

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА
ШЕВЧЕНКА ГЕОГРАФІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ КАФЕДРА КРАЇНОЗНАВСТВА
ТА ТУРИЗМУ

**Тема : « ВПЛИВ ЛОКАЛЬНИХ ГАСТРОНОМІЧНИХ ФЕСТИВАЛІВ
НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНУ »**

за спеціальністю: 242 Туризм
галузі знань: 24 Сфера обслуговування
за освітньо-професійною програмою: Туризм
на здобуття освітнього ступеня: Бакалавра

Кваліфікаційна робота бакалавра
здобувачки денної форми
навчання IV курсу
групи «Організація туристичної діяльності»
Осипенко Катерина Олексіївна

Науковий керівник:
Кандидатка географічних наук
Гринюк Діана Юріївна

ЗМІСТ

| | |
|---|-----------|
| ВСТУП..... | 3 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНИХ ФЕСТИВАЛІВ ЯК СЕГМЕНТУ ГОСТИННОСТІ | 7 |
| 1.1. Теоретичні аспекти дослідження гастрономічних фестивалів у туристичному розвитку регіону..... | 7 |
| 1.2. Організаційні та технологічні аспекти розвитку гастрономічних фестивалів..... | 10 |
| 1.3. Методика проведення дослідження..... | 15 |
| Висновок до розділу 1 | 18 |
| РОЗДІЛ 2. ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЛОКАЛЬНИХ ГАСТРОНОМІЧНИХ ФЕСТИВАЛІВ У ТУРИСТИЧНІЙ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНІВ СВІТУ ТА УКРАЇНИ..... | 20 |
| 2.1. Чинники розвитку гастрономічних фестивалів, історія їх виникнення і формування..... | 20 |
| 2.2. Гастрономічні фестивалі у системі гостинності регіонів держав світу: кращі досвіди. | 27 |
| 2.3. Стан розвитку гастрономічних фестивалів в Україні у довоєнний період та їх перспективи в умовах сучасних викликів. | 36 |
| Висновок до розділу 2 | 45 |
| РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДЦІЇ ТА ПРОЄКТНІ ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНИХ ФЕСТИВАЛІВ З УРАХУВАННЯМ КРАЩИХ ДОСВІДІВ..... | 47 |
| 3.1. Розробка гастрономічного фестивалю та проєктні пропозиції з метою просування стандартів української гостинності регіонів та брендингу України у світі | 47 |
| 3.2. Опитувальник та експертна оцінка відповідей респондентів з тематики дослідження..... | 52 |
| Висновок до розділу 3 | 60 |
| ВИСНОВКИ | 62 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ | 65 |
| <i>Додаток 1</i> | <i>72</i> |

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. У сучасному світі гастрономічний туризм стає одним із ключових чинників розвитку регіональної туристичної індустрії. Локальні гастрономічні фестивалі не лише популяризують традиційну кухню та культурну спадщину регіону, а й сприяють зростанню туристичних потоків, розвитку малого та середнього бізнесу, створенню нових робочих місць і формуванню позитивного іміджу території. З огляду на глобальні тенденції, такі фестивалі виступають інструментом сталого розвитку, оскільки стимулюють використання місцевих продуктів, підтримують локальних виробників і зменшують залежність від сезонного туризму. В Україні, яка має багатий гастрономічний спадок, потенціал розвитку гастрономічного туризму залишається високим, а фестивалі стають ефективним засобом залучення туристів не лише до великих міст, а й до менш відомих регіонів.

Дослідження впливу локальних гастрономічних фестивалів на туристичну привабливість регіонів є важливим з кількох причин. Передусім, такі події сприяють економічному зростанню, оскільки приваблюють туристів, стимулюють розвиток місцевого бізнесу та підвищують доходи у сфері гостинності. Водночас вони мають значний культурний вплив, адже популяризують традиційну кухню, сприяють відродженню локальних традицій і формують унікальний бренд регіону. Окрім цього, гастрономічні фестивалі відіграють важливу соціальну роль, активізуючи місцеві громади, створюючи нові можливості для мешканців та підвищуючи рівень їхньої залученості у розвиток регіону. Усе це сприяє зростанню конкурентоспроможності території, адже подібні заходи можуть стати її візитною карткою не лише на національному, а й на міжнародному рівні.

Метою дослідження є визначення та аналіз впливу локальних гастрономічних фестивалів на розвиток туристичної привабливості регіону, а

також обґрунтування їхньої ролі у формуванні позитивного іміджу території, залученні туристичних потоків і стимулюванні соціально-економічного розвитку.

Для досягнення мети було поставлено такі **завдання**:

1. Проаналізувати теоретичні засади гастрономічного туризму та його роль у розвитку регіонів.
2. Дослідити сутність та особливості локальних гастрономічних фестивалів як складової подієвого туризму.
3. Визначити основні фактори, що впливають на туристичну привабливість регіону, та оцінити роль гастрономічних заходів у цьому процесі.
4. Провести аналіз успішних гастрономічних фестивалів в Україні та за кордоном, виокремивши ключові чинники їхнього впливу на туризм.
5. Оцінити економічний, культурний та соціальний ефект гастрономічних фестивалів для місцевої громади та туристичної індустрії регіону.
6. Розробити рекомендації щодо підвищення ефективності використання гастрономічних фестивалів для зміцнення туристичної привабливості регіонів України.

Об’єкт дослідження: локальні гастрономічні фестивалі, їх сенси та впливи в регіонах.

Предмет дослідження: особливості формування, функціонування та поширення локальних гастрономічних фестивалів в контексті розвитку та пожвавлення економіки регіонів.

У процесі дослідження використано комплекс загальнонаукових, спеціальних та емпіричних методів:

- Аналіз і синтез – для опрацювання теоретичних джерел, класифікації підходів до гастрономічного туризму та виявлення основних тенденцій розвитку фестивалів;

- Порівняльно-історичний метод – для вивчення генези гастрономічних фестивалів у різних країнах світу та в Україні;
- Системно-структурний аналіз – для виявлення зв'язків між гастрономічною подією та туристичними потоками;
- Метод експертного оцінювання – для аналізу думок фахівців галузі щодо впливу фестивалів на регіональну привабливість;
- Метод проєктування – для формування власної моделі гастрономічного фестивалю, орієнтованої на просування стандартів української гостинності та регіонального брендингу.

Наукова новизна роботи полягає в системному узагальненні, аналізі та інтерпретації локальних гастрономічних фестивалів як ефективного інструменту підвищення туристичної привабливості регіонів. Уперше здійснено порівняльний аналіз досвіду організації гастрономічних фестивалів у різних країнах світу та в Україні, виділено чинники їхнього успішного функціонування, а також запропоновано комплексну модель проєктування гастрономічного заходу з урахуванням локальної ідентичності, брендингу регіону та викликів сучасності. Додаткову новизну становить залучення експертної оцінки та емпіричних даних опитування респондентів щодо впливу таких подій на туристичні потоки та споживчі переваги.

Практична значущість полягає в можливості застосування розроблених рекомендацій та проєктних пропозицій органами місцевого самоврядування, туристичними операторами, громадськими об'єднаннями та представниками сфери гостинності для формування ефективної стратегії розвитку локального туризму через проведення гастрономічних фестивалів. Представлена в роботі методика може використовуватись як інструмент аналітики для оцінювання ефективності вже існуючих фестивалів або для планування нових заходів. Результати можуть також бути використані в навчальних програмах у сфері

туризму, готельно-ресторанного бізнесу, маркетингу територій та культурного менеджменту.

Структура даної дипломної роботи складається з таких елементів як: вступ, три розділи з відповідними підрозділами, висновки та список використаних джерел (66 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 66 сторінок друкованого тексту.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНИХ ФЕСТИВАЛІВ ЯК СЕГМЕНТУ ГОСТИННОСТІ

1.1. Теоретичні аспекти дослідження гастрономічних фестивалів у туристичному розвитку регіону.

Гастрономічний туризм як сегмент культурного туризму розвивається надзвичайно динамічно, що зумовлено зростанням попиту на унікальні, автентичні враження та посиленням ролі культури споживання їжі у формуванні туристичних маршрутів. Гастрономічні фестивалі, як ключова форма прояву гастрономічного туризму, стали вагомим чинником у просуванні регіональних брендів, розвитку локальної економіки та підвищенні туристичної привабливості територій [18, с.170; 26, с.47].

Гастрономічний туризм, за визначенням Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму, – це подорожі, головною метою яких є занурення в автентичну культуру через їжу та напої. Це передбачає відкриття неповторних місць і їхніх традицій саме через призму місцевої кухні. У цьому контексті гастрономічні фестивалі виступають не лише платформою для презентації місцевих продуктів, але і простором для формування туристичного іміджу регіону.

На думку Г. Річардса, гастрономічні події сприяють зміцненню територіальної ідентичності, активізують міжсекторну взаємодію та сприяють соціальній згуртованості місцевого населення [52, с.34; 53]. З іншого боку, сучасна гастрономічна подія – це також інструмент маркетингу місця, який дозволяє позиціонувати регіон на туристичній мапі світу [30].

Особливу увагу в дослідженнях гастрономічних фестивалів приділяють питанню мотивації туриста. За результатами дослідження Е. Вільямса (2018),

основними мотивами участі у гастрономічних заходах є прагнення до нових смакових вражень, занурення в культуру, соціальна взаємодія та відчуття приналежності до спільноти [66, с.79].

У вітчизняному науковому просторі питання гастрономічного туризму вивчаються переважно з точки зору економіки, туризмознавства та культурології. Зокрема, І. А. Школяр зазначає, що гастрономічні фестивалі є ефективним інструментом популяризації локального кулінарного спадку та активізації внутрішнього туризму в Україні [25, с.84].

Важливим аспектом є також мультидисциплінарність підходу до дослідження гастрономічних фестивалів. Це явище вивчається з позицій економіки, соціології, культурології, урбаністики та маркетингу, що дозволяє комплексно оцінювати їхній вплив на розвиток регіону.

Ерік Вульф, засновник Міжнародної асоціації гастрономічного туризму, пропонує ширше розуміння: гастрономічний туризм – це прагнення знайти та насолодитися особливою, такою, що запам'ятовується, їжею та напоями, незалежно від відстані. За його словами, гастрономічним туристом можна бути як під час мандрівки до далеких країн, так і досліджуючи кулінарні особливості сусідньої вулиці, власного регіону, міста чи навіть району [65].

Комітет з туризму та конкурентоспроможності (Committee on Tourism and Competitiveness, CTC) ЮНВТО під гастрономічним туризмом має на увазі «вид туристичної діяльності, який характеризується досвідом відвідувача, пов'язаного з їжею і супутніми продуктами та заходами під час подорожі» [38].

