

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Економічний факультет

ПОГОДЖЕНО
Декан
Економічного факультету

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри
готельно-ресторанної справи та туризму

(підпис) **Андрій МУЗИЧЕНКО**
« ____ » _____ 2026 р.

(підпис) **Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО**
« ____ » _____ 2026 р.

БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**на тему: «Промоція продукту гастрономічного туризму територією
Закарпаття»**

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Освітня програма Бакалавр

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

Гарант освітньої програми
к.е.н., доцент

Ірина КУДІНОВА

**Керівник бакалаврської
кваліфікаційної роботи**
PhD, старший викладач

Ірина КОВАЛЬЧУК

Виконала

Дар'я ДЕМЧУК

КИЇВ - 2026

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Економічний факультет

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
готельно-ресторанної справи та туризму

д.е.н., професор_____ Світлана Мельниченко

«_____» _____ 2026 р.

З А В Д А Н Н Я
до виконання бакалаврської кваліфікаційної роботи
здобувачу вищої освіти

Демчук Дар'ї Валеріївни

Спеціальність: 242 «Туризм і рекреація»

Освітня програма: «Туризм»

Орієнтація освітньої програми: освітньо-професійна

Тема бакалаврської кваліфікаційної роботи: **Промоція продукту
гастрономічного туризму територією Закарпаття.**

Затверджена наказом ректора НУБіП України від 22.10.2025 р. № 2445 «С».

Термін подання завершеної роботи на кафедру до: 20.05.2026 р.

Вихідні дані до бакалаврської кваліфікаційної роботи: наукові праці зарубіжних і вітчизняних авторів, дані служби державної статистики України, матеріали науково-практичних конференцій, аналітичні матеріали громад.

Об'єкт дослідження – система промоції продукту гастрономічного туризму, що формується і реалізується на території Закарпатської області.

Предмет дослідження – специфічні засоби, методи та комунікаційні підходи, що використовуються для просування продукту гастрономічного туризму Закарпаття на внутрішньому та зовнішніх туристичних ринках.

Мета дослідження – аналіз та обґрунтування ефективних підходів, інструментів

і стратегії промоції продукту гастрономічного туризму Закарпаття з метою підвищення його конкурентоспроможності та привабливості для туристів.

Перелік завдань, які повинен виконати здобувач вищої освіти для досягнення поставленої мети:

- проаналізувати наукові джерела, законодавчу базу та інтернет-ресурси щодо сутності та сучасних тенденцій розвитку гастрономічного туризму в Україні;
- визначити теоретико-методологічні підходи до оцінювання туристичного потенціалу територій;
- охарактеризувати природно-географічні, історико-культурні, соціально-економічні ресурси гастрономічного туризму Закарпатської області;
- провести аналіз сучасного стану функціонування туристичних продуктів на території Закарпаття;
- виявити проблеми та бар'єри розвитку гастрономічного туризму;
- запропонувати стратегічні напрями та практичні заходи щодо розвитку туристичного потенціалу гастрономічного туризму територією Закарпаття;
- обґрунтувати очікуваний соціально-економічний ефект від реалізації запропонованих заходів.

Дата видачі завдання: “10” листопада 2025 р.

**Керівник бакалаврської
кваліфікаційної роботи
PhD, старший викладач**

Ірина КОВАЛЬЧУК

**Завдання прийняла до
виконання**

Дар'я ДЕМЧУК

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ПІДГОТОВКИ ТА ЗАХИСТУ БАКАЛАВРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

№ з/п	Етапи підготовки та захисту кваліфікаційної бакалаврської роботи	Термін виконання	Примітки (фактично виконано)
1.	Вибір теми кваліфікаційної роботи, підготовка завдання, складання плану, консультації з проведення дослідження	1 вересня – 30 вересня 2025 р.	виконано
2.	Підготовка та видача завдання	1 жовтня – 1 грудня 2025 р.	виконано
3.	Підготовка першого розділу роботи	1 грудня 2025 р. – 1 лютого 2026 р.	виконано
4.	Підготовка другого розділу роботи	2 лютого – 30 березня 2026 р.	виконано
5.	Підготовка третього розділу роботи	1 квітня – 1 травня 2026 р.	виконано
6.	Підготовка висновків, списку використаних джерел та додатків. Оформлення роботи відповідно до вста-новлених вимог, передача на перевірку керівникові.	1-5 травня 2026 р.	виконано
7.	Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень керівника	5-10 травня 2026 р.	виконано
8.	Перевірка роботи на академічний плагіат	11-15 травня 2026 р.	виконано
9.	Отримання відгуку керівника роботи	15-16 травня 2026 р.	виконано
10.	Отримання зовнішньої рецензії	16-17 травня 2026 р.	виконано
11.	Подача роботи на кафедру	18 травня 2026 р.	виконано
12.	Підготовка доповіді і презентації. Попередній розгляд та захист на випусковій кафедрі	18-20 травня 2026 р.	виконано
13.	Допуск бакалаврської кваліфікаційної роботи до захисту завідувачем кафедри	20 травня – 25 травня 2026 р.	виконано
14.	Захист роботи перед екзаменаційною комісією	відповідно до графіку	виконано

РЕФЕРАТ

Демчук Д.В. «**Промоція продукту гастрономічного туризму територією Закарпаття**» бакалавр. Робота : спец.242 «Туризм» / Демчук Дар'я Валеріївна; НУБіП України; кафедра готельно-ресторанної справи та туризму; керівник Ковальчук І.В., PhD, старш.викл. - Київ, 2026. – 79 с.

Анотація. У кваліфікаційній роботі досліджено теоретичні та практичні аспекти промоції продукту гастрономічного туризму територією Закарпаття. Розглянуто сутність гастрономічного туризму, його роль у розвитку регіональної економіки та підвищенні туристичної привабливості територій. Проаналізовано сучасні підходи до оцінювання туристичного потенціалу регіону для формування гастрономічних маршрутів. Проведено оцінку природно-культурних, рекреаційних та гастрономічних ресурсів Закарпатської області, визначено їх значення для створення конкурентоспроможного туристичного продукту. Досліджено стан інфраструктурного забезпечення гастрономічного туризму, включаючи туристичні маршрути, заклади харчування, дегустаційні локації та рівень сервісу. Визначено основні тенденції розвитку гастрономічного туризму та проаналізовано попит на гастрономічні туристичні продукти.

На основі проведеного дослідження запропоновано стратегічні напрями вдосконалення промоції гастрономічного туризму Закарпаття, що передбачають активізацію маркетингової діяльності, використання цифрових інструментів просування, розвиток гастрономічних фестивалів і тематичних маршрутів, посилення співпраці між суб'єктами туристичної індустрії та місцевими виробниками. Обґрунтовано очікуваний соціально-економічний ефект від реалізації запропонованих заходів, який полягає у зростанні туристичних потоків, підвищенні зайнятості населення, підтримці локального бізнесу та зміцненні туристичного бренду Закарпатської області.

Ключові слова: гастрономічний туризм, промоція туристичного продукту, туристичний потенціал, туристичний маршрут, гастрономічний бренд.

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ТА ЙОГО РОЛЬ У РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	11
1.1. Сутність гастрономічного туризму та його значення для розвитку території.....	11
1.2. Види гастрономічного туризму та особливості їх організації	14
1.3. Методичні підходи до оцінювання туристичного потенціалу Закарпаття для розвитку гастрономічних маршрутів	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ЗАКАРПАТТІ.....	27
2.1. Оцінка природно-культурних і рекреаційних ресурсів Закарпаття для організації гастрономічних турів.....	27
2.2. Аналіз інфраструктурного забезпечення гастрономічного туризму (маршрути, заклади харчування, дегустаційні майданчики, безпека та сервіс). 43	
2.3. Дослідження попиту на гастрономічний туризм та актуальних тенденцій розвитку регіону.....	51
РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПРОСУВАННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ТЕРИТОРІЄЮ ЗАКАРПАТТЯ	56
3.1. Напрями удосконалення інфраструктури та сервісного забезпечення гастрономічних маршрутів.....	56
3.2. Розроблення стратегічних заходів щодо популяризації гастрономічного туризму	62
3.3. Оцінка очікуваного впливу реалізації запропонованих заходів на соціально-економічний розвиток території.....	65
ВИСНОВКИ.....	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	73

ВСТУП

Розвиток туризму в сучасних умовах виступає одним із ключових чинників економічного зростання, підвищення зайнятості населення та формування позитивного іміджу регіонів. Особливе місце серед сучасних напрямів туристичної діяльності займає гастрономічний туризм, який поєднує у собі культурний, пізнавальний та економічний потенціал території. Гастрономічний туризм дозволяє не лише задовольняти потреби туристів у харчуванні, а й формує унікальний досвід через знайомство з локальними традиціями, кухнею, продуктами та культурною спадщиною. У цьому контексті він стає важливим інструментом розвитку територій, стимулюючи діяльність малого і середнього бізнесу, підтримуючи локальних виробників та сприяючи формуванню регіонального бренду.

Закарпатська область є одним із найбільш перспективних регіонів України для розвитку гастрономічного туризму завдяки поєднанню природних ресурсів, багатой історико-культурної спадщини та різноманітної етнічної кухні. Регіон характеризується наявністю унікальних гастрономічних традицій, сформованих під впливом української, угорської, словацької, румунської та інших культур, що створює широкі можливості для формування туристичних маршрутів. Крім того, Закарпаття має розвинену мережу виноробних господарств, фермерських підприємств, гастрономічних фестивалів і туристичних локацій, які вже сьогодні формують основу для розвитку спеціалізованих гастрономічних турів.

Разом із тим, сучасний стан інфраструктурного забезпечення гастрономічного туризму в регіоні потребує подальшого вдосконалення. Незважаючи на наявність окремих успішних маршрутів і дегустаційних майданчиків, спостерігається недостатній рівень їх інтеграції, обмежена кількість комплексних туристичних продуктів, нерівномірний розвиток інфраструктури в різних районах області та недостатня промоція на міжнародному ринку. Відсутність системного підходу до формування гастрономічних маршрутів, а також недостатня цифровізація туристичних

послуг знижують конкурентоспроможність регіону в умовах зростаючої конкуренції на туристичному ринку.

Актуальність теми дослідження обумовлена необхідністю комплексної оцінки туристичного потенціалу Закарпаття, аналізу сучасного стану інфраструктури гастрономічного туризму та розробки ефективних стратегічних заходів щодо його розвитку. Особливої уваги потребує дослідження попиту на гастрономічні туристичні продукти, визначення тенденцій розвитку цього сегмента, а також оцінка соціально-економічного ефекту від впровадження нових маршрутів і сервісів. Вітчизняні наукові дослідження приділяють значну увагу окремим аспектам гастрономічного туризму, проте питання комплексного розвитку інфраструктури, інтеграції гастрономічних ресурсів у туристичні маршрути та оцінки їх ефективності потребують подальшого опрацювання.

Метою роботи є комплексне дослідження туристичного потенціалу Закарпатської області для розвитку гастрономічних маршрутів, аналіз інфраструктурного забезпечення та попиту на гастрономічний туризм, а також розробка стратегічних напрямів його розвитку з оцінкою очікуваного соціально-економічного ефекту.

Для досягнення поставленої мети у роботі вирішено такі завдання:

1. Дослідити сутність гастрономічного туризму, його види та значення для розвитку територій.
2. Проаналізувати методичні підходи до оцінювання туристичного потенціалу регіону.
3. Оцінити природно-культурні ресурси Закарпаття та їх використання у формуванні гастрономічних маршрутів.
4. Проаналізувати інфраструктурне забезпечення гастрономічного туризму, включаючи маршрути, заклади харчування, дегустаційні майданчики, рівень сервісу та безпеки.
5. Дослідити попит на гастрономічний туризм та визначити основні тенденції його розвитку.

6. Розробити напрями удосконалення інфраструктури та сервісного забезпечення гастрономічних маршрутів.
7. Сформувати стратегічні заходи щодо популяризації гастрономічного туризму.
8. Оцінити очікуваний соціально-економічний ефект від реалізації запропонованих заходів.

Об'єктом дослідження є гастрономічний туризм Закарпатської області, туристичні ресурси та інфраструктура, що використовуються для організації гастрономічних маршрутів, а предметом – економічні, організаційні та соціальні аспекти розвитку гастрономічного туризму, оцінка ефективності функціонування туристичних продуктів і сервісів.

У роботі використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів дослідження, зокрема економіко-статистичний аналіз, системний підхід, порівняльний аналіз, методи узагальнення та прогнозування, а також методи оцінки соціально-економічної ефективності.

Практична цінність роботи полягає у розробці конкретних рекомендацій щодо вдосконалення інфраструктури гастрономічного туризму, створення нових туристичних маршрутів, підвищення якості сервісу та ефективності маркетингового просування регіону. Запропоновані заходи можуть бути використані органами місцевого самоврядування, туристичними підприємствами, інвесторами та іншими зацікавленими сторонами для розвитку гастрономічного туризму та підвищення конкурентоспроможності Закарпатської області.

Таким чином, проведене дослідження дозволяє комплексно оцінити сучасний стан гастрономічного туризму в Закарпатті, визначити ключові проблеми та перспективи його розвитку, а також сформувати практичні рекомендації, спрямовані на підвищення економічної ефективності, соціальної значущості та туристичної привабливості регіону в умовах сучасних викликів і глобальної конкуренції.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ТА ЙОГО РОЛЬ У РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

1.1. Сутність гастрономічного туризму та його значення для розвитку території

Гастрономічний туризм у сучасних умовах розвитку туристичної індустрії розглядається як один із найбільш перспективних напрямів, що поєднує економічні, культурні та соціальні аспекти розвитку територій. Його сутність полягає у подорожах, основною мотивацією яких є ознайомлення з місцевою кухнею, традиціями харчування, технологіями виробництва продуктів та гастрономічною культурою регіону. При цьому гастрономія виступає не лише як елемент споживання, а як важливий інструмент пізнання історії, культури та способу життя місцевого населення.

За визначенням М. Лепкого та О. Левчук [11, с. 62–68], гастрономічний туризм є ефективним інструментом брендингу територій, оскільки дозволяє формувати унікальний образ регіону через його кулінарні особливості. Саме локальні страви, традиційні рецепти та автентичні продукти стають своєрідними символами території, які здатні привернути увагу туристів і сформувати стійкий інтерес до дестинації. У цьому контексті гастрономічний туризм виконує не лише рекреаційну функцію, а й маркетингову, сприяючи просуванню регіону на внутрішньому та міжнародному туристичних ринках. Важливо підкреслити, що гастрономічний бренд формується не лише через окремі страви, а й через комплекс елементів, до яких належать культура споживання їжі, спосіб її подачі, історії походження продуктів, а також емоційний досвід, який отримує турист під час подорожі. Саме тому гастрономічний туризм дозволяє створювати унікальну ціннісну пропозицію, яка вирізняє регіон серед інших туристичних дестинацій і сприяє формуванню його позитивного іміджу. Крім того, розвиток гастрономічного бренду стимулює підвищення якості локальної продукції,

розвиток ресторанного бізнесу та впровадження інновацій у сфері обслуговування, що в сукупності посилює конкурентоспроможність території.

В. О. Омельницька [15, с. 15-20] підкреслює, що гастрономічний туризм є складовою культурного туризму, оскільки він тісно пов'язаний із традиціями, звичаями та історичним розвитком суспільства. Кожна страва, продукт або технологія приготування має своє походження і відображає природні, економічні та соціальні умови розвитку регіону. У цьому аспекті гастрономія виступає своєрідним «носієм культури», який передає знання та традиції від покоління до покоління. Саме тому гастрономічний туризм сприяє збереженню культурної спадщини, підтримці традиційних ремесел і популяризації локальної ідентичності. Водночас він забезпечує можливість інтерактивного знайомства з культурою, адже туристи не лише спостерігають, а й безпосередньо беруть участь у кулінарних процесах, дегустаціях, традиційних обрядах і святкуваннях. Така форма взаємодії дозволяє значно глибше зрозуміти культурні особливості регіону, ніж традиційні екскурсійні програми, і формує емоційний зв'язок між туристом і територією.

Суттєвий внесок гастрономічний туризм робить і у забезпечення сталого розвитку територій. Л. Л. Семенюк [22] зазначає, що розвиток гастрономічного туризму стимулює діяльність готельно-ресторанного бізнесу, сприяє створенню нових робочих місць, активізує підприємницьку діяльність і підвищує рівень доходів місцевого населення. Важливо зазначити, що економічний ефект гастрономічного туризму має комплексний характер і проявляється у взаємодії різних секторів економіки. Зокрема, зростання туристичного попиту на локальні продукти стимулює розвиток сільського господарства, фермерських господарств, виноробства, сироваріння та інших видів діяльності, пов'язаних із виробництвом продуктів харчування. Одночасно розвивається сфера послуг – транспорт, готельний бізнес, торгівля, культурно-розважальні заклади, що створює додаткові робочі місця та підвищує рівень зайнятості населення.

Завдяки цьому формується мультиплікативний економічний ефект, коли розвиток одного сегмента туризму сприяє зростанню суміжних галузей, таких як

сільське господарство, харчова промисловість, транспорт і торгівля. Крім того, гастрономічний туризм сприяє диверсифікації економіки регіону, зменшенню залежності від окремих галузей та підвищенню стійкості місцевих громад до економічних коливань. Важливим є і те, що розвиток гастрономічного туризму часто базується на використанні локальних ресурсів, що відповідає принципам сталого розвитку та раціонального природокористування. Це дозволяє не лише отримувати економічну вигоду, а й зберігати природне та культурне середовище для майбутніх поколінь.

Наукові дослідження також підкреслюють роль гастрономічного туризму як сучасного тренду розвитку туристичної індустрії. Г. Фесенко [29] зазначає, що гастрономічний туризм відповідає новим запитам туристів, які прагнуть отримати автентичний досвід, пов'язаний із культурою та способом життя місцевих громад. У сучасних умовах туристи дедалі більше орієнтуються не на масові туристичні продукти, а на індивідуалізовані враження, що включають участь у кулінарних процесах, дегустаціях, відвідуванні локальних виробників і фестивалів.

Важливим аспектом є також вплив гастрономічного туризму на соціально-економічний розвиток територіальних громад. О. Коркуна, О. Никига, О. Підвальна [8] наголошують, що гастрономічний туризм виступає фактором розвитку локальної економіки, оскільки стимулює попит на місцеву продукцію та послуги. Це сприяє розвитку малого і середнього бізнесу, підтримці фермерських господарств і збереженню традиційного виробництва продуктів харчування. Крім того, гастрономічний туризм сприяє підвищенню інвестиційної привабливості регіону, оскільки створює додаткові можливості для розвитку інфраструктури та туристичних проєктів.

М. Рубіш, М. Чорій та Л. Зеленська [21, с. 61–66] розглядають гастрономічний туризм як засіб активізації туристичних дестинацій. Вони підкреслюють, що гастрономічні ресурси можуть стати основою для формування нових туристичних маршрутів, підвищення конкурентоспроможності регіону та залучення туристів у менш відвідувані території. Це особливо актуально для

регіонів із багатою культурною та природною спадщиною, де гастрономія може виступати як інтегруючий елемент туристичного продукту.

