

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ  
ФАКУЛЬТЕТ ЗЕМЛЕВПОРЯДКУВАННЯ ТА ТУРИЗМУ

## КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Ступінь вищої освіти Магістр

на тему:

**«ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ  
ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ»**

Виконав: здобувач вищої освіти  
2 курсу, групи Тур-61  
спеціальності 242 Туризм і рекреація  
(шифр і назва спеціальності)

освітньо-професійної програми

Туризм і рекреація

Патроник Олександр Русланович

(прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник \_\_\_\_\_

(наук. ступінь, вчене звання, ім'я та прізвище)

Рецензент: \_\_\_\_\_

(ім'я та прізвище)

ДУБЛЯНИ 2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ  
Факультет землевпорядкування та туризму

Ступінь вищої освіти Магістр  
Галузь знань 24 Сфера обслуговування  
(шифр і назва)

Спеціальність 242 Туризм і рекреація  
(шифр і назва)

Освітньо-професійна програма Туризм і рекреація  
(назва ОП)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри туризму  
(назва кафедри)

\_\_\_\_\_  
(підпис)

\_\_\_\_\_  
(ім'я, та прізвище)

“ ” \_\_\_\_\_ 2023 року

**З А В Д А Н Н Я**  
**на кваліфікаційну роботу здобувачі вищої освіти**  
**Патроника Олександра Руслановича**

(Прізвище, ім'я, по-батькові)

1. Тема роботи «ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ  
ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ»

Керівник роботи \_\_\_\_\_  
(ім'я та прізвище, науковий ступінь, вчене звання)

Затверджена наказом ЛНУП від «31» жовтня 2023 р. №581/к-с.

2. Строк подання здобувачем роботи 17 листопада 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи: Закони України та Постанови Кабінету Міністрів  
України, дані Державної служби статистики України, наукові праці вітчизняних та  
зарубіжних науковців, Інтернет ресурси та інші інформаційні дані

4. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити)

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ОСНОВНІ  
НАПРЯМКИ ДІЯЛЬНОСТІ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Зміст основних понять та етапи розвитку гастрономічного туризму

1.2. Основні напрямки діяльності, роль та переваги розвитку гастрономічного туризму

1.3. Методологія наукових досліджень тенденцій та перспектив розвитку  
гастрономічного туризму

РОЗДІЛ 2. ЗАГАЛЬНА ОЦІНКА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ТА АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ  
ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

2.1. Аналіз діяльності та розвитку гастрономічного туризму в Україні та за її межами

2.2. Загальна оцінка тенденцій розвитку гастрономічних фестивалів та гастротурів в

України2.3 Екологічні аспекти організації та розвитку гастрономічного туризму в регіонах УкраїниРОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД В УКРАЇНІ3.1. Вплив пандемії Covid-19 та війни в Україні на розвиток гастрономічного туризму3.2. Можливості та перспективи розвитку гастрономічного туризму у післявоєнний період в Україні5. Перелік графічного матеріалу: рисунки, таблиці, схеми

## 6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Ім'я, прізвище та посада консультанта	Підпис, дата		Відмітка про виконання
		завдання видав	завдання прийняв	
Стан охорони навколишнього середовища				

7. Дата видачі завдання «01» листопада 2023 р.

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Відмітка про виконання
1.	Отримання завдання для написання кваліфікаційної роботи	01.11.2023	
2.	Розробка плану кваліфікаційної роботи, ознайомлення з літературними джерелами за темою, збір практичних матеріалів	до 01.12.2023	
3.	Написання вступу і I розділу	до 26.02.2024	
4.	Написання II розділу	до 26.06.2024	
5.	Написання III розділу	до 23.09.2024	
6.	Написання висновків	до 28.10.2024	
7.	Оформлення кваліфікаційної роботи і подання науковому керівнику для написання відгуку	до 18.11.2024	
8.	Перевірка тексту кваліфікаційної роботи на унікальність. Скерування на зовнішню рецензію	до 06.12.2024	
9.	Представлення кваліфікаційної роботи на кафедру	до 17.12.2024	
10.	Захист кваліфікаційної роботи перед Екзаменаційною комісією	27.12.2024	

Здобувачка вищої освіти \_\_\_\_\_ (підпис)

Олександр ПАТРОНИК  
(ім'я та прізвище)

Керівник кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_ (підпис) \_\_\_\_\_ (ім'я та прізвище)

УДК 338.48-6:641/642(477)

Кваліфікаційна робота: 75 сторінок текстової частини, 12 рисунків, 7 таблиць, 58 літературних джерел.

Патроник О. Р. «Тенденції та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні». Кваліфікаційна робота за спеціальністю 242 Туризм і рекреація. Львів: ЛНУП, 2024. 75 с.

У кваліфікаційній роботі на тему: «Тенденції та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні» розглянуто зміст основних понять та етапи розвитку гастрономічного туризму, також зазначено основні напрямки діяльності, роль гастрономічного туризму на ринку туристичних послуг та переваги розвитку гастрономічного туризму в Україні. Подано методологічні аспекти наукових досліджень тенденцій та перспектив розвитку гастрономічного туризму в Україні.

Проаналізовано особливості потенціалу розвитку гастрономічного туризму в Україні та за її межами, цільову аудиторію відвідувачів та найбільш привабливі об'єкти гастрономічного туризму. Надано загальну оцінку тенденцій розвитку гастрономічних фестивалів та гастротурів в регіонах України. Також у роботі наведено приклади гастрономічних фестивалів та гастрономічних турів, які користуються популярністю серед туристів

На основі результатів досліджень у кваліфікаційній роботі визначено актуальні проблеми становлення та розвитку гастрономічного туризму в Україні, визначено нові можливості та перспективи розвитку гастрономічного туризму у післявоєнний період в Україні.

## АНОТАЦІЯ

У кваліфікаційній роботі розглянуто зміст основних понять та етапи розвитку гастрономічного туризму, також зазначено основні напрямки діяльності, роль гастрономічного туризму на ринку туристичних послуг та переваги розвитку гастрономічного туризму в Україні. Подано методологічні аспекти наукових досліджень тенденцій та перспектив розвитку гастрономічного туризму в Україні.

Проаналізовано особливості потенціалу розвитку гастрономічного туризму в Україні та за її межами, цільову аудиторію відвідувачів та найбільш привабливі об'єкти гастрономічного туризму. Надано загальну оцінку тенденцій розвитку гастрономічних фестивалів та гастротурів в регіонах України. Також у роботі наведено приклади гастрономічних фестивалів та гастрономічних турів, які користуються популярністю серед туристів.

На основі результатів досліджень у кваліфікаційній роботі визначено актуальні проблеми становлення та розвитку гастрономічного туризму в Україні, визначено нові можливості та перспективи розвитку гастрономічного туризму у післявоєнний період в Україні.

**Ключові слова:** кулінарні традиції, гастрономія, гастрономічний туризм, кулінарний майстер-клас, гастрономічний тур, гастрономічний фестиваль.

## ANNOTATION

The qualification work considers the content of the basic concepts and stages of development of gastronomic tourism, also indicates the main areas of activity, the role of gastronomic tourism in the market of tourist services and the benefits of gastronomic tourism development in Ukraine. The methodological aspects of scientific research on trends and prospects for the development of gastronomic tourism in Ukraine are presented.

The peculiarities of the potential for the development of gastronomic tourism in Ukraine and abroad, the target audience of visitors and the most attractive objects of gastronomic tourism are analyzed. A general assessment of the trends in the development of gastronomic festivals and gastronomic tours in the regions of Ukraine is provided. The paper also provides examples of gastronomic festivals and gastronomic tours that are popular among tourists. Based on the results of the research, the qualification work identifies the current problems of the formation and development of gastronomic tourism in Ukraine, identifies new opportunities and prospects for the development of gastronomic tourism in the post-war period in Ukraine.

**Keywords:** culinary traditions, gastronomy, gastronomic tourism, culinary master class, gastronomic tour, gastronomic festival

## ЗМІСТ

Вступ .....	6
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ДІЯЛЬНОСТІ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ</b>	
1.1. Зміст основних понять та етапи розвитку гастрономічного туризму .....	8
1.2. Основні напрямки діяльності, роль та переваги розвитку гастрономічного туризму.....	14
1.3. Методологія наукових досліджень тенденцій та перспектив розвитку гастрономічного туризму .....	21
<b>РОЗДІЛ 2. ЗАГАЛЬНА ОЦІНКА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ТА АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ</b>	
2.1. Аналіз діяльності та розвитку гастрономічного туризму в Україні та за її межами .....	27
2.2. Загальна оцінка тенденцій розвитку гастрономічних фестивалів та гастротурів в Україні.....	37
2.3. Екологічні аспекти організації та розвитку гастрономічного туризму в регіонах України.....	50
<b>РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД В УКРАЇНІ</b>	
3.1. Вплив пандемії Covid-19 та війни в Україні на розвиток гастрономічного туризму.....	56
3.2. Можливості та перспективи розвитку гастрономічного туризму у післявоєнний період в Україні .....	61
Висновки.....	67
Список використаних джерел.. .....	69

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** У сучасному глобалізованому світі індустрія туризму відіграє важливу роль у сприянні економічного зростання та культурного обміні між країнами. Туризм не тільки зміцнює національну економіку, але й служить платформою для міжкультурного спілкування, особистого збагачення, а також збереження та популяризації культурної спадщини. Одним із найбільш швидкозростаючих і перспективних секторів туризму є гастрономічний туризм, який в останні роки набуває все більшого визнання та популярності в усьому світі.

Гастрономічний туризм поєднує кулінарні враження з подорожами, пропонуючи відвідувачам можливість насолодитися місцевою кухнею, одночасно занурюючись в унікальну культуру та традиції регіону. Цей вид туризму є потужним інструментом для культурного обміну та економічного розвитку, зокрема завдяки розширенню можливостей малого та середнього бізнесу для демонстрації регіональних продуктів і отримання міжнародного визнання.

Незважаючи на значний потенціал і явні переваги, гастрономічний туризм в Україні залишається недостатньо розвинутим і малодослідженим. Глобальні виклики, спричинені пандемією COVID-19 та війною в Україні, суттєво вплинули на індустрію туризму, вимагаючи стратегій відновлення та адаптації до нових обставин. У цьому контексті гастрономічний туризм може відіграти важливу роль у відродженні туристичного сектору України шляхом стимулювання економічного зростання та сприяння соціокультурному розвитку.

Гастрономічний туризм в Україні стоїть на порозі трансформації, пропонуючи численні можливості для розвитку. Щоб повністю використати ці можливості, потрібна цілеспрямована стратегія, яка повинна включати покращення інфраструктури та сервісу, розширені маркетингові ініціативи, просування унікальної кулінарної спадщини та туристичних пропозицій України на світовому туристичному ринку. Стратегії розвитку та популяризації українських гастрономічних традицій акцентує увагу на створенні інноваційних туристичних

продуктів, які відповідають сучасним світовим тенденціям та потребам сучасних туристів. Завдяки пріоритетності цих зусиль Україна може успішно позиціонувати себе як конкурентоспроможний і привабливий напрямок на світовому ринку гастрономічного туризму, забезпечивши собі чільне місце серед провідних напрямків гастрономічного туризму.

**Об'єкт дослідження** – гастрономічний туризм.

**Предмет** – способи та методи дослідження тенденцій та перспектив розвитку гастрономічного туризму

**Мета роботи:** дослідити основні тенденції та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні.

Відповідно до мети були визначені наступні **завдання**:

- визначити зміст основних понять та етапи розвитку гастрономічного туризму;
- дослідити основні напрямки діяльності, роль та переваги розвитку гастрономічного туризму;
- визначити методи наукових досліджень тенденцій та перспектив розвитку гастрономічного туризму;
- проаналізувати особливості потенціалу розвитку гастрономічного туризму в Україні та за її межами;
- надати згальну оцінку тенденцій розвитку гастрономічних фестивалів та гастротурів в Україні;
- дослідити вплив пандемії Covid-19 та війни в Україні на розвиток гастрономічного туризму;
- визначити можливості та перспективи розвитку гастрономічного туризму у післявоєнний період в Україні.

Для розв'язання поставлених завдань були використані такі **методи дослідження**: теоретико-методичний, метод аналізу та статистичних даних, SWOT-аналіз, аналіз наукової літератури, узагальнення і синтезування інформації.



## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ДІЯЛЬНОСТІ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ**

### **1.1. Зміст основних понять та етапи розвитку гастрономічного туризму**

Гастрономічний туризм є однією з найбільш затребуваних форм подорожей, часто непомітно інтегрованих у діловий туризм. Під час ділових поїздок мандрівники не тільки відвідують підприємства, а й відвідують відомі кафе, бари та ресторани, щоб ознайомитися з кулінарними традиціями країни. Подібним чином подійні або фестивальні тури зосереджені на відвідуванні подій, пов'язаних із їжею, наприклад гастрономічних фестивалів. Вони дозволяють учасникам відчувати місцеву культуру, занурившись у регіональні кухні.

Освітні гастрономічні тури служать більш професійним цілям, зосереджуючись на кулінарній підготовці. Такі тури часто передбачають навчання в кулінарних закладах або участь у кулінарних курсах і майстер-класах для розвитку відповідних навичок. Ще один різновид гастрономічного туризму включає в себе елементи полювання та риболовлі, коли мандрівники споживають свій улов, поєднуючи пригоди з кухнею. Ці об'єднані тури мають на меті висвітлити як культурні пам'ятки, так і місцеву кулінарну спадщину, приділяючи однакову увагу обом компонентам [5]

Гастрономічний туризм також сприяє дослідженню культури, знайомлячи мандрівників із традиціями регіону через його кухню, традиційний одяг і презентацію страв. Навпаки, історичний туризм наголошує на історії та визначних місцях регіону, як правило, під керівництвом експертів. Гастрономічний туризм передбачає подорожі різними напрямками, щоб дослідити місцеві кулінарні традиції та відчувати характерні смаки національної або регіональної кухні. Основною мотивацією мандрівників, які обирають цей вид туризму, є можливість скуштувати унікальні страви та продукти, характерні для певного регіону.

Гастрономія не тільки оживляє та урізноманітнює індустрію туризму, але також служить ефективним інструментом для залучення відвідувачів до вже знайомих напрямків. Простіше кажучи, гастрономічний туризм – це форма подорожі, зосереджена на знайомстві з національними стравами, місцевими продуктами та напоями. Учасники таких турів зазвичай відвідують ресторани, що спеціалізуються на національній кухні, беруть участь у гастрономічних фестивалях, беруть участь у приготуванні місцевих страв, знайомляться з історією та способами приготування місцевих страв і напоїв. Тури часто включають дегустацію напоїв і поїздки на виробничі майданчики, такі як ферми чи виноградники, звідки походить ця продукція.

Термін «кулінарний туризм» ввів професор Університету Огайо Л. Лонг на початку 2000-х років. Однак тлумачення пов'язаних термінів, таких як «фуд-туризм», «кулінарний туризм» і «гастрономічний туризм», різняться в різних культурах і дисциплінах. Гастрономічний туризм визнається як самостійним явищем, так і невід'ємною складовою інших видів туризму, що обумовлюється загальною потребою в їжі [17].

З одного боку, гастрономічний туризм поєднує культурні, екологічні та економічні чинники, дозволяючи мандрівникам насолоджуватися їжею, заглиблюючись у кулінарні традиції приймаючої країни. Національна кухня та гастрономія глибоко переплетені з культурною ідентичністю, історією та географічним контекстом регіону, що відображає спосіб життя громади. З іншого боку, гастрономічний аспект туризму існує в масовому туризмі, пропонуючи мандрівникам зручне, недороге харчування. Однак інноваційні регіони часто включають місцеві страви в стандартні туристичні страви, викликаючи у відвідувачів цікавість до регіональних кулінарних традицій і надихаючи на подальші дослідження. Коли дегустація та вивчення місцевої кухні стає основною метою поїздки, гастрономічний туризм перетворюється на окрему форму подорожі зі своєю унікальною привабливістю.

Таблиця 1.1.- Визначення гастрономічного туризму

Автор	Визначення
Є.С. Соколов	Гастрономічний туризм – подорожі в різні регіони та країни для ознайомлення з місцевими кулінарними традиціями й особливостями національної або регіональної кухні; головною метою туристів, які вибирають гастрономічний туризм, як зазначається, є дегустації унікальних продуктів і страв, властивих винятково для цієї місцевості”
Д. Дасілва	Гастрономічний туризм – будь-який досвід туризму, в якому високо цінується та споживається їжа і напої, яке відображає місцеву, регіональну або національну кухню, традиції, культуру, традиційні або кулінарні методи
Д. Басюк	Гастрономічний туризм – це спеціалізований вид туризму, пов’язаний з ознайомленням і дегустацією національних кулінарних традицій країн світу, що є синтезом екології, культури і виробництва
С. Саламатіна	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
С.Ю. Гатауліна	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
Т. Трададенко	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

*Джерело: складено автором на основі літературних джерел [1-3, 6, 14]*

Любителів чистого гастрономічного туризму, яких часто називають «гурманами», готові долати тисячі кілометрів, щоб скуштувати рідкісні, ексклюзивні чи екзотичні страви та напої. Цей нішевий сегмент туризму обслуговує прихильників повільної їжі та пристрасних дослідників кулінарії. Серед європейців німці та британці особливо захоплюються гастрономічними подорожами, що підкреслює зростаючу популярність серед різних демографічних груп.

Гастрономічний туризм стрімко набирає популярність як модний і затребуваний сегмент подорожей. Зараз багато туристів активно шукають можливості познайомитися з кулінарними традиціями різних культур. Незважаючи на своє історичне коріння, цей вид туризму був визнаний окремою категорією та офіційно досліджений лише наприкінці ХХ століття. Зростаючий інтерес призвів до розвитку нових гастрономічних туристичних послуг щороку, що робить гастрономічні тури не просто подорожами — вони пропонують повний кулінарний досвід через добре сплановані заходи та дегустації традиційних страв [4].

Зростання тенденції гастрономічного туризму в країнах Європи можна пояснити зміною звичок споживання їжі та широким впливом культури швидкого харчування. Ця зміна викликала бажання досліджувати нові кухні та куштувати унікальні страви, мотивуючи гастрономічні подорожі та сприяючи глобальному зв'язку в мобільному світі. Це призвело до підвищення оцінки національної та регіональної кухонь не лише серед туристів, а й серед місцевих жителів, сприяючи зростанню гастрономічного туризму. Гастрономічний туризм дає значний внесок у європейську економіку. Це допомагає зберегти культурні традиції, відроджує слаборозвинені регіони та створює інфраструктуру гостинності та можливості для працевлаштування. Зростання популярності гастрономічного туризму тісно пов'язане з просуванням позитивного регіонального та гастрономічного іміджу. Особливо це помітно в середземноморських країнах, таких як Іспанія, Франція та Італія, чії кухні визнано частиною світової нематеріальної культурної спадщини.

