози_2018_vid_fed_shandora.

46. Про внесення змін до Закону України “Про туризм”: Закон України. / *Відомості Верховної Ради України* [Текст]. 2004. №13. Ст. 180.

47. Про місцеве самоврядування : Закон України. Відомості Верховної Ради України. 1997. № 24. Ст. 170.

48. Про стимулювання розвитку регіонів (зі змінами та доповненнями) [Текст]. Закон України від 08.09.2005 р. № 2850-IV / Верховна Рада України // *Відомості Верховної Ради*. К., 2005. № 51. Ст. 548.

49. Про туризм: Закон України / *Відомості Верховної Ради України* (ВВР). 1995. №31. Ст.241 (в редакції від 04.08.2011). URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nre>.

50. Расулова А. Потенціал ресторанного бізнесу у розвитку гастрономічного туризму України. *Економіка і держава*. 2015. Вип. 5. С. 78–83.

51. Регіональний туризм: стратегія, ресурси, перспективи розвитку: Монографія / Кол. авторів; ред. Н. П. Мешко, В. Є. Редько, О. П. Крупський. Дніпро, 2016. 321 с.

52. 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.

53. Саламатіна С.Є. Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму на півдні Одещини. Наукові праці *Одеської національної академії харчових технологій*. 2014. Вип. 46. С. 325–329.

54. Саркісян Г.О. Роль і значення стимулювання гастрономічного туризму в структурі розвитку регіональних туристичних ринків України *Український журнал прикладної економіки*. 2020. Том 5. № 1. С. 312–320.

55. Саркісян Г.О. та ін. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики. За редакцією Д.І. Басюк. Вінниця: ПП "ТД"Едельвейс і К", 2017. 318с.

56. Статистичний щорічник України за 2020 рік / Державна служба статистики України: за ред. І. Є. Вернера / відп. за вип. О.А. Вишневська. Київ, 2021. 454 с.

57. Статут громадської спілки «Асоціація сприяння розвитку винного та гастрономічного туризму в Україні». URL: <http://awgt.nuft.edu.ua/page/view/statut>.

58. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: Монографія. К.: КНТЕУ, 2006. 537 с.

59. Трало І. Брендинг території як складова підвищення конкурентоспроможності регіону. URL: http://conftiapv.at.ua/publ/konferenciji_2011/section_5/brending_teritoriji_jak_skladova_pidvishhennja_konkurentospromozhnosti_regionu/11-1-0-839.

60. Туризм в Україні: куди їдуть найбільше і які напрями потрібно розвивати. URL: <https://expres.online/archive/news/2017/10/05/265404-turyzm-ukrayini-kudy-yidut-naybilshe-napryamy-potribno-rozvyvaty>.

61. Туристична діяльність в Україні у 2020 році: стат. бюлет. / [відп. за вип. О.О. Кармазіна]. К.: Державна служба статистики України, 2021. 78 с.

62. Туристичний імідж регіону: монографія / за ред. А.Ю. Парфіненка. Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2011. 312 с.

63. Українські традиції. URL: <http://traditions.in.ua/kukhnia>.

64. Цегельник А.О. Етнічна кухня як чинник розвитку кулінарного туризму. *Вісник Державної академії керівних кадрів культури і мистецтв*.

2012. №2. С.105-110.

67. American Express. *Travel Unveils Its Top Trending Travel Destinations for 2019*. URL: <https://cutt.ly/ebUfGLV>

68. C. Michael Halland Richard Mitchell. *Tourism Business Frontiers: Consumers, Products and Industry*. URL: <http://www.globalspec.com/reference/47077/203279/chapter-16-gastronomy-food-and-wine-tourism>.

69. Chan, W. Y., To, Ch. K., & Chu, W. Ch. Desire for experiential travel, avoidance of rituality and social esteem: An empirical study of consumer response to tourism innovation. *Journal of Innovation and Knowledge*, 1(1), P. 24-35.