Важливими чинниками розвитку такого виду туризму є гастрономічні свята та фестивалі, як туристичні атракції. Гастрономічний фестиваль – це щорічний популярний туристичний захід, покликаний познайомити гостей із гастрономічними особливостями регіону, з новими територіями, місцевою кухнею та локальними рестораторами, шляхом занурення в особливості місцевої кухні [4].

З огляду на свою специфіку, гастрономічний туризм відіграє важливу роль у розвитку місцевих туристичних напрямків, які в умовах децентралізації стають ключовими елементами конкурентоспроможності територіальних громад [3].

Згідно з Нікітчук Ю.О. гастрономічний туризм є дуже важливою складовою регіонального туризму. Дослідниця Кочеткова І.В. у своєму конспекті лекцій для студентів спеціальності 242 Туризм освітньої програми «Гастрономічний туризм», також притримується думки про те, що сфера гастрономічного туризму є невід'ємною частиною регіонального туризму [12; 13].

За даними Всесвітньої туристичної організації, 79% мандрівників планують свій маршрут, заздалегідь ознайомившись із календарем гастрономічних заходів та особливостями місцевої кухні. Для кожного третього туриста у світі національна кухня є ключовим фактором у виборі напрямку подорожі, а витрати на харчування становлять майже 30% від загального бюджету поїздки. У випадку гастрономічного туру ця частка може зрости до 50% і навіть перевищити цей показник [39].

Дослідження показують, що туристичний потік зростає в регіонах, де активно розвиваються спеціалізовані туристичні пропозиції, такі як фестивалі, конкурси та культурні заходи. Зокрема, гастрономічні події, кулінарні змагання та тематичні святкування можуть привертати увагу до гастрономічного туризму, відкриваючи нові можливості для малого бізнесу, виробників продуктів харчування та підприємств ресторанної сфери (HORECA). Це, своєю чергою, позитивно впливає на економічний розвиток як на місцевому, так і на загальнодержавному рівнях.

Проведення гастрономічних івентів дозволить залучати у регіони додатково значну кількість туристів та додаткових доходів. Крім того, формується платформа для взаємодії місцевої влади, бізнесу, мешканців міст і організаторів фестивалів, де обговорюються питання розвитку гастрономічного

туризму. Серед гастрономічних фестивалів та свят особливе місце займають заходи, присвячені національній кухні, вуличній гастрономії, а також окремим традиційним стравам. Такі події, конкурси та святкування сприяють формуванню туристичного іміджу міст, регіонів і навіть країни загалом. Відвідувачі під час цих заходів можуть скуштувати страви з місцевих продуктів, дізнатися більше про регіональні кулінарні традиції та особливості приготування й споживання їжі.

Гастрономічні фестивалі як форма подієвого туризму та розвитку ресторанного бізнесу сприяють популяризації місцевої культури, залученню туристів і стимулюванню економічного зростання регіону [17].

Отже, гастрономічні фестивалі виступають важливим чинником формування туристичної привабливості регіону, оскільки поєднують місцеву культуру, традиції й гастрономічну унікальність. Вони стимулюють внутрішній туризм, зберігають кулінарну спадщину й формують позитивний імідж території на туристичному ринку. А теоретичні аспекти гастрономічних фестивалів включають вивчення їх як соціокультурного явища, маркетингового інструменту, економічного чинника та засобу підвищення туристичної привабливості регіонів. Системний підхід до вивчення цих подій дозволяє глибше зрозуміти їхній потенціал у регіональному розвитку.

1.2. Організаційні та технологічні аспекти розвитку гастрономічних фестивалів.

Гастрономічні фестивалі є важливим інструментом розвитку туристичної галузі, сприяючи популяризації місцевої кухні, залученню туристів та економічному зростанню регіону. Успішне проведення таких заходів потребує ретельного планування, ефективно організації та використання сучасних технологій, що забезпечують комфорт для учасників і гостей. Організаційні та

технологічні аспекти є ключовими у процесі підготовки та реалізації гастрономічних фестивалів, оскільки саме від їх ефективності залежить якість заходу, його сприйняття туристами, економічна доцільність та можливість сталого розвитку події в майбутньому.

Організаційна модель гастрономічного фестивалю зазвичай включає:

- ініціатора або організатора (органи місцевого самоврядування, туристичні агенції, ресторани об'єднання, громадські організації);
- координатора проєкту (відповідального за стратегічне планування та контроль виконання);
- операційні команди (логістика, харчування, PR та маркетинг, волонтери, безпека тощо).

Успішні фестивалі передбачають широке партнерство між владою, бізнесом і громадськістю. Така тристороння взаємодія сприяє не лише фінансовій сталій основі фестивалю, а й активному залученню місцевих ресурсів, включаючи фермерів, виробників локальної продукції, рестораторів та митців [14, с.78].

Технологічна складова сучасних гастрономічних фестивалів активно розвивається та включає:

- диджиталізацію процесів реєстрації учасників та відвідувачів;
- використання QR-кодів для доступу до інформації про страви, походження продуктів, рецепти;
- системи безготівкової оплати;
- інтерактивні інсталяції та екрани для презентації продуктів, майстер-класів у режимі реального часу;
- онлайн-трансляції заходів на YouTube, Instagram або Facebook для розширення охоплення аудиторії.

Крім того, у зв'язку з останніми викликами, все більшої популярності набуває гібридний формат фестивалів, що поєднує фізичну присутність відвідувачів з онлайн-компонентом, дозволяючи туристам із інших регіонів брати участь дистанційно [42, с.8].

Ефективна організація гастрономічних фестивалів вимагає комплексного підходу. Важливу роль відіграє вибір локації, створення комфортної інфраструктури та забезпечення логістики, адже якісний сервіс безпосередньо впливає на рівень задоволеності відвідувачів. Крім того, фінансова підтримка від місцевої влади, спонсорів та комерційних партнерів є необхідною умовою для успішного проведення заходу. Використання цифрових технологій, зокрема онлайн-просування, електронних платежів та CRM-систем, допомагає покращити організаційні процеси та залучити ширшу аудиторію. Завдяки поєднанню цих факторів гастрономічні фестивалі стають потужним інструментом розвитку туризму та локальної економіки [10, с.42].

У сучасних умовах зростає потреба в сталому проведенні фестивалів, що передбачає:

- використання екоупаковки та повторно використовуваних матеріалів;
- сортування сміття;
- залучення місцевої громади, включаючи вразливі групи населення, до організації заходу;
- фокус на локальних продуктах, сезонності та біорізноманітті.

Організатори провідних європейських фестивалів (наприклад, "Taste of Amsterdam", "Terra Madre" у Турині) активно впроваджують принципи zero waste та соціальної інклюзії [31, с.217].

Комплекс організаційних заходів гастрономічного фестивалю. Підготовка гастрономічного фестивалю розпочинається зі створення організаційного комітету. До складу оргкомітету входять представники місцевої влади,

департаментів культури та туризму, підприємці гастрономічної сфери, ресторатори, виробники локальних продуктів, а також партнери та спонсори заходу. Основним завданням оргкомітету є розробка концепції фестивалю, координація його проведення та взаємодія з учасниками [11, с.7].

Одним із ключових документів, який регламентує організацію заходу, є положення про гастрономічний фестиваль. Це офіційний документ, що визначає основні правила, порядок проведення та організаційні аспекти заходу.

Положення обов'язково містить:

- **Назву та концепцію фестивалю** (тематика, ключові особливості, цільова аудиторія).
- **Мету проведення** (популяризація локальної кухні, розвиток гастрономічного туризму, підтримка місцевих виробників).
- **Терміни та умови участі** (дати проведення, місце, вимоги до учасників).
- **Категорії учасників** (ресторани, фермери, кулінари, виробники продуктів, туристичні компанії).
- **Програму фестивалю** (майстер-класи, дегустації, кулінарні змагання, гастрономічні лекції).
- **Критерії оцінки конкурсної частини фестивалю** (якщо передбачені кулінарні змагання).
- **Склад журі** (відомі шеф-кухарі, представники ресторанної сфери, гастрономічні експерти).
- **Номінації та нагороди** (найкраща страва фестивалю, найкращий локальний продукт, найкраще гастрономічне представлення).

Положення затверджується органами місцевого самоврядування або профільними департаментами, залежно від рівня фестивалю (регіональний,

національний, міжнародний), та реєструється в офіційних органах для відповідності всім нормам і вимогам.

Положення затверджується керівником відповідного органу культури в залежності від статусу фестивалю (регіональний, національний, міжнародний тощо) та реєструється в управлінні юстиції.

Важливо зазначити, що статус міжнародного фестивалю надається Міністерством культури та інформаційної політики України за поданням управлінь культури обласних державних адміністрацій; статус обласного фестивалю надається надається управліннями культури облдержадміністрацій за поданням районних та міських органів культури [22].

Джерела фінансування. Існує бюджетне та позабюджетне фінансування.

Один із способів розвитку культурно-дозвіллевої сфери полягає у залученні позабюджетних джерел фінансування. Для того щоб отримати такі кошти, важливо забезпечити позитивне сприйняття заходу, на який планується фінансування. Йдеться про створення привабливого іміджу події — її унікальності, підтримки громадськості та визнання. Велике значення при цьому має місія фестивалю: його суспільна цінність, призначення та роль у культурному житті. Ця інформація повинна бути чітко донесена до громади, медіа, влади та потенційних меценатів. Важливу роль у прийнятті позитивного рішення щодо фінансування проєкту відіграє також особистість того, хто веде перемовини зі спонсором. Його (або її) здатність налагодити ефективну комунікацію, привабливість, уміння переконувати та будувати довіру можуть суттєво вплинути на результат переговорів.

Дотримання чітко визначеного плану організації та реалізації фестивалю значно підвищує шанси на його успішне проведення. [22].

Отже, організація успішного фестивалю вимагає чіткого планування, координації з місцевими виробниками, якісного сервісу та ефективної промоції. Важливими є концептуальна унікальність заходу, врахування потреб цільової

аудиторії та забезпечення санітарно-гігієнічних стандартів. Усе це створює умови для якісного досвіду учасників, зміцнення іміджу регіону та підвищення його туристичної привабливості.

1.3.Методика проведення дослідження.

Для того щоб об'єктивно оцінити вплив локальних гастрономічних фестивалів на розвиток туристичної привабливості регіону, необхідно застосовувати методологічно виважений підхід. Оскільки дане явище є багатовимірним, ефективним є поєднання кількісних і якісних методів, що дозволяє дослідити як статистичні показники туристичної активності, так і суб'єктивні оцінки учасників подій. Такий комплексний підхід дозволяє виявити причинно-наслідкові зв'язки між проведенням гастрономічних заходів і туристичним розвитком регіону. Методика дослідження базується на принципах системності, об'єктивності, репрезентативності та наукової достовірності результатів.

