

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Навчально-науковий інститут ресторанно-готельного бізнесу та туризму
Кафедра туризму та країнознавства

ДОПУСКАЮ ДО ЗАХИСТУ

Гарант освітньої програми

д.е.н., професор

_____ Горіна Г.О.

« ____ » _____ 2023 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеня вищої освіти «Бакалавр»

зі спеціальності 242 «Туризм»

за освітньою програмою «Туризм»

на тему: **«ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В
УКРАЇНІ: РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ**

Виконав здобувач
вищої освіти

4 курсу групи ТУР-19
Митрофанова Юлія Дмитрівна

(підпис)

Керівник:

к. пед. н., доцент Богатирьова Г. А.

(підпис)

Засвідчую, що у кваліфікаційній
роботі немає запозичень з праць
інших авторів без відповідних
посилань
Здобувач вищої освіти _____

Кривий Ріг
2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
імені Михайла Туган-Барановського

Навчально-науковий інститут ресторанно-готельного бізнесу та туризму
Кафедра туризму та країнознавства
Форма здобуття вищої освіти очна
Ступінь «Бакалавр»
Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»
Освітня програма «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Гарант освітньої програми

д.е.н., професор

_____ Горіна Г.О.

«___» _____ 2023 року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Митрофанова Юлія Дмитрівна

1. Тема роботи «Особливості розвитку гастрономічного туризму в Україні: регіональні аспекти»

Керівник роботи к. пед. н., доцент Богатирьова Г. А.

Затверджені наказом ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського від «28» листопада 2022 року № 390-с

2. Строк подання студентом роботи: «__12__» червня 2023 року

3. Вихідні дані до роботи: аналітичні матеріали та інформація Асоціації гостинності України, Асоціації сприяння розвитку гастрономічного та винного туризму в Україні, Всеукраїнської асоціації гастрономічного туризму, Державної служби з етнополітики та свободи совісті, звіти та статистична інформація Всесвітньої туристичної організації, Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму, Державної служби статистики України, Державного агентства розвитку туризму, дані Національної ресторанної асоціації та Національної ресторанної премії «СІЛЬ», зарубіжні та вітчизняні періодичні видання, наукові праці, інформаційні джерела мережі Інтернет, власні спостереження та судження.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): дослідження теоретико-методичних засад розвитку гастрономічного туризму в Україні; аналіз особливостей розвитку гастрономічного туризму в окремих регіонах України; розробка практичних рекомендації щодо розвитку гастрономічного туризму в Україні.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): 13 рисунків, 5 таблиць, 7 додатків.

6. Дата видачі завдання « 02 » лютого 2023 року

7. Календарний план

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір напрямку дослідження, аналіз бази та літературних джерел, визначення об'єкту, предмету та завдань дослідження. Формулювання, обґрунтування та затвердження теми роботи	27.02.2023	виконано
2	Підготовка основної частини роботи	12.03.2023	виконано
3	Підготовка висновків та рекомендацій роботи	24.04.2023	виконано
4	Підготовка вступу роботи.	10.05.2023	виконано
5	Аналіз та інтерпретація отриманих результатів, оформлення роботи	15.05.2023	виконано
6	Представлення роботи на кафедрі для рецензування	12.06.2023	виконано
7	Оформлення презентаційних матеріалів, проходження нормоконтролю	14.06.2023	виконано
8	Захист дипломної роботи	20.06.2023	виконано

Здобувач в. о. _____
(підпис)

Митрофанова Ю. Д.
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____
(підпис)

Богатирьова Г. А.
(прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Загальна кількість в роботі:

Сторінок: 62, рисунків: 13, таблиць: 5, використаних джерел: 55, додатків: 7.

Мета кваліфікаційної роботи: аналіз регіональних особливостей розвитку гастрономічного туризму та розробка практичних рекомендацій щодо його покращення.

Об'єкт дослідження: туристична діяльність в Україні.

Предмет дослідження: особливості розвитку гастрономічного туризму в Україні.

Завданнями роботи визначені: дослідження теоретико-методичних засад розвитку гастрономічного туризму; аналіз особливостей розвитку гастрономічного туризму в окремих регіонах України; розробка практичних рекомендації щодо розвитку гастрономічного туризму в Україні.

Методи використані у кваліфікаційній роботі: монографічний (при вивченні теоретичних основ розвитку гастротуризму); аналізу та синтезу (при систематизації гастротуризму за видами та виявленні регіональних особливостей), економічного аналізу (при виявленні тенденцій та закономірностей розвитку гастротуризму), метод моделювання (для розробки шляхів інтенсифікації), абстрактно-теоретичний метод (для теоретичного узагальнення та формування висновків).

Основні результати дослідження: У результаті проведеної роботи досліджено теоретичні аспекти розвитку гастрономічного туризму, проаналізовано особливості розвитку та сучасні тенденції гастрономічного туризму в окремих регіонах України; розроблено практичні рекомендації щодо розвитку гастрономічного туризму в Україні.

Основні висновки та рекомендації: на підставі проведеного дослідження сформульовано висновки щодо особливостей розвитку гастрономічного туризму в окремих регіонах України та розроблено практичні рекомендації щодо розвитку гастрономічного туризму в Україні.

Ключові слова: ТУРИЗМ, ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ, ГАСТРОНОМІЧНІ ТУРИСТИЧНІ ДЕСТИНАЦІЇ, ВИДИ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ, ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУР, ПРИНЦИПИ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
ОСНОВНА ЧАСТИНА.....	8
ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ.....	41
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	48
ДОДАТКИ.....	53

ВСТУП

Сьогодні сфера туризму стала невід'ємною частиною життя сучасної людини. Різноманітність пропозицій та перенасиченість ринку туристичними продуктами призводить до того, що значна частина туристів швидко втрачає інтерес до традиційних локацій та видів відпочинку, тому географія туризму розширюється і з'являються нові його різновиди. Нові тренди споживчих переваг у туризмі пов'язані із прагненням сучасного туриста отримати унікальний досвід, пізнати життя місцевої громади, її звичаї, традиції, зокрема й кулінарні. Таким тенденціям, в яких турист пізнає країну, регіон і народ через їх виняткову кухню, відповідає гастрономічний туризм (гастротуризм).

З огляду на багаті культурно-історичну спадщину та культурні традиції України гастротуризм є одним із перспективних різновидів національного туризму. Адже наша місцева кухня є відображенням культурної та соціальної спадщини країни та конкретного регіону, вона сприяє виникненню у туристів відчуття місця, почуття дому, комфорту і безпеки. Традиційно прийнято сприймати кулінарний досвід туристів нерозривним зі спогадами про конкретну туристичну дестинацію, однак гастротуризм пропагує ідею, що гастрономія може виступати головною туристичною ціллю, а не додатковою опцією. Наразі гастротуризм в Україні перебуває на стадії становлення, має ряд проблем та потребує актуалізації теоретичного підґрунтя і вироблення шляхів практичного втілення, що обумовлює актуальність обраної теми кваліфікаційної роботи.

Дослідженням гастрономічного туризму в Україні займається чимало вітчизняних науковців. Зокрема, вагомий внесок у розвиток теоретичних основ гастрономічного туризму внесли Д. І. Басюк [5], Г. І. Гапоненко [9], О. І. Графська [10], О. І. Коркуна [20], В. В. Корнілова [21; 22], С. О. Красовський [24], М. П. Мальська [27; 28], О. Л. Михайлюк [29], І. К. Нестерчук [33; 34], В. О. Омельницька [35; 36], А. М. Расулова [38]. Особливостями регіонального розвитку гастрономічного туризму займаються Т. С. Кукліна [25], С. Є. Саламатіна [39], Д. О. Стешенко [44], Г. О. Фесенко [48], В. В. Шикеринець [50]. Дослідженню форм організації та окремих напрямів гастрономічного туризму свої праці присвятили Д. І. Басюк [26], Г. Г. Вишневська [6], В. С. Ковешніков [19], Н. В. Корнілова [21; 23], М. Сеньків [41], Т. Трададенко [46], І. М. Філоненко [49].

Мета кваліфікаційної роботи полягає у аналізі регіональних особливостей розвитку гастрономічного туризму та розробці практичних рекомендацій щодо його покращення.

Реалізація даної мети передбачає вирішення наступних **завдань**:

- дослідити теоретико-методичні засади розвитку гастрономічного туризму;
- проаналізувати особливості розвитку гастрономічного туризму в окремих регіонах України;
- розробити практичні рекомендації щодо розвитку гастрономічного туризму в Україні.

Об'єкт дослідження – туристична діяльність в Україні

Предмет дослідження – особливості розвитку гастрономічного туризму в Україні.

Методи дослідження: для досягнення поставленої мети в роботі використано наступні методи дослідження: монографічний (при вивченні теоретичних основ розвитку гостротуризму); аналізу та синтезу (при систематизації гостротуризму за видами та виявленні регіональних особливостей), економічного аналізу (при виявленні тенденцій та закономірностей розвитку гостротуризму), метод моделювання (для розробки шляхів інтенсифікації), абстрактно-теоретичний метод (для теоретичного узагальнення та формування висновків).

Інформаційною базою дослідження виступають аналітичні матеріали та інформація Асоціації гостинності України, Асоціації сприяння розвитку гастрономічного та винного туризму в Україні, Всеукраїнської асоціації гастрономічного туризму, Державної служби з етнополітики та свободи совісті, звіти та статистична інформація Всесвітньої туристичної організації, Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму, Державної служби статистики України, Державного агентства розвитку туризму, дані Національної ресторанної асоціації та Національної ресторанної премії «СІЛЬ», зарубіжні та вітчизняні періодичні видання, наукові праці, інформаційні джерела мережі Інтернет, власні спостереження та судження.

Структура кваліфікаційної роботи включає вступ, основну частину, загальні висновки та рекомендації, список використаних джерел (55 позицій) та додатки (в кількості 7 штук).

ОСНОВНА ЧАСТИНА

На сучасному ринку туристичних послуг виділяють багато видів туризму, як традиційних, так і інноваційних. Серед таких, що користуються популярністю у туристів, варто виділити гастрономічний туризм. Адже за його допомогою турист може поринути глибше у місцеву культуру, спробувавши страви, якими місцевість славиться найбільше або які розкривають особливості історичного чи культурного розвитку. «За даними Всесвітньої туристичної організації (далі – ЮНВТО) 79% мандрівників вибудовують маршрут, попередньо вивчивши календар гастрономічних подій та особливості місцевої кухні» [55]. При тому, «близько 30% від загальних витрат у таких турах припадає на харчування та придбання гастрономічні сувеніри» [55].

Гастрономічний туризм відносно нове явище у туристичній сфері. Історія становлення поняття «гастрономічний туризм» відображена на рис. 1.

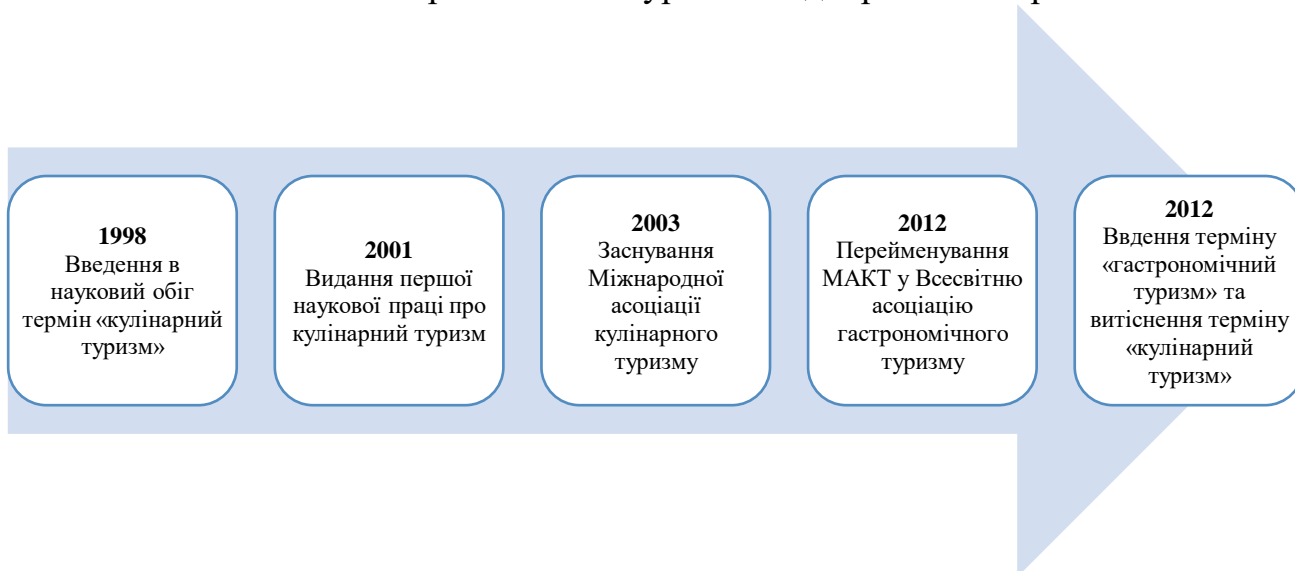


Рисунок 1 – Становлення поняття «гастрономічний туризм» (розроблено автором за даними [1; 24; 27])

Вперше про гастрономічний туризм заговорили у 90-х рр. ХХ століття. «В 1998 р., викладачкою Державного університету Боулінг Грін (США) Люсі Лонг, у науковий обіг було введено термін «кулінарний туризм», для вираження ідеї про те, що люди пізнають інші культури завдяки місцевій їжі» [24].

У 2001 р. науковцем Еріком Вольфом було написано першу книгу про кулінарний туризм - «Міжнародна організація кулінарного туризму», де викладено основні його принципи. Науковець дає таке визначення: «кулінарний туризм - це пошук і насолода унікальною, незабутньою їжею і напоями як на іншому кінці Землі, так і на сусідній вулиці, адже, крім подорожей по своїй країні або всьому

світі, ми також можемо стати гастрономічними туристами у своєму регіоні, місті чи навіть районі» [36].

У 2003 р. Е. Вульф заснував Міжнародну асоціацію кулінарного туризму (International Culinary Tourism Association). Однак у 2012 році її було перейменовано у Всесвітню асоціацію гастрономічного туризму (World Food Travel Association), з причини того, що за дослідженнями самої асоціації, споживачі туристичних послуг невірно трактували поняття «кулінарний туризм». У тому ж 2012 році Всесвітня асоціація гастрономічного туризму запропонувала вживання терміну «гастрономічний туризм» [27]. Відповідно, термін «кулінарний туризм» було замінено терміном «гастрономічний туризм».

Всесвітня асоціація гастрономічного туризму трактує гастрономічний туризм «як подорожі з метою отримання незамінного досвіду, що заснований на культурі споживання їжі або напоїв, відкритті унікальних місць та їхньої культури через національну кухню» [54]. Асоціація є провідним світовим авторитетом у сфері гастрономічного туризму, яка щороку обслуговує близько 200 тис. туристів зі 150 країн [54].

У науковій літературі наводяться різні визначення поняття «гастрономічний туризм», від широкого розуміння гастрономічного туризму як їжі, яка як додаткова послуга надається в турі, до вузького трактування, наприклад як винного чи кавового туризму.

Найпоширеніше визначення гастрономічного туризму, що використовується в зарубіжній літературі, запропоноване М. Холлом та Л. Шарплсом, відповідно якого гастрономічний туризм «є досвідною поїздкою до гастрономічного регіону для відпочинку й розваг, що включає в себе відвідування первинних та вторинних виробників продуктів харчування, гастрономічні фестивалі, продовольчі ярмарки, події, фермерські ринки, кулінарні шоу та демонстрації, дегустації якісних продуктів харчування або будь-якої туристичної діяльності, пов'язаної з харчовими продуктами» [53]. Розглянемо визначення гастрономічного туризму, що надаються вітчизняною туризмологією (табл. 1.1).

Таблиця 1 – Визначення поняття «гастрономічний туризм» (розроблено автором за даними [5; 20; 21; 25; 34; 38; 39; 42; 46])

Автор	Визначення
Басюк Д.	Спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням і дегустацією національних кулінарних традицій країн світу, що є синтезом екології, культури і виробництва.
Коркуна О., Никига О., Підвальна О.	Спеціалізований вид туризму, який спрямований на ознайомлення туристів з гастрономічними особливостями й культурою певної території.
Корнілова В.	Вид туризму, що пов'язаний із знайомством, технологією приготування та дегустацією національних страв і напоїв, а також кулінарними традиціями народів світу.

Продовження табл. 1

Кукліна Т.	Різновид туризму, який взаємопов'язаний з пересуванням різними країнами з метою ознайомлення з національними стравами, продуктами, напоями.
Омельницька В.	Подорожі в країни або особливі місця для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями, з метою дегустації унікальних страв та продуктів, властиві для її країни або місцевості.
Расулова А.	Спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з історією, технологією та культурою споживання національних страв і продуктів, а також навчанням і підвищенням рівня професійних знань у сфері кулінарії.
Саламатіна С.	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.
Соколов Є.	Подорожі в різні місця планети для ознайомлення з місцевими кулінарними традиціями й особливостями національної або регіональної кухні.
Трададенко Т.	Подорож по країнах і континентах для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями з метою покуштувати унікальні для приїжджого людини блюдо або продукт.

Як показує аналіз, відображених у таблиці 1 визначень, основними аспектами поняття «гастрономічний туризм» є його прив'язка до конкретної локації, регіону або країни, а також культурно-пізнавальна та наукова складові, які націлені саме на місцеві традиції та кухню. Відповідно, «гастрономічний туризм можна вважати допоміжним інструментом пізнання культурної спадщини країн та регіонів світу, оскільки страви національної кухні є одним з елементів, що відображають спосіб життя, світогляд та традиції етносів» [20].

