

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВЕТЕРИНАРНОЇ
МЕДИЦИНИ ТА БІОТЕХНОЛОГІЙ ІМЕНІ С.З. ГЖИЦЬКОГО
ВІДДІЛ ЗАОЧНОГО НАВЧАННЯ ЦЕНТРУ ПЕРЕПІДГОТОВКИ ТА
ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ
КАФЕДРА ТУРИЗМУ, РЕКРЕАЦІЇ ТА КРАЄЗНАВСТВА

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Ступінь вищої освіти БАКАЛАВР

на тему: **“ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО
ТУРИЗМУ У КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ ТА
ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЙОГО РЕАЛІЗАЦІЇ”**

Виконала: здобувачка вищої освіти

V курсу, групи Тур-51з

спеціальності 242 Туризм
(шифр і назва спеціальності)

освітньої програми Туризм

КУНКА (ПОЛЬНА) Стефанія-Соломія

Ярославівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник _____

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

Рецензент: _____

(ім'я та прізвище)

ДУБЛЯНИ 2025

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІСТИТУТ ЗАОЧНОЇ ТА ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ ОСВІТИ
КАФЕДРА ТУРИЗМУ

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

Спеціальність 242 Туризм
(шифр і назва)

Освітня програма «Туризм»
(назва ОП)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувачка кафедри
туризму
(назва кафедри)

(підпис)

(ім'я та прізвище)
“ ___ ” _____ 20__ року

З А В Д А Н Н Я
на кваліфікаційну роботу здобувача вищої освіти
КУНКА (ПОЛЬНА) Стефанія-Соломія Ярославівна
(прізвище, ім'я, по-батькові)

1. Тема роботи «Потенціал розвитку гастрономічного туризму у Карпатському регіоні України та підвищення ефективності його реалізації»

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

Затверджена наказом ЛНУП від «08» березня 2024 р. №172/к-с.

2. Строк подання здобувачем роботи 25 лютого 2025 р.

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

4. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити)
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність гастрономічного туризму, його види та особливості розвитку в сучасних умовах

1.2. Потенціал розвитку гастрономічного туризму, його структура та чинники формування

1.3. Методика дослідження потенціалу гастрономічного туризму та оцінки ефективності його реалізації

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ У КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ

2.1. Аналіз ресурсів гастрономічного туризму Карпатського регіону та проблем їх раціонального використання

2.2. Характеристика існуючих об'єктів, маршрутів та атракцій гастрономічного туризму

2.3. Оцінка ефективності використання потенціалу гастрономічного туризму Карпатського регіону

2.4. Вплив туристичної діяльності на стан охорони навколишнього середовища

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ТА ЗАХОДИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОТЕНЦІАЛУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

3.1. Стратегічні напрями розвитку потенціалу гастрономічного туризму у Карпатському регіоні

3.2. Перспективи підвищення ефективності реалізації потенціалу гастрономічного туризму

РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ

4.1. Аналіз стану охорони праці і заходи з покращення виробничої санітарії і гігієни праці

4.2. Пожежна безпека

4.3. Інструкція з охорони праці та пожежної безпеки

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень):
рисунки, таблиці, схеми

6. Консультанти розділів роботи

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

7. Дата видачі завдання «11» березня 2024 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| № з/п | Назва етапів кваліфікаційної роботи | Строк виконання етапів роботи | Відмітка про виконання |
|-------|--|-------------------------------|------------------------|
| 1. | Отримання завдання для написання кваліфікаційної роботи | 11.03.2024 | |
| 2. | Розробка плану кваліфікаційної роботи, ознайомлення з літературними джерелами за темою, збір практичних матеріалів | до 01.05.2024 | |
| 3. | Написання вступу і I розділу | до 15.07.2024 | |
| 4. | Написання II розділу | до 15.11.2023 | |
| 5. | Написання III розділу | до 10.01.2025 | |
| 6. | Написання IV розділу і висновків | до 10.02.2025 | |
| 7. | Оформлення кваліфікаційної роботи і подання науковому керівнику для написання відгуку | до 25.02.2025 | |
| 8. | Перевірка тексту кваліфікаційної роботи на унікальність. Скерування на зовнішню рецензію | до 05.03.2025 | |
| 9. | Представлення кваліфікаційної роботи на кафедру | до 10.03.2025 | |
| 10. | Захист кваліфікаційної роботи перед Екзаменаційною комісією | до 25.03.2025 | |

Здобувачка вищої освіти _____ Стефанія-Соломія КУНКА (ПОЛЬНА)
(підпис) (ім'я та прізвище)

Керівник кваліфікаційної роботи _____
(підпис) (ім'я та прізвище)

УДК 338.48-6:641/642(292.451/454)

Кваліфікаційна робота: 103 сторінки текстової частини, 17 рисунків, 21 таблиця, 52 літературних джерела, 1 додаток

Кунка (Польна) С-С. Я. Потенціал розвитку гастрономічного туризму у Карпатському регіоні України та підвищення ефективності його реалізації. Кваліфікаційна робота за спеціальністю 242 Туризм. Львів: ЛНУВМБ, 2025. 114 с.

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню кількісних і якісних параметрів потенціалу розвитку гастрономічного туризму у Карпатському регіоні України та підвищенню ефективності його реалізації. Розглянуто сутність та особливості розвитку гастрономічного туризму, дано характеристику складових його потенціалу. Здійснено комплексну оцінку соціально-економічних ресурсів гастрономічного туризму у Карпатському регіоні, визначено основні проблеми їх раціонального використання. Обґрунтовано напрями та заходи підвищення ефективності реалізації потенціалу гастрономічного туризму у регіоні.

Результати дослідження можуть бути використані органами державного та регіонального управління, місцевого самоврядування, науковцями, туристичними компаніями, суб'єктами ресторанного бізнесу та іншими зацікавленими особами, що здійснюють діяльність у сфері гастрономічного туризму.

АНОТАЦІЯ

Кунка (Польна) С-С. Я. Потенціал розвитку гастрономічного туризму у Карпатському регіоні України та підвищення ефективності його реалізації.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження кількісних і якісних параметрів потенціалу розвитку гастрономічного туризму у Карпатському регіоні України, виявлення чинників його формування, а також розробка практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності реалізації в умовах сьогодення.

У першому розділі висвітлено теоретичні аспекти досліджуваної проблеми, визначено сутність гастрономічного туризму, його види та соціально-економічне значення. Дано характеристику структури та чинників формування потенціалу гастрономічного туризму, описано методику його оцінки.

Другий розділ присвячено оцінці потенціалу гастрономічного туризму Карпатського регіону України. Здійснено аналіз кількісних і якісних параметрів ресурсів гастрономічного туризму, а також ефективності їх використання суб'єктами ресторанного бізнесу. Дано характеристику найбільш атракційних об'єктів та маршрутів гостротуризму в головних туристичних дестинаціях регіону.

У третьому розділі визначено стратегічні напрями розвитку гостротуризму у регіоні та окреслено перспективи підвищення ефективності реалізації його потенціалу.

Окрему увагу приділено аналізу стану охорони праці та охорони навколишнього середовища та їх покращенню.

***Ключові слова:** гастрономічний туризм, потенціал, ефективність туристичні ресурси, туристичні дестинації, Карпатський регіон України.*

ANNOTATION

Kunka (Polna) Stephaniia-Solomiia. The potential for the gastronomic tourism development in the Carpathian region of Ukraine and increasing the efficiency of its implementation.

The aim of the qualification work is to study the quantitative and qualitative parameters of the gastronomic tourism potential development in the Carpathian region of Ukraine, to identify the factors influencing its formation, and to develop practical recommendations for enhancing the efficiency of its implementation under current conditions.

The first chapter highlights the theoretical aspects of the studied issue, defining the essence of gastronomic tourism, its types and socio-economic significance. It provides a characterization of the structure and factors influencing the formation the gastronomic tourism potential and describes the methodology for its assessment.

The second chapter is dedicated to assessing the gastronomic tourism potential in the Carpathian region of Ukraine. It includes an analysis of the quantitative and qualitative parameters of gastronomic tourism resources, as well as the efficiency of their using by the restaurant business entities. The chapter also characterizes the most attractive gastronomic tourism sites and routes in the region's main tourist destinations.

In the third chapter the strategic directions for the gastronomic tourism development in the region are determined, and the prospects for increasing the efficiency of its potential realization are outlined.

Special attention is given to the analysis of labor protection and environmental protection conditions, as well as ways to their improvement.

***Keywords:** gastronomic tourism, potential, efficiency, tourist resources, tourist destinations, Carpathian region of Ukraine.*

ЗМІСТ

| | |
|---|-----|
| ВСТУП..... | 6 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ..... | 9 |
| 1.1. Сутність гастрономічного туризму, його види та особливості розвитку в сучасних умовах..... | 9 |
| 1.2. Потенціал розвитку гастрономічного туризму, його структура та чинники формування | 21 |
| 1.3. Методика дослідження потенціалу гастрономічного туризму та оцінки ефективності його реалізації..... | 33 |
| РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ У КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ..... | 40 |
| 2.1. Аналіз ресурсів гастрономічного туризму Карпатського регіону та проблем їх раціонального використання..... | 40 |
| 2.2. Характеристика існуючих об'єктів, маршрутів та атракцій гастрономічного туризму | 58 |
| 2.3. Оцінка ефективності використання потенціалу гастрономічного туризму Карпатського регіону..... | 71 |
| 2.4. Вплив туристичної діяльності на стан охорони навколишнього середовища... | 78 |
| РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ТА ЗАХОДИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОТЕНЦІАЛУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ..... | 82 |
| 3.1. Стратегічні напрями розвитку потенціалу гастрономічного туризму у Карпатському регіоні..... | 82 |
| 3.2. Перспективи підвищення ефективності реалізації потенціалу гастрономічного туризму..... | 93 |
| РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ..... | 99 |
| 4.1. Аналіз стану охорони праці і заходи покращення виробничої санітарії і гігієни праці | 99 |
| 4.2. Пожежна безпека..... | 102 |
| 4.3. Інструкція з охорони праці та пожежної безпеки..... | 104 |
| ВИСНОВКИ..... | 106 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 109 |
| ДОДАТОК А..... | 114 |

ВСТУП

Актуальність проблеми. Гастрономічний туризм є одним із найбільш перспективних видів туризму, що сприяє збереженню культурної спадщини, розвитку місцевої економіки та підвищенню конкурентоспроможності туристичних дестинацій. Карпатський регіон України завдяки своєму етнічному та культурному різноманіттю, багатству та автентичності традиційної кухні, а також збереженню кулінарних традицій у певних географічних локаціях, має значний потенціал для розвитку цього сегменту туристичного ринку.

Гастрономічний туризм є не лише важливим чинником розвитку малого та середнього бізнесу, підвищення рівня зайнятості та доходів місцевого населення. Він також виконує й значну соціокультурну функцію, а саме: сприяє збереженню та примноженню кулінарних традицій окремих регіонів (територій), популяризації локальних продуктів та страв. Інтерес до цього виду туризму постійно зростає як в Україні, так і в світі.

Однак, у нашій державі гастротуризм, незважаючи на певні позитивні тенденції, поки що перебуває на ранній стадії становлення, має ряд перепон для динамічного розвитку, а також потребує актуалізації теоретичного підґрунтя та практичного втілення [42]. За твердженням фахівців цей вид туризму реалізує лише 20% свого потенціалу та має всі передумови для подвоєння обсягів у найближчій перспективі [32, с. 78]. Водночас, ефективна реалізація потенціалу гастрономічного туризму потребує розробки ефективної стратегії його розвитку, брендингу територій, удосконалення туристичної інфраструктури, маркетингового просування регіону та інтеграції гастрономічних маршрутів у загальні туристичні програми та інших заходів. Потреба вирішення цих завдань у контексті зростаючого інтересу туристів до глибоких культурних традицій Карпатського регіону у харчуванні зумовили вибір теми кваліфікаційної роботи.

Активними дослідниками проблем розвитку гастрономічного туризму, умов реалізації його потенціалу, а також специфіки формування регіональних туристичних продуктів на основі місцевих кулінарних традицій є такі науковці: Д. Басюк, Т. Божук, А. Бусигін, І. Журило, О. Каролоп, І. Комарніцький,

І. Космидайло, С. Красовський, Е. Маслова, О. Михайлюк, М. Паска, Л. Прокопчук, Г. Саркісян, С. Сіра, Ю. Ставська, В. Федорченко, Г.Щука та ін.

Попри їх вагомий науковий внесок, низка аспектів реалізації потенціалу гастрономічних дестинацій саме у Карпатському регіоні України досліджена недостатньо. До того ж сучасні складні соціально-економічні умови, спричинені воєнним станом, формують нові виклики щодо розвитку та популяризації зазначеного виду туризму.

Метою кваліфікаційної роботи є оцінка кількісних і якісних параметрів потенціалу розвитку гастрономічного туризму, виявлення чинників його формування, а також розробка практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності реалізації в умовах соціально-економічних викликів сьогодення.

Ця мета передбачає вирішення наступних завдань:

- розглянути теоретичні засади гастрономічного туризму, розкрити його сутність, види та значення у системі туристичної індустрії;
- з'ясувати економічну природу потенціалу розвитку гастрономічного туризму, охарактеризувати його структуру та чинники формування;
- дослідити природні, культурні та історичні передумови розвитку гастрономічного туризму у Карпатському регіоні України, проаналізувати кількісні і якісні характеристики відповідних туристичних ресурсів та виявити проблеми їх раціонального використання;
- описати основні туристичні маршрути, фестивалі та інші атракції гастрономічного туризму у Карпатському регіоні; з'ясувати їх взаємозв'язок із розвитком інших видів туризму;
- здійснити оцінку ефективності використання регіонального потенціалу гастрономічного туризму;
- визначити перспективи та обґрунтувати стратегічні напрями розвитку потенціалу гастрономічного туризму у Карпатському регіоні;
- запропонувати маркетингові інструменти та інноваційні підходи для стимулювання розвитку галузі та залучення туристів.

Предмет дослідження – сучасний стан розвитку, умови формування та результати використання потенціалу гастрономічного туризму окремого регіону.

Об'єкт дослідження – ресурси, маршрути та атракції гастрономічного туризму Карпатського регіону України.

Методи дослідження. Дослідження регіонального потенціалу розвитку гастрономічного туризму здійснене із використанням широкого спектру наукових методів, підходів та прийомів. Теоретичні дослідження передбачали застосування комплексного, системного та історичного підходів, а також методів: теоретичного узагальнення, абстрагування, аналогії, аналізу та синтезу, бенчмаркінгу, статистико-економічного аналізу, стратегічного аналізу (методи SWOT та PEST-аналізу), моделювання сценаріїв. Емпіричні дослідження здійснювалися із застосуванням методів: спостереження, опитування, глибинних інтерв'ю з експертами (представниками туристичної індустрії). Додатково проводився аналіз соціальних мереж, тревел-блогів та спеціалізованих інтернет-ресурсів. Оцінка відгуків і коментарів дозволила виявити популярні гастрономічні локації та визначити рівень сприйняття туристами якості послуг.

Інформаційною базою дослідження потенціалу гастрономічного туризму сформували: законодавчі та інші нормативно-правові акти щодо регуляторного забезпечення розвитку туристичної сфери; стратегії та програми соціально-економічного розвитку окремих регіонів; офіційні джерела статистичної інформації (Державна служба статистики України, Головні управління статистики Львівської, Івано-Франківської, Закарпатської та Чернівецької областей, Євростат, Всесвітня туристична організація (UNWTO) та ін.); наукові публікації щодо проблематики гастрономічного туризму (статті, монографії, аналітичні доповіді та огляди); матеріали інтернет-сайтів турагенцій, гастрономічних фестивалів, а також власних спостережень та польових досліджень.

Практична цінність дослідження потенціалу гастрономічного туризму полягає у можливості використання його результатів різними зацікавленими сторонами (державними органами, підприємцями, туристичними компаніями та місцевими громадами) для: розробки регіональних програм розвитку туристичної сфери, ефективних стратегій туристичного бізнесу; підвищення привабливості туристичних дестинацій регіону; розробки пропозицій щодо інтеграції місцевих суб'єктів підприємництва та створення комплексного туристичного продукту.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність гастрономічного туризму, його види та особливості розвитку в сучасних умовах

В умовах глобального тренду зростання конкуренції на ринках товарів та послуг, суб'єкти підприємництва намагаються знаходити та розвивати нові ринкові «ніші». Не винятком є і туристична сфера, у якій сьогодні відбуваються динамічні зміни, що супроводжуються модернізацією її структури, модифікацією змісту туристичного сервісу, впровадженням інновацій тощо. Замість традиційного масового та комплексного туризму з'являються сучасні напрями, орієнтовані на індивідуальні потреби мандрівників. І одним із них є гастрономічний туризм. Він спрямований на те, щоб дати можливість туристу відкрити для себе країну та її культурну спадщину через призму національної їжі.

Відзначимо, що певною мірою гастротуризм є компонентом різних видів туризму, що об'єктивно розвивається як складова туристичних турів й маршрутів та активізує місцеву підприємницьку діяльність [36]. Однак сьогодні гастрономічні тури все більше стають окремим видом подорожей. Водночас, як в українській, так і зарубіжній туристології відсутнє єдине термінологічне визначення цього виду туризму. Різні дослідники, означуючи його, також вживають такі поняття як «кулінарний туризм» («culinary tourism»), «гурман-туризм» («gourmet tour»), «еногастрономічний (винно-гастрономічний) туризм», «харчовий туризм» («food tourism»). Дослідження, проведені у США показують, що люди розуміють абсолютно різні речі під такими начебто схожими поняттями [9]. Немає однозначного підходу і щодо міри охоплення цим терміном різних видів туристичної активності.

Звернення до історичних витоків засвідчує, то термін «кулінарний туризм» з'явився ще у 1998 році, позначаючи подорожі, метою яких було знайомство

туристів із культурою країни через місцеву їжу. Проте вже у 2012 р. це словосполучення було витіснене з обігу категорією «гастрономічний туризм», оскільки традиційна кухня стала невід'ємною частиною туристичних маршрутів [29].

За визначенням Всесвітньої асоціації гастрономічних подорожей ((World Food Travel Association - WFTA), під гастрономічним туризмом розуміють подорож, метою якої є отримання автентичного досвіду через культуру споживання їжі або напоїв, пізнання унікальних місць та їхньої культури через національну кухню [38, с. 27]. Аналогічно трактує сутність гастрономічного туризму Н.Фесенко – як подорож по країнах і континентах для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями, з метою відвідати унікальні для приїжджої людини страви або продукти [42]. У ньому науковець демонструє чітко виражений цільовий характер такої мандрівники, що дозволяє виокремити гостротуризм з інших видів туристичної активності.

Ю. Ставська розширює розуміння сутності гастрономічного туризму, вказуючи на те, що сферою його охоплення є не лише ознайомлення із національною кухнею країни та особливостями приготування певних автентичних страв, але й «...навчання та підвищення рівня професійних знань у галузі кулінарії» [39, с. 152].

На освітньо-професійній та культурно-пізнавальній функції гастрономічного туризму також наголошує А. Расулова. На її думку – це «...спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з історією, технологією та культурою споживання національних страв і продуктів, а також навчання і підвищення рівня професійних знань у сфері кулінарії» [32]. Таким чином, дослідниця не лише розширює сферу охоплення об'єктів гастрономічного туризму (самі страви і продукти певної місцевості, історія їх виникнення, технологія приготування), але й підкреслює його специфічний, «нішевий» (немасовий, тематичний) характер, орієнтацію на певні цільові групи споживачів (гурмани, фахівці у сфері кулінарії тощо). На наш погляд, саме це визначення найбільш повно характеризує сутність гастрономічного туризму.

Гастрономічний туризм є допоміжним засобом пізнання культурної

спадщини окремих країн і регіонів, оскільки національна кухня відображає спосіб життя, світогляд і традиції різних народів [24]. Як слушно зазначає Ю.Ставська їжа може розповісти про народ (його культуру, традиції, темперамент, спосіб життя – авт.) так само багато, як і витвори мистецтва та архітектури. Адже, якщо мистецькі твори мають конкретних авторів, то кухня є творчістю цілого народу. [39, с. 150]. Тобто, гастрономія є ключем до розуміння різних соціальних культур, історичних, релігійних та інших аспектів, а також економічних умов їхнього розвитку.

До того ж, гастротуризм є важливою складовою брендингу туристичних регіонів. Зокрема, за даними Світової туристичної організації ООН (UNWTO), 88,2% респондентів-членів вказали, що «гастрономія є стратегічним елементом визначення бренду та образу їхньої дестинації» [23].

Поєднуючи у собі культурну, соціальну та економічну складову гастрономічний туризм має низку особливостей, які відрізняють його від інших видів туризму (рис. 1.1)

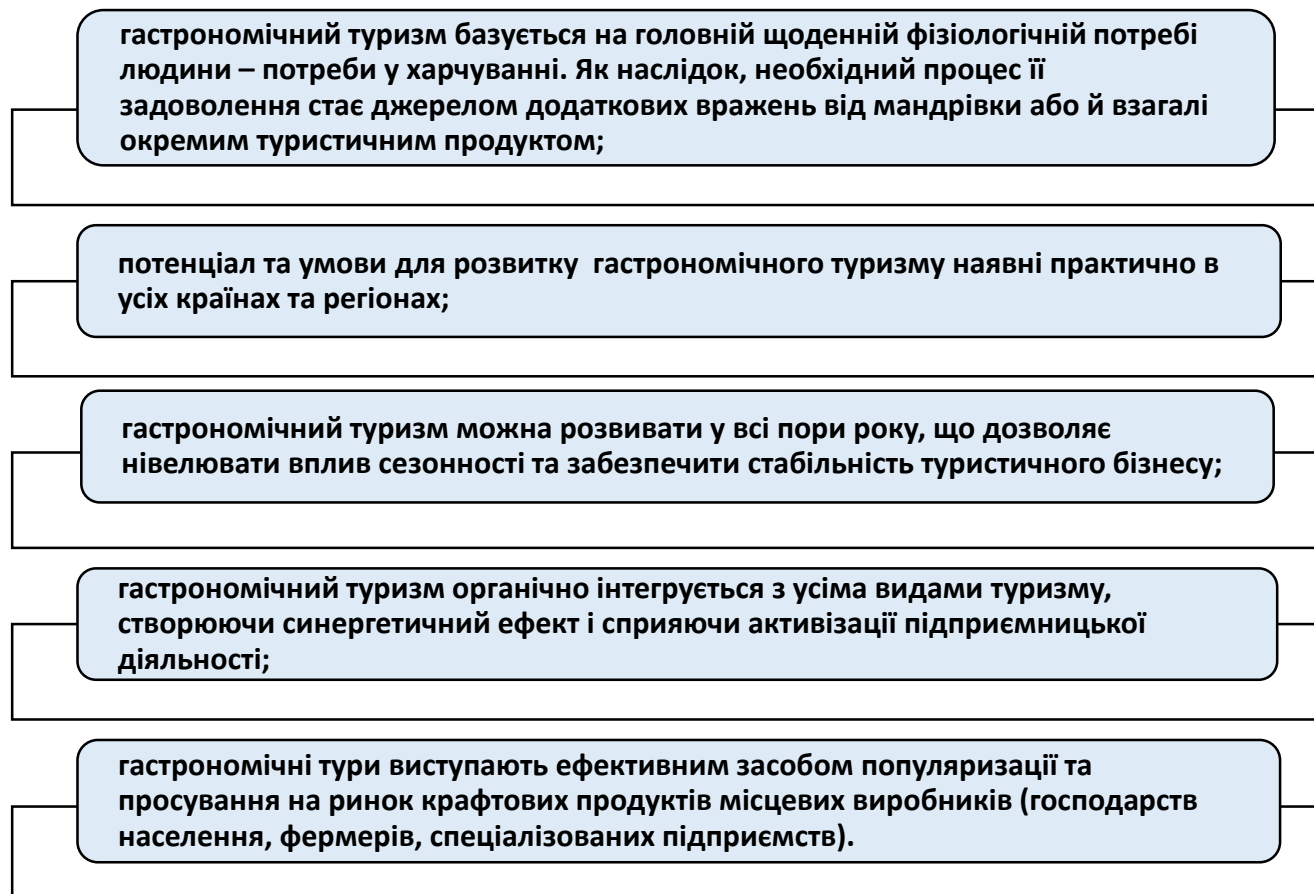


Рис. 1.1 – Характерні риси гастрономічного туризму

Об'єктами гастрономічного туризму є:

- країни з автентичною кулінарною спадщиною та певними кулінарними дестинаціями;
- регіони (окремі географічні райони), які що славляться унікальними місцевими продуктами чи стравами;
- ресторани, які пропонують ексклюзивне меню та отримують високу оцінку від світових кулінарних критиків;
- підприємства, відомі виробництвом високоякісної гастрономічної продукції (шоколадні фабрики, пивоварні, виноробні підприємства, фермерські господарства);
- заклади, що пропонують програми з навчання кулінарного мистецтва;
- різноманітні тематичні заходи, зокрема міжнародні конференції, фестивалі, гастрономічні виставки та ярмарки [21].

Рейтинг популярності цих об'єктів за даними Всесвітньої організації туризму ілюструє рис. 1.2



Рис. 1.2 – Найбільш привабливі для туристів об'єкти гастрономічного туризму [24]

Закордоном гастрономічні тури користуються великою популярністю, оскільки вони включають відвідування ресторанів і кафе, а й низку заходів, спрямованих на знайомство з унікальними стравами та рідкісними інгредієнтами, які більше ніде у світі не зустрічаються. Загалом, гастрономічний туризм передбачає досить широкий спектр видів туристичної активності (табл 1.1).

Таблиця 1.1 – Види активностей у гастрономічному туризмі*

| Вид активності | Характеристика |
|--|---|
| Дегустаційні тури | <ul style="list-style-type: none"> - відвідування виноробень, пивоварень, сироварень, шоколадних фабрик та інших виробництв для дегустації продукції; - споживання традиційних та автентичних страв у місцевих традиційних ресторанах, кафе, гастропабах. |
| Кулінарні майстер-класи та курси | <ul style="list-style-type: none"> - навчання технікам приготування місцевих страв під керівництвом професійних кухарів; - ознайомлення з особливостями використання локальних продуктів та спецій. |
| Відвідування фермерських господарств і ринків | <ul style="list-style-type: none"> - знайомство з процесом виробництва органічних та крафтових продуктів; - участь у зборі врожаю (виноградний, оливковий, цитрусовий сезони тощо); - купівля свіжих місцевих продуктів безпосередньо у виробників |
| Гастрономічні фестивалі та ярмарки | <ul style="list-style-type: none"> - участь у гастрономічних фестивалях, присвячених національним або сезонним стравам (наприклад, фестивалі пива, сиру, вина, шоколаду). - відвідування гастрономічних виставок і конкурсів кулінарного мистецтва |
| Гастрономічні екскурсії та тематичні маршрути | <ul style="list-style-type: none"> - прогулянки кулінарними кварталами міст з відвідуванням автентичних кафе та закладів вуличної їжі; - подорожі гастрономічними регіонами, наприклад, шляхами виноробства в Закарпатті чи Одеській області; |
| Гастрономічний етнотуризм | <ul style="list-style-type: none"> - відвідування національних поселень та знайомство з традиційними методами приготування їжі; - участь у приготуванні страв за старовинними рецептами; - участь у спеціалізованих гастрономічних церемоніях. |
| Гастро-екстрим | <ul style="list-style-type: none"> - дегустація нетипових або екзотичних страв (наприклад, комах, ферментованих продуктів, молекулярної кухні). - відвідування ресторанів зі спеціальними концепціями, наприклад, ресторанів у темряві або під водою |

**Узагальнено автором*

Означені активності поєднуються у різних видах гастрономічного туризму, які можуть бути виокремлені за певними класифікаційними ознаками (рис. 1.3). Передусім, частина дослідників поділяють гастрономічний туризм за розташуванням туристичного місця (географічною локацією) на міський і сільський туризм [24; 34, с. 315; 36].

При цьому, міський гастрономічний туризм означається як такий, що пов'язаний із відвідуванням ресторанів, гастрономічних івентів або об'єктів виробництва харчових продуктів у містах; сільський – пов'язаний зі збором ягід, овочів, фруктів, грибів у лісах та подорожі фермами, де виробляються крафтові продукти.

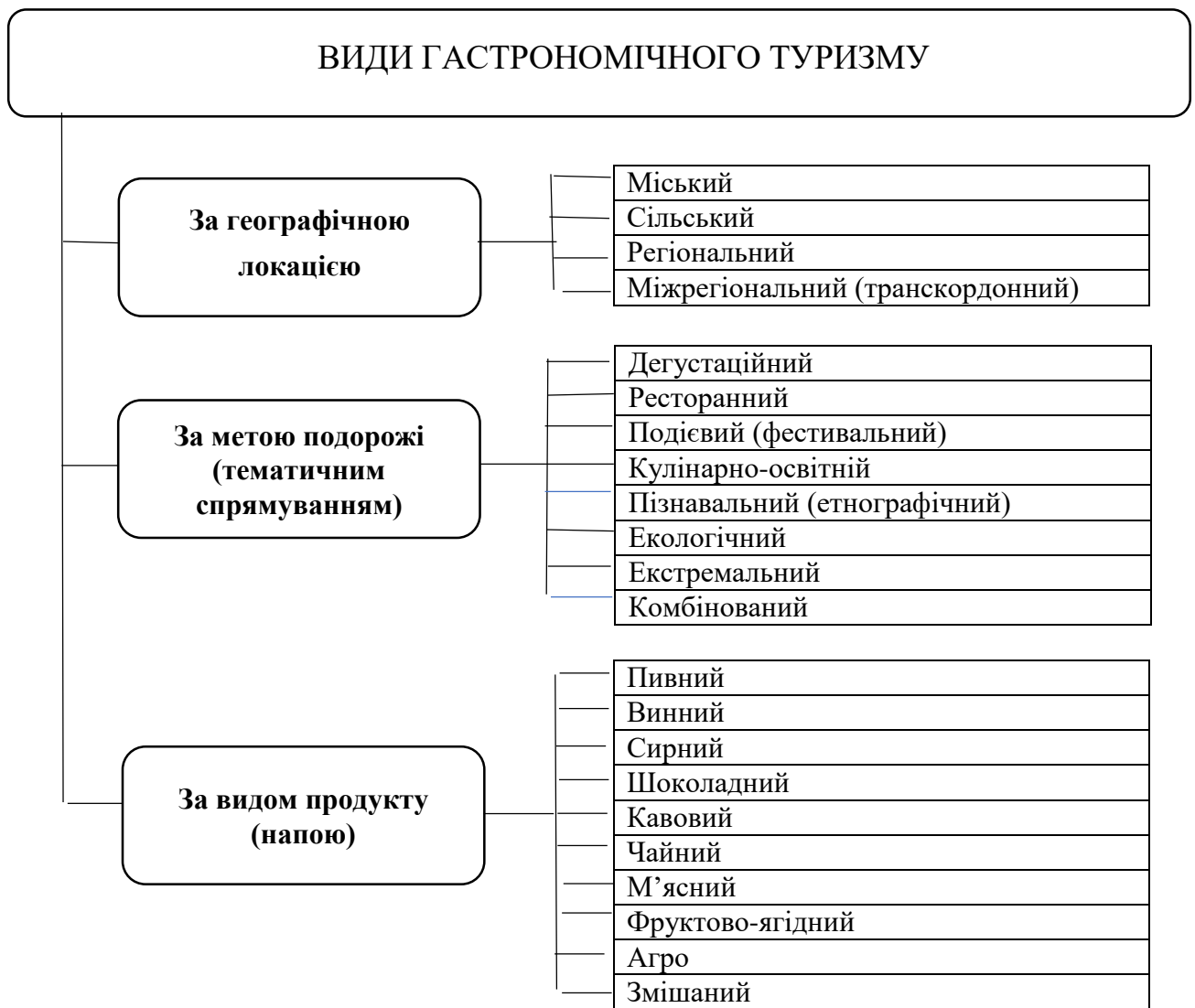


Рис. 1.3 – Класифікація видів гастрономічного туризму*

*Узагальнено автором

На наш погляд, така класифікація є неповною, оскільки в межах одного туру можна об'єднати як міські, так і приміські та сільські об'єкти в межах окремого чи різних географічних районів і навіть різних країн. Тому цю класифікацію доцільно доповнити такими видами:

- регіональний гастротуризм – відвідування конкретних туристичних destinations, що характеризуються унікальною гастрономічною спеціалізацією. Наприклад, регіон Закарпаття, де можна ознайомитися з особливостями місцевої кухні у сукупності різних міст та сіл;

- міжрегіональний (транскордонний) гастротуризм - подорожі до кількох країн або регіонів з метою вивчення та порівняння кулінарних традицій різних

народів. Наприклад, гастротур Європою (Італія – Франція – Іспанія). Часто цей вид туризму має відповідне тематичне спрямування.