Світовий ринок гастрономічного туризму оцінюється приблизно в 42 мільярди доларів США, головним гравцем якого є Європа. Франція, Італія та Іспанія лідирують, але європейські туристи також шукають кулінарних вражень у багатих на культуру напрямках, таких як Індія, Китай та Японія. Токіо, наприклад, може похвалитися вражаючими 217 ресторанами, відзначеними зірками Мішлена. Інтерес до Латинської та Південної Америки, особливо до Перу та Мексики, також зростає серед європейських мандрівників [55].

Гастрономічний туризм є досить новою спеціалізованою формою подорожей, спрямованою на вивчення та дегустацію кулінарних традицій різних країн. Хоча цей підвид туризму існує трохи більше 20 років, він вважається наймолодшим видом туризму. Розвиток гастрономічного туризму можна розділити на кілька основних етапів (Табл.1.2.).

Таблиця 1.2.- Етапи розвитку гастрономічного туризму

Етапи розвитку	Періоди	Особливості
I	(1998 – 2000 рр.)	Період зародження гастрономічного туризму та було введено поняття «кулінарний туризм»
II	(2001 – 2002 рр.)	В цьому періоді з'явилися перша стаття та перша книга про кулінарний туризм
III	(2003 – 2011 рр.)	Заснування Міжнародної асоціації кулінарного туризму (The International Culinary Tourism Association)
IV	(2012 – 2015 рр.)	Відбулося вдосконалення основних термінів, визначень («кулінарний туризм» змінили на «гастрономічний туризм»)
V	(2016 р. – теперішній час)	Відбувається провадження гастрономічного туризму у світові регіони туризму

*Джерело: доопрацьовано автором на основі літературних джерел [35, 52]*

Зародження гастрономічного туризму (I етап): цей етап знаменує введення терміну «кулінарний туризм», вперше введеного Л. Лонгом у 1998 році. Концепція підкреслювала ідею, що туристи можуть дізнатися про культуру країни, спробувавши її місцеву кухню.

Популяризація гастрономічного туризму (II етап): на цьому етапі набула популярності ідея кулінарного туризму. Була опублікована перша стаття на цю тему, а також книга Еріка Вольфа «Міжнародна організація кулінарного туризму».

Структурний розвиток (етап III): цей етап був зосереджений на створенні структур управління гастрономічним туризмом. У 2003 році була заснована

Міжнародна асоціація кулінарного туризму, яка підкреслює культурне значення національної кухні. У маніфесті Асоціації говорилося: «Їжа — це квінтесенція нації, її характеру та історії». У 2012 році організація була перейменована в World Food Travel Association, що відображає її глобальну спрямованість.

Уточнення термінології (IV етап): термін кулінарний туризм замінено на гастрономічний туризм, щоб уникнути помилок. Попередній термін часто неправильно тлумачили як обслуговуючий лише елітних мандрівників, тоді як новий термін розширив свою привабливість.

Глобальне розширення (стадія V): на цьому етапі гастрономічний туризм став невід'ємною частиною глобальних туристичних регіонів. Виникли туристичні компанії, що спеціалізуються на міжнародних гастрономічних турах, серед яких, найвідомішими стали:

1. «Gourmeton Tour» (США);
2. «The International Kitchen» (Великобританія);
3. «Gourmet Getaways» (Італія).

Гастрономічний туризм часто фокусується на конкретних напрямках, де проводяться фестивалі, присвячені певним стравам або інгредієнтам. Ці події підкреслюють культурну та кулінарну ідентичність регіону, залучаючи мандрівників, які прагнуть відчутти автентичні смаки та традиції.

Ініціатива «Гастрономічне креативне місто», яка є частиною програми ЮНЕСКО «Мережа креативних міст», заснованої в 2005 році, відіграє ключову роль у розвитку гастрономічного туризму. Базуючись на Декларації ЮНЕСКО про культурне різноманіття та Всесвітньому альянсі за культурне різноманіття (2002), проект спрямований на збереження та популяризацію місцевих кулінарних традицій як культурних цінностей [25].

Глобалізація індустрії туризму зміцнила її позиції як важливої складової сучасного суспільства. Туризм має зростаючий вплив на економіку багатьох країн, сприяючи збільшенню ВВП, знижуючи рівень безробіття в регіоні та сприяючи

розвитку інфраструктури. Ця стрімка еволюція посилила інтерес до етнічної кухні, унікальних кулінарних традицій і їжі місцевого виробництва. Своєю чергою, цей попит продовжує стимулювати зростання гастрономічного туризму, завдяки якому люди можуть отримати різноманітний культурний досвід через їжу.

## **1.2. Основні напрямки діяльності, роль та переваги розвитку гастрономічного туризму**

Загалом гастрономія розглядалася як одна з найважливіших послуг у сфері туризму, головним чином забезпечення харчуванням під час тривалих подорожей. Однак наприкінці XIX століття гастрономічний туризм почав виходити в окремий вид туризму країн Європи. Це включало винний туризм і відвідування місць виробництва культових продуктів, таких як швейцарський сир, італійська паста, швейцарський шоколад і французькі круасани, що викликало як пізнавальну, так і кулінарну цікавість.

На початку XX століття культурно-освітній туризм також почав включати гастрономічні елементи. Ці тури часто були пов'язані з місцевими фестивалями, сезонними подіями та етно-релігійними традиціями, зокрема:

- свята збору винограду: відзначаються у Франції, Італії та Іспанії, часто пов'язані з виробництвом вина;
- святкування хлібних зборів: відомі як Обжинки або Дожинки в Чехії та Польщі;
- події зі збору врожаю помідорів: зокрема знамениті томатні бої в Іспанії та Португалії;
- фестивалі рибалки: відзначення післянерестового улову в скандинавських країнах [55].

Ці заходи поєднали культурні видовища з гастрономічними практиками, перетворивши традиційну кухню, національні страви та технології приготування їжі на туристичну привабливість. Сьогодні вони продовжують приваблювати

велику кількість міжнародних туристів і приносити значні доходи. Гастрономічний туризм може мати кілька видів:

- екскурсії по ресторанах: відвідування відомих і популярних ресторанів;
- кулінарні тури у сільську місцевість: поїздки в села, для того, щоб скуштувати місцеві страви та місцеві продукти;
- гастрономічні заходи: відвідування виставок, ярмарків або гастрономічних шоу;
- освітні тури: участь у кулінарних курсах, майстер-класах або програмах у спеціалізованих установах;
- комбіновані тури: включають елементи з кількох із зазначених вище категорій.

Гастрономічні тури можна поділяють на дві основні категорії: сільські («зелені») і міські. Сільські гастрономічні тури («зелений» туризм): спрямований на туристів, які бажають споживати екологічно чисті продукти харчування без добавок, отриманих безпосередньо з природи. Діяльність часто включає: заготівлю лісових ягід та грибів, збирання овочів і фруктів на фермах, участь в експедиціях з пошуку трюфелів, вивчення винних шляхів і місцевих виноградників. Міські гастрономічні тури підкреслюють кулінарні традиції міст і можуть включати відвідування: кондитерських фабрик або ремісничі ковбасні цехи, ресторани, пов'язані з цими закладами, де страви готуються з місцевих продуктів [18].

Гастрономічний туризм включає в себе різні види діяльності, такі як: гастрономічні події: фестивалі, кулінарні свята та інші зустрічі, пов'язані з їжею. Спеціалізовані кулінарні маршрути: тематичні тури, спрямовані на демонстрацію регіональної або національної кухні. Кулінарні майстер-класи: можливість для туристів вивчити та практикувати місцеві кулінарні техніки. Продовольчі ярмарки: заходи, на яких висвітлюються місцеві або регіональні продукти та страви.

Гастрономічний туризм охоплює різноманітні напрямки, що відповідають уподобанням туристів. Ці тури можна класифікувати на основі таких критеріїв, як



регіональні особливості, мета поїздки або бажання посмакувати певну їжу чи напої. Добре розроблений гастрономічний тур повинен враховувати ці фактори, щоб відповідати очікуванням цільової аудиторії [14]. Узагальнюючи, основні напрямки та цілі гастрономічного туризму їх можна класифікувати (Табл.1.3.).

Таблиця 1.3.- Основні напрямки розвитку гастрономічного туризму

№ п/п	Напрямок	Мета
1.	Ресторанний	Цей напрямок передбачає відвідування відомих закладів харчування в окремих регіонах або країнах, де туристи занурюються в неповторні смаки місцевої кухні та смакують ексклюзивні страви. Відвідування не обмежується висококласними елітними ресторанами; він також включає в себе чарівні та автентичні ресторани та кав'ярні, які пропонують більш невимушений, але щирий кулінарний досвід.
2.	Освітній	Цей напрям спрямований на те, щоб допомогти учасникам розвинути або вдосконалити свої кулінарні здібності, обслуговуючи в основному професіоналів кулінарної індустрії. Зазвичай вони пропонуються як: спеціалізовані курси, кулінарні школи, практикуми та семінари, виставки, що демонструють передові технології та тенденції у світі кулінарії
3.	Екотур	Вивчення екологічно чистих регіонів і місць органічного виробництва. Ці тури передбачають відвідування екологічно незайманих територій, лісів і виробництв, які спеціалізуються на використанні та просуванні органічних продуктів.
4.	Подієвий	Відвідування заходів гастрономічної тематики. Ці заходи включають поїздки до певних місць у визначений час для участі в культурних і громадських заходах, зосереджених навколо гастрономічної теми. Такі заходи можуть включати шоу, виставки, фестивалі, ярмарки та інші свята, присвячені їжі та кулінарним традиціям.
5.	Монотур	Монотури орієнтовані на один продукт. Монотури — це спеціалізовані подорожі, спрямовані на вивчення певного продукту, наприклад сиру, вина, риби, пива тощо.
6.	Комбінований	Ці тури поєднують елементи з багатьох типів гастрономічних вражень, згаданих вище, пропонуючи різнобічний і вичерпний маршрут.

*Джерело: сформовано автором на основі літературних джерел [7, 28, 36]*

Розробка успішного гастрономічного туру полягає в інтеграції кулінарних вражень з культурними та освітніми програмами. Це поєднання збагачує враження від подорожі, поєднуючи туристів із традиціями та спадщиною регіону через його

кухню. Зростання масового попиту на гастрономічний туризм призвело до розвитку спеціалізованих мереж у індустрії гостинності, підкріплених сучасними транспортними системами, які роблять подорожі доступнішими та ефективнішими.

Основною метою гастрономічного туризму є надання туристам можливості відчувати унікальні страви та напої місцевої кухні певних регіонів. Гастрономічні тури – це спеціально розроблені програми, які можуть включати дегустації їжі, кулінарні враження та навіть навчання в гастрономічних школах.

Об'єкти гастрономічної та кулінарної спадщини є життєво важливими цінностями для збереження автентичності та цілісності унікальних кулінарних традицій і технологій країни. Ці елементи спадщини не тільки захищають національну кулінарну ідентичність, але й значно сприяють зростанню та світовій популярності гастрономічного туризму. Використовуючи таку спадщину, як окремі регіони, так і цілі країни можуть позиціонувати себе як привабливі напрямки на конкурентному міжнародному туристичному ринку [22].

Роль гастрономічної спадщини в туризмі полягає у:

- збереженні кулінарної самобутності: гастрономічна спадщина зберігає традиційні та автентичні кулінарні практики, гарантуючи, що вони залишаються невід'ємною частиною культурної тканини нації;
- підвищенні попиту на гастрономічний туризм: успіх гастрономічного туризму залежить від наявності відповідних ресурсів, починаючи від відомих ресторанів і кулінарних заходів і закінчуючи багатоманітною кулінарною спадщиною;
- стратегічне значення для розвитку туризму: виявлення та просування об'єктів гастрономічного туризму має вирішальне значення для розробки конкурентоспроможних туристичних продуктів на місцевому, регіональному та глобальному рівнях.

Регіони, які поєднують свої туристичні пропозиції з унікальними гастрономічними особливостями, мають кращі позиції для залучення туристів, які прагнуть справжніх вражень. Гастрономія пропонує потужний спосіб створити

незабутні туристичні враження. Кулінарні пропозиції викликають приємні емоції та асоціації, що робить їх привабливою складовою туристичного продукту дестинації. Створюючи сильну гастрономічну ідентичність:

- зростає лояльність туристів: позитивний кулінарний досвід спонукає туристів повертатися до місць призначення;
- унікальний брендинг: кулінарні продукти та досвід із відмінними характеристиками зміцнюють гастрономічний бренд регіону, забезпечуючи його виділення та збереження локалізації;
- стійкість у туризмі: гастрономічний туризм сприяє просуванню місцевих харчових систем і традицій, сприяючи сталим практикам туризму [15].

Основними елементами, навколо яких структурується гастрономічний туризм, є такі країни, які славляться своєю національною кухнею, країни з усталеними кулінарними традиціями, які користуються міжнародним визнанням. Також, всесвітньо відомі регіони, які відомі особливими кулінарними делікатесами, як-от Тоскана вином або Прованс трюфелями, відзначені нагородами ресторани визнані престижними путівниками, такими як Мішлен, або одержувачі інших міжнародних нагород, підприємства харчового виробництва, такі заклади, як виноробні, сироварні чи виробники шоколаду, які пропонують захоплюючі враження. Місцеві системи харчування, об'єднані мережі фермерів, ринків і виробників, які пропагують регіональну автентичність їжі. Також важливої уваги заслуговують кулінарні школи, заклади, які пропонують туристам практичний досвід, щоб дізнатися та залучитися до місцевих кулінарних традицій. Гастрономічні події, фестивалі, ярмарки, виставки та майстер-класи, присвячені культурі та традиціям харчування.

Серед найбільш привабливих аспектів гастрономічного туризму можна виділити: відвідування ферм і місцевих ринків: можливість дослідити ферми та ринки, де представлені місцеві виробники та свіжі автентичні продукти, дегустація: скуштування регіональних страв, від вин і сирів до місцевих делікатесів,

гастрономічні фестивалі та свята: події, присвячені кулінарним традиціям, що забезпечують яскраві культурні враження, кулінарні майстер-класи: практичні майстер-класи, де туристи можуть навчитися готувати культові регіональні страви, гастрономічні ярмарки: демонстрація різноманітних пропозицій їжі та напоїв, часто представлених кустарними та місцевими виробами, враження від ресторанів: обіди в закладах, які підкреслюють регіональні смаки та інноваційні кулінарні технології.

Підкреслюючи цінність гастрономічної та кулінарної спадщини, напрямки можуть справляти значущі, незабутні враження, які сприяють збереженню культури, посилюють економічне зростання та позиціонують себе як лідерів у світовому туристичному ландшафті [10].

Гастрономічний туризм пропонує унікальні переваги, які відрізняють його від інших форм подорожей, поєднуючи культурне збагачення, місцеву економічну підтримку та незабутні кулінарні враження таким чином, що подобається широкому колу мандрівників (Рис. 1.2.).



Рис. 1.2. Основні переваги гастрономічного туризму серед інших видів

*Джерело: доопрацьовано автором на основі літературних джерел [8, 30]*

Основною метою гастрономічного туризму є надання мандрівникам можливості відчувати унікальні регіональні страви та продукти. Гастрономічні тури – це спеціально розроблені програми, які можуть включати дегустації їжі, кулінарні враження та навіть навчання в гастрономічних школах.

Гастрономічний туризм — це спеціалізована галузь у туристичній індустрії, яка зосереджена на вивченні кулінарних традицій, культури харчування та діяльності, пов'язаної з гастрономією. З наукової точки зору цю форму туризму можна охарактеризувати своєю міждисциплінарною природою, яка охоплює культурологію, економіку, географію та соціологію [10].

Гастрономічний туризм є потужним інструментом для сприяння збереженню культури, економічному розвитку та практик сталого туризму. Його багатогранність дозволяє напрямкам використовувати свою кулінарну спадщину для створення унікальних, незабутніх вражень для мандрівників, одночасно сприяючи місцевому та глобальному розвитку. Інтегруючи гастрономічний туризм у більш широкі туристичні стратегії, напрямки можуть підвищити свою конкурентоспроможність, зміцнити культурну ідентичність і забезпечити стале зростання в туристичному секторі.

Економічний ефект від гастрономічного туризму є доволі важливим. У той час як середні витрати типового туриста становлять близько 50 євро, середні витрати гастрономічного туриста зростають до 200 євро. Світовий ринок гастрономічного туризму оцінюється в 42 мільярди доларів [43].

Гастрономічні подорожі приваблюють людей, чії професії тісно пов'язані з приготуванням і насолодою їжею, наприклад, рестораторів, сомельє, дегустаторів і ресторанных критиків. Ці професіонали беруть участь у гастрономічних турах, щоб підвищити свій досвід, відкрити нові ідеї та отримати практичний досвід. Багато турів включають майстер-класи під керівництвом відомих шеф-кухарів, які діляться своїми кулінарними техніками та рецептами, що робить ці поїздки особливо цінними для розвитку майстерності. Крім того, представники

туристичних компаній часто приєднуються до цих турів, щоб дослідити можливості для розширення свого бізнесу шляхом просування та продажу гастрономічних турпакетів.

Гастрономічні тури приваблюють і мандрівників-гурманів, тих, хто із задоволенням смакує унікальні страви певних регіонів. Ці туристи порівнюють смаки та кулінарні традиції, отримуючи уявлення про культурні відмінності та схожість між регіоном, який вони відвідують, і своїм власним.

### **1.3. Методологія наукових досліджень тенденцій та перспектив розвитку гастрономічного туризму**

Для написання кваліфікаційної роботи було застосовано поєднання загальнонаукових та спеціалізованих методів дослідження для забезпечення всебічного та системного вивчення даної теми. Ці методи включали: літературний і структурний аналіз, який використовується для упорядкування та систематизації наукових підходів як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників з проблем та перспектив розвитку гастрономічного туризму. Цей метод дозволив виявити ключові теоретичні основи та тенденції в цій галузі.

Статистичний та порівняльний методи застосовувались для аналізу даних, характерних для України, що дозволяє детально порівнювати місцеві та світові тенденції гастрономічного туризму [11].

Економіко-статистичні дослідження використовується для оцінки та характеристики економічних показників у туристичному секторі. Цей метод дозволив зрозуміти фінансові та операційні показники галузі, висвітливши сильні сторони та проблеми, які виникають в умовах сьогодення.