Вчені Ковешніков В. та Гармаш В. не дають визначення дефініції «гастрономічний туризм», однак під гастротуризмом пропонують розуміти наступні варіанти туристичної діяльності:

- «відвідування різноманітних об'єктів гастрономічного туризму, наприклад спеціалізованих музеїв, сироварень, винокурень, броварень;
- відвідування ресторанів національної або з регіональної кухні;
- відвідування спеціалізованих кулінарних курсів;
- відвідування фермерських господарств;
- відвідування продовольчих ярмарок і виставки;
- відвідування фермерських та сільськогосподарських ринків;
- відвідування фестивалів вуличної їжі;
- відвідування пивних і винних фестивалів» [19].

Дослідник гастрономічного туризму Г. Фесенко пропонує виділяти особливості гастрономічного туризму, серед яких: «умови та потенціал для розвитку гостротуризму мають всі країни, в яких розвинена сфера туризму; гастрономічний туризм може динамічно розвиватися у будь-яку пору року, що нівелює вплив сезонності і забезпечує стабільність бізнесу; гостротуризм в певній мірі є складовим елементом всіх видів туризму, об'єктивно розвивається як складова туристичних маршрутів, що створює синергетичний ефект і активізацію підприємницької діяльності; гастрономічні тури є вишуканою рекламою та засобом просування крафтових продуктів місцевих господарств, підприємств та фірм, які залучені до розвитку харчової індустрії регіону» [47] (рис. 2).



Рисунок 2 – Особливості гастрономічного туризму

Джерело: розроблено автором на основі [47]

Розглянувши рисунок 2, можемо стверджувати, що гастрономічному туризму притаманні універсальність та високе соціальне значення, що якісно відрізняють його від інших видів туризму.

Проаналізувавши визначення науковців та особливості гастрономічного туризму, можемо стверджувати, що під гастрономічним туризмом варто розуміти туристичні подорожі в особливі дестинації, регіони або країни для ознайомлення з національною кухнею та особливостями місцевих кулінарних традицій.

На основі вище викладеного, можемо стверджувати, що основною метою гастрономічного туризму є отримання задоволення від дегустації кухні тієї чи іншої території чи країни.

При цьому, як визначають В. Корнілова та Н. Корнілова, «мета гастрономічного туризму не зводиться лише до того, щоб спробувати якусь рідкісну, екзотичну страву або перепробувати незліченну кількість страв. Важливо насолодитися місцевою рецептурою, яка століттями вбирала в себе традиції і звичаї місцевих жителів, їхню культуру приготування їжі» [21].

На думку В. Антоненка мета гастрономічного туризму «повною мірою відповідає соціально-гуманітарній місії туристичної діяльності як вагомому чинника «діалогу культур», поваги до загальнолюдських культурних цінностей, толерантності до способу життя, світогляду й традицій, оскільки національна кухня є невід’ємною частиною культурної спадщини кожної нації, оригінальним надбанням будь-якого етносу» [1].

Аналіз наукової літератури доводить, що, існує велика кількість досліджень присвячених класифікації видів гастрономічного туризму.

Так, Т. Трададенко стверджує, що «для класифікації видів гастрономічного туризму потрібно враховувати не лише географічні фактори, а й мету подорожі та її програмне забезпечення» [46]. Дослідниця пропонує виділяти івентивний гастрономічний туризм, як підвид подієвого туризму, і наголошує на його взаємозв’язку в першу чергу з національними а також з релігійними святами, невідемними елементами яких є кулінарні традиції (наприклад Різдво, Масляна, чи Великдень).

В. Шикеринець пропонує поділяти гастрономічний туризм на два основних види за місцем розташування туристичної дестинації: сільський та міський. Вчений вважає, що основна відмінність між ними у тому, що «туристи, які відправляються у подорож до сільської місцевості, бажають спробувати екологічно чисті продукти та страви з їх використанням» [50].

С. Саламатіна пропонує класифікувати гастрономічний туризм «за видом основного продукту, якому надається перевага в гастрономічній подорожі» Вчена відносить до основних видів: «винний, рибний, сирний, кавовий, медовий, фруктовো-ягідний, цигарковий, чайний, шоколадний, агро та змішаний» [39].

З такою класифікацією погоджується більшість вітчизняних дослідників гастрономічного туризму. Наприклад Г. Фесенко називає ці напрями гастрономічним монотуризмом. На його думку, «гастрономічний монотуризм – це особливий вид кулінарного туризму, присвячений єдиному продукту» [47].

Г. Вишневська класифікує види гастрономічного туризму за ключовими критеріями, такими як «специфіка місцевості - сільський «зелений», де туристи мають змогу збирати лісові ягоди, овочі та фрукти з фермерських грядок та міський, відвідування ресторанів та кав'ярень, кондитерських фабрик, ковбасних заводів» [6]. За метою поїздки авторка класифікує гастрономічний туризм на види,

«що залежать від бажання спробувати конкретну страву чи напій, наприклад сирний, шоколадний, винний, пивний» [6].

Свою класифікацію пропонує Д. Стешенко, визначаючи види гастрономічного туризму за метою «сільський, ресторанний, освітній та подієвий гастрономічний туризм». Зокрема, «сільський гастротуризм передбачає дегустацію місцевої кухні і продуктів, вироблених у цьому регіоні; ресторанний - відвідування найбільш відомих і популярних ресторанів, що вирізняються високою якістю, ексклюзивністю кухні, а також національною спрямованістю; освітній - навчання в спеціальних освітніх установах із кулінарною спеціалізацією, а також курсів і майстер-класів; подієвий - відвідування місцевості в певний час із метою участі у громадських та культурних заходах із гастрономічною тематикою» [44].

Узагальнену класифікацію пропонує В. Омельницька виділяючи такі класифікаційні ознаки гастрономічного туризму як: напрям та мета подорожі. За метою подорожі гастрономічний туризм авторка поділяє на «культурно-пізнавальний – відвідування різноманітних екскурсій кулінарного та виробничого характеру; оздоровчий – споживання лікувальних трав'яних зборів, чаїв, меду та паралельне проходження оздоровчих процедур (апітерапія, вишотерапія, дієтотерапія); для гурманів – дегустація вишуканих страв та напоїв спеціалістами (сомельє, дегустаторами)». За напрямками подорожі гастротуризм поділяється на святковий та фестивальний, що передбачають відвідування та участь у гастрономічних ярмарках, фестивалях тощо [36].

Крім того, дослідниця пропонує виділяти окремо гастродипломатію, як «особливий вид гастрономічного туризму, що має на меті організацію дипломатичних прийомів, з урахуванням гастрономічних особливостей держав-гостей та держав-організаторів, та представлення країни через її гастрономічні традиції, національні продукти та страви [36].

Узагальнимо класифікації видів гастрономічного туризму у таблиці 2.

Таблиця 2 – Узагальнена класифікація гастрономічного туризму (розроблено автором за даними [6; 36; 39; 44; 46; 47; 50])

Вид гастротуризму	Характеристика туристичної діяльності	Автор
ЗА МІСЦЕМ РОЗТАШУВАННЯ ДЕСТИНАЦІЇ		
Сільський	Передбачає відвідування сільських районів зі збором екологічно чистих продуктів та дегустацією.	В. Шикеринець, Г. Вишневецька, Д. Стешенко
Міський	Передбачає відвідування промислових або крафтових підприємств та ресторанів з дегустацією.	
ЗА МЕТОЮ ПОДОРОЖІ		
Культурно-пізнавальний	Передбачає відвідування екскурсій з гастрономічними локаціями	Г. Фесенко, Д. Стешенко
Оздоровчий	Передбачає відвідування центрів вино- та дієтотерапії, тотерапії цілющими травами.	

Продовження табл. 2

Гурман	Передбачає відвідування спеціалістами гастрономічної сфери закладів, що спеціалізуються на вишуканих стравах та напоях.	В. Омельницька
ЗА ВИДОМ КОНКРЕТНОГО ПРОДУКТУ		
Винний	Передбачає відвідування виноградників, виноробень та дегустацію вин.	С. Саламатіна, Г. Вишневська
Пивний	Передбачає відвідування пивних заводів, корафтових пивоварень та дегустацію пива.	
Сирний	Передбачає відвідування пасовищ, крафтових сироварень, сирних погребів та сирних заводів.	
Чайний	Передбачає відвідування чайних плантацій, фабрик по фасуванню чаю та чайних церемоній.	
Кавовий	Передбачає відвідування кавових плантацій, фабрик по пакуванню кави та дегустацію кави.	
Шоколадний	Передбачає відвідування плантацій какао, шоколадних фабрик і майстрень та дегустацію.	
Фруктово-ягідний	Передбачає відвідування садів, збирання фруктового чи ягідного урожаю, заводів з переробки фруктів та ягід та дегустацію.	
Рибний	Передбачає рибних ферм та водойм, заводів з переробки риби та дегустація рибної продукції.	
Медовий	Передбачає відвідування пасік, медових заводів та дегустацію меду.	
Змішаний	Передбачає поєднання декількох видів туризму.	
НАПРЯМОМ ПОДОРОЖІ		
Святковий	Передбачає відвідування обрядових гастросвят	Т. Трададенко
Фестивальний	Передбачає відвідування гастрофестивалів	
ОСОБЛИВІ		
Гастродипломатія	Передбачає організацію дипломатичних прийомів з урахуванням гастрономічних особливостей гостей та організаторів.	В. Омельницька

Як видно з таблиці 2 під час гастрономічної подорожі туристи можуть займатися різною туристичною діяльністю: брати участь у фестивалях, знайомитись з національною кухнею та оригінальною рецептурою, відвідувати заклади місцевої кухні та навіть навчатися. В одному гастрономічному турі може бути поєднана як гастрономічна, так і культурно-пізнавальна складові та передбачена туристична діяльність, яка задіює всі органи чуття людини, а особливо запах та смак.

Враховуючи, що гастрономічний туризм не є масовим явищем, вважаємо, що, його цільова аудиторія також представлена особливими категоріями туристів. Отже, гастрономічні тури обирають:

- туристи, яким набридли традиційні види туризму;
- гурмани та любителі вишуканих страв;
- туристи, робота яких певним чином пов'язана з приготуванням або вживанням різноманітної їжі;
- представники туристичних підприємств, які зацікавлені в організації власних гастротурів;
- туристи, які можуть використовують гастрономічний туризм з метою отримання професійних навичок або навчання (кухарі, ресторатори, сомельє, дегустатори, блогери);
- туристи, які мають на меті заглибитися в культуру іншої країни, саме за допомогою національної кухні.

Варто наголосити, що туристу, який обирає гастрономічну подорож, потрібно враховувати, що така подорож може дати йому не лише насолоду від ознайомлення з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями і звичаями, але і може мати ряд ризиків, зокрема з боку власного організму. Адже під час подорожі змінюється, інколи доволі кардинально, звична система харчування, що може призвести до шлункових розладів, алергій та харчових отруєнь. Тому відправляючись в гастрономічний тур варто ознайомитись зі специфікою регіональної кухні і способами її приготування, та потурбуватись про власну безпеку.

Розглянемо основні функції гастрономічного туризму. М. Мальська, М. Філь та І. Пандяк пропонують виділяти:

- «культурно-історичну функцію, що передбачає вивчення досвіду та практики вживання національної традиційної їжі для населення певної країни чи окремого її регіону;
 - практично-пізнавальну, що передбачає вивчення досвіду виробництва і споживання традиційної гастрономічної продукції;
 - релігійно-етнічну, що передбачає ознайомлення з культовими національними традиціями споживання різної їжі;
 - інформаційно-комунікаційну, що передбачає налагодження комунікації та обмін інформацією у процесі виробництва та вживання їжі;
 - бізнесово-економічну, що передбачає налагодження виробничих та торговельних зв'язків із місцевими виробниками традиційної їжі;
 - практично-прикладну що передбачає обмін досвідом у кулінарних традиціях та технологіях виробництва їжі, а також організацію кулінарних, кулінарних шкіл, семінарів-тренінгів та конкурсів» [21; 27].
- Функції гастрономічного туризму перераховані нами на рис. 3.



Рисунок 3 – Функції гастрономічного туризму

Джерело: розроблено автором на основі [21; 27]

Провідні фахівці туристичної індустрії, що досліджують гастрономічний туризм виділяють наступні принципи, які забезпечують сталий розвиток гастрономічного туризму: стійкість, якість, зв'язок та співпраця (рис. 4).

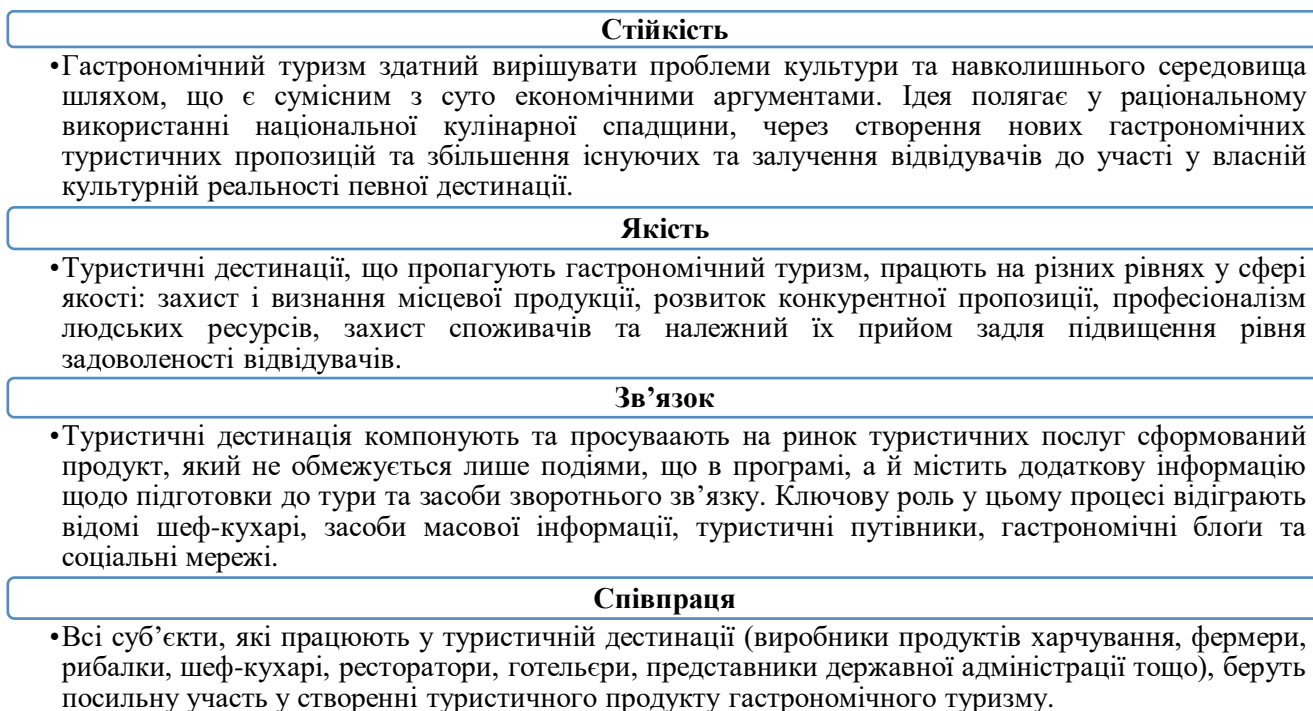


Рисунок 4 – Сучасні принципи розвитку гастрономічного туризму

Джерело: розроблено автором на основі [6; 28; 43]

Вище перелічені принципи дозволяють раціонально використовувати наявні гастрономічний потенціал, природні і культурно-історичні ресурси з метою динамічного розвитку гастрономічного туризму, удосконалювати існуючі його види та розвивати нові.

Аналіз теоретико-методичних засад розвитку гастрономічного туризму демонструє важливість розвитку даного виду туризму, адже він дає змогу туристам не тільки ознайомитися з гастрономічними особливостями певного регіону чи країни, а через кулінарні традиції місцевості дослідити розвиток матеріальної культури народу. Оскільки гастрономічний туризм має чітке етногеографічне спрямування, коли їжа цікавить туриста не з точки зору технології її приготування, а як явище побутової культури, що розвивається за певних географічних умов.

Кожного року у світі з'являються нові та популярні гастрономічні локації, що приваблюють все більшу кількість туристів. Основною формою організації гастрономічного туризму, беззаперечно, є гастрономічний тур. Під гастрономічним туром розуміємо комплекс заходів з відвідування туристичних локацій та дегустації страв, характерних для місцевої кухні.

Залежно від виду заявки туриста і від способу організації гастрономічного туру, дослідниця Г. Вишнеvsька, пропонує виділяти індивідуальні, пакетні і інклюзив - тури. «Індивідуальний тур – формується підприємствами туристичної індустрії на індивідуальній основі, та передбачає врахування персональних запитів туриста і його безпосередню участь у розробці. Пакетний тур – це в основному серійний тури, який вводиться для широкого продажу за нижчою ціною та включає чотири базові елементи: транспорт, трансфер, послуги розміщення та туристичні послуги. Інклюзив-тур – жорсткий та заздалегідь спланований набір послуг, який чітко зорієнтований на певний вид гастрономічного туризму» [6]. Додамо, що індивідуальний тур є на найбільш багатоваріантним, та надає туристу найбільше незалежності і самостійності. Пакетний тур, навпаки, є найбільш жорстким, та характеризується єдиною для всіх програмою і графіком подорожі.

Варто відзначити, що гастрономічний туризм ми не відносимо до масового туризму, адже це відносно новий вид туризму, тому більша частина гастрономічних подорожей представлена у форматі індивідуальних турів.

В. Корнілова та Н. Корнілова «пропонують поділяти гастрономічні тури, за метою подорожі, на ресторанный, сільські, цільові, освітні та комбіновані» (рис. 5).

Ресторанный тур	<ul style="list-style-type: none"> •передбачає подорож, яка складається з відвідування найвідоміших та найбільш популярних ресторанів, які відрізняються високою якістю, ексклюзивністю кухні, національним спрямуванням.
Тур сільською місцевістю	<ul style="list-style-type: none"> •передбачає тимчасове перебування туристів у сільській місцевості з метою дегустації її кухні та продуктів, що виробляють у даному регіоні та може також включати в себе деякі сільськогосподарські роботи.
Цільові - тури	<ul style="list-style-type: none"> •передбачає відвідування гастрономічних виставок, ярмарок, шоу.
Освітній тур	<ul style="list-style-type: none"> •передбачає навчання в спеціальних закладах кулінарного профілю, відвідування курсів та майстер-класів.
Комбінований тур	<ul style="list-style-type: none"> •передбачає поєднання кількох основних попередніх турів.

