

Кафедра туризму, рекреації та регіонального розвитку

(прізвище, ім'я, по батькові)

УДК _____
(індекс)

БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

«Гастрономічний туризм як елемент туристичної привабливості
Закарпатської області»

(назва роботи)

Туризм

(назва освітньої програми)

242 – Туризм і рекреація

(шифр і назва спеціальності)

Робота містить результати власних досліджень, використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело:

Здобувач освітнього ступеня

Присташ А.Я



(підпис, ініціали та прізвище здобувача)

Науковий керівник Гринюк Вікторія Ігорівна, кандидат технічних наук, доцент кафедри туризму, рекреації та регіонального розвитку

(підпис, прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання керівника)

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

(посада) (підпис) (дата) (ініціали та прізвище)

Івано-Франківськ

2025

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

(повне найменування закладу вищої освіти)

Інститут _____ економіки та менеджменту _____
Кафедра _____ туризму, рекреації та регіонального розвитку _____
Освітній рівень __ бакалавр _____
Спеціальність _____ 242 – Туризм і рекреація _____
(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

«_____» _____ 20__ року

**З А В Д А Н Н Я
НА БАКАЛАВРСЬКУ РОБОТУ СТУДЕНТОВІ**

Присташ Анна Ярославівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Гастрономічний туризм як елемент туристичної привабливості
Закарпатської області» _____

керівник роботи Гринюк Вікторія Ігорівна, кандидат технічних наук, доцент кафедри
туризму, рекреації та регіонального розвитку _____

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від “__” _____ 20__ року № 1.2

2. Строк подання студентом роботи _____

3. Вихідні дані до роботи: інформація з офіційних сайтів органів державної влади та
місцевого самоврядування Закарпатської області; матеріали наукових публікацій,
статей, аналітичних оглядів та досліджень у сфері гастрономічного туризму;
Картографічні матеріали Закарпатської області.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

Розділ 1. Теоретичні основи гастрономічного туризму

Розділ 2. Аналіз розвитку гастрономічного туризму Закарпатської області

Розділ 3. Перспективи розвитку гастрономічного туризму в Закарпатській області

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Гринюк В. І., доцент кафедри туризму, рекреації та регіонального розвитку		
2	Гринюк В. І., доцент кафедри туризму, рекреації та регіонального розвитку		
3	Сімків Л.Є., професор кафедри туризму, рекреації та регіонального розвитку		
4	Нормоконтроль – Побігун О.В, доцент кафедри туризму, рекреації та регіонального розвитку		

7.Дата видачі завдання 23 грудня 2024

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів бакалаврської роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір теми для бакалаврської роботи	23 грудня	
2	Написання вступу	28 грудня	
3	Пошук і аналіз наукових джерел	15 січня	
4	Написання першого розділу: Теоретичні основи гастрономічного туризму	2 лютого	
5	Написання другого розділу: Аналіз розвитку гастрономічного туризму Закарпатської області	28 лютого	
6	Написання третього розділу: Перспективи розвитку гастрономічного туризму в Закарпатській області	2 квітня	
7	Оформлення роботи відповідно до вимог	27 квітня	
8	Написання висновків	30 квітня	
9	Написання переліку використаних джерел	7 травня	
10	Оформлення додатків	18 травня	
11	Перевірка роботи	8 червня	
12	Захист бакалаврської роботи	20 червня	

Студент

(підпис)

Присташ А. Я

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

_____ (підпис)

_____ (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

У бакалаврській роботі досліджено гастрономічний туризм як важливий чинник туристичної привабливості Закарпатської області. Гастрономічний туризм виступає не лише як можливість знайомства з кулінарними традиціями, а й як потужний інструмент збереження культурної спадщини, розвитку місцевої економіки та формування позитивного іміджу регіону. Проаналізовано сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму, а також гастрономічну інфраструктуру, традиційну кухню та ключові гастрономічні фестивалі Закарпаття. Особливу увагу приділено перспективам розвитку цієї сфери, проблемам і викликам, а також стратегіям популяризації регіонального гастрономічного бренду. Робота базується на аналізі наукової літератури, статистичних даних та міжнародного досвіду, що дозволяє формувати рекомендації щодо сталого розвитку гастрономічного туризму у Закарпатській області та підвищення її туристичної привабливості.

Ключові слова: гастрономічний туризм, Закарпатська область, традиційна кухня, гастрономічна інфраструктура, культурна спадщина, розвиток туризму, гастрономічний бренд.

ANNOTATION

The bachelor's thesis explores gastronomic tourism as an important factor in enhancing the tourist appeal of Zakarpattia Oblast. Gastronomic tourism is not only an opportunity to discover culinary traditions but also a powerful tool for preserving cultural heritage, fostering local economic development, and shaping a positive regional image. The study analyzes current trends in gastronomic tourism development, as well as the gastronomic infrastructure, traditional cuisine, and key gastronomic festivals of Zakarpattia. Particular attention is paid to the prospects for the sector's development, its challenges and opportunities, and strategies for promoting the regional gastronomic brand. The thesis draws on scientific literature, statistical data, and international experience, enabling the formulation of recommendations for the sustainable development of gastronomic tourism in Zakarpattia Oblast and for boosting its tourist attractiveness.

Keywords: gastronomic tourism, Zakarpattia Oblast, traditional cuisine, tourist attractiveness, gastronomic infrastructure, cultural heritage, tourism development, gastronomic festivals, local brands.

ЗМІСТ

<u>ВСТУП</u>	8
<u>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ</u>	10
<u>1.1 Визначення та сутність гастрономічного туризму</u>	10
<u>1.2 Класифікація гастрономічного туризму</u>	14
<u>1.3 Світові тенденції розвитку гастрономічного туризму</u>	18
<u>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ</u>	24
<u>2.1 Характеристика туристично-рекреаційного потенціалу Закарпатської області</u>	24
<u>2.2 Традиційна кухня Закарпаття як елемент культурної спадщини</u>	30
<u>2.3 Гастрономічна інфраструктура: ресторани, локальні виробництва, фермерські господарства</u>	37
<u>2.4 Відомі гастрономічні фестивалі та події в Закарпатській області</u>	43
<u>РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ЗАКАРПАТСЬКІЙ ОБЛАСТІ</u>	50
<u>3.1 Вплив гастрономічного туризму на економіку Закарпатської області</u>	50
<u>3.2 Проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Закарпатській області</u>	53
<u>3.3 Стратегія популяризації гастрономічного туризму: нові формати та тренди (цифровізація, еко-підходи, локальні бренди)</u>	59
<u>3.4 Концепція створення гастрономічного бренду Закарпаття</u>	62
<u>3.5 Використання цифрових технологій для промоції гастрономічного туризму (онлайн-платформи, додатки)</u>	65
<u>ВИСНОВКИ</u>	70
<u>ПЕРЕЛІК ВИКОРСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</u>	73
<u>ДОДАТКИ</u>	78

ВСТУП

Гастрономічний туризм є важливим елементом сучасної туристичної індустрії, який стрімко розвивається в усьому світі. Він передбачає подорожі, пов'язані з вивченням кулінарних традицій, дегустацією місцевих страв і знайомством із гастрономічною культурою певного регіону. Закарпатська область є унікальним туристичним регіоном України, де поєднуються різні етнокультурні традиції, що створюють самобутню гастрономічну спадщину. Дослідження гастрономічного туризму як елемента туристичної привабливості Закарпатської області є надзвичайно актуальним у контексті розвитку внутрішнього та міжнародного туризму.

Актуальність теми зумовлена зростаючою роллю гастрономічного туризму в світовій туристичній індустрії та його значним економічним потенціалом. Сучасні туристи все частіше шукають автентичні гастрономічні враження, що сприяє розвитку нових туристичних продуктів. Закарпатська область має багатий гастрономічний потенціал, що включає традиційні угорські, словацькі, румунські, єврейські та українські кулінарні традиції. Розвиток гастрономічного туризму може сприяти економічному зростанню регіону, підвищенню конкурентоспроможності місцевого бізнесу та формуванню стійкого туристичного потоку.

Обґрунтування вибору теми дослідження полягає у необхідності детального аналізу гастрономічного потенціалу Закарпатської області та його використання для розвитку туризму. Незважаючи на популярність регіону серед туристів, питання гастрономічного туризму не досліджене достатньо глибоко, що створює потребу у вивченні можливостей і перспектив цієї сфери. Аналіз успішного міжнародного досвіду дозволить розробити ефективні стратегії для розвитку гастрономічного туризму в Закарпатті, що матиме позитивний вплив на економіку та культурну ідентичність регіону.

Метою дослідження є аналіз гастрономічного туризму як складової туристичної привабливості Закарпатської області та розробка рекомендацій

щодо його розвитку. Досягнення цієї мети потребує вирішення наступних завдань:

- оцінити гастрономічну інфраструктуру Закарпатської області включаючи ресторани, локальні виробництва та фермерські господарства;
- дослідити найбільш відомі гастрономічні фестивалі та події Закарпатської області;
- оцінити вплив гастрономічного туризму на економіку регіону;
- визначити основні проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму;
- розробити стратегії популяризації гастрономічного туризму та створення гастрономічного бренду Закарпаття;
- дослідити можливості використання цифрових технологій для просування гастрономічного туризму в Закарпатській області.

Об'єктом дослідження є розвиток гастрономічного туризму як одного із напрямів туристичної діяльності. Предмет дослідження – особливості розвитку гастрономічного туризму як елементу туристичної привабливості Закарпатської області.

Методи дослідження включають аналіз наукової літератури, статистичних даних, порівняльний аналіз міжнародного досвіду, а також методи прогнозування для визначення перспектив розвитку гастрономічного туризму.

Структура роботи включає вступ, три розділи, висновки, п'ятдесят одне використане джерело та чотири додатки. Перший розділ присвячений теоретичним основам гастрономічного туризму, його класифікації та світовим тенденціям. У другому розділі здійснено аналіз гастрономічного туризму Закарпатської області, її туристично-рекреаційного потенціалу, гастрономічної інфраструктури та ключових гастрономічних подій. Третій розділ містить перспективи розвитку гастрономічного туризму в Закарпатті, оцінку його впливу на економіку, стратегії популяризації та використання цифрових технологій для його розвитку. У висновках узагальнено основні результати дослідження та запропоновано рекомендації щодо подальшого розвитку гастрономічного туризму в регіоні.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1 Визначення та сутність гастрономічного туризму

Гастрономічний туризм є одним із найдинамічніших та найцікавіших напрямів сучасної туристичної індустрії, що поєднує в собі дослідження національної кухні, культурних традицій та гастрономічної спадщини різних регіонів світу. Він передбачає подорожі, пов'язані з ознайомленням з місцевими кулінарними особливостями, дегустацію традиційних страв та напоїв, відвідування ресторанів, локальних виробництв, виноробень, фермерських господарств і гастрономічних фестивалів. Відповідно, гастрономічний туризм сприяє не лише розвитку туристичних дестинацій, а й підтримці місцевих виробників, популяризації традиційної кухні та культурної автентичності регіонів.

Сутність гастрономічного туризму полягає в задоволенні потреб туристів, пов'язаних із пізнанням особливостей кулінарної культури, способу життя місцевого населення, історичних аспектів розвитку харчових традицій та технологій приготування їжі. Він є не просто споживанням їжі, а справжньою формою культурного занурення, що дає змогу глибше зрозуміти національні традиції, соціальні та економічні процеси регіону. Гастрономічний туризм інтегрує в себе елементи екскурсійного, етнографічного, екологічного та навіть аграрного туризму, адже туристи можуть не лише куштувати страви, а й брати участь у їх приготуванні, знайомитися з технологіями вирощування сільськогосподарської продукції та відвідувати місця виробництва традиційних продуктів [1].

У межах української наукової школи гастрономічного туризму питанням його змісту, функціонального навантаження та потенціалу присвячено низку досліджень. Зокрема, Іван Годя у своїй праці досліджує гастрономічний туризм Закарпатської області, акцентуючи на його економічній доцільності, ролі у підтримці локальних виробників та агропідприємств, а також можливості створення тематичних маршрутів із залученням етнокулінарної спадщини регіону [2].

Інна Костиця та Оксана Білецька розглядають гастрономічний туризм у контексті культурного брендингу, виокремлюючи гастрономічну складову як репрезентативну платформу національної ідентичності [3]. Науковий доробок Оксани Коркуни, Олени Никиги та Оксани Підвальної присвячений впливу гастрономічного туризму на соціально-економічний розвиток територіальних громад, де наголошується на мультиплікаційному ефекті розвитку малих форм підприємництва через залучення туристів до гастрономічного досвіду [4].

Вікторія Омельницька досліджує структуру гастрономічного туризму та пропонує його класифікацію за ознаками мети подорожі, типу продукту, територіальної організації, формату проведення та цільової аудиторії. Олександр Воробейчик у своїх публікаціях аналізує обмеження, з якими стикається гастрономічний туризм в Україні, пов'язані з логістикою, інституційним оформленням та нестачею фахових кадрів, а також можливості інтеграції гастрономічного продукту у регіональні маркетингові стратегії [5].

Одним із ключових аспектів гастрономічного туризму є його вплив на економіку регіону. Розвиток цього напрямку сприяє створенню нових робочих місць у сфері громадського харчування, готельно-ресторанного бізнесу, фермерського господарства та ремісництва. Крім того, він стимулює підприємницьку активність, адже малий та середній бізнес, орієнтований на виробництво локальних продуктів та організацію гастрономічних подорожей, отримує додаткові можливості для зростання. Важливою складовою розвитку гастрономічного туризму є підтримка регіональних брендів, що підвищує впізнаваність територій та сприяє формуванню позитивного іміджу країни на міжнародному рівні.

Ще одним важливим аспектом гастрономічного туризму є його культурно-історична складова. У багатьох країнах традиційні рецепти передаються з покоління в покоління, а самі страви стають частиною нематеріальної культурної спадщини. Наприклад, середземноморська дієта, французька гастрономія та традиційна японська кухня були визнані ЮНЕСКО частиною світової культурної спадщини. Таким чином, гастрономічний туризм не лише

популяризує національні кулінарні традиції, а й сприяє їх збереженню та відродженню.

Сучасний гастрономічний туризм також тісно пов'язаний із концепціями сталого розвитку та екологічною свідомістю. Все більше туристів віддають перевагу екологічно чистим продуктам, органічному землеробству, безвідходному виробництву та етичному споживанню. Це сприяє формуванню нових підходів до організації гастрономічного туризму, орієнтованих на збереження природних ресурсів, мінімізацію харчових відходів та підтримку локальних виробників.

Значну роль у розвитку гастрономічного туризму відіграє цифровізація та використання сучасних інформаційних технологій. Соціальні мережі, мобільні додатки, платформи для бронювання столиків у ресторанах, блоги про подорожі та гастрономію допомагають туристам знайти цікаві заклади харчування, отримати рекомендації від експертів та поділитися власними враженнями. Завдяки цьому гастрономічний туризм стає доступнішим і привабливішим серед туристів [6].

Гастрономічний туризм є багатовимірним явищем, що поєднує гастрономічну культуру, економічні аспекти, історичні традиції та екологічні тенденції. Його розвиток сприяє зміцненню локальної ідентичності, популяризації регіональних особливостей та збереженню культурної спадщини. Водночас, він відкриває нові перспективи для туристичної індустрії, залучаючи туристів, які прагнуть отримати унікальний досвід та зануритися в гастрономічний світ різних країн і регіонів (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Основні аспекти гастрономічного туризму

Критерій	Характеристика
Мета гастрономічного туризму	Ознайомлення з національними кухнями, традиціями та культурою через їжу
Основні учасники	Туристи, ресторани, виноробні, агрофірми, місцеві виробники
Економічний вплив	Збільшення доходів регіонів, підтримка малого бізнесу, створення робочих місць
Культурний аспект	Збереження кулінарної спадщини, популяризація традиційних страв

Закінчення табл. 1.1

Технологічні фактори	Використання мобільних додатків, соціальних мереж, онлайн-блогів
Екологічний вплив	Популяризація органічного землеробства, зменшення харчових відходів

Значущість гастрономічного туризму також визначається його здатністю створювати унікальні враження та емоції. Це особливо актуально в умовах зростаючої ролі емоційного маркетингу в туристичній сфері. Туристи прагнуть отримати не лише матеріальні продукти, а й незабутні враження, що стимулює розвиток авторських турів, тематичних вечорів та інтерактивних подорожей. У цьому контексті важливу роль відіграє креативний підхід до розробки гастрономічних маршрутів, які можуть включати відвідування виноробень, сироварень, пекарень та навіть приватних господарств, де туристи мають змогу не лише спостерігати за процесом виробництва, а й брати в ньому участь.

Важливо зазначити, що гастрономічний туризм стає інструментом конкурентної боротьби між регіонами та країнами, адже багато держав намагаються створити унікальні гастрономічні бренди, які приваблюють туристів. Для цього розробляються державні програми підтримки гастрономічного туризму, організовуються масштабні гастрономічні події, що популяризують місцеву кухню, створюються національні гастрономічні маршрути та посилюється міжнародна співпраця в цій сфері. Зокрема, такі країни, як Франція, Італія, Іспанія та Японія, вже сформували сильні гастрономічні бренди, які приваблюють мільйони туристів щорічно [7].

