

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ ТА
СПОРТУ УКРАЇНИ

КАФЕДРА ТУРИЗМУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавра

за спеціальністю 242 «Туризм»,

освітньою програмою «Туристично-екскурсійне обслуговування

на тему: **«СТВОРЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО ТУРИСТИЧНОГО МАРШРУТУ
(НА ПРИКЛАДІ ДОРОГИ ВИНА ТА СМАКУ УКРАЇНИ)**

здобувача вищої освіти
першого (бакалаврського (рівня)
Катрана Івана Сергійовича

Науковий керівник: Фастовець О.О.
канд. пед. наук, доцент

Рецензент Сокол Т.Г.
канд. пед. наук, доцент

Рекомендовано до захисту на засіданні
кафедри (протокол №11 від 05.05.2023)

Завідувач кафедри : Бабушко С.Р.
доктор пед. наук, професор

Київ – 2023 рік

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ. ANNOTATION.....	3
ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЕНОГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ.....	7
1.1. Поняття еногастрономічного туризму.....	7
1.2. Розвиток еногастрономічного туризму в світі та в Україні..	13
1.3. Основні складові та фактори розвитку еногастрономічного туризму.....	16
РОЗДІЛ 2. ЕНОГАСТРОНОМІЯ ЯК СКЛАДОВА ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ЗАКАРПАТТЯ.....	20
2.1. Розвиток сфери туризму Закарпаття.....	20
2.2. Особливості закарпатської кухні та вина як база розвитку еногастрономічного туризму	29
2.3. Особливості методики створення еногастрономічних турів .	37
РОЗДІЛ 3. СТВОРЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ТУРИСТИЧНОГО МАРШРУТУ НА ПРИКЛАДІ «ДОРОГИ ВИНА ТА СМАКУ».....	49
3.1. Авторські пропозиції щодо розробки еногастрономічного маршруту.....	49
3.2. Аналіз та оцінка ефективності проведення туру.....	57
3.3. Пропозиції щодо покращення еногастрономічних турів на території Закарпаття.....	60
ВИСНОВКИ.....	63
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ.....	66

Катран І.С. Створення інноваційного конкурентоспроможного туристичного маршруту на прикладі «Дорога вина та смаку України» .- Рукопис.

Випускна кваліфікаційна робота за спеціальністю 242 Туризм, спеціалізації «Туристично-екскурсійне обслуговування». Національний університет виховання і спорту України, Київ 2023.

Кваліфікаційну роботу присвячено висвітленню поняття еногастрономічного туризму, з'ясуванню проблем та перспектив розвитку даного виду туризму на прикладі Закарпаття. Автором досліджено теоретичні засади поняття еногастрономічний туризм. З'ясовано сучасний стан розвитку туризму на Закарпатті та особливості закарпатської кухні та виноробства як підґрунтя для розвитку еногастрономічного туризму. Висвітлено особливості розробки туристичних маршрутів на Закарпатті. Проаналізовано унікальні ресурси для розвитку еногастрономії Закарпаття, його слабкі та сильні сторони. Запропоновано авторський варіант крафтового еногастрономічного маршруту територією Закарпатської області.

Ключові слова: *еногастрономічний туризм, винний туризм, гастрономічний туризм, сучасний стан туризму Закарпаття, організація туристичних маршрутів*

Katran I.S. Creation of the innovative competitive tourist product (business case of the enogastronomic route "Ways of Wine and Taste of Ukraine ". - Manuscript.

Graduation qualification work on specialty 242 Tourism, specialization "Tourist and Excursion Service". National University of Education and Sports of Ukraine, Kyiv 2023.

The qualification work is devoted to highlighting the concept of enogastronomic tourism, clarifying the problems and prospects for the development of this type of tourism on the example of Transcarpathia. The author researched the theoretical foundations of the concept of eno-gastronomic tourism. The current state of tourism development in Transcarpathia and the peculiarities of Transcarpathian cuisine and winemaking as a basis for the development of enogastronomic tourism are clarified. Features of the development of tourist routes in Transcarpathia are highlighted. The unique resources for the development of Transcarpathian enogastronomy, its weaknesses and strengths are analyzed. An author's version of the enogastronomic route through the territory of Zakarpattia Oblast is offered.

Keywords: *enogastronomic tourism, wine tourism, gastronomic tourism, current state of tourism in Transcarpathia, organization of tourist routes*

ВСТУП

Актуальність теми дослідження та постановка проблеми. Нині еногастрономічний туризм є одним з популярних різновидів спеціалізованого туризму. Під еногастрономічний туризмом прийнято розуміти форму туризму, що спрямована на вивчення місцевої культури, традицій, кухні та напоїв в певному регіоні. Це може включати в себе відвідування винних підприємств, дегустацію місцевих страв і вина, екскурсії до ферм і ринків.

Актуальність теми полягає в тому, що еногастрономічний туризм є одним з найбільш перспективних напрямів розвитку туристичної галузі у світі. За даними Всесвітньої організації туризму (UNWTO) у 2021 р., коли країни світу продовжували зазнавати негативного впливу пандемії COVID-19, а туристична сфера загалом зазнала чималих збитків і її розвиток майже призупинився, еногастрономічний туризм продовжував цікавити туристів. Як свідчать дослідження TripAdvisor у 2021 р. понад 70% туристів стверджували, що саме подорожі з метою отримання еногастрономічного досвіду залишалися одним з провідних стимулів .

Регіон Закарпаття вважається одним з перспективних для розвитку еногастрономічного туризму завдяки своїй строкатій культурній спадщини народів, що тут проживали, збереженню традицій кулінарії та виноробства, наявності великої кількості крафтових виробництв. Існує тісний зв'язок крафтового виробництва із розвитком гастрономічного туризму. Під час еногастрономічних турів туристи відвідують ресторани з місцевою кухнею, фермерські господарства, ринки, ярмарки, фестивалі. Тому важливо розвивати співпрацю локальних підприємств з туристичними організаціями та надавачами туристичних послуг. Крафтові локальні підприємства можуть стати основою для відродження гастрономічного туризму пост воєнного відновлення держави.

Зважаючи на викладене автором було обрано тему наукового дослідження **«Створення інноваційних конкурентоспроможних**

еногастрономічних туристичних маршрутів на прикладі «Дорога вина та смаку (Закарпаття)»

Ступінь розробленості теми. Бурхливий розвиток гастрономічного туризму останніх років в світі та Україні зокрема викликав і зростання досліджень цього різновиду туризму. Особливий внесок у його вивчення належить закордонним та українським дослідникам, як Басюк Д.І. [2] Божук Т.І. [4] Мальська М.П. [23], які досліджували теоретичні поняття гастрономічного туризму, глобальні тренди та локальні практики. Дослідники Годя В.М. [8], Горянська О.В [10], Диденко В.М. [13] висвітлити гастрономічний туризм як складову інфраструктури туристичної галузі Закарпаття. Праці Заєць О.В.[17] присвячені висвітленню етногастрономічної спадщини України. Необхідно зазначити, що комплексним висвітленням проблеми гастрономічного туризму вирізняються праця Дишкантюк О.В. та Власюк К.В.[14]. Також під час підготовки кваліфікаційного дослідження були використані матеріали Державного комітету статистики України [12] та Головного управління статистики у Закарпатській області [9].

Враховуючи на викладене вище та на незначну кількість комплексних та систематичних досліджень у сфері еногастрономічного туризму в Україні, автором було **метою** кваліфікаційної роботи обрано дослідження сучасного стану розвитку еногастрономічного туризму та обґрунтування створення нових еногастрономічних маршрутів на території Закарпатської області.

Для реалізації зазначеної мети нами було вирішено наступні **завдання**:

- надати характеристику сутності та особливостей еногастрономічного туризму;
- висвітлити особливості розвитку еногастрономічного туризму в світі та Україні;
- з'ясувати особливості закарпатської кухні як бази для розвитку еногастрономії;
- висвітлити стан розвитку сфери туризму на території Закарпаття;

- надати авторські пропозиції щодо розробки еногастрономічного маршруту з використанням крафтових підприємств

Об'єктом дослідження є еногастрономічний туризм в Україні.

Предметом дослідження є особливості створення інноваційних маршрутів еногастрономічного туризму, їх проблеми та перспективи

Методи дослідження. Для досягнення обраної мети та всебічного розкриття теми дослідження автором було використано комплекс теоретичних та практичних методів. Так загальнонаукові методи узагальнення, систематизації, аналізу та синтезу автор використав для висвітлення теоретичних та методичних засад дослідження розвитку еногастрономічного туризму. Для характеристики світового на вітчизняного досвіду розвитку еногастрономічного туризму на окреслення тенденцій використовувалися структурно-функціональні та порівняльні методи. Прогностичні методи було використано в процесі формування авторської пропозиції зі створення інноваційного туристичного маршруту Закарпаттям.

Теоретичне значення кваліфікаційної роботи полягає в обґрунтуванні теоретичних засад дослідження, уточненні терміну еногастрономічний туризм, визначенні основних складових та факторів розвитку еногастрономічного туризму, аналізу особливостей розвитку сфери туризму Закарпаття; висвітлена методика розробки туристичного маршруту.

Практична значимість роботи полягає в тому, що теоретичні результати кваліфікаційного дослідження використано для розробки авторського еногастрономічного маршруту. Також отримані результати можуть бути використані під час вивчення навчальних дисциплін «Основи туризму», «Спеціалізований туризм», «Організація туристичних подорожей».

Обсяг і структура роботи. Кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків та викладена на 69 сторінках. Вона містить список використаної літератури та джерел, а також 10 таблиць та 9 рисунків. У процесі підготовки роботи було опрацьовано написання було опрацьовано 47 джерел з них 10 англійською мовою.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЕНОГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Поняття та сутність еногастрономічного туризму

Еногастрономічний (гастрономічний і винний) туризм – це зростаючий різновид туризму, що поєднує в собі два найприємніші аспекти подорожі: дослідження нових культур і задоволення від їжі та напоїв. Він передбачає відвідування регіонів, відомих своїми кулінарними традиціями та виноградниками, вивчення місцевої їжі та виробництва вина, а також відчуття унікальних смаків і ароматів цієї місцевості. В останні роки гастрономічний і винний туризм стає все більш популярним, оскільки мандрівники шукають нових вражень і смаків.

З теоретичної точки зору гастрономічний і винний туризм можна розглядати з кількох підходів. Дослідник Холл пропонує розглядати цей туризм як форму культурного туризму, яка передбачає вивчення культурної спадщини та традицій певного регіону. У цьому контексті їжа та вино стають важливою частиною місцевої культури, туристичний досвід передбачає вивчення історії, традицій виробництва їжі та вина. [37],

Інший теоретичний підхід, запропонований Лонгом П. та Робінсоном М., полягає в тому, щоб розглядати гастрономічний та винний туризм як форму туризму, що підкреслює захоплюючий та інтерактивний характер досвіду подорожі. У цьому контексті їжа та вино розглядаються як спосіб зв'язатися з місцевою культурою та значущо залучити почуття. Мандрівників заохочують брати участь у дегустаціях вин, кулінарних курсах та інших заходах, пов'язаних з їжею, а також дізнаватися про місцеву культуру харчування через прямий досвід.

Гастрономічний та винний туризм можна також проаналізувати з економічної точки зору, як форму нішевого туризму, яка може принести значні економічні вигоди для регіону. У багатьох випадках гастрономічний і винний туризм розглядається як спосіб просування місцевого сільського

господарства та підтримки малого бізнесу, такого як сімейні виноробні та ресторани. Досвід туризму також може створити робочі місця та стимулювати економічне зростання в регіоні, особливо в сільській місцевості, де сільське господарство та виробництво продуктів харчування є основними галузями промисловості.

Нарешті, гастрономічний та винний туризм можна розглядати з точки зору сталого розвитку, як спосіб просування сталого сільського господарства та зменшення впливу виробництва продуктів харчування на навколишнє середовище. Багато видів гастрономічного та винного туризму зосереджені на органічному та біодинамічному сільському господарстві, яке наголошує на використанні природних та стійких методів землеробства. У цьому контексті гастрономічний і винний туризм можна розглядати як спосіб просування стійких продовольчих систем і підтримки місцевих громад.

Загалом гастрономічний та винний туризм є багатогранною галуззю, яку можна проаналізувати з низки теоретичних точок зору. Незалежно від того, чи розглядається він як форма культурного туризму, експеріологічного туризму, нішевого туризму або екологічного туризму, він пропонує мандрівникам унікальний і приємний спосіб дослідити нові культури та насолодитися смаками світу.

Винний та гастрономічний туризм є одним з швидше зростаючих сегментів туризму, який народився з взаємодії між культурою, історією та гастрономією різних регіонів світу. Винний туризм почав свій розвиток ще в Стародавньому світі, коли виноградники стали важливою складовою сільського господарства. Винні туристи почали відвідувати виноградники та виноробні підприємства, щоб побачити, як виробляється вино, і спробувати його. З часом, зростання популярності винного туризму сприяло розвитку готелів, ресторанів та інших туристичних послуг у винних регіонах.

Гастрономічний туризм також має довгу історію, оскільки кулінарні традиції різних регіонів завжди відображали місцеву культуру та історію. Так, наприклад, в Європі з виникненням ресторанів у XVI столітті, їх

відвідували не тільки для харчування, а й для знайомства з культурою та традиціями різних регіонів.

Сьогодні винний та гастрономічний туризм мають величезний потенціал для розвитку туризму в різних куточках світу. Винні туристи можуть відвідувати виноградники, виноробні, брати участь у винних дегустаціях та виноробних майстер-класах, де можуть дізнатися більше про виробництво вина. Гастрономічні туристи можуть спробувати страви, які відображають місцеві традиції та культуру, відвідувати ферми та ринки, де можна придбати свіжі місцеві продукти, а також відвідувати ресторани, які спеціалізуються на місцевій кухні. Винний та гастрономічний туризм дозволяє туристам зануритися в місцеву культуру та історію, сприяє розвитку місцевої економіки, а також збереженню культурної спадщини та традицій різних регіонів.

Розвиток винного та гастрономічного туризму сьогодні стає все більш актуальним, оскільки він відповідає на зростаючу популярність здорового способу життя та культурного туризму. Також він сприяє розвитку сільського господарства, оскільки спонукає фермерів та інших виробників до вирощування місцевих продуктів, які можуть бути використані у місцевих стравах. [39]

У країнах, де виноробство та гастрономія є важливими галузями економіки, винний та гастрономічний туризм може бути значним джерелом доходу для місцевих жителів та бізнесу. Для цього потрібно розвивати інфраструктуру та послуги, які забезпечують комфортний та безпечний відпочинок для туристів, а також просувати місцеві вина та страви.

Отже, більшість зарубіжних дослідників під еногастрономічним туризмом розуміють різновид культурного туризму, який передбачає подорожі, щоб відчувати місцеву їжу, вино та кулінарні традиції певного регіону.

Теоретичні аспекти еногастрономічного (винного та гастрономічного) туризму включають його культурний, економічний та соціальний виміри (дивись таблицю 1.1.)

Таблиця 1.1.

Основні виміри еногастрономічного туризму

№№	Вимір	Сутність діяльності
1.	Культурний вимір	еногастрономічний туризм передбачає знайомство з місцевими кулінарними традиціями, які є невід'ємною частиною культури та спадщини регіону. Кулінарні традиції формуються історією, географією, кліматом та іншими факторами, і вони відображають унікальну ідентичність місця. Відчуваючи місцеву їжу та вино, туристи можуть краще зрозуміти культуру та історію регіону та глибше оцінити його кулінарні традиції
2.	Економічний вимір	еногастрономічний туризм сприяє створенню робочих місць, додаткового прибутку для місцевих виробників, стимулює зростання суміжних галузей, таких як гостинність і туризм. Пропагуючи місцеву їжу та вино, регіони можуть залучати більше туристів і отримувати більше прибутку. Еногастрономічний туризм також може сприяти розвитку сільських територій, оскільки він надає можливість дрібним виробникам і фермерам продавати свою продукцію
3.	Соціальний вимір	еногастрономічний туризм сприяє соціальній взаємодії та культурному обміну між туристами та місцевими жителями. Відчуваючи місцеву їжу та вино, туристи спілкуються з місцевими виробниками та дізнаються про їхній спосіб життя. Це може створити відчуття спільності та сприяти взаєморозумінню між туристами та місцевими жителями. Крім того, гастрономічний і винний туризм може сприяти сталому розвитку, заохочуючи використання місцевих і сезонних інгредієнтів і сприяючи традиційному сталому виробництву їжі

Джерело : систематизовано автором

Загалом еногастрономічний туризм є багатовимірним явищем, яке включає культурні, економічні та соціальні аспекти. Розуміючи теоретичні аспекти гастрономічного та винного туризму, регіони можуть розробити стратегії популяризації своїх кулінарних традицій і залучення більшої кількості туристів, що може мати значні економічні та соціальні вигоди. Отже, винний та гастрономічний туризм є сегментом туризму, який народився з взаємодії місцевої культури, історії та гастрономії. Він має величезний потенціал для розвитку туризму та збереження культурної спадщини.