За метою подорожі (тематичним спрямуванням) можна виокремити:

- дегустаційний туризм - відвідування місць для дегустації локальних продуктів (вина, сирів, шоколаду, кави тощо). Туристи отримують можливість скуштувати автентичні страви та напої, в т.ч. безпосередньо у місцях їх виробництва. Ними можуть бути промислові підприємства, кустарні виробництва, сільськогосподарські ферми, ресторани, фестивалі. Об'єкти можуть при цьому знаходитися як у міській, так і сільській місцевості.

- ресторанний туризм – його частково можна вважати різновидом дегустаційного. Передбачає відвідування найвідоміших і найпопулярніших ресторанів, які вирізняються високим рівнем обслуговування, унікальністю страв (авторською кухнею) і національною автентичністю. Часто такі ресторани відзначені престижними нагородами і пропонують інноваційні підходи в обслуговуванні клієнтів (наприклад, приготування страв перед клієнтом, зустрічі із шеф-кухарями тощо).

- подієвий (фестивальний) туризм – передбачає відвідування гастрономічних фестивалів, кулінарних свят та ярмарків, присвячених місцевим або сезонним стравам. Він сприяє залученню туристів завдяки унікальним подіям, які створюють незабутні враження та дозволяють глибше пізнати культуру і традиції місцевості;

- кулінарно-освітній туризм - передбачає отримання туристами нових знань і практичних навичок у сфері кулінарії через участь у навчальних програмах, майстер-класах, тренінгах та інших спеціалізованих заходах. Головна мета – не лише дегустація місцевих страв, а й вивчення технік їх приготування та занурення в гастрономічні традиції регіону. У рамках таких турів відбувається відвідування кулінарних шкіл та академій, місць виробництва окремих продуктів, зустрічі з гастроекспертами та шеф-кухарями, проходження короткострокових кулінарних курсів тощо.

- пізнавальний – охоплює подорожі з метою вивчення історії, традицій та

культури приготування національних страв, знайомство з місцевими кулінарними особливостями. Його різновидом є етнографічний гастротуризм, що передбачає дослідження кулінарної спадщини різних етнічних груп, участь у традиційних обрядах та приготуванні старовинних страв;

- екологічний гастротуризм - поєднує знайомство з екологічно чистими продуктами та методами їхнього виробництва із відвідуванням регіонів, що спеціалізуються на органічному землеробстві та сталому сільському господарстві. Основна мета – популяризація здорового харчування, екологічної свідомості та підтримка місцевих виробників. Його також асоціюють із такими поняттями як агро гастротуризм, оздоровчий туризм тощо;

- екстремальний гастротуризм - передбачає дегустацію незвичних, екзотичних або нетипових для традиційної кухні продуктів та страв. Основна мета цього напрямку – отримання яскравих вражень та досвіду, вихід за межі звичних смакових уподобань і знайомство з унікальними кулінарними традиціями різних країн;

- комбінований гастротуризм – поєднує у собі декілька описаних вище видів гастрономічного туризму. Комбіновані тури найкраще підходять для досвідчених туристів, які вже ознайомлені з гастрономічними традиціями певної країни. Для новачків такий тур може бути перенасичений інформацією [39, с. 151].

Ще однією важливою класифікаційною ознакою гастрономічного туризму є конкретний вид продукції, що викликає зацікавлення у мандрівників. Цей тип подорожей часто називають монотурами. Під час них туристи не лише дегустують відповідні зразки продукції, але й знайомляться з особливостями технологічного процесу та історією його виготовлення, самі стають учасниками процесу виробництва.

Відповідно до видів гастрономічного туризму визначають цільові групи туристів. Як уже було зазначено вище, гастрономічний туризм у його чистому вигляді (поза межами комбінованих турів) не відноситься до категорії масового і має спеціалізований характер. Адже, далеко не кожен турист погодиться вирушити до іншої країни чи регіону, якщо єдиною метою його подорожі буде спробувати страви місцевої кухні. Тому науковці відносять до основної цільової

групи користувачів послуг гастрономічного туризму тих осіб, яким набрид звичайний туризм і які прагнуть отримати нові нетипові враження, туристів-гурманів (поціновувачів вишуканих та екзотичних смаків, любителів національної кухні), а також подорожуючих з професійною метою (підвищення кваліфікації, кулінарних навиків, освоєння нових сегментів туристичного бізнесу).

Науковці В. Церклевич, А. Діль, М.Діль виділяють чотири основні типи гастрономічних туристів:

- «екзистенціалісти» - шукають гастрономічні враження для вивчення місцевої та регіональної кухні і культури. Уникають популярних ресторанів і надають перевагу відвідуванню фермерських господарств, виноробень та участі в кулінарних майстер-класах;

- «експериментатори» - прагнуть відвідувати ресторани і кафе з інноваційним дизайном (авторські, концептуальні), де подають оригінальні страви. Їхні гастрономічні вподобання співвідносяться з сучасними модними тенденціями та стилем життя;

- «відпочиваючі» (консервативний тип туристів) – формують запит на знайомі продукти і напої, уникаючи при цьому дорогих ресторанів. Оскільки гастрономія у них не є пріоритетною метою подорожі, зазвичай харчуються самотійно;

- «утікачі від рутини» - під час подорожі такі туристи прагнуть втекти від повсякденних справ, покупок і готування їжі. Зазвичай віддають перевагу недорогим мережевим ресторанам, де акцент зроблений на кількості їжі, а не на її якості [44, с. 48].

Недоліком цієї класифікації, на наш погляд, є те, що вона не охоплює категорію професіоналів, тобто тих осіб, для яких гастрономічний туризм є метою професійного інтересу і набуття нових знань.

З урахуванням підходів різних науковців ми окреслили коло основних клієнтів гастрономічного туризму (рис. 1.4). Наведена класифікація дає змогу сформулювати комплексне уявлення про гастрономічні вподобання туристів під час подорожей та сприяє ефективній сегментації цільової аудиторії для підприємств, що працюють у сфері гастротуризму.



Рис. 1.4 – Цільові групи клієнтів сфери гастрономічного туризму

Доцільність розвитку гастрономічного туризму у регіонах України зумовлена його важливими соціально-економічними функціями, а також гуманітарною та культурологічною цінністю (табл. 1.2). Цей вид туризму сприяє збереженню та популяризації національних кулінарних традицій, формуванню позитивного іміджу країни на світовому ринку туристичних послуг, розвитку місцевих громад і підприємництва, створенню додаткових робочих місць, розширенню інфраструктури ресторанного господарства, підвищенню обізнаності суспільства про місцеву кулінарну культуру.

Таблиця 1.2 - Соціально-економічне значення гастрономічного туризму

| ЕКОНОМІЧНЕ ЗНАЧЕННЯ | | |
|--|---|--|
| Створення нового туристичного продукту та доданої вартості, що забезпечує процес нагромадження цінності | Створення нових робочих місць у сфері туризму, громадського харчування, агровиробництва та ремесел, що забезпечує зайнятість населення та підвищення рівня життя | Досягнення як прямого, так і непрямого впливу на економічне зростання за рахунок мультиплікативного приросту доходів, отриманих туристичними підприємствами та їхніми бізнес-партнерами |
| Підтримку малого та середнього бізнесу, зокрема сімейних ресторанів та виробників локальних продуктів, які стають частиною туристичних маршрутів | Зменшення впливу чинника сезонності на функціонування туристичних дестинацій регіону, подовження періоду активного туристичного сезону. | Приваблення іноземних туристів, які формують додатковий внутрішній попит на продукцію та послуги підприємств туристичної сфери, забезпечують притік валюти. |
| Стимулювання розвитку інших видів туризму та дотичних до гастрономічної сфери видів діяльності | Залучення інвестицій у розвиток інфраструктури, організацію гастрономічних фестивалів, ярмарків та інших тематичних заходів, які сприяють економічному зростанню регіонів | Гастротуризм є ключовим компонентом маркетингової стратегії для просування продукції місцевих виробників та інших закладів індустрії гостинності. |
| СОЦІАЛЬНЕ ЗНАЧЕННЯ | | |
| Відпочинок, приємні емоції та враження, отримані у ході гастрономічної подорожі позитивно впливають на відновлення фізичного та психоемоційного стану людей. | Організація дозвілля населення, ефективне використання вільного часу, зменшення соціальної напруженості у суспільстві, підвищення рівня освіченості населення, популяризація наявних культурних цінностей та створення нових. | Збільшення об'єктів соціальної інфраструктури (заклади сфери гостинності культури); поліпшення благоустрою міст; формування стимулів для розвитку гастрономічної науки і освіти, фестивального руху, а також творчих колективів для його супроводу |
| ГУМАНІТАРНЕ ТА СОЦІОКУЛЬТУРНЕ ЗНАЧЕННЯ | | |
| Пізнання, збереження та відродження національної культурної спадщини через популяризацію автентичних страв, кулінарних традицій та регіональних особливостей | Формування культурного діалогу між регіонами та країнами, що сприяє обміну досвідом, інтеграції різних культур і підвищенню рівня толерантності між людьми | Підвищення національної ідентичності, формування почуття гордості за власну культурну спадщину |

Основними каталізатором розвитку гастрономічного туризму в умовах сьогодення є підвищення інтересу споживачів до унікальних кулінарних вражень та індивідуалізація туристичних подорожей. А. Расулова слушно зазначає, що піддрунтям розвитку ресторанних турів є зростання туристичної і гастрономічної культури у світі, а також помітний процес перенасичення туристичних поїздок стандартними форматами «все включено», оскільки справжні поціновувачі прагнуть

спробувати оригінальні страви, приготовані майстрами своєї справи [32, с. 82].

Особливості розвитку гастрономічного туризму в сучасних умовах визначають наступні положення:

1) гастрономічна пропозиція регіону повинна базуватися на унікальних характеристиках та конкурентних перевагах конкретної дестинації. Важливо підкреслювати місцеву кулінарну самобутність, що виділяє цю територію серед інших туристичних напрямків. Врахування історичних, культурних та географічних особливостей сприяє створенню привабливої та автентичної гастрономічної пропозиції;

2) інтеграція гастрономії у сферу туризму вимагає активної взаємодії широкого спектра суб'єктів господарської діяльності. Окрім підприємств, що працюють у сфері туризму та гостинності (ресторани, готелі, туристичні агентства), важливо залучати виробників локальної продукції, представників медіа, органи державного управління та місцевого самоврядування. Така координація забезпечує комплексний підхід до формування гастрономічних маршрутів і сприяє економічному розвитку регіону;

3) важливим чинником успіху гастрономічного туризму є креативний підхід до створення туристичних продуктів. Унікальність гастрономічної пропозиції, впровадження нових форматів (гастрономічні фестивалі, кулінарні майстер-класи, дегустаційні тури) та орієнтація на індивідуальні потреби туристів забезпечують конкурентоспроможність дестинації на ринку туристичних послуг.

4) важливим аспектом розвитку гастрономічного туризму є активне залучення туристів до процесів приготування їжі, участь у тематичних заходах та інтерактивних програмах. Це створює глибші емоційні враження та формує позитивний туристичний досвід. Завдяки таким інтерактивним елементам підвищується рівень задоволеності та лояльності туристів, що, у свою чергу, сприяє повторним візитам і поширенню позитивної інформації про дестинацію;

5) розвиток гастрономічного туризму значною мірою залежить від платоспроможності населення. Адже відвідування ресторанів з вишуканими стравами, масштабні гастрономічні тури, що охоплюють декілька регіонів або країн чи вартість преміальних крафтових продуктів не доступні для людей з низькими

доходами. Відповідно, попит у цій сфері характеризується високим рівнем еластичності за ціною та доходами. Тому економічні кризи та зниження реальних доходів населення, негативно впливають на перспективи розвитку гастрономічного туризму. В Україні додатковим негативним чинником цього стало скорочення потоку іноземних туристів через ризики, пов'язані з російським вторгненням;

б) важливим чинником розвитку гастрономічного туризму є наявність на цьому ринку професійних фахівців у сфері гостинності, активних ентузіастів і прихильників розвитку гасротуризму, а у самих суб'єктів підприємництва - належного досвіду управління гастрономічним бізнесом;

7) у розвитку гастрономічного туризму, крім дестинації – місця, яке є об'єктом подорожі, значну роль відіграють туроператори. Вони виконують функцію посередників на ринку туристичних послуг, створюючи та реалізуючи турпакети.

8) гастрономічний туризм не обмежується певними сезонами чи порою року, оскільки унікальні продукти та страви конкретного регіону доступні протягом усього року або можуть бути підібрані спеціально для кожного сезону;

9) просування місцевих виробників харчових товарів складає важливу частину кожного туру. Цей вид туризму, що належить до пізнавального, окрім зорового та слухового сприйняття, стимулює також смакові та нюхові відчуття. Варто зазначити, що гастрономічні тури не відносяться до категорії «гарячих» пропозицій і не пов'язані з поняттям «найнижча ціна» [19].

Отже, ринок гастрономічного туризму характеризується специфікою попиту, що проявляється в особливій зацікавленості окремої цільової аудиторії до місцевої кухні та прагненні отримати унікальний досвід взаємодії з нею, чітко вираженою спеціалізацією туристичних пропозицій, а також особливими підходами до організації обслуговування клієнтів.

1.2. Потенціал розвитку гастрономічного туризму, його структура та чинники формування

Перспективи розвитку гастрономічного туризму значною мірою визначаються його потенціалом, під яким розуміють сукупність природних,

культурних, економічних, інфраструктурних та соціальних ресурсів, а також можливостей і умов, що забезпечують розвиток гастрономічного туризму в певному регіоні або країні. Він відображає здатність території (туристичної дестинації) залучати туристів за допомогою унікальних гастрономічних продуктів, традиційних кулінарних практик, спеціалізованих подій (фестивалів, ярмарків), інноваційних підходів до харчування та високоякісного обслуговування. Цей потенціал визначає масштаб і напрями розвитку гастрономічного туризму та його інтеграцію в загальну туристичну індустрію, сприяючи економічному зростанню, культурній ідентифікації та формуванню позитивного іміджу регіону.

Науковці відзначають, що Україна має значний потенціал для розвитку туристичної сфери загалом і гастрономічного туризму зокрема. Адже на її території, багатій унікальними природними ландшафтами, історичними та культурними пам'ятками, представлено велике розмаїття різних національних страв і продуктів цікавих усім туристам (як вітчизняним, так і іноземним), які прагнуть отримати нові враження та ближче познайомитися з культурою країни [29]. Саме гастрономічне різноманіття окремих регіонів, які характеризуються поєднанням культур різних етнічних груп населення, формує значні конкурентні переваги України у цьому сегменті туристичного ринку. Це відкриває перед нашою країною значні можливості щодо отримання статусу провідної країни Європи з розвинутою структурою гостротуризму.

Структура потенціалу гастрономічного туризму – це система взаємопов'язаних елементів, які сукупно формують здатність певного регіону чи країни розвивати зазначений вид туризму. Основу цього потенціалу передусім складають різні види ресурсів: природних, людських, матеріальних та нематеріальних. Їх номенклатуру ілюструє табл. 1.3.

Характеризуючи першу компоненту потенціалу гастрономічного туризму – природно-географічні ресурси, необхідно відзначити, що саме природні умови відповідного регіону чи місцевості (клімат, ґрунти, водні ресурси) створюють унікальну основу для формування їхньої гастрономічної ідентичності, що стає важливою складовою туристичного потенціалу.

Таблиця. 1.3 – Структура потенціалу розвитку гастрономічного туризму

| Вид ресурсів | Характеристика | Компоненти |
|-----------------------------|--|---|
| Природно-географічні | природні умови та географічні особливості регіону, які безпосередньо впливають на виробництво і якість місцевих продуктів, що стають основою автентичної кухні | <ul style="list-style-type: none"> - місцеві природні умови та клімат; - географічне розташування регіону, що визначає тип і доступність певних продуктів; - біорізноманіття флори і фауни; - наявність природних рекреаційних ресурсів |
| Демографічні | визначають людський потенціал регіону, що сприяє формуванню, збереженню та популяризації його кулінарної спадщини. | <ul style="list-style-type: none"> - культурно-етнічна та вікова структура населення в межах дестинації; - наявність носіїв місцевих кулінарних звичаїв і традицій кваліфікованих кухарів, фахівців з гастрономії, працівників туристичної сфери; |
| Культурно-історичні | відображають унікальну спадщину та ідентичність регіону, які впливають на формування його гастрономічного образу. | <ul style="list-style-type: none"> - місцеві автентичні традиції приготування певних страв і особливі методи обробки продуктів; - історична спадщина: побутові умови та історичні події, що вплинули на розвиток місцевої кулінарії; - народні пісні, легенди, фольклорні сюжети та обряди, пов'язані з їжею і традиційними святами; - історичні об'єкти, що приваблюють туристів |
| Соціально-економічні | охоплюють комплекс економічних та соціальних чинників, що сприяють розвитку та популяризації місцевої кулінарної спадщини | <ul style="list-style-type: none"> - підприємницька активність населення, розвиток малого і середнього бізнесу; - рівень економічного розвитку регіону та інвестиційний клімат; - соціальна активність та взаємодія населення; - фінансово-інвестиційні ресурси місцевих бюджетів та підприємств; - регіональні програми та стратегії розвитку туризму; - наявність продуктів із зааєстрованим географічним зазначенням - освітньо-професійний потенціал |
| Подієві | охоплюють організацію різноманітних заходів, спрямованих на популяризацію місцевої кухні та культурних традицій | <ul style="list-style-type: none"> - гастрономічні фестивалі та ярмарки; - кулінарні майстер-класи, конкурси та виставки; |
| Інфраструктурні | охоплюють весь комплекс засобів і об'єктів, які створюють умови для ефективної організації подорожей, просування гастрономічних турів та обслуговування туристів | <ul style="list-style-type: none"> - заклади харчування та гастрономічні об'єкти (ресторани, гастрономічні ринки, фермерські господарства - розвинена транспортна та туристична інфраструктура; - розроблені гастрономічні маршрути; - організаційні та сервісні структури (туристичні оператори та агентства, інфоцентри, організатори заходів) |

| | | |
|-----------------------------------|---|--|
| Інформаційно-комунікаційні | охоплюють усі засоби та технології, що забезпечують ефективне розповсюдження інформації про кулінарну спадщину регіону та зацікавлення туристів | - цифрові платформи та веб-сайти (сайти, мобільні додатки, системи бронювання та спеціалізовані інфоресурси, присвячені гостротуризму); - соціальні мережі та блоги; - цифровий маркетинг та реклама; - брендинг туристичних дестинацій |
|-----------------------------------|---|--|

Адже ці умови дозволяють вирощувати певні види сільськогосподарських культур, забезпечувати високу якість продукції, створювати її неповторний смаковий профіль; розводити окремі види тварин та виробляти специфічні тваринницькі продукти. Наприклад, теплий і сонячний клімат Закарпаття сприяє вирощуванню різних видів фруктів, овочів, а особливо – винограду, а разом із тим – розвитку виноробства, виробництва крафтових наливок, джемів та інших видів продукції.

Полонини Карпат, з їхньою унікальною рослинністю сприяють розвитку вівчарства та бджільництва і, відповідно, традиційних для цих галузей продуктів (баранини, виробів з овечої вовни та шкіри, бринзи та інших сирів з овечого молока, меду та інших харчових продуктів на його основі). Також характеризується значним біорізноманіттям флора і фауна українських Карпат. Зокрема, широкий асортимент дикорослих продуктів, трав, ягід та інших інгредієнтів збагачують кулінарні традиції регіону, дозволяють створювати унікальні за смаковими характеристиками трав'яні та вітамінні чаї, спеції, соуси, десерти (пастила, сухофрукти, цукерки із фруктовими та горіховими наповнювачами, варення із кедрових шишок тощо). Тваринний світ Карпатських лісів та водойм дає змогу пропонувати туристам автентичні м'ясні вироби (наприклад, ковбаса з оленини), страви із риби (річкова форель) тощо.

Окрім того, надзвичайно мальовничі ландшафти Карпатських гір, Прикарпаття, Національний природних парків, бальнеологічні курорти Західної України та інші рекреаційні ресурси виступають додатковим чинником приваблення туристів, які серед іншого прагнуть ознайомитися із колоритом місцевої кухні.

Серед демографічних чинників розвитку гастрономічного туризму необхідно передусім виокремити мультинаціональний склад населення України, особливо її

західної частини. Наприклад кухня Львівщини, Прикарпаття і Закарпаття увібрала у себе кулінарні традиції різних народів: поляків, чехів, угорців, румунів, словаків, німців, євреїв, а також етнічних груп самих українців: галичан, гуцулів, бойків, лемків та ін. Різноманітність етнічних груп та культурних традицій створює багатий кулінарний фон, завдяки якому формується унікальна гастрономічна спадщина регіону. Загалом, місцеві страви є комбінацією європейських кухонь, які об'єднані назвою «карпатська кухня»: Наприклад, національними стравами меншин Закарпаття є: німецькі мисливські ковбаски, ромська гурка, словацькі гомбовці та кнедлики, угорські лечо та бограч, єврейський човлент, польський журек, нетрадиційні супи (голасле чи айнтопф), лоці-печенє, карпатський банош (страва із кукурудзяної каші, яку часто доповнюють свіжим сиром (бринзою) або шкварками) тощо. До того ж готують традиційні українські страви: борщ, вареники, голубці, деруни, грибну юшку, узвар, пампушки, різноманітні настоянки.

Ця особливість і насиченість культурних запозичень у Закарпатті можна пояснити тим, що цей регіон перебував під владою різних держав: частково Галицько-Волинського князівства, Османської імперії (у центральних і східних районах), Угорщини, Австрії, Австро-Угорщини, Чехословаччини, СРСР та, зрештою, України. Крім того, земля закарпатського краю, спустошена після частих воєн, неодноразово ставала обжитою представниками інших народів, таких як італійці, німці, чехи та інші [47, с.60].

Важливим є і те, що старші покоління зберігають і передають автентичні рецепти та методи приготування страв, що є важливою складовою гастрономічного туризму. Вони не лише зберігають кулінарну спадщину, але й діляться з наступними поколіннями багаторічним досвідом, знаннями і тонкощами технологій, які формувалися впродовж століть.

Завдяки збереженню цих кулінарних традицій, старші покоління створюють міст між минулим і сучасністю, сприяючи збагаченню культурного ландшафту. Туристи можуть скуштувати страви, приготовані за автентичними рецептами, і відчувати справжню атмосферу місцевого життя, що робить подорож не лише смачною, а й пізнавальною.

Культурна асиміляція населення збагачує місцеву кухню, інтегруючи нові елементи, що робить гастрономічну пропозицію більш різноманітною та привабливою для туристів. Окрім того, гостинність і відкритість місцевого населення до туризму сприяють позитивному іміджу туристичної дестинації (регіону).

Невід'ємною складовою гастрономічного туризму є культурно-історичні ресурси, адже вони не лише забезпечують унікальність смакових вражень, але й відкривають для туристів двері у багатство історії, традицій та культурних цінностей регіону. У багатьох країнах та регіонах кулінарне мистецтво набуло особливого значення, перетворившись на невід'ємну частину національної культури. Процес приготування їжі нерідко має сакральний або ритуальний характер, а самі страви та окремі продукти харчування стали своєрідними символами держави, відображаючи її історію, особливості клімату, місцеві ресурси та гастрономічні вподобання народу. Наприклад, у Франції кулінарія є справжнім мистецтвом, яке високо цінується у всьому світі, а в Японії суші та саке стали візитівкою країни, що асоціюється з її культурною спадщиною. Кулінарними брендами Італії є піцца і паста; народів Кавказу – лаваш, плов; Чехії – пиво; України – борщ (культура його приготування внесена до переліку нематеріальної спадщини ЮНЕСКО) та вареники. Тому у сучасному туризмі гастрономія стала важливою складовою ознайомлення з культурою та стилем життя населення відвідуваної території [18].

Водночас, національні гастрономічні традиції охоплюють як характерні для певного народу страви, що вважаються його кулінарною візитівкою, так і спеціалізовані продукти (спеціалітети), притаманні окремим регіонам. Ба більше, дослідники історії кулінарії стверджують, що здебільшого гастрономічними осередками є саме окремі регіони, а не нація загалом. Регіональна кухня зазвичай базується на місцевих, доступних продуктах і простих методах їх приготування. Вона передається з покоління в покоління завдяки усній традиції та, хоча містить спільні кулінарні прийоми, складається з унікальних сімейних звичаїв. Така кухня, що має назву народної або селянської, відображає з одного боку відображає економічні умови життя населення певної території, а з іншого - втілює вірування

й символіку, спільні для всіх носіїв цієї культури.

Для багатьох туристичних DESTИНАЦІЙ гастрономія та крафтове виробництво харчових продуктів і напоїв є невід'ємними складовими їхньої історичної спадщини та культурної ідентичності, що стали ключовим елементом національного бренду в галузі туризму [11].

Окремою складовою національної чи регіональної культури є обрядові страви, які традиційно готують і споживають під час релігійних свят: Різдва (Святвечір), Водохреща, Великодня, а також певних календарних і життєвих подій (завершення збору врожаю, весілля тощо).

Елементами гастрономічного потенціалу регіону є також певні архітектурні та історико-культурні пам'ятки, які приваблюють туристів і спонукають для повноти вражень скуштувати місцеву кухню. Часто певні тематичні ресторани розміщують у відповідних архітектурних спорудах (замках, палацових комплексах, інших історичних будівлях), або оформлюють їх у стилі, що характеризують певний історичний період у розвитку DESTИНАЦІЇ, її соціокультурний колорит. Особливо таких закладів багато у Закарпатській, Львівській та Івано-Франківській областях.

Органічно доповнюють культурно-історичний потенціал гастрономічного туризму події та соціально-економічні ресурси.

До подієвих ресурсів, як було, зазначено належать фестивалі, народні свята, кулінарні виставки та майстер-класи, ярмарки тощо. За твердженням науковців саме тематичні фестивалі локальної їжі та регіональній кухні є головною рушійною силою розвитку гостротуризму [36; 42]. До того ж гастрономічний компонент є складовою історико-культурних фестивалів (наприклад фестиваль середньовічної культури «ТуСтань» (с. Урич на Стрийщині).

Фестивалі не лише дозволяють продемонструвати гастрономічні особливості певної країни чи окремого регіону, знайомлячи відвідувачів з традиційними стравами, унікальними продуктами та кулінарними техніками, але й допомагають зберігати та передавати кулінарну спадщину, що сприяє збереженню національної ідентичності. Часто такі заходи стають причиною для

подорожі в певний регіон, особливо якщо фестиваль має унікальну концепцію (наприклад, свято бринзи в Карпатах, винні фестивалі у Закарпатті, фестиваль устриць у Франції, трюфелів в Італії або пивний фестиваль Октоберфест у Німеччині). Відповідно, завдяки гастрономічним фестивалям певні регіони можуть створювати впізнаваний кулінарний імідж.

Фестивалі часто включають майстер-класи, лекції від шеф-кухарів та кулінарні конкурси, що сприяє підвищенню обізнаності про традиційні продукти, рецепти та гастрономічні звички. Відвідувачі отримують можливість не лише скуштувати страви, а й навчитися їх готувати.

Фестивалі створюють додаткові можливості для розвитку малого та середнього бізнесу, зокрема для виробників місцевих продуктів, рестораторів та фермерів. Під час таких подій збільшується попит на місцеві товари та послуги, що позитивно впливає на економіку регіону.

Однак, ефективна організація гастрономічних фестивалів потребує координації зусиль місцевої влади, громадських організацій, фермерів та населення. Передусім, саме готовність владних та громадських структур організувати та фінансувати подібні заходи, забезпечувати їх інформаційний супровід, надавати всебічну підтримку місцевим виробникам крафтових продуктів та підприємцям сфери гостинності відіграє ключову роль у створенні якісного фестивального середовища.

Загалом в Україні у довоєнний період щороку проводилося понад 70 гастрономічних фестивалів, з яких більше половини – на Закарпатті та Львівщині. Саме цим регіонам притаманна самобутня культура та добре збережені специфічні кулінарні традиції.

Соціально-економічні ресурси гастрономічного туризму охоплюють комплекс економічних та соціальних чинників, що сприяють розвитку та популяризації місцевої кулінарної спадщини. Вони створюють основу для формування конкурентоспроможного туристичного продукту, який базується як на економічних можливостях регіону, так і на активній участі місцевої спільноти.

Ключову роль у формуванні гастрономічного портфоліо регіону відіграють

фермерські господарства, місцеві виробники та підприємства харчової промисловості. Вони не лише забезпечують пропозицію відповідних видів продукції, але й самі є важливими туристичними об'єктами. Часто програми гастрономічних турів передбачають відвідування ферм чи харчових підприємств для того, щоб ознайомитися із тонкощами технології, продегустувати продукцію чи придбати її безпосередньо у місцях виробництва.

Додаткові переваги кожному виду гастротуризму надає створення харчових «сувенірних» продуктів довгострокового зберігання, які зацікавлені туристи можуть придбати для подарунків [42]. Особливо популярними є крафтові консерви, сири, м'ясні делікатеси, алкогольні напої, а також набори напівфабрикатів, що дозволяють відтворити смак традиційних страв удома та знову відчувати атмосферу подорожі.

Загалом, державна та регіональна політика, спрямована на розвиток туризму, надання субсидій та інших форм фінансової підтримки місцевим підприємцям, створення пільгових умов для бізнесу, відкриття спеціалізованих закладів харчування та розвиток інфраструктури, є важливим соціально-економічними чинниками, що стимулюють зростання гастрономічного туризму.

Важливим чинником формування сприятливого середовища розвитку гастрономічного туризму є наявність інфраструктурних ресурсів, які передусім охоплюють розвинену мережу спеціалізованих закладів харчування та гастрономічних об'єктів (ресторанів, кафе, ринків крафтової продукції, фермерських господарств). При цьому сфера ресторанного бізнесу заслуговує окремої уваги, оскільки її об'єкти можуть бути головною метою туристичних подорожей. Наприклад, на окреме відвідування цільових груп туристів заслуговують:

- ресторани, відзначені престижними кулінарними рейтингами – зокрема, володарі зірок гіда Michelin (Michelin Red Guide) та інших авторитетних рейтингів;
- заклади з авторською кухнею від визнаних шеф-кухарів;
- ресторани з унікальною концепцією та атмосферою – це заклади, що вирізняються своїм неповторним колоритом: розташуванням, архітектурними рішеннями або тематичним оформленням;

- заклади харчування, визнані найкращими у світі за версією впливових гастрономічних видань, очолюють рейтингові списки ресторанів;

- пропонують унікальний (автентичний) асортимент страв з оригінальною подачею;

- ресторани, орієнтовані на вузьку аудиторію відвідувачів, які поділяють спільні інтереси чи гастрономічні вподобання, зокрема поціновувачів нетрадиційної або екзотичної кухні.