Г. Саркісян [39, с. 312–320] акцентує увагу на значенні гастрономічного туризму у структурі регіональних туристичних ринків. Він зазначає, що розвиток цього напрямку сприяє диверсифікації туристичних послуг, зменшенню сезонності туристичних потоків і підвищенню загальної ефективності туристичної діяльності. Завдяки гастрономічному туризму регіони можуть формувати унікальні туристичні пропозиції, які відрізняють їх від конкурентів і забезпечують стабільний попит протягом року.

Узагальнюючи наведені підходи, сформуємо власне трактування гастрономічного туризму як інтегрованої соціально-економічної системи, що поєднує локальні харчові ресурси, культурну спадщину та інфраструктуру гостинності з метою формування унікального туристичного досвіду та створення доданої вартості для регіону.

На відміну від існуючих підходів, які переважно акцентують увагу на культурному або споживчому аспекті, у даному дослідженні гастрономічний туризм розглядається як інструмент просторового розвитку територій. Це означає, що ключовим є не лише наявність ресурсів, а й їх територіальна концентрація, транспортна доступність та інтеграція в маршрути.

Таким чином, гастрономічний туризм доцільно аналізувати не лише як культурне явище, а як просторово-економічну систему, що потребує застосування географічних і економіко-математичних методів дослідження.

1.2. Види гастрономічного туризму та особливості їх організації

Гастрономічний туризм у сучасній туристичній індустрії розглядається як один із найбільш динамічних і перспективних напрямів, що поєднує у собі культурний, пізнавальний і рекреаційний компоненти. Його сутність полягає не лише у споживанні їжі, а й у глибокому зануренні туриста в культурне

середовище регіону через традиції харчування, технології приготування страв, локальні продукти та гастрономічні звичаї. Як зазначають О. П. Гладчук та О. В. Дишкантюк [2, с. 45], гастрономічний туризм є складним багатокомпонентним явищем, що включає різні види діяльності – від дегустацій і кулінарних майстер-класів до участі у фестивалях та відвідування виробничих підприємств харчової галузі.

У науковій літературі виділяється кілька основних видів гастрономічного туризму, які різняться за змістом, формою організації та цільовою аудиторією. Така класифікація дозволяє більш чітко зрозуміти структуру гастрономічного туризму та особливості його функціонування, а також визначити найбільш ефективні підходи до організації туристичних продуктів у цьому сегменті. Кожен із видів гастрономічного туризму має власну специфіку, що проявляється у змісті туристичного досвіду, рівні залученості туриста та інфраструктурному забезпеченні.

Одним із найпоширеніших є винний туризм, який передбачає відвідування виноробних господарств, дегустаційних залів, винних підвалів, а також участь у тематичних фестивалях. За визначенням Т. В. Шелемєтьєвої [30, с. 372–378], винний туризм виступає важливим інструментом формування туристичного бренду території, оскільки поєднує гастрономічний досвід із культурною спадщиною та історією регіону. Важливо зазначити, що винний туризм має не лише розважальний, а й освітній характер, оскільки туристи отримують знання про технології виробництва вина, особливості вирощування винограду, традиції виноробства та специфіку різних сортів. Організація таких турів передбачає створення спеціалізованих маршрутів, які включають відвідування кількох виноробних локацій, забезпечення транспортного супроводу, професійного гіда та дегустаційних програм. Крім того, важливим елементом є формування унікальної атмосфери – автентичних винних підвалів, історичних будівель, тематичних дегустацій, що дозволяє створити цілісний туристичний продукт із високою доданою вартістю.

Іншим важливим видом є гастрономічні тури, орієнтовані на національну та регіональну кухню. В. Д. Олійник та І. Панова, Я. Журавчак [14, с. 306-309] підкреслюють, що такі тури спрямовані на ознайомлення туристів із традиційними стравами, кулінарними техніками та особливостями харчування різних етнічних груп. У цьому випадку гастрономія виступає як засіб культурної комунікації, що дозволяє туристам глибше зрозуміти історичні та соціальні процеси, які формували регіон. Особливістю їх організації є необхідність інтеграції гастрономічної складової з культурною програмою, що включає відвідування історичних пам'яток, музеїв, етнографічних комплексів, участь у традиційних обрядах і святкуваннях. Це дозволяє сформувати комплексний туристичний продукт, у якому гастрономія виступає як інструмент пізнання культури, а не лише як елемент споживання. Важливим є також забезпечення автентичності гастрономічного досвіду, що передбачає використання локальних продуктів, традиційних рецептів і методів приготування.

Значного поширення набуває також фермерський або аграрний гастрономічний туризм, який передбачає відвідування фермерських господарств, сироварень, пасік, м'ясних виробництв та інших об'єктів локального виробництва продуктів харчування. Як зазначає В. О. Патійчук [18, с. 26–34], цей вид туризму має високу пізнавальну цінність, оскільки туристи можуть безпосередньо спостерігати процес виробництва продуктів, брати участь у ньому та дегустувати результати. Особливістю цього напрямку є його тісний зв'язок із сільським господарством і розвитком сільських територій, що робить його важливим інструментом підтримки локальної економіки. Організація таких турів вимагає налагодження співпраці між туристичними операторами та місцевими виробниками, створення відповідної інфраструктури для прийому відвідувачів, а також дотримання стандартів безпеки та якості. Крім того, фермерський гастрономічний туризм сприяє популяризації екологічно чистих продуктів і формуванню культури відповідального споживання.

Окремим видом гастрономічного туризму є фестивальний туризм, який базується на участі у гастрономічних заходах, ярмарках, святах і фестивалях. За

дослідженнями Т. В. Шелеметьєвої [30, с. 372-378], гастрономічні фестивалі є потужним інструментом популяризації регіональної кухні та залучення туристів, оскільки вони створюють унікальну атмосферу та забезпечують можливість комплексного знайомства з культурою регіону. Такі заходи, як правило, поєднують гастрономічні, культурні та розважальні елементи, включаючи дегустації, кулінарні конкурси, майстер-класи, виступи творчих колективів. Організація фестивального туризму передбачає ретельне планування подій, розвиток інфраструктури для масового прийому туристів, забезпечення безпеки та високого рівня сервісу. Водночас фестивалі сприяють формуванню позитивного іміджу регіону, активізації туристичних потоків у певні періоди року та зменшенню сезонності туризму.

Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму також включають появу інноваційних і креативних форм, таких як кулінарні майстер-класи, гастрономічні шоу, тематичні вечери, інтерактивні гастрономічні простори. За висновками М. Рубіша, М. Чорія, Л. Зеленської [21, с. 61—66] та У. Ставської [23, с. 148—167], такі формати сприяють підвищенню конкурентоспроможності туристичних дестинацій, оскільки дозволяють створити унікальний досвід для туриста, який поєднує навчання, розваги та культурне занурення. Особливістю їх організації є використання сучасних технологій, індивідуалізація послуг і орієнтація на емоційний досвід споживача. Наприклад, застосування цифрових платформ, мобільних додатків, інтерактивних карт і доповненої реальності дозволяє значно розширити можливості гастрономічних маршрутів і зробити їх більш доступними та привабливими для різних категорій туристів.

Важливою складовою класифікації гастрономічного туризму є також поділ за формою організації. Виділяють організовані тури, що реалізуються через туроператорів і включають комплекс послуг, та індивідуальні подорожі, які туристи планують самотійно. У сучасних умовах зростає популярність саме індивідуальних гастрономічних подорожей, що пов'язано з розвитком цифрових технологій, мобільних додатків і онлайн-платформ, які дозволяють туристам самотійно формувати маршрути та обирати гастрономічні локації.

Особливості організації гастрономічного туризму визначаються його комплексним характером. Насамперед необхідною умовою є наявність ресурсної бази – локальних продуктів, традиційної кухні, гастрономічних брендів. Крім того, важливу роль відіграє інфраструктура, яка включає транспортну доступність, заклади харчування, місця розміщення, дегустаційні майданчики. Як зазначає О. В. Дишкантюк [4, с. 78], ефективна організація гастрономічних турів передбачає також високий рівень сервісу, професійну підготовку персоналу, інформаційне забезпечення та маркетингову підтримку.

Не менш важливим є питання інтеграції гастрономічного туризму з іншими видами туризму, такими як культурний, екологічний, рекреаційний. Це дозволяє створювати комплексні туристичні продукти, які відповідають сучасним запитам туристів і забезпечують більш тривале перебування гостей у регіоні. За висновками дослідників, саме така інтеграція є ключовим фактором сталого розвитку гастрономічного туризму.

Порівняльну характеристику видів гастрономічного туризму представимо у табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Порівняльна характеристика видів гастрономічного туризму [4, с. 78]

Вид туризму	Основні ресурси	Просторова прив'язка	Рівень інфраструктури	Потенціал для Закарпаття
Винний	виноробні	низовинні райони	високий	високий
Фермерський	господарства	сільські території	середній	високий
Фестивальний	події	локальні центри	середній	середній
Ресторанний	заклади харчування	міста	високий	високий

Таким чином, гастрономічний туризм охоплює широкий спектр видів і форм, кожен з яких має свої особливості організації. Від винних і фермерських турів до фестивальних і інноваційних форматів – усі вони спрямовані на

створення унікального туристичного досвіду, що базується на поєднанні смакових, культурних і емоційних вражень. Комплексний підхід до організації гастрономічного туризму, що враховує ресурсний потенціал, інфраструктуру, попит і сучасні тенденції, є необхідною умовою його ефективного розвитку та підвищення конкурентоспроможності туристичних DESTINAЦІЙ, зокрема Закарпатського регіону.

1.3. Методичні підходи до оцінювання туристичного потенціалу Закарпаття для розвитку гастрономічних маршрутів

Оцінювання туристичного потенціалу території є важливим теоретичним і методологічним підґрунтям для розробки практичних заходів щодо розвитку гастрономічних маршрутів, оскільки саме воно дозволяє сформувати цілісне уявлення про можливості регіону у сфері туризму та визначити напрями його ефективного використання. Туристичний потенціал розглядається як багатокomпонентна система, що охоплює природні, культурні, історичні та соціально-економічні ресурси, які у своїй сукупності формують основу для створення конкурентоспроможного туристичного продукту. Він не обмежується лише наявністю ресурсів, а включає також їхню доступність, рівень освоєності, здатність до інтеграції у туристичну діяльність та можливість задоволення різноманітних потреб туристів. Саме тому оцінювання туристичного потенціалу виступає важливим інструментом стратегічного планування, що дозволяє забезпечити збалансований розвиток регіону, підвищити його туристичну привабливість і досягти позитивного соціально-економічного ефекту для місцевих громад.

У сучасних наукових підходах туристичний потенціал розглядається не лише як статична характеристика ресурсів, а як динамічна система, яка змінюється під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів, зокрема економічних умов, рівня розвитку інфраструктури, державної політики та глобальних

туристичних трендів. Це означає, що оцінювання туристичного потенціалу має враховувати не тільки поточний стан ресурсів, але й перспективи їхнього розвитку, можливості модернізації та адаптації до нових вимог ринку. Особливо це актуально для гастрономічного туризму, який є відносно новим напрямом і потребує гнучкого підходу до формування туристичних продуктів, орієнтованих на автентичність, унікальність та інтерактивність досвіду [9, с. 37-42].

Методологія оцінювання туристичного потенціалу передбачає багаторівневий підхід, що базується на поєднанні різних методів аналізу. Вона включає дослідження ресурсної бази, оцінку рівня розвитку туристичної інфраструктури, аналіз попиту на туристичні послуги, а також вивчення соціально-економічних умов функціонування туристичної сфери. Такий підхід дозволяє сформувати комплексне бачення потенціалу території та визначити фактори, які сприяють або, навпаки, стримують розвиток туризму. Системний аналіз у цьому контексті виступає ключовим інструментом, оскільки забезпечує можливість розгляду туристичного потенціалу як цілісної системи, де всі елементи взаємопов'язані та взаємозалежні.

Застосування системного аналізу дозволяє не лише ідентифікувати потенційно привабливі території для розвитку гастрономічних маршрутів, але й виявити проблемні аспекти, які потребують удосконалення. До таких аспектів можуть належати недостатній рівень транспортної доступності, обмеженість туристичної інфраструктури, низький рівень сервісу або недостатня інтеграція локальних ресурсів у туристичні продукти. Виявлення таких проблем створює основу для розробки цільових заходів, спрямованих на підвищення ефективності використання туристичного потенціалу та формування конкурентоспроможних гастрономічних маршрутів [9, с. 37-42].

Комплексний підхід до оцінювання туристичного потенціалу передбачає також детальний аналіз природних і культурних ресурсів, які є основою для створення туристичних продуктів. Природні ресурси включають ландшафтні особливості, кліматичні умови, водні об'єкти, біорізноманіття, які формують рекреаційну привабливість території. Культурні та історичні ресурси охоплюють

архітектурні пам'ятки, музеї, традиції, фестивалі, ремесла, що створюють унікальну ідентичність регіону. У контексті гастрономічного туризму особливу роль відіграють етнокультурні ресурси, які відображають традиції харчування, кулінарні практики та локальні продукти, що формують основу гастрономічних маршрутів.

Важливим елементом методології є також аналіз туристичної інфраструктури, який включає оцінку транспортної доступності, стану готельного фонду, закладів харчування, дегустаційних майданчиків, інформаційних центрів та інших об'єктів, що забезпечують обслуговування туристів. Рівень розвитку інфраструктури безпосередньо впливає на можливість реалізації туристичного потенціалу, оскільки навіть за наявності значних ресурсів їх ефективне використання є неможливим без належного рівня організації та сервісу. Саме тому оцінка інфраструктури є необхідною складовою комплексного аналізу туристичного потенціалу.

Р. Ю. Кривенкова [9, с. 37-42] акцентує увагу на тому, що оцінка туристичного потенціалу регіону не може ігнорувати державно-управлінські аспекти, оскільки ефективне планування та розвиток туристичної сфери залежить від взаємодії між місцевими ініціативами та державними програмами підтримки. При цьому важливо враховувати наявність стратегій розвитку туризму на регіональному та національному рівнях, оцінювати фінансову підтримку, що надається державними і муніципальними органами, а також організаційні ресурси, які забезпечують функціонування туристичної інфраструктури. Для регіонів з високим туристичним потенціалом, таких як Закарпатська область, ця проблема є особливо актуальною, адже попри багаті природні, культурні та етнокультурні ресурси, ефективний розвиток гастрономічних маршрутів часто ускладнюється відсутністю достатнього рівня координації та фінансової підтримки. У цьому контексті інтеграція місцевих ініціатив із державними програмами стає ключовим елементом, який дозволяє не лише підвищити привабливість гастрономічних продуктів, а й забезпечити стійкий економічний ефект для територій, підтримати розвиток малого і

середнього бізнесу, залученого до виробництва локальних харчових продуктів, та сприяти створенню нових робочих місць.

М. О. Онопрієнко [16, с. 28] виділяє комплекс специфічних методів оцінювання туристичного потенціалу, що дозволяють здійснити всебічний аналіз ресурсів і можливостей Закарпатської області. Зокрема, картографічний аналіз туристичних ресурсів дозволяє визначати розташування природних, культурних та гастрономічних об'єктів, їхню концентрацію та можливість інтеграції в тематичні маршрути. Статистичний облік туристичних потоків дає змогу оцінити популярність окремих локацій, сезонні піки відвідуваності, а також співвідношення внутрішніх і зовнішніх туристів, що дозволяє планувати об'єкти та заходи відповідно до попиту. Опитування туристів і підприємств туристичної сфери допомагає оцінити якість сервісу, рівень задоволеності туристів та виявити проблемні зони у функціонуванні гастрономічних маршрутів. Крім того, застосування коефіцієнтів інтенсивності використання ресурсів дозволяє кількісно визначити ступінь завантаженості туристичних об'єктів і ефективність їхнього використання, що важливо для раціонального планування нових маршрутів і оптимізації інфраструктури.

Поєднання державно-управлінського та прикладного методичного підходу забезпечує комплексну оцінку туристичного потенціалу, спрямовану на виявлення територій із найвищим потенціалом для розвитку гастрономічного туризму, а також на оптимізацію маршрутизованих туристичних продуктів. Такий підхід дозволяє не лише ефективно планувати інфраструктурні заходи – створення нових дегустаційних залів, тематичних кафе та гастрономічних майданчиків – але й передбачати соціально-економічні ефекти від розвитку туристичного потоку, зокрема збільшення доходів місцевих виробників, залучення інвестицій у регіон, підвищення зайнятості населення та популяризацію культурної спадщини Закарпаття серед внутрішніх і зовнішніх туристів.

Ю. О. Юхновська [34, с. 54-59] підкреслює важливість комплексного підходу до оцінювання туристичного потенціалу регіонів, що передбачає

інтеграцію кількісних і якісних методів аналізу. Кількісні показники включають, насамперед, кількість туристичних об'єктів у регіоні, рівень забезпеченості їх інфраструктурою, кількість туристів, які відвідують територію протягом року, а також статистичні дані про сезонні коливання потоків відвідувачів. Такі показники дозволяють кількісно оцінити потенціал території та визначити найбільш завантажені або недостатньо освоєні ділянки для розвитку нових туристичних пропозицій. Водночас якісні критерії оцінки охоплюють стан сервісу, рівень культурної автентичності ресурсів, унікальність туристичного продукту, а також загальну привабливість території як туристичної дестинації. Оцінювання на основі цих характеристик дозволяє не лише визначити конкурентні переваги регіону, а й виявити слабкі місця, що потребують удосконалення, наприклад, покращення сервісу у закладах харчування, модернізацію дегустаційних залів, розширення транспортної доступності або формування нових тематичних маршрутів.

І. Кулиняк [10, с. 287-292] наголошує, що оцінка туристичного потенціалу має враховувати не лише наявні ресурси, а й їхнє інтегроване використання у комплексному туристичному продукті. Для гастрономічного туризму це означає, що територія повинна бути розглянута як цілісний простір, де природні, культурні та етнокультурні ресурси поєднуються з відповідною інфраструктурою, високим рівнем сервісу та локальними виробниками продуктів харчування. Такий підхід дозволяє створювати маршрути, які не обмежуються лише відвідуванням ресторанів або дегустаційних залів, а формують комплексний досвід, що включає ознайомлення з традиціями, ремеслами, локальними продуктами та природними ландшафтами.

Комплексне оцінювання туристичного потенціалу також передбачає аналіз сезонності та популярності заходів, що проводяться на території, зокрема гастрономічних фестивалів, ярмарків локальної продукції та культурних свят. Це дозволяє планувати маршрути таким чином, щоб максимізувати туристичний потік у пікові періоди та залучати додаткових відвідувачів у низький сезон. Використання такої методики забезпечує прогнозування соціально-

економічного ефекту від розвитку туристичних продуктів, включаючи збільшення доходів місцевих підприємців, створення нових робочих місць, підвищення зайнятості населення та підтримку розвитку суміжних секторів економіки.