Основна увага приділялася вивченню впливу локальних гастрономічних фестивалів на туристичну привабливість регіонів шляхом анкетування, збору та аналізу статистичних і якісних даних. У процесі дослідження обов'язково дотримується етичних норм: добровільна участь респондентів, анонімність, інформована згода на використання інформації в наукових цілях [24, с.56].

У процесі дослідження були використані такі методи:

- Аналіз та узагальнення наукової літератури з тем гастрономічного та подієвого туризму, культурної спадщини, територіального брендингу;
- Порівняльний аналіз досвіду організації гастрономічних фестивалів у різних країнах світу та в Україні;

- Систематизація та класифікація чинників впливу на туристичну привабливість.

Для отримання первинної інформації було проведено анкетне опитування респондентів із числа: організаторів гастрономічних фестивалів, відвідувачів таких заходів, експертів у галузі туризму та гостинності.

Етапи дослідження:

1. Підготовчий етап
2. Теоретико-аналітичний етап
3. Емпіричний етап (опитування, інтерв'ю, експертна оцінка)
4. Аналітико-інтерпретаційний етап
5. Проєктно-рекомендаційний етап

На підготовчому етапі було сформульовано:

- тему та мету дослідження (вивчити вплив локальних гастрономічних фестивалів на туристичну привабливість регіону);
- гіпотезу (гастрономічні фестивалі мають потенціал для посилення бренду регіону, залучення туристів та розвитку малого бізнесу);
- об'єкт дослідження — гастрономічні фестивалі як форма туристичної діяльності;
- предмет дослідження — особливості організації та вплив гастрономічних фестивалів на туристичну привабливість.

Також було визначено методи збору та аналізу даних, відібрано базу для аналізу.

У теоретико-аналітичному блоці було проведено:

- аналіз наукових джерел, присвячених гастрономічному туризму, фестивальній культурі, інструментам брендингу регіонів;
- вивчено зарубіжний та український досвід;

- систематизовано чинники туристичної привабливості, що корелюють з фестивальними подіями.

На емпіричному етапі було реалізовано опитування у формі Google Форми, що забезпечило зручність поширення та доступність участі для широкого кола респондентів. З анкетною можна ознайомитись завдяки Додатку 1 або перейшовши за посиланням:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSebnH7hQ_MYq_xACgr02R3Zhdi-iplZZSEWGrMDrfZ9VRpPzw/viewform

Мета опитування – з’ясувати думку респондентів щодо впливу гастрономічних фестивалів на туристичну привабливість регіону, оцінити рівень задоволеності відвідувачів, їхнє сприйняття фестивалів як туристичного продукту, а також виявити потенціал таких подій у розвитку локальних громад. Кількість респондентів – 31 особа.

Структура анкети включала:

- блок загальної інформації про респондента (вік, регіон, рід занять);
- питання про відвідування гастрономічних фестивалів;
- оцінку значущості фестивалів для розвитку регіону;
- питання про вплив подій на економіку, культуру та соціальну сферу;
- відкриті питання щодо побажань і рекомендацій.

Результати анкетування було оброблено за допомогою: статистичного аналізу (кількісне узагальнення відповідей, побудова діаграм, графіків); контент-аналізу відкритих відповідей та експертної оцінки.

Вибір анкетування як основного методу емпіричного дослідження зумовлений необхідністю збору великої кількості суб’єктивних думок у короткий термін і з різних регіонів України. Це дозволяє зробити висновки щодо рівня впізнаваності, якості організації та очікувань аудиторії щодо гастрономічних фестивалів [16, с.145].

На аналітико-інтерпретаційному етапі було:

- здійснено кількісний аналіз результатів опитування за допомогою автоматичної обробки результатів Google Forms;
- узагальнено експертні відповіді методом якісного аналізу;
- порівняно отримані дані з теоретичними положеннями.

Під час проектно-рекомендаційного етапу на підставі зібраних даних і висновків сформульовано:

- рекомендації для місцевих громад та туристичних департаментів щодо покращення фестивалів;
- модель локального гастрономічного фестивалю, що може бути масштабована;
- висновки щодо туристичної привабливості регіону та можливостей його брендування через гастрономію.

Отже, для дослідження впливу гастрономічних фестивалів доцільно використовувати комбінований підхід: анкетування, інтерв'ю, спостереження та аналіз статистичних показників. Такий підхід дозволяє комплексно оцінити соціальний, економічний та туристичний ефект від проведення локальних фестивалів. Запропонована методика дозволяє всебічно дослідити локальні гастрономічні фестивалі як складне соціокультурне та економічне явище. Поєднання кількісних і якісних методів створює цілісну картину впливу подій на туристичну привабливість регіону, дає змогу виявити потенціал подальшого розвитку фестивального туризму та сформулювати практичні рекомендації для організаторів і представників місцевої влади.

Висновок до розділу 1

У першому розділі дипломної роботи було розглянуто теоретико-методичні та організаційні аспекти дослідження локальних гастрономічних фестивалів як чинника підвищення туристичної привабливості регіонів. Аналіз наукових джерел у підрозділі 1.1 дозволив визначити гастрономічні фестивалі як ефективний інструмент культурного маркетингу, що не лише популяризує місцеву кухню, а й сприяє формуванню унікального туристичного іміджу території. Вони інтегрують гастрономію, традиції та емоційний досвід туриста, що є важливим чинником вибору туристичного маршруту.

У підрозділі 1.2 було охарактеризовано організаційні та технологічні умови реалізації таких заходів. Було з'ясовано, що успішне проведення локальних гастрономічних фестивалів базується на продуманому плануванні, участі місцевих виробників та рестораторів, активній комунікації із цільовою аудиторією через сучасні медіа. Важливими є також логістика, санітарно-гігієнічні вимоги та створення тематичної концепції фестивалю, яка б відображала автентичність регіону.

У підрозділі 1.3 обґрунтовано методіку проведення дослідження впливу локальних гастрономічних фестивалів на туристичну привабливість. Зокрема, доцільним є поєднання кількісних (анкетування, статистичний аналіз) і якісних методів (інтерв'ю з організаторами, учасниками, туристами; спостереження). Такий підхід забезпечує комплексне бачення ефекту, який справляє фестиваль на імідж регіону, рівень туристичного потоку та економічну активність.

Узагальнення отриманих теоретичних та методичних положень дозволяє зробити висновок про вагоме значення локальних гастрономічних фестивалів у розвитку внутрішнього туризму. Вони є не лише форматом дозвілля, а й потужним механізмом просування регіональної ідентичності та підвищення конкурентоспроможності території на туристичному ринку.

РОЗДІЛ 2.

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЛОКАЛЬНИХ ГАСТРОНОМІЧНИХ ФЕСТИВАЛІВ У ТУРИСТИЧНІЙ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНІВ СВІТУ ТА УКРАЇНИ.

2.1. Чинники розвитку гастрономічних фестивалів, історія їх виникнення і формування.

Фестивалі їжі – це яскраві свята, які об’єднують людей, щоб насолодитися кулінарними захопленнями, відзначити культурні традиції та підтримати дух спільноти. Ці події мають багату історію, яка охоплює тисячоліття, розвиваючись від стародавніх сільськогосподарських обрядів до сучасних гастрономічних феєрій.

Давнє походження гастрономічних фестивалів: ранні сільськогосподарські суспільства.

Фестивалі їжі мають глибокі історичні корені, що беруть свій початок із перших сільськогосподарських цивілізацій, де врожай відігравав ключову роль у виживанні громади. Урочистості, присвячені збору врожаю, були поширеним явищем і виконували не лише соціальну, а й ритуальну функцію. Вони слугували способом висловлення подяки за отримані плоди землі, а також мали на меті забезпечити сприятливі умови для майбутніх урожаїв. Ці святкування часто супроводжувалися спільними бенкетами, музичними та танцювальними виступами, а також ритуальними обрядами, спрямованими на задобрення божеств або духів, які, згідно з віруваннями, впливали на родючість землі [46; 47; 53].

Гастрономічні фестивалі в стародавніх цивілізаціях.

У стародавніх цивілізаціях фестивалі їжі тісно пов’язувалися з релігійними традиціями та сільськогосподарськими циклами. У Давньому Єгипті святкування, пов’язані з їжею, мали сакральне значення і часто відзначали

важливі природні явища. Одним із найбільш значущих був фестиваль Опет, що знаменував розлив Нілу – ключову подію для зрошення та родючості земель. Під час цього свята влаштовувалися масштабні бенкети, а частина їжі приносилася в жертву богам як подяка за врожай. У Стародавній Греції гастрономічні фестивалі також відігравали важливу роль у суспільному житті. Зокрема, Фесмофорії були присвячені богині родючості Деметрі та супроводжувалися ритуальними церемоніями, святкуваннями та жертвоприношеннями. У Римській імперії значну популярність мав фестиваль Сатурналії, що проводився на честь бога землеробства Сатурна. Це свято характеризувалося кількадедними бенкетами, ритуалами обміну дарами та загальним духом святкової свободи. Такі заходи не лише сприяли зміцненню суспільних зв'язків, а й відображали важливість гастрономічної культури в житті стародавніх цивілізацій [32; 34].

Середньовічні та ренесансні гастрономічні фестивалі: феодално-аграрні традиції.

У період середньовіччя гастрономічні фестивалі були тісно пов'язані з аграрним календарем і феодалною системою, що визначала соціальну структуру суспільства. Багато свят відзначали завершення важливих сільськогосподарських етапів, зокрема збору врожаю, та супроводжувалися спільними бенкетами, на яких селяни могли розділити їжу та напої. Одним із найбільш відомих середньовічних свят було «Свято дурнів», під час якого селяни отримували можливість тимчасово порушити сувору соціальну ієрархію, беручи участь у святкуваннях, що включали бенкети, театралізовані вистави та ритуальні перевдягання. Ще одним важливим заходом був «Harvest Home» – традиційне свято завершення збору врожаю, яке мало важливе соціальне значення та відзначалося спільними трапезами, музичними виступами й народними гуляннями. Такі фестивалі сприяли зміцненню соціальних зв'язків, відзначенню результатів важкої праці та збереженню традицій колективного святкування [35].

Релігійний вплив на середньовічні гастрономічні фестивалі.

Релігія відіграла ключову роль у формуванні традицій святкових трапез у середньовічному суспільстві. Багато релігійних свят супроводжувалися спільними бенкетами та ритуальними застіллями, що мали не лише духовне, а й соціальне значення, сприяючи зміцненню зв'язків між членами громади. У християнській традиції важливими гастрономічними подіями були Великдень і Різдво, які супроводжувалися щедрими святковими обідами, що символізували достаток і єдність родини. В ісламській культурі подібну роль відіграло свято «Ід аль-Фітр», яке відзначало завершення Рамадану та включало спільні трапези, що символізували вдячність і доброзичливість. В індуїзмі одним із найважливіших свят, пов'язаних із гастрономічними традиціями, є «Дівалі», під час якого відбуваються святкові застілля з акцентом на солодощі та обмін їжею як вияв поваги й благословення. Такі релігійні традиції формували культуру святкових гастрономічних заходів, яка згодом трансформувалася в сучасні фестивалі їжі [28].

