

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ (НА ПРИКЛАДІ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ)*

Панова Ірина Олексіївна

канд. екон. наук, ст. викладач

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

м. Свободи, 6, м. Харків, Україна, 61022

e-mail: iryna.panova@karazin.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1975-5644>

Журавчак Ярослава Зіновіївна

студентка

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

м. Свободи, 6, м. Харків, Україна, 61022

e-mail: yaroslavazhuravchak01@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7842-2954>

На сьогоднішній день туристичний бізнес залишається перспективних напрямом розвитку економіки України, незважаючи на низку проблем викликаних пандемією COVID-19. Гастрономічний туризм поступово набуває популярності серед споживачів, що пояснюється їх прагненням до нових гастрономічних вражень і смакових відчуттів. Саме цей вид туризму розкриває особливості автентичної технології приготування місцевих страв, традицій їх споживання, вчить навичкам кулінарного мистецтва, а гастрономічні фестивалі та ярмарки з кожним роком відвідують більше гостей, навіть з-за кордону. Закарпаття є однією з основних гастрономічних дестинацій України. Велика кількість національностей, які мешкають на цій території створюють унікальну кулінарну культуру і традиції. Все це робить Закарпаття не схожим на жоден інший регіон та сприяє розвитку гастротуризму. Предмет дослідження статті є проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні (на прикладі Закарпатської області). Мета – дослідження проблем та перспектив розвитку гастрономічного туризму в Закарпатській області України. Завдання: аналіз дестинації гастрономічного туризму в Україні, а також визначення перспектив розвитку гастрономічного туризму в Закарпатській області. Використовуються загальнонаукові методи: аналітичний, оціночний, порівняльний, статистичний, графічний, описовий, картографічний. Отримано наступні результати: виявлено основні дестинації гастрономічного туризму в Україні та його перспективи розвитку в Закарпатській області. Зроблено висновок, що для подальшого розвитку та популяризації гастрономічного туризму на Закарпатті важливими є державна та регіональна підтримка області; створення ефективної маркетингової політики; підвищення рівня кваліфікації трудових ресурсів в сфері туризму; збільшення кількості гастро-подієвих заходів (винних та сирних ярмарок, а також фестивалів); покращення якості та урізноманітнення гастрономічних турів.

Ключові слова: гастрономічний туризм, гастрономічний фестивалі, гастрономічні ярмарки, гастрономічні тури.

Постановка проблеми. На сьогодні туризм займає вагомe місце в світовому господарстві, незважаючи на низку проблем, викликаних COVID-19. Одним з його перспективних напрямів розвитку є гастротуризм. Сутність якого полягає в ознайомленні зі способами приготування страв та напоїв, їх дегустацією, а також з кулінарними традиціями території, регіону, країни тощо. Для виявлення перспектив розвитку гастротуризму Закарпатської області необхідним є дослідження основних передумов, тенденцій та загального стану гастрономічного ринку України.

Аналіз досліджень та публікацій.

Дослідженням розвитку гастрономічного туризму в Україні займається чимало вітчизняних науковців, зокрема: Антоненко В.Г., Басюк Д. І., Корнілова В. В., Кукліна Т.С., Любіцева О. О., Саламатіна С. Є., Шандора Е. Ф. та інші. Вагомий науковий вклад внесли вчені Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна: Парфіненко А.Ю., Аксьонова Н.В., Гапоненко А.І., Посохов І.С., Шамара І.М. та інші.

Метою статті є дослідження проблем та перспектив розвитку гастрономічного туризму в Закарпатській області України.

* **Cite as:** Panova, I., Zhuravchak, Y. (2021). Problems and Prospects of Gastronomic Tourism Development in Ukraine (On the Example of Zakarpattia Oblast), *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*. 13, 196-208. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-20>

Виклад основного матеріалу. Україна має великий потенціал для розвитку гастрономічного туризму. Цьому сприяє багатонаціональність країни. На сьогодні кожен четвертий громадянин держави – це представник певної некорінної національності. Українці та представники інших націй і народностей формували неповторне етнокультурне обличчя, невід’ємною рисою якого є унікальні кулінарні традиції [5]. Національна українська кухня визнана у

багатьох державах світу й приваблює іноземних туристів. Гастрономічні тури включають знайомство з традиційною кухнею та відкривають особливості звичаїв харчування.

За даними Всесвітньої туристичної організації серед об’єктів гастрономічного туризму, найбільш привабними є підприємства ресторанного господарства (29 %), заклади торгівлі локальними продуктами харчування (26 %), заклади торгівлі локальними продуктами харчування (26 %) та гастрономічні свята та фестивалі (20 %) (рис.1).



Рис.1. Найбільш привабливі об’єкти гастрономічного туризму [19]

За даними Державної статистичної служби станом на кінець 2019 року в Україні було зареєстровано 57712 закладів ресторанного господарства. Найбільша кількість з яких

знаходиться у Київській області, а найменша – Тернопільській, та дорівнює 4505 і 769 об’єктів відповідно (рис 2).

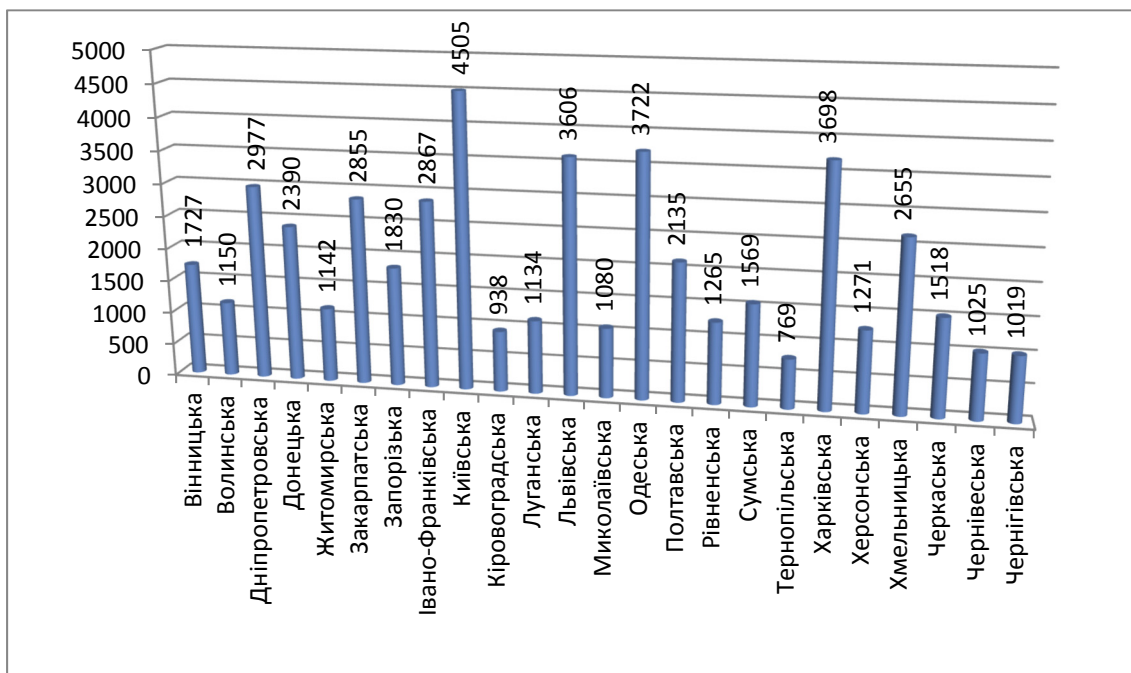


Рис. 2. Кількість засобів розміщення за областями України, одиниці [13, 15]