На жаль, ресторани України поки що не мають престижних міжнародних нагород та не входять до рейтингів провідних ресторанів світу. Але попри це, чимало з них характеризуються унікальною тематичною концепцією та національним колоритом, що виступає важливим чинником приваблення туристів.

На розвиток гастрономічного туризму також впливають такі чинники, як розвиненість мережі та стан автомобільних доріг, наявність залізничного та авіасполучення, що у сукупності забезпечує легкий доступ до гастрономічних маршрутів і дозволяє туристам зручно переміщатися між регіонами та об'єктами. Сприяють формуванню повноцінного продукту гастрономічного туризму і розроблені маршрути, туристичні та інформаційні центри, які надають детальну інформацію про місцеву кухню, культурні події, майстер-класи та дегустації.

У розвитку гастрономічного туризму важливе значення має не лише сама туристична локація, а й діяльність туроператорів. Вони виконують функцію брокерів на ринку туристичних послуг, займаючись створенням і реалізацією комплексних турів, що включають відвідування кулінарних локацій та дегустаційні програми. На жаль в Україні поки що досить мало туроператорів, які спеціалізуються на організації цільових гастрономічних турів.

Одним із ключових чинників розвитку гастрономічного туризму як на регіональному рівні, так і в масштабах країни, є формування та просування гастрономічного бренду. Він полягає не лише у популяризації унікальних кулінарних традицій певної території, а й у позиціонуванні її як виробника або експортера якісної, автентичної харчової продукції [42].

Брендинг у сфері гастрономії відіграє важливу роль у зміцненні

конкурентоспроможності країни або регіону, формуючи його унікальну ідентичність та приваблюючи туристів. Основні складові успішного гастрономічного бренду ілюструє рис. 1.5.

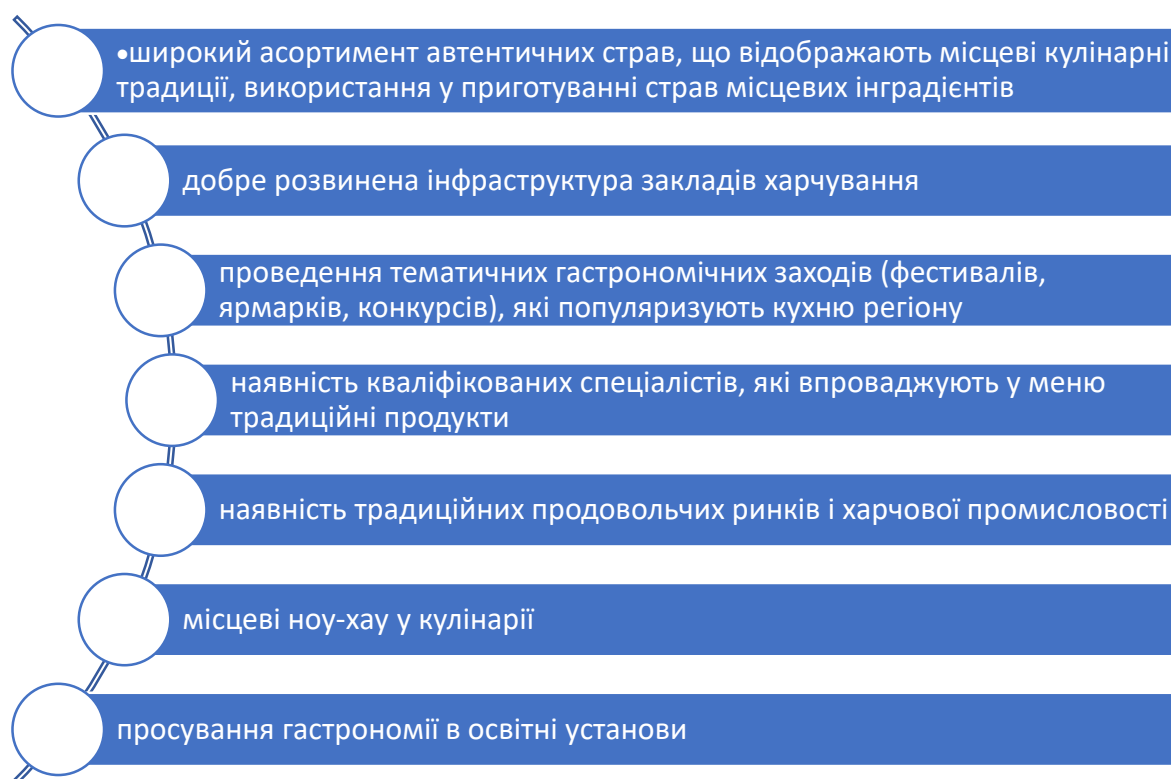


Рис. 1.5 – Основні складові успішного гастрономічного бренду

Грамотно побудований гастрономічний бренд не лише сприяє зростанню інтересу до місцевої кухні серед туристів, а й формує довготривалі культурні зв'язки. Він створює не просто гастрономічний досвід під час подорожі, а й залишає приємні спогади у вигляді кулінарних сувенірів, рецептів страв, які туристи намагаються відтворити в домашніх умовах, а також стимулює їх обирати ресторани з подібною кухнею у своїх містах.

Основні гастрономічні бренди регіонів України ілюструє карта, представлена на рис. 1.6.

Важливим аспектом формування туристичного бренду регіону є наявність продуктів і з зареєстрованим географічним зазначенням. Такі продукти мають не просто історичне коріння, вони виробляються із сировини, отриманої у особливих, притаманних лише даному регіону природно-кліматичних умовах і за унікальною технологією, яка передається з покоління в покоління. Географічне зазначення

гарантує суворий контроль за якістю та способом виробництва продукції. Це підвищує довіру споживачів, які впевнені, що отримують продукт, виготовлений за автентичними рецептами та з використанням локальних ресурсів. На жаль в Україні наявні лише декілька локальних продуктів із зареєстрованим географічним зазначенням, тому у цій царині наявний значний нереалізований потенціал.



Рис. 1.6 – Гастрономічна карта України

Головні труднощі у просуванні гастрономічного туризму в Україні зумовлені значними масштабами території країни та відсутністю узгоджених дій між учасниками ринку. Національні гастрономічні продукти рідко просуваються з акцентом на їхню унікальність, що призводить до одноманітності пропозицій у різних регіонах. Чимало областей України презентують схожі продукти, такі як сири, мед, вина, трав'яні чаї, та соління хоча кожен регіон має свої автентичні гастрономічні надбання, які могли б стати його кулінарною візитівкою.

Відсутність єдиного стратегічного підходу та централізованої інформаційної платформи ускладнює співпрацю між регіонами та змушує їх конкурувати між

собою за схожими напрямками. Це, своєю чергою, стримує розвиток гастрономічного туризму не лише на локальному, а й на національному рівні.

Крім того, помилковим є підхід, за якого гастротуризм орієнтується на окремих туристичний продукт, адже його конкурентоспроможність значною мірою визначається саме різноманітністю пропозицій та широким вибором традиційних страв.

1.3. Методика дослідження потенціалу гастрономічного туризму та оцінки ефективності його реалізації

Гастрономічний туризм як соціокультурне явище поступово набуває значної уваги серед науковців, стаючи об'єктом всебічних досліджень. Його розвиток пов'язаний не лише з економічними чинниками, а й із культурними та соціальними аспектами, що впливають на формування туристичних уподобань.

Методологія дослідження туристичної діяльності дозволяє науково обґрунтувати підхід до аналізу гастрономічного туризму, визначати ключові тенденції його розвитку та знаходити ефективні шляхи вдосконалення. Завдяки методологічній оцінці туристичних процесів можна ідентифікувати основних конкурентів на ринку, оцінити економічний потенціал підприємств, проаналізувати технічний стан туристичної інфраструктури, а також прогнозувати перспективні напрями розвитку галузі.

Важливим аспектом методології є аналіз гастрономічного туризму як невід'ємної частини суспільного життя, що має динамічний та творчий характер. Туристична діяльність, пов'язана з гастроподорожами, сприяє культурному обміну, популяризації регіональної кухні та збереженню кулінарних традицій.

Подорожі та гастрономічні екскурсії дають змогу людям не лише насолоджуватися автентичними стравами, а й збагачувати свій досвід через знайомство з місцевими звичаями, технологіями приготування їжі, історичними та природними пам'ятками регіону. Таким чином, гастрономічний туризм є ефективним інструментом культурної інтеграції та економічного зростання

територій, а його дослідження має важливе значення для розробки стратегії розвитку туристичного ринку.

Дослідження регіонального потенціалу розвитку гастрономічного туризму потребує використання широкого спектру наукових методів, підходів і прийомів.

Теоретичний етап дослідження базується на застосуванні комплексного, системного та історичного підходів, що дозволяє розглядати гастрономічний туризм у взаємозв'язку з економічними, соціокультурними та історичними аспектами розвитку регіонів.

Застосування комплексного підходу сприяє врахуванню багатофакторного впливу на формування гастрономічного туризму, включаючи природно-географічні особливості, культурні традиції, демографічні тенденції та економічні умови. Системний підхід передбачає дослідження гастрономічного туризму як складної взаємозалежної структури, де кожен елемент (виробники місцевих продуктів, ресторанний бізнес, туристичні компанії, органи влади) відіграє важливу роль у формуванні туристичного продукту.

Історичний підхід дає змогу простежити генезис гастрономічних традицій, визначити вплив культурних та етнічних особливостей на сучасні гастрономічні практики, а також зрозуміти трансформацію регіональної кухні під впливом глобалізаційних процесів.

У межах теоретичного дослідження застосовуються методи теоретичного узагальнення, аналізу та синтезу, що дозволяє виявити ключові тенденції у розвитку гастрономічного туризму, сформулювати концептуальні засади його функціонування та визначити перспективи подальшого вдосконалення цієї галузі. Також використовуються методи аналогії та бенчмаркінгу, які допомагають зіставити досвід успішних гастрономічних дестинацій світу та адаптувати їхні практики до національних умов.

Крім того, обов'язковою складовою дослідження кількісних параметрів розвитку гастрономічного туризму та ефективності його використання є застосування методів статистико-економічного аналізу.

Зокрема, використовуються методи збору, обробки та інтерпретації

статистичних даних щодо обсягу ресурсів гастрономічного туризму, їх вартісної оцінки, кількості туристів, частоти відвідувань гастрономічних об'єктів, середнього рівня витрат на гастротури, динаміки доходів підприємств, зайнятості в галузі та інших ключових показників.

Методи кореляційного та регресійного аналізу дозволяють виявити залежності між розвитком гастрономічного туризму та економічними факторами, такими як рівень доходів населення, інвестиції в туристичну інфраструктуру, рівень державної підтримки та сезонні коливання попиту.

SWOT-аналіз допомагає оцінити сильні та слабкі сторони гастрономічного туризму в регіоні, виявити можливості його подальшого розвитку та загрози, що можуть впливати на ефективність реалізації гастротуристичних програм.

Також важливим інструментом є PEST-аналіз, який дає змогу дослідити вплив політичних, економічних, соціальних і технологічних факторів на розвиток гастрономічного туризму та визначити стратегічні напрями його вдосконалення.

В умовах розвитку інформаційного суспільства у дослідженні туризму вагоме місце посідатимуть математичні методи, зокрема економіко-математичні й соціально-просторові моделі з використанням комп'ютерних технологій [26, с. 212].

Емпіричний етап дослідження передбачає застосування методів польових досліджень, таких як спостереження, анкетування туристів і місцевих підприємців, а також проведення глибинних інтерв'ю з експертами у сфері туризму та гастрономії. Це дозволяє отримати безпосередню інформацію про рівень задоволеності туристів гастрономічними турами, виявити головні очікування споживачів і проблеми, з якими стикаються підприємці у сфері гастрономічного туризму.

Додатково необхідний аналіз цифрових даних, зокрема моніторинг соціальних мереж, тревел-блогів та спеціалізованих інтернет-ресурсів, що надало можливість оцінити популярність гастрономічних маршрутів, рівень інтересу до окремих страв і закладів, а також визначити тенденції в уподобаннях туристів. Вивчення відгуків і коментарів сприяє встановленню об'єктивної картини сприйняття якості послуг у сфері гастрономічного туризму та виявленню можливих напрямів удосконалення сервісу.

Необхідно відзначити, що важливим методом оцінки потенціалу розвитку гастрономічного туризму є картографічний метод. Саме різноманітні географічні карти (у тому числі інтерактивні – наприклад, Google Map, Open Street Map) є важливим джерелом інформації про розміщення гастрономічних закладів та інших об'єктів туристичної інфраструктури. Використання даного методу у поєднанні із сучасними ГІС-технологіями дає змогу створювати картографічні моделі різного призначення: районування гастрономічного туризму в окремому регіоні, кластерів гастрономічного туризму, гастрономічних фестивалів тощо.

За твердженням І. Нестерчук потенціал гастрономічного туризму включає всі передумови створення туристичного продукту в регіоні, тобто наявні ресурси та умови для прийому та обслуговування туристів [26, с. 24]. Відповідно методика оцінки цього потенціалу передбачає характеристики окремих компонентів туристичних ресурсів та сервісів, що ілюструє рис. 1.7.



Рис. 1.7 – Складові методики оцінки потенціалу гастрономічного туризму

Окремі науковці пропонують визначати потенціал гастрономічного туризму за сумою показників, що характеризують об'єкти цього виду туризму та туристичну інфраструктуру. При цьому, з огляду на різну роль певних видів об'єктів у розвитку саме гастрономічного туризму та їхню кількість, пропонується до окремих об'єктів застосовувати коригуючі коефіцієнти з метою приведення їх значення до середньозваженого рівня.

Таким чином, показник потенціалу гастрономічного туризму є інтегральною характеристикою відповідної туристичної дестинації, що охоплює сукупність різних ресурсів, а також враховує наявність матеріальної та комунікаційної інфраструктури [26, с. 24]. Його можна розрахувати за наступною формулою:

$$Pgt = Ogt + T + Xp + Az + S + R + K + Md + L \quad (1.1)$$

де Pgt – інтегральний показник гастрономічного туризму;

Ogt – об'єкти гастрономічного туризму: ресторани, кав'ярні, бістро, гастрономічні фестивалі тощо;

T – торговельна інфраструктура (продуктові магазини, супермаркети, мінімаркети, ринки та інші форми торгівлі продуктами харчування);

Xp – підприємства харчової промисловості: виноробні заводи, пивоварні, ферми (локальні крафтові виробництва) та пекарні;

Az – заклади дозвілля, зокрема паби, бари тощо;

S – об'єкти соціальної інфраструктури, включаючи туристичні агенції та інформаційні центри, банки і банкомати, поштові відділення, посольства і консульства, відділення поліції, громадські туалети;

R – об'єкти розміщення (готелі, мотелі, хостели, кемпінги, сільські зелені садиби) та місця для пікніків;

K – транспортна інфраструктура, що охоплює автомобільні шляхи, вокзали, зупинки громадського транспорту, місця для паркування, СТО тощо;

Md – заклади медичного обслуговування, включаючи лікарні, медпункти, аптеки та магазини оптики;

L – природні ландшафти.

Розрахунок кожної складової цієї формули здійснюється в балах, які

розраховуються за кількістю об'єктів відповідного типу, скоригованою на коефіцієнт підвищення чи пониження їхнього значення. Для більшості об'єктів І. Нестерчук пропонує застосовувати коефіцієнт – 1. Однак для таких об'єктів туристичного потенціалу, як банки, вокзали, готелі, лікарні, турагенції, ресторани, супермаркети, підприємства харчової промисловості – коефіцієнт підвищення – 5, для посольств і консульств – 10, гастрономічних фестивалів – 1000; для зупинок – коефіцієнт пониження 10, для автомобільних шляхів – 1000 [26, с. 23].

Ефективність використання потенціалу гастрономічного туризму визначається рівнем залучення та оптимального використання гастрономічних ресурсів території для створення унікальних туристичних продуктів. Вона відображає ступінь реалізації наявних можливостей з метою забезпечення економічного розвитку, підвищення туристичної привабливості та покращення іміджу регіону. Оскільки відповідні туристичні ресурси часто залучаються суб'єктами підприємництва (передусім у сфері організації харчування та тимчасового розміщення), то економічна ефективність використання потенціалу гастрономічного туризму може бути оцінена за класичними показниками результативності діяльності цих суб'єктів:

- обсягу чистого доходу (виручки) від реалізації продукції (робіт, послуг);
- величини фінансових результатів діяльності;
- рівня рентабельності операційної діяльності.

Ці показники оцінюються в статистиці (на певну дату) і в динаміці (за визначений період).

Допоміжними до зазначених фінансових показників можуть бути показники динаміки туристичного потоку, рівня зайнятості населення у сфері організації харчування, продуктивності праці персоналу підприємств ресторанного бізнесу тощо. Одним із важливих показників використання туристичного потенціалу є рівень задоволеності туристів, що вимірюється кількістю і структурою відгуків про певні об'єкти і якість туристичного сервісу у соцмережах.

Загальну систему показників оцінювана потенціалу розвитку гастрономічного туризму на регіональному рівні ілюструє рис. 1.8.



Рис. 1.8 - Показники оцінювання потенціалу гастрономічного туризму на регіональному рівні

Окрім показників використання до неї входять кількісні параметри, що характеризують наявність ресурсів гастрономічного туризму: кількість ресторанів та інших закладів громадського харчування, об'єктів туристичного сервісу, які роблять перебування туристів повноцінним, площа природно-рекреаційних комплексів; чисельність кадрового складу туристичної сфери тощо.

Якісні показники потенціалу гастрономічного туризму дозволяють оцінити стан та призначення відповідних туристичних ресурсів. Вони охоплюють вид і тип ресурсів, рівень мультикультурності географічної території (етнічний склад населення, що є носієм певних кулінарних традицій), екологічна чистота навколишнього середовища, престижність гастрономічних закладів, професіоналізм їх персоналу, якість обслуговування та інші характеристики.

Отже, застосування різнопланових методологічних підходів та системи оціночних показників дозволяє отримати комплексну картину сучасного стану гастрономічного туризму в окремих областях Карпатського регіону, визначити перспективи його розвитку та розробити рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності гастрономічних дестинацій.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ У КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ

2.1. Аналіз ресурсів гастрономічного туризму Карпатського регіону та чинників їх раціонального використання

Карпатський регіон України є одним із найпопулярніших туристичних напрямків завдяки унікальному поєднанню природних, історико-культурних, ідейно-тематичних та нематеріальних ресурсів, а також етнокультурної самобутності та розвинутої туристичної інфраструктури. Це універсальна туристична дестинація, яка приваблює відвідувачів різними видами відпочинку: від гірськолижного спорту та інших видів активного відпочинку до гастрономічного та екологічного туризму. Іншими словами, умови Карпатського регіону дозволяють розвивати практично усі види туризму, і зокрема, гастрономічний туризм – як в одноосібному варіанті, так і в поєднанні з іншими формами туристичної активності.

У контексті предмету нашого дослідження - розвитку гастрономічного туризму – Карпатський регіон має величезний потенціал завдяки багатій кулінарній спадщині, екологічно чистим продуктам та активній фестивалійній культурі. Окрім того, унікальне поєднання туристичних ресурсів приваблює широке коло як вітчизняних, так і зарубіжних туристів, які серед іншого прагнуть пізнати усі тонкощі регіональної кухні – від смакової ідентичної до історії виникнення та технологій приготування страв.

Географічно Карпатський регіон охоплює чотири області України – Львівську, Закарпатську, Івано-Франківську та Чернівецьку (рис. 2.1). Загальна площа регіону складає 56,6 тис. км², що становить майже 9,4% від загальної території України. Загальна чисельність населення регіону станом на початок лютого 2022 р. складала маже 6 млн. осіб або 14,5% від загальної чисельності населення України. Безумовно, внаслідок російського вторгнення чисельність і склад населення регіону зазнали значних змін внаслідок активних міграційних процесів, однак саме постійне місцеве населення, яке віддвна проживає на

території регіону залишається носієм самобутніх кулінарних традицій, як головної складової потенціалу гастрономічного туризму.

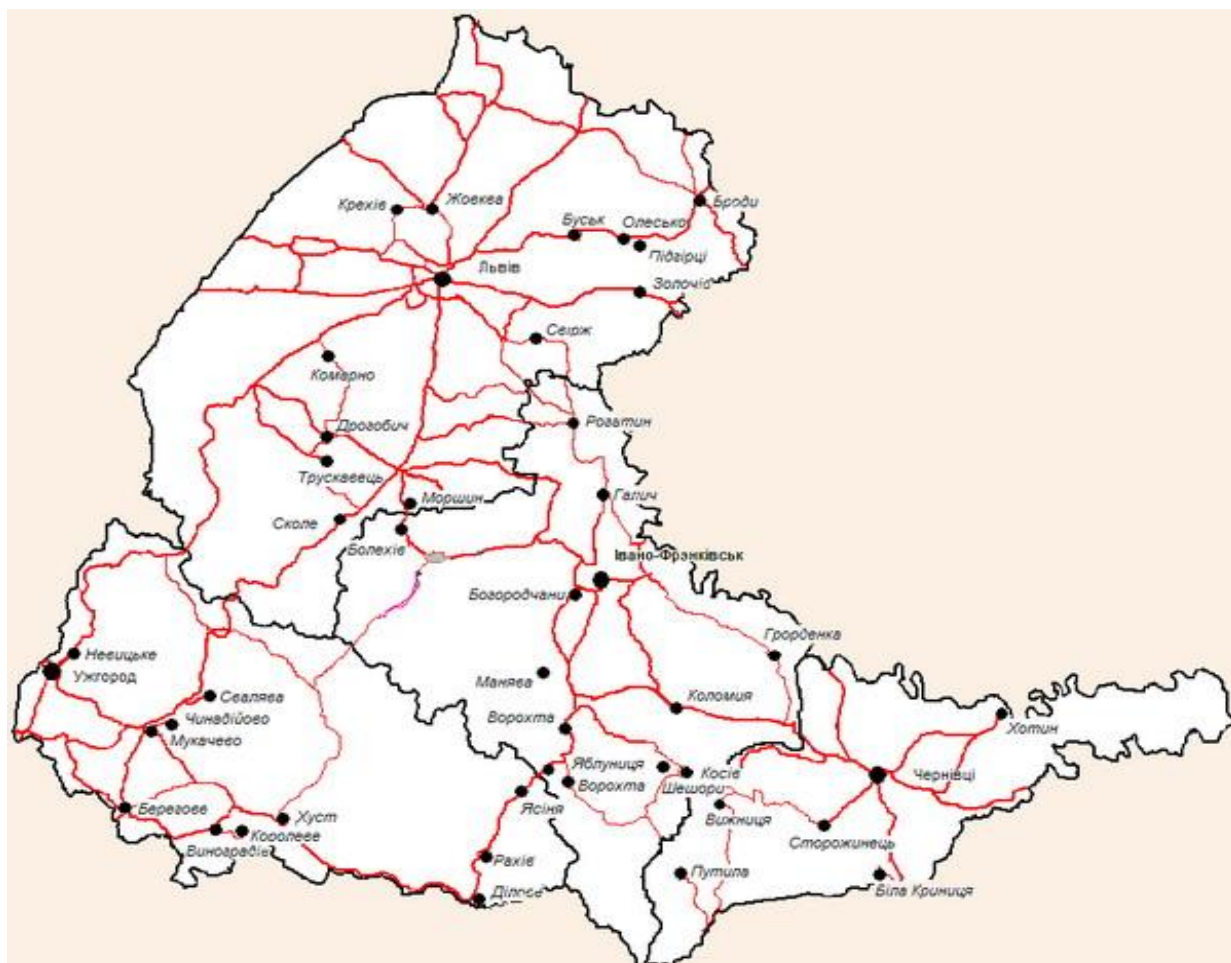


Рис. 2.1 – Карта Карпатського регіону України

Найбільшою у складі Карпатського регіону є Львівська область, яка займає 38,5% його площі та є місцем проживання для 41,5% населення (табл. 2.1). Другу позицію займає Івано-Франківська область (24,6% площі і 22,7% населення), третю – Закарпатська область (22,6% площі і 20,9% населення регіону).

Таблиця 2.1 – Площа областей та чисельність населення Карпатського регіону України*

| Область | Площа, | | Населення (станом на 02.2022 р.) | |
|-------------------|-----------------|------------------------------|----------------------------------|------------------------------|
| | км ² | у % від загальної по Україні | тис. осіб | у % від загальної по Україні |
| Львівська | 21833 | 3,62 | 2476,1 | 6,0 |
| Івано-Франківська | 13927 | 2,30 | 1350,6 | 3,3 |
| Закарпатська | 12753 | 2,11 | 1243,7 | 3,0 |
| Чернівецька | 8097 | 1,34 | 889,9 | 2,2 |
| Всього | 56610 | 9,37 | 5960,3 | 14,5 |

*Складено за даними Державної служби статистики України (ДССУ)

Близько 24 тис. км² (42%) території досліджуваного регіону займають гори Карпати з їхніми унікальними природними ресурсами та побутом місцевого населення, важливу частину якого складає автентична «карпатська кухня». Разом із передгірськими територіями (Передкарпаття та Закарпаття) площа цього туристичного району складає 37 тис. км², що становить 2/3 загальної площі Карпатського регіону.

Природні умови Карпат та передгірських районів створюють унікальні можливості для розвитку гастрономічного туризму завдяки поєднанню екологічно чистого середовища, багатих природних ресурсів і традиційного способу ведення господарства. Карпати – один із найменш забруднених регіонів України, що дозволяє розвивати органічне сільське господарство та виробництво натуральних продуктів без використання штучних добрив і хімікатів. Це сприяє популяризації локальних продуктів серед туристів.

Так, природоохоронні території Карпат охоплюють понад 1500 різних заповідних об'єктів [15], серед яких природні заповідники, національні природні парки (НПП), регіональні ландшафтні парки, заказники, заповідні урочища тощо. Серед найвідоміших: Карпатський біосферний заповідник (Закарпатська область) площею понад 66 тис. га, який має міжнародне значення і включений до природної спадщини ЮНЕСКО; природний заповідник «Горгани» (Івано-Франківська область) Карпатський НПП, НПП «Гуцульщина» (Івано-Франківська область); Ужанський НПП, НПП «Синевир» (Закарпатська область); НПП «Сколівські Бескиди», НПП «Бойківщина», НПП «Королівські бескиди» (Львівська область); Вижницький НПП (Чернівецька область); регіональний ландшафтний парк «Верхньодністровські бескиди» (Львівська область) та ін.

У біосферному заповіднику та національних природних парках Українських Карпат, в т.ч на Закарпатті, значні території займають антропогенні ландшафти та рекреаційні зони, де зберігається традиційне господарювання. Тут розташовані численні населені пункти з автентичним способом життя населення, ведеться сільське і лісове господарство, зберігають народні промисли та активно розвивається туризм.

Карпатські гірські луки та полонини формують ідеальні умови для

вирощування ВРХ та овець, що забезпечує високу якість молока та молочних продуктів. Традиційний спосіб ведення вівчарства передбачає виготовлення бринзи, будзу, вурди на інших сирів на гірських полонинах. Оригінальність смаку цих смаків обумовлена як умовами випасання овець - на високогірних луках (на висоті не менше ніж 700 метрів над рівнем моря) впродовж 120 днів літнього сезону, так і унікальною технологією виробництва, що тягнеться ще з XV ст.

Також у Карпатах і на Закарпатті зберігаються автентичні технології виготовлення м'ясних виробів: сиров'ялених, варено-копчених, печених, сушених ковбас, салямі, паштетів, шинки, бекону. У цій сфері переважають гуцульська та угорська гастрономічні традиції – ковбаси типу «турул» і «куруц», ковбаси зі сливовим лекваром, салямі різних типів, паштети. Унікальних смакових характеристик ці вироби набувають завдяки тому, що їх виготовляють із м'яса одомашнених ендемічних (сформованих та розповсюджених лише в межах певного географічного регіону) порід тварин: свиней мангалиць, угорської сірої та карпатської бурої порід корів, карпатського буйвола, волоської та цигайської порід овець (рис. 2.2), додаючи суміші закарпатських спецій на основі сушеної м'яти, паприки, петрушки, звіробою, тмину, меліси.



Рис. 2.2 – Одомашнені ендемічні породи тварин Карпатського регіону

Водні ресурси Карпат, зокрема гірські річки є природним середовищем для вирощування форелі, страви з якої користуються великою популярністю серед туристів, а чисті джерела (в т.ч й мінеральні) сприяють виробництву натуральних напоїв, зокрема настоянок та мінеральних вод.

М'який континентальний клімат Закарпаття із теплим літом (середня температура влітку +21...+25°C) і відносно м'якою зимою, у поєднанні з унікальними ґрунтами регіону, створює ідеальні умови для вирощування винограду різних сортів – як автохтонних (місцевих), так і європейських. Це, зокрема:

- Білі сорти: Трамінер рожевий, Черсегі Фюсереш, Фурмінт, Рислінг, Совіньйон Блан.

- Червоні сорти: Каберне Совіньйон, Піно Нуар, Мерло, Сапераві.

- Десертні та ароматні сорти: Мускат, Ізабелла.

Природно-кліматичні умови Закарпаття подібні до таких відомих виноробних регіонів як Токай (Угорщина), південь Франції та Італії. Велика кількість сонячних днів (до 200 на рік) сприяє накопиченню цукру в ягодах, що впливає на якість вина. Передгірські та гірські схили Карпат мають добре дреновані крейдяні та піщані ґрунти, що запобігає застою води і сприяє здоровому росту винограду. А вулканічні ґрунти Берегівщини та Мукачівщини багаті на мінерали, які додають винам унікальних смакових відтінків.

Загалом, виноробство в Закарпатті має понад тисячолітню історію, що починається ще з часів Римської імперії та Київської Русі. У середньовіччі місцеві традиції розвивали угорці, австрійці та італійці, які принесли технології вирощування винограду та виготовлення вин. Традиційні сімейні виноробні передають рецепти з покоління в покоління, зберігаючи автентичні методи виробництва.

Карпатські ліси характеризуються великим біорізноманіттям флори і фауни. Зокрема, вони багаті на гриби, ягоди, лікарські, ароматичні та медоносні трави, які широко використовуються у місцевій традиційній кухні. Так, гриби (білі, лисички, зеленички, підосиновики, рижики та ін) є основою багатьох страв – грибних юшок, пирогів, тушкованих страв, солінь. Ягоди (чорниця, брусниця, малина, журавлина, ожина, обліпіха, шипшина, терен) використовуються для

виготовлення варення, джемів, наливок, вітамінних чаїв і десертів. Лікарські та ароматні трави (чебрець, м'ята, звіробій, меліса, іван-чай, календула, шавлія та ін.) складають основу карпатських трав'яних чаїв, додаються в мед, настоянки, сири, м'ясні вироби.

Особливим і досить відомим у Європі гастрономічним продуктом є карпатський мед. Він характеризується унікальними смаковими властивостями, 100% натуральністю та чистотою складу завдяки рідкісним дикорослим рослинам та особливостям Карпатської екосистеми. Натуральність дикого карпатського меду забезпечується тим, що гірські бджолярі не підгодовують бджіл цукром, вони працюють самі та збирають пилок із диких квітів. Карпатські бджоли продукують у 5–6 разів менше меду, порівняно з іншими породами, проте збирають нектар переважно з дикорослих польових рослин, які мають вищу вітамінну цінність порівняно з культурними насадженнями. Самі ж пасіки для забезпечення чистоти продукту розміщуються високо в горах [16].