Розширення та глобалізація.

Ранньомодерний період характеризувався активним розвитком міжнародної торгівлі, що значно вплинуло на гастрономічну культуру різних регіонів. Торговельні маршрути, такі як «Шовковий шлях» і торгівля спеціями, сприяли поширенню нових продуктів харчування та кулінарних традицій, інтегруючи іноземні впливи в місцеву кухню. Це привело до появи нових гастрономічних звичаїв та розвитку регіональних фестивалів їжі, де корінні традиції поступово поєднувалися з привнесеними елементами. Колоніальна експансія також відіграла значну роль у трансформації гастрономічних фестивалів. Європейські поселенці привносили свої кулінарні традиції до Нового Світу, де вони взаємодіяли з місцевими гастрономічними звичаями, спричиняючи утворення нових гастрономічних стилів. Це культурне злиття сформувало основу для багатьох сучасних гастрономічних фестивалів, що

відзначають унікальні поєднання різних кулінарних впливів та сприяють подальшій глобалізації [51].

Розвиток гастрономічних фестивалів в період XIX–XX століть.

XIX–XX століття стали періодом значних змін у проведенні гастрономічних фестивалів, що було зумовлено процесами індустріалізації та урбанізації. Стрімке зростання міст, розвиток транспортної інфраструктури та вдосконалення логістики сприяли підвищенню доступності таких заходів для широкої аудиторії. Гастрономічні фестивалі почали набувати більш організованого формату, що дозволило не лише популяризувати місцеву кухню, а й інтегрувати регіональні гастрономічні традиції в національні та міжнародні культурні процеси. У цей період активно розвивалися національні фестивалі їжі, які ставали платформою для демонстрації традиційних страв, а також інновацій у сфері кулінарного мистецтва.

Вплив Другої світової війни та розвиток гастрономічного туризму

Після Другої світової війни відбувся якісний стрибок у розвитку гастрономічних фестивалів, що значною мірою було пов'язано зі зростанням міжнародного туризму та прагненням мандрівників до автентичного гастрономічного досвіду. Фестивалі їжі перетворилися на важливий елемент туристичної індустрії, оскільки відображали особливості регіональної кухні та традиційні способи приготування страв. Окрему роль у популяризації гастрономічних фестивалів відіграли засоби масової інформації, зокрема друковані видання, телебачення та, згодом, цифрові платформи. Завдяки медійному висвітленню, відомі шеф-кухарі та гастрономічні експерти почали брати активну участь у таких подіях, що підвищило їхній престиж і статус. Таким чином, гастрономічні фестивалі не лише стали частиною культурного ландшафту різних країн, а й отримали комерційне значення, сприяючи розвитку ресторанного бізнесу та гастрономічного туризму [40].

Сучасні гастрономічні фестивалі: глобальне різноманіття та концептуальні напрями. Різноманіття тематик гастрономічних фестивалів у сучасному світі.

Сучасні гастрономічні фестивалі демонструють надзвичайну різноманітність форматів і тематичних напрямів, відображаючи багатогранність світових кулінарних традицій. Такі заходи стали платформою для популяризації як локальної, так і міжнародної гастрономії, привертаючи увагу різних аудиторій. Фестивалі вуличної їжі спрямовані на підтримку малих виробників, місцевих кухарів і незалежних ресторанів, що пропонують автентичні страви у невимушеній атмосфері. Водночас фестивалі високої кухні та вина орієнтовані на гурманів і любителів вишуканої гастрономії, пропонуючи ексклюзивні дегустаційні заходи, авторські страви від відомих шеф-кухарів та поєднання страв із добірними напоями. Важливу роль у розвитку гастрономічних фестивалів відіграють етнічні та культурні свята, що презентують кулінарні традиції окремих народів. Наприклад, святкування китайського Нового року включає традиційні ритуали приготування їжі та спільне святкове застілля, а індійський фестиваль «Холі» супроводжується особливими національними стравами, що символізують достаток і гармонію. Такі заходи не лише популяризують гастрономічну культуру різних країн, а й сприяють міжкультурному діалогу та глибшому розумінню традицій [59; 60].

Стійкість та місцеві продовольчі рухи у гастрономічних фестивалях.

Останні десятиліття характеризуються підвищеною увагою до екологічної свідомості та сталого розвитку, що безпосередньо вплинуло на тематику й організаційні принципи гастрономічних фестивалів. Поширення рухів «від ферми до столу» та «повільної їжі» сприяє популяризації локальних, органічних і екологічно чистих продуктів, що використовуються у приготуванні страв під час фестивалів. Сучасні гастрономічні заходи дедалі частіше зосереджуються на питаннях сталого сільського господарства, зменшення харчових відходів та

екологічних ініціатив. Фестивалі не лише демонструють кулінарні досягнення, а й стають платформами для обговорення проблем раціонального споживання, підтримки локальних фермерів та збереження біорізноманіття. Такий підхід сприяє формуванню нової культури харчування, що поєднує гастрономічні традиції з принципами екологічної відповідальності [19].

***Майбутні тенденції розвитку гастрономічних фестивалів.
Цифровізація та віртуальні гастрономічні фестивалі.***

Розвиток цифрових технологій відкриває нові можливості для організації гастрономічних фестивалів, сприяючи появі віртуальних форматів. Онлайн-дегустації, інтерактивні кулінарні майстер-класи та віртуальні гастрономічні тури дозволяють учасникам долучатися до заходів незалежно від їхнього географічного розташування. Використання доповненої та віртуальної реальності надає змогу зануритися в атмосферу фестивалю, відвідати ресторани та ринки різних країн, не виходячи з дому. Такі інноваційні підходи розширюють аудиторію гастрономічних фестивалів, роблячи їх доступними на міжнародному рівні. Крім того, цифрові платформи дозволяють організаторам взаємодіяти з учасниками у режимі реального часу, пропонуючи інтерактивний контент, прямі трансляції та персоналізовані кулінарні враження. У перспективі розвиток технологій сприятиме ще більшій інтеграції цифрових форматів у гастрономічний туризм та індустрію подієвих заходів [20].

Оздоровчі тенденції та популяризація здорового харчування.

Зростаючий інтерес до здорового способу життя безпосередньо впливає на тематику гастрономічних фестивалів, стимулюючи розширення асортименту страв, орієнтованих на здорове харчування. Все більшої популярності набувають фестивалі, присвячені веганській та рослинній дієті, органічним продуктам і екологічно чистому виробництву їжі. Такі заходи спрямовані на популяризацію збалансованого харчування, використання натуральних інгредієнтів та підтримку локальних фермерських господарств. Окрім гастрономічної складової, сучасні

фестивалі все частіше включають оздоровчі практики, поєднуючи кулінарні враження із заняттями йогою, медитацією та тематичними лекціями про харчування та самопочуття. Така інтеграція гастрономічних заходів із концепцією wellness відповідає актуальним суспільним запитам і сприяє формуванню нових підходів до гастрономічного туризму та фестивального руху. Таким чином, подальший розвиток гастрономічних фестивалів буде визначатися технологічними інноваціями та зростаючим інтересом до здорового способу життя, що сприятиме формуванню нових форматів кулінарних заходів та розширенню їхньої аудиторії [56].

Завдяки таблиці 2.1 можна ознайомитись з коротким описом етапів формування гастрономічних фестивалів та їх характеристиками.

Таблиця 2.1

Етапи формування гастрономічних фестивалів як явища

| Етап | Характеристика |
|-------------------------|---|
| Традиційно-культурний | Їжа як частина ритуалу, громади, релігії (ярмарки, обжинки, свята врожаю). |
| Комерціалізація | Поєднання харчових подій з ринковими відносинами, участь бізнесу. |
| Туристична орієнтація | Формування події як туристичного продукту, популяризація регіону. |
| Брендинг і глобалізація | Використання фестивалів як інструменту брендування і конкурентної переваги. |

Джерело сформовано автором за [19, 20, 28, 32, 35, 46]

Отже, історично гастрономічні фестивалі походять із сільськогосподарських суспільств, де відзначення врожаю мало ритуальне та соціальне значення. У стародавніх цивілізаціях вони були тісно пов'язані з

релігійними обрядами, а в середньовіччі перетворилися на частину суспільних традицій, що сприяли згуртованості громади. З розвитком міжнародної торгівлі та колоніалізму відбувалася інтеграція нових продуктів та кулінарних практик у локальні фестивалі, що збагачувало їхній зміст.

2.2. Гастрономічні фестивалі у системі гостинності регіонів держав світу: кращі досвіди.

Гастрономічні фестивалі стали ключовим елементом системи гостинності, популяризуючи місцеву кухню та залучаючи туристів. Дослідження кращих досвідів організації гастрономічних фестивалів у різних країнах світу є важливим для розуміння їхнього потенціалу у контексті розвитку туристичної галузі України та окремих її регіонів, що володіють багатим і різноманітним гастрономічним спадком. Сучасні тренди подієвого туризму свідчать про зростання попиту саме на гастро-тури і гастро-фестивалі як формати автентичного, емоційного й культурно насиченого відпочинку.

Фестивалі їжі виконують такі функції у системі гостинності:

- маркетингова – просування туристичних брендів території;
- культурна – збереження кулінарної спадщини;
- економічна – підтримка малого бізнесу та залучення інвестицій;
- соціальна – згуртування громади, створення позитивного іміджу.

За кількістю організованих гастрономічних свят та ярмарків у Європі лідирує Франція, чия національна кухня, до того ж єдина серед європейських, має статус об'єкта Всесвітньої нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО [9]. Французькі кулінарні символи, такі як круасани, профітролі, фуа-гра, рататуй, цибулевий суп та інші витончені наїдки, відомі в усьому світі. Другу позицію за цим показником займає Італія, яка також славиться багатством гастрономічних візитівок, починаючи від загальновідомої національної кухні й закінчуючи

окремими стравами, як-от піца, паста, різото та лазанья. Замикає трійку лідерів Іспанія зі своїми унікальними місцевими кулінарними досягненнями, серед яких паелья, хамон та гаспачо [5].

У багатьох європейських країнах, великою популярністю користуються фестивалі, присвячені м'ясу та дарам моря. Наприклад, в угорському місті Бекешчаба проходить найбільший у Європі фестиваль сосисок (Csabai Sausage Festival), який щорічно приваблює близько 70 тисяч відвідувачів. На цьому святі кулінари-професіонали та місцеві жителі демонструють свою майстерність у приготуванні сосисок, використовуючи як традиційні, так і власні унікальні рецепти [41].