Оцінювання туристичного потенціалу Закарпатської області є фундаментальною складовою для розробки ефективних заходів із розвитку гастрономічного туризму. Цей процес передбачає комплексний підхід, що охоплює всебічний аналіз наявних ресурсів, рівня розвитку інфраструктури та сервісного забезпечення, а також соціально-економічних умов, що впливають на привабливість регіону для туристів. Визначення туристичного потенціалу дає змогу не лише оцінити можливості території, а й планувати перспективні напрямки розвитку, прогнозувати попит та формувати стратегічні програми, спрямовані на залучення як внутрішніх, так і іноземних туристів [10, с. 287-292].

Одним із ключових елементів оцінювання є системний аналіз ресурсів регіону. Він передбачає детальну характеристику природних, культурних, історичних та етнокультурних об'єктів, здатних стати частиною туристичного продукту. Для гастрономічного туризму особливу увагу приділяють локальним традиціям, кулінарній спадщині, етнічним особливостям та автентичності місцевих продуктів, які можуть бути інтегровані в туристичні маршрути. Системний аналіз ресурсів дозволяє визначити не лише наявність об'єктів, а й їхній потенціал для створення комплексного туристичного продукту, який поєднує гастрономічну складову з культурними, історичними та природними атракціями.

Наступним важливим аспектом є оцінка інфраструктури та сервісного забезпечення туристичної діяльності. Цей підхід включає аналіз транспортної доступності, стану готельного фонду, ресторанів, дегустаційних залів, кафе та інших об'єктів обслуговування туристів. Оцінка інфраструктури дозволяє визначити, наскільки регіон готовий приймати туристів у різні сезони року, забезпечувати комфортне перебування та високий рівень обслуговування. Особливо важливо враховувати рівень сервісу та стандарти безпеки, адже якісне

обслуговування значно підвищує привабливість гастрономічних маршрутів і сприяє формуванню позитивного іміджу регіону як туристичної дестинації [10, с. 287-292].

Соціально-економічний аналіз доповнює комплексну оцінку потенціалу регіону. Він включає вивчення наявних фінансових, організаційних та управлінських ресурсів, рівня підтримки туристичної діяльності з боку держави та місцевого самоврядування. Важливим є визначення існуючих програм розвитку туризму, стимулів для розвитку малого та середнього бізнесу в сфері гастрономії, а також координації між органами влади та туристичною індустрією. Соціально-економічний аналіз дозволяє оцінити, наскільки ефективно регіон може реалізовувати туристичні проекти і забезпечити економічний ефект для місцевих громад, у тому числі у вигляді нових робочих місць, підвищення доходів місцевих підприємців та розвитку суміжних секторів економіки.

Картографічний та статистичний аналіз є невід'ємною частиною оцінювання туристичного потенціалу. Він передбачає використання карт ресурсів, статистичних даних про туристичні потоки, рівень завантаженості об'єктів, сезонність відвідуваності та динаміку попиту на туристичні продукти. Такий аналіз дає змогу виділити найбільш привабливі території для розміщення гастрономічних маршрутів, визначити точки концентрації туристичних потоків та оптимально планувати маршрути з урахуванням існуючих ресурсів і потенційних потреб туристів.

Важливе значення має також комбінований кількісно-якісний підхід до оцінки туристичного потенціалу. Він передбачає інтеграцію кількісних показників, таких як кількість туристів, кількість об'єктів, маршрути та відвідуваність, із якісними характеристиками ресурсів, включаючи стан сервісу, автентичність продуктів, культурну унікальність і загальну привабливість території. Поєднання цих методів дозволяє сформувати комплексну оцінку, що слугує основою для ранжування територій за рівнем туристичної привабливості,

планування тематичних маршрутів та прийняття обґрунтованих управлінських рішень щодо розвитку гастрономічного туризму [10, с. 287-292].

Для забезпечення об'єктивності оцінювання туристичного потенціалу доцільно застосувати інтегральний індекс:

$$I_T = \frac{R + I + T + S}{4}, \quad (1.1)$$

де: R – ресурсний потенціал; I – інфраструктурний рівень; T – транспортна доступність; S – рівень сервісу.

Такий підхід дозволить перейти від описового аналізу до кількісної оцінки територій.

Застосування усіх зазначених методичних підходів дозволяє створити цілісну картину туристичного потенціалу Закарпатської області, визначити найбільш перспективні напрямки розвитку гастрономічних маршрутів та інтегрувати їх у загальну туристичну стратегію регіону. Воно також забезпечує можливість прогнозування попиту на гастрономічні пропозиції, планування інфраструктурних та сервісних заходів, оцінки соціально-економічного ефекту для місцевих громад і формування ефективних маркетингових стратегій для просування регіону як туристичної дестинації.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ЗАКАРПАТТІ

2.1. Оцінка природно-культурних і рекреаційних ресурсів Закарпаття для організації гастрономічних турів

Оцінка природно-культурних і рекреаційних ресурсів Закарпаття для організації гастрономічних турів – один із ключових аспектів, що визначає потенціал розвитку цього сегменту туризму в регіоні. Закарпатська область має унікальний комплекс природних умов, історико-культурної спадщини та місцевих гастрономічних традицій, які в сукупності створюють потужну основу для формування гастрономічних туристичних продуктів.

Таблиця 2.1

Бальна оцінка туристичних ресурсів Закарпаття

Регіон	Природні ресурси	Культурні	Гастрономічні	Інфраструктура	Загальний бал
Гірські райони	5	4	3	2	3,5
Низинні райони	3	4	5	4	4,0

Закарпатська область вирізняється серед інших регіонів України своєю унікальною географією та природними особливостями, які становлять важливу складову туристичної привабливості. Розташована в західній частині країни, між гірськими масивами Українських Карпат і широкими рівнинними просторами Закарпатської низовини, ця територія поєднує в собі різні природні ландшафти, що створює неповторний рекреаційний потенціал. Завдяки такому поєднанню гірських схилів, долин річок, густих лісів, водоспадів і мальовничих рівнин, Закарпаття має всі передумови стати привабливим напрямком не лише для традиційного туризму, але й для гастрономічного – нового, динамічно зростаючого сегменту [12, с. 107–112].

Гірські масиви Карпат є однією з головних природних домінант регіону. Вони не лише формують мальовничі краєвиди, але й впливають на кліматичні умови, сприяючи прохолодному літньому відпочинку і м'якій зимі в передгірських районах. Для туристів це означає можливість поєднати ознайомлення з місцевою кухнею та традиційними способами приготування продуктів із прогулянками мальовничими маршрутами. Наприклад, піші походи до джерел і полонин можуть включати зупинки для дегустації сирів, меду чи інших локальних продуктів, що виготовляються в гірських селах. Такий формат дозволяє поєднати гастрономічні враження з активним відпочинком на природі, що значно підсилює емоційну насиченість подорожі.

Клімат Закарпаття, що характеризується помірно континентальними умовами з м'якою зимою і теплим літом, створює сприятливі умови для відпочинку та оздоровлення протягом усього року. Помірна температура повітря і значна кількість сонячних днів роблять регіон привабливим як для літніх гастрономічних турів з винними дегустаціями на відкритому повітрі, так і для осінніх турів, коли збирають врожай винограду чи фруктів. Наявність бальнеологічних джерел у багатьох курортних пунктах, таких як Берегово, Велятино, Свалява, додає ще одного важливого аспекту: туристи можуть поєднувати дегустацію місцевих страв із оздоровчими процедурами, створюючи тим самим повноцінний рекреаційно-гастрономічний маршрут [12, с. 107–112].

Гідрологічні ресурси Закарпаття – річки, озера, водоспади – також сприяють розвитку туризму. Водні об'єкти, серед яких вода річок Тиса, Латориця чи Тересва, а також численні ставки і природні озерця, формують чудові місця для відпочинку, рибалки чи пікніків на природі. Маршрути, що проходять уздовж берегів цих водойм, можуть включати зупинки біля місцевих садиб чи фермерських господарств, де туристам пропонують скуштувати традиційні страви, приготовані з продуктів, вирощених або виловлених саме на цих територіях.

Не менш важливими є природно-заповідні території Закарпаття, включно з національними природними парками, заказниками, пам'ятками природи, які

зберегли унікальні ландшафти і біорізноманіття. Серед таких територій – «Зачарований край», «Синевир», «Ужанський», «Подільшанський» тощо. Вони не лише захищають природні цінності, але й стають ключовими точками туристичних маршрутів. Взаємодія з природою, спостереження за флорою і фауною, відвідування етнографічних куточків цього регіону створюють атмосферу, у якій гастрономічні тури набувають глибшого змісту. Наприклад, після походу до водоспаду чи оглядової точки в національному парку туристи можуть відпочити в садибі місцевих господарів, скуштувавши домашні закарпатські страви або вино, виготовлене з винограду, вирощеного на схилах Карпат [12, с. 107–112].

Просторову концентрацію природних, рекреаційних та туристичних ресурсів Закарпатської області наведено на рис. 2.1.

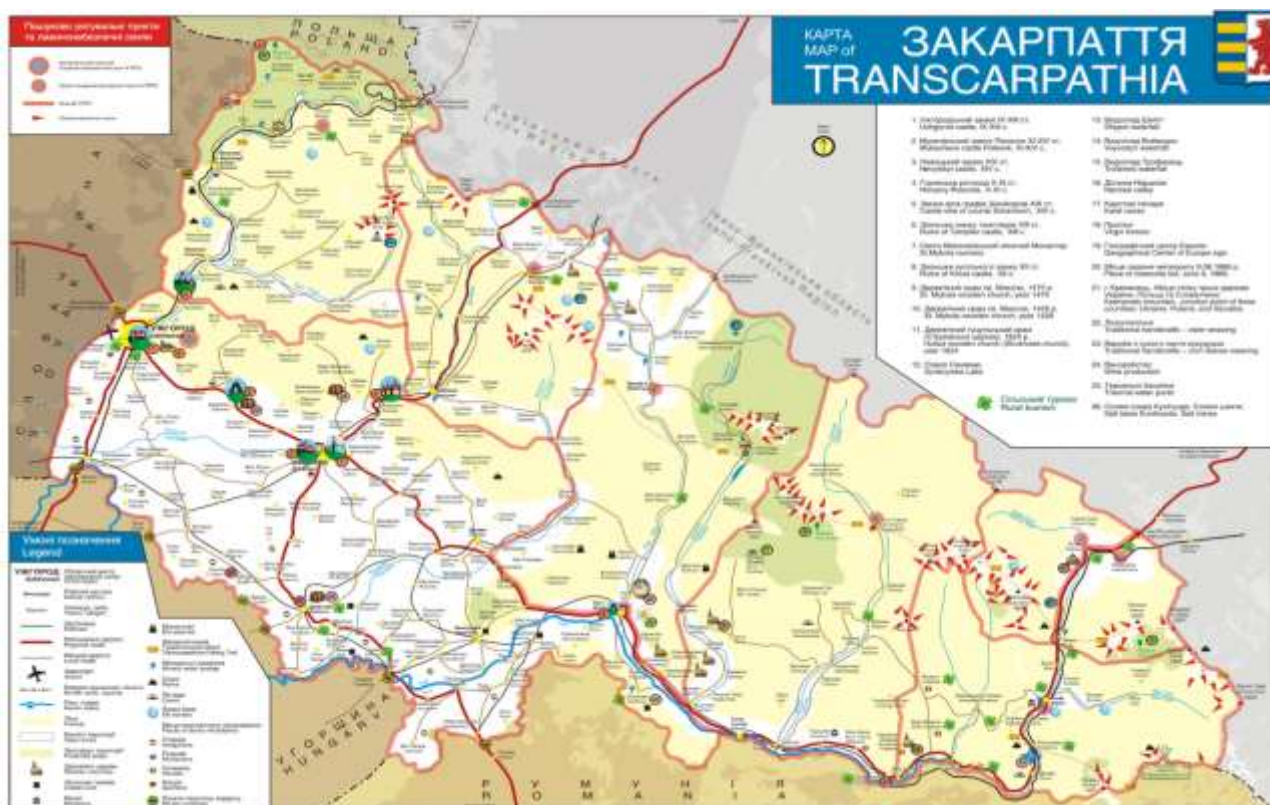


Рис. 2.1. Просторове розміщення туристичних ресурсів Закарпатської області [53]

Історико-культурні ресурси Закарпаття відіграють надзвичайно важливу роль у формуванні туристичної привабливості регіону, зокрема в контексті

гастрономічного туризму. Ці ресурси не лише розкривають багату історію та культурні традиції краю, але й стають органічним каркасом, навколо якого створюються тематичні тури, що поєднують смакові враження з пізнавальним досвідом та культурним зануренням.

Закарпаття має багатовікову історію та знаходиться на перетині різних культурних впливів – українських, угорських, румунських, словацьких та інших. Така етнокультурна мозаїка відображається у численних архітектурних пам'ятках, замках, храмах, музеях та етнографічних центрах. Архітектурні ансамблі та історичні споруди, як-от Ужгородський замок чи Мукачівський палац, розповідають про часи середньовіччя та впливи європейських культур, і є одними з найпривабливіших точок для туристичних маршрутів. Поряд з ними діють музеї та етнографічні колекції, що зберігають пам'ять про побут, ремесла і традиції місцевого населення, відобразивши унікальні особливості життя різних етносів Закарпаття. У поєднанні з гастрономічними атракціями ці історичні місця створюють комплексний досвід подорожі: після відвідування музейних експозицій чи палацових залів туристи мають змогу скуштувати традиційні страви, взяти участь у кулінарних майстер-класах та дегустаціях, що підсилює їхнє розуміння місцевої культури через смакові враження [27].

Одним із яскравих проявів такого синтезу є популярність замків і музеїв як центрів туристичного притягнення. Статистичні дані свідчать, що вже у 2025 році сім найбільших музеїв Закарпаття відвідали загалом понад 662 878 туристів, що на 14 % більше, ніж у попередньому році, і свідчить про зростаючий інтерес до історико-культурних об'єктів регіону. Особливо популярними є такі локації: Ужгородський замок та Закарпатський обласний краєзнавчий музей імені Тиводара Легоцького (226,4 тис. відвідувачів), Мукачівський історичний музей (164,2 тис. туристів) та Закарпатський обласний художній музей імені Йосипа Бокшая (150 тис. гостей) – факти, що підкреслюють важливість цих об'єктів для туристичного потоку. Значну кількість відвідувачів також приймають Ужгородський скансен та низка районних музеїв (хоча їхні показники значно

менші), що свідчить про широку географію зацікавленості туристів у культурних ресурсах регіону [27].

Відвідування ключових історико-культурних об'єктів Закарпаття представимо на рис. 2.2.

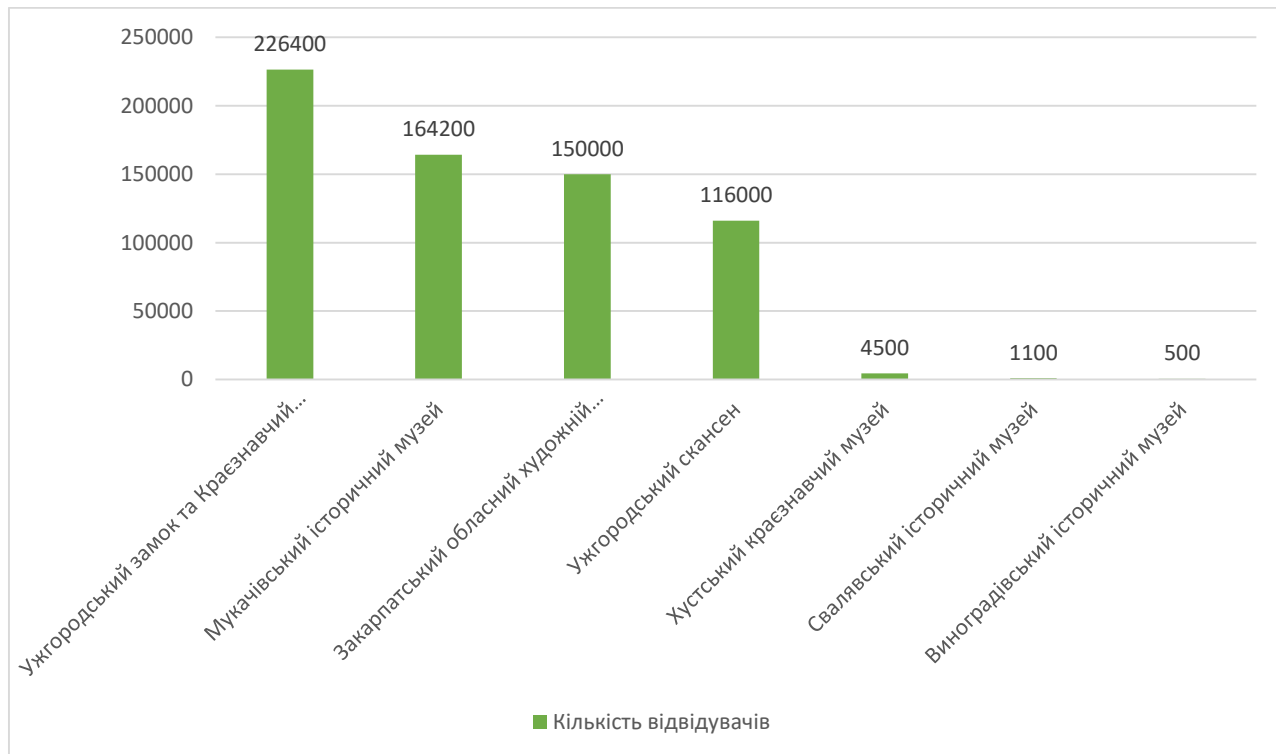


Рис. 2.2. Відвідування ключових історико-культурних об'єктів Закарпаття у 2025 році [20]

На основі представлених даних про відвідуваність історико-культурних об'єктів Закарпатської області у 2025 році можна зробити кілька важливих висновків щодо туристичної активності та потенціалу інтеграції цих об'єктів у гастрономічні тури.

Найбільш відвідуваним туристичним центром є комплекс Ужгородського замку та Краєзнавчого музею імені Тиводара Легоцького, який у 2025 році прийняв 226 400 туристів. Це свідчить про високу привабливість регіональних музеїв та історичних споруд, а також про значний потік туристів з інших регіонів України. Високий рівень відвідуваності цього об'єкта підтверджує його статус ключової точки туристичного маршруту, яку доцільно інтегрувати у гастрономічні тури як місце для дегустацій, майстер-класів або культурних заходів.

На другому місці за популярністю знаходиться Мукачівський історичний музей, який відвідали 164 200 туристів. Основною привабливістю цього об'єкта є фортеця Паланок, що привертає любителів середньовічної історії. Висока відвідуваність свідчить про можливість поєднання екскурсійної програми з локальними гастрономічними пропозиціями, що дозволяє розширювати спектр туристичних послуг.

Закарпатський обласний художній музей імені Йосипа Бокшая з 150 000 відвідувачів демонструє стабільний інтерес до мистецьких експозицій, що також може стати платформою для тематичних гастрономічних заходів, наприклад, дегустацій у поєднанні з мистецькими експозиціями або майстер-класами [20].