Еногастрономічний туризм є видом туризму, який зосереджується на вивченні традицій місцевої кухні, виноробства та інших напоїв в конкретному регіоні або країні. Основною метою еногастрономічного туризму є задоволення смакових відчуттів туристів, а також ознайомлення з культурою та традиціями місцевого населення, зокрема з їхніми стравами та напоями.

Еногастрономічний туризм може включати в себе відвідування ресторанів, кулінарних майстерень, фермерських господарств, винних погребів та інших місць, пов'язаних з кулінарною та виноробною спадщиною регіону. Також до складових еногастрономічного туризму можуть входити місцеві продукти харчування, напої, кулінарні екскурсії та дегустації.

Розвиток еногастрономічного туризму допомагає зберегти культурну спадщину та традиції регіону, сприяє розвитку малого та середнього бізнесу, зокрема ресторанного та готельного, а також сприяє зростанню популярності регіону серед туристів. Крім того, еногастрономічний туризм відіграє важливу роль у розвитку сільського господарства та промисловості регіону, збільшенні зайнятості та збільшенні доходів місцевого населення. Він також сприяє розвитку екологічного туризму, оскільки регіони, що спеціалізуються на еногастрономічному туризмі, часто відомі своїми природою та чистим довкіллям. Однак, для успішного розвитку еногастрономічного туризму, необхідна висока якість продуктів та послуг, а також належна інфраструктура для туристів. Також важливим є збереження традицій та

культурних цінностей регіону, а також уважне ставлення до екологічної стійкості та збереження природного середовища.

У дослідженні теоретичних аспектів еногастрономічного туризму необхідно розглянути також його види та форми, а також визначити основні фактори, що впливають на розвиток еногастрономічного туризму в конкретному регіоні. Також необхідно розглянути маркетингові аспекти еногастрономічного туризму, зокрема стратегії просування та продажу продуктів та послуг еногастрономічного туризму.

Загалом, концепція гастрономічного та винного туризму ґрунтується на визнанні того, що їжа та вино є невід'ємною частиною культури та самобутності, і що досвід місцевої кухні та вина може бути збагачувальним та корисним аспектом подорожі. У таблиці 1.2. наведені підходи до становлення визначення терміну «гастрономічний туризм»

Таблиця 1.2.

Підходи до визначення терміну туризму, пов'язаного з дегустацією напоїв та їжі у дослідженнях українських науковців

№№	Термін	Визначення	Автор
1.	Дегустаційний туризм	Спеціалізовані поїздки груп професіоналів, любителів (власники ресторанів, виноторговці)	Маслов Є.П. [24]
2.	Кулінарний туризм	Тури для гурманів, поціновувачів вишуканих страв різних народні світу	Комарніцький І.І. [19]
3.	Винний туризм	Спеціалізований вид туризму, який має за мету дегустації, споживання, придбання продукції виноробства безпосередньо на виробництві	Божук Т.І. [4]
4.	Еногастрономічний туризм	Передбачає вивчення традиційних для конкретної місцевості продуктів, алкогольних та безалкогольних напоїв та культури їх поєднання та споживання	Басюк Д.І. [2]
5.	Гастрономічний туризм	Подорожі для туристів і відвідувачів, які планують свої поїздки частково або повністю для того, щоб спробувати кухню місцевості або здійснити заходи, пов'язані з гастрономією	ЮНВТО [40]

6.	Гастрономічний туризм	Подорожі з метою отримання автентичного досвіду заснованого на культурі споживання їжі або напоїв; відкритті унікальних місць та їхньої культури через національну кухню	WFTA [46]
7.	Гастрономічний туризм	Це поїздки в гастрономічні області для відпочинку або з розважальною метою які включають відвідування первинних і вторинних виробників харчових продуктів, гастрономічних фестивалів продовольчих ярмарків, фермерських ринків, кулінарних шоу та майстер-класів, дегустацію харчових продуктів і напоїв або будь-яку іншу діяльність, пов'язану з їжею	Hall C, Michell [37]

Джерело: систематизовано автором на підставі [2,4,19,24,37,40,46]

Концепція еногастрономічного туризму тісно пов'язана з ідеєю гастрономії, яка є вивченням їжі, вина та культури. Гастрономія охоплює не лише приготування та споживання їжі та дегустацію напоїв, але й соціальні та культурні аспекти, такі як традиції та звичаї, пов'язані з їжею, а також спосіб її виробництва та споживання. Окрім цього, еногастрономічний туризм сприяє міжнародній співпраці та обміну культурними цінностями, оскільки він підтримує створення нових міжнародних зв'язків та розвиток культурного туризму.

1.2 Розвиток еногастрономічного туризму в світі та в Україні

Еногастрономічний (гастрономічний і винний) туризм має довгу історію, яка сягає давніх часів. У Стародавньому Римі, наприклад, мандрівники відвідували виноградники та пробували місцеві вина, тоді як у Греції паломники відвідували Дельфійський храм, щоб скуштувати знамениті вина регіону. Протягом всієї історії їжа та напої були важливою частиною культурного обміну та дослідження, і концепція гастрономічного та винного туризму з часом розвивалася.

У сучасну епоху гастрономічний і винний туризм почав набирати популярності в ХХ ст., оскільки глобальні подорожі стали доступнішими, а міжнародна кухня почала набувати більшого визнання. З появою письменників та критиків про їжу та вино, таких як Джеймс Берд і Роберт Паркер, розпочалася популяризація ідеї дослідження світу через їжу та напої. У 1980-х роках у Франції були засновані перші офіційні винні маршрути, і концепція кулінарного туризму почала поширюватися світом.

Гастрономічному туризму близько 20 років, тому його можна вважати одним з наймолодших видів туризму. Основні етапи розвитку гастрономічного туризму представлені на рис 1.1.

На початку зародження гастрономічного туризму у 1998 р. Л.Лонгом (США) було запропоновано термін «кулінарний» туризм для підтвердження ідеї що людина пізнає інші культури через місцеву їжу. Починають виходити статті про кулінарний туризм та перша книга Еріка Вулфа «Міжнародна організація кулінарного туризму



Рис.1.1. Етапи розвитку еногастрономічного туризму

Джерело: систематизовано автором [47]

На наступному етапі відбулося створення структури управлієєя гастрономічним туризмом. Еріком Вулфом була заснована в 2003 р. Міжнародна асоціація кулінарного туризму. У 2012 р. вона змінили назву на Всесвітня Асоціація гастрономічного туризму. На третьому етапі утворилися туристичні компанії зі спеціалізацією на міжнародному гастрономічному туризму, гастрономічний туризм проникає в усі регіони світу. В цілому відбувається формування єдиного визначення еногастрономічного туризму. Проте ми підтримуємо визначення, яке наводить Всесвітня асоціація гастрономічного туризму, що гастрономічний туризм є подорожжю з метою отримання автентичного досвіду заснованого на культурі споживання їжі або напоїв, відкритті культури унікальних місць через національну кухню.

В Україні гастрономічний та винний туризм є відносно новою галуззю, але такою, яка стрімко набуває популярності. Україна має багаті кулінарні традиції з різноманітним асортиментом страв і смаків, які відображають історію та культуру країни. Країна також є домом для виноробного регіону Закарпаття, де виробляють цілий ряд високоякісних вин, які отримують визнання на міжнародній арені. Цього виду туризму зумовлено декількома факторами, зокрема зростаючим інтересом до місцевого та сталого виробництва продуктів харчування, розвитком соціальних медіа та онлайн-платформ для обміну досвідом подорожей, а також зростанням популярності фестивалів їжі та вина та події.

Отже, в останні роки в Україні спостерігається розвиток еногастрономічного. Туристи дегустують традиційну кухню та відкривають винні регіони. Загалом, історія гастрономічного та винного туризму є історією людського захоплення їжею та напоями та бажання досліджувати нові культури та смаки. В Україні ця традиція активно розвивається завдяки розвитку гастрономічних та винних маршрутів, фестивалів та заходів для популяризації місцевої кухні та виробництва вина.

1.3 Основні складові та фактори розвитку еногастрономічного туризму

Еногастрономічний (гастрономічний та винний) туризм включає низку компонентів, які об'єднуються, щоб створити унікальний досвід подорожі, зосереджений навколо місцевої кухні та напоїв. Деякі з основних компонентів еногастрономічного (гастрономічного та винного) туризму включають: місцеву кухню, дегустацію вина та напоїв, кулінарні враження, культурний досвід, сталий і відповідальний туризм (рис. 1.2.)



Рис.1.2. Складові еногастрономічного туризму

Джерело: складено автором

По-перше, важливим компонентів еногастрономічного туризму є можливість відчутти місцеву кухню. Мандрівники можуть відчутти смаки та страви, унікальні для регіону, який вони відвідують. Це включає в себе знання про інгредієнти, технології приготування та культурне значення кожної страви. Місцева кухня також може запропонувати розуміння історії регіону та того, як місцеві жителі та навколишнє середовище вплинули на їжу та культуру. Це передбачає спробу традиційних страв, які є унікальними для регіону чи країни, яку відвідуєте, а також вивчення інгредієнтів, техніки приготування та культурного значення кожної страви.

По друге, дегустація вин і напоїв є ще одним важливим компонентом гастрономічного та винного туризму. Мандрівники мають можливість дегустувати різні сорти місцевих вин, а також інші напої, такі як крафтове пиво, міцні алкогольні напої та спеціальні чаї чи каву. Вони мають

можливість відвідати виноробні, пивоварні чи лікєро-горілчані заводи та дізнатися про процес виробництва та історію кожного напою. Дегустація вина часто поєднується з їжею, що дозволяє мандрівникам відчувати ідеальне поєднання місцевої кухні та вина.

По третє, окрім дегустації місцевої кухні та напоїв, еногастрономічний може також включати кулінарні заняття (уроки кулінарії, гастрономічні тури та відвідування ферм). Цей досвід пропонує практичний спосіб дізнатися про місцеве виробництво та приготування їжі та часто включає зустрічі з місцевими виробниками та шеф-кухарями.

Також еногастрономічний туризм є можливістю розширити свої знання про культуру та історію регіону, який відвідують. Це може включати відвідування історичних місць, музеїв та культурних заходів, а також можливість поспілкуватися з місцевими жителями, дізнатися про їхні традиції, спосіб життя.

Еногастрономічний туризм повинен здійснюватися стійким і відповідальним способом, маючи на увазі екологічний і соціальний вплив подорожі. Це може включати підтримку місцевих підприємств і виробників, мінімізацію відходів і впливу на навколишнє середовище, а також повагу до місцевих звичаїв і традицій.

Отже, основними компонентами еногастрономічного туризму є сама їжа та вино, інфраструктура кулінарного туризму, місцева культура та традиції, індустрія туризму, маркетинг та просування, місцеві громади та сталість. Разом ці компоненти створюють унікальний і корисний досвід подорожі для гастрономічних і винних туристів.

У таблиці 1.3. наведена класифікаційні ознаки та різновиди еногастрономічний турів.

Таблиця 1.3.

Класифікація різновидів еногастрономічний турів

Класифікаційна ознака	Різновиди турів
Мета поїздки	<ul style="list-style-type: none"> - розважальна - культурно-пізнавальна - формування професійних навичок
Діяльність туристів	<ul style="list-style-type: none"> - кулінарні школи - майстер класи - дегустація - відвідування діючих виробництв - спостереження за змаганнями кулінарів
Об'єкти відвідування	<ul style="list-style-type: none"> - підприємства харчової промисловості - виноробні / броварні - музеї з експозиціями гастрономії - заклади ресторанного господарства - ферми - сади - виноградники - гастрономічні клуби
За певними подіями	<ul style="list-style-type: none"> - продуктові фестивалі (сиру, шоколаду фестивалі різноманітних напоїв - українські обрядові свята
Відповідно до групи продуктів харчування	<ul style="list-style-type: none"> - сирний - медовий - винний - морепродукти - кавовий - шоколадний - змішаний (сиру та вина)
В залежності від географічної території	<ul style="list-style-type: none"> - міський - сільський
За часткою у загальному туристичному продукті	<ul style="list-style-type: none"> - як частина пропозиції - як окремий туристичний продукт

Джерело: Складено автором на підставі [7;34]

За даними експертів The World Food Travel Association, під час подорожей на їжу та напої припадає близько 25% бюджету туриста. Розподіл смакових переваг мандрівників за основними напрямками наведено на рис 1.3.

Близько 46% туристів віддають перевагу дегустації автентичних страв. Еклектична кухня також має значну частку свої прибічників – 44%, але все таки поступається оригінальним місцевим страва у туристів. Близько 35% відвідувачів цікавляться стравами локальної кухні і 22% надають перевагу бюджетним стравам.

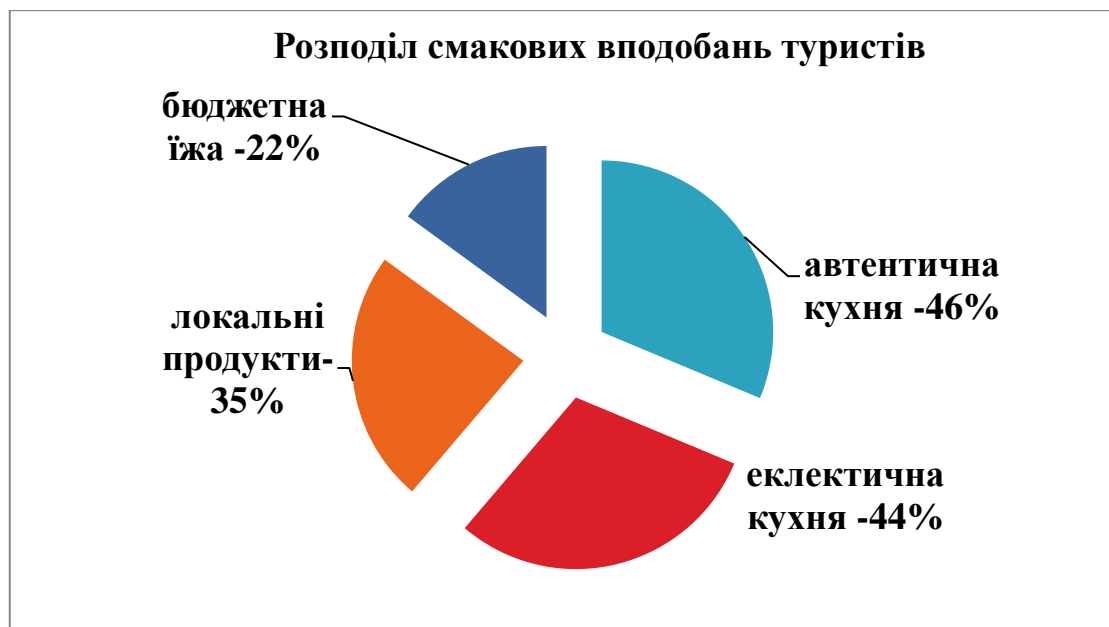


Рис. 1.3. Розподіл смакових вподобань туристів

Складено автором на підставі [7]

Також необхідно зазначити, що фахівці цієї асоціації стверджують, що:

- ✓ 93% туристів за останні 2 роки під час перебування брали участь в різноманітних заходах, пов'язаних з приготуванням / дегустацією страв;
- ✓ 83% туристів відзначають, що завдяки новим смакам (напоїв та їжі) їх поїздки запам'ятовуються більше (це сприяє посиленню бренду країни);
- ✓ 81% туристів вважають, що за допомогою знайомства з кухнею знімається культурний бар'єр;
- ✓ 75% туристів привозять з собою з подорожей їжу та напої ;
- ✓ 62% туристів, які побували у гастротурі або турі з гастрономічною складовою, після повернення до дому на батьківщині продукти, які вперше спробували в подорожі. [7] Ці тенденції характерні і для ринку України, тому їх необхідно враховувати при планування розвитку гастрономічного туризму .