Завдяки унікальним природним умовам Карпат, чотири продукти, які виробляються у цьому регіоні, отримали статус зареєстрованого географічного зазначення: карпатський мед, закарпатське вино, гуцульська овеча бриндзя, гуцульська коров'яча бриндзя. У європейській практиці таким чином позначають продукти з усталеною історією та традиціями виробництва, які вирізняються особливими властивостями або характеристиками, обумовленими місцем їх походження. Продукти із таким статусом відіграють важливу роль у збереженні культурної спадщини регіону, а також є одним із ключових елементів маркетингових стратегій, туристичного брендингу, тобто значно збільшують потік туристів, які прагнуть відвідати місця виробництва унікальних продуктів.

У контексті розвитку гастрономічного туризму важливе значення має його демографічний потенціал, що визначається, передусім, національним та етнічним складом населення, яке є носієм місцевих кулінарних звичаїв і традицій. Карпатський регіон – це справжній етнічний калейдоскоп, де переплелися українські, слов'янські, угорські, румунські та німецькі культурні особливості.

Відповідно до тверджень вітчизняної етнографічної науки в межах

Карпатського регіону розрізняють такі історико-етнографічні регіони: Галичина, Закарпаття, Буковина. Водночас, у межах Галичини та Закарпаття виділяють такі культурно-етнографічні райони: Опілля, Покуття, Бойківщина, Гуцульщина, Лемківщина [52]. Фрагменти історико-географічних карт, наведені на рис. 2.3 характеризують орієнтовні межі цих районів та території проживання відповідних етнічних груп населення.

У національному складі найбільш чисельну групу населення регіону природньо складають українці – 89,6% (табл. 2.2). Найбільшою є їхня частка в Івано-Франківській – 97,5% та Львівській областях – 94,8%. Водночас у складі українців розрізняють такі етнічні групи як гуцули, бойки, лемки.



Рис. 2.3 – Фрагменти історико-етнографічних карт України, що охоплюють Карпатський регіоні

Найбільш строкатим за національностями є Закарпаття. Загалом тут мешкають понад 30 етносів. Після українців найбільш чисельною національною групою населення області є угорці (12,1%). Вони компактно проживають на територіях, що безпосередньо межують з Угорщиною – в основному в межах Берегівського та Ужгородського районів (Виноградівська, Берегівська, Батівська Великоберезька, Великобийганська, Вилоцька Косоньська, Чопська громади).

Таблиця 2.2 – Національний склад населення Карпатського регіону України
(за даними перепису 2001 року)

| Національність населення | Львівська область | | Закарпатська область | | Івано-Франківська область | | Чернівецька область | | Всього Карпатський регіон | |
|--------------------------|-------------------|------|----------------------|-------|---------------------------|------|---------------------|------|---------------------------|------|
| | тис. осіб | % | тис. осіб | % | тис. осіб | % | тис. осіб | % | тис. осіб | % |
| Українці | 2471,0 | 94,8 | 1010,1 | 80,51 | 1371,2 | 97,5 | 689,3 | 75,0 | 5541,6 | 89,6 |
| Угорці | - | - | 151,5 | 12,1 | - | - | - | - | 151,5 | 2,4 |
| Румуни | - | - | 32,2 | 2,56 | - | - | 114,9 | 12,5 | 147,1 | 2,4 |
| Поляки | 18,9 | 0,73 | 0,5 | 0,04 | 1,4 | 0,1 | 3,7 | 0,4 | 24,5 | 0,4 |
| Молдавани | 0,78 | 0,03 | - | - | - | - | 67,1 | 7,3 | 67,9 | 1,1 |
| Словаки | - | - | 5,7 | 0,45 | - | - | - | - | 5,7 | 0,1 |
| Німці | 0,65 | 0,02 | 3,6 | 0,29 | - | - | - | - | 4,3 | 0,1 |
| Цигани | 0,76 | 0,03 | 14,0 | 1,12 | - | - | - | - | 14,8 | 0,2 |
| Євреї | 2,2 | 0,08 | 0,6 | 0,05 | - | - | 1,8 | 0,2 | 4,6 | 0,1 |
| Інші національності | 112,2 | 4,31 | 36,4 | 2,9 | 33,7 | 2,4 | 42,3 | 4,6 | 224,6 | 3,6 |

Третьою за чисельністю національною групою населення Карпатського регіону є румуни, які в основному проживають на території Чернівецької області і частково – Закарпатської області (Рахівський район, Солотвинська громада).

Території переважного проживання інших етнічних груп населення Карпатського регіону та основні страви їхньої кулінарної традиції ілюструє табл. 2.3.

Таблиця 2.3 – Території переважного проживання етнічних і національних груп населення Карпатського регіону та основні страви їхньої кулінарної традиції

| Етнічна група населення | Територія переважного проживання | Основні населені пункти | Основні страви національної кухні |
|-------------------------|--|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Бойки | Львівська область (південна частина Самбірського, Дрогобицького, Стрийського районів), Івано-Франківська область (Калуський район), Закарпатська область (північна частина Хустського, Мукачівського, Ужгородського районів) | Борислав, Старий Самбір, Турка, Сколе, Долина, Бориня, Воловець, Перегінське, Міжгір'я. | Бульб'яники, мачанка, гриби в сметані, стульники, голубці з тертої картоплі; грибна юшка, каша з пенцаку, млинці з колястри, капуста з кмином, бойківська випічка |
| Гуцули | Івано-Франківська область (Коломийський, Косівський, Верховинський Надвірнянський райони), Закарпатська область (Рахівський район), Чернівецька область (Вижницький район) | Надвірна, Яремче, Косів, Ворохта, Верховина, Коломия, Разів, Ясіня, Великий Бичків, Вижниця, Берегомет, | Гуцульські сири (овеча бринза, будз, вурда); банош, грибна юшка, гуцульський борщ, росівниця, гоцульські голубці, цвіклі, шухи, крезлики, пструг |

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|----------------------|--|--|--|
| Лемки | Закарпатська область (північна частина Ужгородського району, Львівська область (крайня південна частина Самбірського району) | Великий Березний, Перечин, Ужгород | Голубці, вареники з чорниціями, з капустою, хрінник, сирники, фучки, бандуряники, капуста з горохом |
| Угорці | Рівнинна частина Закарпатської області (Берегівський, Ужгородський, Рахівський райони) | Виноградів, Берегів, Чоп, Батьово, Косонь, Вилок, Королево, Вишково, Ужгород | Бограч, лечо, гурка, токан, лангош, пасуль, халасле, сушені ковбаси, саламі, ретеш, кюртошкалач |
| Румуни | Закарпатська область (Рахівський район); Чернівецька область (Чернівецький район) | Солотвино, Середнє Водяне, Глибочок, Герцаїв, Сторожинець | Чорба (супи), мітітеї, сармале (голубці порумунські), мамалига, токітура, булц, папанаші |
| Молдавани | Чернівецька область (Дністровський район) | Новоселиця, Балківці, Берестя | Чорба, зама, мамалига, плацинди, верзеле, закуста, пюре з білої квасолі з часником, запечене ягня, козонак, гогоші, бабка, ракія, вина за молдовськими рецептами |
| Німці (шваби) | Закарпатська область (район Мукачева, Ужгорода) | Мукачево, Ужгород | Численні м'ясні страви, маульташени, суп з чорними бобами |
| Поляки | Львівська область (м. Львів, прикордонні з Польщею населені пункти) Івано-Франківська область (м. Івано-Франківськ) | Львів, Івано-Франківськ, Мостиська, Яворів | бігос, журек, флячки (рубці), голонка, кашанка, кльоцки, млинці, пончики, сирник, шарлотка та інша випічка, |
| Словаки | Закарпатська область (Ужгородський район) | Ужгород, Перечин | галушки, свинячі ребра, кнедлики |
| Євреї | Львівська область (м. Львів); Закарпатська область (Мукачево, Ужгород) | Львів, Мукачево, Ужгород | Рибні страви, флячки, форшмак, маца |

Часто різні страви національної кухні завдяки культурній асиміляції населення зустрічаються у закладах харчування суміжних регіонів, або рецепти приготування різних за своїми назвами страв є досить схожими.

Розвитку гастрономічного туризму значною мірою сприяють культурно-історичні, рекреаційні та подієві ресурси. У цьому контексті Карпатський регіон

має найбільший потенціал в Україні, особливо Львівська та Івано-Франківська області (табл. 2.4).

Таблиця 2.4 - Кількість історико-культурних об'єктів в областях Карпатського регіону

| Тип об'єктів історико-культурної спадщини | Львівська область | Закарпатська область | Івано-Франківська область | Чернівецька область |
|---|-------------------|----------------------|---------------------------|---------------------|
| Пам'ятки історії | 3833 | 524 | 869 | 477 |
| Пам'ятки археології | 886 | 506 | 1490 | 470 |
| Пам'ятки архітектури та містобудування | 3755 | 489 | 1443 | 756 |
| Пам'ятки монументального мистецтва | 306 | 93 | 142 | 58 |
| Кількість об'єктів садово-паркового мистецтва | 500 | 41 | 8 | 40 |
| Кількість об'єктів, включених до світової спадщини ЮНЕСКО | 5 | 2 | 2 | 1 |
| Всього історико-культурних об'єктів | 8453 | 1837 | 3944 | 1761 |

Часто саме пам'ятки історії та культури приваблюють туристів, які для підсилення враження від подорожі додатково прагнуть ознайомитися з особливостями місцевої кухні, а також відвідати заклади харчування розміщені в особливих локаціях: історичних будівлях, замках, підземеллях, паркових зонах, на високогір'ях тощо. Саме об'єкти історико-культурні спадщини дозволяють підприємцям, засновувати концептуальні заклади з особливим інтер'єром, меню, формами подачі, внутрішньою атмосферою. Наприклад, у Львові такими закладами є ресторан «Гридниця» в Олеському замку, на Івано-Франківщині – ресторани у форми традиційних гуцульських дерев'яних будівель – колиб.

Важливим чинником залучення туристів є й рекреаційні ресурси, якими також багатий Карпатський регіон. Це зокрема, унікальні природні ландшафти Карпатських заповідних територій, гірськолижні та бальнеологічні курорти, рекреаційні зони. Серед гірськолижних курортів Карпатського регіону найвідомішими є: Буковель, (Івано-Франківська область); Славське, «Захар Беркут» (Львівська область); Драгобрат, Пилипець (Закарпатська область).

Таблиця 2.5 – Гірськолижні, бальнеологічні та кліматичні курорти Карпатського регіону

| Тип курортів | Львівська область | Закарпатська область | Івано-Франківська область | Чернівецька область |
|---|---|--|--|--|
| Гірськолижні курорти | Славське, Плай, Тисовець, Буковиця, Захар Беркут, Майдан, Орявчик, Звенів, Розлуч, Волосянка, Emily Ski | Драгобрат, Пилипець, Подобовець, Ізки, Красія, Синяк, Воеводино | Буковель, Верховина, Ворохта, Вишків, Яремче, Яблуниця, Тюдів, Ільців, Шешори, Синьогора | Мигово, Сонячна долина, Перевал Німчич, Лопушна, Горбова |
| Бальнеологічні та кліматичні курорти | Трускавець, Моршин, Східниця, Великий Любінь, Немирів, Шкло | Поляна, Шаян, Солочин, Кваси, Карпати, Солотвино, Берегове, Косонь, Довге, Лумшори, Виноградів | Микуличин, Черче, Мислівка, Гута, Буковель, Яблуниця | Брусниця, Щербинці |

На території означених курортів зазвичай розміщуються ресторани, які пропонують унікальні страви як традиційної кухні, приготованої за старовинними рецептами і технологіями, так і високої кухні, які відповідають сучасним гастрономічним тенденціям і вирізняються оригінальним оформленням та подачею страв, а також оригінальні алкогольні та безалкогольні напої. Ексклюзивні гастрономічні атракції окремих закладів регіону будуть описані у наступному параграфі.

Одним із найбільш важливих чинників розвитку гастрономічного туризму у Карпатському регіоні України є подієві ресурси, зокрема – гастрономічні фестивалі. До повномасштабного російського вторгнення ця складова потенціалу гастрономічного туризму активно розвивалася. Згідно досліджень О. Михайлюк, станом на 2020 рік у Закарпатській області щорічно проводилося 20 гастрономічних фестивалів, у Львівській області – 8, у Івано-Франківській області – 11. Однак, попри суто спеціалізований напрям, гастрономічна складова завжди була присутня і в інших подієвих заходах, що проводилися на теренах Карпатського регіону.

Попри певну паузу у перші роки війни, сьогодні відбувається відродження

як туристичної сфери загалом, так і фестивалів та ярмаркових заходів зокрема. Популярні фестивалі та ярмарки Карпатського регіону України ілюструє табл. 2.6.

Таблиця 2.6 – Гастрономічні події заходи Карпатського регіону України
(за даними 2024 р.)

| Область | Назва фестивалю чи іншого подієвого | Місце проведення | Час проведення |
|------------------------------|--|---------------------|------------------|
| Львівська область | Фестиваль вуличної їжі «Street Food So Good Festival» | м. Львів | Серпень-вересень |
| | Пивний фестиваль | м. Львів | Вересень |
| | «На покрови в Гаю» | м. Львів | Жовтень |
| | Свято сиру та вина | м. Львів | Жовтень |
| | Фестиваль «Львів на тарілці» | м. Львів | Червень |
| | Львівський ярмарок смаку | м. Львів | Червень |
| | Фестиваль “Local Farmer Fest” | м. Львів | Вересень |
| | Свято кави і шоколаду | м. Львів | Вересень |
| Закарпатська область | Гастрономічний фестиваль млинців «Ужгородська палачінта» | м. Ужгород | Лютий |
| | Фестиваль-ярмарок «Медовуха Фест» | м. Ужгород | Лютий |
| | Фестиваль-ярмарок «Сонячний напій» | м. Ужгород | Травень |
| | Фестиваль «Медовий спас» | м. Ужгород | Серпень |
| | Ярмарок «Золота осінь» | м. Ужгород | Жовтень |
| | Свято молодого вина «Закарпатське божолє» | м. Ужгород | Листопад |
| | Фестиваль пряників | м. Ужгород | Грудень |
| | Фестиваль «Червене вино» | м. Мукачево | Січень |
| | «Конкурс різників свиней – гентешів» | с. Геча | Січень |
| | Фестиваль «Сливовий леквар» | с. Геча | Серпень |
| | Фестиваль «Гуцульська Ріпа» | с. Лазенщина | Вересень |
| | Фестиваль «BEREG-FEST» | м. Берегово | Вересень |
| | Фестиваль «Берлибашський бануш» | с. Костилівка | Травень |
| | Фестиваль «Варишське пиво» | м. Мукачево | Вересень |
| | Фестиваль виноробів «Угочанська лоза» | м. Виноградів | Травень |
| | Фестиваль «Гуцульська бринза» | м. Рахів | Вересень |
| | Фестиваль «Колочавська ріплянка» | с. Колочава | Червень |
| | Фестиваль «Бичківські голубці» | с. Великий Бичків | Серпень |
| | Гастрофест «Огинь и Мнясо» | м. Мукачево | Травень |
| | Фестиваль-чемпіонат бограча | с. Косино | Квітень |
| Фестиваль вина | м. Берегово | Лютий | |
| Фестиваль угорської культури | м. Берегово | Січень | |
| Івано-Франківська область | Фестиваль крафтярів Local Farmer Fest | м. Івано-Франківськ | Вересень |
| | Кулінарний фестиваль «Станіславська мармуляда» | м. Івано-Франківськ | Вересень |
| | «Бульбяні пироги бойківські» | м. Долина | Жовтень |
| Чернівецька область | Кулінарний фестиваль «Голубці фест» | м. Чернівці | Жовтень |
| | Фестиваль меду та трав'яного чаю | м. Чернівці | Вересень |

Як бачимо, найбагатшим на подієві ресурси залишається Закарпаття, що зумовлено поєднанням кулінарних традицій різних національностей та культур. Також, гастрономічні фестивалі у Закарпатській області відбуваються практично цілорічно і локалізуються як в обласному центрі – м. Ужгород, так і в багатьох менших містах та селах, що дозволяє значно розширити географію туристичних потоків та підтримувати місцеву економіку, сприяючи тим самим зайнятості населення та збереженню автентичної кухні. Цим самим Закарпаття відрізняється від інших областей Карпатського регіону, де гастрономічних заходів набагато менше і локалізуються вони, зазвичай, в обласних центрах. На наш погляд, потенціал подієвих гастрономічних ресурсів Львівської, Івано-Франківської та Чернівецької областей використовується далеко не повністю.

Водночас, варто відзначити, що проведення фестивалів, організація ярмарків та інших подієвих заходів, а також розвиток сфери гостинності потребує значної підприємницької активності місцевого населення та його соціальної взаємодії між собою та з органами місцевої влади. Саме підприємці є тим ресурсом, який здатний трансформувати місцеву кулінарну спадщину в оригінальний та популярний туристичний продукт, який приноситиме прибуток.

Відповідно, одним із ключових чинників активізації гастрономічного туризму в окремому регіоні є не лише збережені кулінарні традиції, але й наявність розвинутої мережі ресторанів, кафе та інших об'єктів громадського харчування, а також закладів розміщення туристів, сільських зелених садиб тощо. Адже, здебільшого туристично-відпочинкові комплекси чи готелі передбачають наявність у своїй структурі одного або декількох закладів харчування. Гастрономічна складова також входить у комплекс послуг сільського зеленого туризму.

Важливе значення має й належне кадрове забезпечення закладів громадського харчування кваліфікованим персоналом, що володіє усіма тонкощами технології приготування автентичних страв та здатен забезпечити високу якість сервісу.

Інформація про суб'єктів підприємництва Карпатського регіону, які надають послуги у сфері харчування наведена у табл. 2.7.

Таблиця 2.7 – Чисельність суб'єктів господарювання та рівень зайнятості населення областей Карпатського регіону у сфері ресторанного бізнесу та надання послуг мобільного харчування, 2023 р.*

| Показник | Львівська область | Закарпатська область | Івано-Франківська область | Чернівецька область |
|--|-------------------|----------------------|---------------------------|---------------------|
| Загальна кількість суб'єктів господарювання | 4651 | 2401 | 2078 | 1055 |
| в т.ч. підприємства | 384 | 88 | 97 | 72 |
| фізичні особи-підприємці (ФОП) | 4267 | 2313 | 1981 | 983 |
| Питома вага підприємств у загальній чисельності суб'єктів господарювання | 8,3 | 3,4 | 4,7 | 6,8 |
| Частка суб'єктів господарювання у загальній чисельності суб'єктів господарювання області, % | 3,1 | 4,9 | 3,4 | 2,5 |
| Кількість суб'єктів господарювання в розрахунку на 100 км ² території області | 21,3 | 17,2 | 16,3 | 13,0 |
| Кількість суб'єктів господарювання в розрахунку на 1000 осіб населення області | 1,88 | 1,78 | 1,67 | 1,19 |
| Кількість зайнятих працівників | 15459 | 4785 | 6623 | 3446 |
| у т.ч. найманих працівників | 8373 | 2273 | 4112 | 2248 |
| Кількість найманих працівників в розрахунку на 1 суб'єкта підприємництва | 1,80 | 0,95 | 1,98 | 2,13 |
| Питома вага зайнятих у загальній чисельності зайнятого населення регіону, % | 2,9 | 3,2 | 3,6 | 2,3 |
| Питома вага зайнятих у загальній чисельності населення, зайнятого у сфері ресторанного бізнесу по Україні, % | 10,4 | 3,2 | 4,4 | 2,3 |

*Складено за даними Державної служби статистики України (ДССУ)

Як бачимо, загальна кількість суб'єктів ресторанного бізнесу у Карпатському регіоні станом на кінець 2023р. склала 10185 одиниць, що становить 20,4% від загальної чисельності суб'єктів даного виду економічної діяльності по Україні. Найбільшим рівнем розвитку сфери надання послуг з організації харчування характеризується Львівська область, де сконцентровано 45,7% усіх суб'єктів підприємництва Карпатського регіону за цим видом діяльності і зайнято 51,0% від загальної кількості працівників. Частка Львівщини у загальній чисельності персоналу ресторанної сфери України складає 10,4%, тоді як аналізованого регіону загалом – 20,3%.

Львівщина також характеризується найвищими показниками рівня концентрації суб'єктів ресторанного бізнесу в розрахунку на 100 км² території та 1000 осіб населення. Позитивним чинником можна вважати й той факт, що 8,1% закладів харчування області ведуть діяльність у статусі юридичної особи. Це свідчить про те, що частина ресторанів є досить великими за розмірами, а отже вони спроможні обслуговувати великі групи туристів та пропонувати відвідувачам широке різноманіття страв.

На відміну від Львівщини, ресторанний бізнес у Закарпатській області, яка займає другу позицію у складі Карпатського регіону за кількістю суб'єктів господарювання і рівнем їх концентрації, є більш «індивідуалізованим» і базується переважно на невеликих локальних закладах харчування. Це підтверджує найнижчий серед усіх областей аналізованого регіону рівень використання найманої праці – лише 1 залучений працівник в середньому на одного суб'єкта господарювання, тоді як в інших областях він удвічі вищий.

Варто також відзначити, що багато виробників локальних продуктів у Закарпатській області здійснюють свою діяльність без належної юридичної реєстрації (суб'єктів підприємництва), тобто мають статус господарств населення. На наш погляд, це є істотним обмежуючим чинником для розвитку гастротуризму, оскільки такі господарства не можуть бути включені у програми сертифікованих гастрономічних турів і надавати відповідні послуги організованим групам туристів.

Найнижчий рівень розвитку сфери ресторанного бізнесу (за переважною більшістю показників), а отже й найменші можливості для реалізації потенціалу гастрономічного туризму у Карпатському регіоні має Чернівецька область. Проте, за умови вжиття відповідних організаційно-економічних заходів цю ситуацію можна покращити.

У структурі потенціалу розвитку гастрономічного туризму важлива роль належить і таким компонентам туристичної інфраструктури як заклади розміщення, транспортна мережа, а також організаційні та сервісні структури (туагенства), які формують відповідні пропозиції гастрономічних турів.

З метою комплексного обслуговування туристів багато готелів, мотелів,

санаторіїв мають власні ресторани де туристи можуть скуштувати місцеві страви. Задля приваблення відвідувачів власники гостьових будинків також часто надають послуги харчування із використанням страв традиційної кухні. В умовах якісно налагодженого брендингу туристичних дестинацій заклади розміщення можуть співпрацювати з місцевими ресторанами та виробниками продуктів, щоб просувати місцеву кухню і організовувати гастрономічні тури або події.

Дані табл. 2.8 характеризують наявність закладів розміщення туристів в розрізі основних їх видів в областях Карпатського регіону. Основним джерелом інформації став глобальний інтернет-сервіс бронювання житла Booking.com.

Таблиця 2.8 – Інформація про кількість та структуру закладів розміщення туристів в областях Карпатського регіону за їх типами

| Показник | Львівська область | | Закарпатська область | | Івано-Франківська область | | Чернівецька область | | Карпатський регіон - всього | |
|---|-------------------|--------------|----------------------|--------------|---------------------------|------------|---------------------|------------|-----------------------------|--------------|
| | од. | % | од. | % | од. | % | од. | % | од. | % |
| Загальна кількість закладів розміщення | 2600 | 100,0 | 997 | 100,0 | 1313 | 100 | 229 | 100 | 5139 | 100,0 |
| в т.ч. готелі | 415 | 16,0 | 302 | 30,3 | 352 | 26,8 | 67 | 29,3 | 1136 | 22,1 |
| мотелі | 16 | 0,6 | 11 | 1,1 | 4 | 0,3 | 1 | 0,4 | 32 | 0,6 |
| вілли | 19 | 0,7 | 20 | 2,0 | 58 | 4,4 | 9 | 3,9 | 106 | 2,1 |
| шале | 26 | 1,0 | 19 | 1,9 | 76 | 5,8 | 3 | 1,3 | 124 | 2,4 |
| гостьові будинки | 112 | 4,3 | 107 | 10,7 | 193 | 14,7 | 8 | 3,5 | 420 | 8,2 |
| будинки для відпочинку | 81 | 3,1 | 97 | 9,7 | 198 | 15,1 | 17 | 7,4 | 393 | 7,6 |
| хостели | 51 | 2,0 | 23 | 2,3 | 10 | 0,8 | 5 | 2,2 | 89 | 1,7 |
| апартаменти | 1482 | 57,0 | 354 | 35,5 | 305 | 23,2 | 115 | 50,2 | 2256 | 43,9 |

Як бачимо, загальна пропозиція житла у Карпатському регіоні становить понад 5 тис. помешкань. Половина усіх пропозицій припадає на Львівську область, а з них 73,3% (1,9 тис.) - на головну туристичну дестинацію регіону – м. Львів з його унікальними історико-культурними пам'ятками, архітектурою, багатою кулінарною спадщиною та концептуальними гастрономічними закладами.

Попри те, що найбільшу частку (43,9%) у структурі закладів тимчасового розміщення Карпатського регіону займають апартаменти (окремі приміщення для проживання з власною кухнею), ключову значення для якісної організації гастротуризму все ж мають готельно-ресторанні комплекси. У цьому контексті відзначимо, що окремі готелі Львова, Закарпаття та Карпат позиціонують себе як

гастроготелі, тобто такі, що спеціалізуються на гастрономічному туризмі, поєднуючи комфортне проживання з унікальними гастрономічними враженнями.

Вони мають власні ресторани або гастрономічні зони, де подають страви місцевої кухні, приготовані з регіональних продуктів; пропонують відвідувачам кулінарні-майстер класи, дегустації вин, сирів, меду; організують екскурсії до місцевих виноробень, сироварень, пасік та інших виробництв. При цьому інтер'єр таких готелів може відображати певну гастрономічну тематику.

Карпатський регіон загалом має добре розвинуту транспортну інфраструктуру. Загальна протяжність автомобільних доріг з твердим покриттям (державного та місцевого значення) складає 18374 км, з яких 43,5% припадає на Львівську область; 22,4% - на Івано-Франківську; 18,3% - на Закарпатську і 15,8% - на Чернівецьку область. Експлуатаційна довжина залізничних колій регіону становить 2820 км, з яких 46,4% припадає на Львівську область, 21,3% - на Закарпатську, 17,6% - на Івано-Франківську. Переважна більшість залізничних шляхів електрифікована. Добре розвинутим є внутріобласне та міжобласне автобусне сполучення.

Організацію туристичних подорожей у регіоні станом на 2023 р. загалом забезпечували 1130 суб'єктів туристичного бізнесу (туроператорів та турагенцій). Порівняно з 2022 роком, коли внаслідок російського вторгнення мав місце значний занепад туристичної сфери, їх кількість зросла на 6,8% (рис. 2.4).

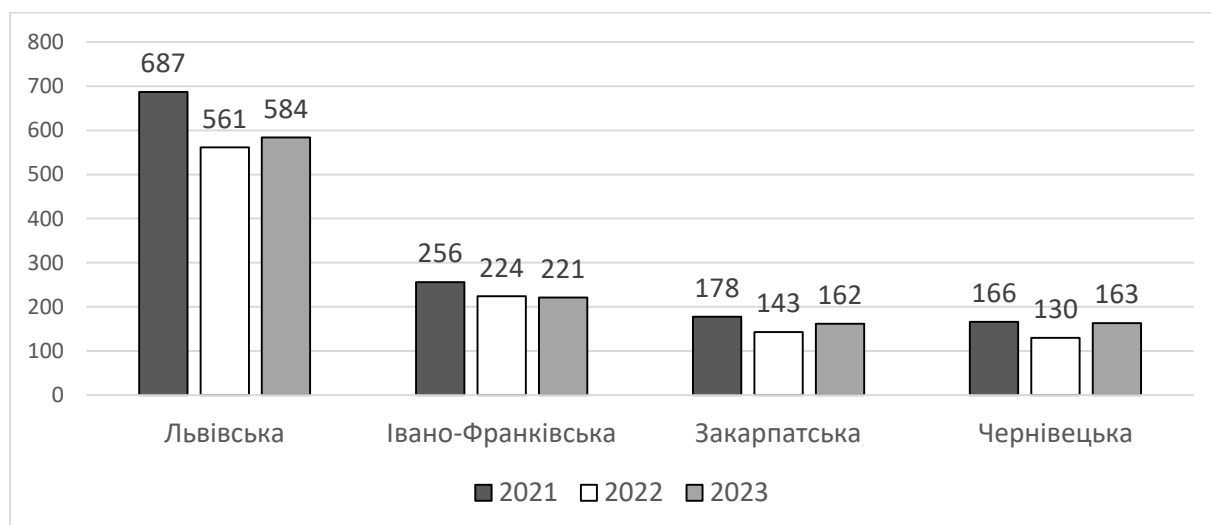


Рис. 2.4 – Динаміка кількості туроператорів та турагенцій в областях Карпатського регіону України

Однак, проблемним аспектом є те, що лише окремі туроператори пропонують своїм клієнтам спеціалізовані гастрономічні тури. Це, зокрема: «Відвідай», «Капітолій», «Галіція-тур», «Top-Tour», «Fest-tour» (м. Львів), Visit Ukraine, «Авен Тур», «Надія» (м. Івано-Франківськ); «Aves Travel» (м. Київ із представництвами в регіонах); «T-Travel», «Світ-тур», «Квітка Буковини» (м. Чернівці); «Craft Chic Travel Agency», «Атлантик Тур», «MUSE Travel», «Go-To Rest» (м. Ужгород). Щоправда, необхідно констатувати той факт, що впродовж останніх років пропозиція гастрономічних турів на ринку значно зростає, як і кількість суб'єктів туристичної діяльності, які виявляють зацікавлення у цьому напрямі. Однак, у цьому сегменті ринку туристичних послуг все ж залишається значний нереалізований потенціал.

Ефективна реалізація потенціалу гастрономічного туризму у Карпатському регіону України сьогодні потребує належного інформаційного забезпечення з використанням усього комплексу комунікаційних технологій. Досить просунулася у цьому напрямі Івано-Франківщина. Так, туристам пропонуються в он-лайн форматі низка гастропутівників, таких як «Автентичні смаки Івано-Франківщини», «Гастрономічний туризм на Верховинщині», «Покутський равлик», «Екотур по Коломийщині», «Смакуємо на Косівщині», маршрут «Смак Бойківщини», «Смачна Яремчанщина». Вони характеризують найбільш атракційні гастрономічні локації, що дозволяє планувати самостійні подорожі. На жаль в інших областях подібні путівники не пропонуються. Інформація про гастрономічні тури хіба що наводиться на сайтах туристичних операторів у рамках їхньої реклами.

Також інформацію про гастрономічні тури можна почерпнути в інформаційних центрах головних туристичних міст Карпатського регіону та на інтернет-платформах, таких як karpaty.info, lviv-tourist.info тощо. Водночас, необхідною є розробка систем онлайн-бронювання гостротурів, ресторанів та інших закладів, розробка спеціалізованих ресурсів, присвячених гостротуризму, реклама через соціальні мережі та блоги. Лише активна популяризація певних кулінарних локацій дозволить значно підвищити зацікавлення сферою гастрономічного туризму як у вітчизняних, так і зарубіжних мандрівників.

2.2. Характеристика існуючих об'єктів, маршрутів та атракцій гастрономічного туризму

Розвиток гастрономічного туризму у Карпатському регіоні України значною мірою пов'язаний не лише із ресурсним потенціалом окремих туристичних дестинацій, але й з методами його використання, що проявляється у наступних аспектах:

- ефективне поєднання сучасних гастрономічних трендів з давніми кулінарними традиціями. Це передбачає часткову модифікацію локальної кухні, доповнення її новими стравами та оригінальними рецептами;
- використання автентичних технологій приготування та подачі їжі не лише в місцях їхнього історичного походження, але й у межах міського середовища;
- застосування креативних підходів та інноваційних маркетингових технологій у просуванні гастрономічних туристичних продуктів на ринок. Серед іншого це передбачає створення концептуальних гастрономічних закладів, з унікальним тематичним дизайном, меню та атмосферою, розміщення закладів харчування у старовинних будівлях, замках тощо; створення музеїв гастрономії;
- формування комбінованих гастрономічних турів, які передбачають в межах однієї подорожі різні види активності: відвідування ресторанів, дегустаційних заходів, місць виробництва місцевих продуктів, гастрономічних фестивалів, участь у майстер-класах та інших освітніх заходах;
- інтеграцію гастрономічного туризму з іншими його видами, однак із домінуючою роллю саме гастрономічної складової (гастро-етно, гастро-еко, гастро-оздоровчий туризм).