Моделювання та прогнозування використовується для оцінки майбутніх перспектив індустрії туризму та гостинності, зокрема в післявоєнному контексті. Ці методи допомогли спроектувати потенційні сценарії зростання та стратегічні можливості для відновлення та розвитку.

Описовий і географічний методи використовується для вивчення просторових і регіональних аспектів гастрономічного туризму, включаючи географічний розподіл ключових напрямків і їхні унікальні кулінарні характеристики.

Економічний аналіз зосереджено на розумінні економічного впливу гастрономічного туризму як на місцевому, так і на національному рівнях, включаючи його внесок у ВВП, зайнятість і розвиток суміжних галузей.

Літературний метод, цей підхід передбачав широкий огляд наукової літератури, звітів і тематичних досліджень, щоб забезпечити надійну теоретичну базу для дослідження гастрономічного туризму.

Метод описового аналізу націлений на якісний опис характеристик гастрономічного туризму, включно з його складовими, цільовими аудиторіями та потенційними перевагами для регіонального розвитку.

За допомогою географічного методу розглянуто вплив розташування, клімату та культурного розмаїття на розвиток і привабливість гастрономічного туризму, підкресливши сильні сторони та можливості регіону.

Інтеграція методів, поєднання цих методик дозволило провести цілісний аналіз гастрономічного туризму, охоплюючи його культурні, економічні та географічні аспекти. Використовуючи різноманітні підходи, дослідження забезпечило детальне розуміння галузі та її потенціалу для зростання. Мультиметодичний підхід не лише вирішив поточні виклики гастрономічного туризму, але й забезпечив основу для стратегічного планування та майбутніх досліджень у цьому секторі.

Методи дослідження гастрономічного туризму ґрунтуються на загальних наукових методиках, оскільки вони спрямовані на систематичне вивчення взаємодії між гастрономією та туризмом. Це дослідження зосереджено на розумінні ключових принципів, розкритті закономірностей і створенні ідей, які мають як

теоретичне, так і практичне застосування. Поєднуючи емпіричні та теоретичні підходи, дослідники отримують всебічне розуміння галузі та її наслідків для культурного, соціального та економічного розвитку.

Емпіричне дослідження передбачає безпосереднє спостереження та експериментування, що відіграє центральну роль у дослідженнях гастрономічного туризму. Ці методи збирають реальні дані про кулінарні практики, поведінку туристів і культурні взаємодії. Ключові особливості:

Спостереження методом документування того, як туристи взаємодіють із місцевою кухнею, подіями, пов'язаними з їжею, і регіональними кулінарними традиціями. Організація даних: емпіричні дослідження організують і класифікують результати в структурованих форматах, що дозволяє дослідникам робити значущі висновки [21].

Теоретичні дослідження доповнюють емпіричні дослідження, розробляючи та вдосконалюючи концептуальні основи гастрономічного туризму. Цей підхід досліджує глибші взаємозв'язки між гастрономією, туризмом і культурою, що сприяє створенню теоретичних моделей, які ілюструють взаємодію між їжею, культурою та туризмом, уточнення визначень і зв'язків у галузі, що дозволяє краще розуміти та застосовувати, розширення знань: створення основи для майбутніх досліджень і практичних стратегій гастрономічного туризму.

Інтегруючи ці підходи, можна побудувати збалансоване розуміння гастрономічного туризму. Емпіричні методи генерують фактичні дані, тоді як теоретичні дослідження інтерпретують ці висновки в більш широких концептуальних рамках, створюючи основу для практичного застосування [19].

Дослідження в галузі гастрономічного туризму дотримуються низки принципів, виведених із наукової методології, що забезпечує об'єктивність, точність і відповідність. Ці принципи керують структурованим дослідженням гастрономічного туризму та його динамічної природи. Варто також було



зосередити увагу на визначенні основних елементів, що формують гастрономічний туризм, таких як уподобання споживачів, культурні тенденції та екологічні умови.

Дослідження має на меті поєднати теорію та практику, забезпечуючи ефективне застосування результатів у плануванні, розвитку та управлінні туризмом. Цілі дослідження узгоджуються з більш широкими цілями, такими як збереження культури, економічне зростання або практики сталого туризму. Дослідження гастрономічного туризму враховує історичну еволюцію кулінарних традицій, забезпечуючи логічну послідовність методології та аналізу [33].

Відображаючи мінливий характер туристичного ринку, цей принцип підкреслює важливість визнання та реагування на зміни в уподобаннях споживачів, факторах навколишнього середовища та соціально-економічних умовах.

Завдяки застосуванню цих методів і принципів дослідження гастрономічного туризму сприяють:

- культурне збагачення, сприяє розумінню регіональної та національної кухні як невід'ємних аспектів культурної ідентичності;
- економічний розвиток сприяє визначенню стратегій залучення кулінарного туризму для місцевого та регіонального економічного зростання;
- практики сталого туризму сприяють підтримці інтеграції екологічно чистих ініціатив у гастрономічний туризм, таких як просування органічного землеробства та зменшення відходів.

Поєднуючи емпіричну точність із теоретичною глибиною, дослідження гастрономічного туризму не лише розширюють знання, але й стимулюють значні інновації та стійкі практики в галузі.

Гастрономічний туризм працює в багатогранному середовищі, де численні фактори взаємодіють, впливаючи на результати. Варто визначити пріоритети для найважливіших змінних, таких як місцева культура харчування, ринкова динаміка та демографічні показники відвідувачів, оскільки вони формують масштаби та

фокус дослідження [23]. Складність цієї галузі вимагає системного підходу для забезпечення ясності, актуальності та застосовності висновків.

При дослідженні варто зосередитися на ключових рушійних силах гастрономічного туризму, таких як кулінарні традиції, туристичні мотиви та економічні наслідки. Звужуючи сферу свого охоплення, вони можуть генерувати більш цілеспрямовану та дієву інформацію.

Інтерпретація явищ через цілісну структуру, засновану на встановлених теоріях і моделях, забезпечує послідовність у розумінні та аналізі. Цей підхід підтримує значущі порівняння та валідацію в різних дослідженнях, створюючи міцну основу для подальших досліджень.

Отримані дані оцінюються відповідно до початкових цілей дослідження, таких як сприяння культурному визнанню, сприяння економічному зростанню або підвищення стійкості туристичних напрямків. Успіх вимірюється практичною значущістю та впливом дослідження на ці цілі.

Дослідження гастрономічного туризму повинні безпосередньо підтримувати галузь, визначаючи покращення та уникаючи шкідливих практик. Дослідження мають не тільки розширити розуміння, але й сприяти практичним розробкам, які принесуть користь місцевим громадам, підприємствам і відвідувачам.

Для дослідження тенденцій використовуються такі методи: аналіз вторинних даних, статистичні звіти, публікації в галузі туризму, дослідження ринків гастрономічного туризму, спілкування з фахівцями туристичної галузі та гастрономії та аналіз медіаматеріалів, блогів, соціальних мереж про популярні гастрономічні напрямки [20].

Методи аналізу даних у гастрономічному туризмі визначаються кількісним аналізом, використовується для обробки результатів опитувань і статистичних даних, якісний аналіз при вивченні текстових відгуків, опису досвіду туристів, SWOT-аналіз, оцінка сильних, слабких сторін, можливостей і загроз розвитку гастрономічного туризму, трендовий аналіз, вивчення динаміки популярності

гастрономічних напрямків, впливу нових тенденцій (наприклад, органічних продуктів, street food, fusion-кухні).

При географічному та культурному контексті можна проаналізувати регіональні особливості гастрономічного туризму, наприклад: вплив локальних кулінарних традицій, використання продуктів місцевого виробництва, дослідження культурної спадщини через гастрономію.

На основі результатів аналізу можна запропонувати можливі варіанти розвитку гастрономічних маршрутів і фестивалів в Україні, розширення партнерства між виробниками локальних продуктів та туристичними операторами, використання цифрових технологій (віртуальні тури, онлайн-бронювання), створення туристичних продуктів для нових аудиторій (веганські тури, екологічні маршрути).

На основі результатів досліджень ми можемо сформулювати ефективну маркетингову стратегію для гастрономічних компаній, підтримувати культурну спадщину регіонів, залучати більше туристів через інноваційні гастрономічні продукти.

При дослідженні гастрономічного туризму повинні враховувати взаємодію між різними компонентами, такими як кулінарні традиції, досвід відвідувачів, місцеві підприємства та культурна спадщина. Цей системний підхід дозволяє глибше зрозуміти взаємозв'язки та взаємодію в екосистемі туризму. Завдяки використанню якісних методів разом із вичерпними даними з глобальних і місцевих джерел, це дослідження забезпечує чітке розуміння поточного гастрономічного туризму та його потенціалу для майбутнього зростання.

## РОЗДІЛ 2. ЗАГАЛЬНА ОЦІНКА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ТА АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

### 2.1. Аналіз діяльності та розвитку гастрономічного туризму в Україні та за її межами

Гастрономічний туризм є одним із найдинамічніших сегментів світової індустрії туризму, що швидко розвивається. Це зростання узгоджується зі зміною туристичних уподобань, які все більше наголошують на культурних та емпіричних подорожах. За словами Марії Ізабель Рамос Абаскаль, експерта з туризму ЮНВТО, гастрономічний туризм зараз є провідною світовою тенденцією, що відображає значні зміни в тому, як мандрівники взаємодіють із напрямками [12].

Гастрономічний туризм перетворився з нішевого інтересу на глобальне явище, спричинене зростаючим споживчим попитом на автентичні подорожі з культурним зануренням. Завдяки зусиллям міжнародних і національних організацій, приватних агентств і всесвітньому визнанню ЮНЕСКО, гастрономічний туризм продовжує процвітати, збагачуючи як мандрівників, так і приймаючі громади, одночасно сприяючи сталим і культурним туристичним практикам.

Гастрономічний туризм став невід'ємною складовою світової індустрії туризму, поєднуючи кулінарну спадщину, культурні дослідження та економічні вигоди. Наукове дослідження цього явища розкриває чіткі регіональні внески та стратегії, що використовуються для розвитку гастрономічного туризму, підкреслюючи його роль як рушійної сили брендингу місця призначення, місцевого економічного розвитку та міжнародної конкурентоспроможності.

Виходячи з уподобань і цілей туристичної подорожі, цільову аудиторію для гастрономічного туризму можна класифікувати та систематично організувати, як показано на Рис. 2.1.

Франція займає домінуюче місце в європейському гастрономічному туризмі. З 27 регіонів 22 визнані основними напрямками для кулінарних подорожей,

включаючи Рону-Альпи, Прованс, Шампань-Арденни, Бургундію та Ельзас. Кожен регіон пропонує унікальну гастрономічну ідентичність: Прованс: відомий своєю рибою, вином та ароматними м'ясними стравами, а також традиційними сирами та паштетами. Париж: всесвітньо відомий своїми круасанами та кавою. Франція інституціоналізувала гастрономічний туризм як окремий сектор. Створення першого в світі Гастрономічного університету в Реймсі підкреслює прагнення нації до кулінарної досконалості.

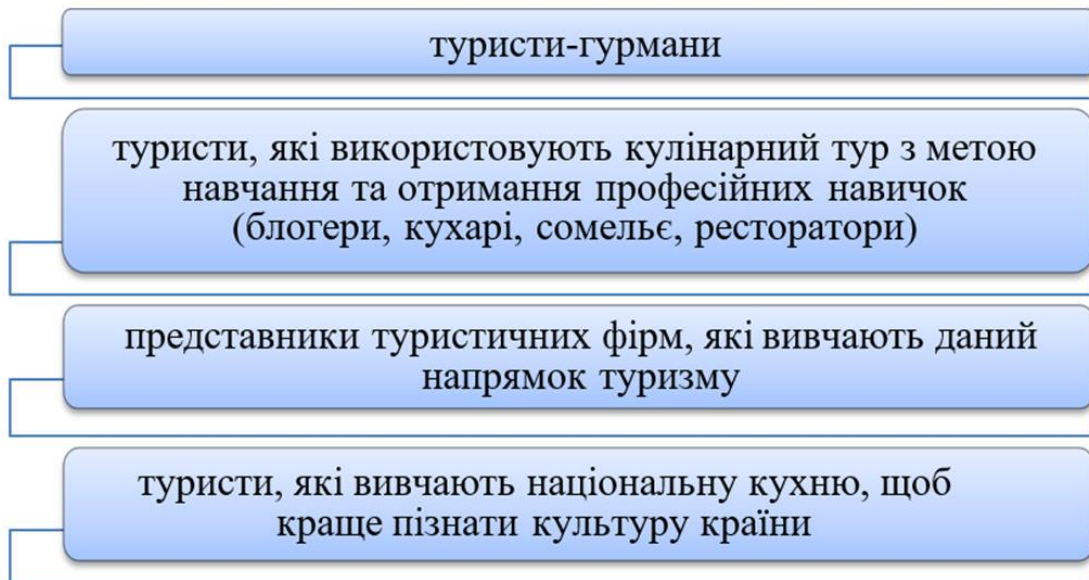


Рис. 2.1. Цільова аудиторія відвідувачів гастрономічного туризму  
Джерело: сформовано автором на основі літературних джерел [5, 9, 21]

Італія є новатором гастрономічного туризму. Італія посідає друге місце в світі, визнана основоположником гастрономічного туризму. Італійці були піонерами в інтеграції виробництва продуктів харчування, технологій і туризму в єдину модель. За даними Італійської національної туристичної адміністрації, щонайменше 10% міжнародних туристів відвідують Італію для участі в гастрономічних та винних турах.

Особливі регіони Тоскана, Венето, Ломбардія та Лаціо приваблюють відвідувачів ресторанами, відзначеними зірками Мішлена, і автентичними кулінарними враженнями. Державна підтримка у Італії сприяє розвитку

гастрономічного туризму через організовані фестивалі та кулінарні школи, які забезпечують професійне навчання італійській кухні.

Іспанія є висхідна зірка гастрономічного туризму. Іспанія швидко стає гастрономічним напрямком, приваблюючи тисячі туристів, які прагнуть скуштувати культові страви, такі як гаспачо, хамон і паелья. Унікальні практики: традиція «ir de tapas» заохочує туристів відвідувати кілька ресторанів і барів за один вечір, насолоджуючись різноманітними напоями та закусками. Іспанська кухня є основним елементом більшості туристичних пакетів, що підтримується державною політикою, спрямованою на збільшення кількості відвідувачів і стимулювання гастрономічного туризму [13].

Швейцарія має всесвітньо визнані гастрономічні продукти. Хоча Швейцарія ще не є основним напрямком для гастрономічного туризму через високі ціни, її всесвітньо відомі продукти — сир, вино та шоколад — продовжують привертати увагу міжнародної спільноти. Ці продукти є невід'ємною частиною кулінарної ідентичності країни та забезпечують міцну основу для майбутнього розвитку.

Швеція має також гастрономічний бренд. Швеція прийняла концепцію створення виразної гастрономічної ідентичності через інноваційний проект «Швеція – нова кулінарна нація». Реалізація: цей проект під керівництвом VisitSweden рекламує шведську кухню в 12 країнах світу.

Гонконг є гастрономічною столицею Азії. Гонконг стратегічно позиціонує себе як провідний гастрономічний центр в Азії, використовуючи свою репутацію «всесвітньої продовольчої ярмарки». Гонконг приваблює шеф-кухарів і кулінарних ентузіастів із понад 14 000 кафе та ресторанів із усього світу. Гастрономічний туризм становить значну частину економіки Гонконгу, приносячи прибуток і підвищуючи його статус як глобального напрямку харчування [54].

За даними Міжнародної асоціації кулінарного туризму (ICTE), інші відомі гастрономічні напрямки включають: Америка: Онтаріо (Канада), Альберта (Канада), Техас (США) і Перу. Азіатсько-Тихоокеанський регіон: Індія, Китай, Таїланд,

В'єтнам, Південна Австралія та Нова Зеландія. Європа: Шотландія та інші регіони, що розвиваються. Головним мотиватором для туристів, які відвідують ці напрямки, є бажання відчувати справжню місцеву кухню, що відображає глобальну привабливість гастрономічного туризму.

Гастрономічний туризм є високоприбутковою галуззю, яка значно стимулює національні економіки. Навіть країни, про які раніше не звертали уваги через свою кулінарну спадщину, тепер інвестують у цю сферу, визнаючи її потенціал для зростання. Включення сільського господарства, виробництва продуктів харчування, роздрібною торгівлі та гостинності в ланцюжок гастрономічного туризму посилює його економічний вплив [24].

Гастрономічний туризм охоплює всі аспекти харчової та туристичної екосистеми місця призначення. Основні виробники сільське господарство, рибальство та інші харчові галузі, переробні підприємства: молокозаводи, оливкові заводи, консервні заводи, виноробні тощо, туризм і готельний бізнес: ресторани, спеціалізовані помешкання та гастрономічні заходи, роздрібна торгівля: місцеві ринки та продаж продукції, сектор знань: Кулінарні освітні та навчальні програми.

Гастрономічний туризм є прикладом перетину збереження культури, економічних інновацій і брендингу місця призначення. Франція, Італія та Іспанія лідирують як кулінарні центри, тоді як такі країни, як Швеція та Гонконг, використовують інноваційні стратегії для встановлення своєї гастрономічної ідентичності. Інтегруючи виробництво продуктів харчування, туризм та освіту, гастрономічний туризм створює стійкі можливості для економічного зростання та культурного обміну, забезпечуючи його подальше розширення на світовому ринку туризму. Обсяг і різноманітність послуг гастрономічного туризму, які пропонує країна або регіон, багато в чому визначаються наявними туристичними ресурсами. Ці ресурси зазвичай включають ресторани, об'єкти культурної та кулінарної спадщини та гастрономічні заходи. Згідно зі звітом Всесвітньої туристичної організації UNWTO за 2019 рік, найбільше в гастрономічному туризмі вносять

ресторани (перші місця), місцеві заклади харчування (другі), а також гастрономічні фестивалі та свята (треті). Спеціалізованою категорією в цій сфері є поняття «міста-ресторани», які стали особливо популярними серед кулінарних туристів.

Ексклюзивні ресторани з винятковим меню та зірками Мішлена, такі як La Pergola (Рим), Fat Duck (Брей, Великобританія) і Koju (Токіо), підсилюють привабливість міста. Довідник Мішлена, всесвітньо визнаний еталон досконалості ресторанів, відіграє ключову роль у формуванні гастрономічного туризму. Рецензенти Michelin відвідують заклади анонімно, забезпечуючи об'єктивність і послідовність своїх оцінок (Табл. 2.1.).