В чотирьох областях кількість закладів перевищує середній показник по Україні в цілому, а саме: в Київській, Одеській, Харківській та Львівській. Це пояснюється, в першу чергу, залежністю від туристичної привабливості регіонів та кількості туристичних потоків. Саме Львівська, Одеська та Київська області є лідерами по відвідуванню туристів в Україні. Крім того, важливим чинником є населеність адміністративних центрів областей, бо там сконцентрована основна кількість закладів ресторанного господарства. Станом на 2020 р. Київ, Одеса та Харків налічують більше одного мільйона мешканців [13].

В Україні активно розробляється концепція гастрономічного туризму, у вигляді дорожньої мапи, документ буде представлений і увійде до загальнодержавної стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Роком гастротуризму, згідно Національної туристичної організації України, було названо 2018 р. Проведено безліч тематичних заходів. Експерти та ресторатори погоджуються з думкою, що гастрономічний туризм є одним із найперспективніших видів туризму на території України, з яким країну можна представляти на світовому ринку. Згідно дослідженням, туристичні потоки збільшуються саме в тих регіонах, де проводяться тематичні ярмарки, тури, народні свята і фестивалі. Зараз в Україні відбувається безліч різноманітних гастрономічних турів, це створює передумови для формування конкурентоспроможного туристичного продукту на внутрішньому та зовнішньому ринках [11].

Варто сказати, що на сьогоднішній день в Україні користуються попитом серед туристів фестивалі борщу, найпопулярніший проводиться в селищі Борщів на Тернопільщині. Фестиваль сала кожного року традиційно збирає туристів у Петриківці на Дніпропетровщині. Львів славиться своїм

дивовижним музеєм-рестораном «Сало», де проводять жирні вечірки, родзинкою закладу є унікальні цукерки «Сало в шоколаді» та суші – сало. На Закарпатті та Волині готують найсмачнішу домашню ковбасу, а у 2015 році книга рекордів України зафіксувала виготовлення найдовшої ковбаси – 5 метрів. Врожайми картоплі та стравами з неї славиться Полісся, у Коростині на Житомирщині щорічно проводять фестиваль Деруна, також в місті встановлено пам'ятник цій страві. Закарпаття відоме фестивалем «Берлибаський банош», який відбувається у селі Костилівка Рахівського району. У Полтаві щорічно відбувається фестиваль галушці, і навіть встановлено пам'ятник цій шановній страві. У Луцьку кожного року проводять фестиваль національної кухні, головною стравою якого є вареники. А в Канаді у місті Альберта було встановлено дев'ятиметровий пам'ятник варенику завдяки силам української діаспори. Все вищесказане є досить невеликою частиною заходів, що проводяться в Україні для розвитку гастрономічного туризму [3].

Усі регіони України за кількістю гастрономічних фестивалів та регіонального зосередження гастрономічних турів можна умовно поділити на три групи, зокрема:

- за відсутністю гастрономічних фестивалів та турів (Луганська, Донецька, Рівненська, Чернівецька, Сумська області);
- за найбільшою зосередженістю кількості фестивалів, гастрономічних турів (Львівська, Одеська, Київська, Івано-Франківська, Закарпатська, Полтавська);
- за наявністю незначної кількості гастрономічних фестивалів, але є потенціал до їх створення (Волинська, Хмельницька, Вінницька, Дніпропетровська, Запорізька, Миколаївська, Херсонська, Чернігівська, Черкаська, Харківська, Тернопільська, Кропивницька, Житомирська області) (рис. 3).



Рис. 3. Зосередження гастрономічних фестивалів за регіонами України у 2019 р. [11]

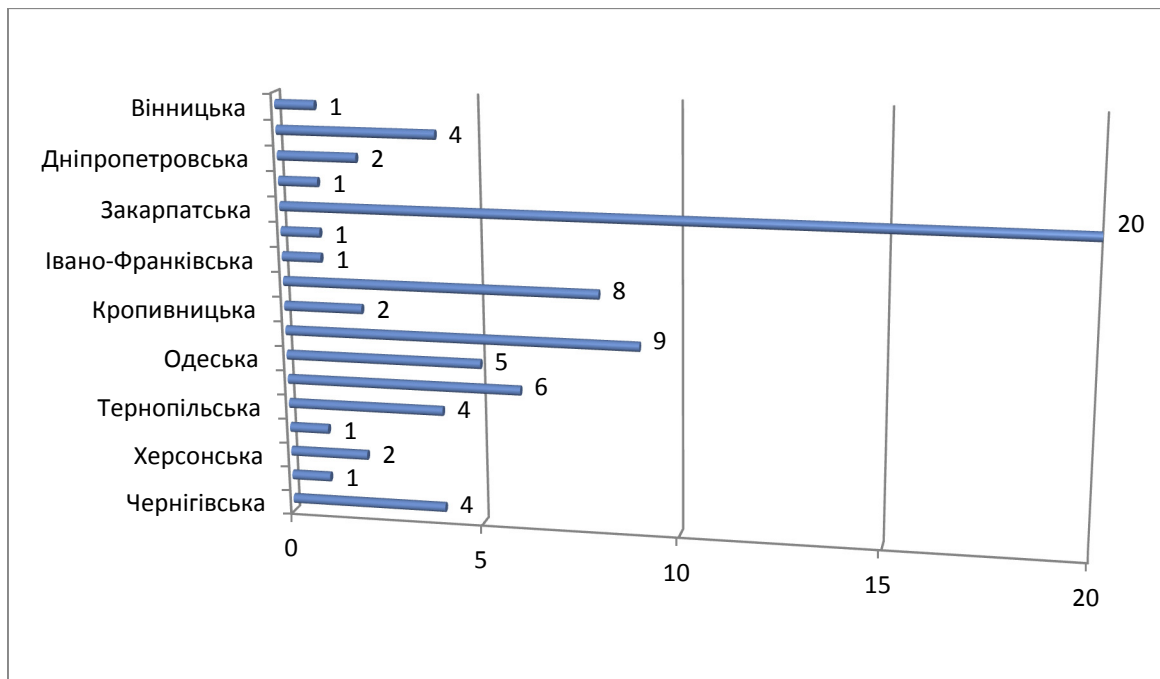


Рис. 4. Кількість гастрономічних фестивалів за регіонами України за 2019 р. [12]

У 2019 році в Україні відбулося 72 гастрономічних фестивалів за даними Асоціації розвитку гастрономічного та винного туризму України (рис. 4) [12].