Рисунок 5 – Типи гастрономічних турів відповідно до мети

Джерело: розроблено автором на основі [21]

Також популярними організаційними формами у гастрономічному туризмі є екскурсійні гастротури, гастрономічні фестивалі, гастрономічні заходи, винні та пивні тури, відвідування виробництв та освітніх заходів. Узагальнимо їх на рисунку 6 та дамо коротку характеристику.

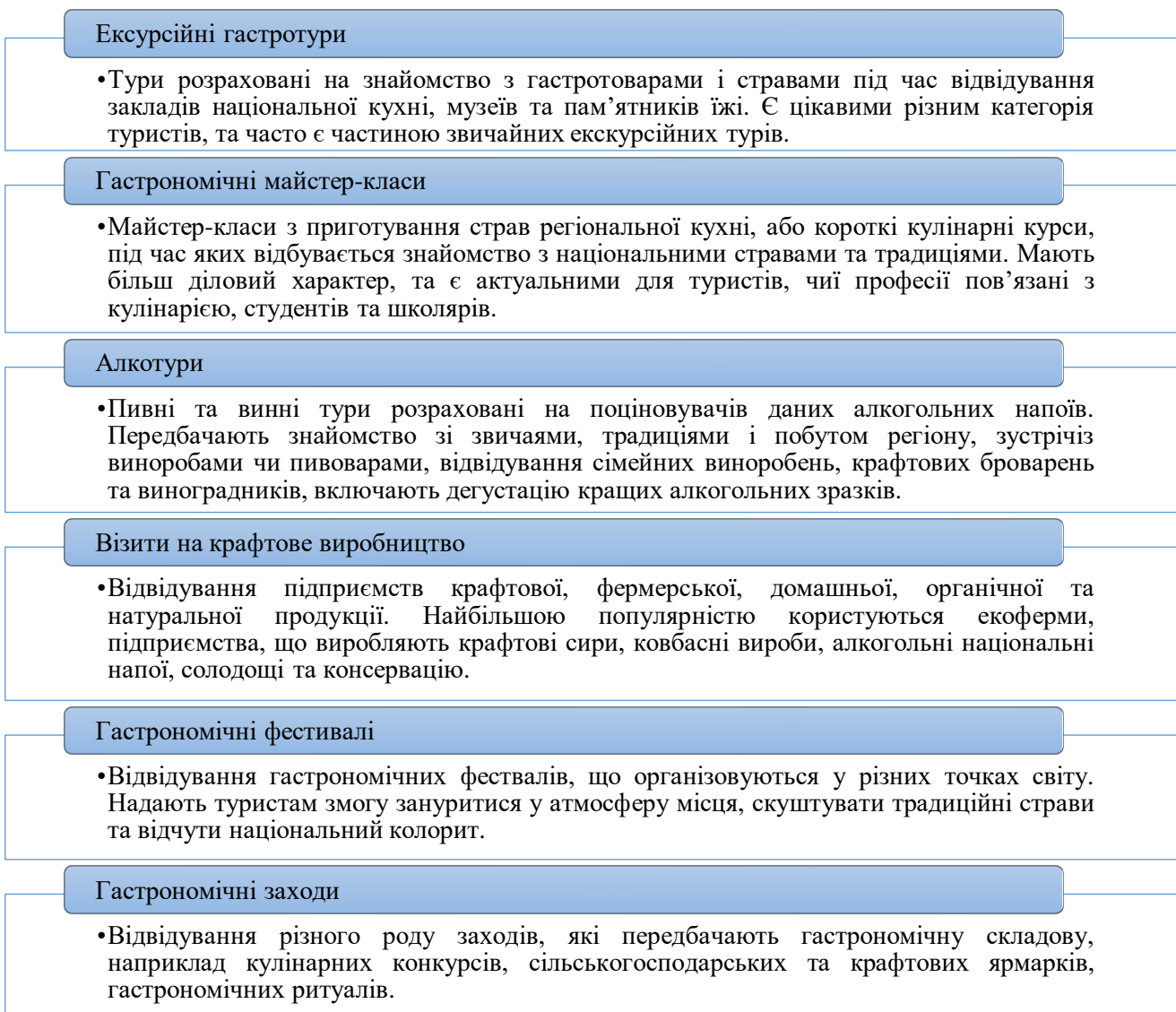


Рисунок 6 – Популярні організаційні форми гастрономічного туризму
Джерело: розроблено автором на основі [20; 21; 22; 27; 47]

Аналізуючи організаційні форми гастрономічного туризму приходимо до висновку, що гастрономічні заходи різного характеру мають позитивний вплив на розвиток громади, регіону чи країни, адже вони забезпечують соціально-культурний розвиток та стимулюють місцеву підприємницьку діяльність, заохочують до розширення мережі закладів готельно-ресторанного господарства та впливають на посилення туристичної привабливості місцевості.

На рисунку 7 розглянемо, що ж може виступати об'єктами гастрономічного туризму. Як бачимо, спектр доволі широкий, починаючи конкретним рестораном та закінчуючи країною, яка асоціюється у туристів або з конкретним продуктом чи напоєм або вважається «меккою» для гастрономічних туристів.



Рисунок 7 – Основні об'єкти гастрономічного туризму

Джерело: розроблено автором на основі [27; 20; 22; 25]

За даними ЮНВТО, найбільшою популярністю у серед туристів, що обирають гастротури, користуються заклади ресторанного господарства, крафтові підприємства різних спеціалізацій та гастрономічні фестивалі. Зокрема, на відвідування закладів ресторанного господарства припадає 29% від загального туристичного потоку, на відвідування закладів торгівлі локальними продуктами харчування - 26%, гастрономічні свята та фестивалі відвідує 20% гастротуристів.

Меншою популярністю користуються кулінарні майстер-класи - 13%, гастрономічні ярмарки 7%, фермерські угіддя - 3%. На відвідування інших гастрономічних локацій припадає лише 2% (рис. 8).

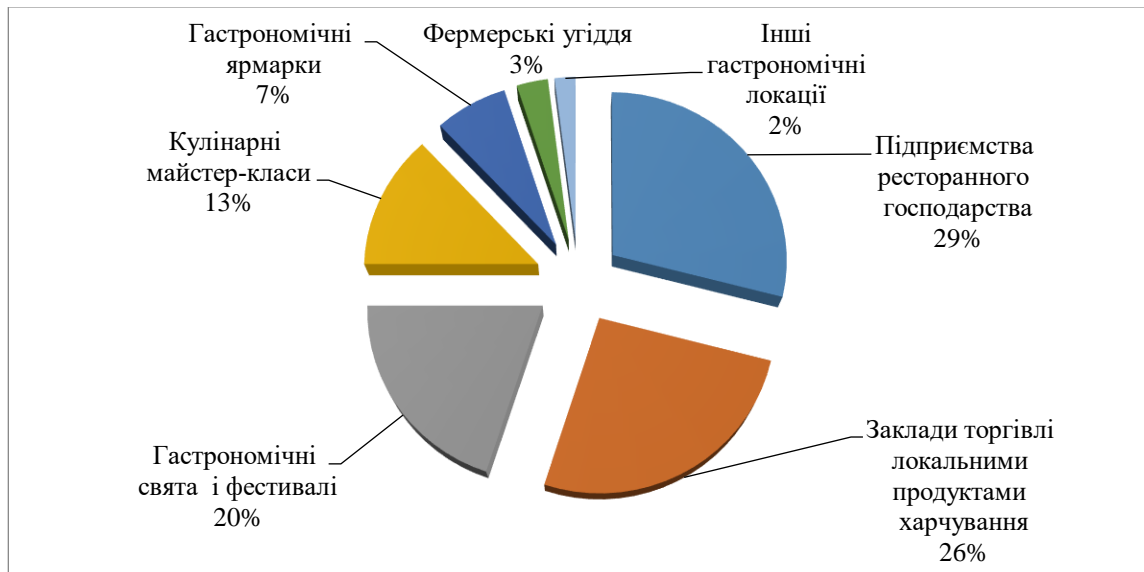


Рисунок 8 – Найбільш відвідвані об'єкти гастрономічного туризму
Джерело: розроблено автором на основі [55]

Розглянемо детальніше діяльність вище перелічених об'єктів на ринку туристичних послуг. Найбільш яскраво, на нашу думку, розвиток гастрономічного туризму в Україні відображає діяльність закладів ресторанного господарства та організація гастрономічних фестивалів.

Цьому в значній мірі сприяє багатонаціональність України. Адже на території нашої держави, окрім корінних народів - українців, кримських татар, караїмів, кримчаків, проживає багато інших етнічних груп. Наприклад, у північних регіонах України проживають білоруси, на заході країни угорці, румуни та поляки, у південних та центральних регіонах локалізуються євреї, болгари та молдавани. Загалом, за даними Державної служби з етнополітики та свободи совісті, «на сьогодні кожен четвертий громадянин держави – це представник певної некорінної національності» [11].

Відповідно, українці та представники інших національностей, сформували на території України неповторне етнокультурне середовище, яке відображається, в тому числі, в унікальних кулінарних традиціях. Тому, така різноманітна українська кухня приваблює туристів, які прагнуть ознайомитись з місцевістю саме через традиційну кухню.

За даними Державної служби статистики України у 2019 році в Україні діяло 18636 закладів ресторанного господарства. Суттєве падіння кількості закладів ресторанного господарства, відбулось під час пандемії COVID-19. Заклади, які не змогли перевести свою діяльність на доставки та просувати свої

послуги через Інтернет чи соціальні мережі закрились. Кількість закритих закладів становила близько 21%. Станом на 2021 рік в Україні діяло 14 786 закладів ресторанного господарства [12].

Враховуючи, що гастрономічний туризм має регіональні особливості, варто розглянути концентрацію закладів за регіонами (рис. 9).

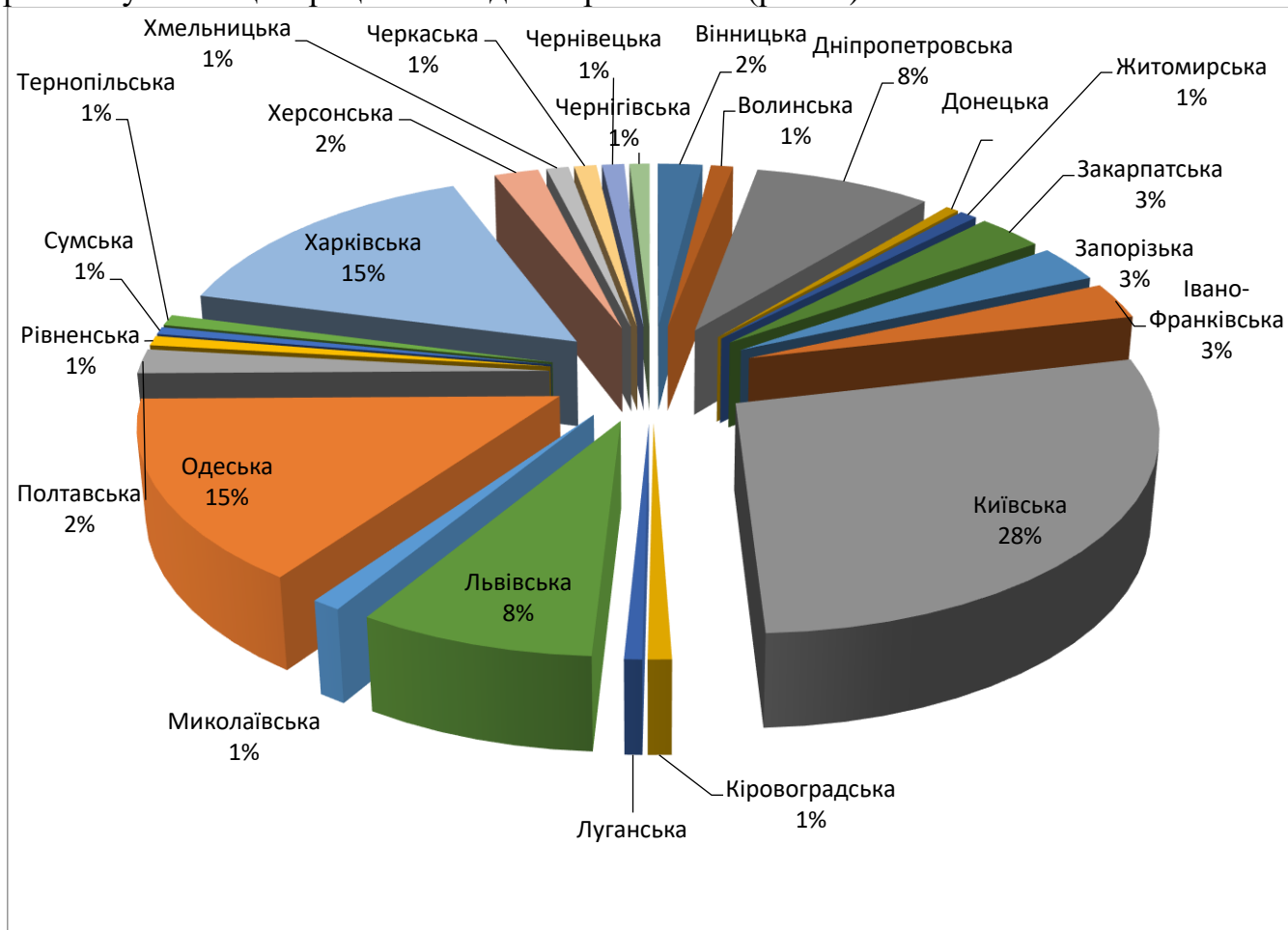


Рисунок 9 – Концентрація закладів ресторанного господарства у 2021 році
Джерело: розроблено автором на основі [12]

Як показує рисунок, найбільша концентрація закладів ресторанного господарства характерна для Київської - 28%, Одеської – 15% та Харківської – 15% областей. Тобто майже половина всіх закладів України концентрується у цих трьох областях. Дещо меншу концентрацію закладів мають Львівська та Дніпропетровська області – по 8%. На Закарпатську, Запорізьку та Івано-Франківську припадає по 3% закладів від загальної кількості. Ще менше, по 2%, мають Вінницька, Херсонська та Полтавська області. Найменшу питому вагу в структурі розміщення закладів ресторанного господарства, близько 1%, мають Житомирська, Волинська, Чернігівська, Чернівецька, Черкаська, Хмельницька, Тернопільська, Сумська, Рівненська, Миколаївська, та Кіровоградська області.

Для Донецької та Луганської областей характерною є концентрація закладів ресторанного господарства менше 1%.

Такий розподіл закладів ресторанного господарства, а саме безпосереднє лідерство Київської, Одеської, та Харківської областей, можемо пояснити декількома факторами.

По-перше, це туристична привабливість цих регіонів, адже вони є найбільшими полюсами тяжіння для туристів.

По-друге, це «висока кількість населення в адміністративних центрах, адже Київ, Одеса та Харків у 2021 році були містами-мільйонниками» [12]. Відповідно, велика концентрація населення стимулює розвиток сфери обслуговування.

З початком повномасштабного вторгнення Росії в Україну кількість закладів ресторанного господарства суттєво скоротилась. За матеріалами Національної ресторанної асоціації України «у 2022 році в Україні закрилось понад 7000 ресторанів та кафе, відкрилося понад 2000 нових закладів харчування» [31].

В асоціації наголошують, що точних статистичних даних наразі немає, однак ринок зменшився на 25%. «У деяких областях падіння ринку становило понад 50%, наприклад у Харківській, Миколаївській, Запорізькій, Луганській областях. У Київській, Одеській, Дніпропетровській областях – до 30%» [31].

Однак, спостерігається і позитивна динаміка, зокрема у західних областях України. «У Львові та області кількість ресторанів та кафе зросла приблизно на 30%, у Закарпатській, Чернівецькій, Івано-Франківській областях – приблизно на 20%» [31].

Серед закладів ресторанного бізнесу, яким гастро туристи надають перевагу в подорожі, та які інколи можуть виступати самостійними об'єктами гастрономічної подорожі, популярністю користуються заклади, які: «відзначені зірками визнаного кулінарного гіда Мішлен та інших ресторанних рейтингів; відомі високою авторською кухнею завдяки визнаним шеф-кухарям, які є і власниками цих закладів; мають унікальну концепцію, місце розташування чи неповторний колорит; визнані кращими у світі за версією престижних фахових видань» [9].

Ресторанів, відмічених зірками Мішлен, та міжнародними фаховими виданнями, на жаль, в Україні відсутні. Однак, успішно діє Національна ресторанна премія «СІЛЬ». Це головна професійна відзнака в ресторанній індустрії України. Премію було засновано у 2013 році, компанією Hoteliero, з метою відзнаки найкращих ресторанів країни, та загалом для розвитку галузі гостинності. Крім того асоціація інформує туристів та гостей про якість закладів чи про відкриття нових [32].

Премія передбачає відзначення закладів ресторанного господарства за 17 категоріями, серед яких наприклад: найкраща кав'ярня, найкращий ресторан української кухні, найкращий ресторан національної кухні, найкраща кондитерська, найкращий ресторан з винною картою, найкращий пивний ресторан, найкраще міське кафе, найкращий ресторан при готелі, найкращий

заміський ресторан, найкращий пивний бар, найкраща кафе-пекарня, найкращий ресторан азійської кухні, найкращий винний бар та вибір журі [32].

Розглянемо у таблиці 3, відзначені у 2021 році премією, категорії об'єктів ресторанного господарства, які є потенційно привабливими для гастрономічних туристів.