У Нідерландах щороку відбувається свято оселедця чи свято прапорців (Vlaggetjesdag) [64], що знаменує собою початок сезону вилову оселедця; у Франції - свято морських гребінців (Fete de la Coquille) [45]; у Фінляндії - фестиваль салаки (RäimeWest) [36].

У Брюсселі, Бельгія, відбувається Брюссельський фестиваль фудтраків (Brussels Food Truck Festival) [33], який вважається найбільшою в Європі подією, що представляє вуличну їжу з різних куточків світу. Упродовж трьох днів свята близько сотні фудтраків частують та розважають понад 150 тисяч відвідувачів, а на завершення визначають та відзначають найкращих серед учасників.

Починаючи з 1810 року легендарний та найбільший фестиваль пива в усьому світі. Справжня культурна подія, яка щороку привертає увагу мільйонів поціновувачів пива. Цей фестиваль збирає туристів і мешканців Мюнхена на вулицях міста, щоб насолодитися справжнім баварським пивом, традиційною кухнею та численними розвагами. В останні роки організатори фестивалю намагаються змінити імідж Октоберфесту з найбільшої пивної світу до місця, де можна весело провести час усією сім'єю, що сприяє збільшенню туристичного потоку та, відповідно, зростанню доходів у сфері гостинності, включаючи готелі, ресторани та інші пов'язані сервіси, що позитивно впливає на економіку

приймаючої країни. Октоберфест – це 17 днів дегустації смачних сортів пива та знаменитих німецьких ласощів, таких як запашні брецелі, апетитне м'ясо, що шкварчить на рожні, та соковиті курчата-гриль. Щоб поринути в атмосферу цього масштабного гуляння, сюди з'їжджаються понад шість мільйонів гостей з усіх куточків планети, які за цей час випивають близько семи мільйонів літрів пінного напою [23].

В Італії щорічно протягом жовтня-листопада проводиться фестиваль білих трюфелів у Альбі (Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba) [37]. Регіон П'ємонт обґрунтовано вважається одним із провідних гастрономічних центрів Італії. Саме тут виник рух Slow Food, філософія якого базується на цінуванні простоти, натуральності та усвідомленого споживання продуктів, отриманих із природного середовища. Цей підхід передбачає насолоду від традиційних страв, приготованих із локальних інгредієнтів без надмірної кулінарної обробки. У П'ємонті, однак, навіть традиційна кухня набуває ознак високої гастрономії, що зумовлено наявністю унікальних регіональних продуктів, таких як трюфелі, які є символом кулінарної розкоші. Вина, зокрема Barolo та Barbaresco, що виробляються в цьому регіоні, займають провідні позиції у класифікації італійських вин і характеризуються як елітні, рідкісні та високоціновані у винному світі. Італія – країна для туристів, тут дуже багато готелів для відпочинку, часто проводяться дегустаційні тури та майстер-класи від шеф-кухарів. Її відвідують понад 100 тис. туристів щороку, включно з гурманами зі США, Франції, Японії.

Іспанія – фестиваль томатів «La Tomatina» у Буньолі [29]. Свято La Tomatina є щорічною подією, що відбувається в містечку Буньоль, розташованому поблизу Валенсії (Іспанія). Витоки цього заходу сягають 1940-х років, коли воно виникло як локальна ініціатива, однак з часом перетворилося на одну з найвідоміших і наймасовіших культурних розваг в Іспанії. Щороку подія приваблює тисячі учасників з усього світу, які збираються на вузьких вулицях

Буньола з метою взяти участь у так званій «томатній битві». У рамках цього заходу відбувається масове символічне кидання помідорів між учасниками, що супроводжується атмосферою карнавалу, колективного катарсису та ігрового безладу. Хоч і має елемент розваги, подія супроводжується вуличною їжею, традиційною паельєю, винами. Унаслідок дії формуються візуально яскраві сценічні ефекти, що привертають увагу ЗМІ та туристів, сприяючи формуванню туристичної привабливості регіону. Дана подія є яскравим прикладом того як зробити невелике місто відомим по усьому світу.

Фестиваль сиру в Рокфорі (Fête du Roquefort) у Франції є однією з найяскравіших гастрономічних подій Південної Франції, що щороку проходить у селищі Рокфор-сюр-Сульзон (з традиціями сироваріння понад 800 років), регіон Окситанія. Захід присвячений одному з найвідоміших французьких сирів із блакитною пліснявою — Roquefort, який має статус захищеного географічного зазначення (АОС) ще з 1925 року, що свідчить про його історичну та культурну цінність у національній гастрономії Франції. Фестиваль виконує не лише святкову, але й просвітницьку функцію. Програма включає екскурсії на сироварні, майстер-класи з дегустації, презентації технології виробництва Roquefort (зокрема використання цвілі *Penicillium roqueforti*, що вирощується у вапнякових печерах), зустрічі з виробниками та фермерськими кооперативами. Участь у заході беруть як локальні мешканці, так і численні туристи, що сприяє розвитку сільського туризму та підтримці місцевих традицій. Присутня тісна інтеграція з виноробним туризмом. Культурне значення фестивалю полягає в репрезентації французької моделі поєднання кулінарної спадщини з територіальною ідентичністю. Fête du Roquefort є прикладом того, як гастрономія може стати інструментом сталого розвитку сільських територій, зміцнення локальної економіки та збереження нематеріальної культурної спадщини [27].

Фестивалі, які проводяться у європейських країнах, такі як: Europejski Festiwal Smaku, Oktoberfest, RaineWest, Scuallopfest, Herring Festival, Csabai

Sausage Festival, Fête du Roquefort, Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba, La Tomatina, представлені на карті (рис.2.1) розробленій автором.

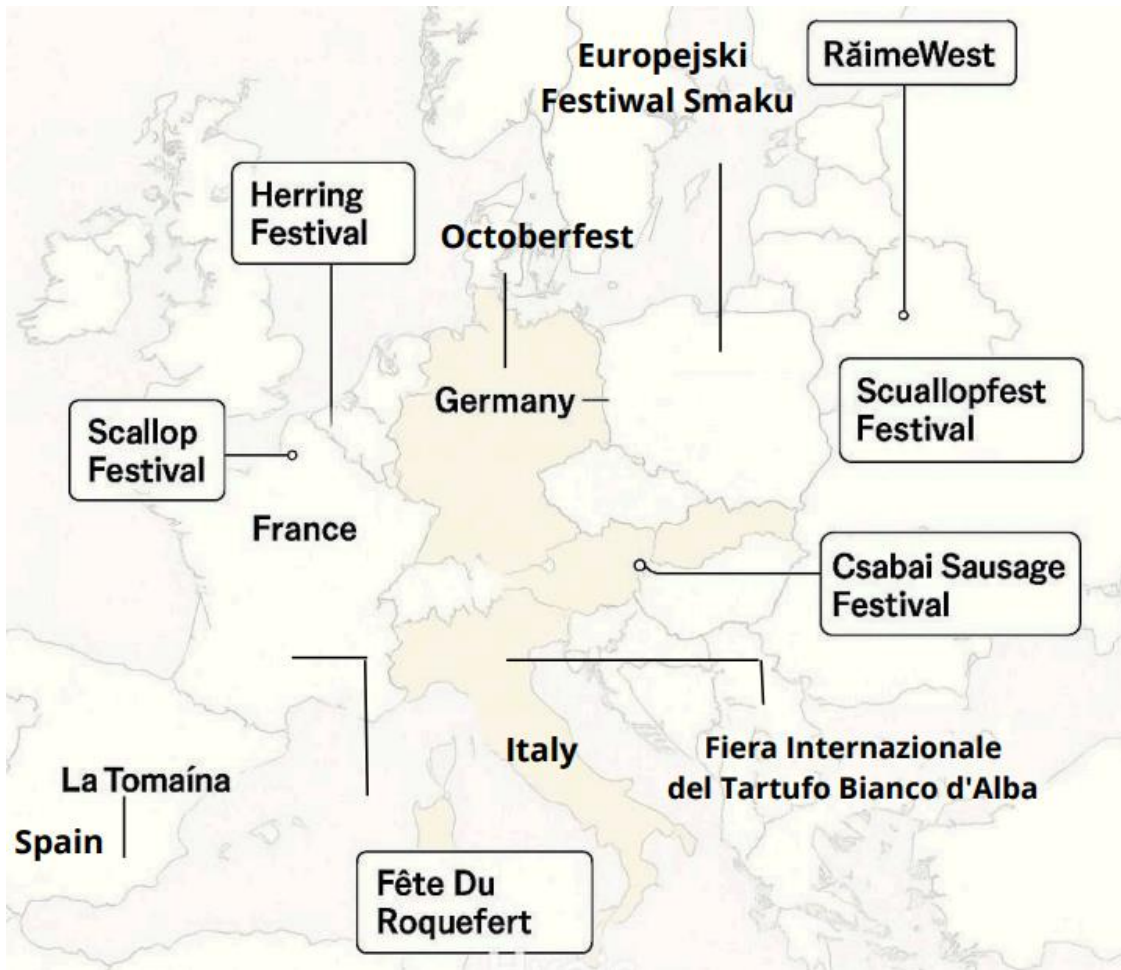


Рис.2.1. Карта фестивалів у європейських країнах

Джерело: Розроблено автором

Фестиваль культури кімчі (*Kimjang Culture Festival*) у Південній Кореї є однією з ключових гастрономічних і культурних подій у Південній Кореї, що щороку відбувається в Сеулі та присвячена традиційному процесу приготування кімчі — ферментованої капусти з гострими спеціями, яка є центральним елементом корейської кухні. Основна ідея фестивалю полягає в популяризації практики *кимчжан* (*kimjang*) — колективного приготування кімчі напередодні

зими, яка у 2013 році була визнана об'єктом нематеріальної культурної спадщини людства за версією ЮНЕСКО. Фестиваль виконує культурну, гастрономічну та соціальну функцію. Він включає масові заходи зі спільного приготування кімчі, участь у яких можуть взяти як мешканці Кореї, так і іноземні відвідувачі. Учасники вивчають традиційні рецепти, техніки ферментації, особливості добору інгредієнтів, а також історичний та символічний контекст цього продукту в корейському суспільстві. Частина приготованого кімчі традиційно передається малозабезпеченим родинам, що надає фестивалю соціального виміру солідарності та взаємопідтримки. Kimjang Culture Festival сприяє зміцненню національної ідентичності, міжпоколінньому обміну кулінарними знаннями та розвитку гастрономічного туризму. Він також є прикладом інтеграції традиційних практик у сучасне урбаністичне середовище та діалог між локальною культурою та глобалізованим світом [62].