Безпосередньо лідером являється Закарпатська область, маючи 20 фестивалів, на другому та третьому місцях Львівська та

Київські області, що налічували дев'ять та вісім фестивалів відповідно.

У зв'язку з пандемією COVID-19 у 2020 році світові гастро-заходи не відбулися, а також більшу кількість запланованих популярних кулінарних фестивалів та ярмарок на 2021 рік відмінено або перенесено на наступний рік (табл. 1).

Таблиця 1

Календар найпопулярніших гастро-подієвих заходів в Україні на 2021 р. (заплановно)

Назва заходу	Час проведення	Місце проведення
Вінницька область		
Фестиваль-ярмарка «Пироговські пікніки»	Квітень	м. Вінниця, На території Національного музею-садиби М. Пирогова
Фестиваль польової кухні ім. Тараса Сича	27-28 червня	м. Вінниця, Центральний парк ім. Леонтовича
Ярмарок «Хліба та меду»	17-20 серпня	м. Вінниця
Волинська область		
Виставка-ярмарка «Медовий спас»	Серпень	м. Луцьк
Житомирська область		
Міжнародний фестиваль дерунів	Вересень	м. Коростень
Ягідний фестиваль «Брусвяна-Україна»	17 липня	с. Костівці
Закарпатська область		
Фестиваль «Червене вино»	9 січня	м. Мукачево
Фестиваль «Варишська палачінта»	13 березня	м. Мукачево
Фестиваль «Огінь і м'ясо»	7-9 травня	м. Мукачево
Фестиваль «Варишське пиво»	20-22 серпня	м. Мукачево
Фестиваль-ярмарок «Срібні Джерела»	8-10 жовтня	м. Хуст
Запорізька область		
Фестиваль-конкурс вина «Чарівна лоза Примор'я»	червень	м. Приморськ

Назва заходу	Час проведення	Місце проведення
Івано-Франківська область		
Гастрономічний фестиваль «Бігус»	29-30 травня	м. Івано-Франківськ, площа Ринок
Виставка-ярмарка «Свято Бойківського меду та ремесел»	22-23 серпня	м. Долина
Львівська область		
Свято Пампуха в Гаю	16-17 січня	м. Львів
Фестиваль «Craft Beer&Vinyl Music» Festival	14-16 травня	м. Львів
Перший фестиваль Українського вина	11-13 червня	м. Львів, Замок Потоцьких, м. Червоноград
Фестиваль «HORECA Show Lviv»	дата невідома	м. Львів
Фестиваль «Галицька лоза»	вересень	м. Львів
Полтавська область		
Фестиваль «Полтавська галушка»	5 червня	м. Полтава, Соборна площа
Фестиваль «Борщик в глиняному горшечку»	14 серпня	с.м.т. Опішня
Виставка-ярмарок «Свято Меду»	серпень	м. Полтава
Київ		
Фестиваль українського борщу	5 березня	м. Київ

Складено авторами за матеріалами [19]

Велика кількість гастрономічних турів та фестивалів створюють передумови для формування конкурентоспроможного туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринках гастрономічного туризму.

Проаналізувавши доступні пропозиції вітчизняних туроператорів, які здійснюють гастрономічні тури, можна виділити наступні особливості, зокрема:

- обмежено коло компаній розробляє та здійснює професійні гастрономічні тури;

- більшість подорожей організовується на Західній Україні (Закарпаття, Львівщина), це пояснюється автентичною культурою та специфічними кулінарними традиціями цих регіонів [10, с. 124];

- наразі існує значний потенціал розвитку українського гастрономічного туризму, тури якого, у більшості, пов'язані із іншими видами туристичної діяльності та розважального бізнесу.

За допомогою аналізу наявних турів на ринку можна виділити топ 5 найпопулярніших туристичних продуктів (рис. 5) [12].



Рис. 5. Найпопулярніші туристичні продукти на ринку гастрономічного туризму України [12]

Найбільш популярними сьогодні є сирний, винний та медовий напрями гастрономічного туризму [12].

В Україні офіційно виробляють винні напої близько 75 компаній. На сьогодні загальна площа виноградників становить 40 700 гектарів, з яких 25 600 гектарів відведено під виробництво вина. Згідно даним «Винного Гіду України», який був представлений на

щорічному винному форумі, в Україні діє 48 виноробних господарств та 183 кращих українських вин [15].

У процентному співвідношенні виробництва вина в Україні, основні виноробні підприємства розташовані в Одеській (55%), Закарпатській (15%) та Херсонській (15%) областях, і які є центрами розвитку винного туризму в Україні (рис.6) [3].

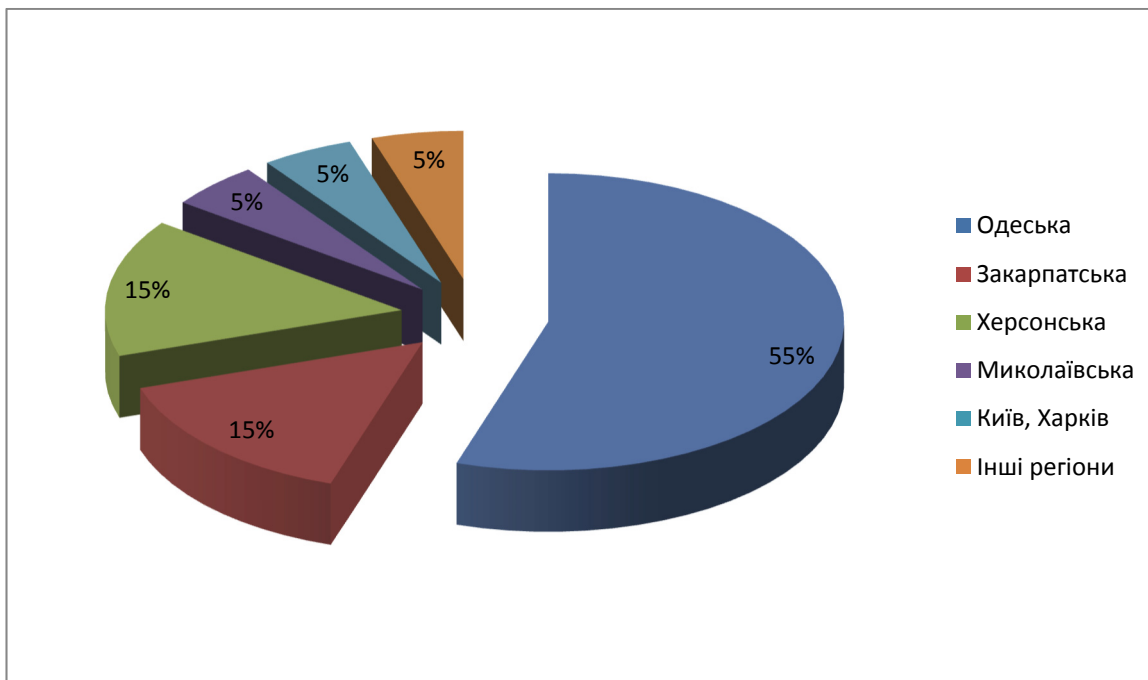


Рис.6. Розподіл виробників виноробної продукції за регіонами України [3]