Таблиця 3 – Найкращі ресторани України у 2021 році за версією Національної ресторанної премії «СІЛЬ» (розроблено автором за даними [32])

Номінація	Ресторан	Населений пункт
Найкращий ресторан української кухні	Barvy	Київ
	Ресторація Бачевських	Львів
	100 років тому вперед	Київ
	Sho	Київ
	Хуторець на Дніпрі	Київ
	Остання Барикада	Київ
	Глек	Київ
	U Reastaurant about u	Одеса
	Канапа	Київ
	Грибова Хата	Буковель
Найкращий ресторан з винною картою	Wine Love	Київ
	Lucky Restaurant Vinoteque	Київ
	Веранда на Дніпре	Київ
	Vino e Cucina	Київ
	Vinoteca Praha	Львів
	KINOSHNIKI	Харків
	YUG	Одеса
Найкращий пивний ресторан	Кумпель на Митній	Львів
	Tref Cefe Beer Hub	Одеса
	Brugge	Київ
	Кеды искусствоведа	Дніпро
	This is pivbar	Київ
	Beerteka	Одеса
	Кант	Рівне
Найкращий заміський ресторан	Terrace by the lake	с. Стрілки, Львівська обл.
	Zafferano	с. Вишенки, Київська обл.
	Toscana Grill	Буча, Київська обл.
	Fabius	Київ
	RiverWood	с. Мошни, Черкаська обл.
	Kommuna kitchen	с. Бобриця, Київська обл.
	ZASTAVA	Умань
	Monica Bellucci	Запоріжжя

Як бачимо з таблиці 3, найбільша концентрація відзначених премією закладів приманна Києву та області – 17 закладів, в Одесі – 4 заклади, у Львові та

області – 4 заклади. Також представлені в рейтингу заклади ресторанного господарства є в Дніпрі, Запоріжжі, Харкові, Рівному, Умані та Буковелі. Загалом, заклади відмічені премією, характерні в основному для адміністративних центрів регіонів.

Гастрономічні туристи, які відвідують Україну бажають перш за все скуштувати традиційні місцеві страви. Тому, важливим аспектом розвитку гастрономічного туризму є ознайомлення туристів з особливостями традиційного українського харчування. «Українська народна кухня – це така ж культурна спадщина українського народу, як мова, література, мистецтво. Вона створювалася упродовж багатьох віків, тому вона у певній мірі відбиває не лише історичний розвиток українського народу, але й звичаї, традиції та культуру» [29].

Наша національна кухня це майже неоціненний здобуток народу, яким слід пишатися та не варто забувати. Багатство української кухні зафіксоване в етнографічних дослідженнях, в яких вказано, що «українська кулінарія налічує понад 4 тисячі рецептів різноманітних страв із м'яса (особливо свинини), риби, овочів, яєць та молочних продуктів» [15].

Багатство національної кухні яскраво відображають гастрономічні фестивалі. «Міжнародні гастрономічні фестивалі представляють собою найбільш відомі гастрономічні destinations серед туристів та є об'єктом окремого туристичного туру за напрямом подорожі (фестивальний)» [23].

Взагалі, в тих регіонах України, де проводяться гастрономічні фестивалі, тематичні ярмарки чи народні свята, суттєво збільшуються туристичні потоки. Збільшення туристичного потоку, в свою чергу, сприяє розвитку та популяризації гастротуризму, як в окремих регіонах, так і в країні в цілому. Проведення гастрономічних фестивалів також є передумовою для формування конкурентоспроможного туристичного продукту гастрономічного туризму на внутрішньому та міжнародному ринках туристичних послуг [27].

Важливим моментом є і те, що такі об'єкти гастрономічного туризму виступають додатковою гарантією, що унікальні національні та автентичні кулінарні традиції та гастрономічні особливості країни будуть збережені.

В Україні засновано, та проводиться на регулярній основі, велика кількість унікальних автентичних гастрономічних фестивалів. Серед них фестивалі національної кухні, міської та вуличної їжі, алкогольних напоїв, фестивалі присвячені певній страві, ягодам чи овочам, меду та солодошам.

За даними Асоціації сприяння розвитку гастрономічного та винного туризму в Україні у 2019 році в Україні відбулося 76 гастрономічних фестивалів [3]. Наведемо їх перелік за регіонами, в яких вони відбувалися, у Додатку А.

У зв'язку з пандемією Covid-19 гастрономічні заходи, що були заплановані на 2020 рік не відбулися. Частина з них була перенесена на 2021 рік, однак, знову ж таки враховуючи продовження пандемії, були реалізовані лише частково [3].

У порівнянні з 2019 роком, у 2021 році кількість проведених гастрономічних фестивалів упала на 68%. У цей рік було проведено лише 23 фестивалі, розглянемо їх, за регіонами, в яких вони відбувалися у таблиці 4.

Таблиця 4 – Гастрономічні фестивалі, проведені в Україні у 2021 році (розроблено автором за даними [2; 3])

№ з/п	Назва фестивалю	Населений пункт	Область
1.	Фестиваль-ярмарка «Пироговські пікніки», (квітень)	Вінниця	Вінницька
2.	Фестиваль польової кухні ім. Тараса Сича, (27-28 червня)		
3.	«Виставка-ярмарка «Медовий спас», (серпень)	м. Луцьк	Волинська
4.	Міжнародний фестиваль дерунів, (вересень)	м. Коростень	Житомирська
5.	Ягідний фестиваль «Брусвяна Україна», (17 липня)	с. Костівці	
6.	«Ужгородська палачінта», (кінець лютого)	м. Ужгород	Закарпатська
7.	Фестиваль «Варишська палачінта», (13 березня)	м. Мукачево	
8.	«Червоне вино», (11-15 січня)		
9.	Фестиваль «Огинь і м'ясо», (7-9 травня)		
10.	Фестиваль «Варишське пиво», (20-22 серпня)		
11.	Фестиваль-ярмарок «Срібні Джерела», (8-10 жовтня)	м. Хуст	
12.	Фестиваль-конкурс вина «Чарівна лоза Примор'я», (червень)	м. Приморськ	Запорізька
13.	Гастрономічний фестиваль «Бігус», (29-30 травня)	м. Івано-Франківськ	Івано-Франківська
14.	Виставка-ярмарка «Свято Бойківського меду та ремесел», (22-23 серпня)	м. Долина	
15.	Фестиваль українського борщу, (5 березня)	м. Київ	Київська
16.	Свято Пампухав гаю, (16-17 січня)	м. Львів	Львівська
17.	Фестиваль «Craft Beer&Vinyl Music Festival», (14-16 травня)		
18.	Перший фестиваль Українського вина, (11-13 червня)		
19.	Фестиваль «HORECA Show Lviv», (вересень)		
20.	Фестиваль «Галицька лоза», (вересень)		
21.	Фестиваль «Полтавська галушка», (5 червня)	м. Полтава	Полтавська
22.	Виставка-ярмарок «Свято Меду», (серпень)		
23.	Фестиваль «Борщик в глиняному горшечку», (14 серпня)	с.м.т. Опішня	

Проаналізувавши дані Додатку А та таблиці 4, бачимо, що ряд гастрономічних фестивалів присвячено українським стравам, які сьогодні набули статусу етнічної символіки.

Це сталось передусім через те, що деякі страви вважаються своєрідним «кодом» національної культури, та сприймаються як зразки високих досягнень українського кулінарного мистецтва.

Гастрономічним символом України є, беззаперечно, борщ. «Український борщ має до 50 різновидів та в кожній області його готують за своїм особливим рецептом: полтавським, волинським, чернігівським, галицьким, львівським, селянським, дніпровським. До його складу входить до 20 найменувань продуктів, які створюють його неповторний багатий смак та аромат» [15].

Борщ вважається українським не так із націоналістичної точки зору, як тому, що «він походить з українських земель, а його рецепти знаходять в історичних картинах» [15].

Борщ є однією з основних перших страв саме української кухні, хоча і входить в кухні інших країн. Однак саме український рецепт є унікальним, та представлений у світі як стандартний варіант приготування цієї страви.

Унікальність українського борщу підтверджує той факт, що у липні 2022 року «на 5-му позачерговому засіданні Міжурядового комітету з охорони нематеріальної культурної спадщини, за зверненням Міністерства культури та інформаційної політики України, було внесено елемент «Культура приготування українського борщу» до Списку нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО, що потребує негайної охорони» [30]. Занесення борщу до спадщини ЮНЕСКО підкреслює та посилює визнання української кухні на світовому рівні.

Борщу присвячено багато фестивалів. Найпопулярнішим є фестиваль «Борщ'їв», що проводиться, у селищі Борщів у Тернопільській області. Також присвячені борщу фестивалі відбуваються у Вінницькій, Київській, Полтавська та Тернопільська областях.

Також символічним українським продуктом є сало. Йому теж присвячено ряд гастрономічних фестивалів. Зокрема, традиційним є фестиваль сала у с. Петриківка у Дніпропетровській області. Салу навіть присвячено музей.

У Львові з 2011 року популярною локацією є музей — ресторан «Сало». «Серед експонатів музею знаходяться різноманітні скульптури з сала (шахові фігури з сала, незвичайний гуманоїд з сала, свічки, крісло), а також фотографії, картини та інші твори мистецтва, які присвячені цьому українському символу. Центром експозиції є копія людського серця з сала, яка не просто унікальне, але і занесене до Книги рекордів України» [45].

Приділяється увага в фестивалях і іншим традиційним травам, які асоціюються з Україною. Це пампушки, галушки, вареники, деруни, банош, капусняк, львівські пляцки, палачінта та багато інших. Національним стравам присвячено, наприклад, такі фестивалі: міжнародний фестиваль дерунів

(м. Коростень), свято Пампуха в гаю (м. Львів), «Ужгородська палачінта» (м. Ужгород), фестиваль «Варишська палачінта» (м. Мукачево), фестиваль «Полтавська галушка» (м. Полтава), фестиваль кулішу «Смачна традиція козацтва» (с. Старі Кодаки), всеукраїнський фестиваль вареників (м. Яремче), «Берлибашський бануш» (с. Костилівка), фестиваль голубців, (с. Великий Бичків), «Вареник і капусняк-fest», (м. Збараж), «Дерун-фест» (м. Чернігів).

Вагомою частиною гастрономічного фестивального життя є алкогольні фестивалі. Найбільше фестивалів присвячено крафтовому вину та пиву, однак є фестивалі глінтвейну та віскі. Найпопулярнішими алкофестивалями є: «Варишське пиво» (м. Мукачево), «Червоне вино» (м. Мукачево), фестиваль «Craft Beer&Vinyl Music Festival» (м. Львів), перший фестиваль Українського вина (м. Львів), Фестиваль молодого вина і меду «Закарпатське божоле» (м. Ужгород), фестиваль односолодових віскі «Whisky Dram» (м. Київ), фестиваль українського крафтового пива «Craft Beer Fest!» (м. Київ), «Дні глінтвейну у Львові» (м. Львів), Свято вина та етнічного мистецтва» (м. Болград).

Характерними для теплої пори року є фестивалі, присвячені ягодам, а особливо полуниці. Майже в кожному регіоні проходить ягідний фестиваль, наприклад «Червона черешня» (с. Пацканьово), Фестиваль чорниці «Верховинська яфина» (с. Гукливе), Сливовий фестиваль «Свято Леквара» (с. Геча), Фестиваль полуниці (м. Кременчук), «Свято полуниці» (м. Одеса), Всеукраїнський полуничний фестиваль-ярмарок «Білецьківський край-полуничний рай» (с. Білецьківка), «Український кавун – солодке диво» (м. Гола Пристань), ягідний фестиваль «Брусвяна Україна» (с. Костівці).

Слід відзначити, що в гастрофестивальній діяльності існує певна нерівномірність щодо місць проведення. Так, їх більшість організовується на Закарпатті (19 фестивалів у 2019 році та 6 у 2021 році) та Львівщині (9 фестивалів у 2019 році та 5 у 2012 році), що пояснюється різноманітними кулінарними традиціями місцевого населення та багатою культурою регіонів. Серед відомих фестивалів Закарпаття варто відзначити: всеукраїнський фестиваль вареників (м. Яремче), «Ужгородська палачінта» (м. Ужгород), фестиваль вина і меду «Сонячний напій» (м. Ужгород), «Берлибашський бануш» (с. Костилівка), фестиваль тушкованого півня на Закарпатті (с. Косонь), фестиваль молодого вина і меду «Закарпатське божоле» (м. Ужгород).

Львів також по праву вважається одним із центрів гастрономічних фестивалів. Щороку у місті Лева проводять гастрономічні фестивалі присвячені його відомим кулінарним брендам, що формують туристичний імідж міста — каві, пиву та шоколаду. Тут проходять: фестиваль «Craft Beer&Vinyl Music Festival», фестиваль пива, національне свято шоколаду, «Дні глінтвейну у Львові», «На каву до Львова». Крім м. Львів, в області проходить фестиваль глінтвейну у с. Славське.

Великою кількістю фестивалів виділяється Київська область, але майже всі вони відбуваються у м. Київ. У 2019 році у столиці відбулось 7 фестивалів, а у

2021 році не відбулося взагалі. Популярними фестивалями столиці є фестивалі солодоців, «SWEETs Fest», односолодових віскі «Whisky Dram» та українського крафтового пива «Craft Beer Fest!».

Ще одним фестивальним містом є Одеса. У 2019 році тут відбулось 4 гастрономічних фестивалів. Саме в Одесі проходить один із найбільш популярних полуничних фестивалів «Свято полуниці», що організовують щотравня. «На фестивалі, окрім куштування різних сортів полуниці, можна долучитися до майстер-класів із приготування полуничних страв та придбати її з собою» [16]. Ще в Одеській області популярним містом фестивалів є Болград. Там щолистопада відбувається Свято вина та етнічного мистецтва.

В меншій кількості у 2019 році гастрономічні фестивалі проводились у Волинській, Полтавській, Тернопільській та Чернігівській областях. Буквально по декілька фестивалів відбувалося в Харківській, Херсонській, Хмельницькій, Чернівецькій, Сумській, Кіровоградській Івано-Франківській, Вінницькій, Дніпропетровській та Житомирській областях. В період пандемії Covid-19 гастрономічні фестивалі в цих областях майже не відбувались.

Відсутністю фестивалів в період, що аналізується, виділяються Донецька та Луганська області, що пояснюється проведенням там бойових дій.

Також гастрономічних фестивалів не було у Черкаській області, хоча інші фестивалі, наприклад «фестиваль Тараса Шевченка «Ше.Fest» та «Черкаська коляда» там проводились» [18].

З початком повномасштабного вторгнення у 2022 році, гастрономічні фестивалі в Україні не проводяться, що безпосередньо пов'язано з воєнними діями та дотриманням рекомендацій безпеки ДСНС стосовно організації туристичної діяльності в період воєнного стану. Взагалі, проводити розважальні фестивалі, на нашу думку, у період воєнного стану є недоречно і з моральних норм.

Однак, інші форми організації гастрономічного туризму реалізуються. Наразі попит на гастротуризм є і буде надалі. За висновками Державного агентства розвитку туризму України «українці дозволяють собі короткі гастрономічні подорожі країною, що допомагають їм трохи відволіктися від того жаху, який відбувається навколо, подорожують у рамках малого Карпатського кола, де є багато господарств, що виробляють прекрасне вино та сири» [13].

У Держагенстві наголошують, що популярними є тури на Закарпаття, зокрема по «Дорозі вина та смаку Закарпаття». Це туристичний маршрут, що «має на меті познайомити гастротуристів з історією, традиціями та автентичною кухнею області. Він об'єднує близько 30 виробників крафтового вина та сиру та передбачає екскурсії, виробництвом, виноградниками, фермами та дегустацію продукції» [14].

Подібна «Дорога вина і смаку» є і у Бессарабії, проте сьогодні вона недоступна для гастротуристів, у зв'язку з близькістю до воєнних дій та високою ймовірністю ракетних ударів.

У Всеукраїнській асоціації гастрономічного туризму також стверджують, про «відновлення попиту на мандрівки з дегустаціями приблизно на 50%» [8]. Популярними організаційними формами сьогодні є екскурсійні гастротури, винні та пивні тури, відвідування виробництв та освітніх заходів.

Розглянемо детальніше варіанти гастрономічних об'єктів цих популярних напрямків, що приймають гастротурисів у 2023 році. (табл. 5).

Таблиця 5 – Популярні форми гастрономічного туризму (розроблено автором за даними [18; 2; 8; 51; 49])

Організаційна форма	Популярні об'єкти
Алкотури	<p>Винні: Центр культури вина (с. Шабо, Одеська область), Chateau Chizay (м. Берегово, Закарпатська обл.), Винарня Grande Vallee (с. Великодолинське, Одеська обл.).</p> <p>Пивні: First Dnipro Brewery (м. Дніпро), Castle Hill Brewery (м. Львів), Kyiv Local Brewery (м. Київ), Molfar brewery molfar brewery (м. Івано-Франківськ), D.Kit Family Brewery (м. Запоріжжя).</p>
Екскурсійні гастротури	<p>Музей Пива (м. Львів), Музей Сала (м. Львів), Музей Горілки (с. Малинівка, Харківська область), Музей Хліба (м. Київ), Музей Шоколаду (м. Львів), Пам'ятник Галушці (м. Полтава), Пам'ятник деруну (м. Корестень), Пам'ятник ніжинському огірку (м. Ніжин), Пам'ятник морозиву (м. Житомир).</p>
Візити на крафтове виробництво	<p>ТМ «SALSUS» крафтові м'ясні вироби (м. Харків), Дім м'ясних делікатесів та кулінарії «Надія» (м. Івано-Франківськ), Сироварня «СирКум» (м. Житомир), Селиська сироварня (Нижнє селище в Закарпатській області), HerbalCraft виробництво крафтових чаїв (м. Київ).</p>
Відвідування ферм з екскурсіями та дегустаціями	<p>Ферма «Лісовий равлик» (с. Терентіївка, Полтавська обл.), устрична ферма «Устриці Скіфії» (с. Червоноукраїнка, Миколаївська обл.), осетрова ферма «Осетр» (м. Українка, Київська обл.), ферма «Чубинський страус» (с. Чубинське, Київська обл.), «Бабині кози» (с. Галайки, Київська обл.), «Карпатський буйвіл» (с. Олешник, Виноградівський район, Закарпатська обл.), «Сираї» (с. Сираї, Чернігівська обл.).</p>
Гастрономічні майстер-класи	<p>Зазвичай такі заходи є періодичними пропозиціями в різних містах України. Інформація про них представляється у соціальних мережах та на офіційних сайтах. Наявні і постійні пропозиції, наприклад Chateau Chizay Academy (м. Берегово, Закарпатська обл.), Кулінарна академія Є. Чернухи (м. Київ).</p>

Варто наголосити, що ряд об'єктів, які є потенційно цікавими для гастротурисів, наразі не можуть здійснювати туристичну діяльність, адже знаходяться близько до воєнних дій, або є деокупованими, наприклад: Сімейна виноробня «Курінь» (м. Херсон), Виноробне господарство Князя П. М.