Таблиця 2.1. - Кількісний та якісний показники ресторанів відмічених зіркою Мішлен у світі [53,56]

№ з/п	Назва міста	Загальна кількість ресторанів	Всього відмічено зірками	*	**	***	%
1	Париж	453	77	50	17	10	17
2	Лондон	450	55	46	7	2	12,2
3	Інші столиці Європи	1715	341	271	55	15	19,9
4	Чикаго	400	26	19	5	2	6,5
5	Лас-Вегас	127	17	13	3	1	13,4
6	Нью-Йорк	857	77	61	10	6	9
7	Лос-Анджелес	263	20	16	4	0	7,6
8	Сан-Франциско	513	54	41	7	6	10,5
9	Вашингтон	102	14	11	3	0	13,7
10	Гонконг та Макао	272	69	51	13	5	25,4
11	Кіото, Осака, Кобе, Нара	496	300	224	61	15	60,5
12	Сеул	174	24	18	4	2	13,8
13	Шанхай	138	26	18	7	1	18,8
14	Сінгапур	176	38	30	7	1	21,6
15	Токіо, Йокахома та Шонан	392	293	219	57	17	74,7
16	Бангкок	115	17	14	3	0	14,8
17	Тайбей	126	20	17	2	1	15,9
18	Ріо-де-Жанейро і Сан Пауло	345	19	18	1	0	5,5



«Міста-ресторани» – це напрямки, які демонструють різноманітні кулінарні враження через різноманітність кухонь, форматів і стилів. Такі міста, як Нью-Йорк, Лондон, Париж, Токіо, Рим, Брюссель, Гонконг, Барселона, Сан-Франциско та Новий Орлеан, є зразковими в цій категорії. Для отримання статусу «місто-ресторан» локація має відповідати наступним критеріям: унікальна кулінарна ідентичність (місто має мати особливу кухню, яка визначає культуру харчування, відображаючи як автентичність, так і інноваційність); кулінарні стандарти світового рівня (найкращі ресторани міста мають відповідати світовим стандартам, пропонуючи виняткову якість, креативність та автентичність); наявність закладів вищого рівня («Місто-ресторан» має мати кілька елітних закладів, відомих своєю неперевершеною їжею, декором і загальною розкішшю).

Ресторани отримують зірки на основі суворих критеріїв:

- одна зірка: ресторан, у якому варто зупинитися під час подорожі;
- дві зірки: ресторан, який вартий уваги;
- три зірки: найкращий ресторан, який виправдовує планування цілої подорожі [46].

Рейтингова система Michelin вважається гарантією кулінарної якості та унікальності, що робить її ключовим фактором гастрономічного туризму. Міста з великою концентрацією ресторанів, відзначених зірками Мішлена, є основними кандидатами для спеціальних гастрономічних турів.

Провідні гастрономічні напрямки та їхні рейтинги Мішлена. Міста Азії лідирують за кількістю тризіркових ресторанів Мішлена, що пропонують неперевершені можливості для гастрономічного туризму. Відомі напрямки включають:

- Японія: Кіото, Осака, Кобе, Нара, Токіо, Йокогама і Шонан.
- Китай: Шанхай, Гонконг, Макао і Тайбей.
- Південна Корея: Сеул.
- Південно-Східна Азія: Сінгапур.

Кожне з цих «міст-ресторанів» може слугувати окремим напрямком для подорожей, орієнтованих на кулінарію, з турами, розробленими для ознайомлення з різноманітними гастрономічними пропозиціями. Концепція «міст-ресторанів» підкреслює перетин кулінарної досконалості, культурної ідентичності та туризму. Порівнюючи місцеві гастрономічні активи зі світовими стандартами, напрямки можуть досягти покращене брендування цільового призначення, відзначаючи себе як центри кулінарних інновацій і традицій, економічні вигоди, підвищення місцевої економіки шляхом збільшення туристичних витрат на ресторани, заходи та кулінарну освіту. Збереження та просування культури, демонстрація місцевої кулінарної спадщини, одночасно заохочуючи еволюцію традиційних технік.

Стратегічний розвиток гастрономічного туризму, який підтримується такими ресурсами, як заклади з рейтингом Мішлена, кулінарні заходи та навчальні заклади, позиціонує «міста-ресторани» як важливі вузли глобальної туристичної мережі. Відповідаючи суворим стандартам і пропонуючи унікальний досвід, ці міста не тільки приваблюють любителів їжі, але й зміцнюють свої культурні та економічні зв'язки з міжнародним співтовариством. Ця модель інтеграції гастрономії в туризм підкреслює її потенціал як трансформаційної сили в сучасних подорожах [26].

На жаль, в Україні рівень сервісу не є на досить високому рівні, тому закладів з рейтингом Мішлена у нашій країні немає. Є кілька претендентів у Києві, але під час війни це не зовсім актуально, тому, що заклади, які отримують відмітку за рейтингом Мішлена піднімають вартість своїх послуг на 30-40%.

Гастрономічний туризм в Україні має величезний потенціал для зростання та міжнародного визнання завдяки багатим кулінарним традиціям і різноманітній культурній спадщині країни. Щоб скористатися цими можливостями, ресторанна індустрія та зацікавлені сторони повинні прийняти інноваційні стратегії та практики, щоб задовольнити мінливі уподобання гастрономічних туристів.

Щоб покращити враження від обіду для гастрономічних туристів, українська ресторанна індустрія має зробити пріоритетом інтеграцію сучасних кулінарних

інновацій, таких як ф'южн та молекулярна кухня. Ці передові технології приготування поєднують традиційні смаки з експериментальними методами, пропонуючи унікальні та незабутні враження. Глобальна популярність таких підходів дає можливість Україні створити особливу кулінарну ідентичність, яка приваблює міжнародних туристів. Створення та просування територіальних брендів, адаптованих до потреб гастрономічних туристів, є важливими для успіху галузі. Кожен регіон в Україні має потенціал створити власну кулінарну ідентичність, що відображає місцеві традиції та особливості. Ці регіональні бренди можуть служити магнітом для туристів, водночас сприяючи розвитку місцевої економіки [42].

Останні тенденції також вказують на зростання концептуальних ресторанів, підприємств ресторанного господарства та інших, які, як очікується, будуть розширюватися, пропонуючи відвідувачам інноваційні та захоплюючі страви (Рис. 2.2.). Ці заклади відіграють вирішальну роль у підвищенні привабливості кулінарного ландшафту України, поєднуючи креативність із високоякісним обслуговуванням.



Рис. 2.2. Найбільш привабливі об'єкти гастрономічного туризму  
Джерело: сформовано на основі літературних джерел [16, 30]

Гастрономічні тури Україною пропонують відвідувачам захоплюючий досвід кулінарної практики країни, дозволяючи їм досліджувати традиційні страви та зрозуміти їхнє культурне значення. Ці тури дозволяють глибше оцінити історію, традиції та регіональні особливості України через її їжу. За даними Всесвітньої туристичної організації, гастрономічних туристів найбільше приваблюють: ресторани (29%): заклади харчування, що пропонують місцеву та інноваційну кухню; заклади торгівлі локальними продуктами (26%): місця, де відвідувачі можуть ознайомитися з автентичними місцевими продуктами; гастрономічні свята та фестивалі (20%): яскраві святкування, присвячені регіональним кулінарним традиціям. Ці елементи пропонують багатогранне дослідження української культури харчування, поєднуючи обіди, відкриття та участь у святкових заходах [16] .

Унікальна позиція України як мультикультурної держави значною мірою сприяє її багатій кулінарній спадщині. Оскільки етнічні меншини становлять приблизно чверть населення, кухня країни відображає злиття традицій, принесених різними національностями протягом століть. Це розмаїття сформувало український кулінарний ландшафт, де місцеві методи та смаки органічно поєднуються з впливами різних культур. Станом на 2021 рік Держстат зафіксував 57 712 зареєстрованих ресторанів по всій країні. Це значне число відображає зростаючу репутацію України як кулінарного напрямку та підкреслює важливість гастрономічного туризму як життєво важливої складової національного туристичного сектора.

Сектор гастрономічного туризму України готовий до значного зростання завдяки різноманітним кулінарним традиціям, інноваційній ресторанній індустрії та ініціативам регіонального брендингу. Використовуючи сучасні кулінарні технології, сприяючи співпраці між зацікавленими сторонами та відзначаючи свою багату культурну спадщину, Україна може зарекомендувати себе як видатний напрямок на світовому ринку гастрономічного туризму. Розширення цього сектору не тільки підвищить міжнародний авторитет країни, але й сприятиме її економічному розвитку та збереженню культури.

Україна входить до п'ятірки європейських країн із значним потенціалом для розвитку винного туризму, який визнано всесезонним видом діяльності у сфері туризму [20]. Це позиціонує Україну як конкурентоспроможний напрям як для внутрішнього, так і для міжнародного гастрономічного туризму. Аналіз доступних турів і споживчого попиту виділяє п'ятірку найпопулярніших гастрономічних вражень в Україні:

- сировинний тур Закарпаттям, подорож унікальними виноробнями та виноградниками краю;
- «Полтавські галушки», кулінарне дослідження культової полтавської страви, відомої своїм культурним і гастрономічним значенням.
- хмільний Львів, екскурсії з крафтовим пивом та іншими місцевими напоями, демонстрація пивоварних традицій Львова;
- прогулянки по-одеськи, кулінарні пригоди багатою та різноманітною гастрономією Одеси;
- фестиваль пива та м'яса у Луцьку, свято традиційних пар, що залучає любителів їжі та напоїв [26].

Українська кухня відіграє значну роль у формуванні ідентичності країни та залученні гастрономічних туристів. Знакові страви, такі як борщ із його майже 100 регіональними варіаціями та сало (сало), улюблений національний делікатес, підкреслюють різноманіття українських кулінарних традицій. Крім того, традиційні свята, такі як Різдво, Великдень, Новий рік та «Старий Новий рік», містять унікальні страви, такі як кутя, паска, колів, узвар, вареники та пироги, збагачуючи культурні враження для відвідувачів [2].

«Сорочинський ярмарок», який щорічно проводиться у Великих Сорочинцях Полтавської області, є одним із найвідоміших культурно-виставкових заходів України. Це яскраве свято щороку приваблює близько півмільйона туристів, пропонуючи повну демонстрацію української культури через різноманітні заходи та виставки.

## 2.2. Загальна оцінка тенденцій розвитку гастрономічних фестивалів та гастротурів в Україні

Розвиток гастрономічного туризму в Україні потребує комплексного підходу, який передбачає оновлення законодавчої бази, просування національних проектів, розвиток кваліфікованих кадрів та значне покращення туристичної інфраструктури. Для ефективного управління та підтримки гастрономічного туризму вкрай важливо переглянути ключові законодавчі акти, такі як Закони України «Про туризм і курорти» та відповідні нормативні документи.

2018 рік Національна туристична організація України оголосила «Роком гастрономічного туризму» через велику кількість тематичних заходів, що проводяться по всій країні. Експерти та ресторатори сходяться на думці, що гастрономічний туризм є одним із найперспективніших секторів туризму в Україні, який має потенціал підвищити світовий туристичний профіль країни.

Зараз в Україні активно розвивається національна концепція гастрономічного туризму (Табл. 2.2.). Ця стратегія, представлена у вигляді дорожньої карти, стане ключовою складовою Національної стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. За словами А. Бусигіна, гастрономічний туризм має потенціал стати провідним напрямком розвитку туристичного бізнесу в Україні [27].

Таблиця 2.2. - Гастрономічні регіони України

Гастрономічний регіон	Перелік областей
Карпатський	Львівська, Чернівецька, Івано-Франківська, Закарпатська
Західно-Поліський	Волинська, Рівненська, Житомирська
Подільський	Тернопільська, Хмельницька, Вінницька
Центрально-Столичний	Чернігівська, Київська, Черкаська, Кіровоградська
Північно-Східний	Сумська, Харківська, Полтавська
Донецько-Придніпровський	Луганська, Донецька, Запорізька, Дніпропетровська
Причорноморський	Одеська, Херсонська, Миколаївська

*Джерело: розроблено автором*

Успішний розвиток гастрономічного туризму в Україні залежить від багатопланового підходу, який включає оновлення законодавчої бази, запуск цільових промоційних проектів, формування кваліфікованої робочої сили та покращення інфраструктури. Звернення до цих сфер дозволить Україні повністю розкрити потенціал своєї кулінарної спадщини, залучити більше туристів і зміцнити свої позиції як визначного гастрономічного напрямку на світовій арені [58].

Багатьом підприємцям не вистачає досвіду, необхідного для розвитку та підтримки успішних підприємств гастрономічного туризму. Дослідження показують, що регіони, де проводяться ярмарки, екскурсії, народні свята та фестивалі, відчують помітне зростання кількості туристів. В останні роки в Україні спостерігається сплеск організації гастрономічних фестивалів та гастротурів, які відіграють значну роль у формуванні кулінарної та туристичної ідентичності регіонів. До найбільш популярних регіонів України, у яких проводяться гастрономічні заходи можна віднести кілька областей, які зображено на Рис. 2.3.

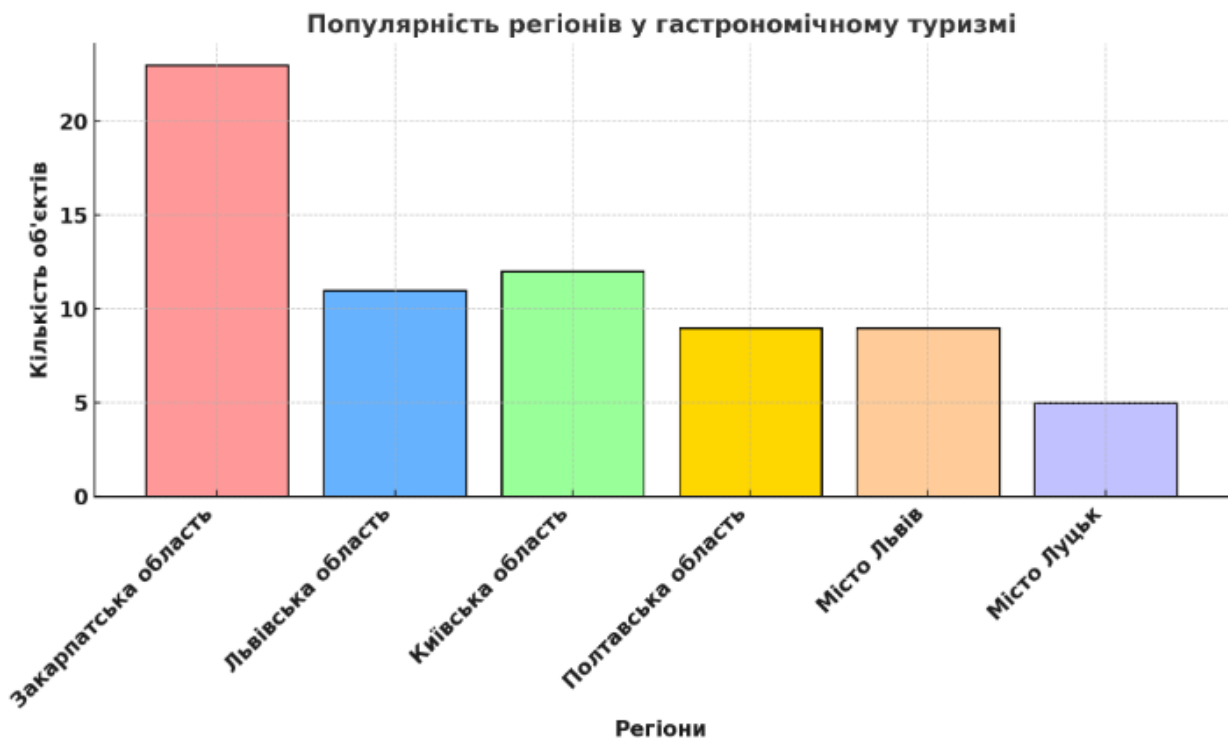


Рис. 2.3. Найбільш популярні регіони України для гастрономічних фестивалів  
Джерело: розроблено автором за [16, 24]

Одним із основних напрямів розвитку туризму України є знайомство відвідувачів із автентичними кулінарними традиціями країни та розширення асортименту гастрономічних послуг. Зосереджуючись на демонстрації своєї кулінарної ідентичності, Україна може підвищити свою привабливість як напрямок гастрономічного туризму. Українська кухня розвивалася протягом століть, відображаючи історію, традиції та культурні звичаї свого народу. Вплив сусідніх країн сприяв регіональному розмаїттю української гастрономії: польська кухня сформувала кулінарні звичаї Поділля, турецька кухня вплинула на смаки Буковини, угорська кухня залишила свій слід на Гуцульщині. Це злиття культурних впливів призвело до створення багатого та різноманітного кулінарного ландшафту, що робить українську кухню унікальною та привабливою для туристів [29].

Українська гастрономія пропонує широкий вибір страв — понад 4000 — зі свинини, риби, яєць, молочних продуктів, борошна. Серед культових страв: вареники: основна страва української кухні з різними начинками, галушки: традиційні вареники, які часто подають з соусами або м'ясом; бабки: тип запеченого пудингу; торти та пироги: відображають українські традиції випічки, часто включають сезонні або регіональні інгредієнти. Цей сорт демонструє глибину та багатство українських кулінарних традицій, що робить його ключовим атракціоном для гастрономічних туристів. Багата кулінарна спадщина України, сформована століттями традицій і регіональних впливів, пропонує великий потенціал для розвитку гастрономічного туризму. Використовуючи свою унікальну гастрономію та розширюючи свої пропозиції, Україна може позиціонувати себе як провідний напрямок гастрономічного туризму в Східній Європі, запрошуючи відвідувачів досліджувати її автентичні смаки та культурну самобутність (Рис. 2.4.).

У центрі гастрономічних фестивалів України – культові кулінарні бренди: вареники, борщі, сало, пампушки, пиво, вино, шоколад, кава, риба, морепродукти. Ці елементи не лише покращують туристичний імідж регіону, а й виступають культурною привабливістю кожного з регіонів України.