Винні тури – це окремі подорожі, ще їх називають турами вихідного дня. Також це і комплексні заходи, які можуть бути в поєднанні і з літнім відпочинком, інтенсивтурами, кейтеринговими заходами (корпоративними фуршетами, банкетами, вечірками). В Україні основними маршрутами винних турів є «Київ – Одеса» і «Київ – Закарпаття». Найбільшим попитом серед туристів користуються заводи регіону «Чизай», «Леанка», Ужгородський коньячний завод, де проводяться дегустації коньяків і вин. ДП АПФ «Леанка» проводить дегустацію власних вин в Середнянських винних підвалах, які є архітектурною пам'яткою XVI ст. та ЮНЕСКО були занесені в десятку кращих винних підвалів Європи [19].

В Україні виробляється велике різноманіття натуральних продуктів, чого тільки варті різновиди меду. Основна кількість пасік розташована на сході та півдні країни. Загалом мед виробляється в 13 областях України. Першість по кількості пасік із сертифікатом органічного виробництва займає Миколаївська область – 23 пасіки, це приблизно 7,5 тис. сімей бджіл. Друге місце займає Одеська область, де кількість пасік майже в двічі менша – 11 і 2,5 тис. сімей бджіл, третє місце посідає Луганська область [13, 15].

В Україні є багато равликівих ферм, що можуть надавати такі ж послуги як і відомі французькі. В період з 2014 по 2019 рр. в країні було створено 200 равликівих ферм. Вони виробляють близько 800 тон живих равликів, за 2019 рік з них було експортовано 30 тон. Ці виробництва є у Луганській, Київській, Львівській, Донецькій та Миколаївській областях [17].

На сьогодні гастрономічний туризм в Україні не є пріоритетним в туристичній сфері. Він має досить слабо розвинену мережу. Основні проблеми розвитку гастрономічного туризму представлені на рисунку 7.

При аналізі негативних проявів гастрономічного туризму у світі та в Україні бачимо, що розвиток туристичної сфери гальмується. Це охоплює не тільки міжнародний туризм, а й внутрішній, який стримується багатьма факторами (рис.8).

Гастрономічний туризм – це вид туризму, який, в першу чергу, пропонує не послугу, а конкретний продукт. Одна з локальних проблем, яка стосується всіх підвидів гастрономічного туризму як внутрішнього так і міжнародного туризму є термін не тривалого зберігання. Структурна перебудова сучасної економіки дає змогу говорити про необхідність

кардинальних змін у вітчизняному туризмі, передусім завдяки сучасним пріоритетам, зокрема: переходу від виключної орієнтації на елітарний туризм до розвитку недорогих масових видів туризму. В першу чергу, практично всі гальмуючі фактори розвитку туристичної галузі залежать від одного найголовнішого аспекту – недостатнього фінансування туристичної галузі. Через низку

економічних та політичних факторів, державний бюджет України не може належним чином підтримати туристичну сферу. Потрібно залучати інвестиції в цю індустрію, адже інвестиційна політика є важливою складовою механізму державного регулювання туристичної галузі та охоплює комплекс заходів, спрямованих на залучення капіталу у розвиток туристичної інфраструктури.