Щодо менш відвідуваних об'єктів, таких як Ужгородський скансен (116 000 туристів), Хустський краєзнавчий музей (4 500 туристів), Свалявський історичний музей (1 100 туристів) та Виноградівський історичний музей (500 туристів), можна говорити про значний розрив у популярності між центральними та локальними музеями. Це свідчить про необхідність розвитку промоційних заходів, інтеграції цих об'єктів у комплексні маршрути та створення додаткових стимулів для відвідувачів, наприклад, через поєднання культурного досвіду з дегустаціями локальних страв та продуктів.

Такий розподіл відвідувань демонструє не лише масштаби зацікавлення туристів до історично-культурних пам'яток, але й важливість інтеграції цих об'єктів у гастрономічні тури. Турист, який планує відвідати комплекс, що включає історичний замок чи музей, може після прогулянки експозиціями завітати до місцевого ресторану або фермерського господарства, де йому пропонують страви традиційної закарпатської кухні, дегустацію місцевого вина чи меду, або навіть участь у майстер-класі з приготування борщу, баношу чи домашнього вина.

Культурні святкові події та фестивалі також займають вагоме місце в туристичній пропозиції Закарпаття. Ці заходи часто пов'язані з етнокультурними особливостями місцевих громад і включають фестивалі виноробства, народні свята, традиційні обряди, ярмарки ремесел і кулінарні фестивалі. Вони

створюють додаткові причини для поїздки у певні періоди року, залучають широку аудиторію та сприяють розвитку гастрономічних маршрутів, оскільки туристи мають можливість не лише скуштувати місцеві страви, але й стати учасниками святкових дійств, що формують особливу атмосферу туристичного досвіду [20].

Основні гастрономічні фестивалі та особливості локальної кухні Закарпаття представлені на рис. 2.3.



Рис. 2.3. Гастрономічні фестивалі та локальна кухня Закарпаття [54]

Особлива увага у формуванні цих маршрутів приділяється етнокультурній різноманітності Закарпаття – у регіоні тісно переплетені українські, угорські, румунські, словацькі та ромські культурні впливи. Це відображається в архітектурі, народних ремеслах, традиційних святкових звичаях і, звісно, у кулінарних традиціях. Тому кожен гастрономічний тур може бути тематично прив'язаний до конкретної етнокультурної спільноти чи історичної епохи,

пропонуючи туристам не лише дегустацію страв, а й розповіді про історичні корені цих страв, їх символіку та звичаї споживання.

Гастрономічні ресурси Закарпатської області є однією з ключових складових туристичного потенціалу регіону, оскільки вони поєднують у собі культурні, історичні та природні чинники, формуючи унікальний досвід для відвідувачів. Цей вид туризму базується на місцевих кулінарних традиціях, що сформувалися протягом століть під впливом різних етнокультурних спільнот, що мешкають у регіоні – українців, угорців, румунів та словаків. Завдяки такому різноманіттю гастрономічні тури Закарпаття можуть пропонувати туристам не лише стандартний набір страв, а й унікальні кулінарні поєднання, що відображають історичний та культурний контекст місцевості [28].

SWOT-аналіз природно-культурних та рекреаційних ресурсів Закарпаття для організації гастрономічних турів представимо у табл. 2.2.

Таблиця 2.2

**SWOT-аналізу природно-культурних та рекреаційних ресурсів
Закарпаття для організації гастрономічних турів [28]**

Компонент	Гірські райони Закарпаття	Низинні райони Закарпаття
Сильні сторони (Strengths)	Унікальні природні ресурси: Карпати, водоспади, екологічно чисті території, що формують високий потенціал для еко- та гастротуризму. Високий рівень автентичності гастрономії (домашні сири, мед, традиційні страви). Збережені етнографічні традиції та локальна культура.	Розвинена гастрономічна спеціалізація: виноробство, м'ясні продукти, локальні бренди. Висока концентрація історико-культурних об'єктів (замки, музеї). Краща транспортна доступність та інфраструктура.
Слабкі сторони (Weaknesses)	Низька транспортна доступність та складна логістика маршрутів. Недостатньо розвинена туристична інфраструктура та сервіс.	Менш виражена природна унікальність порівняно з гірськими районами. Часткова стандартизація гастрономічного продукту.

	Обмежена кількість організованих гастрономічних маршрутів.	Перевантаження окремих популярних туристичних центрів.
Можливості (Opportunities)	Розвиток еко- та фермерського гостротуризму. Формування унікальних автентичних маршрутів із локальними продуктами. Залучення туристів через концепцію «slow tourism».	Розвиток винного туризму та гастрономічних кластерів. Проведення фестивалів і міжнародних гастрономічних подій. Активне залучення іноземних туристів завдяки транспортній доступності.
Загрози (Threats)	Сезонність туристичних потоків. Високі витрати на розвиток інфраструктури. Ризик ізолюваності територій.	Висока конкуренція з іншими регіонами. Екологічне перевантаження територій. Зниження автентичності гастрономічного продукту.

Аналіз SWOT із урахуванням просторової диференціації демонструє суттєві відмінності між гірськими та низинними районами Закарпаття. Гірські території характеризуються високим рівнем природної та гастрономічної автентичності, проте обмежені інфраструктурно, тоді як низинні райони мають розвинену транспортну мережу та гастрономічну спеціалізацію, але стикаються з проблемами перевантаження та конкуренції. Це обумовлює необхідність диференційованого підходу до формування гастрономічних маршрутів.

Закарпаття володіє низкою сильних сторін, які створюють високий потенціал для розвитку гастрономічного туризму. До них належать унікальні природні ресурси, такі як гори, озера, водоспади та бальнеологічні джерела, що дозволяють поєднувати активний відпочинок з дегустацією локальних продуктів. Регіон також має різноманітні історико-культурні об'єкти – замки, палаци, музеї та етнографічні комплекси, які формують додаткову привабливість маршрутів. Багата гастрономічна традиція Закарпаття, представлена місцевими винами, сирами, м'ясними продуктами та медом, а також наявність фестивалів і святкових заходів, створюють унікальний інтегрований туристичний продукт.

Розвинена транспортна інфраструктура та готельна мережа забезпечують доступність і комфорт для туристів, що сприяє формуванню комплексних маршрутів.

Водночас існують слабкі сторони, які можуть обмежувати розвиток сегменту. Це недостатня промоція гастрономічного туризму на національному та міжнародному рівні, обмежена кількість готових комплексних маршрутів, нестача англомовних інформаційних матеріалів для іноземних туристів та недостатня підготовка деяких історико-культурних об'єктів для інтеграції з гастрономічними заходами. Ці фактори вимагають стратегічного планування та інвестицій для посилення туристичної привабливості регіону [28].

Серед можливостей розвитку виділяються: зростання попиту на тематичний та гастрономічний туризм, розробка нових інтегрованих маршрутів, що поєднують природу, культуру і гастрономію, а також активна співпраця з локальними фермерами, виноробами та ресторанами для створення ексклюзивних пропозицій. Використання фестивалів і святкових заходів для просування гастрономічного туризму дозволяє залучати широку аудиторію та підвищувати впізнаваність регіону. Крім того, організація міжнародних рекламних кампаній відкриває можливості залучення іноземних туристів, що сприятиме зростанню туристичного потоку і розвитку економіки області.

Разом з тим, загрози включають конкуренцію з іншими туристичними регіонами України та Центральної Європи, сезонність туристичних потоків та залежність від погодних умов, нестабільність економічної ситуації, що може знизити купівельну спроможність туристів, а також екологічне навантаження на природні ресурси та можливе виснаження популярних локацій. Недостатня координація між туристичними, гастрономічними та культурними установами також може гальмувати розвиток комплексних гастрономічних маршрутів [28].

Закарпаття має високий потенціал для розвитку гастрономічного туризму завдяки поєднанню природних, історико-культурних та гастрономічних ресурсів. Для максимальної реалізації цього потенціалу необхідно активізувати промоцію регіону, створювати комплексні маршрути та забезпечувати

інтеграцію всіх елементів туристичної пропозиції. SWOT-аналіз дозволяє чітко визначити ключові напрямки стратегічного розвитку гастрономічних турів та зосередити увагу на подоланні слабких сторін і використанні наявних можливостей.

Однією з основних галузей гастрономічних ресурсів регіону є виноробство. Закарпаття славиться давніми традиціями вирощування винограду та виробництва вина, особливо в районах Берегова, Виноградова та Мукачівщини. Місцеві винні підвали, де зберігаються вина декількох десятиліть, створюють атмосферу автентичності та занурення у культуру регіону. Винні дегустації стали самостійним туристичним продуктом, що приваблює як внутрішніх, так і закордонних туристів, а тематичні маршрути, які поєднують відвідування виноробних підприємств із прогулянками мальовничими виноградниками, забезпечують повноцінний сенсорний та емоційний досвід. Такі тури дозволяють туристам не лише скуштувати вина, а й ознайомитися з технологією їх виробництва, традиційними методами збору врожаю та особливостями зберігання.

Ще однією важливою складовою гастрономічних ресурсів є фермерські продукти. У Закарпатті широко поширене виробництво сирів, меду, домашніх м'ясних делікатесів і овочевих продуктів, вирощених на локальних фермах. Багато господарств відкриті для відвідувачів, пропонуючи дегустації своїх продуктів у поєднанні з майстер-класами з приготування традиційних страв. Це дозволяє туристам не лише скуштувати продукт, а й відчувати процес його створення, що формує більш глибоке розуміння місцевої культури і традицій харчування. Важливим є й те, що такі продукти часто мають сертифікати органічності або вироблені за традиційними рецептами, що підвищує їхню туристичну привабливість [28].

Крім того, значну роль у формуванні гастрономічного досвіду відіграють фестивалі та святкові заходи. Закарпатські гастрономічні фестивалі, такі як фестивалі вина в Берегові або фестиваль баношу та сиру в Мукачеві, приваблюють тисячі туристів щороку. Під час таких заходів учасники можуть не

лише скуштувати страви та напої, а й стати частиною культурного дійства: спостерігати за приготуванням страв, брати участь у конкурсах, майстер-класах та культурних програмах, що розкривають етнокультурні особливості регіону. Це дозволяє створити комплексний гастрономічний маршрут, який включає смакові, культурні та розважальні компоненти, і перетворює стандартний тур на багатовимірний досвід.

Варто зазначити, що інтеграція гастрономічних ресурсів у туристичні маршрути сприяє розвитку локальної економіки, оскільки стимулює попит на місцеві продукти та послуги, підтримує фермерські господарства та підприємства харчової промисловості. Туристи отримують можливість не лише скуштувати традиційні страви, а й придбати продукти безпосередньо від виробника, що створює додаткову економічну вигоду для регіону. У сукупності такі ресурси формують потужний потенціал для розвитку гастрономічного туризму, дозволяючи Закарпаттю позиціонувати себе як унікальний гастротуристичний регіон України та Центральної Європи [28].

Рекреаційний потенціал Закарпатської області є однією з ключових складових, яка визначає її привабливість для туристів, зокрема в сегменті гастрономічного туризму. Регіон поєднує у собі багаті природні, історико-культурні та соціально-економічні ресурси, що створюють умови для комплексного розвитку туристичних маршрутів, які включають не лише смакові враження, а й активний відпочинок, оздоровлення та культурне занурення.

Серед природних рекреаційних ресурсів особливе місце займають гірські масиви Українських Карпат, що займають більшу частину території області. Високі гори, передгір'я та мальовничі долини формують різноманітні ландшафти, які можна використовувати для організації туристичних маршрутів із пішими та велосипедними прогулянками, екскурсіями до місць вирощування локальних продуктів, а також поєднувати із дегустаційними заходами. Особливої уваги заслуговують природні озера і гірські потоки, які використовуються для організації риболовлі та водного туризму, що можна інтегрувати у гастрономічні програми – наприклад, дегустації страв із риби,

приготованої на місці, або кулінарні майстер-класи на базі локальних ресторанів і садиб [25].

Важливим елементом природного потенціалу є бальнеологічні ресурси. Закарпаття відоме своїми мінеральними джерелами, термальними водами та лікувальними грязями. Вони використовуються як самостійний рекреаційний продукт, а також можуть стати складовою гастрономічних турів із оздоровчим компонентом. Туристи можуть поєднувати дегустацію місцевих страв і вин із відпочинком у термальних басейнах або участю у бальнеологічних програмах, що дозволяє отримати комплексний оздоровчий ефект та емоційне задоволення від поєднання смакових і рекреаційних вражень.

Історико-культурні ресурси Закарпаття також активно формують рекреаційний потенціал. Відомі замки, палаци, монастирі та етнографічні музеї створюють туристичні маршрути, де можна поєднувати екскурсійну програму з гастрономічними активностями. Наприклад, після відвідування Ужгородського замку чи Мукачівського палацу туристи можуть скуштувати страви місцевої кухні, взяти участь у майстер-класах із приготування традиційних страв або відвідати фермерські господарства.

Соціально-економічні ресурси Закарпаття також значною мірою сприяють розвитку гастрономічного туризму. Регіон має достатньо розвинену транспортну інфраструктуру: автомобільні шляхи, залізничне сполучення, аеропорт у місті Ужгород забезпечують доступність для внутрішніх і закордонних туристів. Розвинена готельна мережа, приватні садиби, ресторани, кафе та дегустаційні майданчики дозволяють туристам отримати повноцінний сервіс під час подорожі [25].

Особливе значення має інтеграція всіх компонентів рекреаційного потенціалу. Природні ресурси надають можливість організації активного відпочинку, історико-культурні – створюють пізнавальну складову подорожі, а соціально-економічні фактори забезпечують її доступність та комфорт. У сукупності це формує конкурентну перевагу Закарпаття як регіону з високим рекреаційним потенціалом, де гастрономічний туризм може розвиватися у

форматі комплексних маршрутів, що поєднують смакові, оздоровчі, культурні та активні компоненти.

Туристична активність у Закарпатській області має позитивну динаміку, що вказує на зростання попиту на регіональні туристичні продукти, включно з гастрономічними турами. Регіональну структуру туристичних потоків представимо у табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Регіональна структура туристичних потоків [3]

Регіон	Кількість обслугованих туристів, тис. осіб	Частка у загальноукраїнському показнику, %
Київ	750	20,0
Львівська область	620	17,4
Одеська область	500	10,0
Закарпатська область	400	8,0
Івано-Франківська область	350	7,0
Інші	1 880	37,6
Разом по Україні	5 500	100

З представлених даних видно, що туристична активність в Україні має виразну регіональну диференціацію. Лідером за кількістю обслугованих туристів є місто Київ, яке обслуговує близько 750 тис. осіб, що становить 20 % від загальної кількості туристів по країні. Це пояснюється високим рівнем розвитку міської інфраструктури, наявністю численних історико-культурних об'єктів, музеїв, архітектурних пам'яток та широким вибором готельних і гастрономічних послуг.

На другому місці за популярністю туристів знаходиться Львівська область із показником 620 тис. осіб (17,4 %). Львів є важливим культурним і історичним центром Західної України, що приваблює туристів насамперед своєю архітектурою, фестивалями, кавовими та гастрономічними традиціями.

Одеська область займає третю позицію, обслуговуючи 500 тис. туристів (10 %). Значна частина приїжджих зосереджена в Одесі та на курортних територіях Чорноморського узбережжя, що робить регіон популярним як літній відпочинок і рекреаційний центр [3].

Закарпатська область обслуговує 400 тис. туристів (8 %), а Івано-Франківська область – 350 тис. (7 %). Обидва регіони відзначаються розвиненим екотуризмом, гастрономічними та етнографічними напрямками туризму, гірськими і передгірними ландшафтами, що приваблюють туристів, які шукають активний відпочинок та культурне занурення.

Сукупна частка інших регіонів України становить 1 880 тис. туристів, що складає 37,6 % від загальної кількості. Це свідчить про певну концентрацію туристичних потоків у великих містах і традиційно популярних регіонах, водночас менш відомі території поки що не використовують повною мірою свій туристичний потенціал.

Основні статистичні показники розвитку туризму у регіоні представимо у табл. 2.4.

Таблиця 2.4

**Основні показники туристичної активності у Закарпатській області
[6, 7, 19, 26]**

Показник	Результат
Музеї відвідали туристи у 2025 році	понад 660 000
Кількість туро/днів туристів у 2025	790 296
Туристичний збір у 2025	31 886 000 грн
Понад 170 000 туристів відвідали нацпарки у 2024 році	170 000

Як видно з даних, у 2025 році музеї Закарпаття відвідали понад 660 000 туристів, що свідчить про високий інтерес до історико-культурних об’єктів регіону. Цей показник відображає не лише активність внутрішніх туристів, але й значну частку відвідувачів з інших регіонів та іноземних туристів, що підкреслює туристичну привабливість музеїв та замків Закарпаття [6].

Кількість туро/днів туристів, яка становила близько 790 296, демонструє значну тривалість перебування туристів у регіоні, що позитивно впливає на економіку області через витрати на проживання, харчування, транспорт та відвідування різних туристичних об'єктів [7].

Туристичний збір у 2025 році склав приблизно 31 886 000 грн, що є важливим показником економічної ефективності туристичної сфери. Це свідчить про стабільний дохід, який надходить до місцевого бюджету від розвитку туристичної інфраструктури та активності відвідувачів [19].

Що стосується відвідуваності природних ресурсів, понад 170 000 туристів відвідали національні парки у 2024 році, що підкреслює популярність екологічного та рекреаційного туризму в області. Це також відображає важливість збереження природних ресурсів та розвитку інфраструктури національних парків для підтримки високої відвідуваності [26].

Закарпатська область має значний природно-культурний і рекреаційний потенціал, який може бути ефективно використаний для створення гастрономічних турів. Унікальна комбінація природних ландшафтів, етнокультурної різноманітності та місцевих кулінарних традицій надає регіону конкурентні переваги. Природно-рекреаційні ресурси створюють сприятливі умови для поєднання дегустацій, активного відпочинку та культурних вражень, тоді як культурно-історичні об'єкти можуть слугувати додатковою мотивацією для туристів.

Розвиток гастрономічного туризму в Закарпатті має значні перспективи, зважаючи на зростаючий туристичний потік, економічні показники та активну участь місцевих громад у розвитку туристичної інфраструктури.

2.2. Аналіз інфраструктурного забезпечення гастрономічного туризму (маршрути, заклади харчування, дегустаційні майданчики, безпека та сервіс)

Гастрономічний туризм у Закарпатській області формується не лише завдяки природно-культурним ресурсам, а й насамперед завдяки наявності туристичної інфраструктури – системи маршрутів, закладів харчування, дегустаційних майданчиків та сервісних послуг, що забезпечують комфорт і безпеку туристичного продукту. Аналіз цієї інфраструктури дозволяє оцінити ефективність розвитку гастрономічного туризму в регіоні та виявити напрямки для вдосконалення.