Трубецького (с. Веселе, Херсонська область), Ясногородська страусина ферма (с. Ясногородка, Київська обл.) та чимало інших об'єктів.

На таких територіях ДСНС не рекомендує організовувати туристичні подорожі через високий рівень ракетних загроз та наявності територій, які потребують розмінування та ретельної перевірки спеціалізованими службами.

Відзначимо, що абсолютно безпечних місць для організації гастротуризму наразі немає, але є відносно безпечні території. Це, в першу чергу, західні області України та центральні. Тут працюють гастролокації та організовуються тематичні гастроекскурсії та тури. Та, вичайно ж, актуальним залишається міський гастротуризм, по закладах ресторанного господарства.

Провідну роль в організації гастрономічних подорожей на сьогодні відіграє Всеукраїнська асоціація гастрономічного туризму, яка пропонує актуальні гастрономічні тури Україною та світом. В Асоціації пропонують тури до Закарпаття, Києва, Львова, Тернополя, Харкова. Популярними є тури: «На вечерю до Митрополита» (м. Київ), «Beer Crawl: Kyiv Beer Festival» (м. Київ), «Відьомські страви та зілля» (м. Київ), «Свято св. Миколая у Закарпатті» (Закарпаття), «Винна осінь на Закарпатті (Закарпаття)», «Екскурсія «Володимирський ринок»» (м. Київ), Гастротур «Кваси-наповнюйся» (Закарпаття), Тернопільський Гастрооксамит (Тернопіль), ««Царство» Пивовара Марка» (м. Київ), Гастрономічний дегустаційний тур на пивний фестиваль Craft Beer & Vinyl Music Festival (м. Київ, м. Львів). Крім того у Всеукраїнській асоціації гастрономічного туризму організовують алкогольні майстер-класи «Еволюція стилю коктейлю» (м. Київ), які кожного разу присвячують різним напоям, наприклад текілі, віскі чи рому [8].

Згідно досліджень Асоціації сприяння розвитку гастрономічного та винного туризму в Україні «найбільш популярними сьогодні є винні, сирні та медові гастротури» [3].

Винний гастротуризм передбачає окремі подорожі до підприємств, що виробляють вино в яких поєднуються відпочинок, кейтерингові заходи (фуршети чи бенкети) та дегустації.

«В Україні у 2021 році діяло 48 виноробних господарств, що випускали на ринок 183 види українських вин» [3]. Основні виноробні підприємства України розташовані в Закарпатській, Одеській та Херсонській областях.

Сьогодні центром розвитку винного туризму є Закарпаття, зокрема «Дорога вина та смаку Закарпаття». Найбільшою популярністю серед гастротуристів користуються Ужгородський коньячний завод, заводи шато «Чизай» та агропромислової фірми «Леанка». Цікавим фактом є те, що «Леанка» організовує дегустацію вин власного виробництва у «Середнянських винних підвалах, які є найстарішим і найбільшим центром виноробства в Закарпатті та архітектурною пам'яткою XVI ст. та ЮНЕСКО» (Додаток Б) [4].

Сирний гастротуризм є одним із відносно нових та перспективних напрямків розвитку гастрономічного туризму. Він передбачає відвідування туристами

пасовищ і сироварень, ознайомлює їх з традиціями сироваріння та культурою споживання сиру.

Найбільше українських крафтових сироварень зосереджено у західних регіонах, зокрема на Закарпатті, Львівщині та Буковині. Вони виготовляють сир із коров'ячого, козячого та овечого молока. Унікальним місцем є сироварня у Нижньому Селищі, що у Хустському районі. У ній виготовляють сорти крафтового сиру, яким немає аналогів в жодному регіоні України. Це сорти «Хуст», «Нарцис» та «Селиський» [48].

Перспективними для розвитку сирного гастротуризму є сироварні на Івано-Франківщині, завдяки мистецтву виготовлення сирних іграшок. «Унікальна традиція виготовлення коників, що призначені для ритуального з'їдання притаманна Косівщині» [48].

Щодо медового туризму або апітуризму, то це вид гастрономічного туризму, мета якого полягає у «дегустації, споживанні та купівлі продуктів бджільництва (мед, віск, прополіс, маточне молочко та ін.) безпосередньо на місці у виробника» [41]. Апітуризм є сталим видом туризму, він не виснажує ресурси, а лише сприяє їх збагаченню.

Україна є одним з основних виробників меду у світі. Мед виробляється в 13 областях України, зосереджених на в центрі, на сході та півдні країни. «Першість по кількості пасік, із сертифікатами органічного виробництва, займає Миколаївська область – 23 пасіки, це приблизно 7,5 тис. сімей бджіл. Друге місце займає Одеська область, де кількість пасік майже в двічі менша – 11 і 2,5 тис. сімей бджіл, третє місце посідає Луганська область» [41].

Найперспективнішими з регіонів України для розвитку апітуризму є Південь України, Прикарпаття та Закарпаття, оскільки бджільництво там є поширеною галуззю та достатньо прибутковою.

Як бачимо, вузькоспеціалізовані напрямки гастрономічного туризму мають позитивну тенденцію в Україні. З кожним роком їх кількість та географія розширюється.

Цікавою тенденцією у сучасному гастрономічному туризмі, є також поява нових форм його організації. Зокрема, це його перехід в режим онлайн, що, звичайно, було спричинено пандемією Covid-19, але в умовах війни є також актуальним.

Так, першими в режим онлайн перейшли кулінарні майстер-класи та зустрічі з гастрономічними експертами в галузі туризму. Наступним кроком стало відкриття першого віртуального гастрономічного музею: «Віртуальний музей гастрономічної спадщини «Вітрина Закарпаття»».

Ініціатором створення такого музею є Український культурний фонд. «Віртуальний музей гастрономічної спадщини «Вітрина Закарпаття»» має на меті «збереження обрядових традицій приготування їжі різних етнічних груп і популяризацію гастрономічного туризму» [7]. Він покликаний «навчити місцеві громади популяризувати локальні традиції приготування їжі та використовувати

їх як один із важливих інструментів для забезпечення сталого гастрономічного туризму» [7].

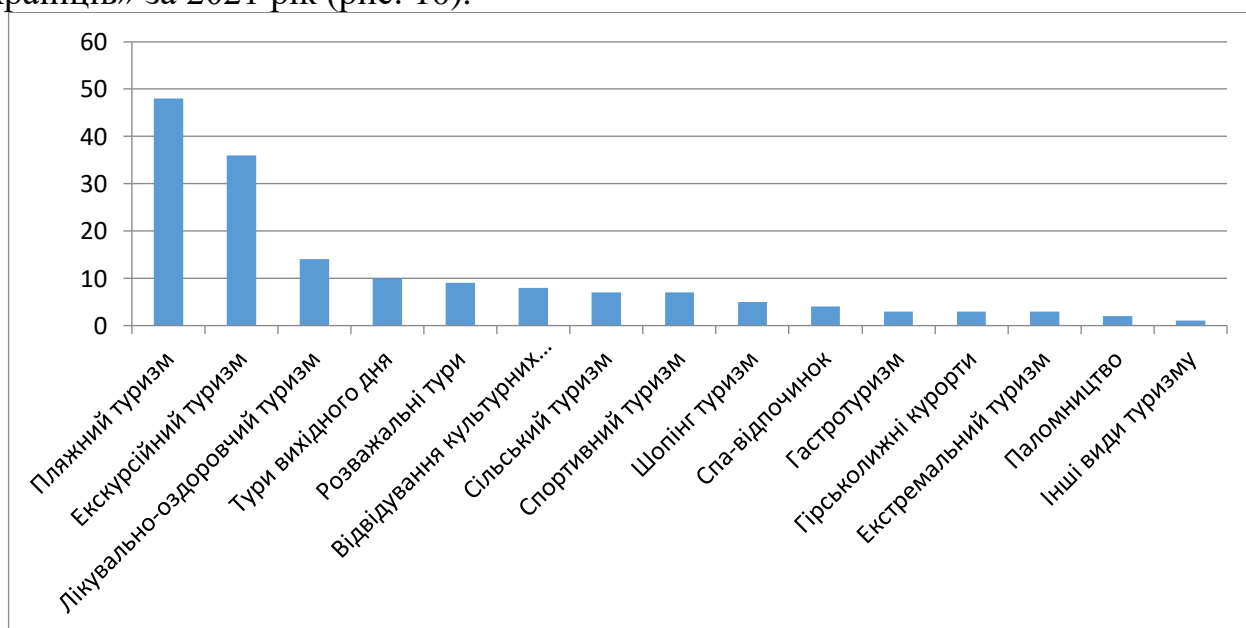
Це дуже важлива ініціатива, адже відвідати музей чи галерею не виходячи з дому, на жаль, часто є єдиною можливістю в сучасних умовах. А розширення спектру онлайн музеїв гастрономічними, дає змогу ознайомитись з українськими національними традиційними стравами з будь-якого куточка планети.

Ще однією сучасною тенденцією у гастрономічному туризмі є гастрономічне волонтерство закладів ресторанного господарства. З початком повномасштабного вторгнення багато ресторанів, кафе та кав'ярень приєдналися до волонтерської ініціативи – готувати їжу для ЗСУ, національної поліції, ДСНС, працівників лікарень та вимушених переселенців.

Відкрито ряд нових спеціальних закладів харчування. Наприклад, у Львові Євгеном Клопотенко відкрито заклад - «Інші», який має спеціальне безкоштовне меню для людей, які опинилися у складній ситуації. Одеський ресторатор Алекс Купер почав розвивати мережу закладів «Паляниця» які спеціалізуються на наданні безкоштовної їжі для літніх людей [26].

Крім того, Євген Клопотенко запустив міжнародну акцію #MakeBorschtNotWar, мета якої полягає в тому, щоб заклади ресторанного господарства по усьому світу вводили в меню борщ, а виручені кошти переводили на підтримку гуманітарних місій в Україні [26].

Проаналізувавши форми організації гастрономічного туризму в Україні варто розглянути статистичні дані стосовно гастрономічного туризму. Тут варто наголосити, що державною службою статистики облік гостротурисів або актуальних форм організації гостротуризму не ведеться. Для аналізу використаємо матеріали Державного агентства розвитку туризму, зокрема Звіт за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців» за 2021 рік (рис. 10).



Примітка: сума відповідей перевищує 100% тому, що респонденти могли обрати декілька варіантів відповіді.

Рисунок 10 – Популярність гастрономічного туризму у 2021 році

Джерело: розроблено автором на основі [13]

Так, за результатами опитування респондентів, подорожі Україною з метою гастрономічного туризму складають лише 3 % від загальної кількості. Це надзвичайно низький відсоток, у порівнянні з пляжним туризмом - 48%, який обирає близько половини опитуваних. Також перевагу туристи надають екскурсійному - 36%, гірськолижному відпочинку - 17% та лікувально-оздоровчому туризму - 14%.

Цікавими є результати опитування стосовно відпочинку якому надають перевагу в Україні – в залежності від статі респондентів. Так, «лише 3% чоловіків та 3 % жінок із опитуваних надають перевагу гастрономічному туризму» (Додаток В) [13].

В залежності від віку, найпопулярнішим гастрономічний туризм є серед молоді 25-34 років, його обирали 4% респондентів. Українці у віці 15-24 років та 35-44 років лише у 3% поїздок обирали гастрономічний туризм. «Найменш популярним гостротуризм є у категорії українців віком 45-54 роки – 2% та 55-70 років лише 1 %» (Додаток Г) [13].

Гастрономічний туризм в 4% обирали респонденти, що проживали в обласних центрах, в 3% жителі міст. «Лише 1% респондентів, що проживали в селах, обирали метою поїздки гастрономічний туризм» (Додаток Д) [13].

Як бачимо, гастрономічний туризм не є популярним серед туристів, що підтверджує загальну тенденцію того, що незважаючи на широкий спектр гастрономічних об'єктів на ринку туристичних послуг, гастрономічні тури залишаються поодиноким явищем.

Головна проблема, на нашу думку, полягає в тому, що наразі гастрономічний туризм є в основному складовою частиною інших видів туризму. Наприклад, в культурно-пізнавальних турах першочерговою метою є огляд культурно-історичних пам'яток, а гастрономічний елемент використовують для задоволення потреби туристів у харчуванні.

Дослідження ЮНВТО показують, що «у 93% туристів формуються довготривалі, приємні спогади, що базуються на досвіді харчування та вживання напоїв у відвідуваному регіоні, а 88,2% туристів вважають, що гастрономія є стратегічним елементом у визначенні бренду та іміджу їх туристичних дестинацій» [52].

Тобто, місцеві страви, напої, традиції гостинності, та загалом гастрономічна спадщина, є однією зі складових «характеру» регіону чи територіальної громади, і це приваблює як відвідувачів, так і місцевих мешканців.

Це значить, що гастрономічний туризм можна вважати дієвим інструментом для того, щоб місцевим територіальним громадам, особливо у межах, малих міст або сільських територій просувати свої регіони як потенційні туристичні напрямки.

Особливого значення це набуває в умовах децентралізації, адже розвиток гастрономічного туризму, загалом або якогось конкретного його напрямку, може вплинути на формування туристичного бренду та сформувати привабливий імідж територіальної громади. Це дозволить вигідно себе позиціонувати серед конкурентів та просувати на ринок унікальний гастрономічний продукт, який привертатиме увагу потенційних туристів.

Прикладом такого унікального продукту, є фестиваль «Станіславівська мармуляда», що сприяє розвитку гастрономічного туризму в Івано-Франківській області. Він є чимось на кшталт історичної подорожі для гастрономів, в центрі якої є «мармулядова пожежа». За переказами, «у 1868 р. Господиня, яка варила сливову мармуляду (повидло), відволіклася на розмову, а вітер підхопив жар з печі. Через що загорівся дах будинку, а через годину пожежа охопила все середмістя й знищила чверть будинків у Станіславі (таку назву мало місто Івано-Франківськ до 1962 р.).

Господарями фестивалю є пані Зося та драгун Богдан через яких і трапилася «мармулядова пожежа» [40]. Тож, щороку, в Івано-Франківську відбувається гастрономічний фестиваль та виставка-ярмарок, присвячені цьому історичному факту, де місцеві пасічники, виноградарі, та медовари представляють свою продукцію. Такий фестиваль відбувається лише в Івано-Франківську, і є вагомою туристичною принадою регіону, де популяризуються місцеві гастрономічні делікатеси (Додаток Е).

В сучасних умовах окремі територіальні громади, що володіють значними туристичними ресурсами, завдяки останнім законодавчим змінам, отримали можливість більш ефективно управляти їх використанням, зокрема, через організацію гастрономічного, а також сільського та екологічного туризму.

Так, враховуючи, принципи місцевого самоврядування Європейської хартії місцевого самоврядування, територіальні громади, для розвитку туризму, можуть реалізовувати такі її положення як «розпоряджання власними фінансовими ресурсами межах своїх повноважень; формування власних фінансових ресурсів, за рахунок місцевих податків та зборів, розмір яких вони мають повноваження встановлювати в межах закону; виділення дотацій органам місцевого самоврядування для фінансування туристичних проектів» [16].

Якраз реалізація принципу встановлення місцевих податків та зборів визначає ставку туристичного збору, що у туристично розвинених регіонах, може суттєво впливати на формування місцевого бюджету. Ставка встановлюється за рішенням територіальної громади, за час тимчасового розміщення, «у розмірі до 0,5% для внутрішнього туризму і до 5% для в'їзного» [37].

За даними Державного агентства розвитку туризму України у 2021 році суми туристичного збору склали до 30 грн. для внутрішнього туризму та до 300 грн. для в'їзного туризму. Зокрема, за 2021 рік до бюджету надійшло 244 млн. грн. туристичного збору. Із них 154 млн. грн. були сплачені юридичними особами, а 90 млн. грн. фізичними особами-підприємцями [13]. Розглянемо регіони з найбільшими відрахуваннями до державного бюджету (рис. 11).