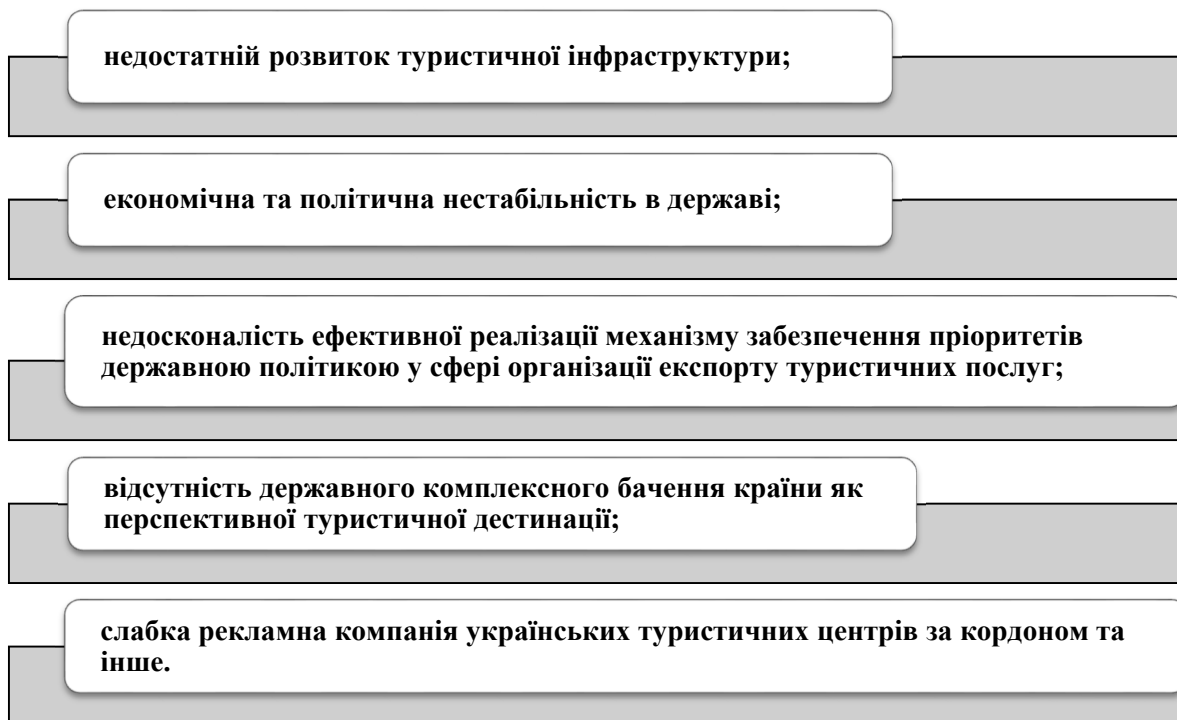


Рис.7. Основні проблеми розвитку гастрономічного туризму України

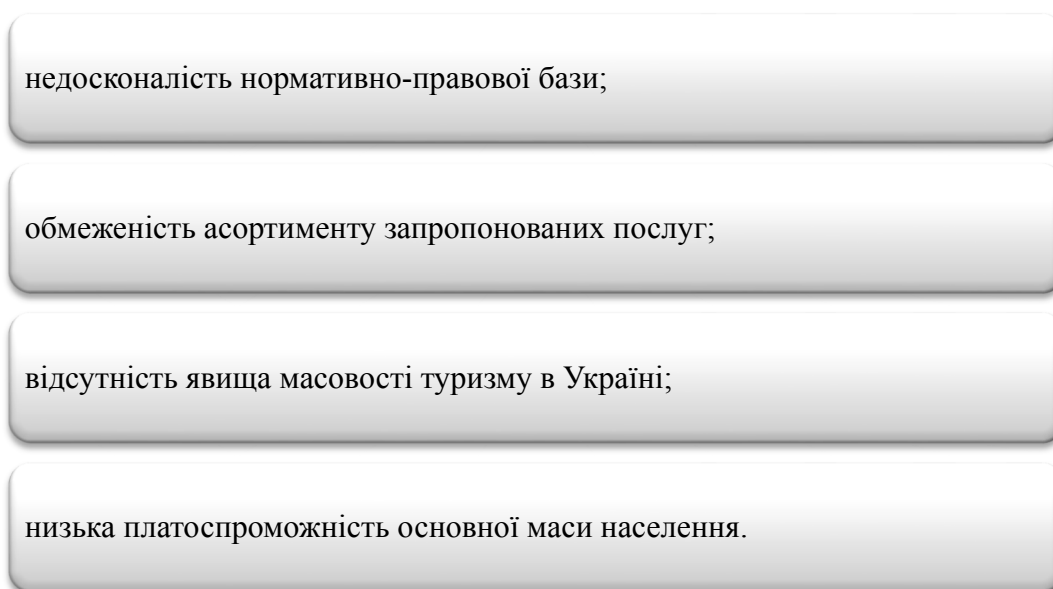


Рис.8. Стримуючі фактори розвитку гастрономічного туризму в Україні

Ще однією дуже важливою проблемою є імідж країни на міжнародному ринку, що впливає на розвиток туризму. У процесі

обрання держави для подорожі туристів цікавлять питання культурного рівня, екологічної ситуації, криміногенної обстановки,

національної та релігійної толерантності, політичної й економічної стабільності. Україна охоплена низкою проблем, таких як економічна криза, воєнні дії на Сході, це все створює політично-нестабільний імідж. Саме тому необхідні дії на державному рівні з метою формування привабливості України [2].

Люди з усього світу прагнуть до нових вражень, локацій та способів задоволення своїх туристичних потреб, а це впливає на розвиток туристичної галузі. Завдяки гастрономічному туризму мандрівники задовольняють власні потреби і знайомляться з традиціями й культурою регіону, мають змогу відчутти своєрідний колорит відвідуваної місцевості. Багатьом регіонам України притаманні властивості для розвитку цього виду туризму. Закарпатська область наділена великими туристичними можливостями та ресурсами для організації гастрономічних турів, в основі яких є культура вирощування винограду, виробництво вина та його вживання, а також смакування національною кухнею [1].

Закарпаття є багатокультурною територією, бо на протязі останніх століть область 19 разів входила до складу різних державних утворень. Це вплинуло на національну свідомість населення Закарпаття, яким доводилося кожного разу пристосовуватися до чужих культур, мов, особливостей тощо. Саме через це традиції закарпатців є своєрідними, незважаючи на запозичення складових культури сусідніх народів, протистояння асиміляції в іншому етнічному середовищі та на еволюційному національному процесі. Ці процеси відбулися за рахунок спілкування і взаємодії як на духовному, так і на побутовому рівні.

Своєрідність культури закарпатських українців характеризується активним запозиченням елементів культури сусідніх народів, опором щодо асиміляції в чужоземному середовищі у процесі формування і розвитку власної культури. Це відбувалося шляхом міжкультурної комунікації як на духовному, так і побутовому рівні [4, с. 127].

До головних чинників, що впливають на збільшення зацікавленості туристів до гастрономічного туризму Закарпатської області належать:

- різноманітна багатонаціональна закарпатська кухня, яка охоплює особливості української, угорської, словацької, румунської, чеської, єврейської, циганської, німецької кухонь;

- найбільша кількість в Україні гастрономічних фестивалів за рік (фестиваль лечо, фестиваль-ярмарок «Золотий гуляш», фестиваль сливового леквару (Берегівський район); фестиваль кукурудзи (Виноградівський район); фестиваль «Гуцульська ріпа» (Рахівський район); фестиваль «Гуцульська бринза» (Рахів);

- фестиваль меду, фестиваль-конкурс «Червене вино» (Мукачеве); фестиваль «Біле вино» (Берегове); свято молодого вина «Божоле» (Ужгород) та інші [7];

- наявність великої кількості дегустаційних залів, зокрема, сирні, винні (Ужгород, Берегове), медові, хлібні, лекварні – сливовий джем без цукру, де можна спробувати палинку – місцева фруктова горілка, шовдарь – закарпатський хамон);

- розмаїття ресторанів національної кухні Закарпаття;

- найрізноманітніші смакові поєднання здавалось би несумісних інгредієнтів, а саме: ковбаса з лекваром (свинина зі сливовим повидлом), творіння фермера Павла Тізеша із села Ботар на Виноградівщині – закарпатські цукерки «Шкварки в шоколаді», авторами є Павло Тізеш та відомий ужгородський кулінар Валентин Штефань [6];

- велика кількість делікатесів: берегівські равики та тур'яреметівські жаб'ячі стегенця; салати та супи з папороті, кухар з Виноградівського району варить з неї і бог'рач; буйволяче молоко, з якого на Хустщині варять закарпатські традиційну пудбивану пасулю (квасолю); страусине м'ясо, яке смажать, варять й коптять; буйволині сири [7];

- дегустації м'ясних виробів, які зроблені за допомогою методу сиров'ялення: саямі, пікниця, шовдарь, гурка» [9];

- дегустації – вина, сирів, меду, наливки, палинок, настоянок, виготовлених за традиційними рецептами народів Закарпаття [16];

- відвідання екоферм з вирощування органічних продуктів («Зелений гай» – органічні соки, сири, м'ясо; «Карпатський буйвіл» – буйволині сири та згущене молоко та інші.) [7].

На сьогодні гастрономічний туризм в Україні знаходиться на перших сходинках становлення. З проведеного дослідження бачимо, що розвитку даного виду туризму перешкоджають низка факторів (рис. 9).

В першу чергу на формування існуючого становища вплинула складна соціально-економічна ситуація, в якій перебуває Україна та безпосередньо Закарпатська область. А саме через нерегульований механізм, що стимулює розвиток туристичного бізнесу, відсутність чіткої стратегії на державному та регіональному рівнях. Крім того, наявна нормативно-правова база туристичної галузі є недосконалою та неефективною, і навіть суперечливою у деяких випадках. В цій сфері на сьогоднішній день не існує окремого законодавства, тому це впливає й на гастрономічний туризм. В Закарпатській області розвиток туризму гальмується через відсутність єдиної системи державного управління в регіоні.

До вагомих факторів, що негативно впливають на розвиток гастротуризму

належить складна політична ситуація в Україні. Адже воєнні дії на Сході країни та анексія Автономної Республіки Криму вплинули на погіршення туристичного іміджу України

загалом, а отже і Закарпаття. Більшість потенційних міжнародних туристів вважають, що в країні триває повномасштабні бойові операції.