РОЗДІЛ 2. ЕНОГАСТРОНОМІЯ ЯК СКЛАДОВА ТУРИСТЧНОГО ПРОДУКТУ ЗАКАРПАТТЯ

2.1. Розвиток сфери туризму на території Закарпаття

Туристична галузь має велике значення для подальшого розвитку економіки та соціальної сфери на території Закарпаття та включення у світову туристичну індустрію. Пріоритетний напрям туризму як внутрішнього так і в'їзного є важливим для створення робочих місць та поповнення валютних коштів, підвищенням її авторитету у світовому просторі. Проте наявний туристичний потенціал реалізовано ще недостатньо.

Аналіз динаміки туристичних потоків свідчить, що динаміка має неоднорідний характер через політичні події та епідеміологічну ситуацію в Україні. Згідно наявних у вільному доступі статистичних даних наведених у таблиці 2.1. найбільша чисельність відвідувачів була зафіксована у 2019 р.

Таблиця 2.1

Динаміка туристичних потоків в Закарпатській області (2011-2020 рр.)

Роки	Чисельність туристів, обслугованих суб'єктами турдіяльності України, всього	Іноземні туристи, осіб	Туристи громадяни України, які виїжджали за кордон, осіб	Внутрішні туристи, осіб
2011	21773	722	10806	10245
2012	20180	733	11792	7655
2013	19892	515	12963	6414
2014	11625	6	9815	1804
2015	10656	13	7594	3049
2016	11601	68	7939	3594
2017	14652	102	10534	4016
2018	25348	183	18907	6258
2019	28044	114	19992	7968
2020	14669	0	12156	2513

Джерело: складено автором на підставі [12]

Отже, якщо у 2011 р. було обслуговано 21773 відвідувачі, то у 2020 р 14669, тобто за 10 років падіння більше третини (32%). Падіння

туристичного потоку обумовлено доступність відпочинку за кордоном. Зростанням вимог туристів до комфортності житла та інфраструктури. Також необхідно відмітити таку особливість, що якість послуг не завжди відповідає якості, тобто ціни часто є завищені.

Отже можна зробити висновок, що за останні 10 років динаміка в'їзного та внутрішнього туризму до Закарпатської області значно зменшилася. Основна частка туристів, як прибувають до регіону мають на меті відпочинок, екологічний та гастрономічний туризм (кавовий, винний, сирний), історико-культурний. У 2019 році до місцевих бюджетів сплачено 8560,1 тис. грн. туристичного збору, тобто у 2,3 більше ніж за аналогічний період попереднього 2018 р.

Значні проблеми існують з інфраструктурою. За інформацією управління туризму та курортів департаменту економічного розвитку та торгівлі обласної державної адміністрації на 2019 р. загальна кількість оздоровчих, рекреаційних та туристичних об'єктів області нараховує 511 об'єктів, у т.ч. оздоровчих – 23 (4%), рекреаційних – 126 (25%), туристичних – 362 (71%). Розподіл колективних засобів розміщення Закарпатської області на 2019 р. наведено на рис 2.1.

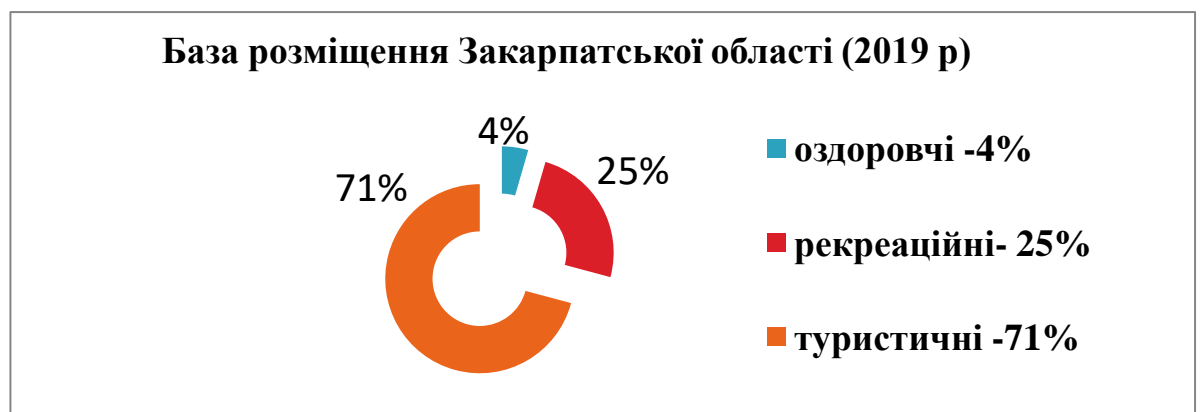


Рис.2.1 База розміщення Закарпатської області
Джерело: складено автором [9]

В інфраструктурі туристичної сфери важливе місце посідають засоби розміщення, які поділяються на готелі, аналогічні засоби розміщення та спеціалізовані засоби розміщення. Данні про колективні засоби розміщення Закарпатської області наведені в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2.

Колективні засоби розміщення в Закарпатській області (2016-2019)

Рік	Кількість колективних засобів розміщення, од.			Кількість місць, одиниць			Кількість розміщених, осіб		
	усього	у тому числі		усього	у тому числі		усього	у тому числі	
		готелях	спеціалізованих засобах розміщення		готелях	спеціалізованих засобах розміщення		готелях	спеціалізованих засобах розміщення
2017	268	213	55	16930	9464	7464	230000	166470	63530
2018	256	211	45	15865	10658	5207	269250	204350	64900
2019	250	208	42	15310	10160	5141	313083	237900	75182

Джерело : складено автором на підставі [9]

Аналізуючи статистичні данні можна зазначити, що кількість колективних засобів розміщення за період 2016-2019 рр. стабільно зменшувалася, зменшувалася кількість місць, проте чисельність розміщених осіб зростала. Це свідчить про укрупнення закладів розміщення та ефективні заходи з їх завантаження, тому що чисельність розміщених стабільно зростала. Сфера туризму Закарпаття має значний туристичний потенціал завдяки багатій культурній спадщині, природним пам'яткам та різноманітним туристичним пропозиціям. Культурну спадщину регіону відображають його історичні замки, церкви та синагоги, а також традиційні фестивалі та заходи, такі як Фестиваль традиційної музики та ремесел в Ужгороді та ТисаФест у Тячеві. Різноманітні культурні впливи регіону,

включаючи угорську, словацьку, румунську та українську, також роблять його унікальним місцем для культурного туризму.

В таблиці 2.3. наведено перелік основних складових туристичного потенціалу Закарпаття

Таблиця 2.3

Складові туристичного потенціалу Закарпаття

Складові	Опис
Природні краєвиди	Гори, озера, річки, водоспади та інші природні об'єкти
Культурні пам'ятки	Замки, церкви, музеї, старовинні селища та інші культурні об'єкти
Традиційні фестивалі	Фестивалі, ярмарки та інші події, що відображають народну культуру
Етнографічні музеї	Музеї, що представляють етнічну спадщину та традиції місцевого населення
Активний відпочинок	Туризм на велосипеді, піший туризм, гірськолижний спорт
Курорти	Місця для відпочинку та оздоровлення
Гастрономічність	Традиційна кухня, ресторани, кулінарні фестивалі
Виноробство	Винні погребі, винні маршрути та дегустації
Екологічний туризм	Закарпатський біосферний заповідник, екопарки та інші охороняються місця

Джерело: складено автором

Регіон відомий своєю різноманітною культурою, приголомшливими природними пейзажами та історичними пам'ятками.

Топ 10 найпопулярніших туристичних об'єктів Закарпаття наведено у таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Топ 10 популярних туристичних об'єктів Закарпаття

№№	Об'єкт	Характерні риси об'єкту
1.	Ужгородський замок	Замок XIV ст. розташований у самому центрі міста Ужгород є однією з найвизначніших історичних пам'яток регіону
2.	Замок Паланок	Замок розташований у Мукачєво і славиться своїми вражаючими укріпленнями, підземними ходами та краєвидами навколишнього ландшафту
3.	Замок Сент-Міклош:	середньовічний замок розташований у місті Чинадієво і славиться своєю готичною архітектурою та вражаючими укріпленнями
4.	Музей народної архітектури та побуту (м.Ужгород)	Музей під відкритим небом в Ужгороді містить колекцію традиційних дерев'яних хат, вітряків та інших споруд, які демонструють культурну спадщину регіону
5.	Закарпатський музей ремесел і промислів	цей музей в Ужгороді містить колекцію традиційних ремесел і промислів, які передавалися з покоління в покоління, зокрема гончарство, ткацтво та ковальство
6.	Національний парк «Синевир»: озеро Синевир	національний парк розташований у Карпатських горах і є домом для різноманітних видів рослин і тварин, включаючи бурих ведмедів, вовків та рисей; мальовниче озеро розташоване в самому серці Карпатських гір і оточене густими лісами та високими горами
	Водоспад Шипіт	водоспад розташований у Карпатських горах і є однією з найпопулярніших природних пам'яток Закарпаття
	Водоспад Дземброня	приголомшливий водоспад, розташований у Карпатах, оточений густими лісами, є популярним місцем для походів
	винні підвали (Берегово) та інші	Берегівські винні підвали: цей регіон славиться виноробством, і Берегівські винні підвали є одним із найкращих місць, де можна спробувати місцеві вина та дізнатися про процес виноробства

Складено автором: на основі аналізу програм туроператорів
Закарпаття

Основні види туристичних об'єктів туристичної дестинації Закарпаття наведені на рис 2.2.

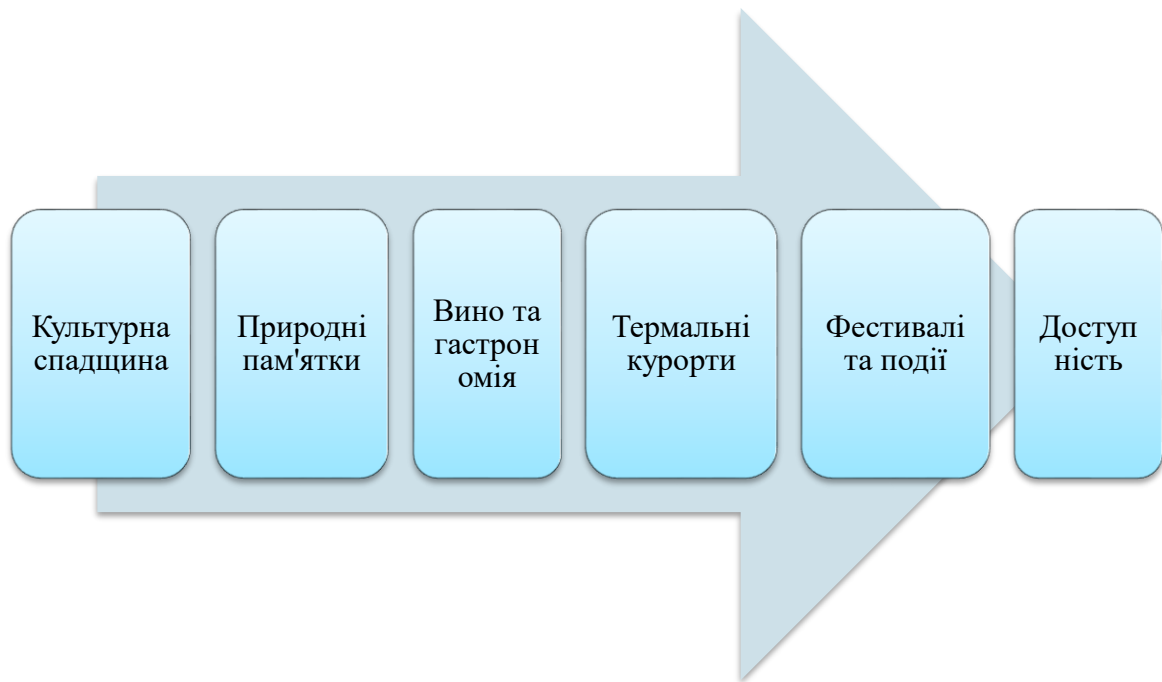


Рис.2.2 Типи туристичних об'єктів туристичної дестинації Закарпаття

Джерело: складено автором

Розглянемо більш детально основні типи об'єктів:

- **Природні пам'ятки:** на території Закарпаття знаходиться частина Карпатських гір, де прокладені туристичні стежки та створені гірськолижні курорти. Також в області є низка національних парків, зокрема «Синевир» та «Ужанський», де зосереджена унікальна флора та фауна.

- **Культурна спадщина:** Закарпаття має багату культурну спадщину, на яку вплинула його історія у складі різних імперій та близькість до сусідніх країн. Відвідувачі можуть ознайомитися з традиційною архітектурою, музеями та галереями в таких містах, як Ужгород і Мукачево. Регіон також відомий своїми традиційними ремеслами, такими як різьблення по дереву, вишивка та гончарство.

- **Вино та гастрономія:** Як згадувалося раніше, Закарпаття відоме своїми високоякісними винами та унікальною кухнею, яка пропонує різноманітні смаки та культурні впливи.

- Термальні курорти: в області є низка природних термальних курортів, таких як Косино та Берегове, які пропонують широкий спектр оздоровчих та релаксаційних послуг.

- Фестивалі та події: Протягом року на Закарпатті проходять різноманітні фестивалі та заходи, серед яких Міжнародний фестиваль вина, Фестиваль гуцульських традицій, Ужгородський джаз-фест.

- Доступність: до Закарпаття легко дістатися з інших куточків України та сусідніх країн. У регіоні є кілька аеропортів і залізничних вокзалів, а також хороше автомобільне сполучення.

Загалом, туристичний потенціал Закарпаття є значним завдяки різноманітному спектру визначних пам'яток і видів діяльності. Регіон пропонує щось для будь-якого типу мандрівника, від культурного та історичного туризму до екстремального та пригодницького туризму, а також винного та гастрономічного туризму. Із зростанням інтересу до сталого туризму потенціал Закарпаття також зростає, оскільки відвідувачі шукають досвіду відповідальних подорожей, які мінімізують негативний вплив на навколишнє середовище та підтримують місцеві громади.

SWOT-аналіз є інструментом дослідження, який використовується для оцінки поточної ситуації з різних точок зору. На основі опрацьованого матеріалу можна зробити висновок щодо сильних і слабких сторін, можливостей та загроз розвитку еногастрономічного туризму Закарпатської області.

Сильні сторони:

- Багата кулінарна та винна спадщина: Закарпаття має різноманітну кухню та винну культуру, яка є унікальною для регіону та може запропонувати особливий та автентичний досвід для туристів.

- Природні ресурси: регіон має сприятливий клімат і природні ресурси для вирощування винограду, фруктів, овочів і трав, які використовуються в місцевій кухні та виробництві вина.

- **Культурні пам'ятки:** Закарпаття багате на історичні, культурні та природні пам'ятки, які можуть доповнити досвід еногастрономічного туризму та залучити ширше коло туристів.
- **Традиційні ремесла та продукти:** Закарпаття відоме своїми традиційними ремеслами та продуктами, такими як сир, мед та копченості, які можуть запропонувати унікальні та незабутні враження для туристів.
- **Ринок, що розвивається:** Ринок еногастрономічного туризму зростає у всьому світі, і Закарпаття має потенціал вийти на цей ринок і залучити туристів з різних куточків світу.
- **Місцева підтримка:** місцеві громади та влада Закарпаття підтримують розвиток еногастрономічного туризму та готові співпрацювати з туроператорами та іншими зацікавленими сторонами.
- **Доступні ціни:** Порівняно з іншими європейськими напрямками, Закарпаття пропонує доступні ціни на їжу, вино та проживання, що робить його привабливим варіантом для мандрівників з обмеженим бюджетом.
- **Сталий туризм:** Еногастрономічний туризм на Закарпатті може сприяти сталим туристичним практикам, таким як підтримка місцевого бізнесу та зменшення викидів вуглекислого газу шляхом закупівлі місцевих продуктів.