Рис. 2.4. Карта гастрономічних кулінарних особливостей по областях України [25]

Потенціал України для розвитку гастрономічного туризму є значним, найбільш перспективним сегментом якого визначено сиро-винний туризм. Однак вирішення проблем, пов'язаних з економічними зривами, нестачею робочої сили та обмеженим управлінським досвідом, має важливе значення для максимізації цього потенціалу. Реалізуючи майбутню дорожню карту гастрономічного туризму та інтегрувавши її в національну стратегію, Україна може позиціонувати себе як визначний напрямок гастрономічного туризму в Європі та за її межами. Закарпатська область: «Фестиваль білого вина» (м. Берегово), «Фестиваль червоного вина» (м. Мукачево), «Верховинська яфіна» (с. Гукливи), «Гуцульська бринза». » (Рахів) висвітлюють багаті кулінарні традиції краю. Львівщина: щорічні фестивалі, такі як Національний

фестиваль шоколаду, Фестиваль крафтового пива та вінілової музики та «На каву до Львова», підкреслюють позицію Львова як гастрономічного центру. Місто Київ: Ключові події включають «Київський фестиваль їжі та вина», «Best Food Fest», «Київський фестиваль кави» та Фестиваль морозива, де представлено різноманітні кулінарні шедеври.

Якщо більшість регіонів активно розвивають гастрономічний туризм, то в Донецькій і Луганській областях фестивалів бракує через триваючі військові конфлікти. Проте відсутність гастрономічних фестивалів у Черкаській області залишається непоясненою, висвітлюючи сферу потенційного розвитку.

До найпопулярніших тематик гастрономічного туризму в Україні можна віднести:

- сирний туризм, святкування традиційного та кустарного виробництва сиру;
- винний туризм, вивчення виноградників і виноробень, часто в поєднанні з дегустаціями та кулінарними враженнями, саме він вважається перспективним серед інших;
- медовий туризм, демонстрація багатих традицій бджільництва та продуктів, виготовлених із меду [33].

Перші в Україні структуровані гастрономічні маршрути запровадили в Одеській області в рамках проекту ЄС «Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні». Ці маршрути, спільно відомі як «Дороге вино» та «Смак української Бессарабії», зосереджені на популяризації регіональної винної та кулінарної спадщини.

Гастрономічні фестивалі та тематичні туристичні маршрути значною мірою сприяють розвитку туристичного сектору України, популяризуючи регіональну кулінарну спадщину. Такі регіони, як Закарпаття, Львів і Київ, стали відомими центрами гастрономічних подій, а винний туризм має величезний потенціал для майбутнього розвитку.

В Україні проводяться різноманітні фестивалі їжі, які відзначають регіональні та національні смаки, приваблюючи як внутрішніх, так і міжнародних туристів. Серед відомих прикладів: «Фестиваль дерунів» (Коростень); Фестиваль вуличної їжі» (Київ); «Фестиваль національної кухні» (Луцьк); «Всеукраїнський фестиваль вареників» (м. Яремча).

Закарпаття лідирує в країні з проведення гастрономічних подій, щорічно проходить близько 20 фестивалів. Однак у деяких регіонах все ще бракує кулінарних фестивалів, що є невикористаними можливостями для розширення гастрономічної туристичної привабливості України (рис. 2.2).

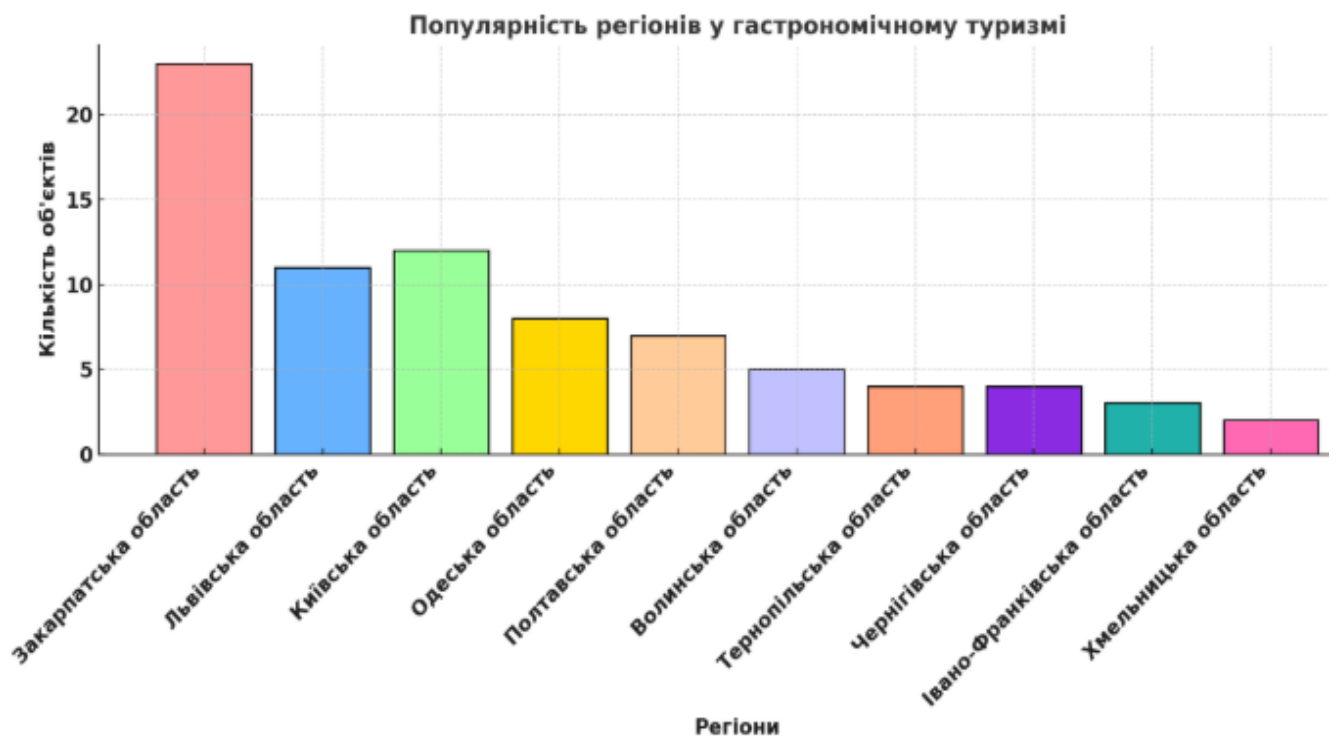


Рис. 2.5. Кількість гастрономічних фестивалів за областями в Україні  
*Джерело: складено автором на основі літературних джерел [16, 34, 48]*

Багата кулінарна спадщина України в поєднанні з її яскравими фестивалями їжі та культурними подіями пропонує величезний потенціал для розвитку гастрономічного туризму. Знакові заходи, як-от Сорочинський ярмарок та регіональні фестивалі, вже привертають значний інтерес туристів, але залишається

можливість для розширення в недостатньо туристично-привабливих областях. Щоб повністю розкрити свій потенціал, Україна має інвестувати в інфраструктуру, оптимізувати законодавчу базу та підтримувати розвиток високоякісних послуг, позиціонуючи себе як конкурентоспроможний напрямок на світовому ринку гастрономічного туризму. Україна має досить хороші гастрономічні тури, які пропонують не тільки захоплюючі погляди на культуру та історію країни, але й незабутню кулінарну подорож (Табл. 2.3.). Ці тури ідеальні для любителів їжі, які прагнуть поєднати подорожі з надзвичайними смаками.

Таблиця 2.3. – Найпопулярніші гастротури України

№	Назва туру	Маршрут	Тривалість, к-сть днів	Вартість, грн
1	Сирно-винний тур по Закарпаттю зі Львова	Львів – Чинадієво – Мукачево – Берегово – Четфалва – Нижнє Селище – Синевир – водоспад Шипіт – Львів	2	1095
2	До бойків на сир + SPA – тур зі Львова	Львів – Лавров – Спас-Бусовисько – Ясениця-Замкова – Розлуч – Бориня – Львів	1	від 395
3	Подорож по гоголівських місцях. «Полтавські галушки»	Київ – Полтава – Диканька – Опішня – Гоголеве – Київ	2	від 1990
4	Закарпаття на смак – дегустаційний тур з Ужгорода	Ужгород – Лумшори – Перечин – Середнє – Нижнє Селище – Хуст – Мукачево – Косино – Берегово – Ужгород	4	від 3999
5	Гастрономічний тур: «Кулінарне закарпаття»	Ужгород – Перечин – Ужгород – Середнє – Берегово – Мукачево	2	від 1960
6	Свято живота. Дегустаційний тур «Сало, сир і пиво»	Київ – Біла Церква – Богуслав – Івки – Біла Церква – Київ	1	від 510

*Джерело: сформовано автором на підставі [9, 12, 22, 40, 45]*

Сирно-винний тур по Закарпаттю – ідеальний вибір для тих, хто цінує нові враження та смачну їжу. Ця подорож пропонує захоплююче з’єднання мальовничих краєвидів і гастрономічних відкриттів, які дозволяють краще оцінити культуру регіону. Маршрут Сирно-винний тур по Закарпатті: Львів – Чинадієво – Мукачево – Берегово – Четфалва – Нижнє Селище – Синевир – водоспад Шипіт – Львів (Рис. 2.6.).

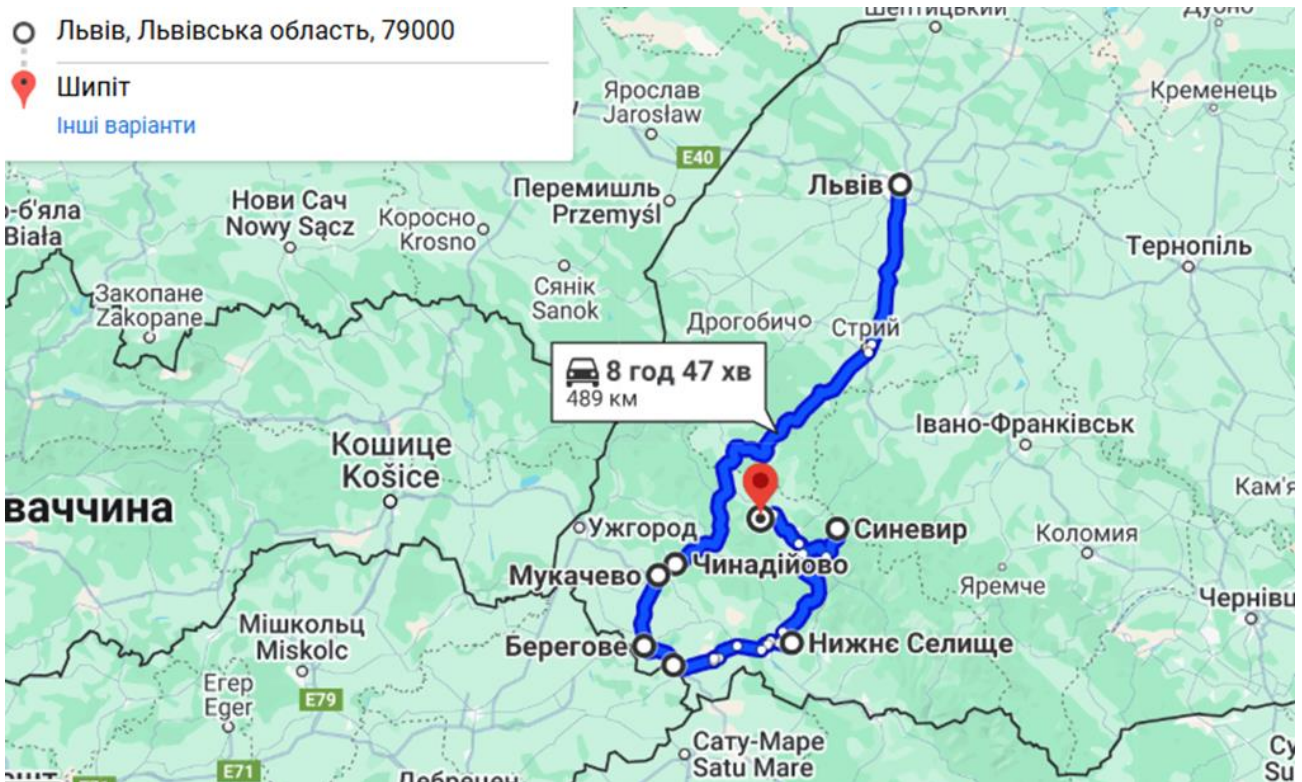


Рис. 2.6. Гастрономічний маршрут Сирно-винного туру по Закарпатті [45]

Закарпаття – це один із наймальовничіших і найколіоритніших регіонів України, що славиться не лише природною красою, але й унікальними кулінарними традиціями. Особливе географічне розташування регіону, що межує з Румунією, Угорщиною, Словаччиною та Польщею, сприяло формуванню неповторного поєднання європейських гастрономічних впливів із місцевими гуцульськими традиціями. Маршрут Сирно-винного туру по Закарпатті здійснюється відповідно до програми туру:



- Перший день: виїзд зі Львова (08:00), екскурсія до палацу Шенборна (санаторій "Карпати"), замок у Мукачеві та обід місцевими стравами, відвідування термального басейну або прогулянка Береговим, дегустація вин у Берегівському вулканічному низькогір'ї, вечір та ніч у сільських садибах Берегівського району (прибуття о 21:30).

- Другий день: сніданок і виїзд (08:00), дегустація сиру у Виноградіві, екскурсія та обід біля озера Синевир, огляд водоспаду Шипіт, повернення до Львова (23:30).

Відвідувачі зупиняються в затишних садибах сільського туризму Берегівського району з двомісними та тримісними номерами. У вартість туру включено проїзд автобусом туристичного класу, проживання в садибах, послуги гідра-екскурсовода, екскурсії туристичними об'єктами, страхування на час подорожі. Закарпатський сир і вино стануть не лише кулінарним відкриттям, але й культурною мандрівкою через традиції регіону (Рис. 2.7.).



## СИРО-ВИННИЙ ТУР ПО ЗАКАРПАТТЮ ЗІ ЛЬВОВА

Рис. 2.7. Продукти для дегустації під час сирно-винного туру по Закарпатті

Додаткові витрати: вхідні квитки до туристичних об'єктів, харчування: дегустації сиру та вина. Основні гастрономічні зупинки:

- Мукачево, смакування страв лемківсько-мукачівської кухні, зокрема торгоню з грибним соусом.
- Берегово: Насолодитися угорськими делікатесами, такими як бограч і мадярські голубці.
- Озеро Синевир: Страви бойківської кухні – юшка з білими грибами та м'ясо по-полонинськи.

Туристичний маршрут «До бойків на сир + SPA» це подорож, де ви зможете насолодитися мальовничими панорамами Верховини, побачити скелі, водоспади та поринути у чарівну атмосферу українських традицій. Маршрут туру: Львів – Лавров – Спас-Бусовисько – Ясениця-Замкова – Розлуч – Бориня – Львів (Рис. 2.8.).

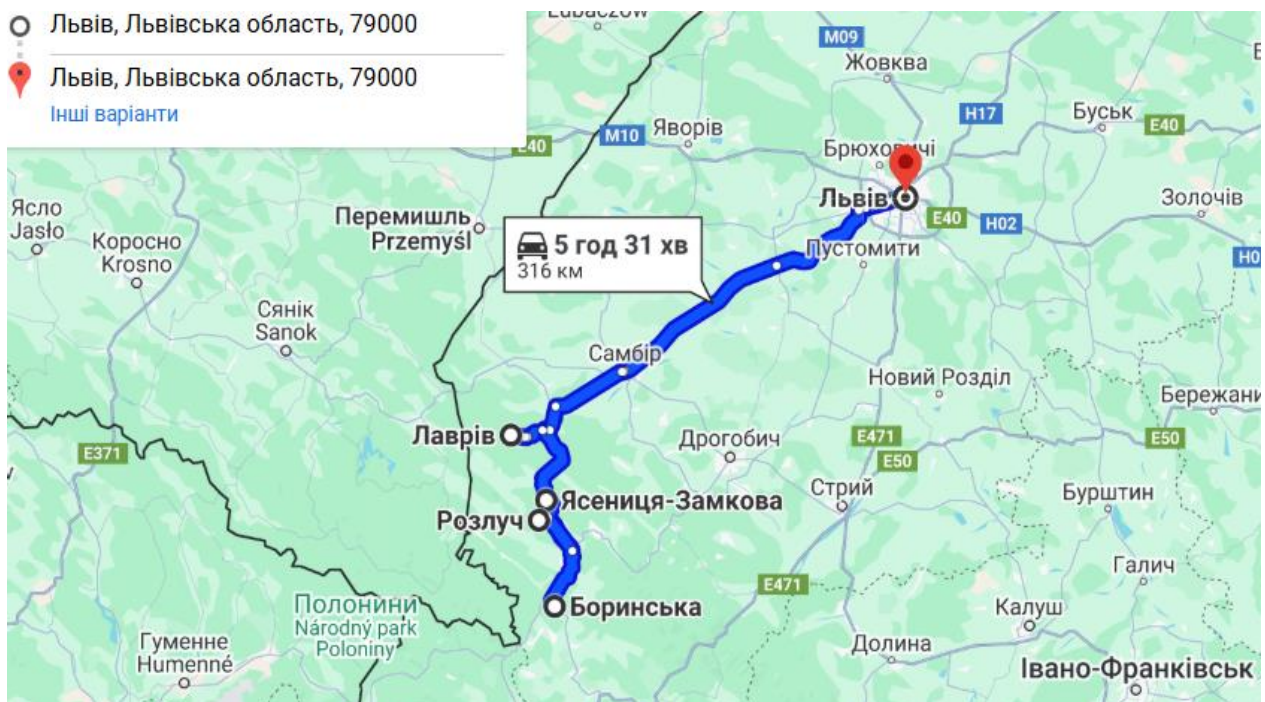


Рис. 2.8. Гастрономічний маршрут «До бойків на сир + SPA» [22]

Під час маршруту ви відвідаєте старовинні дерев'яні православні та католицькі храми, а також геологічну пам'ятку природи «Спаський камінь». Музей народного побуту «Бойківщина» ознайомить вас із життям та побутом бойків, а

також з історією сироваріння німецьких колоністів, продукція яких продавалася у Відні, Празі і Парижі. Ви зможете скуштувати хліб, сир, приготовані за автентичними бойківськими рецептами, та цілющу мінеральну воду. Ця подорож подарує вам милування чудовими краєвидами Карпат, неповторний смак місцевих страв, зокрема сирів і бездріжджового хліба, а також можливість відчувати дух народної культури, слухаючи коломийки та насолоджуючись магією Бойківщини.