Рис. 9. Фактори стримування розвитку гастрономічного туризму на Закарпатті

Складено автором за матеріалами [3]

Пандемія COVID-19 стала викликом в сфері світового туризму та на території України. Дії щодо стримування розповсюдження інфекції спричинили закриття кордонів, тим самим зупинив міжнародні потоки, а також припинення роботи об'єктів харчування і тимчасового розміщення туристів, а також більшість супутніх туристичних підприємств. Зараз туристична індустрія починає поступово відновлюється.

Ще однією проблемою є сучасний стан туристичної інфраструктури, що не може задовольнити навіть потреби внутрішнього туриста. Це проявляється в низькому рівні надання послуг. Таким чином, в Закарпатській області об'єкти гастрономічного туризму знаходяться в сільській та гірській місцевості, через незадовільний стан доріг, туристам важко дістатися до заданого пункту призначення. Зауважимо, що за відсутності закладів розміщення на віддаленій місцевості може стримувати гастрономічних туристів від відвідування фестивалів або ярмарок, які там проводяться, а також це стосується підприємств з виготовлення сирів, вина тощо [8].

Іншим фактором, що стримує розвиток гастрономічного туризму є дефіцит кваліфікованого персоналу. Даний вид туризму має потребу в спеціалістах у сфері туризму,

готельно-ресторанної справи, сільського господарства та харчової промисловості.

Розвиток гастротуризму також залежить й від існуючої рекламної політики. В регіонах України просування унікального продукту проводиться безсистемно та без урахування потреб потенційних туристів. Закарпаття має всі можливості для розвитку гастрономічного туризму, але відсутня маркетингова політика, яка була б спрямованою саме на зарубіжних туристів, і інформувала б їх про українську самобутню унікальну кухню.

Вивчаючи проблеми та перспективи гастрономічного туризму на Закарпатті, необхідно розробити низку порад щодо популяризації цього виду туризму. Сприятливі умови для розвитку інвестування туристичної сфери та діяльності курортів є дуже важливим аспектом регіону, адже фінансових коштів, що надходять від держави не достатньо. Важливо запроваджувати механізми стимулювання реконструкцій об'єктів туристичної інфраструктури та будівництва нових. Туристичні компанії, які пропонують гастрономічні продукти повинні робити акцент на їхню якість. Адже спеціалізовані, немасові види туризму акцентують увагу не на ціні, а саме на якості, бо тут турист є вибагливішим на відміну від масового сегменту.

Отже, головними стратегічними напрямками для подальшого розвитку та популяризації гастрономічного туризму на Закарпатті є:

- залучення державної та регіональної підтримки Закарпатської області;
- забезпечення розвинутою туристичною інфраструктурою з метою поширення якісного туристичного продукту та надання різноманітних послуг туристам;
- гарантування пріоритетності внутрішнього та в'їзного-зарубіжного туризму з використанням гастрономічних туристичних ресурсів Закарпаття;
- забезпечення функціонування якісної маркетингової політики та інформаційно-рекламної діяльності;

- залучення іноземних інвестицій;
- збільшення середнього чеку;
- покращення рівня кваліфікації кадрів в сфері туризму;
- збільшення кількості гастро-подієвих заходів (винних та сирних ярмарок і фестивалів);
- покращення якості та урізноманітнення гастрономічних турів.

Гастрономічний туризм є особливим підвидом туризму. За допомогою SWOT-аналізу визначили сильні та слабкі сторони гастрономічного туристичного ринку Закарпатської області (табл. 2).

Таблиця 2

SWOT-аналіз розвитку гастрономічного туристичного ринку Закарпатської області

Opportunity – можливості	Threats – загрози
1. Виділення туристичної індустрії району пріоритетом економічного розвитку	1. Послаблення конкурентних переваг вигідного геополітичного розташування Закарпаття внаслідок триваючої військової агресії на Сході України
2. Популяризація гастрономічної дестинації в серед українських та іноземних туристів	2. Вимивання трудового потенціалу внаслідок лібералізації політики європейських країн щодо трудових мігрантів і еміграції з України
3. Можливість навчання, стажування, набуття досвіду за кордоном	3. Конкуренція з боку інших гастрономічних дестинацій (Одеська, Київська, Львівська обл..)
4. Збільшення кількості гастрономічних фестивалів та ярмарок	4. Нестабільна політична та економічна ситуація в Україні
5. Участь у грантових програмах	5. відсутність системного підходу та корупція
6. Проведення рекламної роботи із заохочення інвестування гастротуризму	6. Відтік іноземних інвесторів
7. Державне регулювання гастрономічного туризму	7. Зниження зовнішнього попиту на туристичний гастрономічний продукт
8. Стимуляційна державна політика підтримки виробництва локальних продуктів харчування	8. Міжнародна конкуренція сусідніх держав
Strength – сильні сторони	Weakness – слабкі сторони
1. Вигідне географічне та геополітичне розташування області	1. Низький рівень транспортної інфраструктури в сільській місцевості
2. Різноманітні природно-кліматичні умови	2. Обмеження у просторовому розвитку та ефективному господарюванні
3. Культурний, історичний та рекреаційний потенціал регіону	3. Міграція трудового населення
4. Перевага сільського населення над міським	4. Малоземелля
5. Значна кількість місць відпочинку, закладів розміщення, процеси диверсифікації туристичних послуг	5. Залежність від зовнішніх інвесторів
6. Висока ділова активність населення	6. Порушення екологічної рівноваги
7. Розвинена та розгалужена транспортна мережа	7. Низька якість сервісу туристичної інфраструктури
8. Великий гастрономічний потенціал, мультикультурність та унікальні кулінарні традиції регіону	8. Невисокі заробітні плати у внутрішніх туристів
9. Порівняно низький рівень забруднення	9. Недостатнє просування регіону як гастрономічного бренду
10. Успішний досвід в залученні інвестиційних та грантових проєктів	10. Неefективний маркетинг про просування локальних гастрономічних подій в інших регіонах та за кордоном
11. Високий рівень спеціалізації в аграрній сфері	11. Відсутність кластерного підходу в розвитку

Opportunity – можливості	Threats – загрози
12. Якісні продукти харчування і багатство традиційної кухні	12. Недостатній рівень кваліфікаційного персоналу в сфері туризму
13. Унікальні події та гастрономічні фестивалі	13. Незадовільний стан багатьох автомобільних доріг та об'єктів дорожньої інфраструктури
14. Велика кількість виноробних підприємств та сироварень	14. Низький рівень охоплення сільських населених пунктів водопостачанням та водовідведенням.
15. Перший музей історії та культури виноградарства та виноробства на Західній Україні	
16. Розуміння місцевою владою важливості розвитку туристичної індустрії	

Складено авторами за матеріалами [14]

Отже, проведений аналіз надав змогу зробити висновки, що підтримка можливостей та сильних сторін є пріоритетними та визначають орієнтири розвитку гастрономічного туризму Закарпатської області. Робота над зменшенням впливу загроз і слабких сторін повинна відбуватися не тільки на регіональному, а й на державному рівнях. Цей вид туризму має достатні можливості щоб користуватися попитом серед вітчизняних і зарубіжних туристів. Важливо пропонувати та реалізовувати нові ідеї та залучати інвесторів, які дадуть старт для створення нових сучасних платформ та кластерів гастротуризму.