Загалом, сильні сторони еногастрономічного туризму на Закарпатті ґрунтуються на багатій кулінарній та винній спадщині регіону, природних ресурсах, культурних пам'ятках, традиційних ремеслах та нових ринкових можливостях. Ці сильні сторони можна використати для розвитку та просування еногастрономічного туризму стійким і відповідальним способом.

Слабкі сторони:

- **Інфраструктура:** інфраструктура регіону, включаючи транспорт, заклади розміщення та харчування, може бути недостатньо розвиненою або обладнаною для задоволення потреб міжнародних туристів.

- Мовні бар'єри: багато місцевих жителів Закарпаття можуть не говорити англійською чи іншими іноземними мовами, що ускладнює спілкування туристів і орієнтування в регіоні.
- Сезонність: Еногастрономічний туризм на Закарпатті є надзвичайно сезонним, з піком попиту в літні та осінні місяці, і може не принести достатньо доходу для підтримки бізнесу протягом року.
- Обмежена обізнаність на ринку: Закарпаття може бути не дуже відомим як напрямок еногастрономічного туризму, і може знадобитися більше значних зусиль для підвищення обізнаності та просування регіону серед потенційних туристів.
- Відсутність різноманітності: кухня регіону та винна культура можуть бути привабливими не для всіх туристів і можуть потребувати більшої різноманітності пропозицій, щоб задовольнити різні уподобання та смаки.
- Обмежена державна підтримка: державна підтримка розвитку еногастрономічного туризму в Закарпатті може бути обмеженою та може не забезпечувати належного фінансування чи політичної підтримки зацікавлених сторін.
- Контроль якості: якість і постійність пропозицій їжі та вина можуть сильно відрізнятись, і може бути відсутнім регуляторний нагляд для забезпечення контролю якості та автентичності.
- Конкуренція: Закарпаття може зіткнутися з конкуренцією з боку інших напрямків еногастрономічного туризму в Європі, які можуть запропонувати більш усталені та визнані враження.
- Недостатній рівень маркетингу і просування еногастрономічного туризму Закарпаття.
- Обмежена доступність інформації про місцеві ресторани, страви та кулінарні події.

- Недостатнє розуміння потреб і смаків міжнародних туристів, що може обмежувати вибір страв і послуг.

Загалом, слабкі сторони еногастрономічного туризму на Закарпатті кореняться в інфраструктурних обмеженнях, мовних бар'єрах, сезонності, обмеженій обізнаності про ринок, відсутності різноманітності, обмеженій державній підтримці, проблемах контролю якості та конкуренції з боку інших напрямків. Ці недоліки можна усунути за допомогою стратегічного планування та співпраці між зацікавленими сторонами, щоб подолати ці проблеми та використати сильні сторони регіону.

2.2. Особливості закарпатської кухні та вин як база розвитку еногастрономічного туризму

Закарпатська кухня є справжнім скарбом культурного спадку регіону та має багату історію утворення. Хоча багато страв були запозичені з кухонь сусідніх регіонів, вони були адаптовані до місцевих умов та можливостей.

На кухню та вино Закарпаття вплинули його географія, історія та культурне розмаїття. Розташоване в південно-західному регіоні України, Закарпаття межує зі Словаччиною, Угорщиною та Румунією, що сприяло мультикультурному характеру його кухні та традицій виноробства.

Кухня Закарпаття відрізняється різноманітністю страв, включаючи супи, рагу, вареники та випічку, часто з інгредієнтів, таких як картопля, капуста, м'ясо та молочні продукти. На кулінарні традиції регіону вплинули місцеві угорська, словацька та румунська громади, а також ромське населення Карпат.

Окрім різноманітної кухні, Закарпаття відоме ще й традиціями виноробства. Регіон має давню історію виробництва вина, починаючи з 11 століття. Унікальний терруар Карпатських гір у поєднанні з впливом довколишніх виноробних регіонів, таких як Токай та Егер, сприяли самобутньому характеру закарпатських вин.

Виникнення закарпатської кухні та вина можна простежити в історичному контексті. Регіон колись був частиною Австро-Угорської імперії, а пізніше був включений до Радянського Союзу, перш ніж отримати незалежність у складі України в 1991 році. Ці історичні події вплинули на розвиток закарпатської кухні та вина, оскільки воно адаптувалося до змін політичної політики. і культурні обставини.

В останні роки відродився інтерес до закарпатської кухні та вина, як в Україні, так і за кордоном. Це призвело до популяризації та збереження традиційних рецептів і практик виноробства, а також до розвитку нових можливостей кулінарного та винного туризму в регіоні.

Загалом формування та поява закарпатської кухні та вина є відображенням різноманітної культурної спадщини та природного середовища регіону, а також його історії та геополітичного контексту. Унікальність закарпатської кухні та вина продовжують відзначати та цінувати місцеві та гості міста.

Основними інгредієнтами Закарпатської кухні є м'ясо (особливо свинина та яловичина), картопля, капуста, гриби та місцеві овочі та фрукти. Багато страв також містять пшеничне борошно, молоко та яйця. Часто використовуються спеції, такі як паприка, часник, кмин та коріандр.

Однією з найвідоміших страв Закарпаття є гуляш(бограч), який складається з м'яса, картоплі, цибулі та паприки. Інші традиційні страви включають борщ з м'ясом та грибами, капустяник, гомбівці та корюшка (солодка запіканка з сиру та маку). Також, Закарпаття славиться своїми місцевими сирами, такими як бринза та ковбаски, що виготовляються вручну з молока домашнього скота. Багато страв має також гарніри з місцевих овочів та фруктів, таких як гарбуз, тикви та яблука.

На формування закарпатської кухні сильно вплинуло географічне положенням регіону та історичні події. За часів Австро-Угорської імперії у регіоні впроваджувалися нові технології виробництва їжі та кулінарних інгредієнтів, а також з'явилася можливість спілкуватися з іншими культурами

та їх кухнями. Також, зарубіжні кулінарні традиції прийшли в Закарпаття разом з переселенцями, які прибули в регіон під час Першої світової війни та після неї.

Утворення закарпатської кухні також відбулося завдяки місцевим ремісникам та селянам, які розробляли свої рецепти на основі доступних інгредієнтів та традицій. Серед таких інгредієнтів були м'ясо та молочні продукти власного виробництва, капуста, картопля та гриби з місцевих лісів. Із-за обмеженості ресурсів, місцеві ремісники шукали способи зберігання та використання інгредієнтів, що привело до розвитку консервації та квашення.

У Закарпатті також існує довга традиція виробництва вина та спирту. Регіон має ідеальні кліматичні умови для вирощування винограду, тому виноробство завжди було одним з головних занять місцевих жителів. Столицею закарпатського виноробства є місто Ужгород, де є багато винних підприємств та винних ресторанів.

Закарпатський гастрономічний туризм набуває все більшої популярності серед туристів, які хочуть спробувати місцеві страви та вина. Регіон має багато ресторанів та кафе, які пропонують традиційні страви з місцевих інгредієнтів. Багато з цих місць також мають винні карти з місцевими винами та пропонують дегустації вина.

Найвідомішою закарпатською стравою є банош (каша з кукурудзяного борошна, заправлена смаженим свинячим жиром, сиром і сметаною). Ще одна популярна страва – галушки, які готуються з борошна і подаються з капустою, сиром або м'ясом. Регіон також відомий своїми пікантними супами, такими як бограч, гострий гуляш з яловичини або свинини, овочів і паприки.

Закарпаття також є виноробним регіоном, де виробляють широкий спектр білих, червоних і рожевих вин. Регіон відомий своїми місцевими сортами винограду, такими як білі сорти винограду Hárslevelű, Furmint і MuscatOttonel, а також червоні сорти винограду Zweigelt і Frankovka.

Закарпатські вина часто характеризуються фруктовими, ароматичними профілями та свіжою кислотністю.

Відвідувачі Закарпаття знайомляться з кухнею регіону та винною культурою, відвідують місцеві виноробні, винні фестивалі та спробувавши традиційні страви в місцевих ресторанах і на ринках.

Еногастрономічний тур по Закарпаттю – це неймовірний досвід для будь-якого гурмана, який бажає спробувати автентичні страви та напої з цього краю. Закарпаття – це регіон, багатий на історію та культуру, а його кухня – це відображення цієї різноманітності.

Звернемо більш детальну увагу на те, що варто спробувати на еногастрономічному турі по Закарпаттю.

1. Місцеві сири. Закарпатські сири – це одні з найкращих в Україні. Їх готують з козячого, овечого та коров'ячого молока, використовуючи традиційні рецепти. Найпопулярніші види сирів включають бринза, будз, вурда, які можна спробувати їх на будь-якому ринку або під час дегустацій на крафтових підприємствах.

Сироварні або цехи з виробництва сирів, проводять дегустації для туристам крафтови сирів власного виробництва. Сир виробляється або вручну майстрами сироварами або не великими партіями з високоякісного молока корів, кіз, буйволів, випас яких проводиться на гірських та пригірських пасовищах. До основних сирів Закарпаття відносяться молоді розсільні сири: бринза, сулугуні, адигейський сир, фета, моцарела. Також, можуть пропонувати для дегустації і рікоту, халумі, йогурт, згущене молоко та деякі тверді сири.

Бринза класична – це солонуватий сир із ніжним вершковим смаком, пружною текстурою; Бринза може виготовлятися також зі спеціями такими як-зелень, гострий перець, французька гірчиця та інші.

Сулугуні – солоний сир, що походить з Грузії, регіону Самегрело. Сулугуні називають грузинські сири, у яких яскраво виражений кисломолочний, трохи солонуватий смак і аромат. У сиру можуть бути вічка

в деяких місцях, як правило, неправильної форми, а також відсутня скоринка. Сулугуні є одним з різновидів твердого сиру. Взагалі, розсільні сири вважаються найстарішими сирами, а їх рецептури, відповідно дуже стародавніми. Сулугуні прийнято готувати з молока корови, кози або вівці, або з буйволячого молока, можливо використання молочної суміші.

Адигейський сир – один із м'яких сортів сиру, що традиційно виготовляється в передгір'ї та гірських районах Кавказу. Готовий сир має ніжну, в міру щільну консистенцію, зморшкувату шкуринку, зі слідами форми. Колір сиру – від білого до легко кремового. Смак і запах – чистий, приємний, трохи кислуватий, з вираженим смаком і запахом пастеризації.

У реалізацію адигейський сир надходить відразу після посолу, та пакування. Термін його зберігання і реалізації досить малий. Сир містить велику кількість фосфору і кальцію, вітаміни групи В, А та D. В адигейському сирі оптимальний білковий та амінокислотний склад, тому він добре засвоюється і корисний для організму в цілому, як джерело незамінних амінокислот.

Фета – популярний сир, що має походження з Греції. Слово «фета» італійського походження і означає «скибка (сиру)». Класична фета виготовляється з овечого молока, інколи додається козяче молоко (5-10 %). Фета належить до групи м'яких сирів, його жирність становить 40-45 %. З фетою споріднені деякі сири балканського і карпатського регіонів. За рішенням Європейської Комісії з 2007 року назву «фета» можуть мати лише грецькі сири з овечого або козячого молока. У зв'язку з цим українська фета отримала назву набіл.

Моцарела – італійський молодий м'який сир з буйволячого або коров'ячого молока, а також їхні суміші. Оригінальна моцарела походить з регіонів Італії: В деяких регіонах Італії та в Україні, цей сир виготовляється з коров'ячого молока. Жирність 50 % (з буйволячого молока) або 45 % (з коров'ячого молока). Сир здобув всесвітню популярність як складник піци і салату капрезе (моцарела, помідори, базилік, оливкова олія).

Рікотта – традиційний італійський сироватковий сир. Рікотта готується із сироватки, що залишається після приготування моцарелли або інших сирів. Таким чином, білковою основою рикотти є не казеїн, а альбумін (точніше, лактальбумін). Рікотта має солодкуватий смак, який дає присутність лактози (присутність цього компонента у сироватці приблизно 2- 4%), це залежить від типу використаного молока. Вміст жиру: від 8% у рикотті із коров'ячого молока, до 24% у рикотті із овечого молока. Рікотта є традиційним продуктом південних регіонів Італії (Сицилії, Кампанії, Апулії)

Халумі виготовляється із суміші козячого молока та молока овець, хоча іноді містить і коров'яче молоко. Він має високу температуру плавлення, тому його можна обсмажити або приготувати на грилі. Сир білого кольору, відрізняється шаруватою текстурою, як у моцарелли, має слабосолоний смак. Зберігається в розсолі і може зберігатися до одного року, якщо заморожений нижче $-18\text{ }^{\circ}\text{C}$ і розморожений до $+4\text{ }^{\circ}\text{C}$. Сири халумі промислового виготовлення містять більше коров'ячого молока, ніж козячого та овечого.

Особливість приготування халумі полягає в тому, що він може бути обсмажений до золотисто-коричневого кольору завдяки своїй вищій, ніж у інших сирів, температурі плавлення. Це робить його придатним для смаження або гриля. У такому вигляді він використовується як наповнювач у салати або подається зі смаженими овочами.

2. Бограч – це страва, що є часткою національної кухні та передається з покоління в покоління. Це м'ясний гуляш, який готують з яловичини, свинини або курки, з додаванням картоплі, цибулі, перцю та паприки. Це традиційна страва Закарпаття, яка є обов'язковою на будь-якому святі. Бограч можна спробувати в будь-якому ресторані, який пропонує місцеву кухню.

3. Палинка – це традиційний закарпатський алкогольний напій, який виготовляють з різних фруктів та ягід. Найпопулярніші види палинки включають грушівку, яблучну, сливову та червону калину. Спробувати палинку в будь-якому місцевому барі або пивниці.

4. Ковбаси – ще один елемент, який варто спробувати на еногастрономічному турі. Вони готуються з яловичини, свинини та баранини, з додаванням солі, перцю та інших спецій. Ковбаси мають різні смакові властивості та текстури, що залежить від рецепту. Найпопулярніші види ковбас включають мисливську, салямі, діаболо та докторську. Спробувати їх можна на ринку або в місцевих магазинах.

5. Палачинки зі смородиною – це десерт, коли тонкі палачинки починають свіжою смородиною та топленим маслом, їх подають з медом або сиропом.

6. Вино. Закарпаття – це один з найбільших виноробних регіонів в Україні, його історія сягає XIII століття. Вино має свій унікальний смак та аромат, який залежить від винограду, який використовується для його виробництва. Унікальний терруар регіону з його вулканічними ґрунтами та помірним кліматом створює ідеальні умови для вирощування винограду. Найпопулярніші сорти включають "Ужгородське", "Медош", "Шато Чіжей" та "Токай". Відвідувачі можуть скуштувати місцеві вина на виноробнях або відвідати винні фестивалі, наприклад Міжнародний фестиваль вина в Ужгороді.

7. Солоні буряки – це традиційна страва Закарпаття, яку готують з маринованих буряків, огірків та моркви, з додаванням солі та цибулі. Вона часто подається як закуска до напоїв.

8. Борщ з ковбасою – це класична страва, яка завжди є популярною серед місцевого населення та туристів, яка включає в себе буряк, картоплю, моркву, цибулю, солодкий перець та ковбасу. Цей борщ має насичений смак та аромат та зазвичай подається з часниковим хлібом. Такий борщ туристи мають можливість спробувати у будь-якому місцевому ресторані або кафе.

Загалом, закарпатська кухня та вина відображають багату історію та культурне розмаїття краю. Унікальні смаки та традиційні страви пропонують відвідувачам відчути кулінарну спадщину регіону, а високоякісні вина дають можливість відчути природні багатства регіону.

Також на території Закарпатської області проводяться численні гастрофестивалі, які є додатковим важелем залучення туристів до регіону та на яких є можливість скуштувати автентичні страви та крафтова продукція та напої (дивись таблицю 2.5.)