У США фестиваль New Orleans Wine & Food Experience (NOWFE) є однією з провідних гастрономічних подій у Сполучених Штатах Америки, яка щороку відбувається в місті Новий Орлеан, штат Луїзіана. Захід об'єднує винну індустрію, ресторанный бізнес, туристичний сектор та культурні ініціативи, презентуючи кулінарну ідентичність регіону через призму вишуканої гастрономії та локального колориту. NOWFE було започатковано на початку 1990-х років (проводиться з 1992 року, щорічно залучаючи понад 10 000 туристів.), і відтоді він перетворився на масштабну мультидисциплінарну подію, що охоплює дегустації вин світового рівня, майстер-класи від шеф-кухарів, тематичні вечери, гастроелекскурсії та освітні панелі. Особливістю фестивалю є акцент на поєднанні локальної креольської та кадзунської кухонь із міжнародними гастрономічними тенденціями, що сприяє формуванню іміджу Нового Орлеана як гастрономічної столиці півдня США. Фестиваль має значний соціально-економічний вплив: він залучає туристів, популяризує локальні продукти та підтримує місцевих виробників і ресторани. Крім того, частина прибутку спрямовується на

благодійні та культурні ініціативи, зокрема підтримку професійної освіти в сфері гостинності. У культурному вимірі *New Orleans Wine & Food Experience* виступає як платформа для збереження кулінарної спадщини, водночас демонструючи гнучкість традицій у сучасному глобалізованому контексті. Захід ілюструє, як гастрономія може виступати засобом культурної дипломатії, економічного розвитку та міжкультурного діалогу [48].

Фестивалі, які проводяться в американських країнах, такі як: T.O. Food and Drink Fest, Twin Cities Veg Fest, Maine Lobster Festival, Taste of Chicago, New Orleans Wine&Food Experience, Atlanta Food and Wine Festival, представлені на карті (рис.2.2) розробленій автором.



Рис.2.2. Карта фестивалів в американських країнах

Джерело: Розроблено автором

Також завдяки загальній таблиці 2.2, можна ознайомитись зі ключовими особливостями успішних гастрономічних фестивалів, які включають такі

складові як: місце проведення (країна), формат проведення, туристичні елементи та систему гостинності.

Таблиця 2.2

Ключові особливості успішних гастрономічних фестивалів

| Країна | Формат | Туристичні елементи | Система гостинності |
|-------------------|-------------------------|-------------------------------------|--|
| Італія | дегустації, тури | шеф-шоу, еногастротуризм | локальні готелі, ферми, ресторанчики |
| Франція | локальні страви | фестивалі сиру, вина | підтримка культурних установ |
| Південна Корея | національний продукт | інтерактивність, участь туриста | громадська участь, фестивальна інфраструктура |
| США | преміум- гастрономія | винні тури, музика, шефи-зірки | інтеграція готельно- ресторанного бізнесу |
| Іспанія | масова подія + їжа | фестивальне дійство, street food | послуги гідів, харчування на відкритому повітрі |

Джерело сформовано автором за [27; 29; 37; 48; 62]

Міжнародний досвід демонструє, що ефективність гастрономічного фестивалю прямо залежить від рівня інтеграції події у систему гостинності регіону. Найуспішніші практики передбачають:

- налагоджену взаємодію між локальними виробниками, готельєрами, рестораторами;
- використання фестивалю як інструменту туристичного брендингу;
- створення унікального гастрономічного досвіду, який стає мотивом для відвідування регіону.

Такий досвід може стати основою для розробки локальних українських моделей гастрономічних подій з урахуванням національної специфіки.

У країнах Східної Європи, зокрема в Польщі та Чехії, гастрономічні фестивалі на початку XXI століття перетворилися на важливий інструмент регіонального маркетингу та формування туристичної привабливості територій. Ці події не лише популяризують традиційну кухню, але й сприяють збереженню нематеріальної культурної спадщини, розвитку малого бізнесу та залученню інвестицій у сферу культури та туризму. У Польщі прикладом такої практики є фестиваль *Europejski Festiwal Smaku* у Любліні, що поєднує кулінарні майстер-класи, виставки місцевих продуктів, гастрономічні конкурси та концерти. Захід активно підтримується органами місцевого самоврядування як засіб брендування регіону Люблінщини, акцентуючи увагу на традиційних польських стравах, місцевих виробниках та багатонаціональному кулінарному спадку. У Чехії подібну роль відіграє фестиваль *Prague Food Festival*, що проходить у столиці та позиціонує Прагу як гастрономічну мету для внутрішніх і зовнішніх туристів. Захід залучає провідних шеф-кухарів, рестораторів та виноробів, що сприяє не лише розвитку кулінарного туризму, а й зміцненню іміджу країни як сучасного європейського центру гастрономічної культури. Поряд з цим у регіонах Чехії проводяться локальні фестивалі (наприклад, *Slavnosti piva*, фестивалі пива чи сиру), які мають на меті просування сільського туризму та локальних брендів. Гастрономічні фестивалі у Польщі та Чехії виконують багатофункціональну роль — від збереження локальної ідентичності до стратегічного інструменту просування територій на національному та міжнародному рівнях. Вони поєднують культурний, економічний та туристичний потенціал регіонів, інтегруючи традицію в сучасний контекст ринку вражень [40].

Отже, гастрономічні фестивалі стали важливою складовою системи гостинності багатьох країн світу, сприяючи розвитку туризму, збереженню кулінарної спадщини та підтримці місцевих виробників. Найуспішніші приклади демонструють, що ефективне поєднання традиційної кухні, сучасних технологій, якісного сервісу та сталих практик дозволяє створити унікальний туристичний

продукт, який підвищує привабливість регіону та позитивно впливає на його економіку і культурну самобутність.

2.3. Стан розвитку гастрономічних фестивалів в Україні у довоєнний період та їх перспективи в умовах сучасних викликів.

У контексті розвитку внутрішнього туризму та популяризації культурної спадщини гастрономічні фестивалі посідають важливе місце у структурі сучасного туристичного продукту. Вони поєднують гастрономію, розваги та локальну ідентичність, сприяючи формуванню позитивного іміджу регіонів і стимулюванню місцевої економіки. В Україні ця форма подій почала активно розвиватися упродовж останніх двох десятиліть і особливо інтенсивно — у період 2010–2019 років. Фестивалі їжі поступово перетворювалися з суто локальних свят на туристичні продукти, здатні приваблювати внутрішніх та іноземних гостей.

Гастрономічні фестивалі стали не лише святом смаку, а й ефективним інструментом соціокультурної взаємодії, промоції регіональних брендів, розвитку малого бізнесу та залучення туристів. Їх популярність зростала завдяки поєднанню кулінарних традицій із культурною програмою, що приваблювало як місцевих жителів, так і туристів з інших регіонів та країн. Розвиток цієї сфери підтримувався ініціативами органів місцевого самоврядування, громадських організацій та малого бізнесу, зацікавленого у просуванні локальних продуктів та послуг. Гастрономічні фестивалі сприяли формуванню локальних брендів, підвищували впізнаваність регіонів, активізували гастрономічний туризм та піднімали рівень зацікавленості до української кухні як важливої складової культурної спадщини [2].

Серед найпомітніших подій варто виокремити фестиваль «Галицька дефіляда» у Тернополі, який збирав кухарів та рестораторів з різних областей, фестиваль борщу в Опішному, «ГастроФест» у Луцьку, «Свято сиру і вина» у

Львові, «Пікнік на ринку» в Києві. Ці заходи мали яскраво виражену регіональну ідентичність та, окрім гастрономічного складника, активно включали мистецькі виставки, майстер-класи, музичні виступи та ремісничі ярмарки. У багатьох випадках гастрономічні фестивалі ставали традиційними щорічними подіями, що позитивно впливало на імідж міста та сприяло стабільному притоку туристів. [6]

Основні тенденції розвитку:

- Регіоналізація: акцент на унікальних стравах та продуктах конкретних областей (гуцульська кухня, поліські гриби, бессарабські вина тощо).
- Крафтовість: популяризація локальних фермерських продуктів, сироваріння, пивоваріння, виноробства.
- Колаборації: співпраця між громадами, ресторанами, туроператорами та органами місцевого самоврядування.
- Міська гастрономія: поява вуличних фестивалів, таких як «Ulichnaya Eda» у Києві, що збирали десятки тисяч відвідувачів.

За даними дослідження В. А. Гранкіної, гастрономічні фестивалі в Україні мали значний потенціал для розвитку внутрішнього туризму та збереження кулінарної спадщини [7].

Найвідоміші фестивалі довоєнного періоду:

- «Ulichnaya Eda» (м. Київ) – один із найбільших фестивалів стріт-фуду в Східній Європі [57].
- «Галицька дефіляда» (м. Тернопіль) – подія, присвячена регіональній кухні та традиціям [55].
- «Фестиваль борщу» (с. Опішня, Полтавщина) – гастро-фестиваль, що поєднував кулінарію з етнографією [63].
- «Смачне місто» (м. Кам'янець-Подільський) – мультикультурна гастроподія в історичному середовищі [50].
- «Made in Ukraine: Kyiv Food and Wine» – урбаністичний фестиваль вина й гастрономії [44].

Фестиваль «Ulichnaya Eda», започаткований у Києві у 2013 році, є знаковою подією в контексті розвитку вуличної гастрономічної культури України. Цей захід проводиться на території арт-заводу «Платформа» та має регулярний характер, відбуваючись декілька разів на рік із тематичним розмаїттям (бургер-фест, азіатська їжа, comfort food тощо). Основною метою фестивалю є популяризація культури вуличної їжі, підтримка малого бізнесу, а також формування нової гастрономічної естетики серед українських споживачів. У межах події відвідувачам пропонуються страви з понад сотні мобільних фуд-кортів, представлених як молодими ентузіастами, так і знаними київськими закладами. Окрім гастрономічної складової, «Ulichnaya Eda» виконує важливу соціокультурну функцію — фестиваль поєднує гастрономію з музикою, урбаністикою, дизайном, лекційними програмами та зонами для відпочинку. Таким чином, він інтегрується в ширший контекст культурного життя Києва, розвиваючи нові форми міського дозвілля. У маркетинговому вимірі фестиваль слугує платформою для виведення нових продуктів на ринок, дослідження споживчих уподобань, тестування гастрономічних концепцій, а також зміцнення іміджу Києва як відкритого до інновацій мегаполіса. Завдяки активній присутності в соціальних мережах, партнерствам із ЗМІ та високій відвідуваності (до 30 тис. осіб за вихідні), «Ulichnaya Eda» має стійке позиціонування в середовищі креативної індустрії. Цей фестиваль є прикладом вдалого поєднання гастрономії, урбанізму та підприємництва, що засвідчує зростання ролі гастрономічних ініціатив у формуванні культурного ландшафту сучасного українського міста [57].