70. Dasilva, D. *Assessing The Economic Potential For Culinary Tourism In Suriname: A Value Chain Approach*. Caribbean Centre for Competitiveness. St. Augustine, Trinidad and Tobago. URL: <http://www.surinamecompete.org/wp-content/uploads/2016/01>.

71. H. Ridvan Yurtseven. Sustainable Gastronomic Tourism in Gokceada (Imbros): Local and Authentic Perspectives, *International Journal of Humanities and Social Science*, Vol. 1. №. 18. P. 17-26.

72. Hall M., Mitchell R. Gastronomic tourism: comparing food and wine tourism experiences. *Niche Tourism, Contemporary Issues, Trends and Cases*. 2005. P. 89-100.

73. Leser, H. *Diercke Wörterbuch Allgemeine Geographie*. Deutscher Taschenbuch Verlag. 1997.

74. Micheline guide. URL: <https://guide.michelin.com/en/about-us>

75. Ranteallo, I. C., & Andilolo, I. R. Food Representation and Media: Experiencing Culinary Tourism Through Foodgasm and Foodporn. In *Balancing Development and Sustainability in Tourism Destinations* (pp. 117–127). Springer, Singapore.

76. Sarkisian, H., Liganenko, M. Аналіз інноваційного середовища розвитку виноробних підприємств як інфраструктурної складової винних маршрутів.

Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій, 2(6), 55-65. URL: <https://doi.org/10.32750/2020-0205>.

77. Skift Megatrends. (n.d.). *Travel Megatrends 2019*. Retrieved April 20, 2021, from <https://skift.com/megatrends-2019>.

78. The World Food Travel Association. URL: <https://worldfoodtravel.org/>.

79. The World's Best 50 Restaurants. URL: <https://www.theworlds50best.com/>

80. Travel and Tourism Research Association. *Top 5 Travel Trends for 2019*. <https://ttra.com/top-5-travel-trends-for-2019/>.

81. World Food Travel Association. (n.d.). *State of the Food Industry Report*. Retrieved April 20, 2021. URL: <https://worldfoodtravel.org/annual-food-travel-industry-report>.

ДОДАТКИ Додаток А

Гастрономічні свята та фестивалі в Україні [14]

№	Область	Назва гастрономічної події	Місце проведення	Дати проведення
1.	Вінницька	Всеукраїнський фестиваль борщу	с. Правилівка, Оранівського району	вересень
2.	Волинська	1. «Lutsk Food Fest»	м. Луцьк	травень
		2. Фестиваль національної кухні	м. Луцьк	вересень
		3. Фестиваль пива і м'яса у Луцькому замку	м. Луцьк	вересень
		4. «Смаковиця по-володимирськи»	м. Володимир-Волинський	вересень
		5. «З любов'ю до сала»	м. Луцьк	жовтень
3.	Дніпропетровська	1. Фестиваль Галушки	с. Гречане, Петриківського району	травень
		2. Фестиваль кулішу «Смачна традиція козацтва»	с. Старі Кодаци, Дніпровського району	червень
4.	Донецька	----- -----	----- --	-----
5.	Житомирська	1. Фестиваль Дерунів	м. Коростень	вересень
6.	Закарпатська	1. «Конкурс різників свиней – гентешів»	с. Геча	січень
		2. «Червоне вино»	м. Мукачево	січень
		3. Фестиваль млинців «Ужгородська палачінта»	м. Ужгород	лютий
		4. «Біле вино»	м. Берегово	березень
		5. Всеукраїнський фестиваль вареників	м. Яремче	березень
		6. Фестиваль вина «Sakura Wine»	м. Ужгород	квітень
		7. Фестиваль вина «Угочанська лоза»	м. Виноградов	травень
		8. Гастрономічний фестиваль вина та меду «Сонячний напій»	м. Ужгород	травень
		9. «Берлибашський бануш»	с. Костилівка, Рахівського району	травень
		10. «Фестиваль ріп'янки»	с. Колочава	червень
		11. Фестиваль тушкованого півня	с. Косонь	червень
		12. Фестиваль Великоберезнянського сиру «Молочна ріка»	с. Стужиця, Великоберезнівського району	червень
		13. Фестиваль-Ярмарок «Червона черешня»	с. Пацканьово, Ужгородський р-н та с. Оклі Гедь, Виноградівський р-н	червень
		14. Фестиваль голубців	с. Четфалва	липень
		15. Фестиваль голубців	с. Великий Бичків	серпень
		16. Фестиваль чорниць «Верховинська яфина»	с. Гукливе	серпень
		17. «Сливовий леквар»	с. Геча	серпень