Таблиця 2.5

Основні гастрономічні фестивалі на території Закарпаття

Назва заходу	Дата проведення	Місце проведення
Червоне вино	11-15 січня	м.Мукачеве
Конкурс різників свиней - гентешів	останні вихідні січня	с. Геча
Ужгородська плачінта	кінець лютого	м.Ужгород
Всеукраїнський фестиваль вареників	17 березня	м.Яремче
Біле вино	3-5 березня	м.Берегове
Фестиваль вина та меду «Сонячний напій»	перші субота-неділя травня	м.Ужгород
Берлибашський бануш	травень	с. Костилівка
Фестиваль виноградарів та виноробів «Уточанська лоза»	травень	м.Виноградів
Фестиваль тушкованого півня	30 червня	с.Косонь
Червона черешня	червень	с.Пацканьово
Фестиваль ріплянки	червень	с.Колочава
Фестиваль сиру «Молочна ріка»	Липень	с.Стужиця
Фестиваль чорниці «Верховинська яфина»	5 серпня	с.Гукливе
Фестиваль голубців	початок серпня	с.Великий Бичків
Сливовий фестиваль Свято Леквара	25 серпня	с.Геча
Солодке свято меду в Мукачеві	серпень	м.Мукачево
Фестиваль Гуцульська бринза	5-6 вересня	м.Рахів
Варишське пиво	15-18 вересня	м.Мукачево
Фестиваль Смажений баранчик	вересень	с.Лазещина
Золотий гуляш	середина жовтня	с.Мужієво
Фестиваль молодого вина і меду «Закарпатське божоле»	Друга неділя листопада	м.Ужгород

Джерело: складено автором за матеріалами [29]

Включення відвідання численних фестивалів, які проводяться на території Закарпаття до програми турів сприятиме розвитку гастрономічних турів в дестинації.

2.3 Особливості методики створення еногастрономічного туру

Еногастрономічний тур завжди поєднує в собі гастрономічні враження та знайомство з культурою та історією регіону. Загалом, еногастрономічний тур повинен бути добре спланованим і реалізованим, щоб забезпечити унікальний і незабутній досвід для учасників. Висвітлюючи кулінарну спадщину та культурні пам'ятки місця призначення, еногастрономічні тури можуть підтримати місцеву економіку та сприяти сталим туристичним практикам. Основні кроки які обумовлюють створення та проведення еногастрономічного туру наведено у таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

Основні етапи створення еногастрономічного туру

Етап	Опис
Планування	Визначення цілей, цільової аудиторії еногастрономічного туру
	Вибір маршруту, об'єктів та кулінарних закладів, які будуть включені в тур
	Встановлення бюджету туру та розрахунок вартості для учасників
	Укладання угод та домовленостей з ресторанами, фермерами та іншими постачальниками
Підготовка	Збір інформації про місцеву кухню, традиційні страви, культурні особливості та історію
	Розробка детального розкладу туру з урахуванням кулінарних відвідин, екскурсій та активностей
	Підготовка матеріалів для учасників туру (інформаційні буклети, меню, картки оцінювання тощо)
Реалізація	Зустріч та привітання учасників туру
	Проведення кулінарних майстер-класів, дегустацій та відвідин ресторанів та фермерських господарств
	Ознайомлення з місцевими традиціями, ремеслами
Оцінка	Забезпечення комфорту та безпеки учасників туру
	Збір фідбеку від учасників туру про їхні враження та задоволення
Підсумок	Аналіз результатів та виявлення можливостей для поліпшення
	Підготовка звіту та оцінка ефективності туру
	Планування подальших кроків для розвитку еногастрономічних турів

Джерело : складено автором

По-перше, необхідно здійснити дослідження культури їжі та вина історію місця та наявну туристичну інфраструктуру місця призначення. Це включає визначення місцевих ресторанів, виноробень і пам'яток, які підкреслюють кулінарну спадщину регіону. Після завершення цього дослідження можна розробити варіант маршруту .

По-друге, необхідно обрати регіон, де планується проведення еногастрономічного туру. Потрібно здійснити знайомство з місцевою кухнею, культурою та традиціями, щоб знати, на що варто уваги та знайти місця для відвідування, які відповідають тематиці даного туру. Це можуть бути ресторани, кафе, виноробні, пивоварні, ферми або інші крафтова місця, де можна познайомитися з місцевою кухнею та продуктами.

По-третє, необхідно скласти програму туру, де потрібно врахувати відвідування кожного місця та позначити години, коли вони відкриті.

По-четверте, потрібно забезпечити транспорт та проживання: організувати транспортування та проживання в залежності від чисельності туристичної групи. Це може включати бронювання готелів, організацію транспортування між пунктами призначення та забезпечення отримання всіх необхідних дозволів і ліцензій.

По-п'яте, встановити контакти з досвідченими гідами (мінімум 2), які мають глибоке розуміння культури харчування та вина регіону та мають можливість надати інформативні та цікаві коментарі. Місцеві експерти, такі як кухарі, винороби та історики, також можуть надати цінну інформацію про кулінарну спадщину країни.

По-шосте, необхідно ретельно спланувати дегустації їжі та вина, щоб продемонструвати унікальні смаки та кулінарні традиції регіону. Дегустації вин повинні супроводжуватися інформацією про процес виноробства, сорти винограду та нотатками про дегустацію. Дегустації можуть включати відвідування місцевих ринків, ресторанів і кулінарні заняття.

По-сьоме, до програми туру необхідно включити відвідування культурних та історичних пам'яток, які підкреслюють спадщину місця

призначення. Це може включати відвідування музеїв, історичних пам'яток і художніх галерей.

Також необхідно врахувати екологічність під час проведення еногастрономічного туру. Це включає забезпечення того, щоб місцеві громади отримували вигоду від туристичної діяльності, скорочення відходів та споживання енергії та сприяння екологічно чистим практикам.

Важливо звернути увагу на безпеку під час проведення еногастрономічного туру. Учасники туру повинні знати про потенційні ризики та вміти уникати небезпечних ситуацій, дотримуватися всіх правил та рекомендацій щодо безпеки та гігієни під час проведення туру. Особливо це стосується місцевих правил та обмежень щодо збору та перевезення продуктів харчування.

Вибір маршруту туру. Вибір маршруту є однією з ключових складових еногастрономічного туру, оскільки він визначає маршрут подорожі та місця відвідування, які повинні бути інтересними для учасників туру з точки зору гастрономії та культури Закарпаття.

Перед вибором маршруту необхідно провести аналіз туристичного потенціалу регіону, зокрема, визначити популярність та рейтинг закладів громадського харчування, наявність місць для дегустацій та організації майстер-класів, а також культурних та історичних пам'яток, які можуть бути цікавими для учасників туру.

Вибір маршруту туру залежить від інтересів і кількості вільного часу. Ось кілька факторів, які слід враховувати при виборі маршруту туру:

- **Інтереси:** необхідно визначити, що потрібно побачити та відчувати під час подорожі. У випадку, коли цікавить природа та активний відпочинок, пропонують маршрут, який пролягає через Карпатські гори, із зупинками біля озера Синевир та водоспаду Шипіт. Якщо цікавить історія та архітектура, більш привабливим є маршрут, який включає в себе Ужгородський замок, замок Паланок та замок Сент-Міклош.

- **Час:** необхідно визначити, скільки часу є для подорожі. Якщо маршрут розраховано на кілька днів, найкращим буде короткий маршрут, який охопить декілька основних моментів. Якщо буде більше часу, то можливо охопити більшу територію або провести більше часу в кожному місці.
- **Транспорт:** у випадку коли турист планує подорожувати автомобілем, то він має більше гнучкості та зможе подолати більшу відстань. Якщо планується використовувати громадський транспорт, потрібно обирати пункти маршруту, до яких легко дістатися поїздом або автобусом.
- **Проживання.** У випадку, коли заплановано розміщення в одному центральному місці, тому створюють радіальний маршрут (наприклад Ужгорода або Мукачева), та передбачити одноденні поїздки до прилеглих пам'яток. Якщо планується пересування та розміщуватися в кількох місця, потрібно спланувати маршрут щоб уникнути повторів пунктів відвідування.
- Також важливо забезпечити належний рівень комфорту та безпеки для учасників туру. Це можна забезпечити використанням транспортних засобів високої якості, розрахунком оптимального режиму подорожі та врахуванням умов проживання та харчування.

Загалом, планування маршруту є складним та відповідальним завданням, яке потребує високого рівня професіоналізму та досвіду в організації еногастрономічних турів. Він визначає успіх туру та задоволення його учасників.

Вибір закладів громадського харчування є одним з найважливіших етапів організації еногастрономічного туру, оскільки від якості харчування та сервісу залежить враження та задоволення учасників туру. До ключових причин можна віднести необхідність забезпечити:

1. Кулінарне задоволення, яке повинен отримати туристі забезпечують заклади громадського харчування. Важливими є якість та різноманітність страв, які пропонують учасникам туру. Гарна їжа та

унікальні страви регіональної кухні збагачують культурний досвід туристів та створюють позитивні спогади.

2. Автентичність: Вибір місцевих традиційних ресторанів і кафе дозволяє туристам насолоджуватися аутентичною атмосферою та стравами, які відображають місцеву культуру та спадщину. Це створює більш глибокий іммерсивний досвід туру та допомагає підтримувати місцеву громаду.

3. Якість обслуговування: Заклади громадського харчування впливають на загальний рівень обслуговування туристів. Добре обслуговування, професіоналізм персоналу та гостинність сприяють задоволенню учасників туру та створюють позитивне враження про регіон.

4. Гастрономічний маркетинг: Заклади громадського харчування можуть використовувати маркетингові стратегії для привертання туристів і просування місцевої кухні. Вони можуть використовувати стильний дизайн, унікальні кулінарні пропозиції та історії, щоб привернути увагу туристів і залучити їх до своїх закладів.

5. Економічний вплив: Вибір закладів громадського харчування може мати економічний вплив на регіон. Підтримка місцевих ресторанів і кафе сприяє розвитку туризму та створенню робочих місць для місцевих жителів.

Отже, вибір закладів громадського харчування є важливим аспектом еногастрономічного туризму, оскільки він впливає на задоволення та враження туристів, а також на підтримку місцевої культури і економіки. При плануванні туру необхідно враховувати еногастрономічний профіль регіону та обирати заклади, де готують страви з місцевих інгредієнтів та використовують традиційні рецепти. Такі заклади дозволяють учасникам туру не тільки спробувати страви, а й дізнатися про місцеві кулінарні традиції та історію їх створення.

Потрібно постійно здійснювати моніторинг закладів харчування в Інтернеті та звертати увагу на відгуки, в яких згадується якість їжі, обслуговування та загальні враження. Тому при виборі закладів харчування

потрібно користуватися різноманітними джерелами інформації, такими як сайти та довідники ресторанів та кафе, відгуки туристів на соціальних мережах, спеціалізовані сайти з оглядами закладів громадського харчування.

Також потрібно звертатися до місцевих експертів з гастрономії та туризму, які зможуть надати рекомендації щодо кращих місць для дегустації страв та напоїв. Важливо звертати увагу на тип закладу: існує багато різних типів закладів громадського харчування, включаючи вишукані ресторани, кафе, бістро та вуличні торговці їжею. Потрібно враховувати до яких клієнтів підходить який тип закладів. Вибір закладів громадського харчування повинен бути здійснений з урахуванням бюджету туру та можливостей учасників. Важливо попередньо зазначити вартість страв у закладах та домовитися про умови сплати рахунку.

Також часто представники туристичних компаній часто звертаються до закладів громадського харчування з пропозицією про співпрацю, наприклад, про участь у турі як партнера. Така співпраця може допомогти знизити витрати на проведення туру та забезпечити якісне та незабутнє харчування для учасників. Під час вибору закладів громадського харчування необхідно також звернути увагу на їх місцезнаходження та доступність для транспортування учасників туру. Заклади повинні бути зручно розташовані на маршруті туру, щоб не витратити занадто багато часу на дорогу.

Отже, вибір закладів громадського харчування є важливим етапом підготовки еногастрономічного туру, оскільки якість харчування та сервісу має велике значення для враження та задоволення учасників. Необхідно враховувати гастрономічний профіль регіону, індивідуальні потреби та бажання учасників, бюджет туру та можливості партнерів з громадського харчування.

Організація дегустацій продуктів та напоїв є не менше важливим елементом еногастрономічного туру, оскільки дозволяє учасникам спробувати та оцінити місцеві гастрономічні шедеври, познайомитися зі смаками та ароматами регіону.

Зазначимо, що організація дегустації передбачає підготовку до неї. Перед дегустацією слід познайомити учасників з продуктом та його історією, особливостями виробництва та способом приготування. Також звертають увагу на властивості продукту, наприклад, колір, аромат, текстуру, смакові властивості. Важливо надати учасникам можливість задавати питання про продукт або напій та забезпечити додаткову інформацію.

Складові успішної дегустації їжі та напоїв наведені на рис.2.3

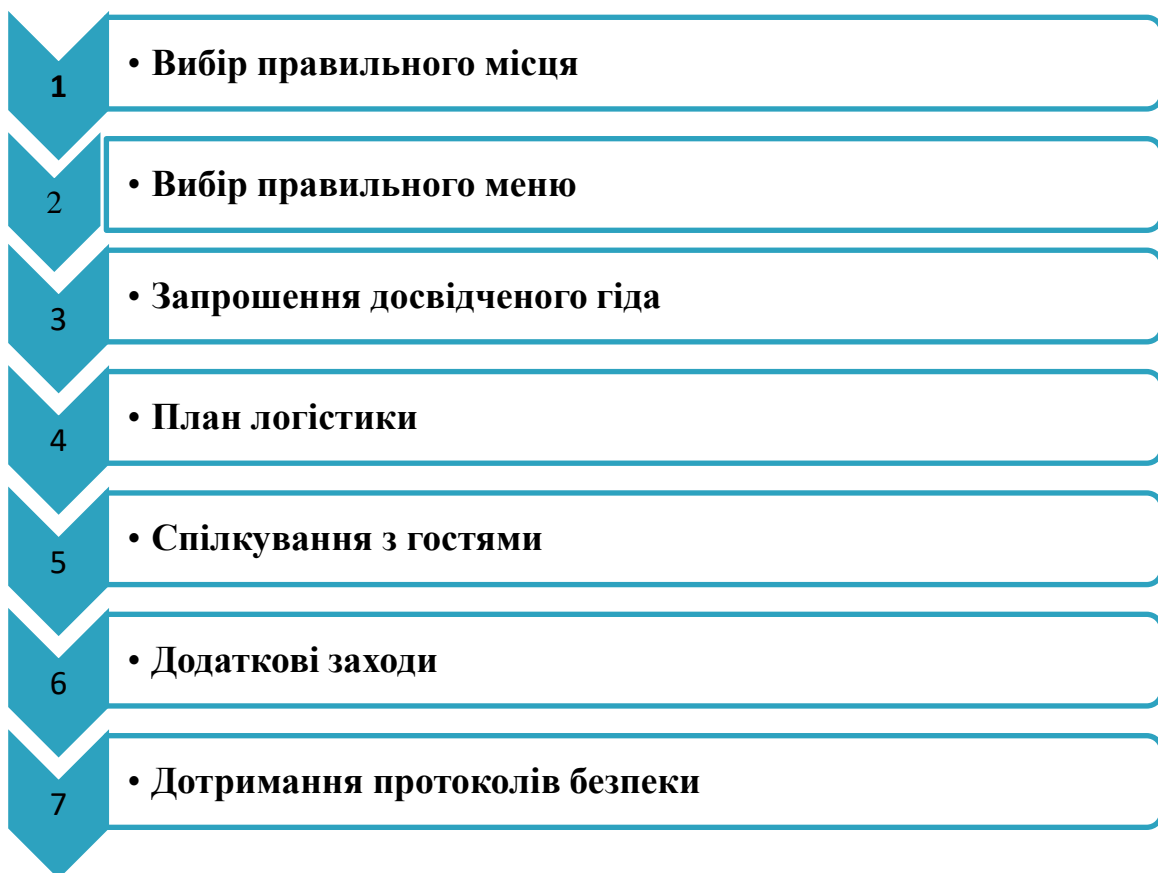


Рис.2.3 Складові успішної дегустації

Розглянемо детально важливі складових організації успішної дегустації:

- Вибір правильного місця: Місце проведення дегустації має бути зручним, просторим і легко доступним для ваших гостей. Необхідно організувати оренду приватного залу чи відкритого простору у ресторані, виноробні чи пивоварні. Також можливо розглянути можливість проведення дегустації на місцевому ринку чи фестивалі їжі.