Фестиваль «Галицька дефіляда», що проходить щороку в місті Тернопіль, є знаковою гастрономічною подією Західної України, покликаною популяризувати автентичну кухню регіону, підтримувати локального виробника та формувати позитивний імідж міста як гастрономічного центру. Вперше захід відбувся у 2014 році, й відтоді він став щорічною платформою для презентації

галицької кулінарної традиції в сучасному контексті. Основна ідея фестивалю полягає у представленні страв галицької кухні, зокрема в інтерпретаціях місцевих рестораторів, крафтових виробників, кулінарних шкіл та фуд-блогерів. Особливу увагу організатори приділяють локальним продуктам, зокрема молочним виробам, м'ясу, хлібобулочній продукції та напоям. У програму заходу включено дегустації, кулінарні майстер-класи, ярмарок виробників, а також культурно-розважальні події — музичні виступи, фольклорні дійства та конкурси. «Галицька дефіляда» виступає ефективним інструментом регіонального маркетингу, адже дозволяє створювати стійкі асоціації між територією та її кулінарною спадщиною. Завдяки залученню місцевих бізнесів, фестиваль також сприяє розвитку внутрішнього туризму, стимулює малі підприємства в аграрному та харчовому секторах і підтримує збереження культурної ідентичності. Соціально-культурна роль фестивалю полягає в інтеграції традицій у сучасне міське середовище, залученні громади до процесів культурного виробництва та формуванні міжрегіонального діалогу. Такі події, як «Галицька дефіляда», відіграють дедалі важливішу роль у стратегіях сталого регіонального розвитку та зміцнення туристичної привабливості малих міст України [55].

Гастрономічний фестиваль «Фестиваль борщу», що проходить у селі Опішня на Полтавщині, є унікальним поєднанням кулінарії з етнографією та культурними традиціями українського народу [63]. Цей захід став платформою для збереження та популяризації традиційного українського борщу — одного з найвідоміших символів національної кухні. Фестиваль включає не лише приготування та дегустацію борщу різних регіональних варіантів, а й тематичні майстер-класи, народні танці, ремісничі ярмарки і виставки традиційного мистецтва, що відображають багатство етнокультурного середовища Полтавщини. Крім гастрономічної функції, фестиваль має значний культурно-освітній потенціал, сприяючи передачі знань про історію, обряди та місцеві звичаї наступним поколінням. Завдяки цілісному підходу, що поєднує їжу з

культурною ідентичністю, «Фестиваль борщу» виконує роль важливого інструменту регіонального брендингу та розвитку гастротуризму у сільських територіях України.

Фестиваль «Смачне місто», що відбувається в історичному центрі Кам'янця-Подільського, є мультикультурною гастрономічною подією, яка поєднує традиції різних національних кухонь, що сформували унікальний кулінарний ландшафт регіону [50]. Захід відзначається акцентом на інтеграцію гастрономії з історичною та архітектурною спадщиною міста, що створює неповторний урбаністичний досвід для відвідувачів. У межах фестивалю представлені як традиційні місцеві страви, так і інтерпретації національних кухонь різних етнічних груп, що мешкають у Кам'янці-Подільському. Окрім дегустацій, у програмі – кулінарні майстер-класи, історичні екскурсії, музичні виступи та ярмарки ремесел. «Смачне місто» сприяє розвитку культурного туризму, посиленню міжкультурного діалогу та формуванню позитивного іміджу Кам'янця-Подільського як туристично привабливого міста зі змішаною культурною спадщиною.

Фестиваль «Made in Ukraine: Kyiv Food and Wine» є сучасним урбаністичним заходом, який поєднує гастрономію з виноробством і покликаний формувати імідж Києва як столиці інноваційної кулінарії та культури споживання [44]. Цей фестиваль спрямований на популяризацію українських продуктів і вин місцевих виробників, акцентуючи увагу на якості, автентичності та сучасних трендах у гастрономії. Подія проводиться у форматі дегустацій, виставок, майстер-класів від відомих шеф-кухарів і сомельє, а також тематичних лекцій. Вона залучає як локальних мешканців, так і туристів, сприяючи розвитку гастротуризму та підвищенню престижу українських продуктів на внутрішньому та міжнародному ринках. У результаті він виступає важливим комунікаційним майданчиком для малого та середнього бізнесу у сфері харчування і виноробства, а також елементом урбаністичної культурної політики Києва.

Крім культурної цінності, подібні події мали важливе економічне значення: вони створювали тимчасові робочі місця, активізували діяльність місцевих фермерів, рестораторів, виробників напоїв та сувенірної продукції. Фестивалі також стали платформою для комунікації між виробниками, постачальниками та споживачами, що сприяло розвитку нових гастрономічних ініціатив. Важливою рисою довоєнного періоду було зростання кількості подібних заходів не лише у великих містах, а й у менших населених пунктах, що свідчить про поступову децентралізацію туристичних потоків і формування нових осередків гастрономічної привабливості [6].

Фестивалі, які проводяться по всій Україні, такі як: Шкварка-фест, Свято сиру і вина, Закарпатське Божоле, Пікнік на ринку, Слобожанські смаки, Гастрофест, Фестиваль борщу, Смачне місто, Дугайські гостини, Нікфест, Food Plate 2.0, Pepperfest, Made in Ukraine Kyiv Food and Wine, представлені на карті (рис.2.3) розробленій автором.



Рис.2.3. Карта фестивалів по Україні

Джерело: Розроблено автором

Із початком повномасштабної війни в Україні 24 лютого 2022 року гастрономічна подієва сфера зазнала безпрецедентних викликів. Перш за все, йдеться про повну або часткову зупинку проведення масових заходів по всій території країни через загрозу безпеці громадян, введення воєнного стану, комендантської години та необхідність переорієнтації ресурсів на потреби оборони. Особливо постраждали південні, східні та центральні регіони, де проведення фестивалів стало фактично неможливим. Втім, з другої половини 2023 року, за відносної стабілізації у деяких регіонах, спостерігається обережне відновлення фестивальної діяльності з адаптацією до нових умов.

Багато організаторів, серед яких були представники малого та середнього бізнесу, а також місцеві громади, втратили джерела доходу й інфраструктурну базу для діяльності. Значна частина гастрономічних заходів або не планувалася взагалі, або була перенесена у більш безпечні регіони, зокрема на захід України, де фестивалі почали відроджуватись у зміненому, скромнішому форматі. Одночасно з цим, деякі команди, які раніше займалися організацією культурних заходів, долучилися до волонтерської діяльності — готували їжу для ЗСУ, ВПО, займалися логістикою продуктів харчування, що стало тимчасовою альтернативою класичній гастрономічній діяльності. Паралельно з цим спостерігалось і трансформування самого підходу до фестивального формату. Зокрема, з'явилися ініціативи зі збору благодійних коштів через кулінарні події, дегустації або онлайн-зустрічі, спрямовані на підтримку постраждалих громад та армії. Деякі організатори, маючи досвід проведення подій до війни, запроваджували мініфестивалі у безпечних містах, обмежуючи масштаб, але зберігаючи ідеологію підтримки локальних виробників та культури.

Таким чином, вплив повномасштабної війни на гастрономічні фестивалі виявився багатограним: від зупинки діяльності і втрати прибутків — до переосмислення ролі гастрономічного заходу як не лише розважальної, а й соціально значущої події. Попри складні обставини, потенціал для відновлення

цієї галузі зберігається, особливо у регіонах, які залишаються відносно безпечними й можуть стати основою для подальшого культурного й економічного відновлення країни [8, с.534; 21].

Перспективи гастрономічних фестивалів в умовах сучасних викликів:

1. Відновлення через локальну ініціативу. Багато гастрономічних подій повертаються у форматі волонтерських ініціатив або благодійних фестивалів, де поєднується кулінарія з підтримкою ЗСУ, переселенців тощо.

2. Розвиток гастрономічного патріотизму. Зміцнення позицій української національної кухні як символу культурного спротиву та ідентичності. Фестивали борщу, сала, хліба, можуть відігравати роль у збереженні культурної пам'яті.

3. Диверсифікація формату. Мікрофестивали у громадах – невеликі події, які не вимагають великих ресурсів. Онлайн-формати – віртуальні гастро-екскурсії, стріми з кухарями, майстер-класи.

4. Інтеграція з реабілітацією регіонів. Гастрономічні події можуть стати катализатором соціальної активності та туризму для відновлення громад.

5. Міжнародна підтримка. Деякі фестивали, наприклад, «Taste of Ukraine» [50] за кордоном, сприяють промоції української кухні на світовій арені, що згодом може стимулювати інтерес до подорожей в Україну після перемоги.

Було проведено SWOT-аналіз перспектив гастрономічних фестивалів в Україні, результати якого представлено у таблиці 2.3

Таблиця 2.3

SWOT-аналіз перспектив гастрономічних фестивалів в Україні

| Сильні сторони | Слабкі сторони | Можливості | Загрози |
|----------------------------|------------------------------------|--------------------------------------|--------------------|
| Унікальна кухня, автентика | Нестабільність безпекової ситуації | Інтеграція в післявоєнне відновлення | Загроза нових атак |

| | | | |
|-------------------------------------|---------------------------|--------------------------------|--------------------------------------|
| Регіональна ідентичність | Нестача фінансування | Розвиток еногастротуризму | Еміграція носіїв кулінарної традиції |
| Високий рівень локальної ініціативи | Пошкоджена інфраструктура | Відродження локального бізнесу | Зниження купівельної спроможності |

Джерело сформовано автором за [5; 6; 54; 58]

Ознайомившись з таблицею, можна стверджувати, що перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні мають як сильні так і слабкі сторони з можливостями покращення та наявними загрозами для даного явища.

Гастрономічні фестивалі в Україні мають високий потенціал стати платформою культурного, соціального та економічного відновлення [1, с.53]. На рисунку 2.1 представлено стан та умовну динаміку кількості гастрономічних фестивалів в Україні протягом 2010 – 2024 років.



Рис. 2.4 Умовна динаміка кількості гастрономічних фестивалів в Україні з 2010 по 2024 рік [7; 54]

Завдяки даному графіку можна простежити різке зниження у 2022 році через повномасштабну війну, а також поступове відновлення у 2023–2024 роках.

Отже, попри складні обставини, галузь гастрономічного туризму в Україні продовжує шукати шляхи адаптації до нових реалій. Зокрема, деякі фестивалі відновлюються у нових форматах — зменшеною аудиторією і з суворими правилами безпеки або в онлайн-просторі. Крім того, спостерігається зростання інтересу до внутрішнього туризму, що створює нові можливості для локальних ініціатив. Важливу роль у підтримці таких проектів можуть відігравати державні програми, міжнародні фонди, грантові ініціативи та міжсекторальна співпраця між громадами, туроператорами та виробниками локальних продуктів.

Висновок до розділу 2

Отже, узагальнюючи можна сказати, що гастрономічні фестивалі є важливою складовою культурного та туристичного розвитку. Вони формувалися під впливом соціальних, релігійних та економічних чинників, еволюціонуючи від давніх свят урожаю до масштабних міжнародних подій.