Дослідження показало, що у сфері гастрономічного туризму Карпатського регіону України можна чітко виокремити три дестинації, які користуються найбільшою популярністю серед туристів:

1) місто Львів – характеризується концентрацією великої кількості гастрономічних закладів у центральній частині міста, багато з яких мають чітко виражене тематичне (концептуальне) спрямування; традиційною галицькою кухнею;

широким представництвом кухонь різних народів та етносів (грузинської, вірменської, узбецької, ліванської, єврейської, китайської, японської, італійської, американської, мексиканської, чеської, гуцульської та ін); розвинутою культурою споживання кави, пива, крафтових напоїв; масштабними подієвими заходами (в т.ч гастрономічними); активним розвитком крафтового виробництва сирів, м'ясних виробів, алкогольних напоїв фермерами приміської зони міста;

2) Закарпаття – характеризується домінуванням гуцульської та угорської традиційної кухні, доповненої стравами інших національностей та етносів, що проживають на території області; розвинутим крафтовим виробництвом вина, сирів, м'ясних виробів з місцевої сировини та за стародавніми технологіями; проведенням великої кількості спеціалізованих (тематичних) гастрономічних фестивалів упродовж усього року та у різних локаціях; організацією екскурсій та турів у місця виробництва місцевих продуктів;

3) Карпати, зокрема регіони Гуцульщина та Покуття – характеризується домінуванням гуцульської кухні, а також поширенням угорської та бойківської кулінарної традиції; переважанням ресторанів, оформлених у стилі традиційних гуцульських споруд; наявністю гастрономічних ринків в основних туристичних локаціях, на яких реалізується продукція місцевих виробників; переважанням сирів, медової продукції, карпатських чаїв та грибів у складі товарної пропозиції цих ринків; екскурсіями до місць виробництва місцевих продуктів за автентичними технологіями; концептуальними гастрономічними закладами на території популярних курортів (зокрема «Буковель», «Славське»), у яких пропонуються ексклюзивні авторські страви, що поєднують елементи високої кухні та місцевих кулінарних традицій.

Популярність цих дестинацій зумовлює необхідність вивчення досвіду організації гастрономічного туризму місцевими підприємцями, застосування ними сучасних технологічних, маркетингових та управлінських інновацій; характеристики особливостей меню та оформлення інтер'єру ресторанів, оцінки змісту екскурсійних турів, їх атракційного наповнення. Поширення цього досвіду на інші частини Карпатського регіону, на наш погляд, дозволить значно

ефективніше реалізовувати їхній потенціал у сфері гастротуризму.

Місто Львів по праву можна вважати не лише культурною, але й гастрономічною столицею України, адже тут функціонує понад 1500 ресторанів. Багато із них є не просто закладами зі смачною їжею, а справжніми музеями їжі та випивки, храмами кулінарного мистецтва, тематичними виставками та шоу-румами місцевої кухні [50]. Подача страв інколи перетворюється на справжнє театралізоване дійство.

Львівське пиво, шоколад і кава вже стали відомими національними брендами. А культурна взаємодія різних народів, які жили в Галичині - українців, поляків, євреїв, вірмен, а також впливу Австро-Угорської імперії сформувала унікальний галицький гастрономічний феномен - різноманітну кухню з автентичними стравами та напоями, які можна скуштувати лише у Львові. Також у місті чимало неповторних концептуальних гастрономічних об'єктів.

У цьому аспекті ключовою складовою гастрономічного потенціалу Львова є ресторанна компанія «Холдинг емоцій «!FEST», у структуру якої входить 21 концептуальний ресторан, власна пивоварня, пекарня, кондитерська, молочний кооператив, заклади із пошиття фірмового (брендового) одягу, туристично-івентова компанія «Just Lviv It!», заклади розміщення («!FEST hotel»), маркетплейс кави та девайсів для її приготування (Kulturrra). Компанія також організовує гастрономічно-мистецькі фестивалі: «Coffe, Books&Vitage Festival», «Craft Beer&Vinyl Music Festival»; надає послуги кейтерінгу, доставки продукції; реалізує проєкти: «!FEST COFFE MISSION» (постачання зеленого спешелті зерна кави безпосередньо з ферм Африки, Центральної та Південної Америки); «Правда Craft Mission» (створення мережі прибудинковий пабів крафтового пива ТМ «Pravda»), «!FEST FOOD MISSION» (приготування їжі у спеціальній упаковці для подорожуючих, офісних працівників) [43].

Особливості гастрономічних закладів, що входять у структуру холдингу характеризує табл. 2.9. Вони користуються великою популярністю як у львів'ян, так і гостей міста. Відвідування цих закладів входить у програму багатьох гастрономічних, історико-пізнавальних та екскурсійних турів містом.

Таблиця 2.9 – Характеристики гастрономічних закладів холдингу емоцій «!FEST»

| Назва закладу | Особливості меню та інтер'єру та атракцій |
|--|---|
| 1 | 2 |
| Pravda. Craft Beer&Friends | Ресторан крафтового пива, виготовленого за власними унікальними рецептами. Пиво характеризується унікальними смаками та назвами. Пропонуються дегустаційні сеті. Атмосферу залу доповнює виступ духовного оркестру ПРАВДА-orchestra |
| Реберн'я | Основа меню – свинячі ребра, приготовані за власним унікальним рецептом. Оригінальні методи подачі. Їжа подається без столових приборів і споживається руками |
| П'яна Вишня | Основа меню - вишнева настоянка за автентичним галицьким рецептом |
| Grand Café Leopoldis | Заклад характеризується вишуканою кухнею, оригінальними стравами і особливо десертами, приготованими за традиційними рецептами Галичини. Фірмова страва – безжально наркотичне тістечко, яке має жорстко регламентований по годинах процес виготовлення і продажу |
| Мазох-кафе | Вишукані коктейлі та закуски з афродизіаками. Назви у меню пов'язані з любовною тематикою. Інтер'єр оформлений у червоних кольорах і пов'язаний з творчістю Леопольда фон Захер-Мазоха. Передбачені різного роду атракції у рамках концепції закладу |
| Перша львівська грильова ресторація м'яса та справедливості | Основа меню: різні види м'ясних страв (шашлик, стейки, ковбаски), приготованих за оригінальними рецептами з органічного українського м'яса. Оригінальний метод подачі, що передбачає використання знарядь катування. Інтер'єр також оформлений у стилі катівні, а відвідувачам пропонуються тематичні атракції |
| Пструг, хліб та вино | Ресторан гуцульської кухні. Основа меню – рибні страви з запеченої річкової форелі (пструга), хліб з 11 видами намазок, молоді та вишукані авторські вина. Інтер'єр оформлений у гуцульському стилі. |
| Артцентр «Дзига» | Легендарний центр сучасного мистецтва з 30-літньою історією. Має власний бар та ресторан. Є місцем зустрічі відомих людей Львова. Проводяться різноманітні мистецькі заходи, виставки, концерти |
| Криївка | Кухня польова. Крафтові наливки і пиво. Інтер'єр залу оформлений у стилі бандерівської криївки зі зразками зброї періоду II світової війни. Назви страв у меню пов'язані з повстанським рухом. У якості додаткових атракцій є тир та розважальні програми |
| Велика трійка. Три країни, три смаки, три страви | Ресторан, який пропонує лише три рідкі страви – японський Рамен; тайський Том Ям та український борщ. Кожна страва подається у трьох варіаціях, що враховують різні смаки та уподобання клієнтів. |
| Галицька алхімія | Унікальна крамниця та бар, що пропонує відвідувачам асортимент авторських напоїв, відомих як «алхімічні зілля», кожне з яких має свою назву та властивості, наприклад: «Безсмертя», «Гріховне», «Розміру», «Розпусти», «Забуття», «Молодильне» та ін. Окрім напоїв, можна придбати різноманітні сувеніри, а також відвідати кімнату газових ламп, де є можливість створити власну унікальну лампу |
| Ресторація-музей «Газова лампа» | Заклад присвячений винаходу газової лампи львівським фармацевтом Яном Зегом. Меню включає страви європейської та галицької кухні (зокрема, гуцульської та бойківської), а також авторські напої з оригінальними назвами: «бензинівка», «нафтівка», «гасівка» та «солярка». Особливості подачі: сет крафтових настоянок «Хімічний досвід», які подаються у пробірках, Подача коктейлів на алхімічному штативі. У ресторації представлена друга за величиною в Європі колекція газових ламп, яка налічує 528 експонатів |

| 1 | 2 |
|--|--|
| Гомін. Львівська кухня, минула та сучасна | Кафе, яке пропонує гостям переосмислені страви традиційної львівської кухні, поєднуючи історичні рецепти з сучасними кулінарними тенденціями. Меню відображає багатокультурну спадщину Львова. Атмосфера закладу поєднує минуле та сучасність. |
| Діана. Кав'ярня просто неба | Сезонна (літня) кав'ярня у самому серці Львова – на площі ринок біля фонтану зі скульптурою богині Діани. У меню можна знайти кавові напої, авторські коктейлі, а також легкі закуски та десерти. Інтер'єр закладу оформлений у стилі літньої тераси, що дозволяє насолоджуватися атмосферою старовинного Львова |
| Дах | Ресторан, розташований на даху будівлі. Заклад пропонує гостям авторські коктейлі та сезонне меню, яке транлює гастрономічні цінності команди «Дуже висока кухня». Особливістю ресторану є одна з найбільших терас у центрі міста з виглядом на львівські дахи. |
| Кооператива молока. Milk Cafe | Особливістю кафе є використання молока від корів джерсейської породи, яке відзначається високою жирністю та підвищеним вмістом білка, кальцію і вітамінів. Меню включає як класичні, так і алкогольні молочні коктейлі, а також морозиво, сирні закуски та авторське пиво «Milk stout» від пивоварні «Правда» |
| Львівська копальня кави | Кав'ярня-музей, що поєднує в собі кавову культуру, історію та унікальний інтер'єр. Заклад створений на основі легенди, що кава у Львові видобувається як корисна копальня з підземних шахт під площею Ринок. Відвідувачам пропонується екскурсія підземеллям, де демонструється процес «видобутку» кавових зерен. Меню включає різноманітні кавові напої та десерти. Також можна придбати каву власного обсмаження |
| Львівська майстерня шоколаду | П'ятиповерхова шоколадна фабрика у самому центрі Львова. Тут виготовляють найсмачніші у Львові цукерки та шоколад. У магазині пропонується широкий асортимент цукерок та шоколадних виробів, які виготовляються вручну з натуральних складників. Меню кав'ярні включає гарячий шоколад, каву та різноманітні десерти. Відвідувачі мають можливість споглядати процес темперування шоколаду. |
| Перша міська пекарня сирників та штруделів «Львівські плячки» | Заклад спеціалізується на приготуванні традиційних львівських десертів, зокрема сирників та штруделів, які готуються за оригінальними рецептами. Атракційною особливістю закладу є можливість споглядати за процесом приготування через вітрину |
| Найдорожча ресторація Галичини | Заклад пропонує відвідувачам зануритися в атмосферу масонської культури. Інтер'єр ресторану оформлений у стилі масонської ложі, з використанням відповідних символів та атрибутики. У ресторації пропонують страви європейської та української кухонь, приготовані з високоякісних інгредієнтів. Ціни в меню є досить високими, але відвідувачі можуть скористатися системою лояльності, отримавши значну знижку за наявності спеціальної картки |
| Дуже висока кухня | Оригінальний гастрономічний заклад, який пропонує унікальне поєднання вишуканих страв високої кухні та нестандартного підходу до приготування їжі. У меню інноваційні страви на основі традиційних рецептів. Велика увага приділяється естетичному оформленню страв. Обслуговування на дуже високому рівні. Ресторан часто проводить кулінарні майстер-класи та шоу. |

Але крім закладів холдингу «!FEST» у Львові налічується досить багато оригінальних ресторанів з авторською кухнею, які уже є або можуть стати у перспективі об'єктом значного інтересу любителів гастрономічних вражень.

До них зокрема можна віднести:

- Музей сала – унікальний гастрономічно-мистецький заклад у Львові, присвячений одному з головних символів української кухні – салу. У меню пропонується 14 видів сала, оригінальні авторські страви з сала в найрізноманітніших варіаціях, авторська настоянка «салогонка», а на десерт – сало в шоколаді. В музеї представлені унікальні арт-об'єкти, пов'язані з салом, зокрема скульптури та інші творчі інсталяції

- «Наливки зі Львова» - крамниця і бар крафтових наливок, лікерів та настоянок виготовлених за унікальними галицькими рецептами з екологічно чистої сировини (ягід, фруктів, овочів та трав, заготовлених кращими фермерськими господарствами Західної України). Асортимент налічує понад 30 найменувань. Покупцям пропонується дегустація. Принадою крамниці також є сувенірна та подарункова продукція. Подарункові бокси можна формувати самостійно;

- Ресторанція Бачевських - один із найвідоміших львівських ресторанів, що відтворює атмосферу аристократичного Львова початку ХХ ст. Заклад названий на честь родини Бачевських, яка заснувала першої у світі промислової фабрики горілки та лікерів у Львові в 1782 р. Ресторан пропонує автентичні страви, натхненні кулінарними традиціями Галичини, поєднуючи польські, єврейські, австрійські, литовські та українські рецепти, що були сформовані за старовинними переписами. Особливістю закладу є: широкий вибір авторських настоянок, які подаються у дегустаційних сетах; розкішний інтер'єр, з вишуканими меблями, антикварними деталями та великою зимовою оранжереєю; жива музика; фірмові сніданки у форматі «шведського столу», які стали візитівкою закладу.

- «Кумпель» - один із перших ресторанів Львова, який започаткував культуру локального пивоваріння та автентичної регіональної гастрономії. Заклад відомий тим, що спеціалізується виключно на традиційній галицькій кухні, яка є однією з найрізноманітніших у Східній Європі. Автентичні галицькі страви, такі

як флячки по-львівськи, часникова зупа, бігос, карманадля, печені м'ясні страви, банош і андрути, поєднуються з витонченою ресторанною подачею. У ресторані варять крафтове нефільтроване пиво за старовинними рецептами, пропонуючи різні сорти. При цьому мідні чани для варіння пива розташовані прямо в залі, що створює особливу атмосферу і додає вражень відвідувачам. Інтер'єр ресторану виконаний у стилі класичних пабів кінця XIX – початку XX ст.

- «Голодний Микола» - заклад, який позиціонується як найбільший у світі ресторан галицької кухні [28, с. 101]. Заклад має власну пекарню, а поруч знаходиться пивоварня «Кумпель». У меню представлені традиційні страви галицької кухні: капуста, флячки, задимлений бограч, велика кількість страв із запеченого м'яса, вареники з різними начинками, ковбаси власного виробництва, журек, борщ, грибна юшка, банош, страви із риби та ін. Особливі форми подачі: вареники у макітрах, банош, бігус - у пательнях. Родзинка закладу – ставок із фореллю, одна частина якого знаходиться надворі, а інша – у приміщенні. Бажаючі можуть самі зловити рибу за допомогою вудочки, і її відразу ж приготують кухарі ресторану. Також у ресторані особливими привілеями користуються відвідувачі з іменем Микола.

- «Бойківська гостина» - єдиний у Львові ресторан, який відроджує та популяризує кухню та традиції бойків - етнографічної групи українців, яка здавна мешкала в Карпатах. Заклад пропонує унікальну атмосферу гірської гостинності та страви, приготовані за старовинними бойківськими рецептами. Аутентичними стравами меню, зокрема, є: лиганці з м'ясом та грибами, токан з бринзою та шкварками, зупа полонинська, турківський книш, терчаники у глечуку по-самбірськи, медові напої (настоянки). Заклад також характеризує оригінальний музейний інтер'єр, є можливість зробити фото у бойківському одязі, отримати майстер-клас гри на трембіті. У ресторані іноді проходять тематичні вечори з традиційними обрядами та майстер-класами

- «Трапезна ідей» - тематичний ресторан галицької кухні, створений на базі Музею ідей. Ресторан знаходиться у старовинному підземеллі XVII століття (пивниці колишнього монастиря отців Бернандинів), що додає йому загадковості

та автентичності. Меню закладу під назвою «Стравопис» базується на традиційних галицьких рецептах: цибулевий пиріг, соленики з кмином та гуцульською бринзою, цибулевий суп, грибна юшка, кармонадля, печені м'ясні та рибні страви, гарбузовий суп, скромидля (бануш), яворівський пиріг, традиційні галицькі десерти (сирник, шарлотка, андрути) та особливі настоянки. Заклад має затишний антураж – старовинні кам'яні стіни, приглушене світло та аутентичні меблі, керамічний і скляний посуд ручної роботи створюють особливий середньовічний колорит. У ресторані часто відбуваються літературні вечори, презентації, кінопокази та зустрічі з митцями

- «Підпільний Кіндрат» - ресторан авторських настоянок, гаслом якого є «Зігріває тіло, звеселяє душу». Інтер'єр закладу оформлений у стилі підпільного клубу або конспіративної квартири, у ньому багато деталей, що відтворюють дух таємного підпілля: старі телефони, друкарські машинки, конспіративні записи. У меню ресторану найбільше настоянок у світі - 150 видів, частина з яких відзначена нагородами, та заслужено називається найкращими настоянками України. На вході відвідувачів безкоштовно частують самогонкою прямо із самогонного апарату [50]. У меню – делікатеси галицької кухні: свиняча рулька, фарширована щука, кролик у сметані, паштети, холодець, сальцесони, оселедці, ковбаски, підсмажені на самогоні.

- «Теплий п'єц» – кав'ярня-музей з унікальним та оригінальним інтер'єром, основу якого становить колекція із 27 старовинних львівських пічок - п'єців, виготовлений з глиняних кахлів ручної роботи. У меню традиційні страви галицької кухні: борщ з п'єца, солянка, бограч, флячки, різні види вареників, яворівський періг, банош, бігос, деруни, сирники, печений пструг та ін.

- «П'яте підземелля» — це унікальний ресторан у Львові, що занурює гостей в атмосферу середньовіччя. Розташований у підземеллі старовинного будинку в самому серці міста, а його концепція натхненна лицарською тематикою. Заклад оформлений у стилі старовинного замку: масивні дерев'яні меблі, кам'яні стіни, приглушене світло факелів і свічок. Персонал працює в тематичних костюмах, а в закладі часто проводять театралізовані вистави та шоу. Меню включає страви, які

могли б подавати в середньовічних тавернах: печене м'ясо (на кілках, на камені), рульку на кістці, мисливські ковбаски, запечену картоплю, страви з грибами, м'ясний пиріг, курячі серця в гранатовому соусі та старовинні десерти.

Це лише невелика незначна частина оригінальних закладів, які формують основу потенціалу розвитку гастрономічного туризму у місті.

Іншою важливою складовою цього потенціалу є різноманіття у Львові кухонь різних народів світу. У таблиці 2.10 наведено перелік основних закладів, які представляють кулінарну традицію певних країн.

Таблиця 2.10 – Перелік ресторанів м. Львова, які представляють гастрономічні традиції різних країн світу

| Назва кухні | Заклади |
|-------------------------------------|--|
| Грузинська | «Ахалі», «Хінкальня», «Той самий баранчик», «Оджахі», «Стумарі», «МАМА МАНАНА», «Арагва», «Tamada», «ChaChito» |
| Вірменська | «Пара Джанов і Портвейн», «Кавказ», «Babo Gardens» |
| Узбецька | «Чайхана Самарканд», «Бухара» |
| Італійська | «Valentino», «Porkomarco», «Корки та Крихти», «Trattoria da Domenico», «Сицилійський дворик», «Dolce Vita», «Basilico», «Buddzini» |
| Французька | «Французькі канікули», «Tante Sophie», «Kilinski restaurant&bar», «SHOCO» |
| Індійська | «Lotus - Zaika India Ka», «Слон» |
| Китайська | «BAO Casual», «Chin-Chin», «Tea Room», «Asia Grill Журавель» |
| Японська | «RAMEN MO», «Wabi Sabi», «Red Monkey», «МОРЕРИБИ», «Susheriva» |
| Тайська і паназійська | «Tikithai», «Moyogi», «Boba & Black», «YOKI», «NOA Asia Special Lviv», «BEGEMOTI» |
| Корейська | «Kim Kimchi Korean BBQ», «K-FOOD» |
| Американська | «Американо», «Вуйко Сем», «На Мангал Smoked BBQ», «Nice Guys», «Epic Cheeseburger Cafe» |
| Єврейська | «Єрусалим», «Шалом», «Lehaim», «Це фалафель, крихітко!» |
| Ліванська | «Beirut Hall» |
| Мексиканська | «Taco Taco taqueria», «Que Pasa», «Пані Фріда» |
| Чеська | «Kostnice», TRDLO |
| Грецька та середземноморська | Meze & Wine, «Я Грек», «CentAura», «Чорноморка», «Анчоусна від Чорноморки», «МІФ», «Бар Мушлі», «Балканський дворик», «KOLOS» |
| Кримськотатарська | «Кримський дворик», «Селям», «Лагман бар», «Айда», «Чебурек» |
| Гавайська | «Poke Lulu», «Magic Bowls» |
| Іспанська (баскська) | «San Sebastián cafe» |

Окремі заклади із певною гастрономічною родзинкою є і інших населених пунктах Львівщини. Наприклад, туристичною візитівкою м. Дрогобича (відомого у минулому центру солеваріння) є гастро-кав'ярня «Кавун», де відвідувачам пропонують фірмові десерти: торт Дрогобицький з сіллю, штрудель яблучний з

морозивом, а також фірмову солону каву. А ресторан «Гридниця» у селищі Олесько пропонує відвідувачам меню середньовічної кухні. Це відповідає концепції закладу, який розташований у підземеллі Олеського замку (XIV ст.)

Стосовно інших областей Карпатського регіону, то у їхніх основних туристичних центрах немає такого різноманіття гастрономічних закладів як у Львові, однак деякі ресторани все ж можуть стати важливими об'єктами у контексті реалізації потенціалу гастрономічного туризму. Особливою гастрономічною та атракційною привабливістю вирізняються ресторани і бари гірського всезезонного курорту «Буковель»:

- м'ясний ресторан SALO, де можна скуштувати гарячі страви з дичини: оленина, м'ясо косулі, дикої качки або кабана.
- корчма «Фільварок» - пропонує відвідувачам страви традиційної гуцульської, закарпатської та української кухні;
- ресторація «АРТ ДРОВІТНЯ» - заклад, у якому гармонійно поєднані українська та європейська кухні, один з небагатьох, де можна скуштувати свіжі устриці. Відомий авторськими коктейлями та особливою подачею кожної страви;
- ресторан «Риба Grill» - у меню переважають запечені або засмажені рибні страви: ребра коропа, ставрида, форель, дорадо, кальмари і анчоуси;
- ресторація-садиба «Грибова хата» - пропонує надзвичайно широкий асортимент страв автентичної української та гуцульської кухні, приготованих на живому вогні в старовинних печах за старовинними (дідівськими) рецептами. М'ясні страви готуються з ягняти, курятини, телятини, качки, кроля, свиней-мангалиць. Асортимент традиційних вареників передбачає начинки: з бринзою та зеленню, з ягням та свіжою кінзою, з річковою фореллю, з кроликом, квашеною капустою. Особливою популярністю користуються пареники з вишнями. Ресторан характеризується оригінальними підходами до оформлення та подачі страв;
- ресторан «Саж» - сучасний заклад, відомий своїм унікальним підходом до приготування страв на вугіллі.

У Закарпатській області найвідомішим та одним із найбільш атракційних гастрономічних закладів є корчма-музей «Деца у нотаря» (м. Ужгород). У меню представлені традиційні страви закарпатської кухні, такі як бограч, буженина по-

верховинськи та завиванці. Однак, попри кухню, заклад передусім славиться своїм статусом музею народного гумору, до формування якого доклався відомий закарпатський гуморист Павло Чучка. Ресторан є місцем проведення міжнародного гумористичного фестивалю «Карпатський словоблуд». Ресторан-музей пропонує відвідувачам чимало смішних атракцій. Навіть меню настільки дотепне, що його довелося виставити на продаж як оригінальний сувенір для відвідувачів [49].

Водночас, у Івано-Франківській та Закарпатській областях основу гастрономічного туризму становлять розроблені тематичні маршрути, які охоплюють не тільки певні заклади харчування, але й місця виробництва автентичних локальних продуктів та гастрономічні фестивалі. Окремі з них пропонують туристичні оператори, інші - рекомендуються гастрономічними путівниками.

З огляду на особливості гірського рельєфу Івано-Франківської області, основою місцевої кухні є продукти тваринництва. Туристам пропонують різноманітні молочні вироби: коров'ячий та овечий сир, бринзу, вурду, будз, гусянку. Серед традиційних гуцульських страв варто скуштувати банош із бринзою, грибами або шкварками, ароматну грибну юшку, крученики та гуцульську печеню. Насолодитися цими стравами можна не лише в ресторанах і колибах, а й під час подорожей туристичними маршрутами, на полонинах, фестивалях та в приватних садибах сільського туризму. Так, у Верховинському регіоні розташовані 18 полонин, серед яких Кринта, Луковиця та Діл, де можна скуштувати місцеві делікатеси, зібрати ягоди та гриби. А в музеї «Хата-стая» відвідувачі можуть не лише побачити процес приготування традиційних гуцульських страв, а й спробувати їх на смак.

Гуцульщина славиться численними гастрономічними локаціями, для яких розроблено спеціальні гастромаршрути. Один із них - «Смакуємо на Косівщині», що включає відвідування туристично-оздоровчих комплексів, садиб зеленого туризму, еко-ферми козячих сирів, форельного господарства та екопасіки. Інший популярний маршрут - «Смачна Яремчанщина» - запрошує туристів на полонину Перці, одну з найкolorитніших у Карпатах. Тут можна відвідати сироварню, скуштувати карпатські молочні делікатеси у «Вурда-маркеті» та взяти участь у гастрономічних майстер-класах. У селі Микуличин, на полонині Горган, відроджують

традиційне полонинське господарство та виробляють козині сири. Цей маршрут також охоплює локації з виготовлення джемів та солодоців із карпатських ягід, хвої та меду, а завершити гастрономічну подорож можна на унікальній пивоварні «Микуличин», яка здатна вразити навіть найдосвідченіших гурманів.

Ще однією важливою гастрономічною частиною гірської Івано-Франківщини є Бойківщина - край, де збереглися самобутні кулінарні традиції та автентична культура. Бойківська кухня відзначається простотою та унікальними смаками, заснованими на місцевих продуктах. Тут можна скуштувати мандибурку, затірку, стиранку, ощипок, киселицю, чир, вареники з різними начинками та мачанками, страви з грибів, вуджене м'ясо, а також широкий вибір перших страв: марцьовий, пісний, пшоняний та вівсяний борщі, росолянку, охляп, голопас, шух, лемішку, колотнюху, капустак і різноманітні юшки. Для знайомства з автентичними смаками регіону розроблено маршрут «Смак Бойківщини», який охоплює відвідування сільських зелених садиб, дегустацію екологічної продукції, збори ягід, лохини, грибів, відвідування овечих і козячих ферм, медоварні, сироварні, рибного та бджільного господарств.

Передгірські та рівнинні території Івано-Франківщини представлені регіонами Покуття та Опілля. На відміну від гірських районів, це землі родючих чорноземів, де вирощують плодови дерева, ягідні кущі, виноград, зернові культури, овочі, а також розвивають м'ясне та молочне господарство. Для місцевої кухні характерне складне теплове оброблення продуктів, що допомагає зберегти їхній аромат і надає стравам соковитості. У цьому регіоні можна скуштувати борщ, запалену зупу, джур, капустак, кулешу, саламаху, малаї, шупеню, росільницю, пересипанці, мандибурку, гарбузову кашу, студинець, кров'янку, голубці, палюшки, борщ із вушками, вареники, капусту зі шкварками, штрудель та узвар. У Рогатинському районі туристам пропонують скуштувати такі унікальні страви, як логаза, запрашка, бобов'яник, запалені буряки та щипанка на пшоні.

Для розвитку гастротуризму в області до російсько-української війни регулярно проводилися фестивалі, серед яких: «Свято хліба та сиру», «Бігус», «Франківський крафтовий ярмарок», «Захід Беррі Фест», «Свято винограду та вина», «Ситий Бойко», «Полонинське літо», «Меди Прикарпаття», «Хліб&сир фест»,

«Станіславська мармуляда», «Медовий Спас», «Долина Органік-Фест», «Свято бойківського меду і ремесел», «Покутське яблуко», фестиваль капусти «Подяка Богу за врожай» «Свято сливи», «Вареник-fest», а також кулінарний захід «Бульбяні пироги Бойківські». Зараз відроджені лише окремі із них, тому у цьому напрямі залишається значний нереалізований потенціал.

На Закарпатті однією з головних гастрономічних локацій є Ботарський степ. Цей регіон славиться виробництвом високоякісних вин, зокрема сортових білих і червоних вин, а також традиційної угорської фруктової настоянки – палинки (сливової, абрикосової, вишневої). А ще візитівкою цієї місцевості є традиційний закарпатський джем – леквар, що виготовляється без цукру шляхом дуже довгого виварювання фруктів (не менше 20 год.). Вважається, що страва має угорське походження, оскільки в класичному варіанті готується зі слив сорту «Бистриця» (в народі – Угорка). Однак, сьогодні леквар варять з різних видів фруктів: малини, журавлини, ожини, полуниці, абрикосів, чорниці, кизилу, терену (загалом 11 видів). Всі фрукти та ягоди для нього збираються на Закарпатті та є екологічно чистим продуктом. У 2012 р. у селищі Ботар було відкрито музей та дегустаційний зал леквару. Також на екофермах громади, розташованих у с. Нижнє Селище (ферма «Зелений гай») та с. Ботар (ТМ «Угочанський смак») виговляють традиційні для угорської кухні ковбаси та інші вироби, сири, органічну олію різних видів тощо.

Одним із найбільш популярних гастрономічних турів Закарпаттям, які пропонуються туроператорами, є сировинні тури, що передбачають дегустацію традиційних сирів та закарпатських вин у основних місцях їх виробництва. Основними локаціями цих турів є: Березівське вулканічне низькогір'я і м. Берегово (дегуستاція вин), м. Виноградів (дегустація сирів (ФГ «Карпатський буйвіл»); с. Середнє (дегустація вин); с. Нижнє Селище (дегустація сирів); м. Ужгород (дегустація вин).

Також, користуються попитом гастрономічні тури, які знайомлять туристів із кулінарними традиціями народів, які проживають на Закарпатті (угорська, чеська, словацька, єврейська кухні). Такі тури, крім дегустації вин і сирів

включають обіди та вечері у місцевих ресторанах. Серед найпопулярніших турів такого змісту: «Закарпаття на смак» (від туристичної компанії «Про Карпати»); «Смачне Закарпаття» (від туроператора «Wonders & Holidays»).

Відомими локаціями гастрономічними локаціями екскурсійних турів Закарпаттям також є: с. Ботар (дегустація леквару і ковбас); с. Іза (екскурсія на Ранчо "Хайленд" з дегустацією равликів); равликівська ферма у м. Виноградів., міста Мукачево та Ужгород (дегустація меду, медовухи, бальзамів, смакування солодошами у кондитерських цих міст).