- Вибір правильного меню: необхідно обирати меню, яке демонструє місцеві фірмові страви та сезонні інгредієнти регіону. Також важливо пропонувати різноманітні страви та напої, щоб задовольнити різні смаки та дієтичні обмеження.

- Запрошення досвідченого гіда: досвідчений гід може надати інформацію про історію та виробництво страв і напоїв, а також поради щодо їх поєднання та дегустації. Також потрібно розглянути можливість запрошення місцевого експерта з їжі та напоїв або екскурсовода для проведення дегустації.

- План логістики. Необхідно запланувати логістику заздалегідь, наприклад транспортування, бронювання та оренду обладнання. Переконайтеся, що у вас достатньо скляного посуду, приладдя для нервування та інших речей, щоб розмістити гостей.

- Спілкування з гостями: необхідно повідомляти деталі дегустації, включаючи меню, час, місце та будь-які спеціальні інструкції чи вимоги. Також вадливо заздалегідь з'ясувати у гостей про будь-які дієтичні обмеження чи алергію, щоб переконатися, що меню можна налаштувати відповідно до їхніх потреб.

- Запропонувати додаткові заходи: подумати про додавання додаткових заходів, щоб покращити враження від дегустації, таких як кулінарні демонстрації, екскурсії з гідом або жива музика.

- Дотримання протоколів безпеки: важливо переконатися, що ви дотримуєтеся всіх протоколів безпеки, включаючи соціальне дистанціювання, носіння масок і дезінфекцію обладнання та поверхонь. Перевірте місцеві правила та вказівки, щоб переконатися, що ви їх дотримуєтеся.

Під час дегустації необхідно враховувати особливості кожного продукту та напою. Наприклад, вино може вимагати додаткового часу для оцінки аромату та смаку, тоді як молочний продукт може бути менше в порції, щоб учасники не відчували перенасиченість.

Окрім цього, необхідно враховувати індивідуальні характеристики та потреби учасників туру. Наприклад, якщо в групі є люди з певними алергічними реакціями або харчовими обмеженнями, слід підготувати альтернативні продукти або напої для них.

Також варто звернути увагу на послідовність дегустації. Зазвичай рекомендується починати з легких та делікатних продуктів, наприклад, овочів, фруктів або білих вин. Потім можна перейти до більш насичених та складніших продуктів, наприклад, червоних вин або м'ясних страв. Останнім етапом можуть бути десерти або кава. Організація дегустацій продуктів та напоїв є важливим етапом еногастрономічного туру, який дозволяє учасникам не тільки познайомитися з місцевою кухнею, але й насолодитися її смаком та ароматом.

Промоція та маркетингові аспекти туру. Промоція та маркетингові аспекти є важливою складовою еногастрономічного туру, оскільки вони допомагають залучити увагу потенційних клієнтів та привернути їх до участі в турі. Розглянемо детальніше кожен з аспектів:

1. Створення сайту туру. Сайт може містити інформацію про програму туру, маршрути, заклади громадського харчування та продукти, які будуть дегустуватися, фотографії та відео з попередніх турів, відгуки клієнтів та контактну інформацію для замовлення туру. Необхідно також пам'ятати про цифровий маркетинг. Створення сайту, на якому буде представлений тур, з використанням SEO-стратегії, може значно збільшити кількість клієнтів.

2. Використання соціальних мереж. Соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram, Twitter та інші, можуть бути використані для промоції туру та залучення нових клієнтів. Наприклад, можна опублікувати фотографії з попередніх турів, відео з дегустацій, а також актуальну інформацію про нові програми та послуги. Крім того, слід звернути увагу на медійну промоцію. Це може бути включення туру у відповідні статті та блоги про гастрономічний туризм, а також залучення місцевих телеканалів та радіостанцій для популяризації туру. Співпраця з блогерами та

інфлюенсерами, які займаються темою гастрономічного туризму, також може бути дуже ефективним засобом промоції.

3. Рекламні банери та флаєри. Рекламні банери та флаєри можуть бути розміщені в туристичних офісах, готелях, ресторанах та інших місцях, що відвідують туристи. Це допоможе залучити увагу до туру та збільшити свідомість про його існування.

4. Партнерські програми можуть допомогти привернути до участі в турі нових клієнтів, а також залучити потенційних партнерів-ресторанів та винних кельярів, які можуть бути включені до маршруту туру. Для цього можна запропонувати співпрацю, що включає спільну рекламну кампанію, знижки та інші вигоди для партнерів та клієнтів.

5. Онлайн-бронювання та оплата. Для зручності клієнтів, варто забезпечити можливість онлайн-бронювання туру та оплати за нього. Це допоможе скоротити час та зменшити витрати на організацію туру.

6. Система відгуків та рейтингів є важливим елементом промоції туру. Клієнти, які вже були на турі, можуть залишити свій відгук про досвід, який вони отримали. Це може бути відгук про якість продуктів та напоїв, професіоналізм гіда, якість обслуговування в ресторанах та готелях, а також загальний враження від туру.

Збір відгуків та рейтингів можна здійснювати через різноманітні онлайн-платформи, такі як TripAdvisor, Google Maps. Також можна збирати відгуки у формі заповнення анкети на паперовому носії.

Отримані відгуки і рейтинги можуть бути використані для покращення якості туру, а також для промоції туру. Позитивні відгуки можуть бути використані в рекламних матеріалах, на сайті туристичної компанії та соціальних медіа, щоб залучити більше клієнтів. Негативні відгуки можуть бути використані для вдосконалення якості туру та уникнення подібних помилок у майбутньому.

Варто зазначити, що ефективність промоції туру залежить від правильно побудованої стратегії, уважної аналітики ринку та потенційної аудиторії.

Крім того, важливо розуміти, що еногастрономічний туризм - це поєднання гастрономічного досвіду та культурно-туристичного відпочинку, тому промоція туру повинна бути спрямована на презентацію цих унікальних характеристик.

Успішна реалізація еногастрономічного туру вимагає взаємодії з різними партнерами, такими як заклади громадського харчування, виробники продуктів харчування, туристичні агентства та інші зацікавлені сторони. Важливо встановлювати довгострокові партнерські взаємовідносини, що допоможе забезпечити якісний та насичений досвід для учасників туру.

Промоція та маркетингові аспекти туру є важливими елементами для привертання туристів та підвищення популярності еногастрономічного туру.

На рис. 2.4 наведені ключові аспекти промоції та маркетингу туру:

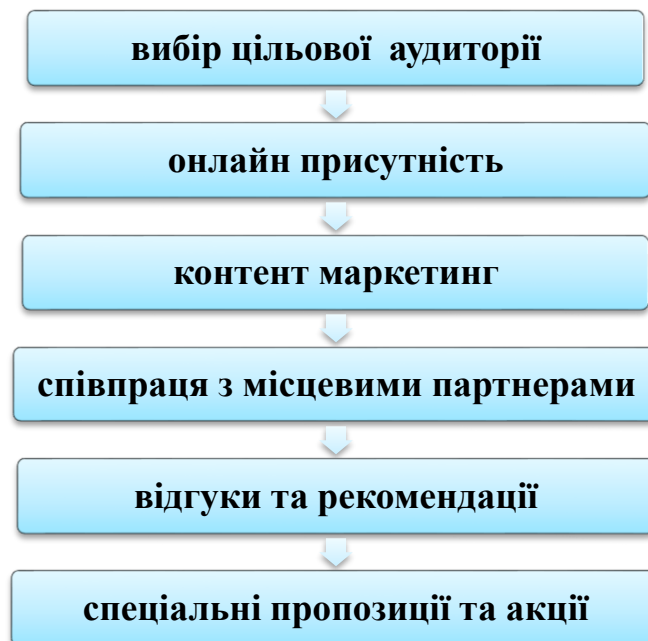


Рис. 2.4. Складові промоції та маркетингу туру

Джерело: складено автором

1. Цільова аудиторія: Визначення цільової аудиторії допомагає зорієнтуватися на конкретні сегменти ринку. Наприклад, спрямувати свої зусилля на гурманів, любителів вин, культурні або природні об'єкти.

2. **Онлайн-присутність:** Створення веб-сайту або лендінгу для туру дозволить презентувати його особливості, включаючи маршрути, кулінарні пропозиції, фотографії та відгуки. Також варто здійснювати просування у соціальних мережах, спілкуватися з потенційними клієнтами.

3. **Контент-маркетинг:** Створення цікавого та корисного контенту, такого як блоги, статті, відео та інфографіка, допоможе привернути увагу аудиторії. Розповіді про місцеву кухню, рецепти, історії про місцеві продукти та традиції можуть бути привабливими для туристів.

4. **Співпраця з місцевими партнерами:** Встановлення партнерських відносин з місцевими ресторанами, виноробними підприємствами, фермерськими ринками, виробниками страв та напоїв може допомогти отримати підтримку та розширити свою аудиторію.

5. **Відгуки та рекомендації:** Збір позитивних відгуків та рекомендацій від задоволених клієнтів може бути потужним інструментом промоції. Розміщення свідчень клієнтів на веб-сайті або в соціальних мережах туристичної компанії. Також важливою є співпраця з впливовими особистостями, які можуть рекомендувати тур своїм читачам.

6. **Спеціальні пропозиції та акції:** Залучення уваги потенційних клієнтів може бути досягнуто шляхом надання спеціальних пропозицій, знижок або акцій. Це може стимулювати більший інтерес і мотивувати людей обрати тур.

У наш час, зростання популярності гастрономічних подій та культурного туризму, еногастрономічні тури стають все більш актуальними. Дотримання високих стандартів якості та творчий підхід до розробки промоційної стратегії можуть допомогти забезпечити успішний запуск туру та його популярність серед туристів.

РОЗДІЛ 3. СТВОРЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО ТУРИСТИЧНОГО МАРШРУТУ НА ПРИКЛАДІ «ДОРОГИ ВИНА ТА СМАКУ»

3.1. Пропозиції розробки авторського маршруту

Для розробки еногастрономічного маршруту по Закарпаттю необхідно визначити територію, яка підходить для організації подібного туру. Закарпаття багате на різні гастрономічні страви, вина та інші напої, тому важливо відібрати ті регіони, де можна організувати дегустації, огляди винних підприємств, знайти ресторани з національною кухнею та традиційними стравами Закарпаття.

При розробці маршруту необхідно було врахувати, щоб туристи мали можливість побачити і відвідати винні підприємства та ресторанів, де можна скуштувати місцеві страви. Також важливо враховувати історичні та культурні пам'ятки регіону, які можуть бути цікавими для туристів та відчутти унікальну культуру їжі та вина краю.

Ось деякі з місць, які включено до маршруту:

- Мукачеве: це історичне місто відоме своїм прекрасним замком і традиційною вуличною їжею, такою як лангош (смажене у фритюрі тісто, заправлене часником, сиром і сметаною) і пиріг (солодка випічка, яка готується на відкритому вогні). Мукачево дійсно є одним з найцікавіших міст Закарпаття, яке пропонує відвідувачам не тільки красиві пам'ятки архітектури, але й незабутні смаколики. Один з головних символів міста - це Мукачівський замок, який був побудований у XI столітті. Замок слугував резиденцією угорських королів, а також фортецею для захисту міста від нападів ворогів. Сьогодні замок є однією з найбільших туристичних визначних пам'яток Закарпаття. Тут відбуваються екскурсії, культурні заходи та фестивалі. У Мукачеві також славляться своєю вуличною їжею. Лангош – це незвичайна страва, яка зіграла важливу роль в кулінарному житті міста. Ця смажена страва може бути заправлена різними інгредієнтами, такими як

часник, сир, сметана, ковбаса, салями тощо. Лангош можна скуштувати в різних місцях міста, але особливо смачно він готується на вулиці Корзо. Пиріг – це традиційна випічка, яка також популярна в Мукачеві. Ця солодка випічка готується на відкритому вогні і має безліч варіацій. До складу пирога можуть входити різні фрукти та ягоди, наприклад, яблука, вишні, сливи, а також горіхи, мед, цукор і спеції. Пиріг можна купити в різних кафе та випічку, які знаходяться по всьому місту.

- **Берегове:** Це місто славиться своїми термальними купальнями та винними погребами. Відвідайте одну з численних виноробень у цьому районі, щоб скуштувати місцеве вино Токаї, солодке біле вино, виготовлене з винограду, вирощеного на вулканічному ґрунті довколишніх гір. Крім винних погребів, Берегове має багато інших визначних місць. Один з них – замок Мікульчені, який був побудований в 14 столітті і є одним з найстаріших замків Закарпаття. Він знаходиться на вершині пагорба, звідки відкривається чудовий краєвид на місто та навколишні гори. Також у Береговому є можливість відвідати термальні купальні, де можна розслабитися та насолодитися терапевтичними властивостями місцевої води. Найбільш популярні купальні – "Жайворонок". У місті також є декілька музеїв, в тому числі Музей виноробства і виноградарства Закарпаття, де можна дізнатися про історію виробництва вина в регіоні та скуштувати різноманітні місцеві вина. Також у Берегове розташоване є багато ресторанів, де можна скуштувати місцеві страви та вина. Однією з найвідоміших є ресторан "Пава", де сервірують традиційні закарпатські страви з використанням місцевих інгредієнтів.

- **Ужгород:** це місто є культурним і адміністративним центром регіону, і воно відоме своїми красивими парками, історичною архітектурою та жвавою їжею. Туристи мають можливість спробувати місцеві фірмові страви, як банош (страва з кукурудзяного борошна з сиром, беконом і сметаною) і холодець (холодець). Також в Ужгороді є багато музеїв і галерей, що представляють місцеву культуру та історію. Одним з найвідоміших

музеїв є Музей мистецтв Закарпаття, який знаходиться в історичному замку Палац Палочі. Тут можна побачити колекцію картин, скульптур, меблів та інших творів мистецтва, які представляють культуру та історію Закарпаття. Також в Ужгороді є багато місць для прогулянок та відпочинку. Наприклад, Парк культури і відпочинку, що знаходиться на березі річки Уж, або Парк Шенборнів, який відомий своєю живописною природою та пам'ятками архітектури.

- **Виноградів:** це маленьке містечко розташоване в самому центрі виноробного регіону, де розташовані одні з найкрасивіших виноградників у цьому районі. Відвідайте місцеву виноробню, щоб скуштувати сухе біле вино з місцевого винограду Фурмінт. У Виноградіві також є багато інших цікавих місць, які варто відвідати. Наприклад, палац Шенборнів – один з найбільш розкішних палаців Закарпаття, який був збудований у XVIII столітті в стилі бароко. Палац має величезну територію, яку прикрашають сади та парки з численними різновидами рослин. Також варто відвідати музей виноробства і садівництва, де ви зможете дізнатися про історію виноробства в регіоні та познайомитися з різноманітними сортами винограду, які вирощуються тут. У музеї можна побачити різноманітні інструменти, які використовуються для вирощування винограду, а також для виготовлення вина. Зокрема, варто звернути увагу на місцевий сорт винограду – Фурмінт. Цей сорт дуже популярний серед місцевих виноробів і відомий своєю здатністю до зберігання. З нього виготовляють вино різної якості, від звичайного до найкращих сортів, які можна знайти в світі. Виноградів – це чудове місце для тих, хто цікавиться виноробством та хоче спробувати винні сорти, яких немає в інших країнах. Тут можна відвідати виноробні та винні погребі, скуштувати вина та познайомитися з місцевими виноробами, які радо розкажуть про свою роботу та дадуть поради щодо вибору вина.

- **Косино:** У цьому селі розташована традиційна ферма, яка виробляє одні з найкращих органічних сирів у регіоні. Відвідайте ферму, щоб побачити, як виготовляють сир, і скуштувати різні сорти, зокрема овечий,

коров'ячий і козячий. Крім ферми з виробництва сирів, в селі Косино є також дерев'яна церква святого Миколая, яка датується 1750 роком і є пам'яткою архітектури національного значення. Церква відрізняється своєю неповторною архітектурою та інтер'єром, оздобленим високоякісними різьбленими дерев'яними елементами. Крім того, в Косині можна прогулятися на свіжому повітрі, насолоджуючись красою навколишньої природи, і зустріти місцевих жителів, які з радістю поділяться з вами історіями та традиціями свого села. Також в Косині можна відвідати місцевий музей, де зібрана велика колекція різноманітних предметів, що розповідають про історію і культуру регіону. Крім того, село славиться своїми різноманітними фестивалями та святами, які проводяться протягом року і пропонують відвідувачам багато цікавих розваг та заходів.