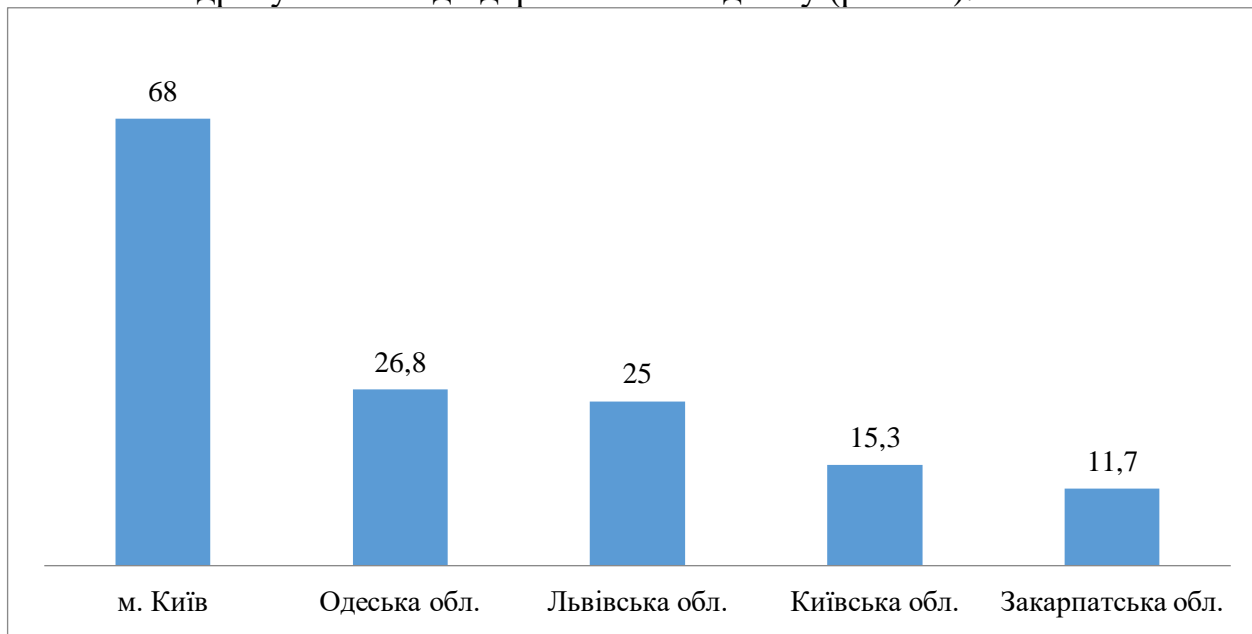


Рисунок 11 – Топ-5 регіонів за кількістю туристичного збору у 2021 році
Джерело: розроблено автором на основі [13]

З рисунку бачимо, що найбільша кількість туристичного збору у 2021 році надійшла до державного бюджету від столиці. Київ отримав від туристичної діяльності - 68 млн. грн. На другому місці є Одеська область - 26,8 млн. грн. Далі, Львівська та Київська області, які отримали від туристичної сфери - 23 млн. грн. та 15,3 млн. грн. відповідно. Закарпатська область замикає п'ятірку лідерів з відрахуваннями до держбюджету туристичного збору на 11,7 млн. грн.

Виходячи з проведеного аналізу форм організації гастрономічного туризму в Україні та відрахувань до державного бюджету, можемо констатувати наявність співвідношення, між регіонами, в яких гастрономічний туризм є найрозвиненішим та областями, що мають найбільше прибутків від туристичної сфери.

Це чотири області: Київська, Львівська, Одеська та Закарпатська. Саме тут локалізується найбільша кількість закладів ресторанного господарства, що входять до українських рейтингів, проводяться найпопулярніші гастрономічні фестивалі та сюди спрямовуються гастротури до центрів винного чи то сирного туризму.

Причому, варто відзначити, що різні форми організації по різному впливають на розвиток територіальних громад.

Наприклад гастротури та гастрономічні екскурсії впливають на розширення мережі закладів готельно-ресторанного господарства та на розвиток транспортної інфраструктури.

Гастрономічні фестивалі виступають вагомим стимулом для розширення підприємницької активності, та впливають на туристичний брендинг територіальних громад.

Крафтові виставки, ярмарки, майстер-класи та кулінарні конкурси впливають на соціально-культурний та освітній розвиток місцевих спільнот.

Інші форми організації гастрономічного туризму та інші види туризму, в яких гастрономічний туризм виступає як супутній чи додатковий елемент, впливають на загальний рівень розвитку територіальної громади, підвищення рівня зайнятості населення, та посилення туристичної конкурентоздатності територій.

Отже, можемо стверджувати, що гастрономічний туризм, є регіональним явищем та вагомим фактором соціально-економічного розвитку місцевих громад. Адже смачна їжа, автентичні фестивалі та свята завжди привертають увагу туристів та дають можливість отримати нові враження та досвід.

Загалом, гастрономія сьогодні є невід'ємним елементом ознайомлення з культурою та стилем життя відвідуваної території чи країни. Вона сприяє соціально-економічному розвитку територіальних громад та являє собою можливість активізувати та диверсифікувати туризм.

Однак, незважаючи на те, що Україна пропонує туристам широкий вибір гастрономічних туристичних напрямів та об'єктів, гастротуризм сьогодні залишається поодиноким явищем. Він не є пріоритетним в туристичній сфері, має слабо розвинену мережу та ряд стримуючих факторів на державному та місцевому рівнях (рис. 12).

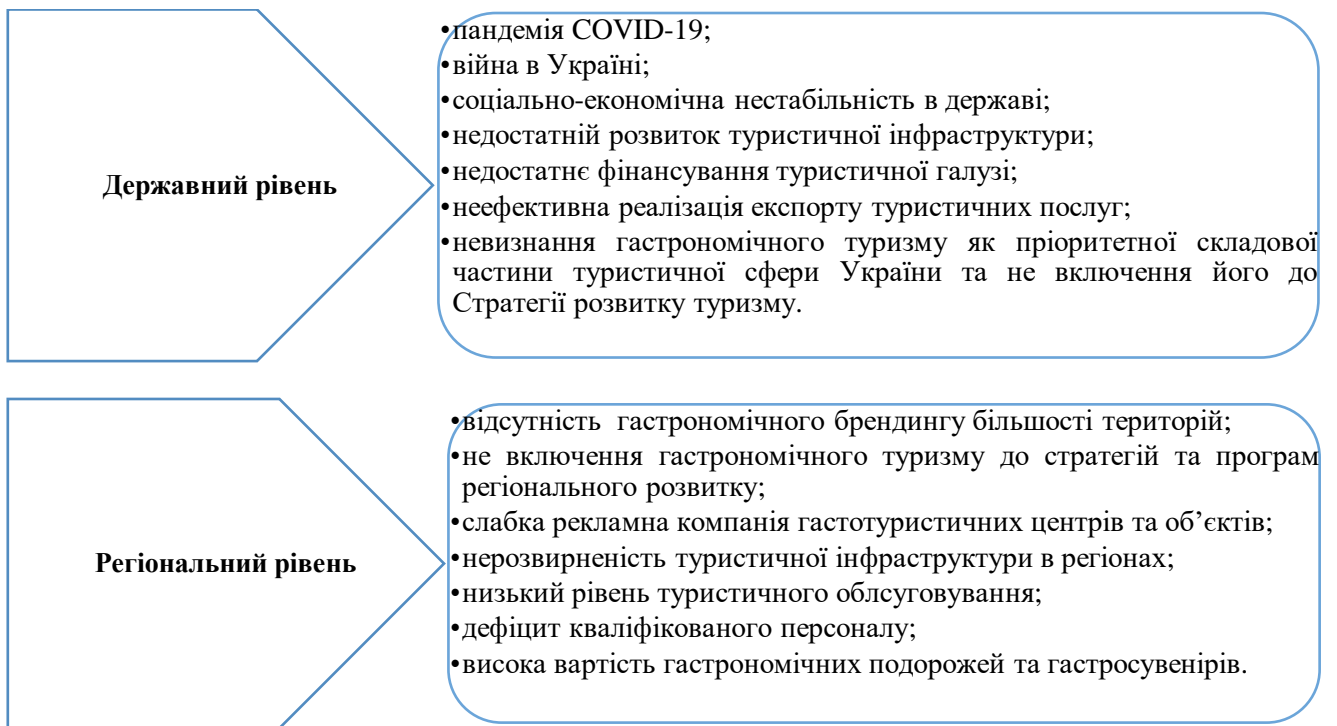


Рисунок 12 – Фактори стримування розвитку гастрономічного туризму в Україні

Джерело: розроблено автором на основі [13]

В першу чергу на сучасний стан гастрономічного туризму вплинула складна соціально-економічна ситуація, в якій перебуває Україна з 2014 року та війна, яка розпочалась у 2022 році. Анексія АР Крим Російською федерацією та воєнні дії на Сході країни впливали на погіршення туристичного іміджу України, а з початком повномасштабного вторгнення внутрішній туризм активно розвивається лише в західних регіонах країни, а міжнародний відсутній взагалі.

Довоєнним викликом у сфері туризму стала Пандемія COVID-19. Дії, що були спрямовані на стримування розповсюдження інфекції спричинили закриття кордонів, і, відповідно, зупинили внутрішні та міжнародні потоки. Діяльність припинили заклади громадського харчування та тимчасового розміщення туристів, а також більшість супутніх туристичних підприємств. «Загалом втрати туристичної галузі в Україні оцінюються у понад 1,5 млрд. дол. США» [13]. Лише в 2021 році туристична діяльність України почала поступово відновлюватись.

Вагомою проблемою розвитку гастрономічного туризму є недостатнє фінансування туристичної галузі. Через низку економічних та політичних факторів, державний бюджет України не може належним чином підтримати туристичну сферу. Реальним виходом в ситуації, що склалась, може стати залучення інвестиції, адже інвестиційна політика є важливою складовою механізму державного регулювання туристичної галузі та охоплює комплекс

заходів, спрямованих на залучення капіталу у розвиток туристичної інфраструктури.

Вагомим стримуючим фактором вважаємо недосконалу та неефективну нормативно-правову базу туристичної галузі. В цій сфері на сьогоднішній день не існує окремого законодавства, тому це впливає й на гастрономічний туризм. Крім того, через те, що нерегульованим є механізм стимулювання розвитку туристичного бізнесу, відсутні чіткої стратегії його розвитку на державному та регіональному рівнях.

Тут варто відзначити, що не дивлячись те, що започатковані процеси децентралізації створюють нові можливості для розвитку гастрономічного туризму на рівні місцевих громад для його успішного необхідним є подальше вдосконалення нормативно-правового забезпечення рекреаційно-туристичної діяльності в Україні.

Актуальною проблемою є сучасний стан туристичної інфраструктури, що часто не може задовольнити навіть потреби внутрішніх туристів, не дивлячись уже на міжнародний туристичний потік. Це проявляється, по-перше, в низькому рівні надання туристичних послуг в регіонах. По-друге, це стан доріг. Велика кількість гастротуристичних дестинацій знаходяться в сільській місцевості або в горах, а через незадовільний стан доріг туристам важко дістатися до заданого пункту призначення. По-третє, це заклади розміщення туристів. Хоча в деяких територіальних громадах і розвиваються інноваційні засоби розміщення, наприклад, сільські садиби або екоготелі, масовим явищем це не стало. В невеликих містечках, а часто і в обласних центрах, доступним житлом є заклади з застарілою інфраструктурою. А у віддаленій місцевості, і таких закладів може не існувати. Це, в свою чергу, стримує гастрономічних туристів від відвідування гастрономічних об'єктів, фестивалів або ярмарок, які там проводяться.

Значущим фактором, що стримує розвиток гастрономічного туризму є дефіцит кваліфікованого персоналу. Специфікою гастрономічного туризму є те, що він має залежність від якісних спеціалістів у сферах туризму, готельно-ресторанної справи, сільського господарства та харчової промисловості. Тому це є вагомим фактором в його розвитку.

Стримуючим фактором розвитку гастротуризму також є відсутність маркетингової політики, яка має бути спрямована, в першу чергу, саме на зарубіжних туристів, і інформувати їх про українську самобутню унікальну кухню. Просування унікальних гастрономічних продуктів в регіонах України також проводиться безсистемно та без урахування потреб потенційних туристів.

Проаналізувавши актуальні сьогодні форми організації гастрономічного туризму та їх вплив на розвиток територіальних громад ми встановили, що в багатьох регіонах України є достатній потенціал для розвитку даного виду туризму.

Розглянемо головні фактори, що впливають на збільшення зацікавленості туристів гастрономічним туризмом в Україні (рис. 13).

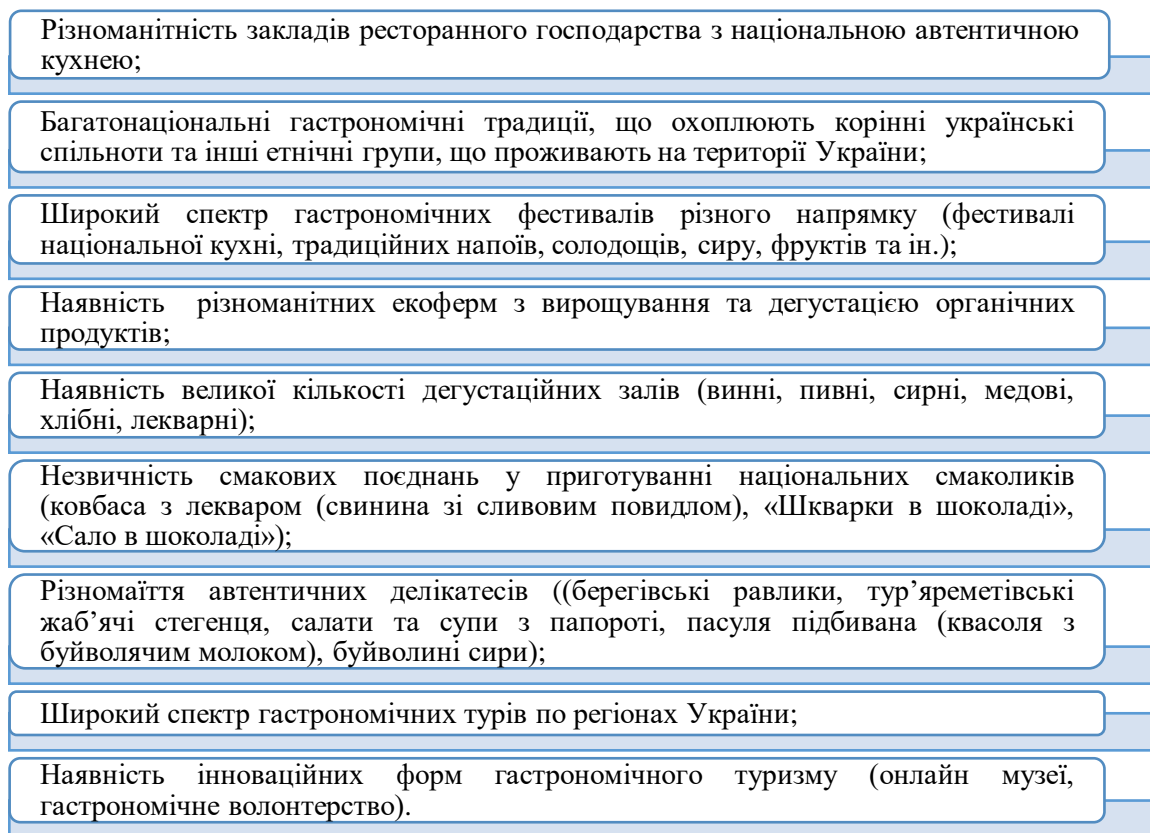


Рисунок 13 – Фактори, що впливають на розвиток гастротуризму в Україні
Джерело: розроблено автором на основі [13]

Стратегічна мета розвитку туризму в Україні полягає у «створенні продукту, конкурентоспроможного на світовому ринку, здатного максимально задовольнити туристські потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територіальних громад та їх соціально-економічних інтересів при збереженні економічної рівноваги та історико-культурної спадщини» [29].

В сучасних умовах гастрономічний туризм має достатні ресурси для реалізації даної мети. Гастрономічний туризм в Україні здатен запропонувати на міжнародний ринок туристичних послуг конкурентоспроможний туристичний продукт, для якого він має всі необхідні ресурси. Розвиток гастротуризму сприятиме підвищенню конкурентоспроможності туристичної сфери та збільшенню туристичних потоків до нашої держави.

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

В результаті проведеного дослідження особливостей розвитку гастрономічного туризму в Україні автор виконав поставлені у роботі завдання та дійшов наступних висновків.

1. На основі результатів дослідження теоретичних аспектів розвитку гастрономічного туризму встановлено, що під поняттям гастрономічного туризму розуміємо туристичні подорожі в особливі дестинації, регіони або країни для ознайомлення з національною кухнею та особливостями місцевих кулінарних традицій. Основною метою гастрономічного туризму визначено процес отримання задоволення від дегустації кухні тієї чи іншої території чи країни.

2. На основі аналізу налізу форм організації гастрономічного туризму визначено, що основними формами організації гастрономічного туризму в Україні є екскурсійні гастротури, гастрономічні майстер-класи, алкогольні тури, візити на крафтове виробництво та екоферми, гастрономічні фестивалі та інші гастрономічні заходи, що передбачають гастрономічну складову, наприклад кулінарних конкурсів, сільськогосподарських та крафтових ярмарків, гастрономічних ритуалів,

В результаті аналізу основних показників діяльності гастрономічних об'єктів визначено вплив форм організації гастрономічного туризму на конкурентоспроможність територіальних громад.

Встановлено, що гастротури та гастрономічні екскурсії впливають на розширення мережі закладів готельно-ресторанного господарства та на розвиток транспортної інфраструктури. Гастрономічні фестивалі виступають вагомим стимулом для розширення підприємницької активності, та впливають на туристичний брендинг територіальних громад. Крафтові виставки, ярмарки, майстер-класи та кулінарні конкурси впливають на соціально-культурний та освітній розвиток місцевих спільнот. Інші форми організації гастрономічного туризму та інші види туризму, в яких гастрономічний туризм виступає як супутній чи додатковий елемент, впливають на загальний рівень розвитку територіальної громади, підвищення рівня зайнятості населення, та посилення туристичної конкурентоздатності території.

Обґрунтовано, що гастрономічний туризм, є регіональним явищем та вагомим фактором соціально-економічного розвитку місцевих громад. Найрозвиненішим гастрономічним туризмом є в Київській, Львівській, Одеській та Закарпатській областях. У цих областях локалізується найбільша кількість різноманітних об'єктів гастрономічного туризму, популярні гастрофестивалі та сюди, до центрів винного та сирного туризму, спрямовуються гастротури.

Виявлено, що незважаючи на широкий вибір гастрономічних туристичних напрямів та об'єктів залишається поодиноким явищем, якому притаманний ряд стримуючих факторів на державному та місцевому рівнях. На державному рівні це: пандемія COVID-19, війна в Україні, соціально-економічна нестабільність в

державі, недостатній розвиток туристичної інфраструктури, недостатнє фінансування туристичної галузі, неефективна реалізація експорту туристичних послуг, невизнання гастрономічного туризму як пріоритетної складової частини туристичної сфери України та не включення його до Стратегії розвитку туризму. На регіональному рівні це: відсутність гастрономічного брендингу більшості територій, не включення гастрономічного туризму до стратегій та програм регіонального розвитку, слабка рекламна компанія гостотуристичних центрів та об'єктів, нерозвирненість туристичної інфраструктури в регіонах, низький рівень туристичного обслуговування, дефіцит кваліфікованого персоналу, висока вартість гастрономічних подорожей та гастросувенірів.