		18. «Гуцульська бринза»	м. Рахів	вересень
		19. Солодке свято меду в Мукачеві	м. Мукачево	вересень
		20. «Варишське пиво»	м. Мукачево	вересень
		21. Фестиваль «Смажений баранчик»	с. Лазещина, Рахівського району	вересень
		22. «Золотий гуляш»	с. Мужієво	жовтень
		23. Фестиваль молодого вина «Закарпатське Божоле»	м. Ужгород	листопад
7.	Запорізька	1. Фестиваль домашньої консервації «Нас не подолати»	м. Запоріжжя	вересень
8.	Івано-Франківська	1. «Станіславівська мармуляда»	м. Івано-Франківськ	жовтень
9.	Київська	1. Фестиваль Здорової Їжі «Best Food Fest»	м. Київ	березень
		2.«Kyiv Coffe Festival»	м. Київ	квітень
		3. Фестиваль морозива	м. Київ	травень
		4. «Вулична їжа»	м. Київ, Арт-завод «Платформа»	червень- серпень
		5. «Kyiv Food and Wine Festival»	м. Київ	вересень- жовтень
		6. «Борщ фест»	с. Чубинське	жовтень
		7. Фестиваль українського крафтового пива «Craft Beer Fest!»	м. Київ	жовтень
		8. Фестиваль односолодових віскі «Whisky Dram»	м. Київ	листопад
		9. Маркет «М'ясний листопад» в «Всі. Свої. Гастрономія»	м. Київ	листопад
		10. Фестиваль «Цукерки та Пундики»	м. Київ	листопад
		11. Фестиваль солодошів «SWEETs Fest»	м. Київ	грудень
		12. Ярмарок «Sweets&Gifts»	м. Київ	грудень
10.	Кіровоградська	1. Фестиваль полуниці	с. Миронівка	червень
		2. День бджоляра	с. Виноградівка, Компаніївського району	серпень
11.	Луганська	----- -----	----- --	-----
12.	Львівська	1. «Дні глінтвейну у Львові»	м. Львів	січень
		2. Міське свято пампуха	м. Львів	січень
		3. Фестиваль крафтового пива та вінілової музики «Craft Beer & Vinyl Music Festival»	м. Львів	квітень
		4. «Львів на тарілці»	м. Львів	червень
		5. «На каву до Львова»	м. Львів	вересень
		6. «Свято Хліба»	м. Львів	вересень
		7. Національне свято шоколаду	м. Львів	жовтень
		8. Свято сиру і вина	м. Львів	жовтень
		9. Фестиваль Глінтвейну	с. Славське	листопад
13.	Миколаївська	1. Фестиваль вуличної їжі «Брячіна»	м. Миколаїв	травень
		2. Фестиваль вуличної їжі «НікФест»	м. Миколаїв	жовтень
14.	Одеська	1. «Таки да, вкусно!»	м. Одеса	квітень- травень
		2. «Свято полуниці»	м. Одеса	травень
		3.Фестиваль міської їжі в Зеленому театрі	м. Одеса	червень
		4. День помідора	м. Одеса	серпень
		5. «Bolgrad Wine Fest»	м. Болград	листопад
		6. Фестиваль «Прянощі і радощі»	м. Одеса	листопад