Також відзначимо, що у Карпатському регіоні функціонує Громадська спілка «Смак українських Карпат», яка об'єднує 26 виробників з усіх областей регіону (локалізованих у гірській зоні Карпат), що є прихильниками ідеї збереження традиційних технологій, виробництва натуральних продуктів харчування. Їхні ферми також є важливими локаціями гастрономічних маршрутів.

2.3. Оцінка ефективності використання потенціалу гастрономічного туризму Карпатського регіону

Ефективність використання потенціалу гастрономічного туризму являє собою рівень результативності застосування наявних ресурсів і можливостей для розвитку гастрономічного туризму з метою отримання економічних, соціальних, культурних та екологічних вигод. Вона відображає здатність регіону або країни максимально використовувати свої гастрономічні традиції, продукти, туристичну інфраструктуру та маркетингові інструменти для залучення туристів, підвищення конкурентоспроможності та формування унікального туристичного бренду.

Оцінку використання потенціалу гастрономічного туризму у Карпатському регіоні України проведено за окремими показниками, наведеними на рис. 1.8.

Одним із першочергових показників є динаміка кількості об'єктів і ресурсів гастрономічного туризму, а також інтенсивність і структура туристичного потоку. На жаль, зміна методики статистичних спостережень та зменшення вимог щодо обов'язкового подання статистичної звітності в умовах російського вторгнення не

дозволяє отримати з офіційних джерел інформацію про кількість закладів харчування в окремих областях, а дані про кількість і структуру туристичних потоків, як і про кількість туристів у закладах тимчасового розміщення не оновлюється з 2020 р.

Однак, зважаючи на те, що туристичні ресурси залучаються суб'єктами підприємництва (юридичними особами та приватними підприємцями), певні висновки про використання потенціалу гастротуризму можна робити на основі динаміки їх кількості. Загалом, впродовж 2019-2023 років кількість суб'єктів ресторанного бізнесу у Карпатському регіоні України зросла на 10,4% - із 9229 до 10185. Але це приріст відбувся за рахунок фізичних осіб-підприємців, кількість яких збільшилася на 13,8%, оскільки кількість підприємств скоротилася на 24,1% (рис. 2.5).

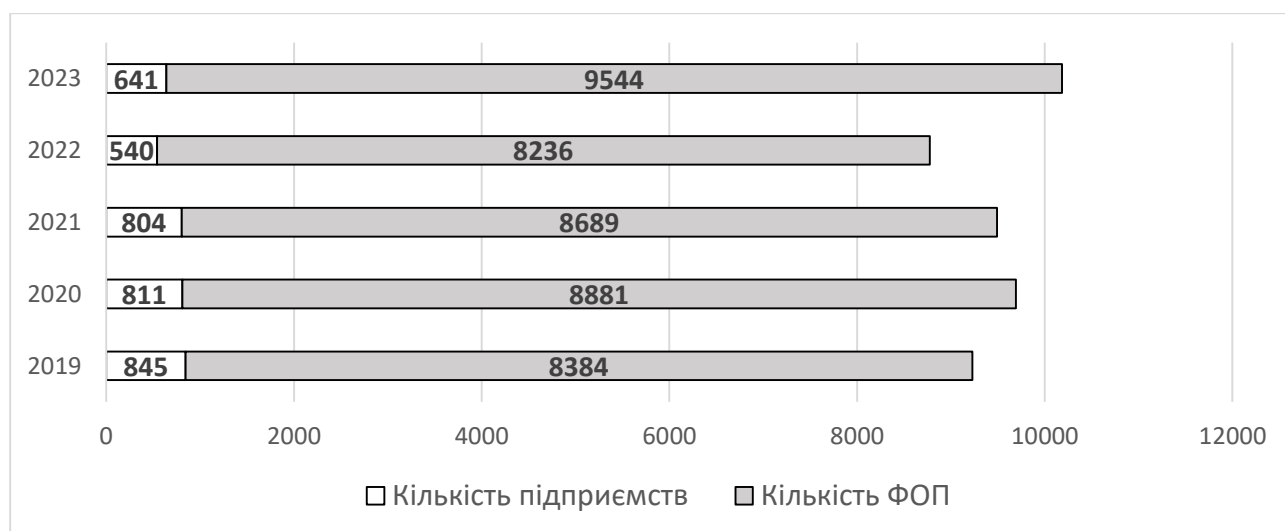


Рис. 2.5 - Динаміка кількості суб'єктів підприємництва в сфері ресторанного бізнесу у Карпатському регіоні України

Відповідну динаміку підприємств і ФОП у розрізі окремих областей Карпатського регіону України ілюструють діаграми, наведені у додатку А. Як бачимо, за період з 2019 по 2023 рр. найбільший відсоток зростання кількості суб'єктів ресторанного бізнесу продемонстрували Івано-Франківська та Чернівецька області – 24,7% та 21,4% відповідно. У Львівській області загальний приріст склав 8,0%, тоді як у Закарпатській – лише 0,6%.

Однак, більш об'єктивне уявлення про характер змін кількості суб'єктів

підприємництва у сфері організації харчування дає аналіз темпів їх щорічного приросту (скорочення), значення яких наведені у табл. 2.11

Таблиця 2.11 – Динаміка темпів приросту суб'єктів господарювання сфери ресторанного бізнесу в розрізі областей Карпатського регіону України

| Область | 2019 р. | 2020 р. | 2021 р. | 2022 р. | 2023 р. | В середньому за 5 років |
|------------------------------------|--------------|--------------|-------------|-------------|--------------|-------------------------|
| Львівська | 121,4 | 102,4 | 95,0 | 92,4 | 120,2 | 107,0 |
| Закарпатська | 99,8 | 102,1 | 97,3 | 92,6 | 109,3 | 100,1 |
| Івано-Франківська | 107,7 | 110,7 | 105,2 | 94,1 | 113,7 | 107,6 |
| Чернівецька | 85,9 | 115,1 | 99,0 | 89,0 | 119,8 | 102,1 |
| Карпатський регіон - всього | 108,6 | 105,0 | 97,9 | 92,4 | 116,1 | 104,6 |

Як бачимо, впродовж аналізованого періоду Івано-Франківська область демонструвала найбільш стійкий приріст рівня використання потенціалу гастрономічного туризму суб'єктами підприємництва. Середньорічне значення цього показника склало 7,6%. Дещо меншим воно є по Львівській області – 7,0%, де амплітуда коливань досить помітна. Найменшими коливаннями темпів приросту кількості суб'єктів підприємництва характеризується Закарпаття.

Аналізуючи дані табл. 2.11 необхідно відзначити факт скорочення практично у всіх областях Карпатського регіону кількості суб'єктів ресторанного бізнесу у 2021 р. та особливо – у 2022 р. Причиною цього стало істотне зменшення туристичних потоків, спричинене глобальною пандемією Covid-19 (2020-2021 рр.) та російським вторгненням у лютому 2022 р.

У 2023 році, в умовах певної стабілізації соціально-економічної ситуації в країні, відбулося відновлення туристичної активності населення, яке через обмеження виїзду закордон для чоловіків почало звертати більше уваги на пропозиції внутрішніх туристичних маршрутів, в т.ч. й гастрономічних. Відповідно, зросла потреба у нових закладах харчування, особливо в районах, де розташовані популярні туристичні дестинації, а також гірськолижні, бальнеологічні, кліматичні, та інші курорти. А жорстка конкуренція за споживача в місцях найбільшого скупчення туристів спонукала власників креативно

підходити до формування концепції закладу, його меню, удосконалювати рецепту страв та форму їх подачі, пропонувати споживачам різні гастрономічні атракції.

Соціальних аспект ефективності використання потенціалу гастрономічного туризму проявляється у збільшенні зайнятості місцевого населення як у сфері організації харчування, так і суміжних галузях – закладах розміщення, транспортного та культурно-побутового обслуговування, а також у створенні автентичних локальних продуктів, як основи гастрономічної привабливості регіону. Динаміку чисельності зайнятих працівників у сфері ресторанного бізнесу ілюструє табл. 2.12.

Таблиця 2.12 – Динаміка чисельності зайнятих працівників у сфері ресторанного бізнесу в розрізі областей Карпатського регіону

| Область | 2019 р. | 2020 р. | 2021 р. | 2022 р. | 2023 р. | 2023 р. до 2019 р., % |
|------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------------------|
| Львівська | 18118 | 15357 | 15579 | 13434 | 15459 | 85,3 |
| Закарпатська | 5871 | 5587 | 5220 | 4450 | 4785 | 81,5 |
| Івано-Франківська | 5866 | 5876 | 6489 | 5309 | 6623 | 112,9 |
| Чернівецька | 3771 | 3171 | 3245 | 2906 | 3446 | 91,4 |
| Карпатський регіон - всього | 33626 | 29991 | 30533 | 26099 | 30313 | 90,1 |

Як бачимо, у сфері використання такої важливої складового ресурсного потенціалу як робоча сила, спостерігаються схожі тенденції, як і з кількістю суб'єктів підприємництва. Однак, скорочення чисельності зайнятих мало місце ще з 2020 р. через скорочення потоку відвідувачів закладів внаслідок поширення пандемії коронавірусу. У 2021р. мало місце певне зростання зайнятих на фоні послаблення карантинних обмежень, а у 2022 р. знову різкий спад через війну. Попри те, що у 2023 р. гастрономічна сфера почала відроджуватися, що проявилось у значному зростанні чисельності зайнятих працівників, до карантинного рівня зайнятості вдалося досягти (і навіть перевершити його) лише у Івано-Франківській області. Саме у цьому регіоні, де знаходиться лівова частка туристичних локацій Карпат, негативний вплив зазначених чинників на інтенсивність використання туристичного потенціалу регіону був найменшим.

Серед індикаторів економічної ефективності використання потенціалу гастрономічного туризму важливу роль відіграють продуктивності праці

персоналу та дохідності ресторанного бізнесу. Продуктивність праці характеризує обсяг виробленої продукції в розрахунку на 1 зайнятого. Динаміка цих показників для різних суб'єктів господарювання у розрізі областей Карпатського регіону наведена у табл. 2.13

Таблиця 2.13 – Динаміка рівня продуктивності праці у різних категоріях суб'єктів господарювання сфери ресторанного бізнесу Карпатського регіону, тис. грн. на 1 зайнятого в рік

| Область | 2019 р. | 2020 р. | 2021 р. | 2022 р. | 2023 р. | 2023 р. до 2019 р., % |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------------------|
| Продуктивність праці у суб'єктів господарювання | | | | | | |
| Львівська | 144,6 | 153,9 | 250,4 | 81,7 | 117,9 | 81,6 |
| Закарпатська | 112,4 | 117,8 | 189,7 | 51,7 | 53,2 | 47,4 |
| Івано-Франківська | 116,3 | 144,0 | 230,3 | 56,2 | 92,9 | 79,9 |
| Чернівецька | 100,3 | 116,0 | 193,4 | 32,3 | 37,7 | 37,6 |
| Карпатський регіон - всього | 129,0 | 141,2 | 229,7 | 65,9 | 93,1 | 72,1 |
| Продуктивність праці у підприємствах | | | | | | |
| Львівська | 137,3 | 114,4 | 144,1 | 284,4 | 517,6 | 3,8 рази |
| Закарпатська | 137,4 | 172,1 | 186,9 | 370,8 | 293,9 | 2,1 рази |
| Івано-Франківська | 96,5 | 101,5 | 137,2 | 329,1 | 388,3 | 4,0 рази |
| Чернівецька | 99,8 | 67,6 | 101,5 | 265,9 | 391,9 | 3,9 рази |
| Карпатський регіон - всього | 131,6 | 115,2 | 144,1 | 294,4 | 482,6 | 3,7 рази |
| Продуктивність праці у ФОП | | | | | | |
| Львівська | 147,1 | 166,1 | 283,6 | 24,6 | 28,8 | 19,6 |
| Закарпатська | 109,7 | 114,2 | 189,9 | 34,5 | 42,8 | 39,0 |
| Івано-Франківська | 118,3 | 147,9 | 237,4 | 30,5 | 67,2 | 56,8 |
| Чернівецька | 100,3 | 119,3 | 200,1 | 21,2 | 24,5 | 24,4 |
| Карпатський регіон - всього | 128,5 | 146,0 | 245,2 | 27,4 | 39,4 | 30,7 |

Як бачимо, загалом продуктивність праці у суб'єктів ресторанного бізнесу Карпатського регіону впродовж 2019-2023 рр. істотно скоротилася – на 27,9%, зокрема найбільше у Чернівецькій та Закарпатській областях. Проте, необхідно відзначити, що це скорочення передусім відбулося за рахунок фізичних-осіб підприємців. Якщо до 2022 р. саме ФОП досягали найвищого рівня продуктивності праці, то у 2022-2023 рр. цей показник у зазначеній категорії суб'єктів господарювання різко впав. Натомість підприємства, які в кризових умовах виявилися більш фінансово стійкими і зуміли зберегти свої ринкові позиції, завдяки впровадженню інноваційних технологій обслуговування клієнтів і сервісів он-лайн замовлення та доставки продукції зуміли підвищити продуктивність праці персоналу

(а отже, ефективність використання цього ресурсу) у 2-4 рази.

Наступним показником ефективності є рівень дохідності суб'єктів господарювання, адже у ньому відображаються не лише масштаби діяльності, але й ефективність цінової політики та маркетингових заходів, спрямованих на формування лояльності клієнтів. Динаміку цього показника ілюструє табл. 2.14.

Таблиця 2.14 – Динаміка рівня дохідності суб'єктів господарювання Карпатського регіону України (тис. грн. в розрахунку на 1 суб'єкта)

| Область | 2019 р. | 2020 р. | 2021 р. | 2022 р. | 2023 р. | 2023 р. до 2019 р., % |
|------------------------------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|-----------------------|
| Львівська | 804,1 | 674,5 | 1190,6 | 292,6 | 398,9 | 49,6 |
| Закарпатська | 349,3 | 331,9 | 504,2 | 109,7 | 112,0 | 32,0 |
| Івано-Франківська | 519,1 | 561,3 | 928,3 | 166,8 | 298,0 | 57,4 |
| Чернівецька | 555,9 | 453,6 | 765,0 | 69,2 | 94,5 | 17,0 |
| Карпатський регіон - всього | 611,6 | 544,0 | 921,0 | 198,2 | 279,2 | 45,6 |
| Україна - всього | 990,8 | 895,4 | 1433,9 | 369,3 | 624,0 | 63,0 |

Дані таблиці свідчать про різке зменшення дохідності суб'єктів господарювання сфери ресторанного бізнесу, починаючи з 2022 року. Це пов'язано як зі зменшенням потоку туристів в умовах війни, так і доходів та купівельної спроможності населення. Найменшим серед областей Карпатського регіону скорочення середнього доходу суб'єктів ресторанного бізнесу було у Івано-Франківській області – на 42,6%, найбільшим – у Чернівецькій області – більш ніж у 5 разів. Поглиблений аналіз засвідчив, що значно більшою мірою скоротилися доходи фізичних осіб-підприємців. Також необхідно констатувати значно менший середній рівень дохідності ресторанів Карпатського регіону порівняно із середнім по Україні.

Результативними показниками ефективності діяльності суб'єктів господарювання є величина фінансового результату діяльності (сума прибутку або збитку) та рівень рентабельності, який показує величину прибутку, отриманого на одиницю витрат. Дані офіційної статистики дозволяють оцінити динаміку цих показників лише в розрізі підприємств (табл. 2.15).

Як бачимо, впродовж 2019-2023 рр. дохід підприємств ресторанного бізнесу Карпатського регіону від реалізації продукції зріс на 747,5 млн.грн.

Таблиця 2.15 – Динаміка показників фінансових результатів діяльності підприємств сфери ресторанного бізнесу Карпатського регіону України

| Показники | 2019 р. | 2020 р. | 2021 р. | 2022 р. | 2023 р. | 2023 р. до 2019 р. (+;-) |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|--------------------------|
| Дохід від реалізації продукції, млн. грн | 1200,0 | 729,6 | 1084,4 | 1281,3 | 1947,5 | +747,5 |
| Витрати діяльності, млн. грн | 1166,7 | 819,0 | 1136,1 | 1314,9 | 1960,8 | +794,1 |
| Фінансовий результат до оподаткування, млн. грн | 33,3 | -89,4 | -51,7 | -33,6 | -13,3 | -46,6 |
| Частка прибуткових підприємств, % | 77,4 | 64,0 | 66,9 | 67,9 | 70,6 | -6,8 |
| Фінансовий результат підприємств, які отримали прибуток, млн.грн | 73,9 | 12,5 | 25,0 | 47,8 | 82,5 | +8,6 |
| Фінансовий результат підприємств, які отримали збиток, млн.грн. | 40,6 | 101,9 | 76,7 | 81,4 | 95,8 | +55,2 |
| Рівень рентабельності операційної діяльності, % | 2,9 | -10,9 | -4,5 | -2,6 | -0,7 | -3,6 |

Однак, темпи зростання витрат, спричинені кризою туристичної сфери в умовах пандемії та значною інфляцією внаслідок війни, були більшими. У підсумку, сукупним фінансовим результатом підприємств впродовж останніх чотирьох років аналізованого періоду був збиток. Щоправда у звітному році його величина помітно зменшилася порівняно із трьома попередніми роками. Також відносно 2022 р. дещо збільшилася частка прибуткових підприємств, а величина отриманого ними прибутку зросла із 47,8 до 82,5 млн.грн. Водночас, близько 30% підприємств сфери організації харчування залишаються збитковими і у звітному році вони загалом отримали 95,8 млн. грн. збитку.

Варто відзначити, що загальні негативні показники ефективності використання потенціалу гастрономічного туризму Карпатського регіону в основному формують підприємства Львівської області (табл. 2.16). Саме вони впродовж 2020-2023 рр. отримали найбільшу суму збитків. На наш погляд, це можна пояснити значно вищими витратами на оренду приміщень, оплату праці персоналу, логістику у м. Львові.

Натомість прибутковими упродовж всього аналізованого періоду залишалися підприємства ресторанного бізнесу у Івано-Франківській області. На наш погляд, цьому сприяло саме використання продуктів місцевих виробників у приготуванні страв та загалом нижчі операційні витрати, а також порівняно незначне зменшення туристичного потоку.

Таблиця 2.16 – Динаміка фінансових результатів діяльності підприємств ресторанного бізнесу в областях Карпатського регіону

| Область | 2019 р. | 2020 р. | 2021 р. | 2022 р. | 2023 р. | 2023 р. до 2019 р. (+;-) |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|--------------------------|
| Зведений фінансовий результат до оподаткування, тис. грн. | | | | | | |
| Львівська | 36,3 | -86,2 | -45,9 | -39,7 | -44,0 | -80,2 |
| Закарпатська | -2,3 | -1,3 | -2,5 | 4,3 | -5,6 | -3,3 |
| Івано-Франківська | 1,8 | 0,4 | 1,3 | 5,4 | 19,8 | +18,0 |
| Чернівецька | -2,5 | -2,2 | -4,6 | -3,5 | 16,5 | +19,0 |
| Частка прибуткових підприємств, % | | | | | | |
| Львівська | 74,2 | 59,0 | 62,7 | 67,1 | 70,8 | -3,4 |
| Закарпатська | 78,3 | 70,8 | 65,5 | 61,3 | 65,4 | -12,9 |
| Івано-Франківська | 87,7 | 81,0 | 86,9 | 83,3 | 78,3 | -9,4 |
| Чернівецька | 79,1 | 61,7 | 64,7 | 56,9 | 64,2 | -14,9 |
| Рівень рентабельності, % | | | | | | |
| Львівська | 3,9 | -13,0 | -4,8 | -3,9 | -2,7 | -6,5 |
| Закарпатська | -2,2 | -2,0 | -3,6 | 5,2 | -9,2 | -7,0 |
| Івано-Франківська | 2,3 | 0,5 | 1,6 | 3,0 | 9,2 | +6,9 |
| Чернівецька | -5,0 | -11,7 | -14,8 | -9,2 | 51,2 | +56,1 |

Важливим фактором є і наявність у регіоні надзвичайно популярного курорту Буковель з його великою кількістю закладів харчування, досить високими цінами та заможним контингентом відвідувачів. У звітному році зведений прибуток підприємств цієї області склав 19,8 млн.грн, що у 3,7 рази більше ніж у 2022 р. Також тут найбільша у регіоні частка прибуткових підприємств – 78,3%.

Відзначимо, що на позитивні фінансові результати у звітному році вдалося вийти і закладам харчування Чернівецької області.

Отже, негативні соціально-економічні чинники останніх років мали вкрай негативний вплив на ефективність використання потенціалу гастрономічного туризму у Карпатському регіоні України. Однак, досвід діяльності окремих гастрономічних локацій засвідчує, що завдяки певним організаційним заходам і сучасним маркетинговим підходам цю ситуацію можна докорінно змінити.

2.4. Вплив туристичної діяльності на стан охорони навколишнього середовища

Сьогодні гастрономічний туризм, як одним із перспективних напрямів розвитку ринку туристичних послуг, є не лише важливим чинником соціально-економічного розвитку регіонів, але й виконує певні екологічні функції.

Передусім, гастрономічний туризм сприяє розвитку органічного сільського господарства та екологічного виробництва. Адже дуже часто локальні продукти, такі як сири, вина, мед, настоянки та ін. позиціонуються як натуральні і виробляються за автентичними технологіями, які не передбачають використання хімічних засобів, що забруднюють довкілля. Органічні ферми та сільські садиби Карпатського регіону стають важливими об'єктами гастрономічного туризму, де кожен відвідувач може скуштувати продукти безпосередньо у середовищі їхнього виробництва, а також переконатися у їхній «натуральності». Тому виробники оригінальних традиційних продуктів, напоїв та страв намагаються зберігати усталені вікові традиції, не переходячи на індустріальні технології.

Також однією із практик гастрономічного туризму, поширених у Карпатському регіоні України, є збір ягід, грибів, горіхів, трав для чаїв у природному середовищі. Тому не випадково гастрономічний туризм є частиною сільського зеленого та екологічного туризму. Ці три види туризму взаємодіють між собою, доповнюючи один одного та створюючи можливості для сталого розвитку регіонів, збереження екосистем та підтримки локальних громад.

Спираючись на традиційне (органічне) сільськогосподарське виробництво та сталі кулінарні практики гастрономічний туризм сприяє збереженню біорізноманіття. Це, зокрема, досягається шляхом:

- відродження рідкісних і автохтонних (місцевих) сортів рослин та порід тварин;
- захист місцевих ландшафтів від інтенсивного господарювання;
- відмову від монокультурного землеробства, що виснажує ґрунти та знижує видовий склад рослин і тварин;
- збереження природних пасовищ та інших екосистем, які є середовищем існування багатьох видів флори та фауни.

Через гастрономічний туризм відбувається формування і популяризація культури екологічно відповідального споживання. Це передбачає: використання у приготуванні страв натуральних складників, а також сезонних та місцевих продуктів, які не потребують тривалого зберігання та транспортування (зменшуються викиди CO₂, не забруднюються ґрунти та водойми); зменшення

кількості упаковки (наприклад, у форматі «від лану до столу», коли продукти надходять із ферми до ресторану без посередників), популяризацію багаторазового посуду та екологічних упаковок, що дозволяє мінімізувати відходи та зменшити використання пластику.

Окрім того, проведення екскурсій на органічні ферми, де туристи можуть дізнатися про сталий розвиток сільського господарства та скуштувати натуральні продукти, пропагує «здорове харчування», спонукає їх перейти на споживання натуральної їжі та обирати екологічні продукти у супермаркетах.

Попри численні позитивні аспекти, гастрономічний туризм може спричиняти й негативний вплив на довкілля. Основні проблеми пов'язані з надмірним використанням природних ресурсів, забрудненням довкілля, деградацією земель та виснаженням біоресурсів.

Передусім, виробництво харчових продуктів потребує залучення значного обсягу природних ресурсів, зокрема сільськогосподарських угідь. Для виробництва продукції рослинного походження потрібні великі площі ріллі, що призводить до надмірного розорювання земель, вирубки лісів та порушення екологічної рівноваги. Те ж саме стосується й тваринницької продукції, особливо скотарства та вівчарства. Для випасу ВРХ чи овець потрібні великі площі природних пасовищ, а утримання тварин потребує великої кількості води. Актуальною проблемою також є утилізація продуктів життєдіяльності тварин, які можуть істотно забруднювати довкілля, особливо водойми. До забруднення води та ґрунту призводить і використання різного роду пестицидів та мінеральних добрив з метою підвищення урожайності. Пестициди спричиняють вкрай негативний вплив на дрібну фауну – наприклад можуть призвести до загибелі бджіл, інших комах, птахів тощо. Наслідками інтенсивного використання угідь у фермерських господарствах може бути ерозія, виснаження та деградація земель. Окрім того, харчова індустрія досить енергозатратна.

Гастрономічний туризм має певний негативний вплив на довкілля і через значну кількість харчових відходів та пластику.

За даними ФАО, близько 30-40% продуктів харчування викидається на

різних етапах гастрономічного процесу. У ресторанах і готелях значна частина їжі стає відходами протермінованість продуктів і залишки їжі зі столів туристів.

Накопичення органічних відходів у містах і туристичних регіонах спричиняє виділення метану (CH₄) – парникового газу, що в 30 разів більше порівняно із CO₂ впливає на глобальне потепління, а також забруднення ґрунту та води, якщо відходи не переробляються належним чином.

Гастрономічний туризм сприяє масовому використанню одноразового посуду, пластикових пляшок, пакетів, харчової плівки. Ресторани швидкого харчування, фестивалі їжі та ринки часто використовують пластиковий посуд, який не підлягає переробці. Викинутий пластик потрапляє у довкілля та забруднює моря, ліси та міста.

Попит на екзотичні продукти (морепродукти, тропічні фрукти, вина, спеції) призводить до їх транспортування на великі відстані, що збільшує викиди вуглекислого газу.

Зростання гастрономічного туризму також має наслідком урбанізацію та руйнування природних ландшафтів, оскільки стимулює масове будівництво ресторанів, готелів, дегустаційних залів, доріг, що призводить до знищення природних територій, порушує баланс екосистем.

Для мінімізації шкоди гастрономічного туризму необхідні відповідні екологічні стратегії. Вони, зокрема, передбачають наступні цілі: впровадження концепції "Zero Waste" (використання усіх частин продуктів), пожертвування невикористаної їжі благодійним організаціям, раціональне управління запасами і ресурсами із використанням сучасних ІТ-технологій; перехід на екологічну упаковку (з біорозкладних матеріалів), мотивацію туристів приносити власну тару для їжі на фестивалях; бюджетну підтримку локального та органічного виробництва, відмову від використання для їжі рідкісної флори і фауни; відмова від фаст-фуду на користь традиційних страв із натуральних інгредієнтів; інформування туристів про вплив харчових звичок на екологію; «екологічну» сертифікацію ресторанів. Завдяки цим заходам гастрономічний туризм може стати стійким та відповідальним, зберігаючи природу для майбутніх поколінь.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ТА ЗАХОДИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОТЕНЦІАЛУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

3.1. Стратегічні напрями розвитку потенціалу гастрономічного туризму у Карпатському регіоні

Проведені нами дослідження засвідчили, що Карпатський регіон України має значний потенціал для розвитку гастрономічного туризму і може успішно конкурувати у цій ніші із провідними європейськими туристичними дестинаціями. Однак, проблема реалізації цього потенціалу насамперед пов'язана із нерівномірною концентрацією туристичних ресурсів та недостатніми організаційними зусиллями щодо популяризації автентичної кухні тих територій, які віддалені від усталених туристичних напрямів. До вагомих проблем також належать: недостатня промоція окремих регіонів з цікавими гастрономічними традиціями, нерозвиненість туристичної інфраструктури, низька підприємницька активність населення, висока чутливість до негативного впливу факторів зовнішнього середовища.

Зазвичай гастротуристичні маршрути в Україні загалом та Карпатському регіоні зокрема є популярними за умови, що вони поєднуються з певною культурно-пізнавальною програмою, відпочинком чи оздоровленням в межах тих туристичних дестинацій, які користуються попитом широко кола відвідувачів. Дуже рідко вони є окремим предметом туристичної подорожі, як це практикується у багатьох країнах світу.

На наш погляд, низька ефективність реалізації потенціалу гастрономічного туризму у межах Карпатського регіону зумовлені відсутністю стратегічного підходу до розвитку цього сегменту туристичного ринку. Необхідність такого підходу зумовлена тим, що досліджувана сфера є комплексною, багатофакторною та взаємопов'язаною з різними галузями економіки та соціальної політики. Зокрема, гастрономічний туризм поєднує ресторанний бізнес, агровиробництво, транспортну та готельну інфраструктуру, маркетинг, культуру та екологію. Без

стратегічного планування неможливо забезпечити ефективну взаємодію між цими секторами та забезпечити стабільність розвитку.

Саме стратегічний підхід дозволяє забезпечити стабільний потік інвестицій, розвиток малого та середнього бізнесу, створення нових робочих місць і зростання доходів регіону за рахунок туристичної діяльності. Без чіткої стратегії розвиток гастрономічного туризму може бути хаотичним, фрагментарним і короткотривалим. Окрім того, для ефективного розвитку гастрономічного туризму необхідна узгодженість дій усіх суб'єктів туристичного ринку на місцевому, регіональному та національному рівнях.

Обґрунтування стратегічних напрямів розвитку гастрономічного туризму у Карпатському регіоні потребує оцінки факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, які формують можливості зростання галузі чи, навпаки, перешкоди, які потрібно буде долати, залучаючи для цього додаткові ресурси. Методологічним інструментарієм такої оцінки є SWOT-аналіз. Результати застосування цього методу у рамках нашого дослідження ілюструє табл. 3.1

Як бачимо, потенційні можливості подальшого розвитку гастрономічного туризму у Карпатському регіоні України визначаються тими умовами, які вже сприяють популяризації цього напрямку в умовах сьогодення. Їх основу, передусім, складає унікальна комбінація природних, антропогенних та соціально-економічних ресурсів, яка не зустрічається в жодному іншому регіоні України. Чималу роль відіграє й досить сприятливе географічне розташування – в межах географічного центру Європи, на перетині важливих європейських торговельних шляхів та на території, яка в певні історичні періоди входила до складу різних європейських держав. Це сприяло асиміляції різних народів та переплетенню їхньої культурної спадщини. І сьогодні сусідство Карпатського регіону з чотирма країнами ЄС (Польщею, Угорщиною, Словаччиною, Румунією) є важливою передумовою транскордонного співробітництва щодо розвитку різних перспективних напрямів туризму, в тому числі й гастрономічного. Мова йде не лише про збільшення туристичного потоку за рахунок іноземних туристів, але й формування інтегрованих транскордонних гастрономічних маршрутів та інших спільних проєктів розвитку туристичної сфери.