Таким чином, гастрономічний туризм є не лише способом знайомства з традиційною кухнею та місцевими продуктами, а й важливим елементом розвитку регіонів, інструментом економічного зростання, збереження культурної спадщини та засобом формування позитивного іміджу країни чи окремого регіону. Його подальший розвиток вимагає комплексного підходу, що включає підтримку локальних виробників, створення унікальних туристичних маршрутів, ефективне маркетингове просування та впровадження сучасних цифрових технологій для залучення нових туристів.

1.2 Класифікація гастрономічного туризму

Гастрономічний туризм є важливим аспектом сучасної туристичної індустрії, і його класифікація базується на різних підходах до споживання гастрономічних вражень, інтересах туристів, а також на особливостях культури, регіонів і страв, які цікавлять мандрівників. Класифікація гастрономічного туризму допомагає не тільки краще зрозуміти різноманітність туристичних продуктів у цій сфері, але й спростовує стереотипи про гастрономічний туризм як явище, що обмежується лише споживанням їжі та напоїв. Це багатогранний процес, що включає культурні, освітні, історичні й соціальні елементи. Важливість класифікації гастрономічного туризму полягає в тому, що вона дозволяє більш детально вивчити різні форми гастрономічного досвіду, а також створити відповідні стратегії для розвитку цієї галузі.

Найпоширенішими підходами є класифікація за типом гастрономічних заходів, за географічною ознакою, а також за характеристиками продуктів і страв, які пропонуються туристам. Гастрономічний туризм також можна класифікувати за інтересами та рівнем залученості туриста до процесу – від простого споживання їжі до участі у виробничих процесах, таких як збори врожаю, виготовлення продуктів або участь у гастрономічних майстер-класах [8].

Однією з найбільш поширених класифікацій є поділ гастрономічного туризму за географічною ознакою. Міжнародний гастрономічний туризм – туризм, орієнтований на знайомство з кухнею інших країн, як основна чи додаткова мета подорожі. Наприклад, Франція – висока кухня, сири, вина, Італія – паста, піца, оливкова олія, регіональні вина, Японія – суші, рамен, чайна церемонія (додаток А).

Регіональний гастрономічний туризм охоплює внутрішній туризм у межах однієї країни, орієнтований на регіональні кулінарні особливості. Наприклад, в Україні:

Галичина – банош, деруни, сирники, карпатські сири.

Полісся – страви з грибів, каші, борщ із квасолею.

Південь (Одещина) – вино, плов, риба, багатонаціональні страви (додаток Б).

Місцевий (локальний) гастрономічний туризм – туризм на дуже локальному рівні – окрема громада, місто, село з унікальними стравами або продуктами. Приклади: село Нижнє Селище (Закарпаття) – сироварня та локальні сири, Шабо (Одеська обл.) – виноробство і дегустаційні тури.

В цьому випадку визначаються певні регіони або країни, де гастрономічні особливості становлять основну частину туристичного продукту. Тут гастрономічний туризм не лише передбачає споживання традиційних страв, але й знайомство з культурою, історією та методами приготування цих страв.

В рамках гастрономічного туризму також можна виділити такі підкатегорії, як кулінарний туризм, винний туризм, пивний туризм, сільський, фестивальний, екологічний, історичний та молекулярний гастрономічний туризм (табл. 1.2).

Таблиця 1.2 – Класифікація гастрономічного туризму

Тип гастрономічного туризму	Характеристика	Приклад
Кулінарний туризм	Зосереджений на відвідуванні ресторанів, кафе, участі в майстер-класах з приготування їжі	Ресторанні тури, гастрономічні шоу
Винний туризм	Орієнтований на відвідування виноробних регіонів, дегустацію вин і знайомство з виробничим процесом	Винні тури в Бордо, Тоскану, Уругвай
Пивний туризм	Під час таких подорожей туристи знайомляться з пивоварнями, традиціями пивоваріння та дегустацією	Пивні тури в Чехії, Ірландії
Сільський гастрономічний туризм	Включає участь у зборі врожаю, відвідування фермерських господарств і дегустацію екологічних продуктів	Туризм в сільській місцевості, екотуризм з місцевими стравами
Фестивальний гастрономічний туризм	Туризм, пов'язаний з участю в гастрономічних фестивалях, ярмарках, дегустаціях	Фестиваль вина в Бордо, фестиваль оливок в Італії

Закінчення табл. 1.2

Екологічний гастрономічний туризм	Туризм, що фокусується на дегустації органічних та екологічно чистих продуктів	Еко-тури з відвідуванням органічних ферм та ресторанів
Історичний гастрономічний туризм	Орієнтований на дослідження гастрономії, що має історичне та культурне значення	Тури по кухнях, які мають історичну спадщину, наприклад, гастрономія середньовіччя
Молекулярний гастрономічний туризм	Вивчення сучасних методів приготування їжі за допомогою інноваційних технологій	Відвідування ресторанів, що спеціалізуються на молекулярній гастрономії

Кулінарний туризм зазвичай пов'язаний з відвідуванням ресторанів, кафе, кухарських шкіл, участю в кулінарних майстер-класах, дегустаціях страв і напоїв. Туристи, які обирають цей тип туризму, здебільшого цікавляться не лише гастрономічними аспектами, а й процесом приготування, спілкуванням із місцевими шеф-кухарями, вивченням гастрономічних традицій та інновацій у сфері кулінарії.

Винний туризм зосереджений на відвідуванні виноробних регіонів, де туристи мають змогу не тільки продегустувати місцеві вина, але й дізнатися про процес їх виробництва, особливості виноробства, а також відвідати винні погреби та винарні. Пивний туризм включає в себе подорожі в регіони, де виробляють традиційне пиво, де туристи можуть відвідати пивоварні, броварні та брати участь у дегустаціях.

Сільський гастрономічний туризм є ще однією цікавою категорією, яка дозволяє туристам зануритися в атмосферу сільського життя, навчитися готувати традиційні страви з натуральних продуктів, вирощених на фермах, або взяти участь у заходах, пов'язаних із збором врожаю. Це своєрідне поєднання гастрономії та екотуризму, яке не тільки дає можливість скуштувати традиційну їжу, але й отримати нові навички, насолодитися природними краєвидами і відчувати дух місцевої культури.

Фестивальний гастрономічний туризм передбачає подорож з метою відвідання гастрономічних фестивалів – свят, ярмарків чи кулінарних заходів, що зосереджені на локальній або тематичній їжі та напоях. Проводиться сезонно або щорічно для молоді та всіх бажаючих. Залучає місцевих виробників, шефів, фермерів.

Екологічний гастрономічний туризм – це подорожі з метою знайомства з екологічно чистими, локальними продуктами, традиційними способами вирощування і приготування їжі, а також із підтримкою сталого розвитку регіону. Це поєднання екотуризму та гастрономії – з акцентом на натуральність, локальність і повагу до природи. Характерні риси: вживання органічних продуктів без хімікатів; відвідування екоферм, сироварень, пасік, виноробень; страви з сезонних і локальних інгредієнтів; мінімізація відходів, екологічне пакування та підтримка місцевих виробників та збереження гастротрадицій [9].

Історичний гастрономічний туризм фокусується на відтворенні кулінарних традицій минулих епох. Туристи подорожують, щоб спробувати історичні рецепти, дізнатися про кулінарну спадщину певної культури чи періоду. Часто відбувається в замках, музеях, етнопарках.

Молекулярний гастрономічний туризм – це сучасний і інноваційний напрям, де кулінарія поєднується з наукою. Туристи відвідують ресторани, що готують страви за технологіями молекулярної кухні – використовуючи хімію, фізику, текстури [10].

Отже, визначення класифікації гастрономічного туризму є важливим кроком для розвитку цієї сфери та для адаптації туристичних послуг під різноманітні потреби мандрівників. Різноманіття напрямів гастрономічного туризму надає можливість не лише задоволення гастрономічних потреб туристів, але й сприяє культурному обміну, популяризації місцевих продуктів, традицій та історії. Подорожі, орієнтовані на гастрономічний досвід, стали важливою частиною туристичних маршрутів в усьому світі, що сприяє розвитку місцевих економік і забезпечує зростання туристичного потоку в регіонах. Використання інноваційних технологій для просування гастрономічного туризму ще більше підвищує його доступність і привабливість для мандрівників.

1.3 Світові тенденції розвитку гастрономічного туризму

Світові тенденції розвитку гастрономічного туризму є важливим аспектом в контексті глобальних змін у туристичній індустрії. Гастрономічний туризм від початку свого розвитку займав нішу середнього класу, орієнтуючись на інтереси споживачів, що шукають не лише відпочинок, але й культурний досвід через гастрономічні традиції. Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), понад 88% опитаних туристів вважають гастрономію важливою частиною подорожі, а 53% – основним фактором при виборі туристичної дестинації. Це свідчить про те, що гастрономічний досвід уже не є другорядним аспектом відпочинку, а часто стає центральною метою туристичної подорожі. У останні десятиліття ця категорія туризму набуває все більшої популярності, а ринок стає все більш динамічним і різноманітним.

Одна з провідних тенденцій сучасного гастрономічного туризму – зростання інтересу до локальної, регіональної кухні, що базується на традиційних рецептах, натуральних інгредієнтах та ручних технологіях приготування. Глобалізація, яка певною мірою уніфікувала споживчі смаки (через мережі швидкого харчування та масову кулінарію), викликала зворотну реакцію у вигляді потреби в культурній автентичності [11].

Туристи дедалі частіше прагнуть скуштувати автентичну їжу «з перших рук» – у маленьких сімейних закладах, у селах, на фермах. Вони цікавляться не лише смаком, а й походженням продуктів, історією страв, звичаями споживання. Це обумовило розвиток так званого *slow food* – руху, що виступає за повернення до локального харчування, повільного приготування їжі, поваги до сезонності та традицій.

Наприклад, у Франції туристи подорожують до Бордо або Провансу, щоб скуштувати місцеві вина й сири. В Італії особливо популярні тури до Тоскани, де організуються гастрономічні маршрути із дегустацією оливкової олії, трюфелів, вина та традиційних паст. Перу активно використовує свою кухню як інструмент національного брендингу. Програма «Perú Mucho Gusto» спрямована на популяризацію перуанської кухні через кулінарні фестивалі, відкриття

ресторанів за кордоном та участь у міжнародних гастрономічних подіях. Аналогічні формати набирають обертів у Японії, Туреччині, Таїланді, Грузії.

Іншою важливою світовою тенденцією є переорієнтація на сталість та відповідальне споживання. Туристи дедалі частіше звертають увагу на етичність походження продуктів, екологічні практики ресторанів, підтримку місцевих виробників та малих фермерських господарств. Ця тенденція відповідає ширшому глобальному запиту на сталий туризм і соціальну відповідальність у сфері подорожей [12].

У багатьох країнах світу впроваджуються гастрономічні практики, що відповідають принципам «zero waste» (нульових відходів), використовується багаторазовий посуд, зменшується споживання м'яса, популяризуються вегетаріанські та веганські страви. Ресторани і готелі часто акцентують на сертифікованих органічних продуктах.

Прикладом такої практики є Швеція, де у Стокгольмі діє ціла низка ресторанів із нульовим вуглецевим слідом. До прикладу ресторан Fotografiska, який отримав Зелену зірку Мішлен за свою відданість сталому розвитку. Меню здебільшого рослинне, з акцентом на сезонні та локальні продукти. Кухня активно впроваджує практики нульових відходів: залишки хліба використовуються для виготовлення пива, а мушлі моллюсків переробляються у посуд (рис.1.1)



Рис.1.1 - Ресторан Fotografiska, Стокгольм

У сучасному гастрономічному туризмі особливою популярністю користуються майстер-класи, воркшопи та практичні заняття з кулінарії, які

дозволяють туристам не просто дегустувати, а безпосередньо брати участь у процесі приготування їжі.

Такі формати задовольняють потребу в особистому досвіді та є частиною тенденції до «досвідного туризму» (experience tourism), коли турист стає не спостерігачем, а активним учасником події. Гості можуть готувати традиційні страви разом із місцевими кухарями, збирати врожай, відвідувати риболовецькі господарства, брати участь у випіканні хліба, виготовленні вина чи сиру.

Особливо популярні такі практики у Франції (винні тури з відвідуванням виноградників), Іспанії (уроки приготування паельї), Мексиці (сесіони по виготовленню мольє та тортильї), а також у Південно-Східній Азії (наприклад, кулінарні школи в Чіангмаї, Таїланд) [13].

Ще одна важлива тенденція – зростання популярності гастрономічних фестивалів та кулінарних подій івентів. Такі події перетворюються на магніти для туристів, здатні привабити тисячі відвідувачів у межах короткого періоду. Крім дегустаційної складової, вони часто поєднують елементи культури, музики, театру, ремесел, що створює цілісну атмосферу занурення в місцеву традицію.

Фестивалі можуть бути присвячені конкретному продукту (шоколад, сир, вино, оливкова олія), типу кухні (веганська, вулична), або представляти кулінарну культуру цілої країни. Наприклад, Salon du Chocolat у Парижі щорічно приваблює понад 100 тис. відвідувачів (рис.1.2)



Рисунок 1.2 - Salon du Chocolat у Парижі

- Oktoberfest у Мюнхені – найбільший у світі пивний фестиваль (рис.1.3);



Рисунок 1.3 - Oktoberfest у Мюнхені

- National Street Food Festival в Індії – подія, присвячена регіональним стравам вуличної кухні (рис.1 4).



Рисунок 1.4 - National Street Food Festival в Індії

Значна частина змін у гастротуризмі відбувається завдяки впливу цифрових технологій. Роль соціальних мереж, особливо Instagram і TikTok, стала надзвичайно потужною у формуванні кулінарних трендів. Туристи шукають «інстаграмні» страви, унікальні ресторани та гастролокації, прагнучи не лише до смакових вражень, а й до візуальної привабливості гастродосвіду.

Крім того, розвиваються мобільні застосунки для планування кулінарних турів, бронювання майстер-класів, замовлення столиків, пошуку локальних гідів (EatWith, Fork, HappyCow тощо). У деяких країнах запускають віртуальні кулінарні тури (VR), що дозволяють користувачам спочатку віртуально ознайомитися з кухнею, а потім замовити подорож (1.5)

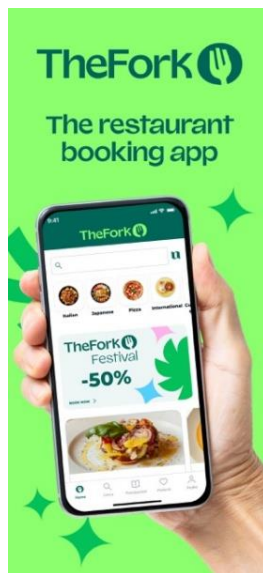


Рисунок 1.5 - Застосунок Fork

Також цікавим прикладом впровадження цифрових технологій є мобільний застосунок «TasteAtlas» – інтерактивна онлайн-карта світу з базою даних локальних страв, напоїв і ресторанных рекомендацій. Користувачі можуть переглядати гастрономічні особливості різних регіонів, читати відгуки, дізнаватися про найкращі місця для дегустації національних страв (рис.1.6)



Рисунок 1.6 - Застосунок «TasteAtlas»

У багатьох країнах кулінарна спадщина розглядається як частина національної ідентичності та інструмент культурної дипломатії. Держави інвестують у популяризацію страв своїх національних кухонь за кордоном через міжнародні фестивалі, виставки, підтримку шеф-кухарів, промоцію автентичних продуктів.

Яскравими прикладами є:

- 1) Японія, де національна кухня (васейсьоку) визнана об'єктом нематеріальної спадщини ЮНЕСКО;
- 2) Корея, що активно просуває K-food у межах стратегії K-culture;
- 3) Перу, яке завдяки гастрономії перетворилося на одну з найпривабливіших destinations у Латинській Америці.

Таким чином, світові тенденції розвитку гастрономічного туризму демонструють його стрімку еволюцію від супутньої активності до повноцінної туристичної мотивації. У центрі уваги не лише харчування, а культурний, емоційний, освітній і соціальний досвід [14].

Основними напрямками розвитку є:

- 1) акцент на локальність та автентичність;
- 2) підтримка сталих практик та відповідального споживання;
- 3) впровадження інтерактивних та освітніх форматів;
- 4) розвиток гастрономічних подій і фестивалів;
- 5) цифровізація туристичних послуг;
- 6) популяризація кулінарної спадщини на міжнародному рівні.

Отже, глобальні тенденції мають значний вплив на розвиток гастрономічного туризму, і разом з культурними особливостями, емоційною складовою та інноваційними підходами створюють унікальний досвід для мандрівників по всьому світу. Високий попит на гастрономічні подорожі не лише сприяє популяризації місцевих традицій, але й стимулює зростання економіки, створення нових робочих місць і підтримку сталого розвитку в туристичних регіонах.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ

2.1 Характеристика туристично-рекреаційного потенціалу Закарпатської області

Закарпатська область є одним із найунікальніших регіонів України за своїм туристично-рекреаційним потенціалом. Її природні багатства, кліматичні умови, історико-культурна спадщина, багатонаціональне населення та географічне розташування створюють надзвичайно сприятливе середовище для розвитку різноманітних форм туризму і відпочинку. Регіон приваблює як українських, так і іноземних туристів завдяки поєднанню гірських пейзажів, термальних і мінеральних джерел, етнічної різноманітності, унікальної кухні, а також історико-архітектурних пам'яток (додаток В).