Проаналізувавши актуальні форми організації гастрономічного туризму та їх вплив на розвиток територіальних громад визначено головні фактори, що впливають на збільшення зацікавленості туристів гастрономічним туризмом в Україні. Серед них: різноманітність закладів ресторанного господарства з національною автентичною кухнею; багатонаціональні гастрономічні традиції; широкий спектр гастрономічних фестивалів різного напрямку; наявність різноманітних екоферм з вирощування та дегустацією органічних продуктів; наявність великої кількості дегустаційних залів; незвичність смакових поєднань у приготуванні національних смаколиків; різномайття автентичних делікатесів; широкий спектр гастрономічних турів по регіонах України; наявність інноваційних форм гастрономічного туризму.

3. Вважаємо, що для розвитку гастрономічного туризму Україні надзвичайно важливими є модернізація регіонального туризму та впровадження інновацій, що сприятимуть інтенсифікації розвитку його видів та підвищенні туристичної привабливості дестинацій територіальних громад. Доцільним буде висловити наступні пропозиції.

1. Залучення державної підтримки. Першочергово це стосується адаптації нормативно-правової бази України в галузі туризму до законодавства Європейського Союзу. Для цього потрібно на державному рівні визнати туризм однією з пріоритетних галузей економіки. Гармонізація українського законодавства з нормами європейського та міжнародного права забезпечить створення правового поля в сфері туризму, яке не перешкоджатиме для функціонування туристичної діяльності як на українському, так і на міжнародному туристичному ринку.

Важливим завданням є внесення змін та доповнень до Закону України «Про туризм», та інших законодавчих актів, що мають вплив на туристичну сферу. Для врегулювання функціонування гастрономічного туризму необхідно до законів внести відповідні норми, які б забезпечили ефективне ведення цього виду туризму. Адже наразі, в Законі України «Про туризм» навіть відсутнє виокремлення гастрономічного туризму, як окремого виду туризму [17]. Окрім того, потрібно створити стабільне правове поле для розвитку сприятливого інвестиційного клімату в галузі туризму.

2. Включення гастрономічного туризму до програм розвитку територіальних громад. Органи місцевого самоврядування, в рамках розробки та реалізації регіональних програм розвитку громад та сталого розвитку туризму, мають ініціювати створення та розвиток об'єктів гастрономічного туризму. Серед об'єктів, на яких варто акцентувати увагу, мають бути ресторани в етностилі, музеї місцевої гастрономії, дегустаційні зали. Також варто врахувати розширення кола атракційних заходів та гастрономічних туристично-екскурсійних маршрутів що будуть сприяти створенню конкурентоспроможного місцевого туристичного продукту та підвищенню туристичної привабливості територіальних громад. Крім того, до варто врахувати розробку інструментарію для ефективного просування місцевих господарств і крафтових виробників гастрономії, які є невід'ємним елементом гастрономічного туризму.

3. Удосконалення туристичної інфраструктури. Акцентувати увагу варто на формуванні туристичної інфраструктури відповідно до міжнародних вимог, що дасть можливість задовільняти потреби як внутрішніх гостротуристів, так і міжнародних.

Виходячи з наявних факторів стримування гастрономічного туризму, першочерговим в даному напрямі є покращення мережі сільських доріг та вдосконалення дорожньої інфраструктури і туристично-інформаційної системи вздовж автомагістралей.

Щодо закладів розміщення туристів, в даному напрямку потрібно працювати як якісно, так і кількісно. Перспективною є робота над удосконаленням закладів розміщення, що уже існують, особливо тих, що знаходяться вздовж автомобільних трас, районних центрах та у сільській місцевості. Для них актуальним буде саме переобладнання, впровадження сучасних технологій та підвищення якості обслуговування.

У створенні нових закладів розміщення, для гастрономічного туризму пріоритетним є створення агросадиб. Це комплекси із житлових і господарських будівель, з садом і городом. В таких садибах гостротуристи можуть долучитися до догляду за домашніми тваринами, збору врожаю, процесу виробництва продукції та покуштувати страви з екологічних продуктів. Створювати такі садиби можна на базі існуючих фермерських господарств або одноосібних господарів. Їх організація матиме користь як для розвитку гостротуризму у територіальній громаді, так і для отримання економічних вигод для власників агросадиб.

Інновацій та переосмислення потребує ресторанний бізнес в Україні. Зокрема, орієнтуючись на світовий досвід перспективними напрямками у цій сфері є:

- молекулярна кухня при приготуванні традиційних страв. Молекулярна кухня заснована на приготуванні страв з використанням новітніх досягнень молекулярної хімії, що дозволяють отримати незвичайних вигляд страви з її традиційним смаком. Наприклад, у Лондоні уже готують молекулярний

український борщ (Додаток Є). Чому б не розширити цей перелік іншими стравами національної кухні, баношем чи дерунами.

- демократичні ресторани. Це заклади ресторанного господарства, що поєднують в собі технологію фаст фуду та якість національної кухні. Вони мають прийнятні ціни та велику пропускну здатність. Характерною їх відмінністю є використання концепції «фрі фло» (вільний рух). За даною концепцією передбачається відкрита кухня, приготування страв в присутності відвідувачів, відсутність офіціантів та багатий асортимент страв.

- ресторани у незвичайних місцях. Такі ресторани заклади розміщуються під водою, у вигляді атракціону, під шаром льоду чи снігу, у пустелі, скелі чи в печері. Вони є надзвичайно концептуальними (ресторан-акваріум, ресторан-в'язниця, ресторан-туалет) з провокуючим інтер'єром, унікальними стравами та їх подачами.

Українські ресторатори починають впроваджувати цікаві ідеї щодо створення та оформлення таких ресторанів. Наприклад, у Києві відкрито фіто-кафе «Соляна печера», де стіни та інтер'єр створені із солі. Чи абсент-бар «Палата №6», що концептуально нагадує психіатричну лікарню, де офіціанти-медсестри подають напої у пробірках.

Вище зазначені варіанти закладів ресторанного господарства є досить популярними у світі, проте в Україні вони лише набувають поширення, хоча мають перспективу для розвитку, адже впровадження новітніх технологій може підвищити інтерес до традиційної національної кухні. Крім того, такі заклади будуть цікавими не лише для міжнародних туристів, але і для місцевих жителів, тому є перспективними для гастротуристичного ринку.

4. Підготовка висококваліфікованих кадрів у сфері обслуговування. Для розвитку гастрономічного туризму необхідна якісна підготовка кадрів у сфері обслуговування, які не лише матимуть освіту в туризмі чи гастрономії, а й знатимуться у культурно-історичній спадщині регіонів та будуть зацікавлені у відродженні національних традицій. Цьому сприятиме введення у закладах вищої освіти, при підготовці фахівців за спеціальностями «Туризм» та «Готельно-ресторанна справа», курсів спеціалізованого туризму, широкого спектру тематичних короткотривалих сертифікаційних програм, тематичних семінарів та майстер-класів.

Важливим моментом має стати залучення до освітнього процесу представників бізнесу. Адже часто недостатній рівень знань у даній сфері стримує підприємців від до опанування нових напрямів розвитку. Це можливо за рахунок організації, на базі закладів вищої освіти, короткотривалих сертифікаційних програм за актуальними напрямами та майстер-класів з фахівцями галузі.

5. Брендинг гастрономічних дестинацій та регіонів. «Брендинг є важливим елементом розвитку країни, який визначають як конкурентну ідентичність певної місцевості (регіону чи країни в цілому) [27].

Основними компонентами гастрономічного бренду виступають розвинена сфера гастрономії, наявність висококваліфікованих фахівців у сфері організації закладів харчування, популяризація використання традиційних продуктів, наявність автентичних страв та гастрономічних подій (фестивалі, ярмарки). Яскравими прикладами вдало побудованих гастрономічних брендів є регіони «Прованс», «Тоскана» або така настрономія як «італійський хамон», «китайський чай», «узбецький плов». В Україні такими прикладами славиться Львів, там це «Львівське пиво», «Львівський шоколад» та «Львівська кава» які стали уже стали національними гастрономічними брендами. Крім того популярними українськими брендами є «Київський торт», «Полтавські галушки», «Ніжинські огірки», «Херсонські кавуни» та інші.

Територіальним громади, мають попрацювати над високим рівнем розвитку основних компонентів гастрономічного бренду та над його якісним вибудовуванням. Варто відзначити, що гастрономічний бренд поняття це не лише про конкретну їжу, а про смачні гастрономічні сувеніри, які можна придбати як спогад про поїздку. Або здобуті в подорожі автентичні рецепти, за якими можна готувати вдома. Це впливає і на мотивацію обирати заклади ресторанного господарства кухні, що сподобалась у себе місті.

Для активізації розвитку гастрономічного туризму в регіонах доречним буде розроблення відповідного маркетингового забезпечення, яке включатиме: брендинг гастрономічних регіонів і дестинацій з урахуванням перспектив організації гастрономічних фестивалів та турів. Впровадження таких стратегій у вигляді рекомендації для туристичних підприємств, органів влади та місцевого самоврядування дасть змогу активізувати розвиток гастрономічного туризму територіальних громад з урахуванням їх потенціалу.

6. Активізація міжнародного співробітництва у сфері розвитку гастрономічного туризму. Враховуючи, що у світі гастрономічний туризм є масовим явищем, має свої традиції та здобутки, важливим є вивчення та впровадження кращого міжнародного досвіду гастрономічного туризму. Це стосується як вивчення технологій організації та брендингу туристичних дестинацій, так і переймання досвіду у галузях ресторанного господарства та впровадженні новітніх екологічних технологій вирощування та переробки сільськогосподарської продукції.

Співпраця з провідними спеціалістами в галузі гастрономічного туризму з таких країн як Італія, Іспанія, Франція, Швейцарія тощо є ефективним інструментом для підвищення якості надання послуг у сфері гастрономічного туризму та популяризації України на міжнародному ринку як перспективного гастротуристичного напрямку.

7. Удосконалення та урізноманітнення форм організації гастрономічного туризму. Наявність великої кількості гастрономічних фестивалів, гастротурів, музеїв та інших потенційних об'єктів для відвідування у гастрономічному туризмі створює позитивні передумови для формування конкурентоспроможного

туристичного продукту. Однак необхідно звернути увагу на удосконалення та урізноманітнення форм його організації.

Наприклад у фестивальной діяльності варто попрацювати над розширенням їх тематики, осучаснення технічного забезпечення та розбудовою закладів туристичної діяльності, що надають супутні та розважальні послуги.

Варто акцентувати увагу і на тому, що, так як гастрономічний туризм є відносно новим видом туризму в Україні, у постачальників туристичних послуг, відсутнє чітке розуміння, яким повинен бути гастротур, тому вони не займаються їх розробкою та просуванням. А наявні гастрономічні екскурсійні та дегустаційні тури часто є однотипними і спрямованими в одні і ті ж самі місцевості та дестинації. Основна маса їх спрямована в Закарпатську, Львівську, Київську та Одеську області. Поодинокі маршрути існують в Івано-Франківській, Полтавській, Тернопільській, Вінницькій областях. Тому, в організації гастрономічних турів та екскурсій, варто звернути увагу на залучення нових гастрономічних дестинацій, розширення географії та кола туристичних підприємств, що розробляють та здійснюють гастрономічні тури.

Гастрономічні музеї потребують модернізації приміщень та розширення експозиції. Дегустаційні зали мають залучити до обслуговування професійних сомельє, барменів, офіціантів а також враховувати традиції та культуру споживання тих чи інших алкогольних напоїв.

Щодо підприємств ресторанного бізнесу, ми розглядали цей пункт вище, загалом вони потребують оновлення матеріально-технічної бази та впровадження новітніх технологій виготовлення гастрономії.

Враховуючи досвід Всеукраїнської асоціації гастрономічного туризму під час карантину організовувати алкогольні майстер-класів онлайн, варто розширити цей досвід онлайн дегустаціями напоїв і страв.

8. Створення спільних гастрономічних проектів. Для інтенсифікації розвитку гастротуризму та популяризації гастрономічних дестинацій важливим є створення нових гастрономічних проектів, що будуть приваблювали більше туристів до територіальної громади чи регіону.

Прикладом такого спільного гастрономічного проекту туристичного проекту, є проект «Гастромандри Львівщиною», що діє у Львівській області. У проекті об'єднались локальні виробники крафтової гастропродукції та фермерські господарства області. «У рамках проекту виробники гастропродукції пропонують відвідувачам здорову екологічну та крафтову продукцію, екскурсії господарствами, майстер-класи та відпочинок на природі» [34].

Такі проекти можуть стати надзвичайно популярними та прибутковими, адже вони просувають свою регіональну продукцію та створюють інноваційний гастротуристичний продукт, що приваблюватиме внутрішніх та міжнародних туристів.

9. Інформатизація гастрономічного туризму. Для популяризації гастрономічного туризму в Україні доречним є створення інформаційних веб-

ресурсів, присвячених гастротуристичним ресурсам регіонів. Такі ресурси мають містити інформацію про календар гастрономічних свят у регіональному розрізі, концептуальні заклади ресторанного господарства, перелік музейних та освітніх установ у сфері гастрономічного туризму, інформацію про підприємства з виробництва харчової продукції, гастрономічні центри та послуги туристичних підприємств.

Причому створення таких інформаційних веб-ресурсів, має мати ефективну рекламну кампанію, що орієнтуватиме гастротуристів на пошук продуктів і виявлення гастрономічної унікальності кожного з регіонів.

10. Маркетинг у соціальних мережах. Сьогодні маркетинг у соціальних мережах вважається найефективнішим інструментом популяризації, просування та продажу продукції місцевих товаровиробників.

Вони надають великі можливості для суб'єктів туристичної діяльності щодо організації гастрономічного туризму. Найбільш ефективними соціальними мережами, в контексті розвитку гастрономічного туризму в Україні, є Instagram та Facebook. Ці платформи найпопулярніші серед населення, мають зручний інтерфейс та надають можливість рекламувати гастрономічні об'єкти у фото- та відеоформатах, виставляти актуальні пропозиції, ділитись новинами про гастрономічні події та навіть реалізовувати локальну крафтову продукцію.

Відзначимо, що сьогодні гастрономічна культура базується не лише на вживанні їжі, але й на її спогляданні та створенні фудконтенту. Особливим ритуалом у сучасної молоді стала зйомка їжі перед її споживанням.

Для просування гастрономічних продуктів на ринок туристичних послуг варто використовувати соціальні мережі. Тому, що сучасні гастрономічні туристи, перед тим, як спробувати нову страву, хочуть глянути на неї очима інших споживачів, які зробили і поширили у себе у соцмережах її фото. Особливу роль відіграє відмітка гастролокації де було спожито страву, що стимулює потік гастротуристів до даних місць.

Отже, Україна має значні перспективи для розвитку гастрономічного туризму. Впровадження вищезазначених рекомендацій щодо інтенсифікації розвитку видів гастрономічного туризму в Україні, сприятиме визначенню з'ясування чітких векторів розвитку гастрономічного туризму в регіонах та Україні, формування конкурентоспроможного гастрономічного туристичного продукту та його просуванню на міжнародний ринок туристичних послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антоненко В. Г. Міжнародний туризм як чинник взаємодії та взаємозбагачення культур. *Філософські нариси туризму*. За ред. проф. Пазенка В.С. Київ. 2005. С. 223–233. URL: https://www.researchgate.net/publication/347034771_Studentski_naukovi_zapiski_Seria_Krainoznavstvo_i_miznarodnij_turizm (дата звернення: 02.05.2023).
2. Асоціація гостинності України. URL: <http://aigu.org.ua> (дата звернення: 02.05.2023).
3. Асоціація сприяння розвитку гастрономічного та винного туризму в Україні. URL: <http://agvt.nuft.edu.ua/> (дата звернення: 04.05.2023).
4. Басюк Д. І., Бадещенкова К. С. Дослідження винного туризму в Україні. *Збірник наукових праць «SWORLD»*. 2014. №1. С. 48–56. URL: <https://www.sworld.com.ua/konfer34/435.pdf> (дата звернення: 02.05.2023).
5. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. *Наукові праці НУХТ*. 2012. № 45. С. 128–132. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/1254> (дата звернення: 03.05.2023).
6. Вишневська Г. Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму. *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури*. 2013. Вип. 31. С. 112–118. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/vyshnevaska.htm (дата звернення: 02.05.2023).
7. Віртуальний музей гастрономічної спадщини «Вітрина Закарпаття» URL: <https://www.vitrina-zakarpattya.com.ua/> (дата звернення: 11.05.2023).
8. Всеукраїнська асоціація гастрономічного туризму URL: <https://foodtravel.com.ua/about/> (дата звернення: 08.05.2023).
9. Гапоненко Г. І., Євтушенко О. В., Шамара І. М. Основні тенденції розвитку ресторанного господарства України в сучасних умовах. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2021. Вип. 14. С. 132–141. URL: <https://periodicals.karazin.ua/irtb/article/view/18353/16694> (дата звернення: 02.04.2023).
10. Графська О., Головчук Ю., Никига О. Роль маркетингових інновацій у розвитку гастрономічного туризму в регіоні. *Економіка та суспільство*. 2022. (39). URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1346> (дата звернення: 07.05.2023).
11. Державна служба з етнополітики та свободи совісті. URL: <https://dess.gov.ua/> (дата звернення: 02.05.2023).
12. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 02.05.2023).
13. Державне агентство розвитку туризму України URL: <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення: 02.06.2023).