Таблиця 3.1 - SWOT-аналіз розвитку потенціалу гастрономічного туризму у Карпатському регіоні України.

| Сильні сторони (Strengths) | Слабкі сторони (Weaknesses) |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Унікальна гастрономічна спадщина регіону, що проявляється великому різноманітті традиційних страв, а також поєднанні національної кухні з кулінарними традиціями інших країн; • Екологічна чистота природного середовища та його унікальні кліматичні характеристики для виробництва специфічних продуктів; • Розвиток локального крафтового виробництво окремих продуктів за автентичними технологіями; • Збережені унікальні кулінарні традиції та звичаї, старовинні рецепти та способи приготування страв; • Багата історико-культурна спадщина регіону, наявність широко спектру рекреаційних ресурсів та туристичних атракцій; • Багатонаціональний та етнокультурний склад населення регіону; • Розвинута фестивальна культура; • Наявні умови для поєднання гастротуризму з активним відпочинком; • Значна туристична привабливість Карпат, Львова та інших дестинацій регіону; • Близькість до кордонів з країнами ЄС (Польщею, Угорщиною, Словаччиною, Румунією), що сприяє міжнародному туризму | <ul style="list-style-type: none"> • Недостатній рівень розвитку туристичної інфраструктури в окремих областях регіону (обмежена кількість якісних ресторанів локальної кухні, готелів високого рівня, якісних доріг тощо); • Відсутність єдиного підходу до розвитку гастрономічного туризму в регіоні; • Недостатнє заохочення локальних виробників крафтових продуктів харчування до активної участі у програмах гастротуризму; • Недосконала рекламна та маркетингова стратегія просування гастротуризму, низький рівень популяризації традиційної карпатської чи львівської кухні за межами регіону; • Низький рівень туристичного сервісу невідповідність якості послуг міжнародним стандартам та їхній високій вартості; • Відсутність належного фінансування розвитку гастрономічного туризму з державного та місцевого бюджетів; • Недостатня кількість кваліфікованих фахівців у сфері гастротуризму, зокрема професійних кухарів, що спеціалізуються на локальній кухні, відсутність якісних навчальних програм їх підготовки; • Недостатній розвиток міжсезонних гастрономічних подорожей |
| Можливості (Opportunities) | Загрози (Threats) |
| <ul style="list-style-type: none"> • Розширення гастрономічних маршрутів та тематичних турів, поєднання гастро- та етнотуризму; • Брендинг регіональної кухні, локальних продуктів та туристичних дестинацій загалом; • Інтеграція Карпатського регіону до європейських гастрономічних маршрутів; • Залучення інвестицій в модернізацію та розбудову туристичної інфраструктури; • Створення потужних туристичних кластерів на шляхом інтеграції ресторанів, готелів, туроператорів та виробників крафтових продуктів; • Розвиток ресторанного бізнесу через франчайзингові моделі; • Отримання державних та міжнародних грантів на розвиток гастротуризму; • Значне збільшення туристичного потоку за рахунок популяризації гастротуризму | <ul style="list-style-type: none"> • Зростання популярності гастротуризму в сусідніх країнах та регіонах; • Зростання конкуренції зі сторони інших видів туризму; • Подальша депопуляція населення України через війну та демографічну кризу та зменшення ємності цього сегменту ринку; • Втрата автентичності регіональної кухні через комерціалізацію (модифікація рецептів, спрощення технологій, використання замість локальних продуктів дешевших замінників); • Зменшення попиту та нерентабельний турпотік через падіння доходів населення; • Підвищення податків для бізнесу; • Проблеми із залученням державних та приватних інвестицій в умовах війни; • Зменшення кількості носіїв автентичних кулінарних традицій, недостатня їхня передача наступним поколінням |

Водночас, можливості розвитку гастротуризму у регіоні, незважаючи на його величезний потенціал реалізуються не повністю. Це проявляється не лише у незначній кількості пропозицій гастрономічних турів туроператорами, але й у їхньому обмеженому змістовному наповненні. Навіть, якщо тур позиціонується як гастрономічний, кількість локацій щодо дегустації місцевих продуктів може обмежуватися двома-трьома, займаючи тим самим близько третини програми маршруту. До того ж, такі тури зазвичай є нетривалими у часі (переважно 1-2 дні). Ще одна проблема – певний сезонний характер цього виду туризму в Україні, прив'язка до періодів активного туризму (зима-літо) та, відповідно, недостатній розвиток міжсезонних гастрономічних турів. Зрозуміло, що ознайомлення із особливостями виробництва певних продуктів (наприклад, бринзи) можливе у певну пору року, однак при належному підході можна організувати різні типи гастрономічних маршрутів з відповідними атракціями, актуальними для кожної пори року. Для цього необхідно максимально залучати місцевих виробників локальних продуктів та суб'єктів ресторанного бізнесу до участі у регіональних програмах гастрономічного туризму.

Окрім того, важливо налагоджувати міжрегіональну та міжгосподарську співпрацю для формування комплексних гастротуристичних маршрутів відповідного тематичного спрямування, обміну досвідом, спільного вирішення організаційних та фінансових проблем розвитку туристичної сфери, формування інтегрованих структур - гастротуристичних кластерів - для ефективної взаємодії усіх суб'єктів туристичного бізнесу, органів державної влади, місцевого самоврядування та громадських організацій.

Одним із ключових інструментів популяризації гастрономічного туризму є формування потужних регіональних туристичних брендів, реєстрація географічного походження локальних продуктів для захисту від недобросовісної конкуренції. Також значного поліпшення потребує комунікація із потенційними споживачами як всередині країни чи регіону, так і за їх межами. Реалізації цієї мети сприяють сучасні маркетингові технології, різні форми реклами, цифрові канали поширення інформації, співпраця з медійними особами.

Як було встановлено у ході дослідження, однією із слабких сторін реалізації потенціалу гастрономічного туризму є низький рівень кадрового забезпечення цієї сфери, зокрема кваліфікованих кухарів, менеджерів та маркетологів. Кадровий голод у свою чергу спричиняє низьку якість сервісу та невідповідність якості послуг міжнародним стандартам та їхній ціні. Вирішення цієї проблеми через відповідні освітні програми є однією із стратегічних цілей розвитку галузі.

У контексті основних загроз розвитку гастрономічного туризму в регіоні передусім необхідно відзначити подальшу тривалість російсько-української війни. Остання, через безпекові ризики, не лише обмежує потік туристів з-за кордону, а й призводить до втрати людського потенціалу всередині країни. Війна спричиняє міграцію населення (особливо молоді) закордон, мобілізацію значної частини громадян; робить ризиковим процес інвестування у туристичну інфраструктуру, прискорює інфляцію та падіння доходів населення, через що скорочується попит на туристичні послуги; скорочує бюджетні видатки на соціальну сферу та змушує уряд підвищувати податки.

Також однією з головних загроз є поступова втрата гастрономічної спадщини регіону. Вона має як демографічну складову (вимирання носіїв давніх традицій, міграція за кордон), так і соціальну (відсутність належної передачі традицій майбутнім поколінням через зміну соціальних пріоритетів молоді) та економічну - зумовлену втратою автентичності регіональної кухні через її надмірну комерціалізацію. Загострення конкуренції між суб'єктами ресторанного бізнесу, прагнення зробити свій продукт відмінним від інших та більш доступним для кінцевого споживача призводить до модифікації оригінальних рецептів та способів приготування страв, використання дешевих інгредієнтів-замінників. Часто у закладах, які позиціонують себе як автентичні подають нетипові для місцевої кухні страви: піццу, суші, устриці тощо.

Через скорочення фінансування та туристичного потоку значно зменшилася в останні роки кількість гастрономічних та етнографічних фестивалів, що також призводить до втрати традицій і взаємозв'язку між поколіннями.

Тому стратегічно важливим завданням є збереження та примноження

регіональної гастрономічної спадщини.

Таким чином, за підсумками SWOT – аналізу можна окреслити низку стратегічних напрямів розвитку потенціалу гастрономічного туризму у Карпатському регіоні України, які проілюстровані на рис. 3.1.

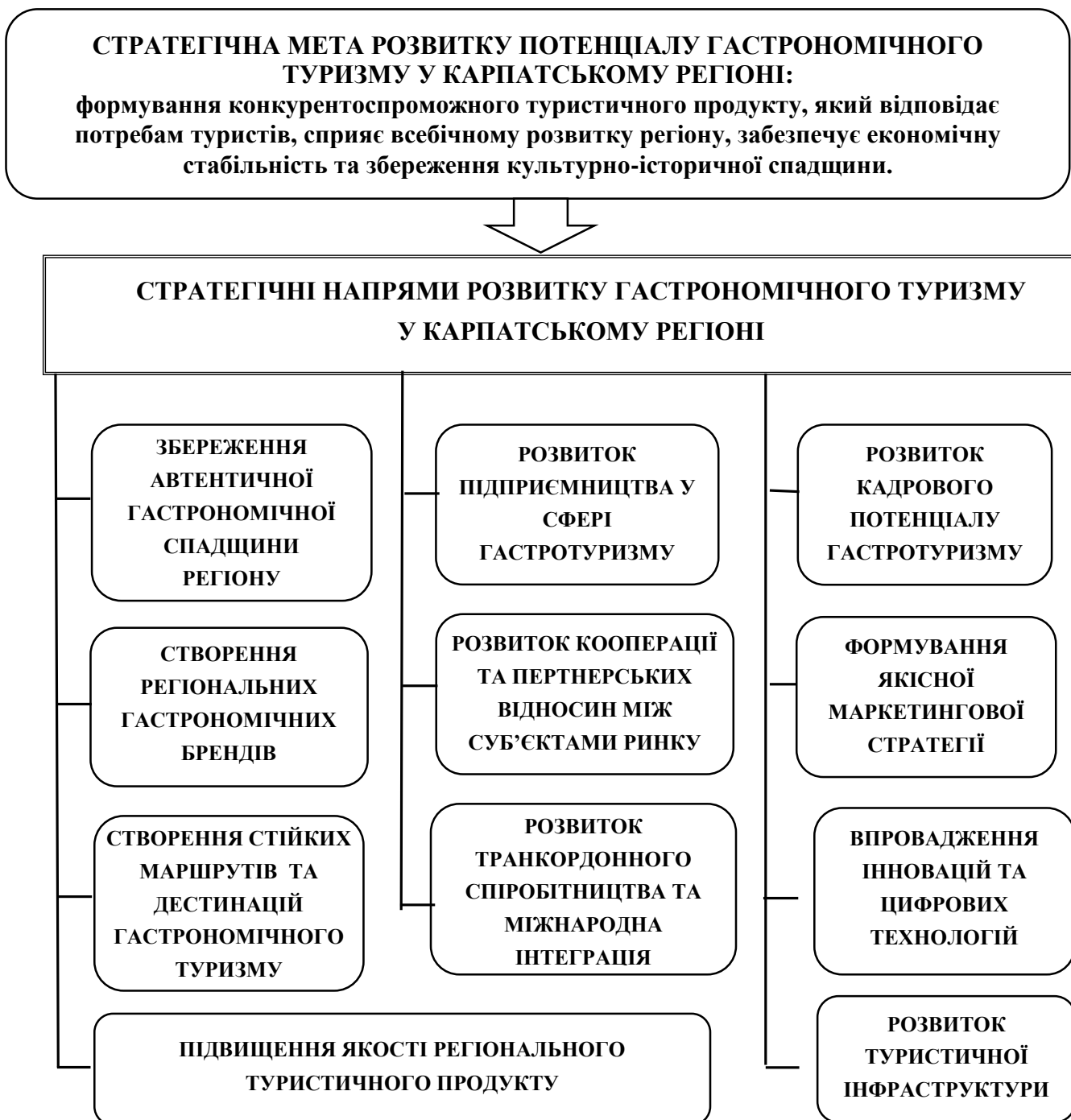


Рис. 3.1 – Стратегічні напрями розвитку гастрономічного туризму у Карпатському регіоні України*

*Розроблено автором

Кожна із означених стратегічних напрямів розвитку потенціалу гастрономічного туризму передбачає формування відповідних операційних цілей та комплексу дій, які в рамках окремих напрямів можуть переплітатися.

Зокрема, стратегічна ціль «Збереження автентичної гастрономічної спадщини регіону» передбачає наступні дії:

- дослідження та документування гастрономічної спадщини, створення бази даних автентичних страв та кулінарних традицій;
- створення етнокультурних музеїв гастрономічного спрямування (наприклад «Музей їжі», «Музей гастрономічної культури Карпатського регіону (Гоцувщини, Бойківщини тощо);
- організацію і проведення подієвих заходів (фестивалів, виставок, майстер-класів), які популяризують гастрономічні традиції регіону;
- державну та місцеву фінансова підтримка виробництва локальних продуктів за традиційними технологіями;
- популяризацію історичних страв у ресторанах та кафе регіону;
- популяризацію регіональних кулінарних традицій у школах, університетах (через відповідні освітні програми) та туристичних центрах;
- розробку державних програм із захисту та розвитку регіональної гастрономічної спадщини

У рамках реалізації стратегічного напрямку «Створення регіональних туристичних брендів» основними кроками є:

- ідентифікація унікальних гастрономічних особливостей регіону, як основи бренду;
- розробка концепції та візуального оформлення бренду в історико-культурному контексті певної території (логотипу, упаковки, маркування для локальних продуктів;
- офіційна реєстрація гастрономічного бренду та географічного зазначення назв локальних продуктів для їх захисту на ринку і приваблення споживачів;
- активне просування (промоція) регіональних брендів через маркетингові канали комунікації, подієві заходи, туристичні компанії, соціальні мережі та блогосферу.

Напряма «Створення стійких маршрутів та дестинацій» гастрономічного туризму передбачає комплекс дій:

- дослідження та вибір потенційних локацій (ресторанів, кав'ярень, гастрономічних ринків, ферм, виноробень, пивоварень тощо);
- залучення місцевих гастропідприємств;
- безпосередня розробка маршрутів та програм;
- маркування гастрономічних маршрутів, видання гастропутівників;
- активна промоція та маркетинг гастрономічних маршрутів;

Реалізація зазначеного напряму потребує вивчення передового зарубіжного та вітчизняного досвіду організації подібного роду маршрутів. Особливих успіхів у цьому досягли такі країни як Франція, Італія, Іспанія, Греція, Хорватія, Словенія. Тут ці маршрути навіть поділяються за тематичною спрямованістю: дороги вина, дороги сиру і вина, дороги смаку (рибні, медові, оливкові, сирні, фруктово-ягідні тощо) [12].

В Україні ж одним із перших маркованих і офіційно зареєстрованих гастрономічних маршрутів є «Дорога вина та смаку української Бессарабії». На зразок цього доцільним є створення таких маркованих гастрономічних маршрутів з певною тематичною прив'язкою в областях чи окремих етнічних районах Карпатського регіону. У перспективі їх можна об'єднати у єдиний «Карпатський гастрономічний шлях».

Заслуговує на увагу у досвід окремих європейських країн щодо створення гастрономічних міст. У Карпатському регіоні на такий статус претендує, передусім, м. Львів, на базі якого можна було б створити локальний бренд (Наприклад «Львів гастрономічний» або «Львівська кухня»). А окремі етнографічні регіони «Закарпаття», «Гуцульщина», «Бойківщина», а також великі туристичні комплекси (на зразок курорту «Буковель») можуть претендувати на статус гастрономічної дестинації.

Водночас, реалізація проєктів щодо створення регіональних гастрономічних брендів чи маршрутів потребує підвищення якості регіонального туристичного продукту. Передусім, це передбачає розробку стандартів якості регіональних

(локальних) продуктів, їхню сертифікацію відповідно до міжнародних вимог (в т.ч. сертифікацію самих виробників); реєстрацію географічноо зазначення (для підтвердження унікальності цих продуктів); забезпечення контролю за умовами виробництва за відповідністю продуктів стандартам безпечності та якості. Відповідно до сучасних стандартів обслуговування Маршрут не може включати нелегальних або несертифікованих виробників, оскільки це ускладнює забезпечення належного рівня сервісу, гарантування харчової безпеки туристів та перешкоджає довірним відносинам туристичних операторів з такими локаціями [12]. Саме через нелегальний статус багатьох виробників автентичних продуктів Закарпаття та Івано-Франківщини, потенціал створення у регіоні різноманітних гастромашрутів тут реалізується на дуже низькому рівні.

Наступною у переліку стратегічних та оперативних цілей реалізації потенціалу гастрономічного туризму є розвиток підприємництва, орієнтованого на цю сферу. Вона мстить такі компоненти:

- фінансову підтримку місцевих гастрономічних підприємств, закладів харчування, садіб зеленого туризму (бюджетні субсидії, гранти, пільгові кредити для розвитку бізнесу);

- створення сприятливого середовища для розвитку бізнесу (спрощені процедури реєстрації, надання земельних ділянок, податкові пільги, правова, інформаційна та консалтингова підтримка);

- стимулювання інновацій (конкурси на кращі проєкти, грантове фінансування)

Органічним доповненням до стимулювання розвитку підприємництва є напрям, пов'язаний із розвитком міжгосподарської кооперації, інтеграції та налагодження партнерських відносин між представниками туристичного бізнесу, владними органами та громадськістю. Це передбачає:

- створення кластерів гастрономічного туризму, що об'єднують виробників, заклади харчування, готелі, екосадиби та туристичні компанії;

- розробку державних та приватних програм підтримки місцевих гастрономічних ініціатив (проєктів), їхнє фінансування на засадах державно-приватного партнерства;

- участь громадських організацій у промоції туристичних маршрутів, брендів та інших формах просування локальних продуктів на ринок.

Така співпраця дозволить: спільно розробляти гастрономічні маршрути та тури, формувати єдині стандарти якості продукції та сервісу, налагоджувати прямі поставки локальних продуктів у ресторани та гастромаркети; здійснювати ефективний брендинг регіональних продуктів та туристичних маршрутів, ефективно організовувати гастрономічні заходи (фестивалі, ярмарки); формувати єдину маркетингову стратегію для популяризації регіональної гастрономічної спадщини; брати участь у розвитку туристичної інфраструктури.

Водночас, розвиток кооперації з міжнародними гастрономічними асоціаціями, дозволить забезпечити обмін досвідом та впровадження новітніх гастрономічних трендів.

Стратегія розвитку транскордонного співробітництва з країнами ЄС передбачає:

- партнерство із національними та міжнародними гастрономічними організаціями та асоціаціями.
- спільну реалізацію міжнародних проєктів розвитку гастрономічного туризму;
- участь у міжнародних гастрономічних фестивалях, виставках, форумах та конференціях;
- створення транскордонних гастрономічних маршрутів.

Стратегічне значення для розвитку гастрономічного туризму у Карпатському регіоні має збереження та примноження людського і соціального капіталу, як основи його кадрового потенціалу. Оперативними цілями при цьому є:

- формування системи професійної освіти у сфері гастрономічного туризму (освітні програми у ЗВО, курси, дуальна освіта);
- організація тренінгів, майстер-класів та стажувань для персоналу гастрономічних закладів;
- стимулювання молоді до зайнятості та розвитку підприємницьких навичок у сфері гастрономічного туризму;
- підвищення рівня культури сервісу та гостинності.

Вкрай важливою для реалізації потенціалу гастрономічного туризму є

якісна маркетингова стратегія, що передбачає впровадження інноваційних підходів маркетингового менеджменту та активне використання цифрових технологій (е-маркетингу та e-commerce). Її складові ілюструє рис. 3.2.



Рис. 3.2 – Основні складові маркетингової стратегії розвитку потенціалу гастрономічного туризму Карпатського регіону

Сучасні інноваційні підходи у просуванні пропозицій гастрономічного туризму полягають у: створенні офіційних туристичних сайтів дестинацій та міст із гастрономічними локаціями, пропозиціями гастрономічних турів тощо; активному використанні соціальних мереж (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube) для просування гастрономічних турів та продуктів; співпраці з гастро-блогерами, інфлюенсерами, тревел-журналістами для популяризації регіональної кухні; використання Google Maps, Tripadvisor, Booking.com для просування ресторанів, готелів та дегустаційних комплексів.

Реалізація останнього стратегічного напрямку розвитку потенціалу гастрономічного туризму інфраструктурного передбачає активне залучення державних і приватних інвестицій, а також розвиток державно-приватного партнерства щодо фінансування певних інфраструктурних проєктів.

Розробка дієвої стратегії розвитку гастрономічного туризму дозволить значно ефективніше використовувати наявний потенціал Карпатського регіону та сприяти його економічному зростанню.

3.2. Перспективи підвищення ефективності реалізації потенціалу гастрономічного туризму у Карпатському регіоні

У ході досліджень нами було встановлено, що попри значний потенціал для розвитку гастрономічного туризму, ефективність його використання залишається вкрай низькою. Це проявляється як низьких показниках залучення відповідних ресурсів до господарського обороту, вкрай низькій порівняно із європейськими країнами кількості і якості пропозицій гастрономічних турів, так у незадовільних у фінансово-економічних результатах багатьох суб'єктів ресторанного бізнесу. Навіть ті туристичні дестинації, які сьогодні можна вважати центрами гастрономічного туризму – такі як м. Львів, Івано-Франківщина, Закарпаття далеко не повністю реалізують свій потенціал, не говорячи вже про регіони де туризм загалом не надто розвинутий. Наприклад, у Львові туроператорами зазвичай пропонуються гастрономічні тури, пов'язані зі споживанням кави, шоколаду, пива. Хоч насправді кулінарна традиція міста пов'язана із набагато більшою кількістю продуктів, в тому числі й локальних.

Вирішення означеної проблеми лежить не лише у площині формування цілісної стратегії розвитку гастрономічного туризму у регіоні та програми дій щодо її реалізації, але й поліпшення організаційно-економічного забезпечення використання потенціалу досліджуваного виду туризму. Під ним розуміємо сукупність заходів, інструментів та механізмів, спрямованих на ефективне функціонування та розширення гастрономічного туризму як складової туристичної індустрії. Воно охоплює організаційні, фінансові, інфраструктурні, нормативно-правові та маркетингові аспекти.

Зрозуміло, що в складних умовах сьогодення, спричинених російським вторгненням, надзвичайно складно задіяти усі організаційно-економічні, а особливо фінансові механізми розвитку гастротуризму. Однак, навіть доклавши мінімальних організаційних зусиль та застосувавши креативні підходи можна істотно поліпшити ефективність використання потенціалу цієї сфери за рахунок уже задіяних ресурсів.

Особливу увагу, у цьому контексті необхідно звернути на Львів. На наш погляд, він може стати не просто своєрідною «Меккою» гастрономічного туризму в Україні та, навіть, у Європі, але й прикладом реалізації надзвичайно успішних гастрономічних проєктів, які можна масштабувати на весь регіон.

Приклад гастрономічних закладів Львова, зокрема тих, які входять у Холдинг емоцій «!FEST» засвідчує, що увагу туриста привертає не тільки спеціалізація ресторану на автентичній кухні, але й відповідна концепція та дизайн інтер'єру. Про це, зокрема, свідчить популярність таких закладів серед туристів, яку опосередковано можемо оцінити за кількістю відгуків в інтернеті. Наприклад, один із перших закладів холдингу «Криївка» станом на сьогодні має 29,6 тис. відгуків у Google (із середньою оцінкою 4,6); «Реберня біля Арсеналу» - 25 тис. відгуків (4,7); «Львівська майстерня шоколаду» - 23 тис. відгуків (4,7), «Гасова лампа» - 16,0 тис. відгуків (4,6). Аналогічно, «Ресторація Бачевських» – понад 15 тис. відгуків (4,7); «Кумпель» – близько 5,0 тис. відгуків (4,4).

Загалом Холдинг емоцій «!FEST» уже можна розглядати як приклад міського гастрономічного кластеру, який включає у себе не лише заклади харчування, але й готелі, виробничі підприємства, сувенірні крамниці тощо. На його ресурсній та інфраструктурній базі можна створювати декілька гастрономічних маршрутів у межах міста. Але також заклади холдингу можуть бути включені у програми гастрономічних турів із залученням інших атракційних гастрономічних локацій Львова. Стосовно холдингу «!FEST», то у межах його закладів пропонуємо створити комплексний оглядовий туристичний маршрут «ГастроFEST» із відвідуванням кожного закладу холдингу та дегустації однієї зі страв.

Попри це, зважаючи на значний потенціал цієї компанії вважаємо за доцільне сформувавши пропозиції декількох турів відповідного тематичного спрямування, які охоплюватимуть 5-7 локацій, а також створити інформаційний ресурс, який би дозволив зацікавленим групам туристів чи окремим подорожуючим формувати індивідуальне наповнення турів через соцмережі. Завдяки такому інфоресурсу можна буде започатковувати екскурсійні тури за принципом більшості голосів, планувати час їх проведення, а також формувати індивідуальні пропозиції для клієнтів.

Перевагами холдингу є наявність власних готелів, завдяки чому гастротур може бути розтягнутим у часі (впродовж 2-3 днів), адже в одному закладі з його пізнавальними та розважальними атракціями турист може провести декілька годин. Окрім того, заклади холдингу «!FEST» можуть бути частиною розширених гастротурів тематичного спрямування, які пропонуються різними туропреаторами.

Наприклад, однією з таких, уже розроблених пропозицій є маршрут «Гастрономічний Львів» з дегустацією львівської, карпатської, галицької, австрійської, польської, єврейської та інших кухонь. До маршруту входять 10 ресторанів, з яких п'ять представляють компанію «!FEST». Однак структура цього маршруту не відповідає його рекламі та ринковому позиціонуванню.

У табл. 3.2 наведені пропоновані нами тематичні гастрономічні тури, що охоплюють найпопулярніші ресторани Львова

Таблиця 3.2 – Пропозиція гастрономічних турів тематичного спрямування у м. Львові (проект)

| Назва туру | Основні локації |
|--------------------------------|---|
| Аристократичні смаки Львова | Ресторація Бачевських – Найдорожча ресторація Галичини- Grand Cafe Leopold – Амадеус- Атлас- Valentino |
| Європейські смаки Львова | Grand Cafe Leopold – Valentino - Mons Pius- Vienna Coffee House - Сицилійський дворик- Dr. Ink |
| Львівські настоянки | Настоянки зі Львова-Ресторація Бачевських-П'яна вишня-Мазох-café- Підпільний Кіндрат- Гасова лямпа- Dr. Ink- Галицька алхімія |
| М'ясний гастро-тур | Реберня – Перша львівська грильова ресторація м'яса та справедливості – Wona- ForRest meat club- П'яте підземелля - Чесне м'ясо |
| Пивний Львів | Пивний дім Роберта Домса- Кумпель- Старгород- пивоварня Pravda – ресторан Pravda Craft&Beer |
| Львів шоколадний | Львівська майстерня шоколаду-SHOco-кафе «Вероніка»- Кондитерська аптека Іонових “Під золотою зіркою” |
| Львів кавовий | Львівська копальня кави-Світ Кави-Vienna Coffee House- Black Honey-SHOco- Вірменка |
| Історичний присмак Львова | П'яте підземелля -Криївка-Ресторація Бачевських – Citadell Inn, Кумпель – Пструг, хліб та вино |
| Веганський Львів | Green- OM NOM NOM- Vegano Nooligano |
| Солодкий Львів | Львівська майстерня шоколаду – Львівські пляцки – Цукерня - Кондитерська аптека Іонових “Під золотою зіркою” |
| Романтичний гастро-тур | Grand Cafe Leopold - Мазох-café- Valentino - Mons Pius- Vienna Coffee House |
| Екзотичні смаки Львова | Chin-Chin, - RAMEN MO - NOA Asia Special Lviv- Beirut Hall-3 країни, 3 страви, 3 смаки - Kim Kimchi Korean BBQ - Пані Фріда. |
| Середземноморські смаки Львова | Мезе & Wine, «Я Грек», «CentAura», «Анчоусна від Чорноморки», «Бар Мушлі», «Балканський дворик», «KOLOS» |

Це лише незначна пропозиція маршрутів, які б можна було реалізувати, опираючись на потенціал гастрономічних закладів Львова.

За аналогічним принципом доцільним є формування гастрономічних маршрутів в інших туристичних DESTИНАЦІЯХ КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ.

Для ефективного використання потенціалу гастрономічного туризму вкрай важливим є належне інформаційне забезпечення. Це передусім важливо для того, щоб кожен турист зміг зорієнтуватися у величезному різноманітті гастрономічних закладів, завчасно оцінити їхні меню на предмет відповідності його смакам, уподобанням та рівню доходів. Означена проблема потребує створення єдиного реєстру гастрономічних маршрутів, розробки мобільних додатків та цифрових платформ для їх популяризації. Також, доцільно створювати інтерактивні гастрономічні карти окремих туристичних DESTИНАЦІЙ РЕГІОНУ, на яких можна позначати не лише маршрути, а й окремі заклади. За зразок можна взяти карту, розроблену для етнографічного регіону «Придунайська Бессарабія» (рис. 3.3).



Рис. 3.3 - Дизайн гастрономічної карти на прикладі етнографічного регіону «Придунайська Бессарабія» [12]

За допомогою Qr-коду турист може отримати характеристику кожного закладу, його меню і вирішити, чи включати його в обраний для себе гастрономічний маршрут.

Важливим маркетинговим кроком у контексті популяризації гастрономічної спадщини Карпатського регіону може бути співпраця із відомим travel-блогерами, шеф-кухарями та рейтинговими кулінарними проєктами. Зокрема, медійними особами, які можуть популяризувати регіональну кухню можуть бути: блогер Дмитро Комаров, кухар Дмитро Клопотенко, а кулінарними проєктами – шоу «Майстер-шеф», «Пекельна кухня» тощо. Випуски цих програм можна організувати на базі гастрономічних закладів регіону, включивши у конкурсну програму приготування саме автентичних страв.

У ході дослідження нами також було визначено шляхи зміцнення потенціалу ресторанного бізнесу у Карпатському регіоні України та прискорення розвитку ресторанних турів (рис. 3.4).

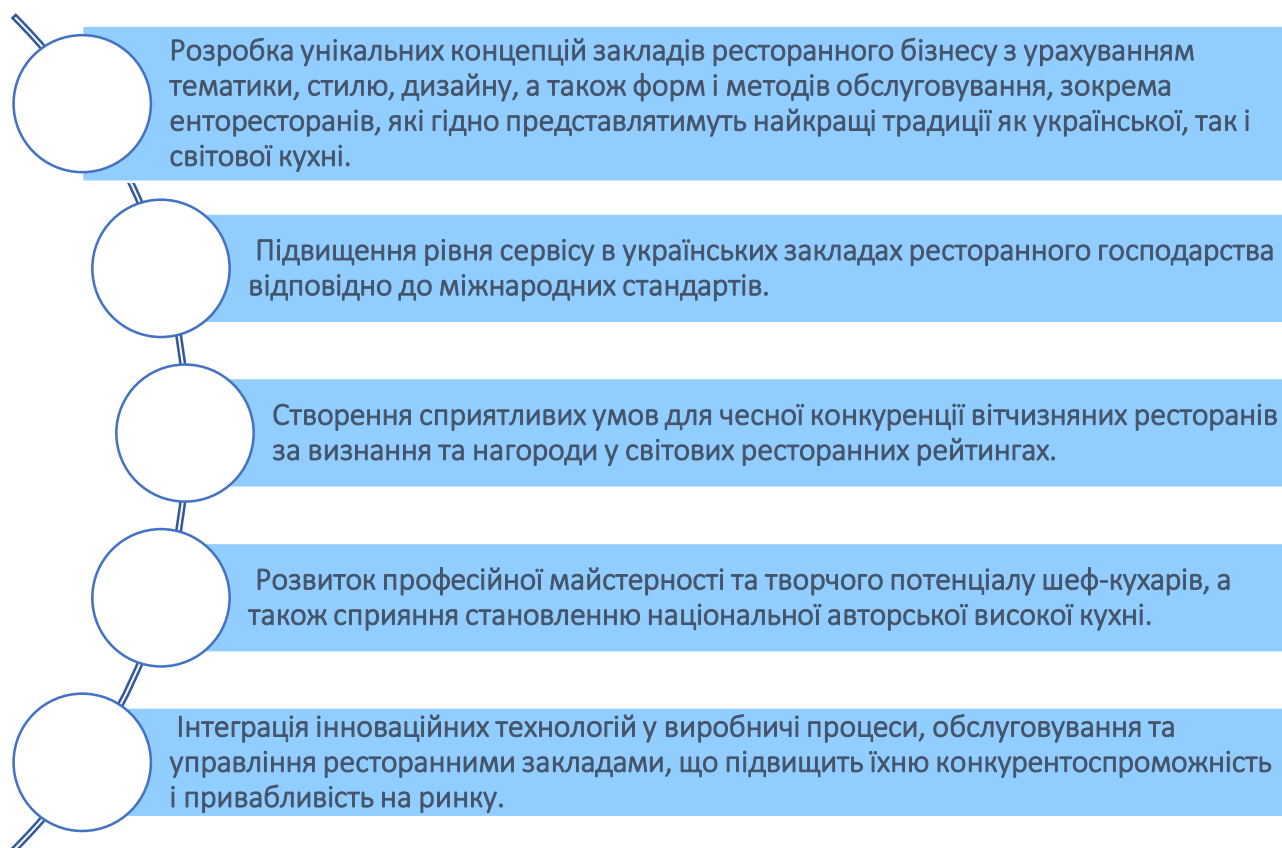


Рис. 3.4 – Напрями зміцнення потенціалу ресторанного бізнесу Карпатського регіону України

Ключову роль у розвитку гастрономічного туризму у Карпатському регіоні України, на наш погляд може відіграти франчайзингова модель масштабування бізнесу.