Отже, можемо зробити **висновок**, що своєрідність культури закарпатського населення характеризується значним запозиченням елементів культури сусідніх народів, це пояснюється тим, що область входила 19 разів до складу різних державних утворень. Головними стратегічними напрямками для подальшого розвитку та популяризації гастрономічного туризму на Закарпатті є: залучення державної та регіональної підтримки

Закарпатської області; забезпечення розвинутою туристичною інфраструктурою з метою поширення якісного туристичного продукту та надання різноманітних послуг туристам; гарантування пріоритетності внутрішнього та в'їзного-зарубіжного туризму з використанням гастрономічних туристичних ресурсів Закарпаття; забезпечення функціонування якісної маркетингової політики та інформаційно-рекламної діяльності; залучення іноземних інвестицій; збільшення середнього чеку; покращення рівня кваліфікації кадрів в сфері туризму; збільшення кількості гастро-подієвих заходів (винних та сирних ярмарок і фестивалів); покращення якості та урізноманітнення гастрономічних турів. Підтримка можливостей та сильних сторін є пріоритетними й визначають орієнтири розвитку гастрономічного туризму Закарпатської області. Важливо пропонувати та реалізовувати нові ідеї та залучати інвесторів, які дадуть старт для створення нових сучасних платформ і кластерів гастротуризму.

PROBLEMS AND PROSPECTS OF GASTRONOMIC TOURISM DEVELOPMENT IN UKRAINE (ON THE EXAMPLE OF ZAKARPATIA OBLAST)

Iryna Panova, Ph.D (Economics), teacher, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 6, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: iryna.panova@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1975-5644>

Yaroslava Zhuravchak, Student, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 6, Kharkiv, Ukraine, 61022, E-mail: yaroslavazhuravchak01@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7842-2954>

Today the tourism business remains a promising area of development of Ukraine's economy, despite a number of problems caused by the COVID-19 pandemic. Gastronomic tourism is gradually gaining popularity among consumers, due to their desire for new gastronomic experiences and taste sensations. This type of tourism reveals the features of authentic cooking technology, traditions of their consumption, teaches culinary skills, and gastronomic festivals and fairs are visited every year by more guests, even from abroad. Zakarpattia is one of the main gastronomic destinations in Ukraine. The large number of nationalities living in this area create a unique culinary culture and traditions. All this makes Zakarpattia unlike any other region and promotes the development of gastrotourism. The subject of the article is the problems and prospects of gastronomic tourism in Ukraine (on the example of Zakarpattia Oblast). The aim is to study the problems and prospects of gastronomic tourism development in Zakarpattia Oblast of Ukraine. Tasks: analysis of the destination of gastronomic tourism in Ukraine, as well as determining the prospects for the development of gastronomic tourism in Zakarpattia Oblast. General scientific methods are used: analytical, evaluation, comparative, statistical, graphic, descriptive, cartographic. The following results were obtained: the main destinations of gastronomic tourism in Ukraine and its prospects for development in Zakarpattia Oblast were identified. It is concluded that state and regional support of the region is important for further development and popularization of gastronomic tourism in Zakarpattia Oblast; creating an effective marketing policy; raising the level of qualification of labor resources in the field of tourism; increasing the number of gastronomic events (wine and cheese fairs, as well as festivals); improving the quality and diversification of gastronomic tours.

Keywords: gastronomic tourism, gastronomic festival, gastronomic fairs, gastronomic tours.

**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В УКРАИНЕ
(НА ПРИМЕРЕ ЗАКАРПАТСКОЙ ОБЛАСТИ)**

Панова Ирина Алексеевна, канд.экон.наук, старший преподаватель, Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, площадь Свободы, 6, г. Харьков, Украина, 61022, e-mail: iryna.panova@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1975-5644>

Журавчак Ярослава Зиновьевна, студент, Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, пл. Свободы, 6, г. Харьков, Украина, 61022, e-mail: yaroslavazhuravchak01@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7842-2954>

На сегодняшний день туристический бизнес остается перспективным направлением развития экономики Украины, несмотря на ряд проблем, вызванных пандемией COVID-19. Гастрономический туризм постепенно приобретает популярность среди потребителей, что объясняется их стремлением к новым гастрономическим впечатлениям и вкусовым ощущениям. Именно этот вид туризма раскрывает особенности аутентичной технологии приготовления местных блюд, традиций их употребления, учит навыкам кулинарного искусства, а гастрономические фестивали и ярмарки с каждым годом посещают большее количество гостей, даже из-за границы. Закарпатье является одной из основных гастрономических дестинаций Украины. Большое количество национальностей, проживающих на этой территории создают уникальную кулинарную культуру и традиции. Все это делает Закарпатье не похожим ни на один другой регион и способствует развитию гастрономического туризма. Предмет исследования статьи – это проблемы и перспективы развития гастрономического туризма в Украине (на примере Закарпатской области). Цель – исследование проблем и перспектив развития гастрономического туризма в Закарпатской области Украины. Задачи: анализ дестинации гастрономического туризма в Украине, а также определение перспектив развития гастрономического туризма в Закарпатской области. Используются общенаучные методы: аналитический, оценочный, сравнительный, статистический, графический, описательный, картографический. Получены следующие результаты: выявлены основные дестинации гастрономического туризма в Украине и его перспективы развития в Закарпатской области. Сделан вывод, что для дальнейшего развития и популяризации гастрономического туризма в Закарпатье важны государственная и региональная поддержка области; создание эффективной маркетинговой политики; повышение уровня квалификации трудовых ресурсов в сфере туризма; увеличение количества гастро-событийных мероприятий (винных и сырных ярмарок, а также фестивалей); улучшение качества и разнообразия гастрономических туров.

Ключевые слова: гастрономический туризм, гастрономические фестивали, гастрономические ярмарки, гастрономические туры.