- Шипіт: Це село відоме своєю традиційною українською кухнею, включаючи борщ (буряковий суп), вареники (вареники з картоплею, сиром або м'ясом) і деруни (картопляні млинці). Також у Шипіті можна відвідати місцеві ремісничі майстерні, де працюють майстри з різних галузей, таких як вишивка, кераміка, обробка дерева і ковальство. Тут можна придбати унікальні та автентичні подарунки для себе або для близьких. Крім того, село знаходиться в декількох кілометрах від природного заповідника "Шипіт", де можна побачити рідкісні види тварин і рослин, відвідати водоспади та відпочити в природі.

Пройшовши цей маршрут, ви зможете відчутти найкраще від закарпатської кулінарної та винної культури та відкрити для себе унікальні смаки цього регіону.

Запропонований авторський еногастрономічний тур по Закарпаттю триватиме 4 дні та його програма представлена у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Програма туру

Дата та час	Об'єкти відвідування
День 1	
10.00	Прибуття до Ужгороду та зустріч з гідом
12.00	Поселення в готель
13.00	Відвідання ресторану-музею «Деца у нотаря» на обід
15.00	Відвідання Музею народної архітектури та побуту в Ужгороді
17.00	Повернення до готелю та відпочинок
19.00	Дегустація у винному барі «СироВино»
21.00	Повернення до готелю та відпочинок
День 2	
9:00	Сніданок у готелі
10.00	Виїзд до села Нижнє Селище. Відвідання місцевих виноградників, такі як Стіна чи Лопатинський
11.00	Екскурсія виноградником ознайомлення з процесом виноробства. Дегустація місцевих вин, сиру та хліба
13.00	Переїзд до Виноградове
13.30	Відвідання ферми буйволів та знайомство з технологією виробництва сирів
14.00	Дегустація буйволячого та овечого сиру (дегустика триває 1 годину), також є можливість придбати свіже молоко, сметану, масло, кефір та йогурти, мед та фрукти
16.00	Повернення до готелю та відпочинок
19.00	Відвідання місцевого ресторану, наприклад "Panorama"
21.00	Повернення в готель та відпочинок
День 3	
9:00	Сніданок у готелі
10.00	Виїзд села Біла Церква, щоб відвідати місцевий фруктовий сад, наприклад Берегівські Фрукти або Орлівка
11.00	Відбувається огляд фруктовий саду та знайомство з процесом вирощування фруктів. Дегустація місцевих фруктів, таких як яблука, груші, сливи та вишні, та можливість поєднати їх з місцевим варенням і випічкою
13.00	Переїзд до міста Хуст на місцеву пивоварню
14.00	Огляд пивоварні знайомство з процесом виготовлення пива. Дегустація місцевого пива, наприклад темний ель, пшеничне пиво та медове пиво та поєднання їх із місцевими ковбасками та кренделями
16:00	Повернення в готель і відпочинок
19.00	У випадку проведення в місті фестивалів туристи відвідують

	цю локацію або вирушають на вечерю до місцевого ресторану, наприклад Медобори чи Старий Млин, меню яких пропонує традиційні страви та вина
21.00	Повернення до готелю та відпочинок
День 4	
9.00	Сніданок у готелі
10.00	Виїзд до села Рахів на місцевий лікєро-горілочаний завод, наприклад «Хлібний Дар» чи «Сихівська палітра».
11.00	11:00 – екскурсія по лікєро-горілочаному заводу та дізнайтеся про процес дистиляції. Спробуйте вибір місцевих алкогольних напоїв, таких як горілка (горілка), сливовиця (сливовиця) або настоянки з трав і фруктів
13.00	Повернення на обід у місцевий ресторан, наприклад Біля Фонтани.
17.00	Повернення в готелю і відпочинок
19.00	Відвідання місцевого винного бару, Gastrobar Nyamka та прощальна дегустацію вина, сирів та шоколаду
21.00	Повернення в готелю і від'їзд

У *перший день* після прибуття до м. Ужгорода, зустрічі з гідом та організації поселення у готель відбувається відвідання знакового місцевого ресторана-музею “Деца у нотаря” на обід. Це популярний серед туристів заклад, що представляє собою комбінацію ресторану та музею. На території закладу розміщені цікаві та гумористичні експонати, такі як статуетки, вивіски та плакати, що додають закарпатського колориту. Меню ресторану написано на закарпатському діалекті, а великий вибір страв включає у себе перші страви, м'ясні та овочеві нарізки, та другі страви, такі як закарпатські кийзлики, гурки та ковбаски. Відвідувачам рекомендують спробувати традиційне м'ясо - шовдарь, яке правильно закопчене. Заклад також пропонує можливість організувати харчування для великих туристичних груп.

Також заплановано відвідування Музею народної архітектури та побуту в Ужгороді, де можна дізнатися про традиційний побут та культуру Закарпаття. У музеї також є традиційна кав'ярня, де можна спробувати місцеву випічку та каву. Після повернення до готелю та відпочинку туристам пропонується відвідати місцевий винний бару, такого як “СироВина”, на дегустацію вина. СироВина є затишним баром, який розташований в

Ужгороді та пропонує смачну їжу, відмінне вино та широкий вибір алкогольних напоїв. Атмосфера бару та можливість попереднього бронювання робить можливим великим групам планувати свій візит до СироВина. Відбувається дегустація місцевих вин, таких як «Чизай», «Берегинське» та «Сухоничка», та їх поєднання з місцевими сиром та м'ясними виробами. Після дегустації туристи повертаються на нічліг в готель.

На *другий день* після сніданку в готелі заплановано виїзд до Нижнього селища та відвідання місцевих виноградників таких як Стіна чи Лопатинський. Здійснюється екскурсія винограднику та ознайомлення з процесом виноробства. А також за додаткову плату пропонується дегустація місцевих вин та сирів та хлібу.

Група переїжджає до м. Виноградове. У місцевості поруч з містом Виноградів та заповідною Чорною горою розташована ферма «Карпатський буйвіл», яка є домом для найпівнічнішої популяції буйволів у світі, яку старанно доглядають місцеві ентузіасти. На фермі можна побачити понад 30 карпатських буйволів, спробувати та придбати різноманітні види буйволячого та овечого сиру (дегуستاція триває 1 годину), а також купити свіже молоко, сметану, масло, кефір та йогурти. Туристи оглядають ферму, дізнаються про процес виготовлення сирів (бринза, овечий сир, копчений сир), місцевий медом і фрукти).

Після повернення до готелю та відпочинку заплановано відвідання вечері у ресторані, наприклад "Panorama". На вечерю пропонують кулеш, традиційного закарпатського супу з пшениці, картоплі та свинини, який поєднується з келихом місцевого білого вина, наприклад, «Настрія» чи «Ужгородське».

На *третій день* після сніданку заплановане відвідання села Біла Церква, щоб відвідати місцевий фруктовий сад, наприклад Берегівські Фрукти або Орлівка. Відбувається огляд фруктовий саду та знайомство з

процесом вирощування фруктів. Дегустація місцевих фруктів, таких як яблука, груші, сливи та вишні, місцевого варення і випічки.

Переїзд до м.Хуст та відвідання місцевої пивоварні та дегустація пива наприклад, «Варошське» або «Хустське». Огляд пивоварні та знайомство з процесом виготовлення пива. Дегустація місцевого пива, наприклад темного елю, пшеничного пива та медового пива та поєднання їх з місцевими ковбасками та кренделями. Після повернення до готелю та відпочинку, туристи вечорі вирушають до місцевого ресторану, наприклад Медобори чи Старий Млин. Меню пропонує традиційні страви: галушки (традиційної української страви, яка готується з невеликих вареників і подається з різними начинками, такими як смажене свиняче сало, сир або грибний соус) та місцевого червоного вина, наприклад Піно Нуар або Мерло. Також у випадку проведення в локації фестивалю туристи відвідують ці заходи.

У четвертий день після сніданку пропонується виїзд до села Рахів. на місцевий лікєро-горілочаний завод, наприклад «Хлібний Дар» чи «Сихівська палітра». Після екскурсії по лікєро-горілочаному заводу туристи мають можливість дізнатися про процес дистиляції та спробувати місці алкогольні напої, такі як горілка (горілка), сливовиця (сливовиця) або настоянки з трав і фруктів. Після повернення туристи відправляються на обід у місцевий ресторан, наприклад Біля Фонтани. У меню: шашлик (традиційна страва з м'яса, смаженого на шашлику на відкритому вогні) та келих місцевого пива чи квасу (безалкогольний напій із квасного хліба). Після обіду прогулянка містом, повернення до готелю та відпочинок. Ввечері відвідання до місцевого винного бару, як-от Gastrobar Nyamka, на прощальну дегустацію вина, сирів та шоколаду. Повернення в готель та нічний переїзд автобусом.

Отже, під час туру відбувається відвідання національних ресторанів Закарпаття, знайомство з історією та рецептурою національної кухні у відповідності до сезонів. Участь у приготуванні національних страв відвідання гастрономічних фестивалів та свят, відвідання кращих дегустаційних залів та крафтових підприємств.

3.2 Аналіз та оцінка ефективності проведення туру

Аналіз та оцінка ефективності проведення туру допоможе визначити, наскільки добре було сплановано тур, які були сильні та слабкі сторони та як можна поліпшити подальші тури. Оцінка ефективності проведення туру залежить від багатьох факторів, включаючи відгуки клієнтів, витрати на проведення туру та досягнення поставлених цілей.

Задоволеність клієнтів: одним із основних показників успішного туру є задоволеність клієнтів. Туроператори можуть збирати відгуки учасників, щоб оцінити якість їжі, напоїв і загальний досвід. Це можна зробити за допомогою опитувань, оглядів і платформ соціальних мереж.

Аналіз та оцінка ефективності проведення туру на Закарпатті включатимуть різні аспекти, такі як задоволення клієнтів, економічний вплив, збереження природних та культурних ресурсів.

Основні фактори, які можна врахувати при оцінці ефективності туру наведено на рис 3.1

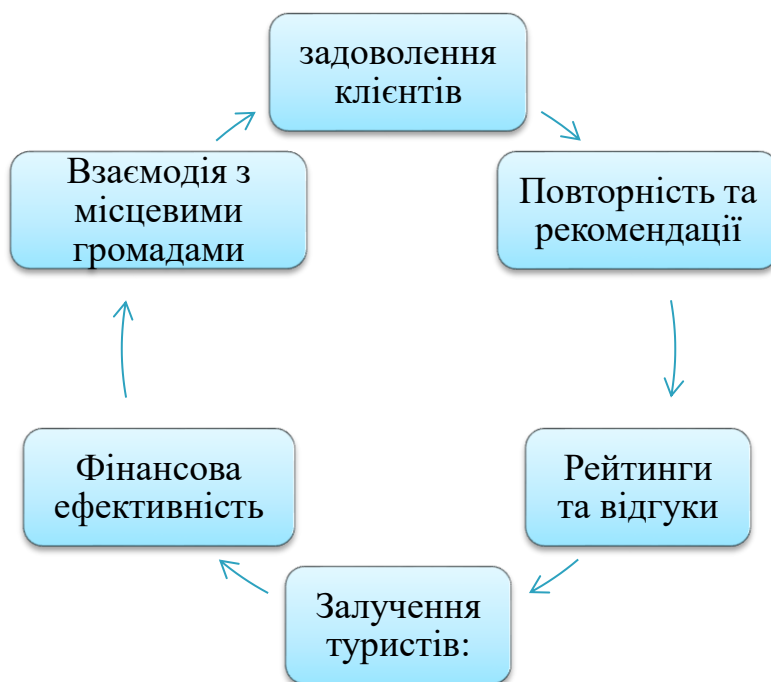


Рис.3.1. Основні фактори оцінки ефективності туру.

Джерело: складено автором

Розглянемо більш детально основні фактори оцінки ефективності туру::

1. Задоволення клієнтів: Здійснення опитування туристів, які брали участь у турі, для оцінки їхнього загального задоволення. Питання можуть стосуватися якості послуг, організації маршруту, харчування, екскурсійних програм та інших аспектів туру.

2. Рейтинги та відгуки: Аналіз рейтингів та відгуків про тур на різних туристичних веб-сайтах, соціальних медіа та форумах. Позитивні відгуки та високі рейтинги свідчать про задоволення туристів і можуть свідчити про успішність туру.

3. Повторність та рекомендації: Вивчення частоти, з якою туристи повторно обирають тури на Закарпатті, а також їхню готовність рекомендувати тур іншим. Висока повторність та позитивні рекомендації свідчать про задоволення туристів та ефективність туру.

4. Фінансова ефективність: Аналіз фінансових показників, таких як загальний дохід від туру, витрати на організацію та маркетинг, рентабельність. Це допоможе з'ясувати, наскільки успішно тур з точки зору економічних результатів.

5. Залучення туристів: Оцінка кількості туристів, які брали участь у турі, порівняно з планованими цілями та попередніми періодами. Якщо кількість туристів зростає або досягає цілей, це може свідчити про ефективну маркетингову стратегію та популярність туру.

6. Взаємодія з місцевими громадами: Оцінка взаємодії з місцевими громадами та підтримка їхньої економіки. Це може включати співпрацю з місцевими підприємцями, залучення до туру місцевих експертів та ремісників, сприяння збереженню традицій та культурної спадщини.

Аналіз цих показників допоможе зрозуміти ефективність проведення туру на Закарпатті та виявити сильні та слабкі сторони для подальшого покращення. Варто пам'ятати, що ефективність туру може бути суб'єктивною і варіюватися залежно від індивідуальних потреб туристів. Туроператори можуть оцінити ефективність туру, відстежуючи продажі турпакетів. Якщо

на тур є стабільний або зростаючий попит, це свідчить про те, що він успішний і привабливий для клієнтів. Повторення: якщо учасники задоволені туром, вони, швидше за все, бронюватимуть майбутні тури в того самого оператора або рекомендуватимуть його своїм друзям і родині. Повторний бізнес і рекомендації можуть бути хорошим показником ефективності туру.

Економічна ефективність: туроператори можуть оцінити економічну ефективність туру, порівнюючи отриманий дохід із витратами, понесеними на організацію та виконання туру. Визнання в галузі: якщо тур визнано та нагороджено галузевими асоціаціями, це може бути гарним показником його ефективності та якості. Підсумовуючи, ефективність еногастрономічного туру можна оцінити на основі задоволеності клієнтів, продажів, повторних операцій, економічної ефективності та визнання галузі.

Основною метою аналізу та оцінки ефективності проведення туру є з'ясування його успішності та визначення можливостей для поліпшення.

Для цього можуть бути використані наступні факти: кількість учасників туру; рівень задоволення учасників; повторність учасників; фінансові показники; рівень зацікавленості туристичних агентств; конкурентність.

Цілі туру	• Відображення основних цілей, які були визначені для туру.
Аудиторія	• Подання інформації про цільову аудиторію туру.
Маркетинг та промоції	• Вказівка на рекламні зусилля, використовані для привертання уваги до
Маршрут	• Відображення обраного маршруту туру та важливих елементів.
Послуги та активності	• Вказівка на основні послуги та активності в рамках туру.
Вартість	• Представлення вартості туру
Задоволення клієнтів	• Оцінка рівня задоволення клієнтів та отриманих відгуків.
Фінансові показники	• Аналіз економічних показників, таких як витрати та прибуток.
Покращення та рекомендації	• Вказівка на можливі шляхи покращення ефективності туру

Рисунок 3.2. Аналіз та оцінка ефективності проведення туру

3.3. Пропозиції щодо покращення еногастрономічних турів по Закарпаттю

Для покращення еногастрономічних турів по Закарпаттю можуть бути запропоновані наступні заходи:

✓ Розширення асортименту страв та напоїв: організатори туру постійно додають додати до програми нові ресторани та кафе, які пропонують унікальні місцеві страви та напої. Також можуть бути додані винні дегустації, на яких туристи зможуть познайомитися з винами різних виробників Закарпаття.