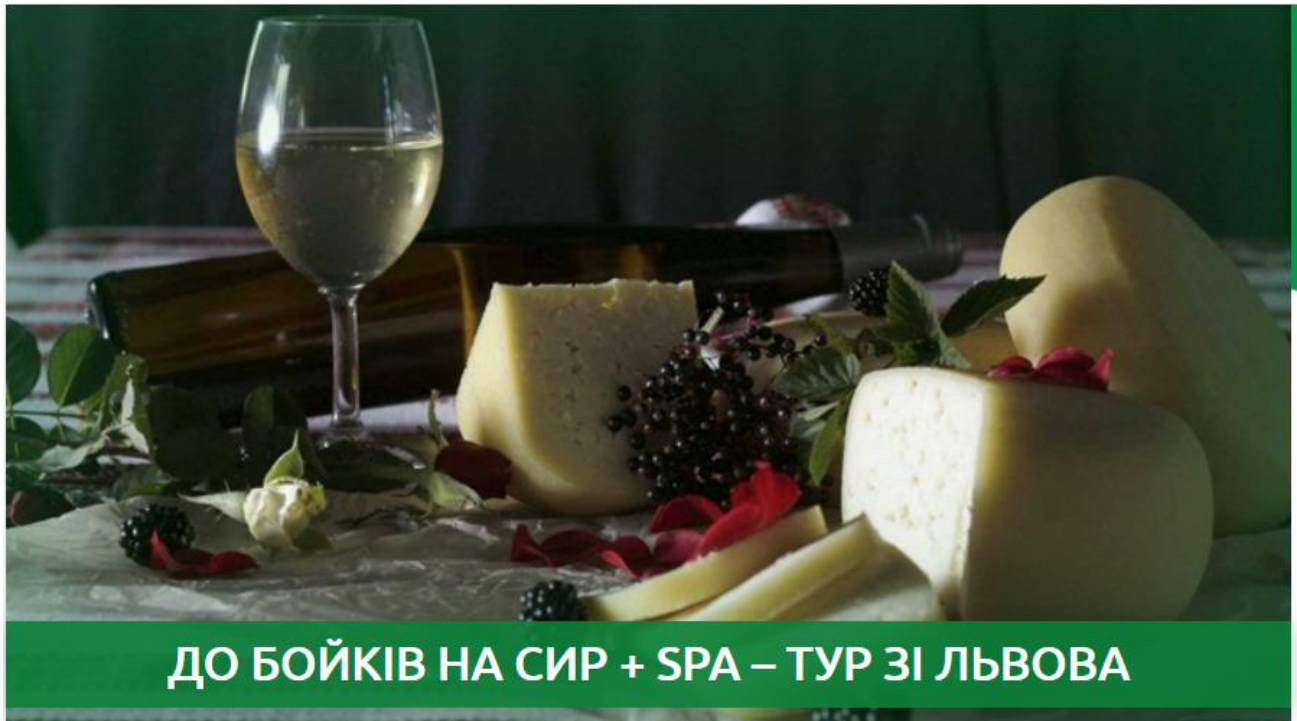


Рис. 2.9. Продукти для дегустації під час гастротуру «До бойків на сир + SPA»

Програма гастротуру: 08:00: Виїзд зі Львова, Ясениця-Замкова, відвідування історичної дзвіниці, SPA-відпочинок у комплексі «Ужанські купелі», огляд церкви, обід, Бориня: панорами Карпат, дегустація сирів і хліба, розважальна програма «Бойківські забави», 21:30 повернення до Львова.

Дводенна подорож “Гоголівськими місцями”: пізнавально-гастрономічна пригода для всієї родини. Ця мандрівка — ідеальне поєднання пізнавальних екскурсій, знайомства з історією та гастрономічних відкриттів. Ви відвідаєте місця, пов'язані з життям і творчістю Миколи Гоголя, побачите унікальні історичні



пам'ятки, насолодитесь атмосферою вечора на хуторі поблизу Диканьки та скуштуєте легендарні полтавські галушки. Маршрут: Київ – Полтава – Диканька – Опішня – Гоголеве – Київ (Рис. 2.10.).

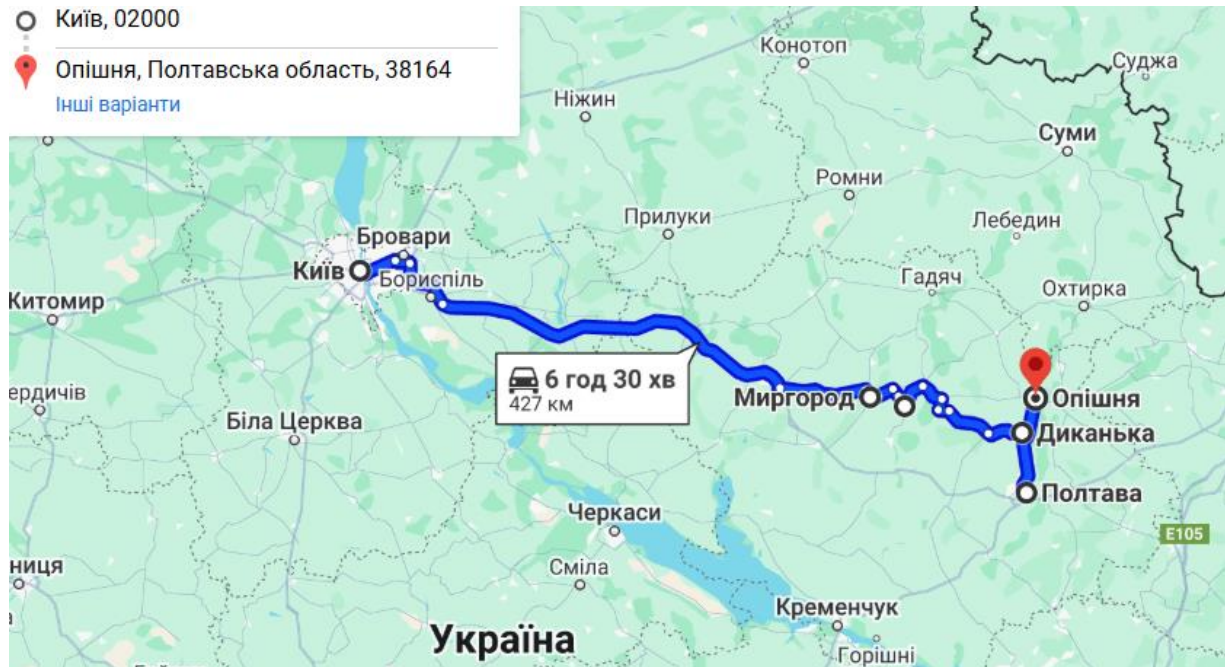


Рис. 2.10. Гастрономічний маршрут Подорож по гоголівських місцях. «Полтавські галушки» [40]

Програма туру:

- День 1: 08:00 – Виїзд із Києва: Збір біля станції метро “Вирлиця” та переїзд до Полтави. Заселення в готель. Екскурсія до музею Полтавської битви: Унікальна виставка, присвячена Північній війні та Полтавській битві, де можна побачити оригінальний мундир Петра I, діораму бою, зброю та інші автентичні експонати. Далі по програмі обід, екскурсія по Полтаві, кругла площа — єдина у своєму роді в Україні, будинок губернського земства та національний краєзнавчий музей, Соборна площа та Успенський кафедральний собор, Садиба І. Котляревського та пам'ятник полтавській галушці, Музей-садиба Котляревського: Ви дізнаєтеся про життя автора “Енеїди”, учасника масонської ложі та російсько-турецької війни. Вільний час: Прогулянки мальовничою Полтавою та пішохідною вулицею з численними кафе.



Рис. 2.11. Продукти для дегустації під час гастротуру Подорож по гоголівських місцях. «Полтавські галушки»

- День 2: сніданок у готелі та виселення, переїзд до Диканьки, огляд усипальниці князів Кочубеїв (Миколаївська церква) та Троїцької церкви з розписами Вакули, відвідування Опішні — столиці українського гончарства, екскурсія парком скульптур із глини, відвідування музею кераміки, вільний час для ліплення чи розпису виробів, покупка сувенірів на місцевому ринку, Гоголеве — батьківщина Миколи Гоголя, відвідування будинку-музею письменника з екскурсією, обід (орієнтовно 15:30), виїзд до Києва, прибуття орієнтовно о 22:00.

Історичні відкриття, відвідини місць, які безпосередньо пов'язані з життям Гоголя та історичними подіями України, неповторні пейзажі Полтавських краєвидів, які надихали письменника, культурні скарби, куштування справжніх полтавських галушок та інші страви української кухні. Ця подорож дозволить вам не лише заглибитися у світ Миколи Гоголя, але й насолодитися багатством української культури, історії та кухні!

### **2.3. Екологічні аспекти організації та розвитку гастрономічного туризму в регіонах України**

Екологічні аспекти розвитку гастрономічного туризму в Україні є надзвичайно важливою складовою сталого розвитку туризму. Наведемо основні аспекти, які варто враховувати:

1. Використання локальних продуктів, перевагами чого є скорочення екологічного сліду за рахунок мінімізації транспортування продуктів, підтримка місцевих фермерів і виробників, популяризація органічного землеробства та локальних технологій, використання місцевих продуктів у традиційних стравах, таких як борщ, вареники, медовуха тощо, розвиток регіональних ринків і фермерських господарств (наприклад, сирні фестивалі на Закарпатті).

2. Екологічні методи виробництва є важливими у популяризації органічного фермерства для мінімізації пестицидів та добрив, використання екологічно чистих способів виробництва продуктів харчування, запровадження практик сталого розвитку рибальства, пасічництва та виноробства.

3. Розвиток зеленого туризму сприяє розвитку гастрономічного туризму, проведення екскурсій на ферми та виноградники, пропаганда екологічного способу життя через демонстрацію процесів виробництва без шкоди довкіллю, створення "екоферм", які водночас слугують туристичними атракціями.

4. Мінімізація відходів та популяризація практики zero waste у ресторанах та під час гастрономічних фестивалів, використання біорозкладного посуду на вуличних гастрономічних заходах, впровадження систем сортування та переробки відходів у закладах харчування.

5. Енергозбереження та зменшення вуглецевого сліду, використання альтернативних джерел енергії (сонячні панелі, енергозберігаюче обладнання) в ресторанах та туристичних об'єктах, зменшення викидів CO<sub>2</sub> через використання місцевих продуктів і скорочення транспортування.

6. Підтримка біорізноманіття сприяє створенні гастрономічних турів, орієнтованих на дегустацію рідкісних та традиційних продуктів регіонів (наприклад, гуцульський сир, закарпатські вина та ін), збереження регіональних сортів рослин, що є важливими для кулінарної спадщини.

7. Екологічна освіта відіграє важливу роль у гастрономічному туризмі, проведення майстер-класів із приготування традиційних страв із використанням органічних продуктів, популяризація знань про важливість сталого споживання продуктів, інтеграція екоосвіти в туристичні програми [31,47].

Гастрономічний туризм стрімко розвивається як один із найпопулярніших напрямів сучасної туристичної індустрії. Поєднуючи кулінарні традиції та культуру регіонів, цей вид туризму приваблює мільйони мандрівників по всьому світу. Однак, інтенсивний розвиток гастрономічного туризму може мати негативний вплив на навколишнє середовище. Це обумовлює необхідність впровадження ефективних заходів для його охорони та сталого розвитку.

Збереження біорізноманіття сприяє підтримці традиційних культурних страв методом стимулювання вирощування локальних, унікальних сортів рослин та порід тварин, які могли б зникнути через індустріалізацію. Проведення гастрономічних фестивалів із фокусом на екологію може сприяти підвищенню екологічної свідомості як серед туристів, так і серед місцевих жителів [32].

Зростання попиту на продукти харчування може призводити до виснаження ґрунтів, зниження родючості та деградації земель. Надмірне рибальство для забезпечення гастрономічних запитів туристів може негативно впливати на морські екосистеми. Використання одноразового посуду, пакування та пляшок для напоїв створює велику кількість відходів, особливо в популярних туристичних місцях.

Масовий туризм передбачає перевезення туристів і продуктів харчування, що збільшує викиди вуглекислого газу через використання транспорту. Деякі ресторани та фестивалі витрачають значну кількість енергії на обслуговування та освітлення. Нерідко гастрономічні події призводять до надлишкового виробництва їжі, яку не

встигають спожити, що створює додаткові проблеми з утилізацією. Масовий наплив туристів у певні регіони (особливо екологічно чутливі зони) може спричиняти забруднення довкілля та порушення природного балансу. Побудова нових ресторанів, кафе та інших туристичних об'єктів може призводити до вирубки лісів, знищення природних ландшафтів та скорочення природних середовищ проживання.

Основні виклики у сфері гастрономічного туризму включають: підвищення попиту на локальні продукти: це стимулює розвиток місцевого сільського господарства, але при неконтрольованому виробництві може спричиняти деградацію ґрунтів, вирубку лісів і забруднення водних ресурсів. Пластикове забруднення: використання одноразового посуду та упаковки для страв швидкого приготування сприяє зростанню кількості відходів. Енергетичне навантаження: високе споживання енергії ресторанами, кухнями та іншими гастрономічними об'єктами підвищує викиди парникових газів. Транспортний вплив: перевезення продуктів харчування, а також туристів сприяє збільшенню викидів вуглекислого газу [39].

Для зниження негативного впливу гастрономічного туризму необхідно впроваджувати такі заходи: популяризація локальної та органічної їжі: використання сезонних і екологічно чистих продуктів сприяє збереженню природних ресурсів; відмова від пластику: замінити одноразовий посуд і пакування екологічними матеріалами, такими як папір, бамбук або біорозкладні полімери; енергозберігаючі технології: впровадження відновлюваних джерел енергії (сонячні панелі, енергоефективні пристрої) на гастрономічних об'єктах; зменшення харчових відходів: використання залишків їжі для компостування або їх переробка у біогаз; екологічна освіта туристів: підвищення обізнаності відвідувачів щодо екологічних наслідків їхніх виборів у сфері харчування.

Успішні напрями розвитку екологічного гастрономічного туризму:

- регіональні фестивалі екологічної кухні: наприклад, фестивалі органічної їжі в Скандинавії, які стимулюють використання локальних продуктів та поширюють знання про стале споживання.

- "Зелені ресторани": ресторани, які отримали сертифікати екологічності, наприклад, за стандартами LEED чи Green Globe, демонструють можливість ведення бізнесу з мінімальним впливом на довкілля.

- сталий транспорт: Туристичні маршрути, що підтримують використання велосипедів або електромобілів для переміщення між гастрономічними об'єктами.

Гастрономічний туризм може мати як позитивний, так і негативний вплив на довкілля. Позитивний ефект проявляється у збереженні традицій, підтримці місцевих виробників та зниженні транспортного впливу, якщо використовуються локальні продукти. Водночас, без належного регулювання, гастрономічний туризм може спричиняти серйозні екологічні проблеми, такі як забруднення відходами та виснаження природних ресурсів. Для збереження довкілля важливо застосовувати сталий підхід у розвитку цього туристичного напрямку [37-38].

Гастрономічний туризм може стати важливим інструментом сталого розвитку за умови впровадження екологічно орієнтованих практик. Гармонійне поєднання культурних та екологічних аспектів сприяє збереженню довкілля та підвищенню туристичної привабливості регіонів. Зусилля як туристичних операторів, так і самих туристів є ключем до збереження природних ресурсів для майбутніх поколінь.

Основними загрозами для довкілля при організації гастрономічного туризму можуть бути:

1. Харчові відходи: за даними ООН, близько третини продуктів харчування у світі втрачається або псується. Туристичні заклади часто неефективно використовують продукти, що створює навантаження на екосистеми.

2. Виробництво продуктів харчування: масове виробництво сільськогосподарських продуктів для туристів (особливо у високий сезон) призводить до забруднення ґрунтів та води пестицидами й добривами.

3. Інфраструктурний вплив: будівництво ресторанів, дегустаційних залів та інших об'єктів може порушувати природні ландшафти та екосистеми.

4. Споживання води та енергії: гастрономічні фестивалі та тури вимагають значних обсягів ресурсів, що часто перевищують локальні можливості [57].

Для зниження негативного впливу на навколишнє середовище в гастрономічному туризмі застосовуються такі ініціативи:

- Розвиток концепції "нульових відходів" (Zero Waste), що передбачає мінімізацію харчових відходів та їх переробку.
- Використання органічних продуктів: популяризація сільськогосподарських практик, що зменшують шкоду для ґрунтів.
- Формування екологічно свідомих туристів: освітні кампанії та маркування екологічно чистих ресторанів (екологічний сертифікат ISO 14001).
- Сезонність та локальність: підтримка фермерів і використання локальних продуктів для зниження вуглецевого сліду.

У світі та Україні вже реалізуються проекти та програми, спрямовані на екологічну сталість у гастрономічному туризмі:

- "Farm to Table" – пряма співпраця ресторанів з місцевими фермерами для забезпечення свіжими продуктами та зниження викидів CO<sub>2</sub>.
- Впровадження технологій енергоефективності: встановлення систем для переробки органічних відходів та ощадного використання води.
- Організація екофестивалів: приклад – проведення подій, де основним критерієм є екологічна безпека та мінімізація сміття (наприклад, використання багаторазового посуду) [41].

В Україні розвиток гастрономічного туризму набуває популярності, особливо у таких регіонах, як Львівщина, Закарпаття, Одещина та Поділля. Проте екологічний контроль та ініціативи залишаються на початковому етапі:

- низька екологічна свідомість бізнесу: значна частина закладів не впроваджує сортування відходів чи переробку;
- відсутність державної підтримки: поки що немає цільових програм для екореформ у гастрономічному туризмі;



- потенціал для розвитку: українські регіони мають ресурси для впровадження екотехнологій у харчовій та туристичній сферах.

Стан охорони навколишнього середовища в гастрономічному туризмі потребує комплексного підходу, що включає:

- підвищення екологічної відповідальності серед туристів і бізнесу;
- активізацію державної підтримки у сфері екотуризму;
- впровадження практик "нульових відходів" та сезонного використання продуктів.

Організація гастрономічного туризму з урахуванням екологічних стандартів сприятиме сталому розвитку туризму й охороні довкілля. Екологічні аспекти організації та розвитку гастрономічного туризму в регіонах України є важливою складовою сталого розвитку туристичної галузі. Використання локальних продуктів, впровадження органічного землеробства, популяризація концепції zero waste і підтримка біорізноманіття сприяють не лише збереженню екологічного балансу, але й створенню унікального туристичного продукту [44].

Екологічно орієнтований гастрономічний туризм має значний потенціал для залучення туристів, особливо тих, хто цінує здоровий спосіб життя, екологічну свідомість і автентичність місцевих культур. Зокрема, інтеграція зеленого туризму з гастрономічними програмами дозволяє регіонам України демонструвати свої традиції, підтримувати локальних виробників і популяризувати органічну кухню.