Література

1. Басюк Д. І. Етногастрономічний туризм в Україні: тенденції та перспективи розвитку. *Стійкий розвиток України: проблеми та перспективи*. зб. матеріалів доп. учасн. IV наук.-практ. конф. Кам'янець-Подільський. 2016. С. 121-123.
2. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*, 2012. №45. С. 128-132.
3. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики: монографія / за ред. Д.І. Басюк. Вінниця: ПП «ТД «Едельвейс і К», 2017. 316 с.
4. Бідзіля Ю. Проблема міжкультурної комунікації в поліетнічному інформаційному просторі (на прикладі. Закарпаття). *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : філологія*. 2009. Вип. 21. С. 125-134.
5. Кукліна Т. С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України. *Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Современные направления теоретических и прикладных исследований - 2013»*. URL: <http://www.sworld.com.ua/konfer30/682.pd>
6. Лесів А. Ковбаса з лекваром та суп із папороті. На Закарпатті можна скуштувати кулінарну екзотику. *Закарпаття онлайн*. URL: <https://zakarpattya.net.ua/Zmi/107457-Kovbasa-z-lekvarom-ta-sup-iz-paroroti>
7. Гастрономічний туризм Закарпаття: сучасний стан і перспективи. Географія та туризм: наук. зб. / за ред. О.О. Любіцева. Київ: Альфа-ПІК, 2018. Вип. 45. С. 150.
8. Марценюк А. В. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні. *Вісник Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту ім. академіка В. Лазаряна*. 2015. №3. С.76-82. URL: <http://eadnurt.diit.edu.ua/bitstream/123456789/8893/1/Martsenyuk.pdf>.
9. Поперечна Д. Гастрономічні прогнози-2018 від Федора Шандора. URL: http://uzhgorod.in/ua/statti/2018/gastronomichni_prognози_2018_vid_fedora_shandora
10. Бідзіля Ю. М. Проблема міжкультурної комунікації в поліетнічному інформаційному просторі (на прикладі. Закарпаття). *Вісник Ужгородського національного університету*. 2009. Вип. 21. С. 125-134.
11. Стрішенець О. М. Маркетингове дослідження фінансово-економічних результатів та стратегічних позицій виробників кавової продукції в Україні. *Український журнал прикладної економіки*. 2018. Том. 3. №3. С. 219-227.

12. Асоціація сприяння розвитку гастрономічного та винного туризму в Україні. URL: <http://agvt.nuft.edu.ua/>
13. Державна прикордонна служба України. Офіційний веб-сайт. URL <https://dpsu.gov.ua/>
14. Регіональна стратегія розвитку Закарпатської області на період 2021-2027 років. URL: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalna-strategiya-rozvytku-zakarpatskoyi-oblasti-na-period-2021-2027-rokiv/>
15. Сильна пасіка. URL: <https://pasika.pp.ua/>
16. Гастрономічний туристичний шлях. URL: http://www.transcarpathiatour.com.ua/marshrut_gastr
17. Global Culinary Tourism Market 2019-2023. URL: <https://www.businesswire.com/news/home/20190129005605/en/Global-CulinaryTourism-Market-2019-2023-Growing-Popularity-of-Sustainable-and-OrganicCulinary-Tourism-to-Boost-Growth-Technavio>
18. Global Report on Food Tourism. URL: <https://tourlib.net/wto/food-tourism2012.pdf>
19. World Tourism Organization. URL: <http://www2.unwto.org/ru>

References

1. Basyuk, D. I. (2016). *Ethnogastronomic tourism in Ukraine: trends and prospects*. Sustainable development of Ukraine: problems and prospects. collection of materials ext. participant IV scientific-practical conference. Kamenets-Podolsky.
2. Basyuk, D. I. (2012). Innovative development of gastronomic tourism in Ukraine. *Scientific works of the National University of Food Technologies*, 45, 128-132.
3. Basyuk, D.I. (Red.).(2017). *Wine and gastronomic tourism: global trends and local practices: a monograph*. Vinnytsia: PE "Edelweiss and K".
4. Bidzilya, Yu. (2009). Problema mizhkul'turnoyi komunikaciyi v polietnichnomu informacijnomu prostori (na pry'kladі. Zakarpattya). *Naukovy'j visny'k Uzhgorods'kogo universy'tetu. Seriya: filologiya*, 21, 125-134.
5. Kuklina, T. S. (19-30 bereznya 2013). *Gastronomic tourism in the tourist market of Ukraine*. Proceedings of the international scientific-practical conference "Modern areas of theoretical and applied research – 2013". Available at: <http://www.sworld.com.ua/konfer30/682.pd>
6. Lesiv, A. (2013). Sausage with liquor and fern soup. In Zakarpattia you can taste culinary exotics. *Zakarpattia online*. Available at: <https://zakarpattia.net.ua/Zmi/107457-Kovbasa-z-lekvarom-ta-sup-iz-paporoti>
7. Lyubiceva, O.O. (2018). *Gastronomic tourism of Zakarpattia: current state and prospects*. *Geography and tourism: scientific collection*. Kyiv: Alfa-PIK.
8. Marcenyuk, L. V. (2015). Problems and prospects of tourism development in Ukraine. *Visny'k of Dnipropetrovsk National University of Railway Transport. Academician V. Lazaryan*, 3, 76-82. Available at: <http://eadnurt.diit.edu.ua/bitstream/123456789/8893/1/Martsenyuk.pdf>
9. Poperechna, D. (2018). Gastronomic forecasts for 2018 from Fedor Shandor. *Uzhgorod.in*. Available at: http://uzhgorod.in/ua/statti/2018/gastronomichni_proгнози_2018_vid_fedora_shandora
10. Bidzilya, Y. M. (2009). The problem of intercultural communication in the polyethnic information space (for example. Transcarpathia). *Visny'k of Uzhhorod National University*, 21, 125-134.
11. Strishenech', O.M. (2018). Marketing research of financial and economic results and strategic positions of coffee producers in Ukraine. *Ukrainian Journal of Applied Economics*, 3, Vol. 3, 219-227.
12. Association for the Promotion of Gastronomic and Wine Tourism in Ukraine. (n.d.). *Association for the Promotion of Gastronomic and Wine Tourism in Ukraine*. Available at: <http://agvt.nuft.edu.ua/>
13. State Border Guard Service of Ukraine. (n.d.). *State Border Guard Service of Ukraine*. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>
14. Regional development strategy of the Zakarpattia region for the period 2021-2027. (n.d.). *Ministerstvo rozvy'tku gromad ta tery'torij Ukrayiny*. Available at: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalna-strategiya-rozvytku-zakarpatskoyi-oblasti-na-period-2021-2027-rokiv/>
15. Strong apiary (n.d.). *Sy'l'na pasika*. Available at: <https://pasika.pp.ua/>
16. Gastronomic tourist route. (2021). Gastronomic tourist route. Available at: http://www.transcarpathiatour.com.ua/marshrut_gastr
17. Global Culinary Tourism Market 2019-2023. (n.d.). *Technavio*. Available at: <https://www.businesswire.com/news/home/20190129005605/en/Global-CulinaryTourism-Market-2019-2023-Growing-Popularity-of-Sustainable-and-OrganicCulinary-Tourism-to-Boost-Growth-Technavio>
18. Global Report on Food Tourism. (n.d.). *UNWTO*. Available at: <https://tourlib.net/wto/food-tourism2012.pdf>
19. World Tourism Organization. (n.d.). *World Tourism Organization*. Available at: <http://www2.unwto.org/ru>

Статтю отримано 24 травня 2021 р.