Закарпаття вже має сформовані тематичні гастрономічні маршрути, що поєднують елементи культури, історії та локального харчування, створюючи унікальний туристичний продукт. Одним із найпопулярніших є винний туристичний шлях, який передбачає відвідування виноробних господарств, дегустацію вин та ознайомлення з історією виноробства краю. Такий маршрут включає екскурсії у виноградники, відвідування дегустаційних залів і участь у фестивалях, присвячених виноробству, що значно розширює спектр туристичних вражень і виходить за межі традиційних екскурсій. Туристи мають можливість не лише пробувати різні сорти вин, а й дізнатися про технології виробництва, регіональні особливості сортів винограду та методи ферментації, що сприяє глибшому розумінню локальної культури та гастрономії [1].

Окрім цього, гастрономічний туристичний шлях, розроблений Туристично-Інформаційним центром Закарпаття, дозволяє туристам ознайомитися з кухнею національних меншин регіону – українців, угорців, словацьких, румунських та інших. Маршрут включає відвідування національних ресторанів і фермерських господарств, участь у приготуванні страв, дегустацію локальних продуктів і знайомство з культурними традиціями приготування їжі. Такий підхід дає туристу можливість безпосередньо брати участь у процесі

приготування страв, що формує практичний досвід та сприяє активному пізнанню місцевої культури.

Більш протяжні гастрономічні маршрути, такі як «The Wine and Taste Route of Zakarpattia», включають подорожі тривалістю до 5 днів і охоплюють широкий спектр заходів: від винних дегустацій, відвідування традиційних ринків, кулінарних майстер-класів, гастрономічних фестивалів до знайомства з природними та історичними об'єктами Закарпаття. Це дозволяє створити комплексний туристичний продукт, що поєднує освіту, відпочинок і культурний досвід.

Сьогодні розвиток гастрономічних маршрутів супроводжується активним впровадженням інформаційних технологій: більшість маршрутів мають інтерактивні карти, мобільні додатки для бронювання дегустацій і ресторанів, а також QR-коди на дегустаційних майданчиках, що дозволяють туристам отримувати інформацію про продукти, їх походження та способи приготування [35].

Важливим аспектом є інтеграція гастрономічних маршрутів із культурними та природними об'єктами: туристи можуть відвідати замки, палаци, етнографічні музеї та природні заповідники, поєднуючи історико-культурний досвід із дегустацією локальних продуктів. Це забезпечує комплексність туристичного маршруту та підвищує його привабливість для різних груп туристів – від індивідуальних мандрівників до групових туристичних турів.

Динаміку суб'єктів туристичної діяльності в Україні представимо у табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Динаміка суб'єктів туристичної діяльності в Україні [3]

Показники	Роки			Абсолютне відхилення		Темп росту, %	
	2023	2024	2025	2024/2023	2025/2024	2024/2023	2025/2024
Туроператори, од.	1 020	1 080	1 150	60	70	5,9	6,5
Турагентства, од.	2 100	2 200	2 310	100	110	4,8	5,0
Інші суб'єкти (готелі, бази відпочинку), од.	5 500	5 800	6 100	300	300	5,5	5,2

Аналіз розвитку гастрономічних і дегустаційних маршрутів у Закарпатті неможливо відокремити від загальної динаміки суб'єктів туристичної діяльності в Україні. Дані за 2023–2025 роки показують стійке зростання кількості туроператорів, турагентств та інших суб'єктів індустрії (готелів, баз відпочинку), що прямо впливає на доступність і якість організації гастрономічних турів.

Так, кількість туроператорів збільшилася з 1 020 у 2023 році до 1 150 у 2025 році, що відповідає темпу росту 6,5 % за рік 2025/2024. Це свідчить про розширення пропозицій на туристичному ринку, зокрема з точки зору спеціалізованих гастрономічних маршрутів, які потребують організаційної підтримки та координації. Паралельно зростає кількість турагентств – з 2 100 у 2023 році до 2 310 у 2025 році, що означає 5 % щорічного приросту. Збільшення турагентств підвищує доступність інформації для туристів, полегшує бронювання дегустаційних турів і стимулює розробку індивідуальних маршрутів.

Не менш важливим є зростання інших суб'єктів туристичної індустрії, до яких належать готелі та бази відпочинку: їх кількість зросла з 5 500 у 2023 році до 6 100 у 2025 році, що забезпечує необхідну інфраструктурну підтримку для

багатоденних гастрономічних маршрутів, таких як «The Wine and Taste Route of Zakarpattia». Приріст у 5,2–5,5 % на рік демонструє стабільне збільшення житлового фонду, що дозволяє туристам комфортно подорожувати регіоном та брати участь у комплексних дегустаційних програмах [3].

Зростання кількості суб'єктів туристичної діяльності в Україні створює сприятливі умови для розвитку гастрономічного туризму в Закарпатті: збільшується доступність організованих турів, розширюються можливості для інтеграції культурних і гастрономічних заходів, а також підвищується якість сервісу та рівень безпеки для туристів. Це дозволяє регіональним туристичним маршрутам ефективніше конкурувати на національному та міжнародному ринках.

Заклади харчування та дегустаційні майданчики є невід'ємною частиною інфраструктури гастрономічного туризму, оскільки саме вони формують безпосередній досвід туристів та дозволяють відчувати культурну і кулінарну автентичність регіону. Закарпаття має розвинену мережу ресторанів, дегустаційних залів, винних підвалів, фермерських господарств і невеликих сімейних кухонь, що активно залучені до туристичних маршрутів [38].

Одним із найвідоміших прикладів є Chateau Chizay у місті Берегове. Виноробня пропонує комплексний туристичний продукт: екскурсії виноградниками, відвідування музею винороба, дегустації різних сортів вин і спеціальні заходи на винних фестивалях. Такі майданчики приваблюють туристів як з України, так і з-за кордону, одночасно підвищуючи середню тривалість перебування туристів у регіоні та їх витрати на гастрономічні послуги.

Крім виноробень, великий потенціал мають фермерські господарства та сироварні, що пропонують дегустації місцевих сирів, меду, м'ясних делікатесів та інших традиційних продуктів. Наприклад, ферма «Закарпатська Сироварня» у селі Великий Бичків організовує екскурсії з майстер-класами з приготування сирів та дегустаціями локальних продуктів. Туристи можуть не лише скуштувати

продукти, а й ознайомитися з процесом їх виробництва, що створює інтерактивний і пізнавальний досвід.

Ресторани та кафе в регіоні активно включаються у гастрономічні маршрути. Наприклад, у містах Ужгород, Мукачево та Хуст відкрито понад 50 закладів, що пропонують локальні страви та тематичні дегустаційні меню, часто з інтеграцією культурних елементів – музики, народних танців або демонстрації традиційного приготування страв. Така практика дозволяє збільшувати туристичну привабливість регіону і створювати унікальний туристичний продукт [38].

Важливою складовою є також безпека та якість обслуговування. Більшість закладів проходять сертифікацію за державними стандартами харчової безпеки та надають послуги високого рівня: професійний персонал, адаптоване меню для іноземних туристів та можливість бронювання дегустацій через онлайн-сервіси. Це особливо актуально для міжнародного туризму, оскільки гарантує комфорт і задоволення потреб туристів із різними очікуваннями.

Однак для об'єктивної оцінки рівня сервісу необхідно враховувати впровадження міжнародних стандартів управління якістю, зокрема: системи HACCP (аналіз небезпек і контроль критичних точок); стандартів ISO 22000 (харчова безпека); принципів Total Quality Management (TQM).

Аналіз показує, що більшість малих гастрономічних об'єктів Закарпаття не впровадили повною мірою ці стандарти, що знижує їх конкурентоспроможність на міжнародному ринку.

Завдяки розвиненій мережі дегустаційних майданчиків і закладів харчування Закарпаття здатне пропонувати комплексні гастрономічні програми різної тривалості – від одноденних дегустаційних турів до багатоденних подорожей із проживанням у локальних готелях та участю у фестивалях. Така інфраструктура підвищує економічну ефективність туризму, сприяє популяризації місцевих продуктів і підтримує розвиток малих і середніх підприємств у регіоні [38].

Доходи від надання туристичних послуг представимо у табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Доходи від надання туристичних послуг [3]

Показники	Роки			Абсолютне відхилення		Темп росту, %	
	2023	2024	2025	2024/2023	2025/2024	2024/2023	2025/2024
Всього доходів, млн грн	48 500	53 200	58 100	4 700	4 900	9,7	9,2
Від внутрішнього туризму, млн грн	27 000	29 800	32 700	2 800	2 900	10,4	9,7
Від в'їзного туризму, млн грн.	11 500	12 500	13 800	1 000	1 300	8,7	10,4
Від виїзного туризму, млн грн	10 000	10 900	11 600	900	700	9,0	6,4

Дохідна складова туристичної діяльності безпосередньо відображає ефективність інфраструктури гастрономічного туризму, включно із закладами харчування та дегустаційними майданчиками. Як видно з наданих даних, загальні доходи від туристичних послуг в Україні у 2025 році склали 58 100 млн грн, що на 9,2 % більше, ніж у 2024 році. Цей приріст є свідченням стабільного розвитку туристичної індустрії та зростання платоспроможного попиту на туристичні продукти.

Особливо цікаво виділити доходи від внутрішнього туризму, які у 2025 році досягли 32 700 млн грн, продемонструвавши приріст у 9,7 % порівняно з попереднім роком. Це свідчить про зростання популярності локальних гастрономічних маршрутів та дегустаційних заходів серед українських туристів, а також підкреслює важливість розвитку закладів харчування, що можуть задовольнити внутрішній попит [3].

Доходи від в’їзного туризму також продовжують збільшуватися – 13 800 млн грн у 2025 році, що на 10,4 % більше, ніж у 2024 році. Це підтверджує, що заклади харчування та дегустаційні майданчики Закарпаття успішно приваблюють іноземних туристів, особливо на тематичні гастрономічні маршрути, винні та кулінарні тури.

Водночас, доходи від виїзного туризму (у 2025 році 11 600 млн грн) зросли повільніше – на 6,4 %, що свідчить про більшу внутрішню орієнтацію туристичної активності та підкреслює потенціал для розвитку саме локальної гастрономічної інфраструктури, яка стимулює внутрішні поїздки та збільшує середній чек туристів [3].

На території області діють дегустаційні зали, такі як “Nota Bene”, “Old Cellar” у Берегові та “Chardonnay” в Ужгороді, де туристам пропонують місцеві вина, сири і традиційні напої. Саме тут відбувається безпосереднє «смакування краю», що є важливою складовою гастрономічного досвіду регіону.

Основні гастрономічні маршрути та дегустаційні майданчики представимо у табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Основні гастрономічні маршрути та дегустаційні майданчики [1, 38]

Назва маршруту/локації	Тип інфраструктури	Опис
Винний туристичний шлях (Закарпаття)	Гастрономічний маршрут	Маршрут по виноробних господарствах області з дегустаціями, екскурсіями і фестивалями.
Гастрономічний туристичний шлях	Гастрономічний маршрут	Маршрут по національних кухнях з дегустаціями страв і напоїв, включає місцеві ресторани та свята.
Chateau Chizay (Берегове)	Дегустаційний майданчик	Винний комплекс з екскурсіями по виноградниках і дегустаціями вина.
“Nota Bene” та “Old Cellar” (Берегове)	Дегустаційні зали	Дегустаційні зали місцевих вин та продуктів.
“Chardonnay” (Ужгород)	Дегустаційний майданчик	Відомий винний дегустаційний зал у центрі Ужгорода.

Закарпаття відзначається добре розвиненою інфраструктурою для гастрономічного туризму, яка охоплює як спеціалізовані дегустаційні майданчики, так і заклади харчування загального рівня. Туристи мають змогу

відвідати виноробні господарства, дегустаційні зали та ресторани, що презентують традиційні страви регіону. Наприклад, Chateau Chizay у місті Берегове пропонує екскурсії по виноградниках і музею винороба, дегустації вин різних сортів і участь у винних фестивалях, що дозволяє туристам отримати комплексний досвід і ознайомитися з культурою виноробства Закарпаття.

Крім спеціалізованих локацій, у містах і селах області функціонує широка мережа ресторанів та кафе, що пропонують локальні страви. Ужгород, Мукачево та Берегове стали центрами презентації традиційної кухні, де туристи можуть скуштувати банош, бограч, гуляш, домашні ковбаси, бринзу та інші продукти, що відображають гастрономічне та культурне розмаїття регіону. Багато ресторанів співпрацюють із локальними фермерами та виробниками продуктів, що забезпечує свіжість інгредієнтів і можливість організації дегустаційних заходів безпосередньо на фермах, у поєднанні з майстер-класами з приготування страв. Такий підхід подовжує перебування туристів у регіоні і створює додаткову економічну вигоду для місцевих закладів [24].

Рівень сервісу та безпека туристів є важливими факторами, які підсилюють привабливість гастрономічного туризму у Закарпатті. Розвинена транспортна мережа, включно з автомобільними дорогами та залізничними сполученнями, забезпечує доступ до міських і віддалених дегустаційних майданчиків, а готельна база та приватні садиби дозволяють поєднувати перебування з участю у гастрономічних заходах. Регулярно впроваджуються стандарти санітарного контролю, а також практики безпечного обслуговування, що створює комфортні умови для внутрішніх і іноземних туристів. Варто відзначити, що Закарпаття відносно стабільне у плані безпеки, що робить регіон привабливим навіть для сімейного туризму.

Статистичні дані підтверджують позитивні тенденції у розвитку інфраструктури туристичного сектору. Кількість суб'єктів туристичної діяльності в Україні демонструє стабільне зростання: у 2025 році працювало 1 150 туроператорів, 2 310 турагентств та 6 100 готелів і баз відпочинку, що на 6,5 %, 5,0 % та 5,2 % більше ніж у 2024 році відповідно. Аналогічно, доходи від

надання туристичних послуг зростають: у 2025 році вони досягли 58 100 млн грн, що на 9,2 % більше ніж у попередньому році. Значна частина цих доходів формується за рахунок внутрішнього туризму – 32 700 млн грн, що на 9,7 % перевищує показник 2024 року [37].

Таким чином, інфраструктурне забезпечення гастрономічного туризму у Закарпатті вже демонструє позитивну динаміку. Сформовані тематичні маршрути та дегустаційні майданчики дозволяють туристам отримати комплексний досвід, а ресторани та кафе з локальною кухнею забезпечують доступ до традиційних страв у містах і селах. Розвинена транспортна мережа, готельна база та належний рівень безпеки сприяють комфортному перебуванню туристів. Водночас подальший розвиток регіону вимагає розширення інтегрованих гастрономічних маршрутів, активної промоції туристичних продуктів на національному та міжнародному рівнях і впровадження єдиних стандартів сервісу та безпеки, що підвищить конкурентоспроможність Закарпаття на європейському туристичному ринку.

2.3. Дослідження попиту на гастрономічний туризм та актуальних тенденцій розвитку регіону

Для комплексного розуміння розвитку гастрономічного туризму в Закарпатській області важливо оцінити не лише пропозиційну базу (маршрути, дегустаційні майданчики, заклади харчування), але й дійсний попит на цей вид туризму, а також загальні тенденції туристичних потоків у регіоні. Хоча статистика саме гастрономічного туризму в Закарпатті у відкритих джерелах обмежена, важливі показники загального туризму дають змогу оцінити загальний попит на перебування в регіоні, включно з відвідуванням гастрономічних подій, дегустацій та локальних закладів.

Динаміку туристичних відвідувань природних об'єктів Закарпатської області представимо у табл. 2.8.

Таблиця 2.8

**Динаміка туристичних відвідувань природних об’єктів
Закарпатської області [51]**

Рік	Кількість відвідувачів нацпарків, осіб
2023	218 920
2024	173 394
2025	201 338

Розподіл туристичних потоків за природними локаціями Закарпаття представимо у табл. 2.9.

Таблиця 2.9

**Розподіл туристичних потоків за природними локаціями Закарпаття
2025 рік [52]**

Об’єкт	Кількість відвідувачів, осіб
НПП «Синевир»	142 800
Ужанський НПП	35 300
Карпатський біосферний заповідник	21 300
НПП «Зачарований край»	1 800

Аналіз непрямих показників дозволяє більш точно оцінити рівень розвитку гастрономічного туризму в регіоні. Зокрема, значна кількість фестивалів, фермерських господарств та дегустаційних локацій свідчить про сформовану ресурсну базу, тоді як концентрація туристичних потоків у природних локаціях підтверджує високий потенціал інтеграції гастрономічних маршрутів у загальну туристичну систему області.

Найважливішим показником для аналізу попиту на туризм є динаміка кількості туристів, які в’їжджають у країну (потенційно можуть приїхати і до Закарпаття), та кількості тих, хто виїжджає за кордон. В’їзний туризм є одним із показників інтересу до туристичних продуктів, включно з гастрономічними, оскільки приїжджі туристи можуть включати у свої маршрути дегустації, участь у кулінарних заходах та знайомство з локальною кухнею.

Динаміку в'їзного та виїзного туризму представимо у табл. 2.10.

Таблиця 2.10

Динаміка в'їзного та виїзного туризму за 2023–2025 роки [3]

Показники	Роки	Абсолютне відхилення	Темп росту, %
	2023	2024	2025
Кількість іноземних туристів, тис. осіб	1 350	1 500	1 680
Кількість виїзних туристів, тис. осіб	3 200	3 450	3 700
Співвідношення (в'їзд/виїзд), %	42,2	43,5	45,4

Аналізуючи дані динаміки в'їзного та виїзного туризму за 2023–2025 роки, можна зробити низку висновків про тенденції розвитку туристичного попиту в Україні та потенціал для гастрономічного туризму, зокрема в Закарпатській області.

По-перше, кількість іноземних туристів демонструє стабільне зростання: з 1 350 тис. осіб у 2023 році до 1 680 тис. у 2025 році. Це свідчить про підвищення привабливості України як туристичного напрямку, що створює сприятливі умови для розвитку регіональних туристичних продуктів, включаючи гастрономічні тури, фестивалі локальної кухні та дегустаційні маршрути. Зростання іноземних туристів на 330 тис. осіб за два роки є відчутним сигналом того, що інтерес до країни з боку закордонних гостей поступово збільшується.

По-друге, кількість виїзних туристів з України також збільшилася – з 3 200 тис. осіб у 2023 році до 3 700 тис. у 2025 році. Зростання виїзного туризму на 500 тис. осіб за два роки вказує на те, що українські туристи продовжують активно подорожувати за кордон. Це означає, що внутрішні регіони, зокрема Закарпаття, конкурують не лише з міжнародними напрямками, а й між собою за увагу туристів, пропонуючи унікальні продукти, такі як гастрономічні тури [3].

Третій показник – співвідношення в'їзд/виїзд (%) – зростає з 42,2 % у 2023 році до 45,4 % у 2025 році. Це означає, що частка іноземних туристів порівняно з кількістю виїзних українців збільшується. Позитивна тенденція в цьому

співвідношенні вказує на те, що Україна і регіони з високим туристичним потенціалом стають дедалі привабливішими для зовнішніх туристів. Для Закарпаття це є важливим сигналом щодо необхідності розвитку тематичних продуктів, таких як гастрономічні маршрути, дегустації та кулінарні фестивалі, які можуть стати додатковим стимулом для приїзду іноземців.