Підтримка гастрономічних фестивалів, екологічних ферм і агротуризму здатна не лише зменшити негативний вплив на навколишнє середовище, але й стати важливим інструментом розвитку місцевих громад. Таким чином, розвиток гастрономічного туризму на засадах екологічності є перспективним напрямком, який поєднує економічну вигоду, соціальну інтеграцію та збереження природного середовища для майбутніх поколінь.



## **РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД В УКРАЇНІ**

### **3.1. Вплив пандемії Covid-19 та війни в Україні на розвиток гастрономічного туризму**

Незважаючи на те, що Україна пропонує туристам широкий вибір туристичних напрямків, гастрономічні тури залишаються поодиноким явищем. Навіть постачальники послуг не мають чіткого розуміння поняття «гастротуризм», а гастрономічні фестивалі, що проводяться в регіонах, часто підривають саму ідею гастротуризму. Потенційних туристів відлякує висока вартість гастротурів [9].

Досить сильний негативний вплив на розвиток туризму в світі та Україні мала пандемія Covid-19, що значно скоротило обсяги туристичних поїздок. У перший період поширення пандемії відомі в регіонах України гастрономічні фестивалі були скасовані.

За останні роки ресторанний бізнес України демонструє тенденцію сталого розвитку інфраструктури закладів усіх форматів: від фастфуду до класичних ресторанів. Однак через пандемію Covid-19 індустрія гостинності в Україні повністю зупинилася з березня до літа 2020 року на період повного карантину. Через це та наступний (вересень 2020 року, січень-лютий 2021 року) туристичні центри України зазнали величезних руйнівних втрат. Зокрема, у 2020 році ресторанна галузь України втратила майже 4 тис. ресторанів (20,7% від загальної кількості). Станом на 1 січня 2021 року функціонувало 14 786 ресторанів, кафе та барів (проти 18 636 закладів у 2020 році). Ємність ресторанного ринку скоротилася у 2020 році майже на 30% і склала 0,5 млрд \$ [10; 16].

Попри бойові дії, які з лютого 2022 року охопили всю територію України, туристична галузь намагається функціонувати на тих територіях, які є умовно безпечними. До середини 2022 року попит на дегустаційні поїздки у гастрономічному туризмі почав відновлюватися приблизно на 50% (за даними

Державного агентства розвитку туризму України). Якщо в попередні роки вітчизняний сектор гастрономічного туризму був більш орієнтований на іноземців, то під час активної фази війни споживачами цього виду туристичного продукту є українці та незначна кількість іноземців (журналісти, волонтери, представники міжнародних організації тощо). Дегустаційні поїздки дають унікальну можливість познайомитися з гастрономічною культурою різних регіонів, а також виконують лікувальну функцію, допомагаючи українцям психологічно відновитися та на деякий час відключитися від питань війни [50].

З 2022 року Карпатський регіон став унікальним центром туризму в Україні. Це тут що туристичні локації продовжують працювати під час війни, в тому числі й гастротуристичні. Водночас на територіях тимчасово окупованих південних та східних областей України наразі відсутні гастрономічні маршрути. Крім того, через постійну потенційну загрозу з боку Білорусі, Волинь і Полісся зараз не надто популярні у сфері туризму та гастрономічних турів у тому числі. Відповідно, залишається Захід України, де працює значна частина туристичних об'єктів, і туристи їх відвідують охоче, хоча й у значно меншій кількості, ніж у довоєнний період.

Київщина пропонує чимало дегустаційних пропозицій. З середини 2022 року тут працюють і приймають гостей равликові ферми; козяча ферма в Тетіївському районі пропонує тури з дегустацією сиру; запрошуються також фермери, які вирощують ягоди (зокрема, лохину).

Загалом з початку російського вторгнення у 2022 році в Україні закрито або знищено понад 7 тисяч закладів харчування. В окремих регіонах падіння ринку ресторанного бізнесу склало понад 50% (Харківська, Миколаївська, Запорізька, Луганська області), у Києві, Одеській, Дніпропетровській областях – до 30%. Позитивна динаміка спостерігається в західних областях. Зокрема, у 2022 році у Львові та області кількість ресторанів та кафе зросла приблизно на 30%, у Закарпатській, Чернівецькій та Івано-Франківській областях – приблизно на 20%. З

середини 2022 року ресторани почали відкривати у Києві, як і в західних областях, загалом понад 2000 закладів [14].

Незважаючи на початок повномасштабного етапу російсько-української війни, українським виробникам і підприємцям вдалося організувати та провести більшість щорічних гастрономічних фестивалів і свят на відносно безпечних територіях України, до яких належали регіони західних областей країни. Більшу частину коштів, отриманих під час цих заходів, організатори спрямували на підтримку Збройних Сил України.

Найбільше щорічних гастрономічних фестивалів і свят у період воєнного стану було проведено в Закарпатській області – 22 заходи та у Львівській області – 10 заходів. Значно зменшилась кількість гастрономічних фестивалів у Волинській області – до 3 заходів, у Тернопільській – 2 заходи, у Рівненській – 1 подія. Жодного гастрономічного свята чи фестивалю під час воєнного стану в Чернівецькій області не проводили. Окремі гастрономічні локації спостерігаються в цьому регіоні під час інших масових заходів (благодійних концертів, виставок), але вони мають епізодичний характер [49].

Незважаючи на труднощі, пов'язані з повномасштабним військовим вторгненням у 2022 році, гастрономічний туризм залишається дуже перспективним напрямком соціально-економічного розвитку з потенціалом значного внеску у відновлення країни.

У післявоєнній Україні очікується сплеск інтересу іноземних туристів, зокрема до української культури та кухні. Гастрономічний туризм може швидко розвиватися як окремий сегмент туризму або в поєднанні з іншими формами туризму. Однак це зростання залежить від подолання таких проблем, як: дефіцит персоналу: брак кваліфікованих фахівців у сферах туризму та гастрономії, пошкодження інфраструктури: значні руйнування доріг, приміщень та об'єктів під час війни.

Навіть до війни туристична інфраструктура України не повністю задовольняла потреби внутрішніх та міжнародних туристів. До багатьох гастрономічних напрямків, таких як сільські фестивалі та місця кустарного виробництва їжі, було важко дістатися через недосконалі транспортні мережі.

Конкретні виклики та проблеми включають: поганий стан доріг і нерозвинені транспортні шляхи, відсутність вказівників та інформаційних систем для орієнтування туристів, недостатні можливості розміщення в сільській та гірській місцевості. Ці обмеження відлякували потенційних відвідувачів і обмежували відвідування гастрономічних фестивалів і подій, особливо тих, що стосуються дрібних виробників сиру, вина, меду та інших кустарних товарів [49].

Післявоєнний період відкриває унікальну можливість для відновлення та модернізації туристичної інфраструктури України, з особливим акцентом на гастрономічний туризм. Основні пріоритети включають відбудову транспортних мереж, поліпшення якості доріг і розширення сполучення з сільською та віддаленою місцевістю, удосконалення транспортних систем за допомогою відповідних показників і пунктів туристичної інформації, розбудова закладів розміщення, розширення варіантів розміщення поблизу гастрономічних місць, модернізація існуючих об'єктів для задоволення очікувань міжнародних туристів.

Інвестиції в туристичну інфраструктуру також відіграють важливу роль у створенні нових туристичних центрів і модернізацію існуючих для залучення як внутрішніх, так і міжнародних відвідувачів. Вирішення кадрових проблем сприяє створенню кваліфікованої робочої сили для сектору гастрономічного туризму, Україна має впровадити заходи в системі вищої та професійної освіти. До них належать залучення зацікавлених сторін у сфері гастрономічного туризму, співпраця з роботодавцями та експертами в індустрії туризму та гастрономії для узгодження освіти з вимогами ринку. Удосконалення практичної підготовки: включення практично-орієнтованих компонентів в освітні програми, використання передового світового та національного досвіду [49].

Зміцнення людського капіталу в сфері гастрономічного туризму забезпечить високу якість послуг і сприятиме конкурентоспроможності України як дестинації гастрономічного туризму, економічні та соціальні переваги гастрономічного туризму, відродження гастрономічного туризму в Україні дає численні економічні та соціальні переваги, економічне зростання, стимулювання місцевого виробництва та створення нових робочих місць у сільському господарстві, виробництві ексклюзивних продуктів харчування та туристичних послугах.

Незважаючи на свій потенціал, розвиток гастрономічного туризму в Україні стикається з кількома проблемами:

- післявоєнні наслідки, подолання екологічних і соціальних наслідків війни;
- вартість і якість, забезпечення доступності та підвищення якості послуг для внутрішніх туристів;
- маркетинг і обізнаність, покращення просування та видимості місць гастрономічного туризму.

Гастрономічний туризм має потенціал позиціонувати Україну як конкурентоспроможного гравця на європейському туристичному ринку. Однак для досягнення цієї мети потрібен комплексний підхід, який передбачає розвиток інфраструктури, надання пріоритет щодо транспорту, розміщенню та туристичним об'єктам, підвищення людських ресурсів, зосередитись варто на освіті, навчанні та професійному розвитку в туристичному секторі, маркетинг та інформація, інвестування в просування напрямків гастрономічного туризму та покращення доступності за допомогою надійних інформаційних систем, доступність і якість, збалансованість та вартість продукції і якість обслуговування, щоб залучити як внутрішніх, так і міжнародних туристів. Долаючи ці виклики, Україна може використовувати свої унікальні кулінарні традиції, сприятливі природні умови та культурну спадщину для створення процвітаючої індустрії гастрономічного туризму, сприяючи економічному відродженню нації та світовому визнанню.

### **3.2. Можливості та перспективи розвитку гастрономічного туризму у післявоєнний період в Україні**

Майбутнє зростання сектору гастрономічного туризму в Україні залежить від кількох важливих факторів, включаючи використання багатих туристичних ресурсів, сприяння сприятливому середовищу для іноземних інвестицій та розширення добре розвиненого внутрішнього споживчого ринку. Надання високоякісних послуг і продуктів буде важливим для стимулювання цього розширення. Крім того, приведення туристичного законодавства України у відповідність до стандартів Європейського Союзу сприятиме інтеграції з міжнародною практикою, підтримуючи глобальну конкурентоспроможність галузі.

Для досягнення сталого зростання туризм має бути офіційно визнаний пріоритетним сектором економіки на національному рівні. Оновлення законів України, пов'язаних із туризмом, таких як Закон «Про туризм» та «Про курорти», разом з іншими відповідними законодавчими актами є надзвичайно важливим. Це включає створення спеціальних правил для гастрономічного туризму, сфери, яка наразі не має правового визначення та цільових рамок.

Єдине та стабільне правове середовище сприятиме:

- підтримці як внутрішніх, так і міжнародних туристичних операцій;
- заохочуванні інвестицій, забезпечуючи чіткі та надійні правила;
- сприяти впровадженню найкращих практик у відповідності до світових стандартів [58].

Важливу роль у популяризації гастрономічного туризму може відіграти комплексний національний проект, розроблений у співпраці з Міністерством розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства, Департаментом туризму та курортів і професійними асоціаціями у сфері туризму. Ключові компоненти цієї ініціативи можуть включати: цифрову інформаційну платформу (детальні відомості про заклади харчування, у тому числі їх типи, розташування та поняття); календар гастрономічних подій, таких як фестивалі, майстер-класи, конференції та семінари;

довідники гастрономічних музеїв, підприємств харчування, що пропонують екскурсії, і кулінарних центрів; підібрані маршрути (спільна робота з туристичними компаніями щодо розробки тематичних гастрономічних маршрутів для внутрішніх та міжнародних туристів) [23].

Для оцінки внутрішнього та зовнішнього середовища гастрономічного туризму в Україні було проведено SWOT-аналіз (Табл. 3.1.). Цей стратегічний метод визначає: сильні та слабкі сторони (внутрішні): ключові показники, такі як кулінарна спадщина України, і проблеми, такі як відсутність структурованої правової бази чи кваліфікованої робочої сили. Можливості та загрози (зовнішні): зростаючий глобальний інтерес до гастрономії як мотиватора подорожей і такі ризики, як економічна нестабільність або дефіцит інфраструктури.

Таблиця 3.1. - SWOT-аналіз розвитку гастрономічного туризму в Україні

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> <li>- давні історико-культурні традиції української кухні, унікальні національні страви;</li> <li>- регіональне різноманіття національної кухні;</li> <li>- розвиток сфери виробництва та переробки сільськогосподарської продукції;</li> <li>- низька вартість сільськогосподарської продукції, яка необхідна для організації гастрономічних туристичних локацій та фестивалів;</li> <li>- можливе органічне поєднання гастрономічного туризму з іншими видами туристичної діяльності;</li> <li>- різноманітність природних умов, що дозволяють організувати різні види гастрономічних туристичних локацій;</li> <li>- поліетнічна частка населення України, яка сформувала багатогранну культуру національних кухонь народів, що проживають на її території;</li> <li>- працездатне населення; розвинена транспортна мережа;</li> <li>- найкраще інтернет-покриття в європейському регіоні, що дозволить швидко організувати туристичну діяльність, вивчити ціни, спланувати подорож тощо;</li> <li>- екологічно чиста сільськогосподарська продукція</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- відсутність маркетингової стратегії розвитку гастрономічного туризму для вітчизняних та іноземних споживачів туристичних послуг;</li> <li>- слабкий розвиток туристичної інфраструктури в багатьох регіонах України;</li> <li>- слабка фінансова підтримка розвитку цього сектора туристичної діяльності з боку держави;</li> <li>- якість продукції та послуг у цьому сегменті не відповідає світовим та європейським стандартам і нормам;</li> <li>- висока ціна наданих послуг; низька якість обслуговування;</li> <li>- низькі доходи вітчизняних туристів, які є основними споживачами даного виду туристичного продукту;</li> <li>- погана транспортна доступність місць гостротуризму в окремих регіонах України, особливо в сільській місцевості.</li> </ul>

Потенційні можливості	Потенційні загрози
<ul style="list-style-type: none"> <li>- відновлення традицій національних та регіональних гастрономічних фестивалів;</li> <li>- створення нових і відновлення старих ремісничих виробництв, мануфактур і підприємств, що виготовляють харчові продукти;</li> <li>- ребрендинг старих туристичних центрів національної кухні; просування національного туристичного продукту на міжнародний ринок, формування в іноземного споживача уявлення про автентичну та неповторну українську кухню;</li> <li>- формування позитивного туристичного іміджу України у світі;</li> <li>- гастрономічний туризм у повоєнний період може стати потужним рушієм розвитку територій, особливо сільської місцевості, розвиваючись як окремий вид туристичної діяльності, а також доповнюючи інші види туризму;</li> <li>- зростання інтересу іноземних туристів до України та її культурної спадщини у післявоєнний період;</li> <li>- стимулююча державна політика підтримки виробництва місцевих харчових продуктів;</li> <li>- надання можливостей для розробки родовища</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- значні руйнування соціальної та туристичної інфраструктури внаслідок війни;</li> <li>- великі прямі та непрямі втрати населення (пряма загибель людей від війни, великі обсяги еміграції тощо);</li> <li>- проблема розмінування територій, на яких ведуться бойові дії, буде актуальною для України протягом найближчих 30 років після закінчення війни (за прогнозами військових експертів);</li> <li>- погіршення екологічної ситуації в регіонах, де зараз ведуться бойові дії, поставить під питання розвиток туризму на цих територіях загалом, у тому числі гастрономічного;</li> <li>- тривала війна;</li> <li>- значна конкуренція з боку інших держав з більш розвинутою соціальною та туристичною інфраструктурою</li> </ul>

*Джерело: сформовано автором*

Результати SWOT-аналізу дозволяють сформулювати комплексну стратегію зростання. Використовуючи сильні сторони, усуваючи внутрішні слабкості, використовуючи зовнішні можливості та пом'якшуючи загрози, гастрономічний туризм може ефективно позиціонувати себе на конкурентному туристичному ринку.

Україна має унікальну можливість розвинути гастрономічний туризм у більш ширшій туристичній стратегії. Усуваючи прогалини в законодавстві, заохочуючи інвестиції, покращуючи якість послуг і використовуючи стратегічні інструменти, такі як SWOT-аналіз, країна може підвищити свою привабливість як для внутрішніх, так і для міжнародних туристів. Завдяки всебічному плануванню та співпраці між секторами Україна може стати провідним гастрономічним напрямком у Європі та за її межами.



Туризм є важливим джерелом доходу для багатьох країн і є одним із найперспективніших секторів економічного розвитку. Проте повномасштабне вторгнення Росії в Україну змінило глобальні перспективи та суттєво вплинуло на стратегії розвитку туристичної галузі.

До початку бойових дій гастрономічний туризм в Україні стабільно розвивався, стаючи все більш важливим сегментом туристичного ринку. Туристи, в тому числі іноземні, висловлювали зростаючий інтерес до знайомства з культурою країни через її кухню, доповнюючи традиційні екскурсійні тури.

Гастрономічні подорожі приваблюють людей, безпосередньо пов'язаних із кулінарною сферою, таких як: ресторани критики, дегустатори та сомельє: прагнуть покращити свої професійні знання; ресторатори: вивчення інноваційних кулінарних технік; турагенти досліджують напрямки, щоб розширити свої пропозиції гастрономічними турами; програми часто включають майстер-класи під керівництвом відомих шеф-кухарів, які дають учасникам унікальне уявлення про місцеві кулінарні традиції та техніки.

Гастрономічний компонент відіграє життєво важливу роль не лише в спеціальному гастрономічному туризмі, а й у впливі на рішення щодо подорожі ширшої аудиторії. Хоча гастрономія не завжди може бути основною причиною подорожі, привабливий кулінарний досвід може схилити чашу терезів на користь одного напрямку над іншим. Це підкреслює важливість гастрономії як другорядного мотиватора для багатьох відвідувачів [51].

У післявоєнний період туристичні переваги, ймовірно, зміняться та диверсифікуються: географічні уподобання, зміни в глобальній політичній динаміці можуть вплинути на вибір подорожей; нові туристичні сегменти, може з'явитися нова категорія туристів, яких називають «гастрономічними екстремістами», які характеризуються перевагою харчування в нетрадиційних або екстремальних місцях під час своїх подорожей.

Розуміння цих мінливих уподобань і гастрономічної мотивації різних типів туристів має вирішальне значення для ефективного сегментування цільової аудиторії та адаптації гастрономічних пропозицій.