14. Дорога вина та смаку Закарпаття. Закарпатська обласна державна адміністрація. URL: <https://oda.carpathia.gov.ua/novyna/doroga-vyna-ta-smaku-zakarpattya> (дата звернення: 07.05.2023).
15. Етнографія українців: навч. посібн. за ред. проф. С. А. Макаруча; вид. 3-є, перероб. і доп. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2015. 711 с. URL: https://clio.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2014/11/Etnohrafiia-ukraintsiv_2015_za-red.-Makarchuka.pdf (дата звернення: 18.04.2023).
16. Європейська хартія місцевого самоврядування. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_036#Text (дата звернення: 04.05.2023).
17. Закон України «Про туризм». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 09.05.2023).
18. Інформаційно-довідковий сайт «Україна». URL: http://proukraine.net.ua/?page_id=586 (дата звернення: 02.05.2023).
19. Ковешніков В.С. Винний та гастрономічний туризм: важливий потенціал розвитку економіки. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. №4. С. 32–37. URL: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=5380&i=6> (дата звернення: 02.05.2023).
20. Коркуна О. І., Никига О. В., Підвальна О. Г. Гастрономічний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територіальних громад. *Економічний простір*. 2020. № 155. С. 40–43. URL: <http://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/521> (дата звернення: 02.05.2023).
21. 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> (дата звернення: 17.03.2023).
22. Корнілова В.В., Данилюк А. М. Сучасні тенденції розвитку туризму в Україні. *Інновації та технології в сфері послуг та харчування*. 2020. № 1. С. 20–31. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/itsph_2020_1_6 (дата звернення: 02.05.2023).
23. Корнілова Н. В., Корнілова В. В. Гастрономічні фестивалі в Україні як фактор розвитку гастрономічного туризму. *Агросвіт*. 2018. № 20. С. 21–26. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/agrosvit_2018_20_4 (дата звернення: 02.05.2023).
24. Красовський С. О. Гастрономічний туризм як актуальний тренд сучасної культури. *Питання культурології*. (37). С. 169–180. URL: <http://issues-culture-knukim.pp.ua/article/view/236018> (дата звернення: 10.04.2023).
25. Кукліна Т. С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України. *Наукові праці SWorld*. № 44 (1). С. 65–69. URL: <http://www.sworld.com.ua/konfer30/682.pdf> (дата звернення: 02.05.2023).
26. Кухонні війська: 25 ресторанних проєктів, які готують для армії та волонтерів. БЖ. Журнал великого міста. URL: <https://bzh.life/ua/eda/kuhonni-vijska-25-restorannih-proektiv-yaki-gotuyut-dlya-armiyi-ta-volonteriv/> (дата звернення: 01.05.2023).

27. Мальська М. П., Філь М. І., Пандяк І. Г. Гастрономічний туризм. Навчальний посібник. Київ : Видавництво «Каравела», 2021. 304 с. URL: <https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021> (дата звернення: 10.05.2023).
28. Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І. Основи туристичного бізнесу: навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2004. 272 с. URL: <http://194.44.152.155/elib/local/sk660178.pdf> (дата звернення: 10.04.2023).
29. Михайлюк О. Л., Хумаров О. А. Перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні. *Економічні інновації*. 2020. Т. 22. Вип. 2 (75). С. 71–81. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/13600/> (дата звернення: 17.04.2023).
30. Міністерство культури та інформаційної політики України. URL: <https://mkip.gov.ua/> (дата звернення: 08.05.2023).
31. Національна ресторанна асоціація України. URL: <https://nraua.org/> (дата звернення: 02.05.2023).
32. Національна ресторанна премія «СІЛЬ». URL: <https://saltawards.com/> (дата звернення: 02.05.2023).
33. Нестерчук І. К. Гастрономічний туризм: історія, теорія і сучасні практики. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Географічні науки*. 2017. Вип. 6. С. 193–199. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/33672/1/2.%20%D0%9D%D0%B0%D1%83%D0%BA.%20%D0%B2%D1%96%D1%81%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%A5%D0%94%D0%A3%202017%20%D0%92%D0%B8%D0%BF.%206-193-200%20%281%29.pdf> (дата звернення: 07.05.2023).
34. Нестерчук І. К. Оцінка та основні етапи формування туристично-рекреаційного та гастрономічного потенціалів регіону в контексті розвитку гастрономічного туризму. *Географія та туризм*. 2019. С. 33–44. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/id/eprint/33689> (дата звернення: 08.05.2023).
35. Омельницька В. О. Гастрономічний туризм як окремих вид у туризмі: поняття, сутність, класифікація. *Торгівля і ринок України*. 2016. Вип. 39–40. С. 166–175. URL: http://elibrary.donnue.edu.ua/114/1/Hlushko_article_23_12_2016.pdf (дата звернення: 08.05.2023).
36. Омельницька В. О. Сутність та класифікація видів гастрономічного туризму. *Приазовський економічний вісник*. 2018. URL: http://oblrada.rv.ua/documents/938.%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B5-%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%BE-7-min_compressed.pdf (дата звернення: 02.05.2023).
37. Податковий кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення: 05.05.2023).
38. Расулова А. М. Потенціал ресторанного бізнесу у розвитку гастрономічного туризму України. *Економіка та держава*. 2015. № 5. С. 78–83. URL: <http://www.economy.in.ua/index.php?op=1&z=3179&i=15> (дата звернення: 02.05.2023).

39. Саламатіна С. Є. Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму на півдні Одещини. *Наукові праці ОНАХТ*. 2014. № 46. С. 325–329. URL: <http://journals.uran.ua/swonaft/article/view/40750> (дата звернення: 25.04.2023).
40. Секрети Мармулядової пожежі: Знахідка бургомистра Камінського. KURS. Новини Івано-Франківська і регіону. URL: https://kurs.if.ua/blogs/sekrety_marmulyadovoi_pozhezhi_znahidka_burgomistra_kaminского_26774.html/ (дата звернення: 06.05.2023).
41. Сеньків М., Габа М., Шевчук А. Географія і сучасний стан апітуризму в Україні та Словенії. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*. 2020. Вип. 3(2). С. 175–184. URL: <https://www.researchgate.net/publication/347964330> (дата звернення: 02.04.2023).
42. Соколов Є.С. Рекордна кількість осіб перетнула кордон під час фіналу Євро-2012. URL: http://old.kmu.gov.ua/kmu/control/ru/publish/article?art_id=245349856&cat_id=248446163 (дата звернення: 14.04.2023).
43. Спеціалізований туризм: навч. посіб. Богатирьова, Г.А. та ін. Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. туризму та країнознавства. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2021. 173 с. URL: http://elibrary.donnuet.edu.ua/2266/1/2021_Specialized_tourism.pdf (дата звернення: 02.04.2023).
44. Стешенко Д. О. Гастрономічний туризм як чинник розвитку гастрономічної сфери України. *Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна*. 2014. С. 239–241. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/84006465.pdf> (дата звернення: 02.05.2023).
45. Travel-family. URL: <https://travel-family.org/osite.html> (дата звернення: 05.05.2023).
46. Трададенко Т. Гастрономічний туризм: перспективні напрями. *Наукові здобутки молоді - вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті: програма і матеріали Міжнар. наук. конф. молодих учених, аспірантів і студентів (10-11 квітня 2014 р.)*. К.: НУХТ, 2014. Ч.3. С. 563–564. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/tradadenko.htm (дата звернення: 02.05.2023).
47. 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 (дата звернення: 02.05.2023).
48. Філоненко І. М. Сирний туризм. *Наукові записки СумДПУ ім. А.С.Макаренка*. 2015. Випуск 6. С. 213–218 URL: http://scinotesgeo.at.ua/Volume_6/filonenko.pdf (дата звернення: 03.05.2023).
49. Хліба і видовищ: 10 українських ферм з екскурсіями та дегустаціями. Discover. URL: <https://discover.ua/inspiration/hliba-i-vidovis-10-ukrainskih-ferm-z-ekskursiami-ta-degustaciami> (дата звернення: 10.05.2023).
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. URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/eine_2013_39_8.pdf (дата звернення: 28.03.2023).

51. Craft Beer Club URL: <https://craftbeerclub.com.ua/breweries> (дата звернення: 09.05.2023).

52. Global Report on Food Tourism. World Tourism Organization (UNWTO), Madrid, Spain. 2018. p. 63. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284414819> (дата звернення: 10.04.2023).

53. Hall, M. & Sharples, L. The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. Food tourism around the world. Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, 2003. pp. 1–24. URL: https://www.academia.edu/295108/The_Consumption_of_Experiences_or_the_Experience_of_Consumption_An_Introduction_to_the_Tourism_of_Taste (дата звернення: 10.05.2023).

54. The International Culinary Tourism Association. URL: <https://www.worldfoodtravel.org/> (дата звернення: 10.05.2023).

55. World Tourism Organization. URL: <https://www.unwto.org> (дата звернення: 10.05.2023).

ДОДАТКИ

Додаток А

А.1 – Гастрономічні фестивалі, проведені в Україні у 2019 році

№ з/п	Назва фестивалю	Населений пункт	Область
24.	Фестиваль борщу «Театр на город», (вересень)	с. Правилівка	Вінницька
25.	«Lutsk Food Fest», (14-15 травня)	м. Луцьк	Волинська
26.	«З любов'ю до ... сала», (жовтень)		
27.	«Lutsk Food Fest», (16-17 липня)		
28.	«Фестиваль національної кухні», (25 вересня)		
29.	«Галушки», (травень)	с. Гречане	Дніпропетровська
30.	Фестиваль кулішу, «Смачна традиція козацтва», (червень)	с. Старі Кодаки	
31.	Міжнародний фестиваль дерунів, (друга субота вересня)	м. Коростень	Житомирська
32.	«Червоне вино», (11-15 січня)	м. Мукачево	Закарпатська
33.	«Ужгородська палачінта», (Кінець лютого)	м. Ужгород	
34.	Всеукраїнський фестиваль вареників, (17 березня)	м. Яремче	
35.	«Біле вино», (3-5 березня)	м. Берегово	
36.	Фестиваль вина і меду «Сонячний напій», (Перші субота-неділя травня)	м. Ужгород	
37.	«Берлибашський бануш», (травень)	с. Костилівка	
38.	Фестиваль виноградарів і виноробів «Угочанська лоза», (травень)	м. Виноградів	
39.	Фестиваль тушкованого півня на Закарпатті, (30 червня)	с. Косонь	
40.	«Червона черешня», (червень)	с. Пацканьово	
41.	Фестиваль ріплянки, (червень)	с. Колочава	
42.	Фестиваль Великоберезнянського сиру «Молочна ріка», (липень)	с. Стужиця	
43.	Фестиваль чорниці «Верховинська яфина», (5 серпня)	с. Гукливе	
44.	Фестиваль голубців, (початок серпня)	с. Великий Бичків	
45.	Сливовий фестиваль «Свято Леквара», (25 серпня)	с. Геча	
46.	Солодке свято меду в Мукачеві, (серпень)	м. Мукачеве	
47.	Фестиваль «Гуцульська бринза», (5-6 вересня)	м. Рахів	
48.	«Варишське пиво», (15-18 вересня)	м. Мукачево	
49.	Фестиваль «Смажений баранчик», (вересень)	с. Лазещина	
50.	Фестиваль молодого вина і меду «Закарпатське божолє», (листопад)	м. Ужгород	
51.	Фестиваль закруток «Нас не подолати», (вересень)	м. Запоріжжя	Запорізька

Продовження табл. А.1

52.	«Станиславівська мармуляда», (15 жовтня)	м. Івано-Франківськ	Івано-Франківська		
53.	«Вулична їжа», (червень-серпень)	м. Київ	Київська		
54.	Ярмарок «Sweets&Gifts», (17-18 грудня)				
55.	Маркет «Всі. Свої Гастрономія. М'ясний листопад», (26-27 листопада)				
56.	«Цукерки та Пундика», (листопад)				
57.	Фестиваль солодоців, «SWEETS Fest», (17-18 грудня)				
58.	Фестиваль односолодових віскі «Whisky Dram», (12 листопада)				
59.	Фестиваль українського крафтового пива «Craft Beer Fest!», (14-15 жовтня)				
60.	«Борщ Фест», (початок жовтня)	с. Чубинське			
61.	Фестиваль полуниці, (11 червня)	с. Миронівка	Кіровоградська		
62.	День бджоляра, (серпень)	с. Виноградівка			
63.	Міське свято Пампуха, (початок січня)	м. Львів	Львівська		
64.	«Дні глінтвейну у Львові», (13-15 січня)				
65.	«Фестиваль пива», (8-12 травня)				
66.	«Львів на тарілці», (24-28 червня)				
67.	«Свято Хліба», (серпень)				
68.	«На каву до Львова», (вересень)				
69.	Національне свято шоколаду, (початок жовтня)				
70.	Свято Сиру і Вина», (середина жовтня)				
71.	Фестиваль Глінтвейну, (грудень)			с. Славське	
72.	«Таки да, смачно!», (кінець квітня)			м. Одеса	Одеська
73.	«Свято полуниці», (травень)				
74.	День помідора, (серпень)				
75.	«Фестиваль Прянощі і радощі: «Сезам відкрійся», (листопад)				
76.	Свято вина та етнічного мистецтва», (листопад)	м. Болград			
77.	«Галушка Fest», (кінець квітня)	м. Полтава	Полтавська		
78.	«Свято Полтавської галушки», (червень)				
79.	Фестиваль полуниці, (21 червня)	м. Кременчук			
80.	Всеукраїнський полуничний фестиваль-ярмарок «Білецьківський край-полуничний рай», (25 червня)	с. Білецьківка			
81.	«Пливе шука з Кременчука», (липень)				
82.	«Свято миргородської свині», (вересень)	м. Миргород			
83.	Гарбузовий фестиваль, (жовтень)	м. Рівне	Рівненська		
84.	Фестиваль шашлика, (вересень)				
85.	Фестиваль їжі «FoodFest.PLAZA», (вересень)				
86.	Фестиваль «Віншуємо суницю – першу ягоду-царицю», (червень)	с. Малий Самбір,	Сумська		

Продовження табл. А.1

87.	«Вареник і капуста-fest», (3 травня)	м. Збараж	Тернопільська
88.	«Галицька дефіляда», (17-19 червня)	м. Тернопіль	
89.	Фестиваль коропа «Коропфест», (22 липня)	м. Коропці	
90.	«Борщ'ів», (вересень)	м. Борщів	
91.	«Городской Ріспік», (18-19 червня)	м. Харків	Харківська
92.	«Український кавун – солодке диво», (третя субота серпня)	м. Гола Пристань	Херсонська
93.	«Тишо-Тишо FEST», (вересень)	м. Херсон	
94.	«Проскурівські смаколики», (14-15 жовтня)	м. Хмельницький	Хмельницька
95.	«Октоберфест», (жовтень)	м. Кам'янець-Подільський	
96.	Фестиваль березового соку, (квітень)	с. Банилів-Підгірний	Чернівецька
97.	«Його величність, Ніжинський огірок», (вересень)	м. Ніжин	Чернігівська
98.	«Дерун-фест», (кінець квітня)	м. Чернігів	
99.	Фестиваль хліба «Хліб своїми руками», (травень, серпень)	с. Мистецький хутір	

Джерело: розроблено автором на основі [34; 35; 38; 39]



Джерело: [4]

Рисунок Б.1 – Середнянські винні підвали, м. Косино, Закарпатська область

Види відпочинку	Чоловіки	Жінки
Пляжний туризм	45	51
Екскурсійний туризм – їздити по різним цікавим локаціям	32	40
Гірськолижні курорти	19	15
Лікувально-оздоровчий туризм	11	16
Тури вихідного дня	9	12
Участь або відвідування культурних заходів	6	10
Розважальні тури (відвідування масштабних фестивалів, концертів, футбольних матчів)	9	9
Спортивний туризм, відвідання та участь у спортивних заходах	11	4
Сільський туризм	7	6
Шопінг (здійснення покупок)	4	7
Спа-курорти	4	5
Екстремальний туризм	5	2
Гастротуризм	3	3
Паломництво	2	3
Інше	2	1

Джерело: [13]

Рисунок В.1 – Відпочинок, якому надавали перевагу в Україні – в залежності від статі респондентів, у 2021 році

Види відпочинку	15-24	25-34	35-44	45-54	55-70
Пляжний туризм	49	52	54	47	37
Екскурсійний туризм – їздити по різним цікавим локаціям	33	35	36	39	38
Гірськолижні курорти	25	22	18	12	7
Лікувально-оздоровчий туризм	6	9	12	16	26
Тури вихідного дня	8	11	11	12	8
Розважальні тури (відвідування масштабних фестивалів, концертів, футбольних матчів)	14	12	8	7	4
Спортивний туризм, відвідання та участь у спортивних заходах	12	8	8	6	4
Участь або відвідування культурних заходів	9	9	7	8	7
Шопінг (здійснення покупок)	9	7	5	3	2
Сільський туризм	5	6	7	7	8
Спа-курорти	5	4	5	4	4
Екстремальний туризм	7	4	3	3	1
Гастротуризм	3	4	3	2	1
Паломництво	1	1	2	3	4
Інше	1	1	1	2	3

Джерело: [13]

Рисунок Г.1 – Відпочинок, якому надавали перевагу в Україні – в залежності від віку респондентів, у 2021 році

Види відпочинку	Обласний центр	Місто	Село
Пляжний туризм	47	49	49
Екскурсійний туризм – їздити по різним цікавим локаціям	40	36	31
Гірськолижні курорти	20	16	16
Лікувально-оздоровчий туризм	12	16	12
Тури вихідного дня	13	11	6
Розважальні тури (відвідування масштабних фестивалів, концертів, футбольних матчів)	11	9	6
Участь або відвідування культурних заходів	10	9	5
Спортивний туризм, відвідання та участь у спортивних заходах	9	7	6
Сільський туризм	9	6	5
Шопінг (здійснення покупок)	6	6	4
Спа-курорти	5	4	4
Екстремальний туризм	5	3	2
Гастротуризм	4	3	1
Паломництво	2	2	2
Інше	1	1	2

Джерело: [13]

Рисунок Д.1 – Відпочинок, якому надавали перевагу в Україні – в залежності типу населеного пункту проживання респондентів, у 2021 році



Джерело: [40]
Рисунок Е.1 – Фестиваль «Станіславівська мармуляда», м. Івано-Франківськ



Джерело: [13]

Рисунок Є.1 – Молекулярний борщ