Закарпаття розташоване в межах Карпатської гірської системи, що визначає основну частину його туристичної привабливості. Карпати створюють неповторні умови для розвитку гірськолижного, пішохідного, екологічного, пригодницького, зеленого, спортивного туризму. Гірські масиви, серед яких – Горгани, Свидовець, Полонинський хребет, Боржавський хребет – приваблюють альпіністів, трекерів, лижників і просто любителів природи. Зимовий сезон в Закарпатті характеризується стійким сніговим покривом, що забезпечує роботу гірськолижних курортів, зокрема в селищах Пилипець, Подобовець, Міжгір'я, Воловець, де розташовані сучасні підйомники, готельна інфраструктура та пункти прокату спорядження.

Окремо варто виділити надзвичайно багаті ресурси мінеральних і термальних вод, що дозволяють Закарпаттю бути одним з головних бальнеологічних центрів України. Термальні води у Берегово, Косино, Велятино, Солочині широко використовуються для лікування та реабілітації, при цьому формуючи інфраструктуру для оздоровчого і медичного туризму. Мінеральні води, зокрема у Полянні, Сваляві, Лумшорах, мають лікувальні властивості та

використовуються в санаторіях, пансіонатах, бюветах, сприяючи розвитку інфраструктури для довготривалого перебування туристів [15].

Крім природних багатств, Закарпатська область славиться своєю культурною спадщиною, що є невід'ємною частиною туристично-рекреаційного потенціалу. Територія регіону історично була перехрестям різних культур і державних утворень: тут переплітаються українські, угорські, румунські, словацькі, єврейські, чеські, німецькі, ромські традиції. Цей багатонаціональний колорит зберігся донині, що відображається у мові, побуті, народному одязі, кухні, архітектурі та звичаях. Туристи мають можливість не лише побачити етнографічні музеї, але й особисто познайомитися з представниками різних етносів, скуштувати їхню національну кухню, відвідати фольклорні фестивалі та обряди. Саме така автентичність робить Закарпаття особливо привабливим для поціновувачів культурного та етнотуризму [16].

Архітектурна та історична спадщина регіону вражає своєю різноманітністю. Замки, палаци, дерев'яні храми, оборонні споруди різних епох, в тому числі Ужгородський, Мукачівський, Невицький замки, залишають глибоке враження у відвідувачів. Дерев'яні церкви бойківського, лемківського та гуцульського типів, деякі з яких внесені до списку світової спадщини ЮНЕСКО, є зразками народної архітектури та свідченням релігійного різноманіття краю. Багато з них зберегли автентичні іконостаси, фрески та інтер'єри, що робить їх об'єктами не лише релігійного, а й пізнавального туризму.

Не можна оминати увагою виноробний потенціал Закарпатської області, який є важливою складовою гастрономічного туризму. Закарпаття відоме своїми виноградниками, зокрема в Берегівському та Виноградівському районах, де збереглися старовинні традиції виноробства. Тут проводяться дегустації, екскурсії винними підвалами, фестивалі вина, які приваблюють туристів з різних країн.

Гастрономічну привабливість регіону доповнює багатий вибір національних страв – таких як бограч, банош, лечо, токаї, лангоші, а також регіональні м'ясні та сирні делікатеси. У цьому контексті варто звернути увагу й на загальноукраїнську тенденцію: за статистикою, найбільшу частку серед

закладів ресторанного господарства займають ресторани української кухні (36,8%), що свідчить про стабільний попит на автентичну кулінарну пропозицію. Серед закладів, що спеціалізуються на іноземних кухнях, найбільш поширеними є французька (21%), італійська, кавказька та японська (по 7,9%). Інші міжнародні кухні займають 18,5% ринку. Такий розподіл демонструє, що попри зацікавлення іноземними смаками, українці все ж частіше обирають локальну кухню, яка асоціюється з автентичністю, зрозумілістю та гастрономічною спадщиною (рис. 2.1).

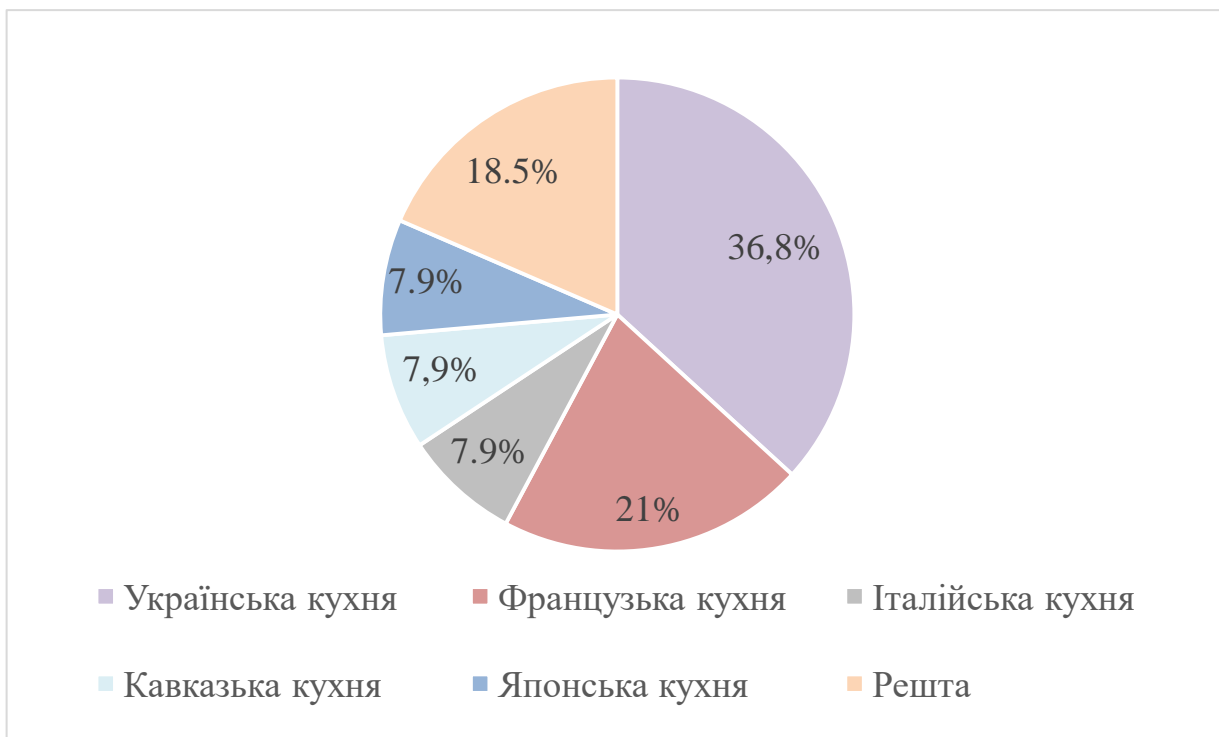


Рисунок 2.1 - Розподіл закладів ресторанного господарства за національними кухнями

Географічне розташування Закарпатської області на перетині кордонів України з Польщею, Словаччиною, Угорщиною та Румунією створює унікальні можливості для транскордонного туризму. Зручність прикордонного переходу, наявність міжнародних транспортних маршрутів та залізничного сполучення дозволяють легко організувати тури з охопленням кількох країн Центральної Європи, що сприяє підвищенню потоку туристів та розвитку інфраструктури регіону відповідно до європейських стандартів [17].

Усе це свідчить про високий рівень туристично-рекреаційного потенціалу Закарпатської області, який здатен задовольнити запити найвибагливіших

мандрівників. Регіон гармонійно поєднує природні, культурні, історичні та гастрономічні ресурси, що дозволяє формувати різноманітні туристичні продукти для розвитку туризму.

Туристично-рекреаційний потенціал Закарпаття тісно пов'язаний з його кліматичними особливостями. Область вирізняється м'яким кліматом із теплим літом і відносно м'якою зимою, що дозволяє забезпечити привабливі умови для відпочинку упродовж усього року. Особливо вигідними є умови для лікувального й оздоровчого туризму, що реалізується через численні санаторії, курорти, готельно-рекреаційні комплекси, зокрема у Свалявському, Ужгородському, Хустському районах. Сприятливі погодні умови, чисте повітря Карпат, цілющі води та озера, багата флора й фауна формують оптимальні умови для реабілітації, профілактики хвороб, а також релаксації у відриві від індустріального шуму та стресу.

Закарпатська область також має розвинену туристичну інфраструктуру, яка активно модернізується з урахуванням сучасних потреб подорожуючих. В області активно розвивається мережа готелів, хостелів, еко-садиб, приватних гостьових будинків, зокрема у гірських і термальних зонах. Дедалі більше популярності набирає зелений туризм, де туристи проживають у селах, мають змогу долучитися до сільського побуту, скуштувати домашні страви та взяти участь у сезонних роботах, святкуваннях або майстер-класах народних ремесел [18].

Транспортна доступність регіону є ще одним вагомим фактором, який підсилює його привабливість. Через Закарпаття проходять міжнародні автошляхи та залізничні маршрути, що дають змогу організовувати як індивідуальні, так і групові туристичні маршрути, в тому числі за участі туроператорів з ЄС, що підвищує рівень інтеграції області до загальноєвропейського туристичного простору [19].

Потужним стимулом для розвитку рекреаційного потенціалу є численні гастрономічні фестивалі, що проводяться у регіоні, зокрема «Червене вино» в Мукачеві, «БерегФест» у Берегові, «Ужгородська палачінта», фестивалі сиру, меду, вина, кави. Вони сприяють популяризації місцевих продуктів, ремесел і

традицій, підвищують рівень внутрішнього туризму та формують позитивний імідж Закарпатської області на міжнародній арені. Такі події стимулюють створення креативних просторів, нових гастрономічних локацій, арт-об'єктів, і є однією з основ економічного зростання малих громад.

Інтеграція Закарпаття до національних і міжнародних туристичних програм, участь у грантових проєктах з транскордонного співробітництва дозволяє залучати інвестиції, розбудовувати інфраструктуру, впроваджувати інноваційні практики у сфері туризму та рекреації. Сучасна цифровізація туризму, створення інтерактивних карт, віртуальних турів, мобільних застосунків для мандрівників, які інформують про цікаві об'єкти, маршрути, події — усе це сприяє зростанню привабливості регіону серед молодшої аудиторії та іноземних гостей (табл. 2.1)

Таблиця 2.1 – Основні складові туристично-рекреаційного потенціалу Закарпатської області

Складова	Характеристика
Природні ресурси	Карпатські гори, лісові масиви, водоспади, річки, озера, заповідники
Кліматичні умови	М'який помірно-континентальний клімат, сприятливий для туризму впродовж рік
Бальнеологічні ресурси	Мінеральні та термальні води (Свалява, Берегове, Косино, Велятино)
Історико-культурна спадщина	Замки, дерев'яні церкви, етнографічні музеї, архітектурні пам'ятки
Етнічна різноманітність	Українці, угорці, словаки, румуни, євреї, німці, що формують культурну мозаїку регіону
Гастрономічні ресурси	Унікальна регіональна кухня, традиції виноробства, фермерські продукти
Туристична інфраструктура	Готелі, садиби, підйомники, оздоровчі комплекси, бювети
Транспортна доступність	Міжнародні автошляхи, залізниця, аеропорт в Ужгороді
Подієвий туризм	Фестивалі вина, сиру, гастрономії, народного мистецтва
Розвиток цифрових сервісів	Веб-платформи, туристичні застосунки, інтерактивні мапи, віртуальні тури

Проведений аналіз дає змогу побачити, що туристично-рекреаційний потенціал Закарпатської області є багатограним і гармонійно поєднує природні,

культурні, соціальні й інфраструктурні компоненти. Унікальність Закарпатської області полягає у можливості синтезувати оздоровчий, пізнавальний, пригодницький, гастрономічний і культурний туризм в одному просторі. Багата ресурсна база, доповнена сучасними сервісами й відкритістю до інновацій, створює сприятливе середовище для стійкого розвитку туристичної сфери. Закарпаття має усі передумови для позиціонування як одного з флагманів внутрішнього та міжнародного туризму України, і при належному стратегічному підході може стати прикладом регіонального туристичного прориву [20].

Окрім зазначених переваг, до туристично-рекреаційного потенціалу Закарпатської області слід віднести її стратегічне географічне розташування, яке робить регіон своєрідним «воротами» України до країн Центральної та Східної Європи. Близькість до державного кордону з Польщею, Словаччиною, Угорщиною та Румунією сприяє не лише активному перетину туристичних потоків, але й розвитку транскордонного співробітництва у сфері туризму, обміну досвідом, культурними програмами, спільними туристичними маршрутами. Це відкриває широкі можливості для формування європейських багатокраїнових турів, які починаються або проходять через Закарпаття.

Сучасна молодь усе більше віддає перевагу активному відпочинку, що включає елементи екстриму, пригод, фізичної активності, і в цьому контексті Закарпаття з його гірською системою, ущелинами, річками, придатними для рафтингу, піших походів, веломаршрутів, стає справжньою меккою для адреналінових мандрівників. Альпіністські тури, парапланеризм, зимові види спорту, походи на хребти Боржава, Свидовець, Черногору, сходження на Говерлу – усе це формує розгалужену карту активного туризму, що інтегрується з екологічними ініціативами збереження природи.

Неможливо обійти увагою і освітньо-пізнавальний потенціал регіону, який реалізується через тематичні маршрути, музеї, ремісничі осередки, туристичні тренінгові табори. Особливу цінність мають майстер-класи, під час яких туристи можуть не лише спостерігати, а й особисто долучитися до виготовлення місцевих страв, народного одягу, гончарних виробів, лозоплетіння, карпатських іграшок, ткацтва тощо. Це створює ефект глибокого культурного занурення, сприяє

збереженню нематеріальної спадщини та формуванню сталого туризму з орієнтацією на локальні громади.

Закарпаття демонструє надзвичайний потенціал для розвитку інклюзивного туризму. З'являються маршрути, пристосовані для людей з особливими потребами, розширюються можливості для відпочинку родин з дітьми, осіб похилого віку. Створення інклюзивного простору – це не лише соціальна відповідальність, але й показник туристичної зрілості регіону.

Ще один перспективний напрям – розвиток wellness та SPA-туризму на основі термальних джерел. Поєднання лікувальних процедур, відновлювальних практик, релаксаційних методик та природних ресурсів дозволяє залучати туристів, зацікавлених у гармонізації тіла й душі. Інвестиції в цю сферу стрімко зростають, адже попит на такий тип туризму постійно зростає як серед українців, так і серед іноземців [21].

Важливим чинником збереження і примноження туристично-рекреаційного потенціалу Закарпаття є екологічна свідомість. Багато туристичних об'єктів сьогодні впроваджують принципи екофрендлі: роздільне сміття, енергозбереження, збереження природних ландшафтів, відновлення історичних будівель без шкоди довкіллю. Таке поєднання сталості, відповідальності та традиції створює міцний фундамент для розвитку туризму, що приносить довготривалу вигоду як економіці регіону, так і його жителям.

Таким чином, туристично-рекреаційний потенціал Закарпатської області є не лише багатим і різноманітним, а й надзвичайно гнучким до сучасних викликів і тенденцій. Його подальший розвиток залежить від збалансованої взаємодії між збереженням унікальних ресурсів, впровадженням інновацій і відкритістю до потреб туриста нового покоління. Ефективне управління туристичними ресурсами допоможе забезпечити довгострокову привабливість регіону та збільшити економічні вигоди від туризму.

2.2 Традиційна кухня Закарпаття як елемент культурної спадщини

Традиційна кухня Закарпаття є невід'ємною частиною культурної спадщини регіону, що сформувалася внаслідок багатовікового співіснування

різних етносів, релігійних традицій та історичних впливів. Унікальність закарпатської гастрономії полягає в її мультикультурності – в одному регіоні переплелися кулінарні традиції українців, угорців, словаків, румунів, євреїв, німців та представників інших національностей. Саме це забезпечило стравам регіону ту глибину смаків і ароматів, яка вирізняє їх серед кухонь інших частин України.

Кожна страва закарпатської кухні має свою історію, символіку, способи приготування і навіть місцеві варіації. Наприклад, відомий бограч – густий м'ясний гуляш з кількох видів м'яса, паприки та овочів – є не просто їжею, а атрибутом родинних свят, народних гулянь, фестивалів. Його приготування на відкритому вогні, з дотриманням давніх рецептів, часто супроводжується цілим ритуалом, який має глибоке соціальне та емоційне значення для місцевих. Такі страви не лише насичують, а й об'єднують громади, сприяють збереженню ідентичності, передаються як частина усної спадщини з покоління в покоління (рис. 2.2).