Гастрономічний туризм має величезний потенціал для економічного та культурного відновлення України, але його розвитку заважають наслідки війни, нестача робочої сили та зниження купівельної спроможності споживачів. Вирішення цих проблем через стратегічне планування, інвестиції в людський капітал і просування кулінарної культури як національної переваги матиме важливе значення для відродження цього перспективного сектору. Пристосовуючись до нових туристичних переваг, Україна може позиціонувати себе як унікальний і конкурентоспроможний напрямок на світовому ринку гастрономічного туризму.

Україна має невикористаний потенціал у своєму туристичному секторі, включаючи можливості в індустрії гастрономічного туризму. Після закінчення війни та перемоги країни існує сильна міжнародна підтримка відновлення України. Міністри туризму країн-союзників пообіцяли відвідати Україну, коли це буде безпечно, заохочуючи своїх громадян зробити те саме. Серед їхніх цілей – вшанування жертв України, надання економічної підтримки, допомога у відбудові та відчуття багатой кулінарної спадщини країни, куштуючи класичні місцеві страви.

Підготовка до післявоєнного гастрономічного туризму є досить важливою. Необхідно вже зараз почати планувати відновлення українського гастрономічного туризму, щоб забезпечити його ефективне функціонування після війни. Основною частиною буде ознайомлення відвідувачів з унікальними аспектами традиційної української кухні та розвиток потужної сервісної інфраструктури. При цьому можна досягти шляхом сприяння співпраці між різними зацікавленими сторонами в секторах туризму та гостинності для покращення та розширення гастрономічного туризму.

Для становлення України як провідної гастрономічної дестинації варто виконувати наступні кроки: залучення інвестицій (забезпечення фінансування для

відновлення та модернізації інфраструктури та послуг), покращення туристичного продукту (підвищення якості, автентичності та привабливості гастрономічних пропозицій), розширення послуг (розширення асортименту вражень для задоволення потреб як міжнародних, так і внутрішніх туристів), пріоритезація гастрономічного туризму (розподіл ресурсів і спрямованість політики для забезпечення його розвитку як ключового сегменту індустрії туризму).

Гастрономічний туризм надає унікальну можливість відвідувачам дізнатися про місцеві кулінарні традиції, технології приготування та історію споживання їжі, брати участь у приготуванні традиційних українських страв, відвідуванні кулінарних фестивалів, конкурсів та культурних заходів.

Можна застосовувати, як-от волонтери рестораторів під час війни, приготування культових страв, як-от чорнобаївський хліб і сухий коломиїський борщ для захисників, та організація українських обідів по всьому світу.

Післявоєнні гастрономічні тури варто розробляти із захоплюючими програмами та високоякісним обслуговуванням, що може стати унікальними та екзотичними подорожами. Очікується, що ці тури залучать як міжнародних, так і внутрішніх туристів, позиціонуючи Україну як провідний гастрономічний напрямок.

Місцевим туроператорам варто було б розробляти різноманітні гастрономічні туристичні продукти з різною тривалістю та цінами, щоб задовольнити різноманітні вподобання клієнтів, варто зосередити увагу на розповіді історій та культурному зануренні, щоб створити значні зв'язки між туристами та українськими кулінарними традиціями.

Завдяки ретельному плануванню, співпраці та цілеспрямованим інвестиціям Україна може перетворити гастрономічний туризм на значний рушій економічного відновлення та світового визнання. Демонструючи свою кулінарну спадщину та стійкість, країна може залучити все більше туристів, які зосереджуються на їжі, і зарекомендувати себе як гастрономічний напрямок, який варто відвідати.

## ВИСНОВКИ

Гастрономічний туризм представляє важливий аспект сучасного туристичного сектору, пропонуючи унікальні можливості для популяризації культурної спадщини через регіональні кулінарні традиції. Гастрономічний туризм служить не тільки для задоволення кулінарних побажань туристів, але також є життєво важливим інструментом для збереження та просування культурної самобутності та стимулювання місцевої та регіональної економіки шляхом збільшення туристичних витрат і підтримки місцевих виробників.

Гастрономічний туризм, який починався як локалізований кулінарний досвід, перетворилося на глобальне явище, яке охоплює різні форми, зокрема винні та безалкогольні тури, фестивалі їжі, де демонструються регіональні страви, кулінарні майстер-класи, які залучають туристів до вивчення традиційних технологій приготування.

Сучасні туристи все частіше надають перевагу: автентичному досвіду, який відображає справжню суть кулінарної спадщини регіону, сталість, коли використовуються екологічно чисті методи виробництва та приготування їжі, освіта, можливість дізнатися про історію, культурне значення та приготування місцевих страв. Ці переваги підкреслюють зрушення до захоплюючих і значущих кулінарних вражень.

Кожен регіон має своєрідні кулінарні традиції, які можуть стати основою для розвитку гастрономічного туризму. Наприклад, Україна з її багатою культурною спадщиною та різноманітною кухнею відкриває величезні можливості для розвитку в цьому секторі. Її унікальні страви, такі як борщ і вареники, а також регіональні фірмові страви створюють міцну основу для залучення як вітчизняних, так і іноземних туристів.

Гастрономічний туризм є динамічним і ефективним інструментом, який сприяє культурному обміну, приваблює відвідувачів і стимулює регіональне економічне зростання. Її подальший розвиток залежить від ефективної співпраці

між туристичними організаціями, місцевими громадами та зацікавленими сторонами бізнесу. Використовуючи інновації, популяризуючи місцеві кулінарні традиції та адаптуючись до сучасних тенденцій, гастрономічний туризм може значно підвищити привабливість і конкурентоспроможність регіонів у глобальному масштабі.

Гастрономічний туризм передбачає подорожі до різних регіонів, країн і континентів, щоб дослідити місцеві кулінарні традиції, насолодитися унікальними стравами та продуктами харчування, які є самобутніми та запам'ятовуються відвідувачам. Популярність гастрономічного туризму зростає з кожним роком. Він має важливе значення в ширшому туристичному секторі, оскільки підвищує різноманітність і сприяє розвитку туризму. Крім того, гастрономічний туризм має значний економічний потенціал, здатний генерувати значні доходи для регіональної та національної економіки.

Гастрономічний туризм в Україні має значний потенціал для збереження культури, розвитку туризму та економічного зростання. Вирішуючи поточні проблеми, такі як недостатньо використаний потенціал заходів і обмежена участь виробників, а також збагачуючи тури інтерактивними елементами, регіон може стати визначним напрямком для любителів їжі та дослідників культури.

Гастрономічний туризм в Україні має величезний потенціал для збереження культурної спадщини, розвитку туризму та стимулювання економічного зростання. Подолавши існуючі проблеми, такі як недостатньо використані можливості та низька участь місцевих виробників, і включивши інтерактивні компоненти в програми турів, регіон може позиціонувати себе як найкращий напрямок для любителів їжі та культурних мандрівників.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Асоціація сприяння розвитку гастрономічного та винного туризму в Україні. URL: <http://agvt.nuft.edu.ua/>
2. Басюк Д. І. Етногастрономічний туризм в Україні: тенденції та перспективи розвитку. Стійкий розвиток України: проблеми та перспективи. Матеріали IV наук.-практ. конф. Кам'янець- Подільський. 2016. С. 121-123.
3. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. Наукові праці НУХТ. 2012. №45. С.128-132.
4. Басюк Д.І., Бадещенкова К.С. Дослідження винного туризму в Україні. Збірник наукових праць «SWORLD». 2014. №1. Т.37. С.48-56. . Бізнес. Схід. URL: <https://bizshid.com/>
5. Батман В.С. Тенденції кулінарного туризму в Україні та світі: Матеріали X Всеукраїнської науково-практичної конференції "Сучасні технології управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом" Маріуполь: МДУ, 2018. - 80 с. - С.70-71
6. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики: монографія / за ред. Д.І. Басюк. Вінниця: ПП «ТД «Едельвейс і К», 2017. 316 с.
7. Всесвітня асоціація гастротуризму URL: <https://worldfoodtravel.org/>
8. Гапоненко Г.І., Євтушенко О.В., Шамара І.М., Болото К.І. Перспективи розвитку гастротуризму України в повоєнний період. Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. 2023. № 17. С. 128–140. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2023-17-11>
9. Гастрономічний туристичний шлях. URL: [http://www.transcarpathiatour.com.ua/marshrut\\_gastr](http://www.transcarpathiatour.com.ua/marshrut_gastr)
10. Глушко, В. (2016). Гастрономічний туризм як окремий вид у туризмі: поняття, сутність, класифікація. Торгівля і ринок України, 39/40, 166–175.

11. Годя І. М. Гастрономічний туризм Закарпаття: сучасний стан і перспективи. Географія та туризм. 2018. К.: Альфа-ПК. Вип. 45. 150 с.
12. Головні пункти гастрономічної подорожі в Україні.  
URL: [Http://ipro.kiev.ua/Content/Golovni-Punkti-Gastronomichnoyi-Podorozhi-V-Ukrayini](http://ipro.kiev.ua/content/golovni-punkti-gastronomichnoyi-podorozhi-v-ukrayini)
13. Горова, Д. (2020). Гастрономічний туризм в Україні та світі: чим цікавий та як все влаштовано. <https://lowcost.ua/what-is-food-tourism/>
14. Графська, О., Головчук, Ю., & Никига, О. (2022). Роль маркетингових інновацій у розвитку гастрономічного туризму в регіоні. Економіка та суспільство, (39). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-9>
15. Давидюк, Ю. В., & Горшкова, Л. О. (2022). Гастрономічний туризм як перспективний напрям для розвитку індустрії гостинності в Україні. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі, (4), 5-13. <https://doi.org/10.36477/tourismhospcee-4-1>
16. Державна служба статистики України. Офіційний веб-сайт. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>
17. Дидів І. Б. Агротуризм як перспективний напрям відродження села. Використання й охорона земельних ресурсів: актуальні питання науки та практики: матеріали II Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конференції (м. Львів, 16 травня 2018 р.). Львів: Львівський національний аграрний університет, 2018. С. 71-73.
18. Дидів І. Б. Агротуристична діяльність, як засіб захисту та збереження навколишнього середовища. Забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, можливості, перспективи: матеріали доповідей Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Ужгород, 16-17 лютого 2018 р.). Ужгород: Видавничий дім «Гельветика», 2018. С. 77-79.
19. Дидів І. Б. Гастрономічний туризм у Львові. Розвиток туристичної галузі та індустрії гостинності: проблеми, перспективи, конкурентоздатність:

матеріали II Міжнародної конференції здобувачів та молодих вчених (м. Дніпро, 18 листопада 2022р.) Дніпро: УАН, 2022. С. 312-313.

20. Дидів І. Б. Динаміка розвитку сільського туризму та агротуризму на ринку туристичних послуг. Вісник Львівського національного університету природокористування: економіка АПК. 2022. № 29. С. 110-116. DOI: <https://doi.org/10.31734/economics2022.29.110>

21. Дидів І. Б., Березівська О. Й. Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного господарства. Стратегічні пріоритети розвитку соціально-економічних систем у контексті сучасного наукового виміру: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 27 жовтня 2023 р) Полтава: Видавництво ПП «Астры». 2023. С. 217-220.

22. До бойків на сир + SPA – тур зі Львова. URL: <https://relax.com.ua/uk/turipo-ukrayini/do-bojkiv-na-sir-spa-tur-zi-lvova/>

23. Заставецька, Л. Б., Заставецький, Т. Б., Семенен, О. О., Ідіатов, Б. В. (2024). Перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні в військовий стан та післявоєнний період. Acta Academiae Beregsasiensis: Geographica Et Recreatio, (1), 13–21. <https://doi.org/10.32782/2786-5843/2023-1>

24. Ковешніков, В. С., Гармаш, В. В. (2017). Винний та гастрономічний туризм: важливий потенціал розвитку економіки. Інвестиції: практика та досвід, 4, 32–37.

25. Комарніцький І. О. Кулінарний туризм в Україні: стан і перспективи регіонального розвитку в контексті підготовки до ЄВРО 2012. Географія та туризм: наук. зб. ред. кол. Я.Б. Олійник. 2011. Вип. 14. С. 101–106.

26. Коркуна, О. І., Никига, О. В., Підвальна, О. Г. (2020). Гастрономічний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територіальних громад. Економічний простір, 155,40–43. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/155-8>



27. 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>
28. Костира, І.О., & Білецька, О.О. (2021). Гастрономічний туризм як інструмент культурного брендингу України. Питання культурології, (38), 301-313. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.38.2021.247174>
29. Красовський, С.О. (2021). Гастрономічний туризм як актуальний тренд сучасної культури. Питання культурології, (37), 169-180. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.37.2021.236018>
30. Краці гастро-тури по Україні. Куди поїхати любителям смачно поїсти URL: <https://relax.com.ua/uk/what-to-do/with-friends/krashhi-gastro-turi-po-ukrayini-kudi-poyihati-lyubitelyam-smachno-poyisti/>
31. Кукліна Т. С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України: веб-сайт. URL: <http://surl.li/bacwc>
32. Липчук В. В., Дидів І. Б., Крупа О. М. Інноваційні напрями в агротуристичній діяльності. Причорноморські економічні студії. Економічний науково-практичний журнал. Одеса: 2021. Вип. 71. С. 139-144. (0,67 друк. арк.) DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.71-22>
33. Макарчук С.А. Етнографія України: навч. посіб. Львів: Світ, 2004. 312 с.
34. Мальська М. П., Філь М. І., Пандяк І. Г. Гастрономічний туризм : навч. посіб. Київ : Видавництво «Каравела», 2021. 304 с.
35. Михайлюк О.Л., Хумаров О.А. Перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні. Економічні інновації. 2020. Т. 22, Вип. 2 (75). С. 71-81.
36. Нестерчук І. К. Методи та інструменти оцінки потенціалу гастрономічного туризму. Географія та туризм. 2022. № 66. С. 18-28.
37. Омельницька В. О. Сучасний стан ринку послуг гастрономічного туризму України. Економічні студії. 2018. № 2. С. 121-126.

38. Омельницька, В. О. (2018). Сутність і класифікація видів гастрономічного туризму. Приазовський економічний вісник, 1(06), 15–20.
39. Підгірна В. Н., Єремія Г. І., Хникіна М. В. Аналіз тенденцій гастрономічного туризму: міжнародний досвід та Україна. Економіка та суспільство. 2022. №37. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-72>
40. Подорож по гоголівських місцях. «Полтавські галушки». URL: <https://relax.com.ua/uk/turi-po-ukrayini/podorozh-po-gogolivskih-mistsyah-poltavski-galushki-2-dni/>
41. Постова В. Покращення процесу обслуговування споживачів шляхом просування послуг підприємства ресторанного бізнесу через інтернет. Економіка та суспільство. 2022. № (36). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-47>
42. Рубіш М. А., Чорій М. В. & Зеленська Л. В. Гастрономічний туризм як засіб активізації туристичних дестинацій. Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка». Мукачево : МДУ, 2020. Випуск 1 (13). С. 61-66.
43. Рубіш М. А., Чорій М.В., Зеленська Л. В. Гастрономічний туризм як засіб активізації туристичних дестинацій. Науковий вісник Мукачівського державного університету, 2020. Серія Економіка. Вип. 1(13). С. 61-66. [https://doi.org/10.31339/2313-8114-2020-1\(13\)-61-66/](https://doi.org/10.31339/2313-8114-2020-1(13)-61-66/)
44. Саркісян, Г. О. (2020). Роль і значення стимулювання гастрономічного туризму в структурі розвитку регіональних туристичних ринків України. Український журнал прикладної економіки, 5(1), 312–320. <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2020-1-3>
45. Сирно-винний тур по Закарпатті. URL: <https://relax.com.ua/uk/turi-po-ukrayini/sirno-vinnij-tur-po-zakarpattyu-zi-lvova/>
46. Сіра, Е., Каролоп, О., & Загнибіда, Р. (2024). Різноманітність культур у ресторанному бізнесі, вплив на розвиток гастрономічного туризму: проблеми та

перспективи. Економіка та суспільство, (61). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-154>

47. Смолінська С.Р., Білоус С.В. Стан та перспективи розвитку гастро-турів в Україні післявоєнного періоду: матеріали X Міжнар. наук.-практ. конф. «Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації» (м. Київ, 6-7 квітня 2023 р.). Київ: КНУКІМ, 2023. 478 с. С.253-256.

48. Стрішенець О. М. Маркетингове дослідження фінансово-економічних результатів та стратегічних позицій виробників кавової продукції в Україні. Український журнал прикладної економіки. 2018. Том. 3. №3. С. 219-227.

49. Фесенко Г. О. Гастротуризм як актуальний тренд сучасного розвитку сфери туризму в Україні. Ефективна економіка. 2021. № 5. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5\\_2021/202.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2021/202.pdf)

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

51. American Express. (2018, November 15). Travel Unveils Its Top Trending Travel Destinations for 2019. <https://cutt.ly/ebUfGLV>

52. Chan, W. Y., To, Ch. K., & Chu, W. Ch. (2016). 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), 24–35.

53. Dydiv Iryna. Features of coffee tourism in Lviv. «Modern directions of scientific research development»: materials of XIII International Scientific and Practical Conference (15-17 June, Chicago). Chicago. 2022. pp. 385-388.

54. Fesenko, H. Gastronomy tourism as a current trend in modern development of the tourism in Ukraine. *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 5. 2021. Retrieved from URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8884> DOI: 10.32702/2307-2105-2021.5.200.

55. Iryna Panova, & Yaroslava Zhuravchak. (2021). Problems and prospects of gastronomic tourism development in Ukraine (on the example of Zakarpattia oblast). The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism, (13), 196-208. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-20>

56. Panova, I., Zhuravchak, Y. Problems and Prospects of Gastronomic Tourism Development in Ukraine (On the Example of Zakarpattia Oblast). The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism. 2021. № 13. P. 196-208. DOI: 10.26565/2310-9513-2021-13

57. Ranteallo, I. C., & Andilolo, I. R. (2017). Food Representation and Media: Experiencing Culinary Tourism Through Foodgasm and Foodporn. In *Balancing Development and Sustainability in Tourism Destinations* P. 117–127.

58. Rutynskyi M., Kushniruk H. Restaurant industry in the tourist city of Eastern Europe: Post- COVID-19 perspectives. The case of Lviv, Ukraine. In Borges A. et al. (Eds). *Gastronomy, Hospitality, and the Future of the Restaurant Industry: Post-COVID-19 Perspectives*. Hershey, USA: IGI Global. 2022. P. 220-244. DOI: 10.4018/978-1-7998-9148-2.ch012.