✓ Підвищення якості обслуговування: організатори туру можуть підвищити якість обслуговування у ресторанах та кафе. Це можна зробити шляхом проведення тренінгів для персоналу, а також забезпечення персоналу необхідними засобами захисту та гігієни.

✓ Рекламна кампанія: організатори туру можуть провести рекламну кампанію для збільшення своєї впізнаваності та залучення нових клієнтів. Це можна зробити шляхом розміщення рекламних оголошень на соціальних мережах, туристичних сайтах та форумах.

✓ Покращення транспортної інфраструктури: організатори туру можуть співпрацювати з місцевими перевізниками для забезпечення комфортабельного транспорту для туристів. Також можна забезпечити трансфер з аеропорту або залізничної станції для зручності туристів.

✓ Використання технологій: організатори туру можуть використовувати технології для полегшення організації та проведення туру. Наприклад, створення мобільних додатків для туристів, які містять інформацію про місця відвідування, ресторани та кав'ярні, рекомендації щодо страв та напоїв, а також ціни на послуги. Також можна вдосконалити програму туру, додавши більше елементів еногастрономічної культури, такі як майстер-класи з приготування місцевих страв, відвідування місцевих ринків та ферм. Такі додатки можуть містити детальні описи місць,

фотографії та рейтинги, що дозволить туристам швидко знайти потрібну інформацію та зробити свій вибір.

✓ Розвиток маршрутів: Розроблення різноманітних маршрутів, які охоплюють різні райони Закарпаття, з відвідуванням місцевих фермерських господарств, виноробних заводів, пивоварень, сироварень і місцевих ресторанів з національною та традиційною кухнею.

✓ Промоція місцевих продуктів: Поширення інформації про місцеві продукти харчування Закарпаття, такі як вино, мед, сир, м'ясо, фрукти та овочі. Організація дегустаційних заходів та презентацій для туристів, де вони можуть спробувати та купити ці продукти.

✓ Участь місцевих жителів: Залучення місцевих жителів до еногастрономічних турів, де вони можуть ділитися своїми знаннями про традиційні страви та процеси виробництва їжі. Це дозволить туристам отримати більш аутентичний досвід та сприятиме розвитку місцевої спільноти.

✓ Кулінарні майстер-класи: Організація кулінарних майстер-класів, де туристи матимуть змогу навчитися готувати традиційні страви Закарпаття під керівництвом місцевих шеф-кухарів. Це буде цікавою та освітньою активністю для туристів, яка поглибить їх знання про місцеву кухню.

✓ Партнерство з готелями та ресторанами: Співпраця з готелями та ресторанами, щоб вони пропонували спеціальні пакети еногастрономічних турів для своїх гостей. Це стимулюватиме попит на такі тури і допоможе залучити більше туристів до регіону.

✓ Збереження культурної спадщини: Запровадження заходів з охорони та збереження культурної спадщини Закарпаття, пов'язаної з їжею. Це може включати реставрацію традиційних кухонь, організацію фестивалів національної кухні та залучення експертів зі збереження кулінарних традицій.

✓ Розвиток інфраструктури: Забезпечення належної інфраструктури для еногастрономічних турів, такої як сучасні готелі, ресторани, кулінарні

лабораторії та ринки з місцевими продуктами. Це сприятиме комфортному перебуванню туристів та збільшить їх задоволення від поїздки.

✓ Окрім того, варто звернути увагу на створення більш інтерактивного досвіду для туристів, щоб зробити тур більш запам'ятовувальним. Наприклад, відвідування майстерень місцевих художників та ремісників, можливість спілкуватися з місцевими жителями та вивчати традиції їхнього життя.

✓ Крім того, можна підвищити якість послуг, запропонувавши більш різноманітні та цікаві екскурсії, що будуть відповідати інтересам туристів. Також варто звернути увагу на підготовку тургайдів та персоналу ресторанів та кафе, щоб вони мали достатні знання про місцеву кухню та культуру та могли належним чином передати цю інформацію туристам.

Отже, покращення еногастрономічних турів по Закарпаттю може бути досягнуте за допомогою впровадження нових технологій, більшого співробітництва з місцевими виробниками та туристичною галуззю, а також створенням більш інтерактивного досвіду для туристів. Ці пропозиції спрямовані на залучення туристів до Закарпаття та надання їм незабутнього досвіду, пов'язаного з місцевою кухнею та культурою. Розвиток гастрономічного туризму сприятиме розвитку туризму та місцевої економіки.

ВИСНОВКИ

На основі проведених досліджень та аналізу літературних джерел, автор дійшов наступних висновків щодо розвитку еногастрономічного туризму в Закарпатті:

1. Світовий туризм взяв тренд на відновлення. Згідно прогнозу аналітиків Euromonitor International, оновленому у 1-му кварталі 2023 р., очікується, що світові витрати на в'їзний туризм сягнуть 83% від своїх пікових рівнів 2019 р. та повністю відновляться до 2024 р. Глобалізаційні процеси, що відбуваються в світі, вплинули на розвиток сфери туризму в Україні. До початку широкомасштабного вторгнення Росії в Україну активно розвивалися спеціалізовані тури, серед яких були і гастрономічні тури.

2. Концепція розвитку гастрономічного туризму набуває поширення в світі та Україні. Гастрономія в туристичному значенні поєднує послуги, продукти, заходи, що акцентують увагу на кулінарні рецепти регіону і традиційні продукти. На сьогоднішній день, гастрономія є невід'ємною складовою знайомства з культурою, традиціями та побутом різних держав або регіонів. Саме вона охоплює традиційні цінності, які мають зв'язок з новими тенденціями в індустрії туризму: повага до традицій і культу, збереження автентичності, спосіб життя, культурне збагачення. Зараз до кулінарних або гастрономічних турів є підвищений інтерес серед туристів з країн високо розвинутих економік, а також в країнах з екзотичною кухнею. Еногастрономічний тур це новий туристичний продукт, продуманий комплекс заходів для дегустації традиційних в певній місцевості страв а також окремих інгредієнтів, які не зустрічаються у світі, також вимагає ретельного підходу до вибору місцевої їжі..

3. Туристичний потенціал Закарпаття базується на природному потенціалі Закарпаття (гірські ландшафти, річки, термальні джерела); культурній спадщині (регіон багатий на культурні пам'ятки, народні звичаї та традиції, архітектурні перлини та музеї), що створює можливості для культурного туризму, вивчення історії та місцевої культури та

еногастрономічному потенціалі (Закарпаття славиться своєю унікальною кухнею та виноробством). Гастрономічний туризм може привернути любителів смачної їжі та вин, які бажають познайомитися з місцевими стравами та традиціями. Також в регіоні складалася розвинута інфраструктура з готелями, ресторанами, туристичними агентствами та екскурсійними сервісами.

Подальший розвиток гастрономічного туризму на території Закарпаття базується на здійсненні активної маркетингової кампанії, використовуючи соціальні медіа, туристичні платформи та співпрацю з туристичними агентствами для просування туристичного потенціалу; подальшому розширенню туристичних послуг і активностей, таких як екскурсії, пригодницькі відпочинок, еко-туризм, спа-процедури тощо, допоможе привернути різноманітну аудиторію туристів; збереження природи та культурної спадщини та розвитку відповідного туризму; партнерстві та співпраці між туристичним підприємствами та місцевими підприємцями, для розвитку гастрономічного туризму та підтримці крафтових виробників, вдосконаленні інфраструктури гастрономічного туризму, яка включає в себе ресторани, кулінарні майстер-класи, виноробні, магазини страв та напоїв тощо.

4. Також, варто зазначити, що потрібно звернути увагу на популяризацію традиційної закарпатської кухні та напоїв серед туристів, наприклад, завдяки організації кулінарних фестивалів та виставок. Важливо забезпечити якість продуктів, які використовуються для готування страв та напоїв, зокрема, підтримуючи розвиток місцевих фермерських господарств та виноробних підприємств. Також розглядається можливість включення еногастрономічних елементів до існуючих туристичних маршрутів, а також створення спеціалізованих еногастрономічних маршрутів. Необхідно враховувати місцеві традиції і звичаї при розробці еногастрономічних маршрутів та програм, щоб зберегти культурну спадщину регіону та створити автентичний досвід для туристів.

5. Необхідно розвивати маркетингові стратегії та просування еногастрономічного туризму в Закарпатті на національному та міжнародному рівнях, зокрема, шляхом участі в міжнародних туристичних виставках та конференціях. Практика останніх років свідчить, що туристичні потоки зростають в тих регіонах, де на основі самобутніх традицій формуються спеціалізовані інтерактивні туристичні продукти: крафтова маршрути, фестивалі та світа. У Закарпатті є резерви для зростання гастрономічного туризму на основі інноваційного підходу при розробці пропозицій турпродукту.

6. В Україні та на території дестинації Закарпаття відбувається активне формування галузі крафтового виробництва та культура правильного споживання їжі та вина. Великі ресторани вже включають до своїх стратегій розвитку підтримку українських виробників. Відбувається реалізація регіональних проектів, спрямованих на розвиток гастрономічного туризму та крафтових виробництв. Однак ризики для розвитку крафтового виробництва залишаються високими. Створення малих підприємств з виробництва харчових продуктів, організації харчування і сімейних фермерських господарств дозволяє створити додаткові робочі місця. Важливим є той факт, що еногастрономічний туризм виконує не лише економічну функцію. Розвиток цієї галузі сприяє відновленню національних традицій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ

1. Бабенко Н. О. Еногастрономічний туризм як вектор розвитку туристичної галузі. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2019. Т. 2, № 1. С. 161-172.
2. Басюк Д. Еногастрономічний туризм в Україні: тенденції та перспективи розвитку. Сталий розвиток України: проблеми і перспективи. Кам'янець-Подільський : Медобори. 2016. С. 121-123.
3. Басюк Д.І. Теоретичні та прикладні аспекти формування дестинацій винного туризму: монографія. Монографія. Кам'янець-Подільський, 2014. 272 с.
4. Божук Т. І. Сучасний стан і перспективи розвитку винного туризму (на прикладі Закарпатської області). Туристична індустрія : сучасний стан і перспективи розвитку : матеріали 6 Міжнародної науково-практичної конференції, 28-29 квітня 2011 р., м. Луганськ. Вип. 6. Т. 2. Луганськ : ЛНУ ім. Т. Шевченка, 2011. С 171- 177.
5. Бурда В. Закарпаття: туристичний потенціал і перспективи розвитку. URL: <https://zakarpat-rada.gov.ua>
6. Винний і гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики. Монографія. За ред. Басюк Д.І. Вінниця. Едельвейс. 2017. 318 с.
7. Всё, что вы хотели знать о гастротуризме, но боялась спросить. Travel Hunter, 2018 URL: <http://thunter.ru/>
8. Годя В.М. Гастрономічний туризм Закарпаття: сучасний стан і перспективи. Географія і туризм. 2018 . Вип 48.С.45-48
9. Головне управління статистики у Закарпатській області. URL: http://www.uz.ukrstat.gov.ua/statinfo/turism/tur_potoki.pdf
10. Горянська О.В. Еногастрономічний туризм: сучасні тенденції та перспективи розвитку Географія і туризм. 2019 . Вип 52.С.143-150
11. Губич Є. М. Туристична географія України. Київ : Либідь, 2017. 384 с.

12. Державний комітет статистики України. Офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
13. Диденко В. М. Гастрономічний туризм як складова інфраструктури туристичної галузі. Економіка та держава. 2018. № 9. С.57-61.
14. Дишкантюк О.В., Власюк К.В. Гастрономічний туризм. Одеса. ОЛДІ-ПЛЮС, 2021. 106 с.
15. Дороги гурманів. 100 крафтових місць України.Гастрогід.К,2021.160 с.
16. Житкевич, О. В. Еногастрономічний туризм: сутність, види, переваги та перспективи розвитку. Стратегії підприємств. 2019.Т. 3, № 32. С. 134-140.
17. Заяць О.В. Етногастрономічна спадщина України. <http://www.gastrotur.ua>
18. Клішевич, О. В. Гастрономічний туризм як вектор розвитку туристичної галузі України. Науковий вісник НЛТУ України. 2017. Т. 27, № 3. С. 51-56.
19. Комарніцький І. О. Кулінарний туризм в Україні: стан і перспективи регіонального розвитку в контексті підготовки до ЄВРО 2012. 2011. Вип. 14. С.101-106.
20. Куліченко, О. В. Гастрономічний туризм як фактор розвитку туристичної галузі в Україні. Туризм: теорія і практика. 2018. Вип. 4 (16). С. 49-55.
21. Лоза В. Еногастрономічний туризм: теорія і практика. URL:www.ipro.kiev.ua.
22. Макарова Л.О. Еногастрономічний туризм: теорія та практика організації. URL: <http://www.gastrotur.ua>
23. Мальська М.П., Філь М.І., Пандяк І.Г. Гастрономічний туризм. К. Каравела. 2021. 314 с.
24. Маслов Е.С. Можливість розвитку винного туризму та готельного комплексу. Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. 2007. Т. 20 (59), № 1. С.102-107

25. Мінакова, Н. В. Еногастрономічний туризм як новий напрямок розвитку туристичної галузі. Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. Серія: Економічні науки. 2019. Вип. 1 (39). С. 121-127.
26. Мицко М.А, Закарпатська кухня. Ужгород. Патент. 2009. 252 с.
27. Новак, Т. І. Особливості розвитку еногастрономічного туризму в Україні. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Економіка. 2017. Вип. 1 (49). С. 93-96.
28. Олійник, Н. В. Гастрономічний туризм: зарубіжний досвід та його вплив на розвиток українського туризму . Туризм і країна. 2017. № 1. С. 14-17.
29. Омельницькая В.А. Современное состояние рынка услуг гастрономического туризма Украины. Экономические студии. 2018. №2. С.121-126.
30. Пінчук, І. В. Особливості використання страв національної кухні як чинника розвитку еногастрономічного туризму в Україні. Економічні науки. 2018. Вип. 1 (61). С. 78-82.
31. Рогальська О. Гастрономічний туризм в Україні: історія, сучасність, перспективи. URL: <http://www.gastrotur.ua>
32. Савченко, В. М. Еногастрономічний туризм як складова розвитку туристичної галузі. Економіка регіону. 2017. № 2. С. 178-185.
33. Серета, Н. М. Еногастрономічний туризм як фактор розвитку туристичної галузі. Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Серія : Економічні науки. 2017. № 6. С. 155-159.
34. Сливенко В. А. Шляхи активізації вітчизняного гастротуризму на міжнародному туристичному ринку. Ефективна економіка. 2019. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7054>
35. Шарова О.А. Гастрономічний туризм як чинник сталого розвитку. URL: Наукові здобутки молоді. К.НУХТ. 2014. Ч.3. с.235-238.

36. Шевченко О.Ю. Кулінарна культура в туристичній діяльності. URL: <http://www.gastrotur.ua>
37. Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., & Cambourne, B. (Eds.). (2003). Food tourism around the world: Development, management and markets. Routledge
38. Hall, C. M., & Page, S. J. (2006). The geography of tourism and recreation: Environment, place, and space. Routledge.
39. Getz, D. (2000). Explore wine tourism: Management, development and destinations. Cognizant Communication Corporation.
40. Global Report on Food Tourism. UNWTO, 2012. URL: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/food_tourism_ok.pdf
41. Mason, P. (2003). Tourism impacts, planning and management. Routledge.
42. Pearce, D. G. (1988). Tourist organizations: A functional analysis. Croom Helm.
43. Prideaux, B., & Carson, D. (2003). Wine tourism in Australia and New Zealand. *Tourism Review International*, 6(3), 119-132.
44. Timothy, D. J. (1997). Tourism and political boundaries. Routledge.
45. Uysal, M., & Hagan, L. (1993). Motivation of pleasure travel and tourism. In M. Uysal, L. P. (Eds.), *Tourism motivation: Theory and measurement* (pp. 1-15). The Haworth Hospitality Press.
46. World Food Travel Association (WFTA). URL: <http://worldfoodtravel.org>
47. What is Food Tourism ? Official web site World Food Tourism Association. URL: <http://www.worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism>.