Рис 2.2 - Закарпатський бограч

Важливо відзначити, що закарпатська кухня вирізняється сезонністю та зв'язком з природою. Тут активно використовуються локальні продукти: гриби, дичина, мед, ягоди, сири з овечого або козячого молока, домашня ковбаса, соління, трав'яні настоянки. Їжа в Закарпатті – це продовження природного ритму життя, вона слугує своєрідним літописом календарних циклів, свят, врожаїв. Страви готуються з урахуванням традиційних святкових і буденних днів, з дотриманням постів та релігійних канонів. Це додає гастрономії

особливого сакрального змісту, перетворює харчування на частину духовного буття [22].

Ще однією характерною рисою закарпатської кухні є технологія приготування – вона повільна, вдумлива, з глибокою повагою до продукту. Багато страв готуються в глиняному або чавунному посуді, на дровах, з попередньою ферментацією, копченням або витримкою. Наприклад, відома страва банош – кукурудзяна каша з бринзою, вершками і шкварками – подається гарячою в дерев'яних мисках, що надає їй автентичного шарму. Такі методи не лише підкреслюють глибину смаку, але й є частиною нематеріальної культурної спадщини, яка заслуговує на збереження та популяризацію (рис. 2.3).



Рис 2.3 - Гуцульський банош з бринзою та шкварками

Закарпаття славиться також своїми напоями, зокрема натуральними виноградними винами, наливками, фруктовими дистилатами, які часто виготовляють за старовинними родинними рецептами. Виноградарство тут не просто аграрна діяльність, а ціла культура з дегустаціями, фестивалями, винними турами, що приваблюють туристів не лише з України, а й з усього світу. Кожна родинна виноробня – це окремий осередок гастрономічної традиції, з власною історією, стилем і рецептурою.

Солодка частина закарпатської кухні також має глибокі традиції та тісно пов'язана як з релігійними святами, так і з повсякденним життям. Її основу становлять натуральні продукти: фрукти, мед, мак, горіхи, сир, домашній сироп, консервації та тісто, приготовлене на заквасці або з використанням дріжджів.

Солодкі страви часто подаються не лише як десерти, а й як повноцінні страви на сніданок або полудень, особливо в сільській місцевості [23].

Один із найвідоміших десертів Закарпаття, який вважається справжньою кулінарною візитівкою – торт «Ужгород». Його основу складає ніжний горіховий бісквіт, просочений вершково-масляним кремом зі згущеним молоком та покритий шоколадною глазур'ю. Завдяки насиченому, але збалансованому смаку, торт любився як місцевим жителям, так і туристам. Історія цього десерту починається ще з радянських часів, коли він готувався лише на замовлення, а його рецептуру тримали в таємниці.

Сьогодні торт «Ужгород» є символом місцевої гастрономічної спадщини й важливою частиною кулінарної культури регіону. Він не лише нагадує багатьом закарпатцям про дитинство та родинні свята, а й приваблює гостей краю, які прагнуть скуштувати автентичний смак Закарпаття. Багато кав'ярень та кондитерських в Ужгороді пропонують класичну версію цього торта, а дехто – й авторські інтерпретації, зберігаючи при цьому головну ідею: поєднання горіхів, крему та домашнього затишку в кожному шматочку (рис. 2.4).



Рис. 2.4 – Торт «Ужгород»

Окремої уваги заслуговують хлібопекарські традиції Закарпатської області. Хліб на Закарпатті – це символ достатку і благословення, його випікають у печах за старовинними рецептами з додаванням меду, маку, горіхів, трав. Святкові паски, обрядові короваї, різдвяні калачі мають не лише гастрономічну, а й ритуальну функцію, що зберігає вікову спадкоємність між поколіннями (рис. 2.5).



Рис 2.5 - Закарпатський хліб

Традиційна кухня Закарпаття є не просто набором рецептів, це жива культурна система, яка охоплює світогляд, звичаї, емоції і спільноту. Саме через гастрономію передається дух краю, його національна самобутність, глибина і різнобарв'я. У сучасному контексті це відкриває надзвичайні можливості для розвитку гастрономічного туризму, креативних індустрій, міжкультурного діалогу, адже кухня є універсальною мовою, яка здатна об'єднувати людей, культури та епохи.

Гастрономічна спадщина Закарпаття, це міст між минулим і сучасним, між поколіннями, між містом і селом. Завдяки їй зберігається зв'язок із предками, родинними звичаями, річними циклами сільського життя. Це та культурна пам'ять, яку не можна прочитати в підручнику, її можна лише відчутти, скуштувавши страву, приготовану з любов'ю за старовинним рецептом. У цьому сенсі кухня виконує ще й терапевтичну функцію, повертаючи людину до її витоків, до глибинної традиції, до відчуття дому [24].

Сучасні кулінарні ініціативи, такі як фермерські ринки, гастрономічні ярмарки, тематичні ресторани з регіональною кухнею, значною мірою популяризують гастрономічну спадщину Закарпаття. Все більше молодих шеф-кухарів і рестораторів звертаються до локальних традицій як до джерела натхнення, переосмислюють їх у форматі сучасної гастрономії. Такий симбіоз традиції і модерну не лише зберігає спадщину, але й відкриває нові горизонти її розвитку.

Ці кулінарні практики нерозривно пов'язані з нематеріальною культурною спадщиною ЮНЕСКО, вони включають знання, ритуали, навички, ідентичність громади. Саме тому збереження традиційної кухні — це не лише питання смаку, а й культурної безпеки. Чим більш стійкою є локальна культура, тим сильнішою вона стає в глобальному діалозі (табл. 2.2)

Таблиця 2.2 – Традиційні закарпатські страви, що мають значення як культурна спадщина

Назва страви	Основні інгредієнти	Короткий опис та значення
Бограч	М'ясо (свинина, яловичина), паприка, овочі	Традиційна угорська страва. Вариться на відкритому вогні, символізує родинне єднання.
Банош	Кукурудзяне борошно, вершки, бринза	Карпатська каша. Її готують у гуцульських родинах до свят.
Локшина по-домашньому	Яйця, борошно, домашня сметана	Часто подається на свята, має ритуальне значення.
Пирого з картоплею	Картопля, тісто, цибуля	Щоденна та обрядова страва, популярна серед селян.
Ковбаси копчені	Свинина, часник, сіль, дим	Виготовляються на великі родинні події, зберігають родинні рецепти.
Сливовий леквар	Сливи, цукор або без	Варення з угорським корінням. Часто використовується в випічці.
Паляничка	Пшеничне борошно, яйця, молоко	Святковий хліб, символ гостинності та добробуту.
Деренівка	Ягоди дерену, спирт, мед	Місцева настоянка, яку готують з лікувальною метою.

Представлені у таблиці 2.2 страви та напої не тільки відображають гастрономічну унікальність регіону, а й слугують живим свідченням культурної спадкоємності, традиційного способу життя, родинних і релігійних обрядів. Через приготування, споживання та передачу знань про ці страви формується ідентичність місцевих громад, підтримується зв'язок з поколіннями, а також створюється потужний потенціал для туристичного розвитку. В умовах сучасних викликів, таких як урбанізація, міграція та глобалізація, підтримка та популяризація традиційної кухні набуває ще більшої ваги, як для збереження

культурної спадщини, так і для сталого соціально-економічного розвитку регіону [25].

Закарпатська кухня є не лише складовою матеріальної культури, а й особливим способом комунікації між поколіннями, громадами, етносами. Саме через приготування традиційних страв мешканці регіону відтворюють своє повсякденне життя, передають цінності, символи, уявлення про світ. Їжа, як складник культурного коду, формує розуміння локальної приналежності, забезпечує відчуття приналежності до певної спільноти. Варто підкреслити, що традиційна кухня Закарпаття виникла не як набір рецептів, а як система життєвих принципів, яка відображає особливості клімату, рельєфу, господарювання та побуту краю.

У цьому регіоні здавна побутовував культ хліба як символу добробуту та єднання. Його випікання супроводжувалося цілим ритуалом – від благословення господині до прикрашання хлібин сакральними знаками. У багатьох родинах рецепти хліба, пирогів, ковбас, квашеної капусти чи наливки передавалися від бабусі до онуки не лише на словах, а через спільну працю, в атмосфері сімейного тепла та довіри. Таким чином, кухня перетворювалася на своєрідну лабораторію етнічної пам'яті, де зберігалися сліди століть.

Особливу роль у традиційній кулінарії відігравали календарно-обрядові страви, що готувалися до Різдва, Великодня, весіль, похоронів, храмових свят. Наприклад, обрядові кутя, медовуха, паска, а також весільні паляниці несли не тільки смакову, а й символічну функцію. Кожна така страва містила в собі побажання достатку, здоров'я, плодючості, миру. Їх не просто їли – ними обмінювались як дарами, через них комунікували з предками та небесами. Їжа ставала мовою духовної культури [26].

Слід зауважити, що багато традиційних страв Закарпаття сформувались під впливом релігійного календаря, що чергує пісні та м'ясні періоди, пости і свята. Це сприяло збагаченню меню вегетаріанськими стравами – капустняками, кулешами, супами на грибах, картопляними запіканками. Водночас у святкові дні господині готували ситні м'ясні та борошняні страви, щедро приправлені часником, паприкою, сметаною – відповідно до ментальної потреби “нагодувати

від душі”. Усе це стало ґрунтом для розмаїття кулінарних технік: варіння, смаження, тушкування, копчення, квашення, запікання в печі.

Сьогодні відродження традиційної кухні Закарпаття набуває нового імпульсу. Чимало локальних ентузіастів-етнографів, рестораторів, господинь докладають зусиль, щоб оцифрувати, записати, систематизувати автентичні рецепти. У багатьох селах відбуваються фестивалі кулінарної спадщини, майстер-класи з приготування баношу, лемківських пирогів, різдвяної куті, де туристи можуть не лише куштувати, а й долучатися до процесу, пізнаючи культуру через дії. Зрештою, традиційна страва – це не тільки продукт, а й історія, розповідь, настрій, спільна дія, яка об’єднує [27].

Таким чином, традиційна кухня Закарпаття є глибоко вкоріненою формою культурного вираження, що об’єднує в собі гастрономію, філософію життя, духовні практики та соціальні зв’язки. Вона живе доти, доки її готують, розповідають про неї, діляться нею з іншими. А отже, вона не просто зберігається, а розвивається, адаптуючись до нових реалій, залишаючись при цьому важливою ланкою культурної ідентичності регіону та потужним ресурсом для сталого розвитку як внутрішнього туризму, так і міжнародного іміджу України.

2.3 Гастрономічна інфраструктура: ресторани, локальні виробництва, фермерські господарства

Гастрономічна інфраструктура Закарпатської області є важливою складовою туристичної привабливості регіону, оскільки саме вона формує унікальний культурно-смаковий простір, який приваблює туристів не тільки з України, але й з-за кордону. Це не просто набір закладів харчування чи точок продажу продуктів – це цілісна система, в якій поєднуються традиції, інновації, локальні особливості та економічні можливості.

Проаналізувавши кількість закладів ресторанного господарства станом на 2021 рік виявлено, що у Закарпатській області функціонувало 2 855 закладів ресторанного господарства, що забезпечує 23 заклади на 10 000 осіб населення. Це один з найвищих показників серед регіонів України, поступаючись лише

Київській області (25,45) та Івано-Франківській області (20,88) . Згідно аналізу даних за 2023 рік в області нараховувалося 705 об'єктів розміщення, що свідчить про зростання туристичної інфраструктури [28].

Щодо динаміки відвідуваності, то у лютому 2023 року кількість транзакцій у закладах громадського харчування Закарпатської області зросла на 17% порівняно з аналогічним періодом 2022 року, що свідчить про відновлення попиту на гастрономічні послуги.

У першу чергу важливо відзначити розгалужену мережу ресторанів і кафе, які активно включаються в процес популяризації традиційної кухні. Основними туристичними центрами Закарпатської області є Ужгород, Мукачево, Берегове, Виноградів, Хуст та інші туристичні центри регіону мають десятки закладів, де готують банош, токан, угорський гуляш, лемківські пироги, бограч, шкварки, деруни з бринзою, домашні ковбаси та інші страви, що поєднують простоту сільського життя з глибоким символічним змістом.

Ресторани часто оформлені у стилі народної архітектури, використовують локальні продукти, створюють атмосферу традиційного гостинного закарпатського дому. Багато з них також впроваджують концепцію *slow food*, акцентуючи увагу на якості, походженні продуктів і культурі харчування. Окрему роль у гастрономічній інфраструктурі відіграють локальні виробництва, які спеціалізуються на переробці сировини місцевого походження. Це і сироварні (наприклад, в селі Нижнє Селище чи селі Іза), і виноробні (Берегівський та Виноградівський райони), і медоварні, і невеликі цехи з виробництва м'ясних делікатесів. Такі підприємства зазвичай дотримуються традиційних технологій виробництва, поєднуючи їх із сучасними стандартами якості, що дозволяє їм бути конкурентоспроможними як на внутрішньому ринку, так і на експорт. Туристам часто пропонують екскурсії на виробництво, дегустації, майстер-класи, що перетворює споживання продукту на цілісне культурне переживання.

Фермерські господарства також відіграють значну роль у формуванні гастрономічного образу регіону. Їх діяльність ґрунтується на екологічному землеробстві, вирощуванні органічної продукції, збереженні аграрної біорізноманітності. Багато господарств у Закарпатті мають не лише виробничу,

а й туристичну функцію – пропонують послуги сільського зеленого туризму, приймають гостей, організовують гастрономічні тури та події. Такий формат – ферма як гастрономічна атракція – забезпечує інтеграцію сільського населення в туристичну економіку, зберігаючи при цьому локальний спосіб життя, навички, обряди та екологічний баланс [29].

Важливим трендом є формування агроекотуристичних кластерів, які поєднують фермерів, рестораторів, виробників і туристичні агенції у спільній справі – просуванні регіону як унікальної гастрономічної дестинації. Такі кластери дозволяють створювати цілі маршрути «від поля до столу», підтримувати спільний маркетинг, підвищувати рівень сервісу та формувати позитивний імідж Закарпаття. Цей підхід також сприяє збереженню культурної спадщини, адже кожен продукт має свою історію, легенду, географічне походження, а туристи прагнуть не лише смаку, а й сенсу.

Гастрономічна інфраструктура Закарпаття є багаторівневою системою, яка охоплює як традиційні, так і сучасні форми кулінарного виробництва та обслуговування. Вона забезпечує взаємодію між локальними громадами, туристичними потоками, економікою та культурною ідентичністю. Розвиток цієї інфраструктури не лише підтримує місцеву економіку, а й сприяє сталому туризму, культурному обміну та міжнародному визнанню Закарпаття як одного з найяскравіших гастрономічних регіонів України.

Важливим елементом подальшого розвитку гастрономічної інфраструктури Закарпаття є активне впровадження нових форматів взаємодії з туристами, орієнтованих на індивідуальні потреби, емоції та враження. Останнім часом у регіоні набирають популярності гастрономічні фестивалі, кулінарні шоу, дегустаційні тури, етноярмарки та гастротури, що поєднують історію, традиції, культуру і, власне, гастрономію. Такі заходи не тільки приваблюють туристів, але й активізують місцеву громаду, розвивають інфраструктуру сільських територій, популяризують локальні продукти та бренди.

Ще одним важливим напрямом є розвиток тематичних гастрономічних маршрутів, які включають відвідування не лише закладів харчування, але й місць виробництва, фермерських господарств, музеїв кухні, кулінарних шкіл тощо. Це

дозволяє туристам зануритися в повний цикл виробництва – від сировини до готової страви – і відчутти зв’язок з місцевими традиціями, землею, людьми. Багато туристів відзначають, що саме такий досвід надає подорожі автентичності та глибини, робить її пам’ятною і надихає на повернення. Цей підхід також має великий потенціал для експортного просування гастрономічного бренду Закарпаття за кордон, у тому числі через гастротуризм і кулінарний експорт [30].

Значну роль у зміцненні гастрономічної інфраструктури відіграють освітні ініціативи, які спрямовані на підвищення кваліфікації персоналу, підтримку локальних традицій і вдосконалення стандартів обслуговування. У регіоні зростає кількість кулінарних майстерень, дегустаційних центрів, шкіл традиційної кухні, де можна не лише скуштувати страву, але й навчитися її готувати. Це підвищує зацікавлення до місцевих кулінарних практик, сприяє передачі знань між поколіннями, зберігає спадковість та ідентичність кулінарної культури краю.