15 .	Полтавська	1. Свято сала	м. Полтава	лютий
		2. Фестиваль полуниці	м. Кременчук	червень
		3. Всеукраїнський полуничний фестиваль-ярмарок «Білецьківський край-полуничний рай»	с. Білецьківка	червень
		4. Свято Полтавської галушки	м. Полтава	червень
		5. «Пливе щука з Кременчука»	с. Білецьківка	липень
		6. Міжнародний гастрономічний фестиваль-квест «Борщик у глиняному горщику»	с. Опішня	серпень
		7. «Свято миргородської свині»	м. Миргород	вересень
16 .	Рівненська	1. Фестиваль їжі «FoodFest.PLAZA»	м. Рівне	вересень
		2. Фестиваль шашлика	м. Рівне	вересень
		3. Гарбузовий фестиваль	м. Рівне	жовтень
17 .	Сумська	1. Фестиваль «Віншуємо суницю – першу ягоду–царицю»	с. Малий Самбір, Коноторського району	червень
18 .	Тернопільська	1. «Галицька дефіляда»	м. Тернопіль	січень, квітень, липень, жовтень
		2. «Вареник і капуста-fest»	м. Збараж	травень
		3. Фестиваль коропа «Коропфест»	с. Коропець, Монастирського району	липень
		4. «Борщів»	м. Борщів	вересень
19 .	Харківська	1. Фестиваль полуниці	м. Ізюм	червень
		2. «Міський Ріснік»	м. Харків	червень
20 .	Херсонська	1. «Український кавун – солодке диво»	м. Гола Пристань	серпень
		2. «Тышо-Тышо FEST»	м. Херсон	вересень
21 .	Хмельницька	1. «Проскурівські смаколики»	м. Хмельницький	травень
		2. «Октоберфест»	м. Кам'янець-Подільський	жовтень
22 .	Черкаська	----- -----	----- --	-----
23 .	Чернівецька	1. Фестиваль березового соку	с. Банилів-Підгірний	травень
24 .	Чернігівська	1. «Сало»	м. Чернігів	лютий
		2. «Дерун-фест»	м. Чернігів	квітень
		3. Фестиваль хліба «Хліб своїми руками»	с. Мистецький	серпень
		4. «40-Ух»	м. Чернігів	серпень
		5. «Його величність, Ніжинський огірок»	м. Ніжин	вересень
24 .	АР Крим	1. Фестиваль кримськотатарської національної кухні «Хидирлез»	м. Судак	травень
		2. «WineFeoFest»	м. Феодосія	вересень

Додаток Б

Пам'ятники, присвячені продуктам та стравам в Україні, складено автором



**Пам'ятник полтавській
галушці, м. Полтава**

Пам'ятники
присвячені
продуктам та
стравам в Україні



**Пам'ятник
кременчуцькій щуці,
м. Кременчук**



**Пам'ятник «славетному»
помідору, м. Кам'янка-
Дністровська**



**Пам'ятник ніжинському
огірку, м. Ніжин**



**Пам'ятник кавуну,
м. Гола Пристань**



**Пам'ятник бичку-
годувальнику, м.
Бердянськ**



**Пам'ятник
поліському деруну,
м. Коростень**



**Пам'ятник чорниці,
с. Гукливе**

Джерело:

Таблиця Б.1

Гастрономічні тури Україною від туристичних підприємств, [13]