Ця бізнес-модель передбачає передачу власник успішного бренду (франчайзером) права використання своєї концепції, технологій, стандартів обслуговування та маркетингових стратегій іншим підприємцям (франчайзі). При цьому франчайзер надає навчання, методичні вказівки, консультаційну підтримку, централізовану систему бронювання та рекламні матеріали. А франчайзі фактично використовують перевірену бізнес-модель та бренд, що дозволяє забезпечити стабільну якість послуг та унікальний досвід для туристів. За цим принципом сьогодні розширюють свою присутність на гастрономічному ринку такі заклади як: «Львівська майстерня шоколаду» (на національному рівні), «П'яна вишня», «Львівські круасани» (на місцевому рівні). Вважаємо за доцільне масштабування у Карпатському регіоні бізнес-моделі таких закладів, як «Криївка» (у місцях, де був поширений повстанський рух), «П'яте підземелля» (відкриття закладів у підвалах середньовічних замків»), «Бойківська гостина» (у етнографічному районі Бойківщина); «Пструг, хліб і вино» (у етнорайонах Гуцульщина, Закарпаття) тощо.

Інноваційними маркетинговими інструментами приваблення туристів до гастрономічних закладів в умовах сьогодення, на наш погляд можуть бути: акцент на концепції сталого розвитку та здорового харчування (органічні продукти, веганська їжа, екологічно чисті технології приготування страв тощо), облаштування станцій заряджання електромобілів біля ресторанів, розвиток сервісів он-лайн бронювання ресторанів тощо.

Для популяризації гастрономічної спадщини Карпатського регіону також доцільно створити: регіональний реєстр закладів ресторанного господарства які відповідають високим стандартам обслуговування та пропонують страви високої авторської чи національної кухні, в т.ч за автентичними рецептами, локальних виробників крафтових продуктів; електронні гастрономічні путівники по Карпатському регіону з акцентом на визначні заклади ресторанного бізнесу; календар гастрономічних фестивалів, семінарів та конференцій; тематичний сайт гастрономічного туризму для посилення інформаційно-комунікаційної взаємодії з потенційними клієнтами.

РОЗДІЛ 4

ОХОРОНА ПРАЦІ

4.1. Аналіз стану охорони праці і заходи покращення виробничої санітарії і гігієни праці

Охорона праці - комплекс заходів з техніки безпеки, виробничої санітарії та гігієни, протипожежної техніки. Здійснення цих заходів у ресторанах забезпечує створення нормальних умов роботи на всіх ділянках виробництва на науково - гігієнічної та технічній основі.

Дослідження стану охорони праці у сфері гастрономічного туризму проведене на прикладі готельно-ресторанного комплексу «Над Прутом» у м. Яремче Івано-Франківської області.

Відповідальність за організацію охорони праці у закладі несе його керівник (власник) та інженер з охорони праці.

У досліджуваному закладі з усіма працівниками регулярно проводяться інструктажі, навчання з питань охорони праці, пожежної безпеки, з надання першої медичної допомоги потерпілим від нещасних випадків, правил поведінки при виникненні аварії, евакуації відвідувачів під час повітряних тривог тощо.

Ввідний інструктаж проводять для тих людей, які вперше приймаються на роботу у даний заклад, у ході якого знайомлять із комплексом, розповідають про організацію роботи, техніку безпеки, режим роботи тощо. На робочому місці проводять первинний інструктаж, при якому знайомлять зі специфікою роботи на даному місці, технікою безпеки, організацією роботи. Проводять також повторний інструктаж двічі на рік, та цільовий інструктаж - при переміщенні працівника з одного робочого місця на інше.

Інструктажі складає і проводить інженер з охорони праці, інструктовані особи розписуються про його проходження у журналі.

Усі працівники готельно-ресторанного комплексу проходять медогляд. Він проводиться як при влаштуванні на роботу (попередній медогляд) так і під час роботи (періодичний медогляд). При ухиленні працівника від обов'язкового

медичного огляду він притягується до дисциплінарної відповідальності та зобов'язаний відсторонити його від роботи.

Медичні огляди проводяться відповідними закладами охорони здоров'я, працівники яких несуть відповідальність згідно із законодавством за відповідність медичного висновку фактичному стану здоров'я працівника.

Правила охорони праці та пожежної безпеки готельно-ресторанного комплексу «Над Прутом» передбачають такі вимоги:

- працівники зобов'язані використовувати електроприлади та іншу електроапаратуру лише у справному стані, дотримуючись рекомендацій виробника;
- у разі виявлення несправностей електромереж, вимикачів, розеток, інших електроприладів або газового обладнання (за його наявності) необхідно негайно їх знеструмити та вжити заходів для забезпечення пожежної безпеки;
- у приміщеннях, де зберігаються горючі продукти, тара або упаковка, підключення засобів механізації дозволяється лише через триполюсні розетки із заземлювальним контактом;
- меблі та обладнання розташовуються так, щоб забезпечити евакуаційний прохід шириною не менше 1,35 м; двері повинні відкриватися назовні;
- працівники зобов'язані утримувати евакуаційні шляхи та виходи вільними від перешкод; транспортування продуктів і тари під час роботи повинно здійснюватися маршрутами, що не перетинаються з виходами для відвідувачів;
- зберігання товарів, речовин і матеріалів повинно враховувати їх фізико-хімічні властивості;
- товари та матеріали складуються на стелажах або в штабелях із проходами не менше 1 м між ними та відстанню до стін не менше 0,8 м;
- персонал зобов'язаний підтримувати чистоту у приміщеннях закладу, а горючі відходи своєчасно видаляти у спеціальні сміттєзбірники;
- усі працівники повинні вміти користуватися вогнегасниками та іншими первинними засобами пожежогасіння, а також знати їх місцезнаходження.
- персоналу забороняється складувати горючі матеріали на відстані менше 0,5 м від електричних світильників, 0,6 м від сповіщувачів автоматичної пожежної

сигналізації та 1 м від електрощитів;

- працівникам та відвідувачам забороняється курити та застосовувати відкритий вогонь у невідведених для цього місцях, палити відходи, пакувальні матеріали тощо.

Для безпеки процесів готування їжі та обслуговування споживачів офіціанти та бармени повинні дотримуватися наступних вимог техніки безпеки:

- дотримуватися порядок і черговість отримання готових страв з кухні при обслуговуванні споживачів;
- ставити страви на піднос тільки в один ряд;
- не носити столові прилади (ножі, виделки) у руках вістрям вперед, а використовувати для цього тарілку або піднос;
- відкривати пляшки тільки штопором або ключем;
- не заколювати одяг шпильками;
- не тримати в кишенях предмети гострі предмети або ті, які б'ються;
- регулярно перевіряти стан електричних апаратів і механізмів, приділяючи особливу увагу вмикачам, шнурам та розеткам.

Для поліпшення стану охорони праці у готельно-ресторанному комплексі «Над Прутом» доцільно запланувати наступні заходи:

- поліпшення організації роботи персоналу з охорони праці, його навчання, в частині надання першої домедичної допомоги, поводження з мінно-вибуховими предметами, правил евакуації;

- приведення стану електропроводки у відповідність до сучасних норм електробезпеки і можливих аварій в електромережі;

- встановлення сучасних автоматизованих системи пожежегасіння та автоматичного захисту від займання,

- покращення рівня забезпечення працівників засобами індивідуального захисту покращення санітарно-побутових умов у робочих кабінетах, закупівля додаткових дезинфікуючих засобів;

- своєчасна заміна на пожежних щитах вогнегасників, встановлення по два вогнегасники різних типів (пінні і порошкові) на кожному щиті.

4.2. Пожежна безпека

Пожежі на підприємствах громадського харчування можуть виникнути як через порушення заходів пожежної безпеки при проектуванні та будівництві виробничої будівлі, так і через недотримання протипожежного режиму, а саме:

- недотримання режимів ведення технологічного процесу при тепловій обробці продуктів;
- пошкодження виробничих ємностей, апаратури і трубопроводів;
- відсутність постійного нагляду за справністю тепло- і газовикористовуючого устаткування;
- несвоєчасне проведення ремонту виробничого обладнання або використання застарілого обладнання.

Загалом кухні закладів громадського харчування є головним джерелом пожежної небезпеки через наявність обладнання з відкритим полум'ям та гарячими поверхнями: газових плит, фритюрниць, мангалів, грилів, що працюють при високих температурах. Також у приміщеннях кухонь можуть знаходитися газові балони чи інші ємності з легкозаймистими матеріалами (оліями, жирами, спиртами тощо). А технологія приготування чи подачі окремих страв передбачає використання відкритого вогню на робочих поверхнях, у посуді чи безпосередньо у залі для відвідувачів. Це може спричинити контакт легкозаймистих матеріалів (скатертин, серветок, масла, алкоголю) із джерелами вогню. Посилюючими ризиками щодо цього є недостатня кваліфікація персоналу або недотримання ним правил пожежної безпеки.

Як показує практика, однією з найбільш розповсюджених причин виникнення пожеж на кухні є займання горючої пило-жирової суміші, яка накопичується в вентиляційних каналах, витяжних системах і системах димовидалення, якими оснащують приміщення. Її займання може відбутися внаслідок підвищення температури в системі (наприклад, від гарячого повітря або обладнання); потрапляння відкритого вогню або іскор. Наслідки займання включають швидке поширення вогню по всій системі, задимлення приміщення та пошкодження обладнання.

Для підтримання пожежної безпеки підприємство громадського харчування повинно здійснювати комплекс обов'язкових організаційних та експлуатаційних заходів. Ключовими із них є:

1) Розробка інструкцій з пожежної безпеки для персоналу, інструкцій для всіх вибухо- та пожежонебезпечних приміщень; визначення обов'язків посадових осіб, призначення відповідальних за пожежну безпеку окремих будівель, приміщень, ділянок, технологічного та інженерного устаткування, а також за утримання і експлуатацію технічних засобів протипожежного захисту;

2) Запровадження відповідного протипожежного режиму, затвердження порядку (системи) сповіщення людей про пожежу, ознайомлення з ним усіх працівників; складання планів (схем) евакуації людей у разі пожежі; забезпечення вільного доступу до евакуаційних виходів; маркування шляхів евакуації аварійним освітленням (з написом „Вихід”) з двома незалежними джерелами живлення;

3) Обладнання закладів пожежною сигналізацією та автоматизованими системами пожежогасіння; усіх приміщень – вогнегасниками різних типів (порошкові, пінні) у легкодоступних місцях; виробничих приміщень у місцях підвищеного ризику - протипожежними шторами та вогнестійкими дверми;

4) Регулярне очищення вентиляційних шахт та витяжок від жиркових відкладень, використання іскрогасників та фільтрів, що зменшують ризик займання;

5) Дотримання правил безпечного зберігання легкозаймистих матеріалів (газових балонів – у спеціальних вентильованих приміщеннях, рідин – у закритих металевих контейнерах подалі від джерел вогню);

6) Використання лише сертифікованого електрообладнання, періодична перевірка електропроводки, заборона використання несправного обладнання;

7) Дотримання правил поводження з відкритим вогнем: використання спеціальних жароміцних матеріалів біля плит та мангалів; контроль за смаженням продуктів у фритюрниці (не перегрівати масло); забезпечення спеціальних металевих контейнерів для використаної олії;

8) Періодична перевірка систем пожежогасіння та інструктування персоналу.

4.3.Інструкція з охорони праці та пожежної безпеки

Інструкція охорони праці та пожежної безпеки для менеджера ресторану

1. Загальні положення

- 1.1. Дана інструкція встановлює вимоги з охорони праці для менеджера ресторану.
- 1.2. Інструкцію з розроблено на основі законодавства України про охорону праці та з урахуванням вимог галузевих нормативно-правових актів.
- 1.3. Менеджер ресторану зобов'язаний дотримуватися правил внутрішнього розпорядку, вимог техніки безпеки, пожежної безпеки та санітарно-гігієнічних норм.
- 1.4. До роботи менеджером допускаються особи, які пройшли медичний огляд, вступний та первинний інструктажі з охорони праці.
- 1.5. Менеджер повинен знати та вміти використовувати засоби пожежогасіння, володіти навичками надання першої медичної допомоги.

2. Вимоги безпеки перед початком роботи

- 3.1. Підготувати робочі зону для безпечного виконання роботи: перевірити справність електрообладнання, систем вентиляції та освітлення, наявність і справність первинних засобів пожежогасіння (вогнегасників, пожежних кранів тощо). При виявленні несправності повідомити відповідального працівника або безпосереднього керівника про виявлені недоліки;
- 3.2. Переконатися, що евакуаційні виходи та шляхи не зашарашені;
- 3.3. Ознайомитися з розкладом роботи персоналу, перевірити наявність і справність засобів індивідуального захисту.

3. Вимоги безпеки під час роботи

- 3.1. Контролювати дотримання працівниками правил техніки безпеки.
- 3.2. Слідкувати за станом електроприладів, вентиляційної системи та системи водопостачання.
- 3.3. Контролювати дотримання персоналом правил використання відкритого вогню, електроприладів та газового обладнання.
- 3.4. Уникати конфліктних ситуацій із відвідувачами та персоналом, діяти відповідно до інструкцій.

3.5. Вчасно повідомляти відповідальних осіб про виявлені несправності або порушення.

3.6. У разі надзвичайної ситуації діяти відповідно до плану евакуації та надавати першу допомогу постраждалим.

4. Вимоги безпеки після закінчення роботи

4.1. Відключити електроприлади, освітлення та інші енергоспоживачі, що використовувались під час роботи.

4.2. Привести в порядок робоче місце, прибрати сміття і відходи.

4.3. Повідомити керівника робіт про порушення, що мали місце під час роботи.

5. Вимоги безпеки в аварійних ситуаціях і під час пожежі

5.1. В аварійній ситуації слід сповістити про небезпеку оточуючих людей і діяти відповідно до плану ліквідації аварій.

5.2. У разі пожежі негайно викликати пожежну службу (101), повідомити персонал і організувати евакуацію.

5.3. При виявленні витoku газу припинити подачу газу, повідомити аварійну службу (104) і евакуювати людей.

5.4. У випадку нещасного випадку надати першу медичну допомогу, викликати швидку допомогу (103) та повідомити керівництво.

5.5. При загрозі нападу або хуліганських дій викликати поліцію (102) та вжити заходів для забезпечення безпеки персоналу та гостей.

5.6. У випадку повітряної тривоги вжити невідкладних заходів щодо евакуації персоналу та відвідувачів і скерування їх у найближче укриття.

5.7. У ситуаціях, які загрожують життю та здоров'ю – покинути небезпечну ділянку.

6. Заключні положення

6.1. Інструкція переглядається та оновлюється не рідше ніж один раз на три роки.

6.2. Всі зміни та доповнення до інструкції доводяться до відома менеджера підпис.

6.3. Невиконання даної інструкції може призвести до дисциплінарної, адміністративної чи кримінальної відповідальності залежно від наслідків порушення.

ВИСНОВКИ

1. Гастрономічний туризм є одним з наймолодших, але досить перспективних видів туризму, що інтенсивно розвивається у світі. Порівняно із різними видами масового туризму він більшою мірою орієнтований на індивідуальні потреби мандрівників і спрямований на те, щоб дати можливість туристу відкрити для себе країну та її культурну спадщину через призму національної їжі.

2. Гастрономічний туризм поєднує у собі культурну, соціальну та економічну складову і характеризується низкою особливостей розвитку. Він органічно інтегрується з усіма іншими видами туризму, оскільки пов'язаний із задоволенням основної фізіологічної потреби людей – у їжі. Розвивається як у складі комплексних туристичних турів, так і як самостійний вид подорожей. Перевагою цього виду туризму над іншими є те, що потенціал та умови для його розвитку наявні практично в усіх країнах та регіонах. Крім того, його можна розвивати в усі пори року.

3. Доцільність розвитку гастрономічного туризму у регіонах України зумовлена тим, що він сприяє збереженню та популяризації національних кулінарних традицій, формуванню позитивного іміджу країни на світовому ринку туристичних послуг, розвитку місцевих громад і підприємництва, створенню додаткових робочих місць, розширенню інфраструктури ресторанного господарства, підвищенню обізнаності суспільства про місцеву кулінарну культуру.

4. Перспективи розвитку гастрономічного туризму визначаються його потенціалом, під яким розуміють сукупність природних, культурних, економічних, інфраструктурних та соціальних ресурсів, а також можливостей і умов, що забезпечують розвиток гастрономічного туризму в певному регіоні або країні. Він визначає масштаб і напрями розвитку гастрономічного туризму та його інтеграцію в загальну туристичну індустрію, сприяючи економічному зростанню, культурній ідентифікації та формуванню позитивного іміджу регіону.

5. Головні труднощі у просуванні гастрономічного туризму в Україні зумовлені значними масштабами території країни та відсутністю узгоджених дій між учасниками ринку. Національні гастрономічні продукти рідко просуваються

з акцентом на їхню унікальність, що призводить до одноманітності пропозицій у різних регіонах. Чимало областей України презентують схожі продукти, хоч кожен регіон має свої автентичні гастрономічні надбання, які могли б стати його кулінарною візитівкою. Це стримує розвиток гастрономічного туризму не лише на локальному, а й на регіональному та національному рівнях.

6. Карпатський регіон має величезний потенціал для розвитку гастрономічного туризму завдяки багатій кулінарній спадщині, екологічно чистим продуктам та активній фестивальній культурі. Окрім того, унікальне поєднання туристичних ресурсів приваблює широке коло як вітчизняних, так і зарубіжних туристів, які серед іншого прагнуть пізнати усі тонкощі регіональної кухні – від смакової ідентичної до історії виникнення та технологій приготування страв.

7. У контексті розвитку гастрономічного туризму важливе значення має його демографічний потенціал, що визначається, передусім, національним та етнічним складом населення, яке є носієм місцевих кулінарних звичаїв і традицій. Карпатський регіон – це справжній етнічний калейдоскоп, де переплелися українські, слов'янські, угорські, румунські та німецькі культурні особливості.

8. Одним із ключових чинників активізації гастрономічного туризму в окремому регіоні є не лише збережені кулінарні традиції, але й наявність розвинутої мережі ресторанів, кафе та інших об'єктів громадського харчування, а також закладів розміщення туристів, сільських зелених садиб тощо. Загальна кількість суб'єктів ресторанного бізнесу у Карпатському регіоні станом на кінець 2023р. склала 10185 одиниць, що становить 20,4% від загальної чисельності суб'єктів даного виду економічної діяльності по Україні. Найбільшим рівнем розвитку сфери надання послуг з організації харчування характеризується Львівська область, де сконцентровано 45,7% усіх суб'єктів підприємництва Карпатського регіону.

9. Пандемія Covid-19 та російсько-українська війна вкрай негативно вплинули на розвиток гастрономічного туризму к Карпатському регіоні, спричинивши як зменшення туристичного потоку, так і доходів та купівельної спроможності населення. Найменшим серед областей Карпатського регіону скорочення

середнього доходу суб'єктів ресторанного бізнесу було у Івано-Франківській області – на 42,6%, найбільшим – у Чернівецькій області – більш ніж у 5 разів.

Саме Івано-Франківська область, де знаходиться лєвова частка туристичних локацій Карпат, загалом зазнала найменшого негативного впливу зовнішніх чинників на інтенсивність використання туристичного потенціалу.

10. Впродовж 2020-2023 рр. сукупним фінансовим результатом підприємств ресторанного бізнесу був збиток. Однак, у звітному році його величина помітно зменшилася порівняно із трьома попередніми роками. Загальні негативні показники ефективності використання потенціалу гастрономічного туризму Карпатського регіону формують підприємства Львівської області

11. У сфері гастрономічного туризму Карпатського регіону України можна чітко виокремити три дєстинації, які користуються найбільшою популярністю серед туристів: м.Львів, Закарпаття, Карпати, зокрема регіони Гуцульщина та Покуття. Їхня популярність зумовлює необхідність вивчення досвіду організації гастрономічного туризму місцевими підприємцями, застосування ними сучасних технологічних, маркетингових та управлінських інновацій; характеристики особливостей меню та оформлення інтер'єру ресторанів.

12. Підвищення ефективності використання потенціалу розвитку гастрономічного туризму у Карпатському регіоні України потребує формування єдиної стратегії розвитку, ключовими складовими якої є: збереження автентичної гастрономічної спадщини, формування потужного регіонального бренду, створення стійких туристичних дєстинацій та гастрономаршрутів, розвиток підприємництва у сфері гастротуризму, підвищення якості регіонального туристичного продукту, створення гастротуристичних кластерів та налагодження транскордонного співробітництва.

Важливим інструментом підвищення ефективності використання потенціалу гастрономічного туризму є застосування інноваційних технологій маркетингу. Також необхідно вжити низку організаційно-економічних заходів, спрямованих на поліпшення використання наявних туристичних ресурсів окремих міст та дєстинацій. Мова йде про створення різних комбінацій гастрономічних маршрутів, створення єдиного реєстру гастрономічних закладів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. 5 головних фуд-трендів нашого покоління : веб-сайт. URL: <https://www.village.com.ua/village/city/specials-city/281599-activia>.
2. Автентична Україна : веб-сайт. URL: <https://authenticukraine.com.ua>.
3. Бойко Н.О., Висоцька М.О. Гастрономічний туризм Закарпаття, як один із етапів повоєнного відновлення українського туризму. *Матеріали Міжнар. туристичного форуму «Туризм в Україні: виклики та відновлення» (м. Київ, 21-22 березня 2023 р.)* К.: КНЕУ, 2023. 337 с. С.70-72.
4. Бурак В.Г., Волошин О.В., Юріна Ю.М., Сорокіна А.М., Попова А.І. Стратегічні напрями розвитку місцевого гастрономічного туризму для формування іміджу території. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: «Економічні науки»*. 2024. №52. С. 5-14.
5. Гапоненко Г. І., Євтушенко О. В., Шамара І. М., Болото К. І. Перспективи розвитку гостротуризму України в повоєнний період. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна*. 2023. № 17. С. 128–140. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2023-17-11>.
6. Гастрономічний туризм. URL:<https://www.if.gov.ua/turizm/gastronomichnij-turizm>
7. Гастрономічний туристичний шлях. Туристично-Інформаційний центр Закарпаття : веб-сайт. URL: http://www.transcarpathiatour.com.ua/marshrut_gastr.
8. Гастроспадщина України. Інтерактивна карта регіонів України : веб-сайт. URL: <https://gastroheritage.com.ua/ua/site>.
9. Годя І.М. Гастрономічний туризм Закарпаття: сучасний стан і перспективи. *Географія та туризм: наук.зб./ред.кол.:Любіцева О.О. та ін. К.: Альфа-ПК,2018. - вип.45 - 150 с.*
10. Голод А., Никига О. Інноваційні фактори розвитку гастрономічного туризму у Львівській області. *Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення*. Матеріали XII Міжнар. наук.- практ. конф. (23–24 квітня 2020 р., м. Львів). Львів, 2020. С. 279–282.

11. Горішевський П.А., Луцик І.М. Розвиток гастрономічного туризму в Карпатському орегоні України Матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. *«Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України»* (м. Харків, 26-27 листопада 2024 р.) Харків: НТУ «Харківський політехнічний інститут», 2024. Ч.1. 680 с. С.436-439.
12. Горова Д. Гастрономічний туризм в Україні та світі: чим цікавий та як все влаштовано. 2020. URL: <https://lowcost.ua/what-is-food-tourism>
13. Графська О., Сиванич А. Гастрономічний туризм в Україні: потенціал для розвитку. URL: <https://repository.ldufk.edu.ua/server/api/core/bitstreams/fd570fc6-ec7d-4095-9e17-769500715112/content>
14. Жирак Л.М. Гастротуризм на Івано-Франківщині - смачний напрям розвитку туризму. Матеріали X Міжнар. наук.-практ. конф. *«Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації»* (м. Київ, 6-7 квітня 2023 р.)К.: КНУКІМ, 2023. 478 с. С.150-153.
15. Заповідники Карпат та охорона природи URL:<https://starapravda.com.ua/blog/zapovidnyky-karpat-ta-ohorona-pryrody/>
16. Карпатський колорит. URL: <https://carpathian-flavor.in.ua/medy>
17. Карчевська М.О., Хмара М.А. Перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні. *Актуальні проблеми розвитку освіти в сфері туризму, фізичної культури та спорту*: матеріали VI Всеукраїнської наук.-практ. конф. (Хмельницький, 21-22 березня 2023 р.). Хмельницький: ХГПА., 2023. С. 42-45.
18. Козловська О.В. Особливості розвитку гастрономічного туризму Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції *"Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України"* (м. Одеса, 10 квітня 2019 р.) Одеса: ОНЕУ, 2019. 881 с. С.255-258.
19. 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>
20. Костиця І. О., Білецька О. О. Гастрономічний туризм як інструмент культурного брендингу України. *Питання культурології*. 2021. № 38. С. 301–313. DOI: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.38.2021.247174>.

21. Красовський С. О. Гастрономічний туризм як актуальний тренд сучасної культури. *Питання культурології*. 2021. № 37. С. 169–180. DOI: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.37.2021.236018>.
22. Крикуненко І., Фещенко Р. Чемпіони гастрономічної справи. Топ-100 ресторанів України від НВ – повний список. URL: <https://life.nv.ua/ukr/food-drink/top-100-naukrashchih-restoraniv-ukrajini-vid-zhurnalu-nvpovniy-perelik-50185016.html>.
23. Кулінарний туризм. *Вікіпедія*. URL: <https://surl.li/bfwiyb>
24. Михайлюк О. Л., Хумаров О. А. Перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні. *Економічні інновації*. 2020. № 2 (75). С. 71–81.
25. Найсмачніші гастрономічні фестивалі Закарпаття URL: <https://doba.ua/ukr/blog/naysmachnishi-gastronomichni-festivali-zakarpattya.html>
26. Нестерчук І.К. Методи та інструменти оцінки потенціалу гастрономічного туризму. *Географія та туризм* (66). с. 18-28. URL: <https://doi.org/10.17721/2308-135X.2021.66.18-28>
27. Офіційний сайт Державної служби статистики України URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
28. Паска М.З. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму Львівщини в контексті формування ресторанних брендів. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*, 2022. №5, С. 98-103. URL: <https://doi.org/10.36477/tourismhospsee-5-12>
29. Підгірна В.Ф., Єремія Г.І., Хникіна М.В. Аналіз тенденцій гастрономічного туризму: міжнародний досвід та Україна. *Економіка та суспільство*. 2022. №37. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-72>
30. Подпоріна Н. Використання інноваційних технологій у ресторанному бізнесі. *Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку* : прогн. міжнар. наук. конф. (17–18 листоп. 2022 р.). Харків : ХДАК, 2022. С. 103–105.
31. Потьомкін Л. М., Дишкантюк О. В., Жосан В. Д. Аналіз факторів зовнішнього середовища на розвиток ресторанного господарства Одещини в аспекті гастрономічного туризму. *Economy digitalization in a pandemic conditions:*

- processes, strategies, technologies: international scientific conference. Latvia: "Baltija Publishing". 2021. С. 53–57. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-028-5-12>.*
32. Расулова А.М. Потенціал ресторанного бізнесу у розвитку гастрономічного туризму України. *Економіка та держава*. 2015. №5. С. 78-83.
33. Савчин Г.П., Юрас Ю.І. Аналіз та напрями оптимізації розвитку гастрономічного туризму у Карпатському регіоні *Географія та туризм: наук. зб. / ред.кол.:Любіцева О.О. та ін. К.: Альфа-ПК, 2018. Вип.44. URL: <http://www.geolgt.com.ua/images/stories/zbirnik/vipusk44/v446.pdf>*
34. Саркісян Г. О. Роль і значення стимулювання гастрономічного туризму в структурі розвитку регіональних туристичних ринків України. *Український журнал прикладної економіки*. 2020. № 1. С. 312–320.
35. Силівейстр В. ТОП-13 трендів у ресторанному бізнесі у 2024 році : веб-сайт. URL: <https://joinposter.com/ua/post/restoranni-trendy>.
36. Сіра Е.О., Каролоп О.О. Різноманітність культур у ресторанному бізнесі, вплив на розвиток гастрономічного туризму: проблеми та перспективи. *Економіка та суспільство*. 2024. №61. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-154>
37. Сотнікова О.І., Іщенко Т.І., Шидловська О.Б. Перспективи розвитку гастрономічного туризму на Закарпатті. *Modern scientific researches*. 2018. Issue № 6. Part 4. С. 56-61.
38. Спеціалізований туризм : навч. посіб. / Богатирьова, Г. А. та ін.. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2021. 173 с.
39. Ставська Ю.В. Гастрономічний туризм як популярний напрям у туристичній індустрії. *Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2023. №2. С. 148-167.
40. Тури в Карпати. Туристичний оператор «Відвідай». URL: <https://vidviday.ua/karpaty>.
41. Українські Карпати. URL: <https://surl.gd/nghjmc>.
42. Фесенко Г.О. Гастротуризм, як актуальний тренд сучасного розвитку сфери туризму в Україні. *Ефективна економіка*. 2021. №5. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.5.200.

43. Холдинг емоцій !FEST. URL: <https://www.fest.lviv.ua/uk/projects/festrepublik/>
44. Церклевич В.С., Діль А.В., Діль М.В. Нові гастрономічні спеціалітети як продукт ресторану ніші «local food» в розвитку туристичних дестинацій. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2022. № 6. С. 41-51. DOI: <https://doi.org/10.32782/tourismhospsee-6-6>.
45. Церклевич В.С., Онищук М.І., Шпаковський С.М. Культурні детермінанти еволюції гастрономічних спеціалітетів: до питання формування гастрономічного бренду Поділля. *Трансформаційна економіка*. 2023. № 1 (01). С. 67-75. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2023-1-12>
46. Щука Г.П., Венгерська Н.С., Безрученков Ю.В. Автентична кухня, як основа розвитку гастрономічного туризму Закарпаття. *Економіка і регіон* (4(91), 59–67. . URL: [https://doi.org/10.26906/EiR.2023.4\(91\).3195](https://doi.org/10.26906/EiR.2023.4(91).3195).
47. Щука Г.П., Ковальська Л.В. Подієвий туризм в Закарпатті: інвентаризація фестивалів. *Краєзнавство : наук. журн.* Київ, 2023. Вип. 3. С. 6–14. DOI: <https://doi.org/10.15407/kraieznavstvo2023.03-04.006>.
48. Щука Г.П. Аналіз пропозиції Закарпатської кухні в закладах ресторанного господарства м. Ужгород та околиць. *Стан і перспективи сучасного туризму : мат-ли ІХ Міжнар. наук.-практ. конф.* (Суми, 29-30 листопада 2023 р.). Суми, 2023.
49. URL:<https://go-to.rest/activity/korchma-detsa-u-notarya/>
50. URL:<https://kindrat.lviv.ua/>
51. URL:<https://wondersholidays.com/uk/wonders/gastronomichniy-tur-lvov/>
52. What is Food-tourism? URL: <https://www.worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism>

Додаток А

Динаміка суб'єктів ресторанного бізнесу в окремих областях Карпатського регіону України