Гастрономічна інфраструктура Закарпаття – це не лише сукупність ресторанів, фермерських господарств і локальних виробників, а жива система, яка розвивається, трансформується і адаптується до сучасних вимог ринку, зберігаючи при цьому глибоку повагу до традицій. Успішний розвиток цієї інфраструктури відкриває нові горизонти для регіону – як у сфері туризму, так і у культурній дипломатії, локальному розвитку, сталому господарюванні та збереженні національної кулінарної спадщини (табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Основні елементи гастрономічної інфраструктури Закарпаття

Категорія	Приклади	Характеристика
Ресторани традиційної кухні	«Деца у нотаря» (Ужгород), «Гражда» (Мукачево), «Корчма в Ізі»	Пропонують автентичні закарпатські страви, оформлення в етностилі, використання локальних продуктів
Локальні виробництва	Сироварня в Нижньому Селищі, виноробня «Шато Чизай», м’ясні цехи у Берегові	Виготовлення традиційних продуктів з локальної сировини, дегустаційні тури, продаж сувенірної продукції
Фермерські господарства	Господарства в Ізі, Лумшорах, Тур’я Полянні	Вирощування екологічно чистих продуктів, агротуризм, участь у фестивалях

Закінчення табл. 2.3

Фестивалі та гастроподії	«Бринза-фест», «Сонячний напій», «Червене вино», «Ужгородська палинка»	Просування кулінарної спадщини, культурна інтеграція, масове залучення туристів
Гастрономічні маршрути	«Сирний шлях», «Винна дорога Закарпаття», «Смак Закарпаття»	Комплексне занурення в гастрономічну культуру регіону, тематичне спрямування
Кулінарна освіта та майстер-класи	Школа угорської кухні в Берегові, майстер-класи з приготування баношу	Передача знань, збереження традицій, навчальні програми для туристів

Гастрономічна інфраструктура Закарпаття відзначається своєю різноманітністю, гнучкістю та глибоким зв'язком із культурною спадщиною. Поєднання традиційної кухні в ресторанах, діяльності локальних виробництв, фермерського господарювання та активної участі в гастроподіях формує потужну платформу для сталого розвитку гастрономічного туризму. Кожен елемент цієї інфраструктури має свою унікальну функцію, але водночас органічно вписується у цілісну систему, яка робить регіон привабливим для різних категорій туристів – від шукачів автентики до гастрономічних естетів. Такий підхід сприяє як збереженню культурної ідентичності, так і модернізації сільських територій, створенню нових робочих місць і формуванню позитивного іміджу Закарпаття як кулінарної перлини України [31].

Подальший розвиток гастрономічної інфраструктури Закарпаття нерозривно пов'язаний із концепцією сталого туризму, яка передбачає відповідальне використання природних ресурсів, підтримку місцевих громад та збереження культурної спадщини. Особливістю Закарпаття є його багатонаціональний склад населення, що відображається у кулінарних традиціях. Цей етнокультурний симбіоз створює унікальні можливості для розвитку гастрономії як інструменту міжкультурного діалогу. Наприклад, угорські, словацькі, румунські, ромські, німецькі та українські кулінарні традиції не лише збереглися в регіоні, але й стали частиною гастрономічної привабливості. У сучасних умовах це відкриває нові перспективи для створення етнокулінарних локацій, тематичних дегустацій, кроскультурних фестивалів.

Значним стимулом для розширення гастрономічної пропозиції є також зростання попиту на так звані "slow food" практики, коли їжа сприймається не як механічна потреба, а як ритуал, процес, частина філософії життя. Закарпатські локації все частіше інтегрують цю ідею в обслуговування гостей: створюються спокійні природні простори з повільним ритмом, де турист може не лише спожити страву, а й відпочити, поспілкуватися з господарями, побачити процес приготування, доторкнутися до ремесла. Цей тип гастротуризму має великий потенціал, зокрема для іноземних туристів, які прагнуть не поверхневого знайомства з Україною, а глибокого пізнання її культури через смак, аромат, історію та атмосферу.

Ще однією перспективною складовою є розвиток гастрономічного брендингу, коли продукти чи страви стають візитівкою регіону. Наприклад, закарпатська бринза, леквар (сливове повидло), палинка, закарпатське вино, грибна юшка, бограч або банош уже сьогодні відомі за межами області, але їх потенціал як локальних гастрономічних символів може бути розкритий ще ширше. Розробка брендової упаковки, просування на міжнародних виставках, участь у кулінарних конкурсах, сертифікація за європейськими стандартами – усе це сприяє впізнаваності регіону на глобальному рівні.

Все більшу роль у гастрономічній інфраструктурі відіграє цифровізація. Закарпатські ресторани, виноробні та фермерські господарства активно впроваджують онлайн-бронювання, дегустації в доповненій реальності, віртуальні тури, кулінарні блоги та гастрономічні мобільні додатки, що значно розширює аудиторію та сприяє модернізації комунікації з туристом. Така інтеграція новітніх технологій у сферу гастротуризму не тільки актуалізує пропозицію регіону, а й забезпечує якісно новий досвід для відвідувачів [32].

Таким чином, гастрономічна інфраструктура Закарпаття вийшла за межі звичних понять про заклади харчування і дедалі більше нагадує інтегровану екосистему, в якій взаємодіють традиції, люди, технології та глобальні тренди. Регіон має усі передумови для того, щоб стати не лише внутрішнім гастрономічним центром України, а й потужним міжнародним гравцем у сфері

кулінарного туризму, де кожен компонент – від страви до емоції – формує цілісну культурну пропозицію для світу.

2.4 Відомі гастрономічні фестивалі та події в Закарпатській області

Гастрономічні заходи Закарпаття відіграють роль не лише в збереженні та популяризації кулінарних традицій краю, а й слугують важливим соціокультурним чинником, що сприяє згуртуванню громад, залученню туристів і розвитку місцевого бізнесу. Вони відображають автентичність краю, його історичну спадщину та етнокультурне розмаїття, слугуючи платформою для демонстрації гастрономічного потенціалу й розвитку внутрішнього та зовнішнього туризму. Кожен з фестивалів Закарпаття має свою атмосферу, ідею та особливості, які формуються під впливом традиційної кухні, локальних продуктів, ремесел і навіть географії.

Серед найяскравіших заходів варто відзначити фестивалі, які давно вийшли за межі кулінарного контексту та перетворилися на масштабні культурні події, що збирають тисячі гостей з усіх куточків України та з-за кордону. Особливої популярності набули заходи, пов'язані з певною традиційною стравою або продуктом – бограчем, баношем, винами, бринзою, палинкою, медом тощо. Вони не лише презентують смакову палітру регіону, а й створюють навколо себе живий простір спілкування, розваг, музики, народних промислів, що сприяє глибшому зануренню в культуру краю [33].

Такі події зазвичай організовуються у ключових туристичних локаціях Закарпаття – Мукачеві, Ужгороді, Берегові, Хусті, Іршаві, Виноградіві та навколишніх селах. Кожен захід має свій концепт: наприклад, у Мукачеві проводиться «Червене вино» – найвідоміший винний фестиваль, що об'єднує виноробів, сомельє, гастрономів та просто любителів вишуканих смаків. Це подія, яка фокусується на місцевих виноробах, їхніх унікальних винах, традиціях виноробства та розвитку індустрії. Відвідувачі мають можливість не лише скуштувати різноманітні сорти вин, а й познайомитись з історією виноробства Закарпаття, що робить фестиваль культурним досвідом для кожного учасника (рис. 2.6).



Рис 2.6 - Фестиваль вина "Червене вино" в Мукачеві

Ще один важливий фестиваль – це "Бограч-фест" в селі Середнє, що привертає увагу туристів не лише традиційними стравами угорської кухні, але й гастрономічними майстер-класами, ярмарками та концертами. Бограч – це національна угорська страва, яку готують на відкритому вогні. Тому фестиваль об'єднує не тільки гастрономічну традицію, а й національні культурні особливості, що є привабливим для гостей, які бажають доторкнутись до автентичного духу цього краю (рис. 2.7).



Рис 2.7 - "Бограч-фест" в селі Середнє

Фестиваль сливового леквару в селі Ботар – присвячений традиційному приготуванню сливового повидла (леквару), яке готують на відкритому вогні у великих казанах. Гості можуть долучитися до процесу, придбати домашні джеми, повидло, пироги з лекваром. Це свято є прикладом збереження старовинних кулінарних технологій (рис. 2.8)



Рис. 2.8 – Фестиваль сливового леквару в селі Ботар

Традиційний фестиваль меду в Береговому є ще однією важливою подією. Березівщина відома своїми медоносами, тому фестиваль меду стає платформою для популяризації продуктів бджільництва та локальних медових виробів. Відвідувачі мають можливість скуштувати не лише мед, але й різноманітні страви з медом, медові десерти та напої.

Не менш популярними є й гастрономічні події, пов'язані з сезонними врожайми – фестивалі грибів, яблук, картоплі та інших місцевих продуктів. Вони об'єднують гастрономічну культуру з природними багатствами, що надають можливість гостям Закарпаття не тільки скуштувати традиційні страви, але й брати участь у пізнавальних екскурсіях та майстер-класах.

Також особливе місце посідають фестивалі, що інтегрують гастрономію з природними ландшафтами: дегустації вин на відкритому повітрі біля виноградників, свята меду у гірських селах, фестивалі грибів у лісистих районах тощо. Ці події дозволяють відвідувачам не просто скуштувати локальні продукти, а й побачити, де і як вони створюються, познайомитися з тими, хто їх виготовляє. Така автентичність робить гастрономічний туризм Закарпаття унікальним і бажаним для мандрівників, які прагнуть справжніх емоцій і доторку до живої культури.

Слід відзначити, що гастрономічні події Закарпаття дедалі частіше підтримуються органами місцевого самоврядування, культурними фондами та європейськими ініціативами, що сприяє їх професіоналізації, розширенню та інтернаціоналізації. Відкриваються нові формати фестивалів – гастрономічні вікенди, мобільні ярмарки, дегустаційні тури, кулінарні майстер-класи та

гастроєкскурсії, що робить Закарпаття привабливим для гастротуристів упродовж усього року, а не лише в пік туристичного сезону [34].

Гастрономічні фестивалі Закарпаття – це не лише святкові заходи з їжею. Це глибоко вкорінені у місцеву культуру події, що відображають ідентичність регіону, сприяють розвитку малого підприємництва, формують позитивний туристичний імідж області та забезпечують сталий розвиток громади через збереження традицій та створення інноваційних продуктів.

Відомі гастрономічні фестивалі та події в Закарпатській області є важливим елементом розвитку туристичної інфраструктури, що сприяє культурному обміну, поширенню місцевих традицій та популяризації унікальних смаків регіону. Крім того, вони є значущими інструментами для залучення туристів, як внутрішніх, так і міжнародних. Завдяки таким подіям Закарпаття стає відомим далеко за межами України, що сприяє не лише економічному зростанню, але й культурному розвитку [35].

Завдяки популярності таких подій, Закарпаття стає важливим центром гастрономічного туризму, приваблюючи як місцевих жителів, так і міжнародних туристів. Ці фестивалі слугують не лише платформами для демонстрації кулінарних досягнень, але й стимулюють розвиток малих бізнесів, фермерських господарств, виноробних підприємств та ремесел, що мають велику культурну та економічну цінність для регіону (табл.2.4).

Таблиця 2.4 – Відомі гастрономічні фестивалі Закарпаття

Назва фестивалю	Локація	Тип події	Основні заходи	Період проведення
Червене вино	Мукачево	Винний фестиваль	Дегустація вина, майстер-класи з виноробства	Січень
Бограч-фест	Середнє	Кулінарний фестиваль	Приготування бограчу, концерт	Липень
Фестиваль меду	Берегове	Природний фестиваль	Дегустація меду, медові десерти, ярмарок	Вересень
Фестиваль грибів	Хуст	Сільський фестиваль	Збір грибів, дегустації	Жовтень

Закінчення табл. 2.4

Фестиваль картоплі	Іршава	Сільськогосподарський	Виставки картоплі, кулінарні майстер-класи	Серпень
Фестиваль яблук	Виноградів	Агропромисловий	Виставка яблук, продаж продукції, гастро-шоу	Вересень

Гастрономічні фестивалі в Закарпатті стають важливим елементом розвитку регіону, стимулюючи економічне зростання через залучення туристів та створення нових робочих місць.

Події, пов'язані з традиційною кухнею та локальними продуктами, є не тільки засобом популяризації гастрономічної культури, але й сприяють збереженню культурних традицій, оскільки дають можливість молодому поколінню вивчати старовинні кулінарні техніки та ремесла. Успіх гастрономічних фестивалів базується на органічному поєднанні культури, гастрономії та туризму, що дозволяє створити унікальні програми для різних категорій туристів.

Враховуючи зростаючий інтерес до гастрономічного туризму, важливо і надалі інвестувати в розвиток інфраструктури та організацію нових фестивалів, що надають можливість глибше пізнати культуру через їжу. Закарпаття має великий потенціал для розвитку гастрономічного туризму, і такі події можуть стати важливими не лише для розвитку місцевої економіки, але й для популяризації культурної спадщини на міжнародному рівні.

Гастрономічні фестивалі в Закарпатті також надають можливість глибшого розуміння екологічних та аграрних процесів, що мають місце в регіоні. Вони дозволяють туристам побачити, як місцеві продукти вирощуються і обробляються, а також відвідати фермерські господарства, де можна дізнатися більше про органічне землеробство, сучасні методи сільського господарства та розвиток екологічно чистих продуктів. Це є важливим аспектом гастрономічного туризму, оскільки сучасний споживач все більше цікавиться не тільки смаковими якостями страв, а й їх походженням та екологічною безпекою.

Багато фестивалів у Закарпатті також акцентують увагу на популяризації місцевих традицій та ремесел, що додає гастрономічним подіям ще одну важливу складову – культурну. Це дає можливість туристам не тільки насолоджуватися їжею, а й отримати досвід, пов'язаний з місцевими традиціями, ремеслами, музикою та іншими елементами фольклору [36].

Варто зазначити, що гастрономічні події в Закарпатті мають здатність привертати до регіону не тільки місцевих жителів та туристів з інших куточків України, а й іноземців. Міжнародний характер таких фестивалів допомагає створювати платформу для культурного обміну, а також сприяє розвитку регіону через залучення іноземних інвестицій. Багато туристів приїжджають до Закарпаття спеціально для того, щоб відвідати гастрономічні фестивалі, що вже стало свого роду брендованим явищем, яке асоціюється з високоякісними продуктами, дружньою атмосферою та незабутнім досвідом.

Гастрономічні фестивалі мають також важливе значення для розвитку місцевих підприємств, зокрема ресторанів, кафе, виноробних господарств і фермерських господарств. Вони отримують можливість представити свою продукцію на великій аудиторії, встановити нові партнерства та контакти, а також безпосередньо комунікувати з потенційними клієнтами. Це є важливим інструментом для розвитку малих і середніх підприємств, що базуються на місцевих ресурсах і традиціях.

Важливим аспектом гастрономічних фестивалів є також їхній внесок у розвиток освіти та професійного розвитку. Багато фестивалів проводять майстер-класи для місцевих кухарів та виробників продуктів харчування, що допомагає покращити якість послуг та продукції, які надаються туристам. Завдяки цьому, гастрономічний туризм у Закарпатті стає ще однією можливістю для розвитку професіоналізму серед місцевих працівників та підвищення рівня обслуговування туристів.

Ці події також стимулюють розвиток інфраструктури в регіоні. Оскільки вони приваблюють велику кількість туристів, що потребують тимчасового проживання, транспорту та інших послуг, організатори фестивалів часто зіштовхуються з необхідністю покращення доріг, готелів, ресторанного сервісу

та інших елементів інфраструктури, що також має позитивний ефект на загальний розвиток території [37].

Всі ці фактори свідчать про те, що гастрономічні фестивалі в Закарпатті займають важливу роль у комплексному розвитку регіону, покращуючи не тільки економічні показники, але й зберігаючи культурну спадщину, підтримуючи екологічні ініціативи та створюючи сприятливе середовище для розвитку туризму на місцевому рівні. Тому такі події можуть бути розглядатися як стратегічні інструменти для сталого розвитку, який дозволяє поєднувати економічне зростання, культурну спадщину та екологічну відповідальність (табл. 2.5).

Таблиця 2.5 – Оцінка впливу гастрономічних фестивалів на розвиток Закарпатської області

Параметр	Вплив гастрономічних фестивалів
Економічний розвиток	Залучення туристів, створення нових робочих місць, збільшення доходів від туризму та малих підприємств
Культурний обмін	Збереження та популяризація культурних традицій, інтерактивні заходи, зміцнення міжкультурних зв'язків
Підвищення якості послуг	Розвиток професійних навичок місцевих виробників та кухарів, покращення обслуговування туристів
Розвиток інфраструктури	Покращення дорожньої та туристичної інфраструктури, розвиток готельного та ресторанного бізнесу
Екологічний вплив	Поширення ідеї органічного землеробства та екологічно чистих продуктів, збереження природи та сталий розвиток

Отже, гастрономічні фестивалі в Закарпатті значно сприяють економічному розвитку регіону, через залучення туристів, розвиток малих підприємств та створення нових робочих місць. Події такого типу допомагають зберігати та популяризувати культурні традиції Закарпаття, що робить їх важливими не тільки з точки зору туризму, але й для культурної спадщини.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ЗАКАРПАТСЬКІЙ ОБЛАСТІ

3.1 Вплив гастрономічного туризму на економіку Закарпатської області

Гастрономічний туризм відіграє дедалі важливішу роль у формуванні економіки Закарпатської області, виступаючи не лише інструментом активізації туристичної діяльності, а й вагомим чинником зростання місцевих доходів, зайнятості та інвестиційної привабливості території. Основний вплив гастрономічного туризму на економіку Закарпатської області проявляється через розвиток підприємництва, зростання товарообігу, підвищення рівня зайнятості населення в сфері послуг, стимулювання локального виробництва продуктів харчування, збереження традиційних ремесел і посилення експортного потенціалу в сфері харчової індустрії та агропромислового комплексу.