Туристичне підприємство	Назва туристичного продукту	Маршрут подорожі	Кількість днів
«ТурБаза»	«Місто з ароматом кави»	Львів	3 дні / 2 ночі
	«Сиро-Винний тур по Закарпаттю / замки, сир, вино і Синевир»	Львів - Чинадієво - Мукачево - Берегово - Берегівський р-н. - Нижнє Селище - Синевир - Пилипець - Львів	2 дні / 1 ніч
	«Хмільна Полтава»	Київ –Абаразівка-Полтава-Київ	1 день
	«Закарпатські розваги»	Львів - Мукачево - Косино - Берегово - Львів	1 день
	«Закарпатська насолода / дегустаційно-термальний тур зі Львова»	Львів - Ужок - Перечин - Барвінок - Середнє - Берегівський р-н - Виноградів - Стневіскій перевал - Колочава - Сойми - Львів	2 дні / 1 ніч
	«Фестиваль дерунів»	Київ - Коростень - Київ	1 день
«Відвідай»	«Закарпатські насолоди + фестиваль ріплянки у Колочаві»	Львів- Ужок-Перечин-Барвінок – Середнє –Виноградів – Синевирський перевал – Колочава – Сойми - Львів	2 дні / 1 ніч
	«Секрети Закарпатської кухні»	Львів- Чинадієво-Мукачево-Берегово-Четвалва- Нижнє Селище –Іза –Міжгір’я-Келечин- Львів	2 дні / 1 ніч
	«Coffee, Love & SPA»	Львів - Кульчиці-Самбір-Ваньовичі-Хирів-Львів	1 день
	«До бойків на сир + SPA»	Львів –Ясениця-Замкова – Ужок – Бориня – Львів	1 день
	«Закарпатські пригоди + Свято глінтвейну»	Львів – Верхня Грабівниця – Мукачево – Берегово – Ботар – Велятин – Хуст – Нижнє Селище - Львів	2 дні / 1 ніч
	«На бринзу до Рахова»	Львів – Пнів – Дора – Яремче – Поляниця – Ділове – Рахів - Львів	2 дні / 1 ніч
	«Гастротур до білих хорватів + Розгірче»	Львів – Миколаїв – Дуброва – Угерсько – Стрий – Розгірче – Миртюки - Львів	1 день
	Відпочинковий тур «Варишська палацінта»	Львів – Верхня Грабівниця – Чинадієво – Барвінок – Косино – Мукачево – Львів	2 дні / 1 ніч
	«Закарпатське асорті + долина білоцвіту»	Львів - Свалява – Лисичово – Бронька – Хуст – Велятин - Шаян – Данилово – Крайниково – Горінчово – Хуст – Львів	2 дні / 1 ніч
	«На гуцульський фестиваль “Берлибаський бануш”»	Львів – Делятин – Дора - Яремче – Ясіня – Рахів - Костилівка – Львів	2 дні / 1 ніч

	«Принади Брюхович: дегустації, архітектура і обсерваторія»	Львів – Голоско – Брюховичі - Львів	1 день
«Галиця тур»	«Вилково, Шабо, Акерман»	Одеса – Вилково – Затока – Білгород-Дністровський – Шабо – Одеса	2 дні / 1 ніч
	Гастротур «Карпатські смаколики»	Івано-Франківськ – Татарів – Буковель – Верховина – Кривопілля – Косів – Снятин – Івано-Франківськ	3 дні / 2 ночі
	«Хмільний Львів»	Львів	3 дні/2 ночі
	«Сиро- винний тур Закарпаттям»	Львів – Мукачево – Берегово – Нижнє Селище – Іза – Міжгір'я – Келечин – Пилипець - Львів	2 дні / 1 ніч
«Країна UA»	«Поліська Здибанка»	Київ – Міське - Київ	1 день
	«Закарпатський вікенд»	Львів-Мукачево-Ужгород-Львів	2 дні / 1 ніч
	«Сиро-пивний тур в Чернігів»	Київ – Чернігів- Київ	1 день
	«Етно-гастро- тур на Полтавщину»	Київ – Махечі – Мгар – Полтава – Решетилівка – Київ	2 дні / 1 ніч
	«Шоколадний Тростянець і вечірні Суми»	Київ – Путивль – Суми – Тростянець - Київ	2 дні / 1 ніч
	«Фестиваль Св. Мартина і дегустація вина»	Львів- Берегово – Мукачево - Львів	2 дні / 1 ніч
	«Соледар і підземний завод шампанських вин»	Харків – Бахмут – Соледар - Харків	1 день
«КийАвіа»	«Гастрономічний тур до Львова»	Київ – Львів -Київ	2 дні / 1 ніч