Збільшення кількості в'їзних туристів у 2025 році також відображає загальні тенденції відновлення міжнародного туризму після пандемії. За даними досліджень, міжнародний туризм загалом демонструє зростання попиту, що підтверджено у глобальному контексті: у 2024–2025 роках відмічалось збільшення туристичних потоків у багатьох країнах, незважаючи на різні виклики у транспорті та економіці. Це є добрим сигналом для регіонів із високим потенціалом, таких як Закарпаття, де гастрономічний туризм може стати одним із драйверів привабливості для міжнародних гостей [36].

Одним із ключових чинників формування попиту є бажання туристів отримати автентичний досвід. Сучасні мандрівники шукають не лише стандартні ресторани пропозиції, а й унікальні страви, приготовлені за старовинними рецептами, із використанням локальних продуктів, таких як домашні сири, мед, м'ясні делікатеси та вина місцевих виноробень. Популярність набувають дегустаційні тури, кулінарні майстер-класи, фестивалі вина та сирів, а також події, що поєднують гастрономію з культурними і природними атракціями. Наприклад, тури до виноробень у Берегові або дегустації традиційних страв у сільських садибах дозволяють туристам поєднувати кулінарний досвід із вивченням історії та архітектури Закарпаття, створюючи комплексний туристичний продукт [33, с. 59-67].

Важливою тенденцією є зростання попиту на тематичні події та фестивалі, які інтегрують гастрономію з культурними святами регіону. Туристи часто планують поїздки спеціально під час проведення таких заходів, що формує сезонні пікові хвилі відвідуваності та стимулює активне розширення інфраструктури гастрономічного туризму. Це включає відкриття нових дегустаційних майданчиків, інтеграцію локальних ресторанів та фермерських

господарств у туристичні маршрути, а також розвиток комплексних пропозицій, що поєднують кулінарні та культурні активності. Економічний ефект від цього проявляється у зростанні доходів місцевих громад, розвитку малого бізнесу та популяризації місцевих продуктів на національному і міжнародному рівні [32, с. 406–413].

Незважаючи на позитивні тенденції, попит на гастрономічний туризм у Закарпатті все ще має значний резерв для розвитку. Основна частина туристів – це внутрішні мандрівники та гості з сусідніх країн, тоді як іноземний попит поки що не досяг свого повного потенціалу. Для розширення цього сегмента важливі комплексні маркетингові заходи, активне просування гастрономічних маршрутів на міжнародному рівні, розробка тематично привабливих туристичних продуктів і поєднання їх із природними, культурними та історичними ресурсами. Крім того, розвиток партнерств між туристичними операторами, закладами харчування, фермерськими господарствами та місцевими громадами може значно підвищити якість послуг і рівень обслуговування, що, у свою чергу, сприятиме підвищенню привабливості Закарпаття як гастрономічного напрямку для внутрішніх і зовнішніх туристів [31, с. 94–104].

Отже, у перспективі збалансований розвиток гастрономічного туризму у Закарпатті має потенціал не лише для економічного зростання регіону, а й для формування сталого культурного бренду, який поєднує кулінарні традиції з туристичними можливостями та унікальною природною спадщиною краю.

РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПРОСУВАННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ТЕРИТОРІЄЮ ЗАКАРПАТТЯ

3.1. Напрями удосконалення інфраструктури та сервісного забезпечення гастрономічних маршрутів

Удосконалення інфраструктури та сервісного забезпечення гастрономічних маршрутів у Закарпатській області має ґрунтуватися не лише на локальній практиці, а й на світових і регіональних тенденціях, які окреслені в сучасній науковій літературі. Аналіз наукових джерел дозволяє виділити ключові напрями вдосконалення, що забезпечать якісний сервіс, конкурентоспроможність і сталий розвиток гастрономічного туризму як частини туристичної пропозиції регіону.

Одним із центральних напрямів є формування системи управління якістю туристичних послуг у сфері гастрономічного туризму. Як зазначають Никига та Мороз у своїй статті, якість послуг і сервісу є ключовим елементом формування позитивного іміджу регіону та конкурентоспроможності туристичного продукту. Це охоплює впровадження стандартів обслуговування, суворий контроль за дотриманням кулінарних традицій і постійне підвищення кваліфікації персоналу у закладах, що обслуговують туристів – зокрема в дегустаційних залах, ресторанах та фермерських майданчиках – що безпосередньо впливає на задоволення очікувань туристів та повторні поїздки [13].

З метою забезпечення практичної реалізації зазначених заходів доцільно конкретизувати механізми впровадження системи управління якістю туристичних послуг із урахуванням специфіки гастрономічного туризму Закарпаття. Особливість регіону полягає у значній частці малих форм господарювання, зокрема сімейних фермерських господарств, локальних виноробень та дегустаційних залів, для яких застосування класичних міжнародних стандартів якості, таких як ISO чи HACCP, у повному обсязі є складним і ресурсно затратним.

У зв'язку з цим доцільним є використання адаптованої моделі впровадження стандартів якості, що передбачає спрощення процедур без втрати їхньої сутнісної ефективності. Зокрема, впровадження системи НАССР може здійснюватися на базовому рівні через визначення ключових критичних точок контролю у процесі приготування та подачі продукції без розробки надмірної документації. Паралельно необхідно розробити регіональні стандарти обслуговування, які включатимуть вимоги до санітарних умов, якості продукції, автентичності гастрономічного досвіду та рівня комунікації з туристами.

Важливим інструментом підвищення якості є створення регіональної системи сертифікації гастрономічних об'єктів, яка може функціонувати за багаторівневим принципом. Така система передбачає присвоєння об'єктам відповідного рівня якості залежно від дотримання встановлених критеріїв, що забезпечить прозорість для туристів і стимулюватиме суб'єктів господарювання до підвищення стандартів обслуговування. Додатково необхідно передбачити впровадження короткострокових освітніх програм і тренінгів для персоналу, що дозволить підвищити рівень професійної підготовки без значних фінансових витрат.

Удосконалення сервісу також має включати сертифікацію гастрономічних об'єктів та розробку єдиних стандартів гастрономічних маршрутів. Це підвищує рівень довіри туристів до якості послуг і сприяє стабільності очікувань гостей у різних куточках регіону.

Глобальні тенденції в туристичній індустрії свідчать, що інновації та креативність є одними з ключових факторів конкурентоспроможності гастрономічного туризму. Туристи сьогодні шукають не лише стандартні дегустаційні пропозиції, а й унікальний досвід, що поєднує традиції, культуру та сучасні технології. Відповідно, розвиток нових гастрономічних продуктів та впровадження креативних сервісів здатні значно підвищити привабливість регіону як туристичної дестинації.

Зокрема, інноваційні підходи можуть включати створення інтерактивних гастрономічних просторів, де туристи беруть участь у приготуванні страв під

керівництвом майстрів, що поєднує освітній та розважальний аспект подорожі. Тематичні маршрути, наприклад «Винний шлях Закарпаття» чи «Сирні тури», можуть бути інтегровані з історичними та природними об'єктами, створюючи комплексний туристичний продукт, який залучає більше часу на перебування у регіоні та стимулює додаткові витрати туристів [48, с. 100813].

Важливим напрямом є цифровізація гастрономічного туризму. Використання мобільних додатків, інтерактивних гастрономічних путівників, QR-кодів для ознайомлення з історією та рецептурами локальних продуктів, а також віртуальні тури на виноробні та фермерські господарства підвищують доступність і зручність туристичного продукту. Такі рішення сприяють залученню молодіжної аудиторії та іноземних гостей, які звикли до цифрових сервісів, що відповідає сучасним світовим тенденціям у сфері гастротуризму.

Особливо актуальним розвиток інновацій та креативних продуктів є для Закарпаття. Регіон має багатий культурний та етнокультурний потенціал, включаючи кухню національних меншин, виноробні традиції та ремісничі продукти. Поєднання цих ресурсів із сучасними технологіями та новими форматами обслуговування дозволяє створювати унікальні пропозиції, які виділяють Закарпаття на тлі інших туристичних дестинацій і забезпечують додаткову економічну користь для місцевих громад [48, с. 100813].

Ефективність гастрономічного туризму значною мірою залежить від розвиненої інфраструктури – від наявності ресторанів і дегустаційних залів до тематичних музеїв та фермерських господарств. Сучасний стан гастрономічної інфраструктури України показує, що регіони потребують суттєвого розширення таких об'єктів, особливо в малих містах та сільській місцевості. Тут гастрономічний туризм може стати драйвером місцевого економічного розвитку, стимулюючи створення нових робочих місць та підтримку локальних виробників продуктів харчування.

Розширення мережі гастрономічних просторів передбачає розвиток різноманітних форматів: тематичних кафе з локальною кухнею, дегустаційних майданчиків на виноробнях і фермерських господарствах, гастрономічних

музеїв та лабораторій для демонстрації процесу виробництва вина, сиру або інших традиційних продуктів. Такий підхід дозволяє формувати маршрути різної протяжності та складності, відповідно до потреб туристів, забезпечує інтеграцію гастрономічної складової з культурним та природним середовищем регіону та підвищує загальну привабливість туристичного продукту.

Разом із тим, формування гастрономічних маршрутів потребує не лише розширення мережі об'єктів, але й їхнього обґрунтованого просторового розміщення з урахуванням транспортної доступності, логістики та концентрації туристичних ресурсів. Відсутність такого підходу може призвести до фрагментарності маршрутів і зниження їхньої привабливості для туристів.

З метою підвищення ефективності організації гастрономічного туризму доцільно застосовувати кластерний підхід, який передбачає виділення територій із найбільшою концентрацією гастрономічних, культурних та природних ресурсів. У Закарпатській області можна визначити кілька ключових гастрономічних кластерів, зокрема Ужгородсько-Мукачівський, Берегівський, Рахівський та Хустсько-Тячівський, кожен із яких має власну спеціалізацію та цільову аудиторію.

Раціональне планування маршрутів повинно базуватися на мінімізації часу переміщення між об'єктами та забезпеченні комфортних умов для туристів. Для цього доцільно враховувати співвідношення між відстанню та швидкістю пересування:

$$T = \frac{d}{v}, \quad (3.1)$$

де час доїзду між об'єктами залежить від їхньої просторової віддаленості та транспортної інфраструктури. Практика показує, що оптимальними є маршрути з тривалістю переміщень не більше 2–3 годин між ключовими точками, що дозволяє уникнути перевтоми туристів і підвищити загальне задоволення від подорожі.

Поєднання кластерного підходу з логістичним обґрунтуванням дозволить створювати збалансовані гастрономічні маршрути, які забезпечують ефективне використання ресурсів регіону та підвищують якість туристичного продукту.

Важливим аспектом є також підтримка держави та залучення інвестицій у гастрономічну інфраструктуру. Державні програми підтримки туристичної та гастрономічної галузей, сприятливий інвестиційний клімат та партнерство з приватними інвесторами дозволяють реалізувати проєкти, які значно підвищують якість туристичної пропозиції. Інтеграція таких об'єктів у туристичні маршрути створює комплексний туристичний продукт, здатний задовольнити найвибагливішого туриста, а також забезпечує довгостроковий економічний ефект для регіону [46].

Для ефективного розвитку гастрономічного туризму у Закарпатті надзвичайно важливо не лише формувати якісні маршрути та інфраструктуру, але й активно працювати над маркетинговим просуванням та створенням впізнаваного бренду дестинації. Дослідження показують, що імідж території як гастрономічної дестинації безпосередньо впливає на вибір туристів і їхню готовність витратити час і ресурси на відвідування конкретного регіону.

Одним із основних напрямів є активне позиціонування гастрономічних маршрутів у медіа та соціальних мережах. Використання платформ, таких як Facebook, Instagram, TikTok та YouTube, дозволяє демонструвати автентичні страви, процес приготування, дегустації та культурні події, що супроводжують гастрономічний тур. Контент, який включає фото та відео, рецепти локальних страв, історії виробників і майстрів, значно підвищує рівень залучення потенційних туристів і стимулює їх планувати подорожі [40, с. 5–14].

Важливим аспектом є розробка цифрових продуктів: інтерактивних карт гастрономічних локацій, мобільних додатків для самостійного маршрутування, а також систем рекомендацій на основі аналізу поведінки користувачів у соціальних мережах. Такі рішення дозволяють персоналізувати туристичний досвід: турист отримує пропозиції щодо відвідування дегустаційних

майданчиків, фестивалів, тематичних заходів та локальних ресторанів відповідно до власних інтересів.

Окрім цього, активна участь у міжнародних туристичних виставках, форумах та гастрономічних ярмарках підвищує впізнаваність Закарпаття як гастрономічного регіону на зовнішньому ринку. Презентація локальних продуктів, майстер-класів та дегустаційних програм на таких подіях сприяє залученню іноземних туристів і розширює потенційну аудиторію гастрономічного туризму [40, с. 5-14].

Гастрономічні фестивалі є ключовим інструментом стимулювання попиту на туристичні маршрути та залучення нових категорій відвідувачів. Дослідження свідчать, що такі події створюють сезонні пікові навантаження, збільшують відвідуваність дегустаційних залів та локальних ресторанів, а також сприяють культурній взаємодії між туристами та місцевими громадами.

Закарпаття має великий потенціал у цьому напрямі завдяки вже існуючим фестивалям вина, сиру, меду та інших локальних продуктів. Інтеграція таких заходів у гастрономічні маршрути дозволяє туристам планувати подорожі відповідно до фестивального календаря, отримуючи комплексний досвід поєднання кулінарних, культурних та природних ресурсів регіону. Наприклад, фестиваль вина в Берегові поєднує дегустації вин, майстер-класи від місцевих виноробів та культурну програму, що залучає як внутрішніх туристів, так і гостей із-за кордону.

Ще одним важливим аспектом є використання фестивалів для стимулювання туристичної активності у низький сезон. Запровадження тематичних свят, ярмарків місцевих продуктів, кулінарних марафонів та майстер-класів дозволяє розподіляти туристичне навантаження рівномірніше протягом року, збільшуючи економічну віддачу для локальних підприємців і виробників. Крім того, фестивальна складова сприяє формуванню сталого бренду дестинації, який асоціюється не лише з певними стравами, а з комплексним культурно-гастрономічним досвідом [44, с. 360–368].

Нарешті, одним із ключових напрямів є розвиток партнерств між усіма учасниками гастрономічного туризму: органами місцевого самоврядування, туристичними агенціями, ресторанами, фермерськими господарствами, культурними установами та освітою. Систематичний підхід до координації цих учасників дозволяє створювати спільні програми, узгоджувати розвиток інфраструктурних проєктів, розробляти єдину стратегію просування гастрономічних маршрутів і забезпечувати сталий розвиток туристичних продуктів. Такі рекомендації знайшли відображення у дослідженні щодо організаційних аспектів розвитку гастрономічного туризму, де підкреслюється важливість співпраці між місцевими органами влади та підприємствами туристичного та гастрономічного секторів [42].

На основі сучасних наукових публікацій можна визначити кілька стратегічних напрямів удосконалення інфраструктури та сервісного забезпечення гастрономічних маршрутів у Закарпатській області. Це передбачає не лише підвищення якості сервісу та створення нових локацій, але й активне впровадження інновацій, стандартизацію обслуговування, ефективні маркетингові кампанії, розвиток фестивального середовища та зміцнення партнерської взаємодії між усіма учасниками туристичного ринку.

Такі кроки сприятимуть формуванню сучасної, конкурентоспроможної та привабливої гастрономічної дестинації, здатної задовольнити потреби вимогливих туристів і створити стійку основу для сталого розвитку регіону.

3.2. Розроблення стратегічних заходів щодо популяризації гастрономічного туризму

Популяризація гастрономічного туризму є одним із ключових напрямів для підвищення конкурентоспроможності Закарпатської області на національному та міжнародному туристичних ринках. Гастрономічний туризм уже визнано не лише ефективним інструментом залучення туристів, а й важливим елементом

брендингу регіону, оскільки локальна кухня, кулінарні традиції та гастрономічні події формують унікальний образ дестинації і стимулюють туристичний попит. Наукові дослідження свідчать, що системне стратегічне популяризування гастрономічних можливостей регіону сприяє не лише зростанню туристичних потоків, а й збереженню культурної спадщини, створенню нових робочих місць та економічному розвитку територій.

Першим важливим стратегічним заходом має стати формування цілісної маркетингової концепції гастрономічної дестинації Закарпаття, що передбачає узгоджену роботу органів місцевого самоврядування, туристичних асоціацій, підприємств харчування та виноробства, фермерських господарств та профільних навчальних закладів. Така концепція має включати чітко сформовані позиціонування гастрономічних маршрутів, визначення ключових продуктів та брендів регіону, які можуть виступати “точками тяжіння” для туриста, та загальні цілі з розвитку іміджу Закарпаття як гастрономічного центру. В одному з досліджень наголошується, що гастрономічний туризм може стати ефективним інструментом брендингу територій, якщо враховуються не лише кулінарні традиції, а й культурне значення локальних продуктів у контексті розвитку регіону [43, с. 62–68].

Одним із практичних заходів у межах цієї концепції є розроблення універсального гастрономічного бренду Закарпаття, що включає логотип, гасло та візуальну айдентику, яка відображає унікальність місцевих страв, вина та культурної спадщини. Такий бренд має стати органічною частиною всіх промоційних матеріалів – туристичних буклетів, сайтів, мобільних додатків, соціальних мереж та рекламних кампаній. Важливо, щоб бренд гастрономічного туризму був легко впізнаваним і асоціювався з автентичними смаками, гостинністю та культурою Закарпаття.

Другим стратегічним напрямом є активне використання цифрових технологій для просування гастрономічних продуктів і маршрутів. У сучасному світі цифровий маркетинг стає одним із найпотужніших інструментів впливу на вибір туристів і формування їх подорожніх пріоритетів. Це охоплює створення

інтерактивних карт гастрономічних локацій, онлайн-платформ для бронювання дегустацій та майстер-класів, мобільних додатків із рекомендаціями на основі смакових вподобань туристів, а також таргетованих рекламних кампаній у соціальних мережах, які дозволяють персоналізувати пропозиції для різних категорій мандрівників. Такий підхід підтверджує глобальну тенденцію: цифрова трансформація гастрономічного туризму сприяє підвищенню привабливості та впізнаваності туристичної дестинації в умовах конкуренції на ринку [45, с. 4].

Одночасно з розробленням цифрових продуктів важливо інтегрувати гастрономічне просування з туристичними платформами глобального рівня, такими як міжнародні туристичні портали, сервіси бронювання та огляди ресторанів. Спільна робота з такими платформами дає можливість потенційним туристам із різних країн дізнатися про гастрономічні особливості Закарпаття ще на етапі планування поїздки.

Третім важливим блоком заходів є організація та просування гастрономічних фестивалів, конкурсів і подій, що акцентують увагу на локальних продуктах, традиційних смаках і культурних практиках. Дослідження показують, що гастрономічні фестивалі є одними з найефективніших способів привернення уваги туристів і стимулювання сезонних поїздок, оскільки вони не лише популяризують локальну кухню, а й сприяють культурній взаємодії між туристами та місцевими мешканцями, створюючи емоційний зв'язок із дестинацією [50, с. 169–176].