За даними Головного управління статистики в Закарпатській області, у 2023 році частка малого та середнього бізнесу у сфері харчування та обслуговування туристів зросла на 11,4 % у порівнянні з 2020 роком. Кількість зареєстрованих суб'єктів господарювання, що працюють у сегменті ресторанного обслуговування, на кінець 2023 року становила понад 1350 одиниць, з яких близько 28 % орієнтовані на національну кухню і локальні продукти [38].

Середньомісячна кількість туристів за 2022–2023 роки, які відвідували регіон із гастрономічною метою, становила близько 52,7 тис. осіб, що у півтора рази більше, ніж у 2018–2019 роках. Згідно з результатами опитування, проведеного Асоціацією гостинності Закарпаття у 2023 році серед туристів, 61 % респондентів зазначили, що основним мотивом для відвідування регіону була саме локальна кухня, дегустації вин та участь у гастрономічних фестивалях. Це свідчить про високий економічний потенціал гастрономічного туризму як фактору формування споживчого попиту на місцеві послуги та товари.

Ріст обсягів внутрішнього попиту на локальні продукти сприяє розвитку дрібних фермерських господарств, виноробень, сироварень, м'ясних і

хлібопекарських підприємств, які постачають сировину та готову продукцію для закладів харчування та сувенірного ринку. Внаслідок цього формується замкнений ланцюг виробництва і споживання, що підтримує мультиплікативний ефект у регіональній економіці. За інформацією Департаменту агропромислового розвитку Закарпатської ОВА, у 2023 році на території області функціонувало понад 170 мікропідприємств, що спеціалізуються на виробництві локальних гастрономічних продуктів, у тому числі 27 виноробних господарств, 34 міні-сироварні, 19 м'ясопереробних цехів, які частково або повністю орієнтовані на обслуговування туристичного сектору.

Річний обсяг реалізації продукції цими підприємствами у межах області у 2023 році склав понад 192 млн грн, із загальним приростом на 23 % відносно попереднього року. Частка реалізованих гастрономічних послуг (ресторанне обслуговування, дегустаційні тури, кулінарні майстер-класи) у структурі доходів туристичної галузі становить орієнтовно 37 %, згідно з аналітичними даними Центру розвитку туризму Закарпаття.

Зростання інвестиційної привабливості регіону у галузі гастрономічного туризму обумовлює збільшення кількості проєктів, спрямованих на розвиток інфраструктури, логістики і сервісу. Протягом 2021–2023 років за підтримки місцевих програм економічного розвитку та транскордонного співробітництва було реалізовано 12 інфраструктурних проєктів у сфері гастрономії, включаючи відкриття гастроцентрів, реконструкцію історичних дегустаційних залів та облаштування фермерських маршрутів для туристів. Обсяг інвестицій у зазначені ініціативи перевищив 87 млн грн, із яких 43 % становили приватні інвестиції, 31 % – місцеве фінансування, 26 % – кошти міжнародної технічної допомоги. [39].

Сегмент гастрономічних фестивалів та подій також демонструє високий економічний ефект для Закарпатського регіону. У 2023 році на території Закарпаття було проведено 19 гастрономічних фестивалів різного масштабу, серед яких наймасовішими були «Ужгородська палачінта», «БерегФест», «Медовуха-фест», «Свято молодого вина», «Фестиваль бограчу», які в сукупності зібрали понад 210 тис. відвідувачів. Загальний дохід від проведення

таких заходів, включаючи продаж квитків, гастрономічної продукції, туристичних послуг і товарів супутнього попиту, становив приблизно 41 млн грн. Збільшення кількості туристів сприяє росту доходів у сфері транспорту, розміщення, екскурсійного обслуговування, а також стимулює розвиток індустрії розваг і сувенірної продукції, обсяг продажу якої під час фестивалів у середньому збільшується в 2,6 рази порівняно із звичайним туристичним сезоном.

Позитивна динаміка у сфері гастрономічного туризму впливає на зайнятість населення у регіоні. У 2023 році в Закарпатській області у галузі туристичних послуг та ресторанного бізнесу працювало понад 17,2 тис. осіб, що на 14 % більше, ніж у 2020 році. Найбільший приріст зафіксовано у категорії сезонних працівників та зайнятих на тимчасових контрактах під час проведення фестивалів. За оцінками аналітичного відділу Закарпатського центру зайнятості, потенціал створення нових робочих місць у сфері гастрономічного туризму до 2026 року становитиме щонайменше 2500 вакансій, з урахуванням перспективи відкриття нових агротуристичних локацій та гастрономічних хабів [40].

Експортний потенціал гастрономічного туризму проявляється через просування локальних брендів продуктів харчування на зовнішні ринки. Деякі виробники, зокрема сімейні сироварні та виноробні господарства, активно беруть участь у міжнародних виставках і фестивалях, просуваючи продукцію під брендом «Made in Zakarpattia». У 2023 році експорт локальних гастрономічних товарів (вина, сири, м'ясні вироби, мед) із Закарпатської області до країн Європейського Союзу склав понад 11,6 млн євро, що на 19 % більше, ніж у 2022 році. Позитивна динаміка свідчить про зростання впізнаваності регіонального продукту Закарпаття, що безпосередньо впливає на підвищення туристичної привабливості регіону для іноземних туристів, особливо з Угорщини, Словаччини, Польщі, Чехії.

Фінансово-економічна вигода гастрономічного туризму також виявляється через приріст надходжень до місцевих бюджетів. Наприклад, у 2023 році податкові надходження до бюджетів різних рівнів від підприємств, що працюють у сфері гастрономічного туризму, склали близько 96 млн грн, включаючи ПДФО,

туристичний збір, податок на прибуток та орендні платежі. З огляду на це гастрономічний туризм виступає важливим джерелом бюджетної децентралізації, дозволяючи місцевим громадам фінансувати в розвиток інфраструктури, зокрема дорожньої мережі, туристичних інформаційних центрів, об'єктів громадського користування, освітніх програм і промоційних кампаній.

Значний вплив гастрономічного туризму на економіку Закарпатської області підтверджується також показниками середніх витрат туристів. Середня сума витрат туриста у Закарпатській області у 2023 році склала приблизно 1980 грн за добу, з яких 32 % припадало на харчування, 27 % – на проживання, 21 % – на транспортні послуги, 11 % – на розваги та події, 9 % – на сувенірну продукцію та дегустації [41].

Таким чином, гастрономічний компонент туристичних послуг формує понад третину витрат кожного туриста, що вказує на його ключову роль у загальній структурі доходів туристичної індустрії Закарпаття.

Комплексний вплив гастрономічного туризму на економіку Закарпатської області охоплює безпосередні і непрямі ефекти, пов'язані із зростанням підприємницької активності, розвитку локального виробництва, формуванням ринку гастрономічних послуг, посиленням позицій регіонального бренду, покращенням зайнятості та збільшенням податкових надходжень. Усе це в сукупності визначає гастрономічний туризм як перспективний напрям соціально-економічного розвитку Закарпаття, що потребує цілеспрямованої політичної підтримки, координації між владою, бізнесом і громадами, а також постійного моніторингу ефективності реалізованих проєктів.

3.2 Проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Закарпатській області

Гастрономічний туризм Закарпатської області, попри наявний потенціал і позитивну динаміку зростання, стикається з низкою проблем, що обмежують його стійкий розвиток і повноцінне включення до системи економічного зростання регіону. Серед ключових факторів, що стримують прогрес у цій сфері,

варто зазначити низький рівень системної координації між суб'єктами туристичної діяльності, недостатній розвиток інфраструктури, обмежений доступ до фінансування для дрібного бізнесу, низьку якість інформаційної підтримки, обмежену кількість кваліфікованих кадрів у сфері гастрономії та туризму, а також фрагментарне представлення локального продукту на національному та міжнародному туристичних ринках [40]. Складність полягає також у тому, що відсутність стратегічного підходу до просування гастрономічного туризму не дозволяє розвивати його як окремий бренд, який був би впізнаваним серед широкої аудиторії внутрішніх і зовнішніх споживачів. Вагомим викликом для розвитку гастрономічного туризму є відсутність централізованої бази даних об'єктів гастрономічного туризму, класифікованої за типами, регіонами, форматами обслуговування та спеціалізацією. Це ускладнює планування туристичних маршрутів, створення цілісних гастрономічних кластерів і розробку ефективних маркетингових стратегій [42].

На території області простежується нерівномірний розвиток гастрономічної інфраструктури. Високий рівень концентрації об'єктів гастрономічного туризму спостерігається у великих туристичних центрах, таких як Ужгород, Мукачево, Берегове, у той час як сільські громади, які мають автентичні рецептурні традиції та виробничу базу, часто залишаються поза увагою туристів через погану транспортну доступність, низький рівень сервісу і відсутність маркетингової підтримки. Це призводить до дисбалансу в розподілі туристичних потоків, нерівномірного економічного навантаження на території, а також до недовикористання потенціалу віддалених локацій. Водночас, саме ці території мають змогу стати осередками збереження та відтворення локальної кулінарної ідентичності. Нестача інвестицій в оновлення матеріально-технічної бази, відсутність сучасного технологічного обладнання у виробників сільськогосподарської продукції, відсутність сертифікації відповідно до вимог безпеки та якості харчових продуктів ЄС є системною проблемою, що обмежує розширення співпраці між гастрономічними підприємствами та міжнародними партнерами. Малий і середній бізнес, орієнтований на виробництво локальних продуктів для туристів, має обмежений доступ до фінансових ресурсів, що

ускладнює модернізацію, автоматизацію процесів і масштабування виробництва (табл. 3.1)

Таблиця 3.1 – SWOT-аналіз розвитку гастрономічного туризму в Закарпатській області

Сильні сторони	Слабкі сторони
- Багата мультикультурна кулінарна спадщина (українська, угорська, румунська, словацька тощо)	- Недостатній рівень промоції гастрономічних туристичних продуктів
- Розвинене виноробство та традиційні локальні виробництва	- Обмежена кількість фахівців у сфері гастрономічного туризму
- Проведення гастрономічних фестивалів і ярмарків	- Незадовільний стан інфраструктури у сільських громадах
- Природна привабливість регіону та поєднання з еко- та агротуризмом	- Відсутність єдиного гастрономічного бренду області
- Велика кількість локальних фермерських господарств	- Незбалансований розвиток між популярними і маловідомими локаціями
Можливості	Загрози
- Створення гастрономічного бренду Закарпаття	- Зростання конкуренції з боку інших гастрономічно привабливих регіонів України та Європи
- Розвиток цифрових платформ для просування турів і продуктів	- Міграція населення і втрата носіїв кулінарних традицій
- Можливість залучення іноземних інвесторів до сфери гастротуризму	- Коливання туристичного потоку через економічну чи безпекову нестабільність
- Розширення партнерств із ресторанами, агрооселями, локальними виробниками	- Неспроможність місцевої влади реалізувати довгострокову стратегію розвитку

Закінчення табл. 3.1

- Зростання попиту на автентичний досвід і локальні продукти серед туристів	- Низький рівень екологічної та санітарної безпеки на деяких об'єктах
-----------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------

Проведений SWOT-аналіз засвідчив наявність значного потенціалу Закарпатської області для розвитку гастрономічного туризму. Серед основних сильних сторін варто виділити багатий етнокультурний спадок, розвинуте виноробство, традиційні страви та активну фестивальну культуру, що формують унікальну гастрономічну пропозицію для туристів. Слабкими сторонами залишаються обмежена туристична інфраструктура у віддалених населених пунктах, недостатня кількість спеціалістів та відсутність єдиного бренду регіону в гастрономічному просторі.

До можливостей, які можуть суттєво посилити туристичну привабливість, належать цифровізація гастрономічного досвіду, формування локального бренду, розвиток партнерств із локальним бізнесом та зростаючий інтерес до автентичного кулінарного туризму. Водночас, наявні загрози, зокрема конкуренція з іншими регіонами, відтік населення, економічна нестабільність та слабка координація з боку органів влади, можуть стримувати реалізацію потенціалу. Аналіз підкреслює необхідність цілісного стратегічного підходу до розвитку гастрономічного туризму в області, що має базуватись на поєднанні внутрішніх ресурсів та зовнішніх можливостей із подоланням виявлених слабких сторін і нейтралізацією загроз.

Інформаційне забезпечення галузі має низький рівень як у кількісному, так і в якісному вимірах. Онлайн-платформи туристичного спрямування здебільшого не мають спеціалізованих розділів про гастрономічні маршрути, календарі сезонних гастрономічних подій або аналітичних матеріалів про особливості регіональної кухні. Сайти місцевих громад або туристичних центрів часто не оновлюються, не мають багатомовної підтримки, що створює бар'єри для залучення іноземних туристів. Відсутність інтегрованих комунікаційних кампаній, спрямованих на популяризацію гастрономічного туризму на національному рівні, позбавляє цю галузь можливості системного росту. Рівень

цифрової присутності локальних виробників залишається низьким: менше 27 відсотків локальних виробництв мають функціональні вебсайти, здатні забезпечити онлайн-продажі, бронювання або інформування про туристичні продукти. Водночас у країнах Європейського Союзу цей показник перевищує 70 відсотків, що свідчить про критичну необхідність цифровізації гастрономічної галузі у регіоні [43].

Кадрове забезпечення гастрономічного туризму перебуває на початковому етапі розвитку. Заклади професійної освіти готують кухарів і працівників ресторанного бізнесу, однак відсутні освітні програми, спрямовані на комплексну підготовку фахівців у галузі гастрономічного туризму, які могли б поєднувати знання з маркетингу, логістики, етнографії, готельно-ресторанного менеджменту та локального брендингу. Це призводить до нестачі кваліфікованих кадрів, здатних управляти проєктами гастрономічного туризму, організовувати дегустаційні тури, створювати концепції гастрономічних подій і просувати локальні бренди на ринку. Сезонний характер зайнятості також обмежує притік стабільної робочої сили у сферу гастрономії, оскільки значна частина робітників шукає роботу за межами регіону, де умови оплати праці є вигіднішими.

Окремою проблемою є фрагментарність нормативно-правового регулювання гастрономічного туризму. На національному рівні відсутні чітко визначені стандарти, що регламентують поняття гастрономічного туризму, механізми сертифікації туристичних маршрутів, вимоги до об'єктів гастрономічного обслуговування, стандарти безпеки під час дегустацій або участі у кулінарних заходах. Нерозвиненість законодавчої бази унеможливорює залучення великих інвесторів, які очікують прозорості та прогнозованості у питаннях ліцензування, оподаткування, санітарного контролю та фінансової підтримки галузі.

Незважаючи на зазначені проблеми, розвиток гастрономічного туризму в Закарпатській області має вагомі перспективи, зумовлені високим рівнем автентичності кулінарної спадщини, транскордонним розташуванням, зростаючим внутрішнім туристичним попитом та глобальними трендами на

локальні продукти, стійке споживання і гастрономічну освіту. Сприятливим фактором є наявність багатого кулінарного різноманіття, яке формувалося під впливом українських, угорських, словацьких, румунських, єврейських та німецьких кулінарних традицій, що дозволяє створювати унікальні туристичні продукти з високим рівнем культурної ідентичності. Інтерес до крафтових товарів, екологічної продукції, кулінарних майстер-класів, дегустацій, кулінарного волонтерства та тематичних подорожей створює основу для появи нових форматів туристичних послуг, які можна масштабувати та експортувати [44].

Потенціал цифрової трансформації може бути використаний для створення інтерактивних гастрономічних карт, мобільних додатків із рекомендаціями маршрутів, відгуками, рецептами, QR-кодами з описами страв, формуванням віртуальних турів та платформ для онлайн-продажу гастрономічних послуг. Участь у міжнародних кулінарних фестивалях, гастрономічних виставках та партнерських програмах у межах ЄС може забезпечити популяризацію Закарпаття як гастрономічного бренду на міжнародному рівні. Розширення співпраці з українською діаспорою, особливо у Словаччині, Чехії, Румунії та Польщі, відкриває додаткові канали для просування автентичної кухні Закарпаття як частини національної спадщини.

Розвиток концепції гастрономічних кластерів може забезпечити інтеграцію суб'єктів малого бізнесу, аграрного виробництва, освіти, культури та туризму в єдину систему співпраці. Формування таких кластерів дозволить ефективніше залучати інвестиції, впроваджувати стандарти якості, забезпечити централізовану логістику, створювати спільні маркетингові стратегії та нарощувати експортний потенціал. Впровадження освітніх програм для підприємців, майстрів кулінарної справи, гідів та менеджерів гастрономічних маршрутів сприятиме підвищенню якості наданих послуг, зростанню рівня культури обслуговування та професіоналізації сфери гастрономічного туризму.

Отже, збереження кулінарної спадщини Закарпаття, її включення до нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО, організація гастрономічних фестивалів із міжнародною участю, впровадження гастрономічної дипломатії,

створення спеціалізованих маршрутів на основі історичних кулінарних традицій, розвиток гастрономічної журналістики та аудіовізуального контенту сприятимуть довгостроковому закріпленню іміджу Закарпаття як одного з центрів гастрономічного туризму в Україні та Центрально-Східній Європі. Усі зазначені перспективи потребують стратегічного планування, міжгалузевої інтеграції, державно-приватного партнерства та моніторингу ефективності впроваджених рішень.

3.3 Стратегія популяризації гастрономічного туризму: нові формати та тренди (цифровізація, еко-підходи, локальні бренди)

Популяризація гастрономічного туризму як стратегічного напрямку розвитку туристичної галузі Закарпатської області потребує впровадження сучасних форматів комунікації, переорієнтації на екологічно відповідальне споживання, формування локальних брендів, використання цифрових технологій і міжсекторальної кооперації. У структурі сучасного туристичного попиту зростає питома вага мотивів, пов'язаних з автентичними кулінарними враженнями, участю у дегустаційних заходах, відвідуванням фермерських господарств, гастрономічними фестивалями, кулінарними майстер-класами та подієвими активностями.

Відповідно до результатів соціологічного дослідження, проведеного у 2023 році на замовлення Асоціації туризму Карпатського регіону, 48,3 % опитаних туристів вказали на гастрономічний фактор як головну причину вибору місця відпочинку, а ще 29,7 % – як другорядний мотив після природних ресурсів. З урахуванням таких тенденцій популяризація гастрономічного туризму потребує комплексного підходу, що передбачає синхронізацію дій органів місцевого самоврядування, туристичних операторів, представників ресторанного бізнесу, локальних виробників і закладів культури.

Цифровізація виступає ключовим інструментом просування гастрономічного туризму, оскільки забезпечує масштабованість охоплення аудиторії, персоналізацію комунікацій та інтерактивну взаємодію з

потенційними споживачами. Впровадження мобільних додатків з гастрономічними маршрутами, GPS-навігацією, вбудованими перекладачами, можливістю залишати оцінки та відгуки, а також інтеграцією з платіжними сервісами дозволяє підвищити зручність користування туристичними послугами.

Створення віртуальних турів, які поєднують відеозаписи з дегустацій, історіями виробників, локальними рецептами і рекомендаціями щодо парування страв та напоїв, підвищує рівень залучення туристів до процесу споживання інформації і створює ефект присутності, що є особливо актуальним в умовах постпандемічної трансформації споживацької поведінки [42]. Розробка єдиної цифрової платформи гастрономічного туризму Закарпатської області, що включатиме інтеграцію з системами бронювання, цифровими картами, електронними квитками на події, інформацією про виробників і знижковими пропозиціями, дозволить сформувати цілісну цифрову екосистему гастрономічної індустрії регіону.

Тренд на еко-підходи вимагає переосмислення форматів туристичних продуктів з орієнтацією на екологічну відповідальність, стале виробництво, скорочення харчових відходів, локальні ланцюги постачання, використання сезонних продуктів, біоупаковки та екологічного транспорту. У цьому контексті необхідно створювати сертифікаційні програми для гастрономічних закладів з відповідною еко-маркіровкою, яка буде зрозумілою для іноземних туристів і гарантуватиме відповідність екологічним стандартам.

У межах такої ініціативи можуть бути запроваджені критерії енергоефективності кухонного обладнання, сортування відходів, використання органічної сировини та співпраці з локальними постачальниками. При розробці гастрономічних маршрутів доцільно враховувати екологічне навантаження на території, пріоритезувати локації з доступом до громадського транспорту та розміщенням поблизу туристичних інформаційних центрів, що дозволить знизити викиди CO₂, пов'язані з переміщенням туристів.

Формування локальних гастрономічних брендів на основі унікальності кулінарної традиції, географічної прив'язаності, історичного контексту і

сучасної інтерпретації рецептур є необхідною умовою довгострокового позиціонування регіону як гастрономічної дестинації. Процес брендингу включає визначення ціннісної пропозиції продукту, розробку візуальної айдентики, реєстрацію торгової марки, створення брендбуку, просування у соціальних мережах і на міжнародних виставках, а також побудову історії походження продукту [45].

Вдалим прикладом виступають локальні бренди вина, сиру, м'ясних виробів і меду, які в умовах правильної маркетингової підтримки здатні конкурувати на рівні з гастрономічними продуктами з Італії, Франції, Іспанії чи Словенії. Ініціативи щодо захисту географічних зазначень продукції, наприклад, «берегівське вино» або «свалявська бринза», можуть забезпечити експортний потенціал, підвищити додану вартість локального продукту та посилити економічну стійкість виробника.

Інтеграція гастрономічного туризму з іншими форматами туризму, такими як культурно-пізнавальний, винний, оздоровчий і агротуризм дозволяє формувати комплексні туристичні продукти, які мають більшу цінність для споживача. Приклади таких інтегрованих маршрутів включають відвідування історичних замків з дегустацією локального вина, участь у майстер-класах на сироварнях під час гірських походів, гастро-ретрити на базі агроосель з елементами СПА-процедур, кулінарні школи для туристів, поєднані з лекціями з історії Закарпаття. Такі формати дозволяють залучити нові цільові аудиторії, зокрема родини з дітьми, корпоративні групи, гастроентузіастів, міжнародних студентів та учасників кулінарних турнірів. Розвиток гастрономічного туризму як частини освітніх, дослідницьких або інклюзивних ініціатив, орієнтованих на соціально вразливі категорії населення, може створити додану суспільну цінність і розширити спектр функціональних моделей туризму.

Таким чином, розробка регіональної стратегії просування гастрономічного туризму потребує виведення галузі з периферійного статусу у структуру пріоритетів культурної, економічної та туристичної політики області. У межах реалізації цієї стратегії необхідно запровадити постійний моніторинг трендів, створити дорадчий орган з питань гастрономічного туризму при

облдержадміністрації, запустити серію комунікаційних кампаній у співпраці з медіа, розробити бренд-платформу гастрономічного Закарпаття, створити онлайн-академію гастрономічної освіти, а також передбачити систему грантової підтримки інноваційних проєктів у сфері гастрономічного туризму. Системна імплементація нових форматів і трендів дозволить вивести гастрономічний туризм Закарпаття на рівень висококонкурентного продукту не лише в Україні, а й у Центрально-Східній Європі.

3.4 Концепція створення гастрономічного бренду Закарпаття

Формування гастрономічного бренду Закарпаття передбачає цілеспрямований процес ідентифікації, концептуалізації, упакування та просування унікальних кулінарних ресурсів як цілісного туристичного продукту. Бренд у сфері гастрономічного туризму виконує функцію інструмента стратегічної комунікації, що забезпечує впізнаваність території, формує емоційний зв'язок з цільовою аудиторією, створює додану вартість до наявних кулінарних об'єктів та підвищує конкурентоспроможність регіону на міжнародному туристичному ринку. Для Закарпатської області корисно використовувати підхід територіального брендингу, який спирається на унікальні культурні шари, справжність місцевих традицій, гастрономічні особливості та різноманітність культур.

Особливістю Закарпаття є історичне поєднання кулінарних традицій української, угорської, словацької, єврейської, румунської, німецької кухонь, що створює підґрунтя для побудови складної гастрономічної ідентичності, яка може бути адаптована до запитів різних туристичних сегментів (додаток Г).

Концепція гастрономічного бренду повинна ґрунтуватися на детальному аудиті гастрономічних ресурсів Закарпаття, включаючи опис локальних страв, традиційних технологій приготування, гастрономічних подій, об'єктів виробництва, культурних практик, історичних джерел, а також сучасних форматів споживання. Такий аудит дозволяє виявити ключові елементи, що мають потенціал стати символами бренду, зокрема закарпатські бограч, банош, токаїське вино, бринза, лечо, ковбаси, мед, сири, палинка, хліб з печі, сушені

гриби, дички, а також кулінарні техніки копчення, квашення, в'ялення, випікання у глиняній печі. Кожен з цих елементів повинен бути описаний у термінах гастрономічної унікальності, історичної безперервності, рецептурної точності, географічної ідентичності та репрезентативності. Формування даних гастрономічних ресурсів має здійснюватися з використанням електронних реєстрів, аудіовізуального контенту, геотегінгу, QR-кодування, що забезпечить подальшу інтеграцію інформації у маркетингові продукти [46].

Наступним етапом реалізації концепції гастрономічного бренду є побудова комунікаційної платформи, яка включає розробку візуального стилю, логотипу, слогану, ключових повідомлень, елементів фірмового стилю, брендбуку, а також стратегій комунікації з цільовими групами. Візуальна складова бренду має поєднувати традиційні орнаменти, шрифтові рішення з елементами культури регіону, кольорову гаму, що відображає гастрономічну палітру, іконографіку та фото-контент, який створює емоційне сприйняття. Логотип має бути адаптованим до різних носіїв, зокрема етикеток, упаковок, вивісок, рекламних матеріалів, електронних платформ, сувенірної продукції, відеоконтенту. Комунікаційна стратегія бренду повинна базуватися на цільових повідомленнях для різних аудиторій, включаючи туристів, бізнес, медіа, інституції, партнерські організації, іноземні представництва, національні гастрономічні асоціації, а також на акцентах, що підкреслюють стійкість, локальність, екологічність, смак, автентичність, історію, інклюзивність.

Для забезпечення функціональності бренду необхідно створити інституційну інфраструктуру, яка відповідатиме за управління, підтримку, контроль якості та розвиток бренду. Такою інституцією може виступати Регіональний центр гастрономічного брендингу, що здійснюватиме збір, верифікацію та сертифікацію локальних гастрономічних продуктів, реалізацію маркетингових кампаній, взаємодію з туристичними операторами, інфлюенсерами, гідями, розробку інформаційних матеріалів, проведення досліджень споживчих настроїв, формування банку фото- і відеоматеріалів, організацію гастрономічних подій та виставок. Центр повинен працювати у тісній кооперації з місцевими громадами, агровиробниками, ресторанним

бізнесом, закладами освіти, культурними інституціями, туроператорами, креативною індустрією та міжнародними партнерами.

Елементом сталості концепції бренду є впровадження системи сертифікації локальних гастрономічних продуктів із використанням позначки географічного зазначення, яка дозволяє захистити продукцію від фальсифікацій, підвищити рівень довіри споживачів і забезпечити експортний потенціал. Реєстрація географічного зазначення має відповідати вимогам Європейського Союзу, містити дані про походження сировини, методи виробництва, контроль якості, санітарні умови, рецептуру, специфіку регіональних ресурсів [47]. Це дозволить захистити продукти, пов'язані з конкретними територіями, від недобросовісної конкуренції, забезпечити економічні переваги для малих виробників та сформувати впізнаваність гастрономічної культури Закарпаття за межами України.

Не менш важливим є інтеграція бренду в загальноукраїнські та міжнародні туристичні маршрути, платформи, фестивалі, конкурси, виставки, кулінарні школи, медіапроекти та туристичні освітні програми. Бренд гастрономічного Закарпаття повинен бути представлений у національній системі туристичних брендів як самостійна і цілісна одиниця, що має власну концепцію, цінності, ідентичність, символіку, просування та стандарти.

Концепція бренду має враховувати соціальний вимір і стати фактором розвитку локальних громад, інструментом культурної дипломатії, збереження нематеріальної спадщини, інклюзивності, екологічної свідомості, жіночого підприємництва, молодіжних ініціатив та культурного різноманіття. У цьому контексті доцільно розробити навчальні програми для дітей та молоді про локальні традиції харчування, організувати кулінарні конкурси, літні школи, волонтерські гастрономічні програми, туристичні ігри, екскурсії, що сприятимуть закріпленню знань про регіональну ідентичність на рівні місцевих мешканців. Важливо забезпечити інклюзивність бренду, його доступність для людей з інвалідністю, різних вікових груп, культурного походження, рівня доходу. Це потребує адаптації інформаційних продуктів, перекладу на кілька

мов, створення тактильних матеріалів, супроводу сурдоперекладом, інклюзивного дизайну локацій і сервісів [48].

Бренд як економічна категорія повинен мати чітку фінансову модель, прогнозовану рентабельність, систему оцінки ефективності, індикатори впізнаваності, охоплення аудиторії, конверсії у туристичний трафік, кількість реалізованих послуг, обсяг продажів, зростання податкових надходжень, динаміку створення робочих місць. Система аналітики та моніторингу дозволить постійно коригувати стратегію, адаптувати її до нових викликів, враховувати тенденції споживчої поведінки, зміни на ринку гастрономії, міжнародні стандарти сталого розвитку та цифровізації.

Таким чином, формування гастрономічного бренду Закарпаття як інструмента розвитку туристичної ідентичності регіону має бути побудоване на поєднанні глибокої культурної рефлексії, сучасного маркетингу, кооперації між секторами, професійного менеджменту, використання технологічних інструментів і соціально орієнтованих підходів. Бренд повинен мати емоційну силу, економічну цінність, екологічну відповідальність, культурну глибину, цифрову доступність і соціальну відкритість.

3.5 Використання цифрових технологій для промоції гастрономічного туризму (онлайн-платформи, додатки)

Використання цифрових технологій для промоції гастрономічного туризму є однією з ключових складових сучасної системи управління туристичною дестинацією, орієнтованої на зростання рівня інформованості, підвищення якості туристичного досвіду, розширення каналів комунікації та формування інтегрованого туристичного продукту. У контексті Закарпатської області цифровізація гастрономічного туризму передбачає широке впровадження вебтехнологій, мобільних застосунків, інтерактивних карт, платформ віртуальної реальності, мультимедійного контенту, елементів доповненої реальності, а також електронних систем зворотного зв'язку, що забезпечують безперервну комунікацію з потенційними туристами.

Актуальність застосування цифрових рішень обумовлена не лише динамічним розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, а й зміною споживчих звичок, зокрема високим рівнем проникнення смартфонів, домінуванням візуального контенту в онлайн-середовищі, зростаючим попитом на індивідуальні та персоналізовані туристичні маршрути, орієнтовані на гастрономічні враження [49].

Цифрова інфраструктура гастрономічного туризму включає розробку спеціалізованих онлайн-платформ, які виконують функції агрегаторів інформації про гастрономічні маршрути, заклади харчування, фермерські господарства, виноробні, локальні виробництва, кулінарні події, фестивалі, дегустаційні заходи, навчальні майстер-класи, історії виробників, а також забезпечують можливість онлайн-бронювання, реєстрації на події, замовлення турів, купівлі квитків, перегляду фото- та відеоматеріалів. Такі платформи повинні мати адаптивну архітектуру для відображення на різних пристроях, багатомовний інтерфейс, системи геолокації, фільтрації за категоріями, інтеграцію з соціальними мережами, модулі електронної комерції, захист персональних даних, аналітичні панелі для моніторингу поведінки користувачів, інструменти інтерактивної навігації та рекомендацій, а також функціонал для залишення відгуків, оцінок і зворотного зв'язку. На основі аналізу подібних систем у країнах Європейського Союзу можна зробити висновок про доцільність застосування моделі з децентралізованим доступом для адміністраторів регіональних об'єктів, що дозволяє оновлювати інформацію про конкретні заклади чи події у режимі реального часу.

Мобільні додатки, адаптовані до гастрономічного туризму, є інструментом персоналізованої взаємодії з туристами і мають містити функціонал побудови маршрутів за заданими параметрами, інтеграцію з Google Maps або OpenStreetMap, модулі офлайн-навігації, розпізнавання QR-кодів на об'єктах гастрономічної інфраструктури, детальний опис страв, напоїв, інгредієнтів, можливість реєстрації на події, нагадування про заплановані заходи, інтерфейс для гейміфікованих форматів, а також функцію збору балів або бонусів у межах програми лояльності. Ефективність таких застосунків залежить від рівня

інтеграції з іншими сервісами, зокрема готелями, перевізниками, торговими мережами, закладами культури, освітніми установами, що дозволяє створити багатофункціональне середовище туристичного обслуговування. За результатами опитування туристів, проведеного у Закарпатській області у 2023 році, 71,6 відсотка респондентів вказали на відсутність зручного мобільного застосунку як обмеження для швидкої орієнтації у гастрономічному просторі регіону. Це свідчить про необхідність інвестування у розробку адаптивного, функціонального, багатомовного інструменту, що може стати ядром цифрової екосистеми гастрономічного туризму [50].

Ефективним інструментом просування гастрономічного туризму виступає використання мультимедійного контенту, який передбачає створення відеооглядів, кулінарних відеорецептів, влогів про подорожі, інтерв'ю з виробниками, стрімінг кулінарних фестивалів, фудблогів, фотогалерей, інфографіки, анімацій, що розкривають особливості гастрономічної культури Закарпаття. Контент повинен бути орієнтований на емоційне залучення, достовірність, високу якість візуалізації, культурну репрезентацію і синхронізований з актуальними тенденціями у візуальній комунікації, включаючи вертикальне відео, інтерактивні сторіс, короткі форми до 60 секунд, персоналізовані добірки і формат «behind the scenes». Платформи YouTube, TikTok, Instagram Reels виступають пріоритетними каналами просування серед цільової аудиторії у віці до 40 років, тоді як Facebook, туристичні форуми, спеціалізовані сайти і відеохостинги з більшим таймкодом є ефективними для старших аудиторій та професійного середовища. Досвід країн, що успішно реалізують цифрові стратегії у сфері гастрономічного туризму, показує важливість побудови партнерств з фудінфлюенсерами, тревел-блогерами, кулінарними журналістами, гастрономічними телеканалами, гостротуроператорами для формування стійкої репутації регіону як дестинації для кулінарних подорожей.