Ці гастрономічні події мають бути складовою частиною не лише місцевого культурного календаря, але й загальнодержавної туристичної стратегії. Це передбачає спільну роботу з національними туристичними організаціями, медіа та профільними асоціаціями для висвітлення заходів на національному та міжнародному рівнях, а також залучення спонсорів і партнерів із туристичного й гастрономічного бізнесу.

Одночасно з фестивальною діяльністю важливо підвищувати кулінарну грамотність і професійну підготовку персоналу, що працює у сфері

гастрономічного туризму, через освітні програми, тренінги, стажування та співпрацю з професійними навчальними закладами. Підвищення рівня знань і навичок у сфері сервісу, комунікації та культурного розуміння гастрономії формує позитивний досвід туристів і сприяє створенню якісного туристичного продукту, що відповідає очікуванням сучасного мандрівника.

Важливим стратегічним кроком також є формування партнерств з міжнародними туристичними агенціями та гастрономічними асоціаціями для створення спільних промоційних кампаній. Співпраця з такими організаціями дає змогу не лише привертати увагу нових туристичних ринків, а й обмінюватися досвідом у впровадженні нових продуктів, стандартів якості та ефективних методів маркетингу. Наприклад, спільна участь у міжнародних виставках і форумах – це платформа для презентації гастрономічних маршрутів, традиційних продуктів та культурної спадщини Закарпаття широкій аудиторії потенційних туристів, що значно підсилює імідж регіону [43, с. 62-68].

Отже, стратегічні заходи повинні включати моніторинг і оцінювання ефективності маркетингових кампаній, що дозволить своєчасно коригувати стратегії, орієнтуючись на зміни у поведінці туристів, нові тенденції у гастрономічному туризмі та технологічні можливості. Такий підхід забезпечить адаптивність стратегії, дозволить оптимізувати витрати та максимально використовувати ресурси для досягнення поставлених цілей.

3.3. Оцінка очікуваного впливу реалізації запропонованих заходів на соціально-економічний розвиток території

Оцінка впливу реалізації запропонованих заходів з розвитку гастрономічного туризму дає змогу не лише прогнозувати економічні вигоди, а й планувати ресурсне забезпечення, соціальну підтримку та стратегічні рішення місцевих органів влади. Гастрономічний туризм у сучасних умовах розглядається як один з інструментів соціально-економічного розвитку

територій, оскільки він залучає туристів до активного споживання локального продукту, збільшує попит на послуги харчування, сприяє створенню доданої вартості у суміжних галузях та підтримує культурну ідентичність регіону.

Проведені дослідження показують, що гастрономічний туризм сприяє не лише економічним поступам, але й підвищенню якості життя населення, оскільки локальні гастротури формують стабільний дохід для власників закладів харчування, фермерів, виноробів та підприємців туристичної сфери, що має мультиплікаційний ефект для місцевої економіки [47].

Перший очікуваний ефект від реалізації запропонованих заходів – зростання туристичних надходжень. Зростання кількості туристів, які обирають гастрономічні тури, прямо корелює із збільшенням обсягу споживчих витрат на локальні продукти, дегустації, участь у культурних подіях та фестивалях. Згідно з міжнародними даними, глобальний ринок гастрономічного туризму демонструє високі темпи зростання на рівні понад 14 % щороку, що є важливим індикатором потенційної економічної ефективності подібних заходів на регіональному рівні [49, с. 180]. Для Закарпаття це означає можливе збільшення надходжень у місцеві бюджети за рахунок туристичного збору, податків від ресторанів, готелів та фермерських господарств, що інтегровані в гастрономічні маршрути.

Другий істотний ефект – створення нових робочих місць. Розвиток гастрономічної інфраструктури стимулює попит на персонал у різних сферах – від кухарів і офіціантів у закладах харчування до організаторів і екскурсоводів на дегустаційних майданчиках та винних шляхах. Це особливо актуально для сільських територій та малих міст, де гастрономічний туризм може стати фактором зменшення безробіття та стабілізації місцевого ринку праці. Дослідження вказують, що гастрономічний туризм сприяє розвитку малого та середнього бізнесу, інтегруючи культурну спадщину у туристичний продукт і створюючи додану вартість для територій [41].

Третій важливий аспект – мультиплікаційний економічний ефект. Гастрономічний туризм впливає не лише на саму туристичну сферу, а й на

сільське господарство, переробну промисловість, логістику та роздрібну торгівлю. Зростання туристичного потоку призводить до збільшення попиту на локальні продукти, що стимулює розширення господарств-виробників, створює додаткові можливості для експорту продуктів і зміцнює позиції регіональних виробників на ринку. Це сприяє економічному зростанню не лише у сфері туризму, а й у суміжних секторах господарства.

Четвертий аспект – зміцнення іміджу регіону та бренду території. Гастрономічний туризм однозначно збільшує впізнаваність регіону як дестинації з унікальними кулінарними традиціями, що позитивно впливає на загальну туристичну привабливість Закарпаття. Це сприяє підвищенню конкурентоспроможності на ринку туристичних послуг, залученню іноземних туристів і розширенню міжнародного співробітництва. У наукових дослідженнях підкреслюється, що гастрономія є ефективним інструментом брендингу регіонів, оскільки її розвиток сприяє збереженню кулінарної спадщини та економічному зростанню територій [43, с. 62-68].

Для підвищення обґрунтованості прогнозних показників доцільно застосувати економіко-математичний інструментарій, що дозволяє формалізувати процес оцінювання динаміки туристичних потоків і пов'язаних із ними соціально-економічних ефектів. У даному дослідженні використано метод трендового прогнозування, який базується на припущенні про збереження позитивної динаміки розвитку гастрономічного туризму за умови реалізації запропонованих заходів.

Базовою моделлю прогнозування кількості туристичних прибуттів є модель експоненціального зростання:

$$N_t = N_0(1 + r)^t, \quad (3.2)$$

де початкове значення кількості туристів коригується на середньорічний темп приросту, який визначається на основі статистичних даних і світових тенденцій розвитку гастрономічного туризму.

Окрім цього, для оцінки економічного впливу використано підхід мультиплікативного ефекту, який дозволяє врахувати непрямий вплив туристичних витрат на суміжні галузі економіки:

$$M = \frac{1}{1 - MPC}, \quad (3.3)$$

де мультиплікатор залежить від граничної схильності до споживання локальних продуктів. У випадку гастрономічного туризму цей показник є відносно високим, оскільки значна частина витрат туристів спрямовується на місцеві товари та послуги.

Прогнозні значення, наведені у таблиці, сформовані на основі сценарного підходу, який передбачає врахування різних варіантів розвитку подій залежно від рівня реалізації запропонованих стратегічних заходів. У роботі використано оптимістичний сценарій, що передбачає активне впровадження інновацій, розвиток інфраструктури та ефективне маркетингове просування гастрономічного туризму в регіоні.

Застосування такого підходу дозволяє підвищити достовірність прогнозів і обґрунтувати очікувані соціально-економічні результати розвитку гастрономічного туризму Закарпатської області.

Оцінку цих ефектів представимо у табл. 3.1.

Таблиця 3.1

**Прогноз зміни ключових соціально-економічних показників
розвитку гастрономічного туризму Закарпатської області (на основі
економіко-математичного моделювання) [3]**

Показник	2025 (базовий)	2027 (прогноз)	2030 (прогноз)	Метод розрахунку та обґрунтування
Кількість туристичних прибуттів, тис. осіб	1 680	1 890	2 190	Розраховано за формулою експоненційного зростання при середньорічному темпі $r \approx 6\%$
Туристичний збір, млн грн	31 886	36 900	44 200	Пропорційна залежність від кількості туристів + коригування на зростання середніх витрат
Валовий регіональний продукт (ВРП) у сфері туризму, %	8,5 %	9,6 %	11,0 %	Розраховано з урахуванням мультиплікатора $M = 2,8$
Кількість робочих місць у гастрономічних секторах	2 300	2 650	3 300	Еластичність зайнятості до туристичного потоку (коеф. = 0,8)
Доходи локальних виробників, млн грн	12 000	14 800	18 500	Мультиплікативний ефект ($MPC = 0,65$; $M = 2,85$)

Як видно з таблиці, прогнозні значення сформовано на основі економіко-математичного підходу, що поєднує модель експоненційного зростання туристичних потоків та оцінку мультиплікативного ефекту гастрономічного туризму. Зокрема, середньорічний темп зростання туристичних прибуттів на рівні близько 6 % відповідає як світовим тенденціям розвитку гастрономічного туризму, так і потенціалу Закарпатської області за умови реалізації запропонованих заходів.

Отримані результати свідчать, що до 2030 року кількість туристичних прибуттів може зрости до близько 2,19 млн осіб, що забезпечить відповідне зростання туристичних надходжень і доходів суміжних галузей. Використання мультиплікатора, значення якого визначено на рівні близько 2,8 з урахуванням високої частки локального споживання, дозволяє пояснити приріст валового регіонального продукту та доходів місцевих виробників.

Таким чином, комплексна реалізація стратегічних заходів із розвитку гастрономічного туризму стане потужним каталізатором економічного та соціального розвитку Закарпатської області, сприяючи створенню сприятливого середовища для бізнесу, зайнятості населення, культурного збагачення та підвищення якості життя мешканців.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження було комплексно проаналізовано теоретичні та практичні аспекти розвитку гастрономічного туризму в Закарпатській області, що дозволило сформулювати обґрунтовані висновки щодо сучасного стану, проблем і перспектив розвитку цього сегмента туристичної діяльності.

Насамперед у роботі було розкрито сутність гастрономічного туризму як важливої складової сучасної туристичної індустрії, яка поєднує рекреаційні, культурні та економічні функції. Встановлено, що гастрономічний туризм є не лише формою організації дозвілля, а й ефективним інструментом територіального розвитку, оскільки сприяє формуванню позитивного іміджу регіону, активізації підприємницької діяльності та зростанню доходів місцевого населення. Дослідження показало, що гастрономічний туризм тісно пов'язаний із культурною спадщиною, етнічними традиціями та природними ресурсами, що визначає його унікальність і конкурентні переваги порівняно з іншими видами туризму.

У процесі дослідження було також узагальнено основні види гастрономічного туризму та визначено особливості їх організації. Встановлено, що найбільш поширеними є винний, етнокулінарний, фермерський і фестивальний туризм, а також інноваційні формати, що передбачають інтерактивну взаємодію з туристами. Особливістю організації гастрономічних турів є необхідність комплексного підходу, який включає інтеграцію гастрономічних об'єктів із культурними та природними ресурсами, забезпечення належного рівня сервісу та створення унікального туристичного досвіду. Це підтверджує важливість системного планування гастрономічних маршрутів як складової туристичної пропозиції регіону.

Значна увага у роботі була приділена методичним підходам до оцінювання туристичного потенціалу Закарпатської області. Встановлено, що ефективне оцінювання потребує поєднання системного, статистичного, картографічного та

експертного аналізу, що дозволяє врахувати як кількісні, так і якісні характеристики туристичних ресурсів. У ході дослідження доведено, що туристичний потенціал регіону визначається не лише наявністю природних і культурних ресурсів, а й рівнем розвитку інфраструктури, сервісу, маркетингового забезпечення та інституційної підтримки. Це створює теоретичну основу для подальшого аналізу можливостей розвитку гастрономічних маршрутів.

Практичний аналіз показав, що Закарпатська область має значний туристичний потенціал для розвитку гастрономічного туризму. Регіон характеризується високою концентрацією природних, історико-культурних та етнокультурних ресурсів, а також наявністю сформованих гастрономічних традицій. Виявлено, що найбільш відвідуваними є великі туристичні об'єкти та музейні комплекси, тоді як менші локації залишаються недостатньо інтегрованими у туристичні маршрути. Це свідчить про необхідність більш рівномірного розвитку туристичної інфраструктури та активнішого залучення локальних об'єктів до туристичних продуктів.

Аналіз інфраструктурного забезпечення гастрономічного туризму засвідчив наявність позитивних тенденцій розвитку. У регіоні функціонують гастрономічні маршрути, дегустаційні майданчики, виноробні господарства та широка мережа закладів харчування, що формують основу туристичної пропозиції. Водночас встановлено, що інфраструктура потребує подальшого вдосконалення, зокрема у частині інтеграції маршрутів, підвищення рівня сервісу, розвитку транспортної доступності та цифровізації туристичних послуг. Також виявлено, що розвиток гастрономічного туризму значною мірою залежить від координації між суб'єктами туристичної діяльності, органами влади та локальними виробниками.

Дослідження попиту на гастрономічний туризм показало, що цей сегмент демонструє стійку тенденцію до зростання, що обумовлено загальним збільшенням туристичних потоків, зростанням інтересу до автентичного культурного досвіду та популярністю тематичних туристичних продуктів.

Встановлено, що основну частку попиту формують внутрішні туристи, тоді як іноземний сегмент має значний потенціал для подальшого розвитку. Зростання доходів від туристичних послуг та збільшення кількості суб'єктів туристичної діяльності підтверджують економічну доцільність розвитку гастрономічного туризму як одного з пріоритетних напрямів.

На основі проведеного аналізу було розроблено напрями удосконалення інфраструктури та сервісного забезпечення гастрономічних маршрутів. Визначено, що ключовими напрямками розвитку є впровадження інноваційних туристичних продуктів, розширення мережі гастрономічних локацій, посилення маркетингових стратегій і формування бренду регіону, а також інтеграція фестивальної складової у туристичні маршрути. Обґрунтовано, що реалізація цих заходів дозволить підвищити конкурентоспроможність Закарпаття на туристичному ринку та забезпечити більш ефективне використання наявного потенціалу.

Окрему увагу було приділено розробці стратегічних заходів щодо популяризації гастрономічного туризму. Встановлено, що ефективне просування потребує використання сучасних цифрових інструментів, активної присутності у міжнародному інформаційному просторі, розвитку партнерств між бізнесом і владою, а також формування цілісного туристичного бренду регіону. Це сприятиме залученню нових туристичних потоків, підвищенню впізнаваності регіону та зростанню економічних показників туристичної діяльності.

Проведена оцінка очікуваного соціально-економічного ефекту показала, що реалізація запропонованих заходів матиме позитивний вплив на розвиток регіону. Очікується зростання туристичних потоків, збільшення доходів від туристичної діяльності, створення нових робочих місць, розвиток малого і середнього бізнесу, а також підвищення рівня життя місцевого населення. Крім того, розвиток гастрономічного туризму сприятиме збереженню культурної спадщини, підтримці локальних виробників та формуванню сталого розвитку територій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Винний туристичний шлях. Управління туризму та курортів. Закарпатська ОВА -. URL: https://zaktour.gov.ua/tours/vine-rout/?utm_source.
2. Гладчук О.П. Курс лекцій з дисципліни Гастрономічний туризм. Тернопіль: Навчально-виробнича майстерня редакційно-видавничих технологій Галицького фахового коледжу імені В'ячеслава Чорновола, 2022, 99 с.
3. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>.
4. Дишкантюк О. В. Гастрономічний туризм: підручник. Одеса : ОЛДІ-ПЛЮС, 2021. 136 с.
5. Заваріка Г., Ветрова Т. Аналіз та оцінка туристичного потенціалу Меджибізького мікрорегіону. Економіка та суспільство. 2025. № 81. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-81-62>.
6. Закарпаття заробило понад 25 млн грн на туризмі (ФОТО) @ Закарпаття онлайн. Новини Закарпаття онлайн, новини Ужгорода, новини Закарпаття онлайн. URL: https://zakarpattya.net.ua/News/238872-Zakarpattya-zarobylo-ponad-25-mln-hrn-na-turyzmi-FOTO?utm_source.
7. Карабінюк М. М. Рекреаційно-туристичні ресурси Хустського району Закарпатської області: просторова диференціація, сучасний стан та перспективи використання. Слобожанський науковий вісник. Серія: природничі науки. 2025. № 1. С. 78–89. URL: <https://doi.org/10.32782/naturalspu/2025.1.12>.
8. Коркуна О., Никига О., Підвальна О. Gastronomic tourism as a factor of socio-economic development of territorial communities. Economic scope. 2020. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/155-8>.
9. Кривенкова Р. Ю. Формування туристичного потенціалу України як чинник консолідації українського суспільства: державно-управлінський аспект. The Scientific Heritage. 2021. Вип. 5. № 60. С. 37-42.
10. Кулиняк І. Туристичний потенціал території як основа для сталого розвитку туризму. Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences. 2025. № 344(4). С. 287-292.

11. Лепкий М., Левчук О. Гастрономічний туризм як інструмент брендингу регіонів України. *Innovations and Technologies in the Service Sphere and Food Industry*. 2024. № 3 (13). С. 62–68. URL: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.3\(13\).2024.10](https://doi.org/10.32782/2708-4949.3(13).2024.10).
12. Стойка В. Інвестиційні вкладення в розвиток туристично-рекреаційної сфери Закарпаття. *Економіка суспільства*. 2022. № 42(40).
13. Никига О., Мороз С. Управління якістю туристичних послуг і сервісу у межах гастрономічного туризму. *Економіка та суспільство*. 2025. № 74. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-74-64>.
14. Олійник В.Д. Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства» (м. Запоріжжя, 25 листопада 2022 р.). Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2022. 770 с. С.306-309.
15. Голод А.П., Никига О.В. Структура факторів розвитку гастрономічного туризму. 2020. №49. С. 174-178.
16. Онопрієнко М. О. Туристичний потенціал Закарпатської області та напрямки його розвитку. Харків: ДБТУ, 2025. 84 с.
17. Панова І. Журавчак Я. Проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні (на прикладі Закарпатської області). *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*, 2021. (13), С. 196-208.
18. Нестерчук І.К. Методи та інструменти оцінки потенціалу гастрономічного туризму. *Географія та туризм*. 2022. № 66. С. 18-28.
19. Понад 170 тисяч туристів відвідали нацпарки Закарпаття у 2024 році. URL: https://suspilne.media/uzhhorod/923809-ponad-170-tisac-turistiv-vidvidali-nacparki-zakarpatta-u-2024-roci/?utm_source.
20. Понад 660 тис. туристів відвідали музеї на Закарпатті у 2025 році. *Zaholovok – Закарпаття. Про головне*. URL: <https://zaholovok.com.ua/ponad-660-tys-turystiv-vidvidaly-muzeyi-na-zakarpatti-u-2025-rotsi>.