Інтерактивні гастрономічні карти з підтримкою GPS, функцією створення власного маршруту, інтеграцією з закладами харчування, фотозонами, дегустаційними локаціями, фестивальними майданчиками, пунктами продажу

локальної продукції дозволяють забезпечити високий рівень навігаційної підтримки туристів. На базі таких карт можна реалізувати концепції тематичних маршрутів за напрямками, наприклад винний тур, сирний шлях, медовий маршрут, кулінарна спадщина, гастроподії, веганський вектор, гірські ферми, гастромаршрути з історичним контекстом. На додаток до фізичної навігації інтерактивна карта може містити аудіогіди, рецептурні вставки, історичні довідки, фрагменти документальних фільмів, архівні фотографії, що створюють ефект занурення і додають культурної цінності гастрономічному туризму.

Застосування технологій доповненої реальності дозволяє зробити гастрономічний туризм інтерактивним і привабливим для покоління цифрових користувачів. Використання AR-додатків може забезпечити можливість переглядати 3D-моделі страв, віртуальні екскурсії по кухнях локальних ресторанів, реконструкції історичних процесів приготування традиційних страв, а також інтерактивні елементи в музеях гастрономії. Такі технології ефективні для розвитку гастрономічної освіти серед дітей, туристів-початківців, відвідувачів з обмеженим часом перебування. В умовах підвищеного інтересу до інновацій AR-інструменти сприяють диференціації туристичного продукту і дозволяють підвищити його вартісну пропозицію на ринку.

Розвиток системи цифрової аналітики гастрономічного туризму передбачає впровадження інструментів моніторингу поведінки користувачів, аналізу географії попиту, тривалості сесій на платформах, джерел трафіку, поведінкових сценаріїв, рівня конверсії, частоти повторних звернень, часу прийняття рішення, рівня відмов, карт тепла, перегляду відео, ефективності рекламних кампаній, взаємодії з елементами інтерфейсу [51].

Такі дані дозволяють здійснювати сегментацію аудиторії, оптимізувати рекламні бюджети, розробляти персоналізовані пропозиції, передбачати поведінкові патерни, розробляти контентну стратегію, вдосконалювати інтерфейси, адаптувати маршрути до реальних потреб туристів, а також забезпечити зворотній зв'язок з цільовими групами у форматі відкритих даних. У перспективі створення регіонального цифрового хабу для збору і обробки аналітики з усіх цифрових каналів може забезпечити основу для

автоматизованого управління гастрономічним туризмом і адаптації до динамічних змін ринку.

Отже, використання цифрових технологій у сфері гастрономічного туризму Закарпаття потребує координації зусиль органів влади, індустріальних партнерів, IT-сектору, освітніх установ, закладів культури і представників креативних індустрій. На основі сучасних технологій можливо створити єдиний інформаційний простір, що охоплює весь спектр туристичних послуг, формує позитивний імідж регіону, забезпечує зручність для споживача, підвищує економічну ефективність гастрономічного туризму і сприяє цифровій трансформації сфери гостинності як складової економіки досвіду.

ВИСНОВКИ

Гастрономічний туризм розглядається як комплексний соціально-економічний феномен, що інтегрує традиції харчування, культуру споживання, локальні ресурси, підприємницьку ініціативу, туристичну інфраструктуру та сучасні інструменти цифрового розвитку. У межах дослідження підтверджено, що Закарпатська область володіє суттєвим потенціалом для розбудови гастрономічного туризму як окремого напрямку туристичної спеціалізації. Багатокомпонентна етнокультурна структура регіону забезпечує унікальну кулінарну базу, яка має високу ступінь автентичності, історичної безперервності, регіонального маркування та мультикультурного змісту, що дозволяє позиціонувати територію як дестинацію гастрономічного типу з потенціалом виходу на міжнародні ринки. Встановлено, що гастрономічний туризм є не лише фактором активізації туристичних потоків, а й чинником розвитку локального бізнесу, агропереробки, готельно-ресторанного сектору, сервісних послуг, ремісничої справи, подієвих активностей та міжгалузевої кооперації.

Проаналізовано сучасний стан гастрономічної інфраструктури Закарпаття, яка має фрагментарний характер, демонструє ознаки нерівномірності у територіальному розміщенні, функціональній наповненості, кадровому забезпеченні, доступності для різних цільових груп і включеності у єдину логістичну систему. Розвинені гастрономічні кластери спостерігаються у великих туристичних центрах, тоді як периферійні райони залишаються маргіналізованими через транспортну недоступність, слабку інфраструктуру, відсутність інформаційної підтримки та інституційного лобі.

Виокремлено системні проблеми, що обмежують розвиток галузі, зокрема відсутність комплексної регіональної стратегії гастрономічного туризму, недостатність цифрових інструментів для його просування, низький рівень сертифікації та стандартизації продуктів, брак фахівців, обмежений доступ до фінансування, нерозвинутість системи гастрономічної освіти, слабку медіарепрезентацію локальних брендів.

Підтверджено, що інституційна слабкість у поєднанні з нерегульованістю законодавчого поля знижує інвестиційну привабливість галузі та унеможлиблює масштабування успішних ініціатив.

Сформульовано перспективні напрями розвитку гастрономічного туризму в контексті інноваційної трансформації, зокрема через впровадження екологічних практик, цифрових рішень, бренд-комунікацій, міжрегіонального партнерства, інтеграції в європейський гастрономічний простір, диверсифікації продукту та персоналізації досвіду. Обґрунтовано стратегічну важливість розробки концепції гастрономічного бренду Закарпаття, яка має бути побудована на основі локального змісту, етнічного різноманіття, рецептурної ідентичності, регіональної репутації, автентичної візуалізації, інституційного управління, медійного супроводу та експертної підтримки.

Продемонстровано, що такий бренд здатний акумулювати соціальний, культурний, економічний, репутаційний капітал території, конкурувати з європейськими аналогами, інтегруватися у національні і міжнародні проєкти, забезпечити сталість туристичних потоків і створити умови для підвищення якості життя місцевого населення.

Проаналізовано можливості застосування цифрових технологій у сфері гастрономічного туризму як основи для побудови багаторівневої системи інформаційного забезпечення, навігації, персоналізації досвіду, збирання даних, просування локальних продуктів, організації подій, освітніх програм, міжкультурної комунікації. Встановлено, що мобільні застосунки, вебплатформи, інтерактивні карти, аудіовізуальний контент, доповнена реальність, системи рекомендацій, гейміфіковані маршрути, платформи електронної комерції створюють передумови для якісної трансформації споживчого досвіду, розширення аудиторій, підвищення рівня доступності інформації, покращення клієнтського сервісу, збільшення частоти повторних візитів і підвищення рентабельності туристичних продуктів.

Підтверджено, що цифрові технології дозволяють інтегрувати гастрономічний туризм у глобальний ринок за рахунок формування багатомовного середовища, створення цифрових каналів продажів, онлайн-

бронювання, інтерактивного контенту, поширення відгуків, інфлюенсерської співпраці, краудмаркетингу, віртуальних презентацій і медіапромоції.

Доведено, що розвиток гастрономічного туризму є чинником не лише економічного зростання, а й збереження нематеріальної культурної спадщини, підтримки локальної ідентичності, формування позитивного міжнародного іміджу регіону, просування принципів сталого споживання, генерування соціального капіталу, підвищення рівня задоволеності туристів і консолідації місцевих громад навколо спільних цінностей. Виконане дослідження підтвердило важливість комплексного підходу до управління гастрономічним туризмом, який базується на синергії культурної автентичності, економічної доцільності, соціальної інклюзивності, технологічної інноваційності та комунікаційної адаптивності.

Отримані результати можуть бути використані як основа для розробки практичних рекомендацій органам місцевого самоврядування, закладам освіти, туристичним підприємствам, креативному сектору, міжнародним партнерам і громадським організаціям, які зацікавлені у розвитку гастрономічного туризму як ресурсу регіонального розвитку, засобу територіального маркетингу та інструмента культурної дипломатії.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Корнілова В. В., Корнілова Н. В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. Ефективна економіка. 2018. – 23 с.
2. Годя І. М. Гастрономічний туризм Закарпаття: сучасний стан і перспективи. Географія та туризм: наук. зб. 2018. – 14 с.
3. Костира І.О., Білецька О.О. Гастрономічний туризм як інструмент культурного брендингу України. Питання культурології. 2021. – 49 с.
4. Коркуна О. І., Никига О. В., Підвальна О. Г. Стаття «Гастрономічний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територіальних громад» (журнал Економічний простір, № 155, 2020. - 40–43 с.)
5. Воробейчик К.О. (2023). «Гастрономічний туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку на сучасному етапі», Матеріали Х Міжнародної наук.-практ. конф. «Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації». Київ, 2023. – 69 с.
6. Історія виникнення гастрономічного туризму.
[URL:https://learn.ztu.edu.ua/pluginfile.php/207744/mod_resource/content/1/](https://learn.ztu.edu.ua/pluginfile.php/207744/mod_resource/content/1/)
7. Стокгольм: гастрономічний тур <https://www.getyourguide.com/uk-ua/stokgol-m-150/stokgol-ms-kii-kulinarnii-tur-t183677/>
8. Гастрономічний туризм в Німеччині <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/11/440.pdf>
9. Гастрономічні та винні тури до Франції <https://gastrotravel.club/ua/gastro-wine-tours-france>
10. Культура їжі у Франції <https://gastrotravel.club/ua/blog/food-culture-in-france>
11. Спеціалізований туризм : навч. посіб. / Богатирьова, Г. А. та ін.. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2025. - 173 с.
12. Безсмертний В. Запашний банош, білий борщ і голубці - топ шедеврів гуцульської кухні, які повинен спробувати кожен. 2024. – 123 с.
13. Божук Т.І. Сучасний стан і перспективи розвитку винного туризму (на прикладі Закарпатської області). Туристична індустрія: сучасний стан і перспективи розвитку: VI міжнар. наук.-практ. Конф. 2024. – 39 с.

14. Вишнеvsька Г.Г. Гастрономічні свята та фестивалі як туристична атракція. Географія та туризм. 2012. Випуск 18. 2023. - 55–62 с.
15. Закарпатська область. Вікіпедія <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
16. Закарпатська обласна рада <https://zakarpattya.gov.ua/zakarpattya/infrastruktura/heohrafiya/>
17. Вишнеvsька Г.Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму. Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. 2013. – 112-118 с.
18. Внутрішній туризм в Україні зростає попри бойові дії. Укрінформ.
19. Гастрономічна карта України від УКРІНФОРМ. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-other_news/2142308-gastronomicna-karta-ukrainiinfografika.html
20. Глушко В. О. Гастрономічний туризм як окремий вид в туризмі: поняття, сутність, класифікація. Торгівля і ринок України. 2024. – 79 с.
21. Данилюк І., Струтинська Л. Гастротуризм – актуальний напрямок розвитку туристичної сфери. Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. 2022. – 164-169 с.
22. Козловська О.В. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції "Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України" 2019. – 255-258 с.
23. Дишкантюк О. В., Власюк К. В. Гастрономічний туризм: підручник. Одеса: ОЛДІ-ПЛЮС, 2025. – 136 с.
24. Дмитро Борисов: Українські ресторани вимушені бути кращими. 2023. – 179 с.
25. Підгірна В. Н., Єремія Г. І., Хникіна М. В. Аналіз тенденцій гастрономічного туризму: міжнародний досвід та Україна. Економіка та суспільство. 2022. – 80 с.
26. Костиря І. О., Білецька О. О. (2021). Гастрономічний туризм як інструмент культурного брендингу України. Питання культурології. 2021. – 38 с.
27. Гапоненко Г. І., Євтушенко О. В., Шамара І. М., Болото К. І. Перспективи розвитку гастро туризму України в повоєнний період. Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. 2023. – 128–140 с.

28. Гастропадщина України. Інтерактивна карта регіонів України : веб-сайт.
URL: <https://gastroheritage.com.ua/ua/site>
29. Антоненко, В. Г. Міжнародний туризм як чинник взаємодії та взаємозбагачення культур. УВ. С. Пазенко (Ред.), Філософія туризму К, 2023. - 223–233 с.
30. Батман, В. С. Тенденції кулінарного туризму в Україні та світі: матеріали X Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні технології управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом». Маріуполь: МДУ, 2024, - 225 с.
31. Бойко, В. О., & Далевська, Н. М. Розвиток туризму після збройних конфліктів у різних країнах світу. Управління змінами та інновації. 2024. – 69 с.
32. Корнілова, В. В. (2018). Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. Ефективна економіка, 2. 2024. – 86 с.
33. Панова, І. О., & Журавчак, Я. З. Проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, 13, 2023. – 196-208 с.
34. Расулова, А. М. Потенціал ресторанного бізнесу у розвитку гастрономічного туризму України. Еконо-міка та держава, 2025. – 78–83 с.
35. Сливенко, В. А., Долгієр, А. І., & Хрулькова, К. А. Шляхи активізації вітчизняного гостротуризму на міжнародному туристичному ринку. Ефективна економіка, 5. 2019. – 79 с.
36. Корсак Р., Сіра Е. Кулінарна етнологія та глобалізація: вплив міжнародних кулінарних трендів на традиційну кухню. Актуальні проблеми розвитку сфери гостинності: перспективи та виклики: матеріали II Міжнародної наукової конференції (24-25 квітня 2025 р.). Ужгород: Вид-во УжНУ «Говерла», 2025. – 255–259 с.
37. 60+ Food Tourism Statistics. UN Tourism. 2023. URL: <https://surl.li/mdhvms>
38. Щука Г. П., Головня С. І. Туристичний регіон чи туристична дестинація: співставлення понять. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку: матеріали I Міжнар. наук.-

- практ. конф. (м. Старобільськ, 16-17 листопада 2021 р.) Старобільськ: ЛНУ імені Тараса Шевченка, 2025. – 103–105 с.
39. Українські географічні зазначення. URL: <https://gi-ua.com/pershi-ukra%d1%97nski-gz/>
40. Ambrosia. Union register of geographical indications. European Commission. URL: <https://ec.europa.eu/agriculture/eambrosia/geographical-indications-register/>
41. Гастрономічний путівник. Закарпаття. Ужгород, 2024. https://kmtt.org/kiadvanyok/20240521144424/pdf/gasztrokalauz_ua.pdf
42. Елементи регіонального переліку НКС Закарпаття. Офіц. сайт КЗ «Обласний організаційно-методичний центр культури». URL: <https://zakfolkcenter.info/load-cat/elementy-nks>
43. Національний перелік елементів нематеріальної культурної спадщини України. URL: <https://mcip.gov.ua/wp-content/uploads/2023/10/naczionalnyj-perelik-elementiv-nematerialnoyi-kulturnoyi-spadshhyny-ukrayiny-28.07.23.pdf>
44. Соуканд Р., П'єроні А. Ковчег смаку. Україна. Їжа, знання та історії гастрономічної спадщини. 2022. – 218 с.
45. Щука Г.П., Ковальська Л.В. Подієвий туризм в Закарпатті: інвентаризація фестивалів. Краєзнав-ство. Науковий журнал. 2023. – 98–107 с.
46. Гастрономічний бренд території (на прикладі культурно-історичної спадщини Правобережного Полісся) <http://eprints.zu.edu.ua/33695/1/22.%20d0%93%d0%b5%d0%be%d0%b3%d1%80.%20d1%82%d0%b0%20d1%82%d1%83%d1%80.%202020%20d0%92%d0%b8%d0%bf.%2060.pdf>
47. Особливості гастрономічного брендингу території [file:///C:/Users/%D0%90%D0%BD%D1%8F/Downloads/5522-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-5436-1-10-20250311%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/%D0%90%D0%BD%D1%8F/Downloads/5522-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-5436-1-10-20250311%20(1).pdf)
48. Гастрономічний туризм як засіб активізації туристичних дестинацій https://tourlib.net/statti_ukr/rubish.htm
49. Роль маркетингових інновацій у розвитку гастрономічного туризму в регіоні https://tourlib.net/statti_ukr/grafska2.htm

50.Інновації та технології в сфері послуг і харчування

<https://journals.chdtu.ck.ua/index.php/itsf/article/view/130>

51.DIGITAL-технології у сучасному туристичному бізнесі: особливості розвитку

та перспективи [https://www.researchgate.net/publication/377585280_DIGITAL-](https://www.researchgate.net/publication/377585280_DIGITAL-TEHNOLOGII_U_SUCASNOMU_TURISTICNOMU_BIZNESI_OSOBLIVOS)

[TEHNOLOGII U SUCASNOMU TURISTICNOMU BIZNESI OSOBLIVOS](https://www.researchgate.net/publication/377585280_DIGITAL-TEHNOLOGII_U_SUCASNOMU_TURISTICNOMU_BIZNESI_OSOBLIVOS)

[TI ROZVITKU TA PERSPEKTIVI](https://www.researchgate.net/publication/377585280_DIGITAL-TEHNOLOGII_U_SUCASNOMU_TURISTICNOMU_BIZNESI_OSOBLIVOS)

Додаток Б

Гастрономічна карта України по областях



Додаток В

Розташування Закарпатської області



Додаток Г

Гастрономічна карта Закарпаття