21. Рубіш М., Чорій М., Зеленська Л. Gastronomic tourism as a means of activation tourist destinations. Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Series "Economics". 2020. Vol. 1(13). P. 61–66. URL: [https://doi.org/10.31339/2313-8114-2020-1\(13\)-61-66](https://doi.org/10.31339/2313-8114-2020-1(13)-61-66).
22. Семенюк Л. Л. Роль гастрономічного туризму у сталому розвитку готельно-ресторанної справи та підвищенні привабливості регіонів України. Економіка та суспільство. 2025. Випуск 75. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/6161>.
23. Ставська У. Gastronomic tourism as a popular direction in the tourism industry. Economy. Finances. Management: Topical issues of science and practical activity. 2023. No. 2(64). P. 148–167. URL: <https://doi.org/10.37128/2411-4413-2023-2-10>.
24. Туристичний потенціал та інфраструктура Закарпаття – важливе питання для мене – Президент на презентації Стратегії регіонального розвитку. URL: https://www.president.gov.ua/en/news/turistichnij-potencial-ta-infrastruktura-zakarpattya-ye-vazh-63985?utm_source.
25. У 2025 році музеї Закарпаття відвідали понад 660 тисяч туристів. URL: https://suspilne.media/uzhhorod/1217918-u-2025-roci-muzei-zakarpatta-vidvidali-ponad-660-tisac-turistiv/?utm_source.
26. У 2025 році на Закарпатті сплатили майже 32 млн грн туристичного збору - Управління туризму та курортів. Закарпатська ОВА. Управління туризму та курортів. Закарпатська ОВА -. URL: https://zaktour.gov.ua/u-2025-rotsi-na-zakarpatti-splatyly-majzhe-32-mln-hrn-turystychnoho-zboru/?utm_source.
27. У 2025 році найбільші музеї Закарпаття відвідали понад 660 тис. туристів - Управління туризму та курортів. Закарпатська ОВА. Управління туризму та курортів. Закарпатська ОВА -. URL: https://zaktour.gov.ua/u-2025-rotsi-najbilshi-muzei-zakarpattia-vidvidaly-ponad-660-tys-turystiv/?utm_source.
28. Управління туризму та курортів. Закарпатська ОВА. URL: https://zaktour.gov.ua/en/?utm_source.

29. Фесенко Г. Gastronomy tourism as a current trend in modern development of the tourism in Ukraine. Ефективна економіка. 2021. № 5. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.5.200>.

30. Шелеметьєва Т. В. Гастрономічний туризм: від теорії до національних фестивалів і рейтингів бренду Michelin. Причорноморські економічні студії. 2025. Випуск 95. С. 372–378.

31. Щука Г. П. Гастрономічний бренд Закарпаття: економічний потенціал та можливості розвитку. Acta Academiae Beregsasiensis: Geographica et Recreatio. 2025. № 1. С. 94–104. URL: <https://doi.org/10.32782/2786-5843/2025-1-9>.

32. Щука Г. П., Паска М. З., Побігун О. В. Державно-приватне партнерство як основна умова розвитку гастрономічного туризму на Закарпатті. Вісник Херсонського національного технічного університету. 2024. № 4(87). С. 406–413. URL: <https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2023.4.53>

33. Щука Г., Венгерська Н., Безрученков Ю. Автентична кухня як основа розвитку ринку гастрономічного туризму Закарпаття. Економіка і регіон/ Economics and region. 2023. № 4(91). С. 59–67. URL: [https://doi.org/10.26906/eir.2023.4\(91\).3195](https://doi.org/10.26906/eir.2023.4(91).3195).

34. Бут Т.В., Корнієнко О.В., Бут І.В. Методичні підходи до оцінювання туристичного потенціалу. Підприємство та управління розвитком соціально-економічних систем. 2023. № 2. С. 278-286.

35. The Wine and Taste Route of Zakarpattia. World with Kalipso. URL: https://www.kalipsoua.com/en/814-korporativnye_tury/corpoative_tours_ukraine/dorohoiu-vyna-ta-smaku-zakarpattia-e-10090-ua?utm_source.

36. Tourism 2025: A year in Review. URL: https://www.reddit.com/user/panion/comments/1pjuwa4/tourism_2025_a_year_in_review/?utm_source.

37. Traveling Zakarpattia.
URL: https://www.reddit.com/r/ukraina/comments/170j8mi/traveling_zakarpattia/?utm_source.
38. Wine tasting at Chateau Chizay. Chateau Chizay.
URL: https://chizay.com/en/tour/tasting/?utm_source.
39. Саркісян Г. The role and significance of gastronomic tourism stimulation in the development structure of regional tourist markets of Ukraine. *Ukrainian Journal of Applied Economics*. 2020. Vol. 5, no. 1. P. 312–320. URL: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2020-1-37>.
40. Burak V. H. Strategic directions of local gastronomic tourism development for shaping the image of the territory. *Scientific Bulletin of Kherson State University. Series Economic Sciences*. 2024. № 51. P. 5–14. URL: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2024-51-1> (accessed: 02.04.2026).
41. Horyacha O. Domestic gastronomic tourism and innovative activity of enterprises as factors of competitiveness of tourist destinations in Ukraine. *Economy and Society*. 2026. № 83. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-83-70>
42. Dydiv I. Organizational aspects of gastronomic tourism development in Ukraine in the context of enhancing regional competitiveness. *Economy and Society*. 2026. № 83. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-83-6>.
43. Lepky M., Levchuk O. Gastronomic tourism as a tool for branding regions of Ukraine. *Innovations and Technologies in the Service Sphere and Food Industry*. 2024. № 3 (13). P. 62–68. URL: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.3\(13\).2024.10](https://doi.org/10.32782/2708-4949.3(13).2024.10).
44. Melnyk I., Bilous A. The role of festivals in the development of gastronomic tourism. *Black Sea Economic Studies*. 2025. № 96. P. 360–368
45. Dordai L., Becze A., Roman M. Gastronomic Tourism: Global Trends, Sustainability Challenges, and Research Directions (2010–2025)–A Comprehensive Review. *Gastronomy*. 2026. Vol. 4, no. 1. P. 4. URL: <https://doi.org/10.3390/gastronomy4010004>.

46. Fesenko H. Gastronomy tourism as a current trend in modern development of the tourism in Ukraine. *Efektivna ekonomika*. 2021. No. 5. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.5.200>.
47. Korkuna O., Nykyha O., Pidvalna O. Gastronomic tourism as a factor of socio-economic development of territorial communities. *Economic scope*. 2020. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/155-8>
48. Kuhn V. R., Gadotti dos Anjos S. J., Krause R. W. Innovation and creativity in gastronomic tourism: A bibliometric analysis. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. 2023. P. 100813. URL: <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100813>.
49. Thongkaw B. The Impact of Gastronomic Tourism on the Regional Economy of Thailand: Examined by the Dynamic I-O Model after the Decline of COVID-19. *Economies*. 2024. Vol. 12, no. 7. P. 180. URL: <https://doi.org/10.3390/economies12070180>.
50. Tkach V., Kharenko D., Kamushkov O. Marketing strategy for promotion of a gastronomy brand of a tourist destination. *Ukrainian Journal of Applied Economics*. 2021. Vol. 6, no. 1. P. 169–176. URL: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2021-1-20>
51. In 2023, national nature parks of Zakarpattia were visited by more than 218 thousand tourists – Tourism and Resorts Department. Zakarpattia Regional Military Administration. Tourism and Resorts Department. Zakarpattia Regional Military Administration – URL: https://zaktour.gov.ua/u-2023-rotsi-natsionalni-pryrodni-parky-za/?utm_source.
52. In 2025, national parks of Zakarpattia were visited by more than 200 thousand tourists – Tourism and Resorts Department. Zakarpattia Regional Military Administration. Tourism and Resorts Department. Zakarpattia Regional Military Administration – URL: https://zaktour.gov.ua/u-2025-rotsi-natsionalni-parky-zakarpattia-vidvidaly-ponad-200-tys-turystiv/?utm_source.

53. Графська О., Головчук Ю., Никига О. Роль маркетингових інновацій у розвитку гастрономічного туризму в регіоні. Економіка та суспільство. 2022. № 39.

54. Tourist Map of Zakarpattia. UA Maps. URL: http://www.ua-maps.com/images/ukraine/carpathians/carpathians_1.jpg.

ДОДАТКИ



(продовження Додатку А)





УДК 338.48 "40"

Гостинність і туризм майбутнього: наукові та практичні горизонти: збірник тез доповідей V-ої Міжнародної науково-практичної онлайн конференції (23- 24 квітня 2026 р.). Київ: НУБіП України. 2026. 214 с.

Редакційна колегія:

Мельниченко С.В. – доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

Мосіюк С.І. – кандидат економічних наук, доцентка кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

У збірнику тез доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції висвітлюються результати наукових досліджень з питань глобального, національного та регіонального розвитку туризму і сфери гостинності, соціокультурного виміру туризму та реалізації концепції сталого розвитку, маркетингу туристичних дестинацій та діджиталізації бізнес-процесів суб'єктів туристичної діяльності, інноваційних технологій та еко-трендів в туристичному і готельно-ресторанному бізнесі.

Видання розраховане для студентів бакалаврату та магістратури, аспірантів, докторантів, дослідників, викладачів, суб'єктів підприємницької діяльності.

Матеріали друкуються в авторській редакції. Відповідальність за зміст і достовірність тез доповідей несуть автори. Точки зору авторів публікацій можуть не співпадати з точкою зору редколегії збірника.

(продовження Додатку Б)

**Дискусійна платформа 4. Інноваційні ресторанны технології в
готельно-ресторанному бізнесі**

<i>Kovalchuk I.</i> GASTRONOMIC FESTIVALS OF TRANSCARPATHTA AS A TOOL FOR THE DEVELOPMENT OF EVENT TOURISM	149
<i>Бондар Б., Нєміріч О., Польовик В.</i> ВПЛИВ КОЛЬОРУ ПРОТЕЇНОВО-ВІТАМІННИХ НАПОЇВ НА ПСИХОЛОГІЧНЕ СПРИЙНЯТТЯ, ЕМОЦІЙНИЙ СТАН, НАСТРІЙ ТА ДОВІРУ СПОЖИВАЧА	153
<i>Брецько Ян, Мельниченко С.</i> ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	157
<i>Гладких М.</i> РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА ПЕРЕХІДНОГО ПЕРІОДУ	160
<i>Гопкало Л., Бовш Л.</i> ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК СЕРВІСНИХ СИСТЕМ В ГОТЕЛЯХ	164
<i>Давидова О., Денисенко Т.</i> ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ГОТЕЛЬНОМУ	166

БІЗНЕСІ

<i>Демчук Д.</i> ПРОМОЦІЯ ПРОДУКТУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ТЕРИТОРІЄЮ ЗАКАРПАТТЯ	170
<i>Довгалик Б., Бунтова Н.</i> РОЗРОБКА СИСТЕМИ ЯКОСТІ В ПІДПРИЄМСТВІ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	173
<i>Здрізько О., Губеня В., Польовик В.</i> ВПЛИВ КОЛЬОРУ ЗАМОРОЖЕНОГО ВІНЕГРЕТУ НА ПСИХОЛОГІЧНЕ СПРИЙНЯТТЯ, ЕМОЦІЙНИЙ СТАН ТА ДОВІРУ СПОЖИВАЧА	177
<i>Зікій Н.</i> ЕКОВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ	179
<i>Коваленко І.</i> ІННОВАЦІЙНІ РЕСТОРАННІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	183
<i>Кучай О.</i> ІННОВАЦІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ ГРЕЦІЇ	186
<i>Мазурик Д., Бунтова Н.</i> ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРО-МОЖНОГО БРЕНДУ РЕСТОРАНІВ ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	190
<i>Моргулець О., Мірошник О.</i> ВПРОВАДЖЕННЯ ПРАКТИК GREEN HOSPITALITY У ГОТЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	193
<i>Осінчук А.</i> ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ГОТЕЛЬНИЙ РИНОК У КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ ТА ІННОВАЦІЙ	197
<i>Самсонова В.</i> ЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	200
<i>Федоренко В., Неїленко С.</i> ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ДИТЯЧОГО ОЗДОРОВЧОГО КОМПЛЕКСУ НА ОСНОВІ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО ХАРЧУВАННЯ	203
<i>Черних В.</i> ПРОСУВАННЯ МЕГА-ІВЕНТІВ ВЕЛИКИХ МІСТ УКРАЇНИ НА МІЖНАРОДНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ РИНОК	205
<i>Черноус Я., Неїленко С.</i> ЦИФРОВІЗАЦІЯ БАРНОЇ СПРАВИ	207
<i>Чорний О., Гопкало Л.</i> ТРАНСФОРМАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ ПІДХОДІВ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ: ВИКЛИКИ ТА ТРЕНДИ	210

УДК 910.4

ПРОМОЦІЯ ПРОДУКТУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ТЕРИТОРІЄЮ ЗАКАРПАТТЯ

Дар'я ДЕМЧУК,

*здобувачка ОС Бакалавр**спеціальність «Туризм і рекреація», НУБіП України**Науковий керівник: PhD, старший викладач, Ірина КОВАЛЬЧУК**Національний університет біоресурсів і природокористування України*

Гастрономічний туризм у сучасних умовах виступає одним із найбільш динамічних і перспективних напрямів розвитку туристичної індустрії. Він поєднує культурну спадщину, локальні традиції та економічний потенціал регіонів, формуючи унікальний туристичний продукт. Закарпатська область є одним із провідних центрів гастрономічного туризму в Україні, що зумовлено її історико-культурною багатогранністю, мультикультурністю та різноманітним кулінарним традицій.

Актуальність теми дослідження визначається необхідністю ефективної промоції гастрономічного продукту регіону, оскільки, незважаючи на значний потенціал, гастрономія Закарпаття часто виступає лише як додатковий елемент туристичного продукту, а не як самостійна мотивація для подорожі. Це свідчить про недостатній рівень маркетингової активності та брендингу території [3].

Гастрономічний туризм розглядається як форма туристичної діяльності, що передбачає знайомство з національною кухнею, традиціями приготування страв, локальними продуктами та культурою харчування. Він сприяє збереженню етнокультурної спадщини та розвитку місцевої економіки, особливо у сільських територіях [4]. Закарпаття має значні ресурси для розвитку цього виду туризму, зокрема традиційні страви (бограч, банош, леквар), виноробство, сироваріння, а також численні гастрономічні фестивалі.

Закарпатська кухня вирізняється синтезом угорських, словацьких, румунських, австрійських та українських кулінарних традицій. Особливістю гастрономії є використання локальних інгредієнтів — кукурудзяного борошна, бринзи, грибів, паприки, м'ясних виробів та вин. Важливу роль відіграє виноробство, представлене приватними виноробнями, що формують напрям сногастрономічного туризму.

Важливим елементом гастрономічного туризму є подієвий компонент. У Закарпатті регулярно проводяться фестивалі, які формують туристичні потоки та сприяють популяризації регіону. Серед них – фестивалі вина, м'ясних страв,

(продовження Додатку Б)

леквару та інші гастрономічні заходи, що дозволяють туристам безпосередньо долучитися до місцевих традицій [2]. Такі події створюють емоційний досвід, що є ключовим чинником сучасного туристичного попиту (табл. 1).

Таблиця 1

Основні гастрономічні фестивалі Закарпатської області

Назва фестивалю	Локація	Період	Тематика
Червене вино	Мукачево	Січень	Виноробство
Біле вино	Берегове	Березень	Виноробство
Ужгородська палачінта	Ужгород	Лютий	Страви
Гуцульська бриндзя	Рахів	Вересень	Сири
Фестиваль леквару	Геча	Серпень	Десерти
Бограч-фест	Закарпаття	Літо–осінь	М'ясні страви
Сонячний напій	Ужгород	Травень	Мед

Дані: укладено автором на основі [2]

Інформація з таблиці 1 свідчать про те, що гастрономічні фестивалі Закарпатської області характеризуються вираженою сезонною диференціацією та широкою тематичною диверсифікацією. Основна концентрація подієвих заходів припадає на весняно-літній та осінній періоди, що зумовлено як піковою туристичною активністю, так і специфікою виробництва та збору локальної сировини. Водночас наявність фестивалів у зимовий період, зокрема винної тематики, формує передумови для розвитку цілорічного гастрономічного туризму. Тематичне різноманіття заходів відображає багатокomпонентність гастрономічної спадщини регіону та сприяє формуванню комплексного туристичного продукту, орієнтованого на різні сегменти споживачів.

Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму пов'язані зі зростанням попиту на автентичність, екологічність та локальні продукти. Значну роль відіграє органічна продукція, яка стає важливим чинником формування туристичної привабливості регіону. Використання локальних органічних інгредієнтів у гастрономічній пропозиції сприяє формуванню позитивного іміджу території та відповідає глобальним трендам сталого розвитку [1].

Промоція гастрономічного туризму Закарпаття повинна базуватися на комплексному підході, що включає маркетингові, організаційні та інституційні заходи. Одним із ключових інструментів є брендинг території. Формування сильного гастрономічного бренду «Закарпатська кухня» дозволить підвищити впізнаваність регіону на національному та міжнародному рівнях. Важливо також використовувати цифрові канали просування, зокрема соціальні мережі, туристичні платформи та контент-маркетинг.

Окрему увагу слід приділити розвитку партнерства між суб'єктами

(продовження Додатку Б)

туристичного ринку. Ефективна взаємодія органів влади, бізнесу та місцевих громад є важливою умовою створення конкурентоспроможного туристичного продукту. Дослідження показують, що державно-приватне партнерство є ключовим механізмом розвитку гастрономічного туризму, оскільки дозволяє об'єднати ресурси та забезпечити сталий розвиток галузі [4].

Крім того, важливим напрямом є створення гастрономічних маршрутів і кластерів. Інтеграція виробників локальної продукції, ресторанів, фермерських господарств і туристичних операторів у єдину систему дозволяє сформувати комплексний туристичний продукт. Це сприяє підвищенню тривалості перебування туристів у регіоні та збільшенню їх витрат.

Проблемами розвитку гастрономічного туризму Закарпаття залишаються недостатня інфраструктура, нерівномірність розвитку територій, низький рівень інвестицій та відсутність системної маркетингової стратегії. Водночас, за оцінками дослідників, гастрономічний туризм має значний потенціал для зростання та може стати одним із ключових драйверів регіонального розвитку.

Унікальність гастрономічного туризму Закарпаття полягає у поєднанні мультикультурності, географічного розташування та автентичності кулінарних традицій. На відміну від інших регіонів України, де гастрономія має більш однорідний характер, Закарпаття пропонує різноманіття смаків і технологій приготування, що сформувалися під впливом кількох європейських культур. Крім того, регіон характеризується високою концентрацією локальних виробників — сироварень, виноробень, фермерських господарств, що дозволяє створювати комплексні гастрономічні маршрути. Важливою перевагою є також можливість поєднання гастрономічного туризму з іншими видами туризму — рекреаційним, етнографічним, сільським зеленим туризмом, що підвищує його конкурентоспроможність.

Таким чином, промоція продукту гастрономічного туризму Закарпаття є важливим напрямом розвитку туристичної галузі. Вона потребує комплексного підходу, що включає брендинг, розвиток інфраструктури, підтримку локальних виробників, впровадження інновацій та активне використання маркетингових інструментів. Реалізація цих заходів сприятиме підвищенню конкурентоспроможності регіону, залученню туристів та забезпеченню сталого економічного розвитку.

Список використаних джерел

1. Бучко, Ж. І. (2025). ОРГАНІЧНА ПРОДУКЦІЯ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ІННОВАЦІЇ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ. *Acta Academiae Beregsasiensis: Geographica Et Recreatio*, (3), 114–124.