Процеси індустріалізації, урбанізації та розвитку транспорту зробили гастрономічні фестивалі більш організованими та доступними для широкої аудиторії. Після Другої світової війни їхня популярність зросла завдяки активному розвитку туризму та засобів масової інформації. Сьогодні гастрономічні фестивалі відзначаються тематичним різноманіттям, поєднуючи традиційні кулінарні практики з сучасними тенденціями, такими як екологічна свідомість, здорове харчування та технологічні інновації.

Аналіз українських гастрономічних фестивалів – таких як «Фестиваль борщу» (с. Опішня), «Смачне місто» (м. Кам'янець-Подільський) та «Made in Ukraine: Kyiv Food and Wine» – свідчить про значний потенціал гастрономічних подій як інструментів культурної ідентифікації, регіонального розвитку та

туристичної привабливості. Ці заходи не лише популяризують традиційну українську кухню, але й слугують платформою для міжкультурного діалогу, підтримки локальних виробників, просування національного бренду та формування позитивного іміджу територій.

Кожен із фестивалів виконує важливу соціокультурну функцію, поєднуючи гастрономію з елементами етнографії, урбаністики, історичної пам'яті та сучасних гастротрендів. Завдяки цьому створюється цілісний туристичний продукт, орієнтований як на внутрішнього, так і на міжнародного споживача.

Перспективи подальшого розвитку гастрономічних фестивалів пов'язані з цифровізацією, що відкриває можливості для віртуальних форматів, інтерактивних кулінарних заходів і глобального охоплення аудиторії. Зростаючий інтерес до здорового способу життя стимулює популяризацію фестивалів, орієнтованих на органічні продукти, wellness-формати та екологічну відповідальність. Таким чином, гастрономічні фестивалі продовжують адаптуватися до сучасних викликів, зберігаючи свою культурну цінність і впливаючи на туристичну та економічну сфери.

Потенціал гастрономічних фестивалів залишається високим. За умов виваженого підходу, відповідної підтримки та ефективного маркетингу ці події можуть стати інструментом економічного відновлення, зміцнення культурної ідентичності та просування української кухні на міжнародному рівні у післявоєнному період. Їх трансформація в умовах викликів відкриває нові горизонти для розвитку як туристичної, так і культурної галузі в Україні.

РОЗДІЛ 3.

РЕКОМЕНДІЇ ТА ПРОЄКТНІ ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНИХ ФЕСТИВАЛІВ З УРАХУВАННЯМ КРАЩИХ ДОСВІДІВ

3.1. Розробка гастрономічного фестивалю та проєктні пропозиції з метою просування стандартів української гостинності регіонів та брендингу України у світі

Гастрономічні фестивалі в сучасному світі виконують не лише функцію дозвілля чи локального туризму, а й слугують дієвим інструментом культурної дипломатії, просування національного бренду, а також платформи міжрегіонального діалогу. У цьому контексті пропонується створення авторського Всеукраїнського гастрономічного фестивалю «Солодка мапа України», який поєднує концепції гастрономічного туризму, національної ідентичності та брендингу територій. У даному розділі розглянуто концепцію цього авторського гастрономічного фестивалю, спрямованого на популяризацію стандартів української гостинності та брендингу України у світі [15, с.46].

Фестиваль відбудеться 5–7 вересня 2025 року в місті Одеса — туристичному центрі з розвиненою інфраструктурою та високим потенціалом залучення внутрішніх і міжнародних відвідувачів.

Всеукраїнський гастрономічний фестиваль «Солодка мапа України» – це спроба створити нову форму культурного вираження через кулінарне мистецтво, де кожен регіон розповідає власну історію мовою смаку. Це не просто демонстрація десертів, а символічна подорож країною, що поєднує традиції, локальні інгредієнти, родинні рецепти та сучасний підхід до презентації української ідентичності. Фестиваль покликаний стати платформою для творчого обміну, розвитку гастрономічного туризму та зміцнення національного бренду, який здатен зацікавити світ і пробудити гордість у кожному українцеві.

Метою проведення фестивалю «Солодка мапа України» є популяризація регіональної гастрономічної спадщини шляхом представлення фірмових десертів кожної області, формування позитивного іміджу України як гастрономічно привабливої країни, а також зміцнення внутрішнього та міжнародного туристичного потенціалу через розвиток гастротуризму. Завданнями фестивалю є створення платформи для культурного діалогу між регіонами, підтримка локальних виробників та кондитерів, стимулювання інтересу до української кухні серед молоді та іноземних гостей, а також розвиток національного бренду за допомогою унікального формату, що поєднує кулінарне мистецтво, традиції, інновації та міжрегіональну співпрацю.

Місцем проведення фестивалю «Солодка мапа України» є простора відкрита локація в центральній частині міста, що поєднує зручність логістики, візуальну привабливість і можливість створити комфортну атмосферу для відвідувачів. Ідеальним варіантом є Центральний парк культури та відпочинку імені Т.Г. Шевченка де розміщення наметових павільйонів не порушує міську інфраструктуру, але водночас привертає увагу туристів і містян.

На території фестивалю створюється стилізоване гастрономічне містечко — "**солодке село**", де кожен регіон України представляє свій десерт на власній «станції», що являє собою відкрите острівне місце — "десертну станцію". Декор відобразатиме етнічний стиль області: подільські рушники, гуцульські візерунки, слобожанський глиняний посуд. Біля кожної станції буде розміщена коротка інформаційна довідка про десерт, його походження, регіон та унікальні інгредієнти. Усі десертні точки розташовані у формі мапи, щоб не створювати натовпу і забезпечити вільний рух.

У центрі локації — велика дегустаційна зона, сцена для культурної програми та конкурсів, фотозони з мапою України з тістечок, а також зона для кулінарних майстер-класів. Також передбачається інтерактивна "солодка карта", на якій відвідувачі зможуть відмічати, які регіони вони вже "спробували".

Локація буде організована з урахуванням безпеки, гігієни та комфортного доступу для маломобільних груп, зони відпочинку, фудкортів та наметів з напоями. Простір максимально відкритий, святковий, із кольоровими гірляндами, музикою та затишною атмосферою, що стимулює гастрономічний інтерес, і соціальну взаємодію.

Для забезпечення інтерактивності та розширення емоційного досвіду відвідувачів Всеукраїнського гастрономічного фестивалю "Солодка мапа України", мною було запропоновано низку додаткових активностей, які доповнять основну програму дегустацій. Зокрема, передбачається проведення майстер-класів із приготування та декорування десертів, які проведуть знані кондитери та місцеві майстри. Ці заняття стануть доступними як для дорослих, так і для дітей, сприяючи популяризації кулінарного мистецтва. Додатковим елементом стане музично-розважальна програма "Солодка сцена", яка включатиме виступи локальних гуртів, театральні постановки, гумористичні номери та конкурси, пов'язані з тематикою фестивалю.

Важливим простором фестивалю стануть фотозони, стилізовані під десерти з різних регіонів України, які не лише привернуть увагу відвідувачів, але й сприятимуть поширенню фестивалю в соціальних мережах через спеціально створений хештег. Для дітей та сімей буде організовано кулінарний квест, під час якого учасники збиратимуть умовну "солодку мапу" України, виконуючи інтерактивні завдання на різних локаціях. Окремою частиною стане зона "Солодка історія", де буде представлено інформаційні стенди з історією походження найвідоміших українських десертів, а також QR-коди для перегляду розширеної інформації.

Картка фестивалю:

Назва фестивалю: «Солодка мапа України»

Дати проведення: 5-7 вересня, 2025р.

Місце проведення: м. Одеса.

Основна ідея полягає у представленні кожної області України через фірмовий десерт, який є гастрономічним символом регіону.

Мета: формування сталого міжнародного іміджу України як країни з багатою гастрономічною культурою, високими стандартами гостинності та унікальним туристичним потенціалом шляхом популяризації локальних десертів, традицій та технологій приготування.

Завдання:

1. Створити платформу міжрегіональної взаємодії через гастрономічну складову.
2. Просувати локальні бренди, ремісничу продукцію та малі підприємства.
3. Підвищити обізнаність про регіональну кухню серед українців та іноземців.
4. Активізувати гастрономічний туризм і розширити туристичні маршрути.
5. Сприяти формуванню позитивного іміджу України в міжнародному середовищі через концепцію **гастрономічної дипломатії**.

Територія умовно поділена на **тематичні сектори**:

- Гастромапа України — інтерактивна інсталяція, де кожен регіон має свою десертну «станцію».
- Дегустаційна зона — центральний простір для спільної презентації продукції.
- Кулінарна лабораторія — простір для майстер-класів і фуд-перформансів.
- Сцена "Солодка сцена" — музично-культурна платформа.
- Інфозона «Солодка історія» — стенди з QR-кодами, історією походження десертів.
- Дитяча зона з кулінарними квестами.
- Зона для фото та соцмережевої активності (інсталяції у вигляді тістечкової мапи України).

Фестиваль проектується з урахуванням концепції територіального маркетингу [43], що передбачає формування конкурентних переваг через локальні унікальні пропозиції. Також береться до уваги підхід до гастрономічної спадщини як елемента нематеріальної культурної спадщини [61] та інструменту м'якої сили [49], що забезпечує трансляцію національної культури через кулінарну ідентичність.

У фокусі — **такі принципи:**

- локальність і автентичність (кожен десерт має регіональну історію);
- включення локальних виробників та ремісників;
- інноваційність презентації;
- екологічність та інклюзивність події;
- відкритість до міжнародного споживача через мультимовні матеріали.

Інноваційні елементи:

- Інтерактивна гастромапа з можливістю зібрати «свою» колекцію смаків.
- Кураторські тури по десертам від гастрогідів.
- VR-презентації кухонь регіонів.
- Флешмоб #TasteUkraine, який запускається в соцмережах із заохоченням до створення власних відео-дегустацій.

- Партнерство з МЗС, Українським інститутом, Державним агентством з розвитку туризму, UCU Business School [54; 58].

- **Очікуваний результат:**

- Досягнення медіапокриття понад 1 млн переглядів (через блогерів і стрімінг).

- Залучення 30+ регіональних кондитерів.

- Формування інтерактивної бази локальних гастропрактик для подальшого використання в регіональному маркетингу.

- Створення фестивального бренду для щорічного повторення та експорту моделі фестивалю за кордон (як частину культурної дипломатії — наприклад, у форматі «Днів України» у ЄС) [58].

Отже, запропонована концепція гастрономічного фестивалю «Солодка мапа України» репрезентує сучасний підхід до просування національного бренду через інструменти гастрономічної культури, емоційного досвіду та культурної дипломатії. Створення фестивального простору, орієнтованого на регіональну ідентичність, інтерактивність і міжкультурну комунікацію, дозволяє не лише популяризувати локальні продукти, а й актуалізувати ідею України як відкритої, гостинної та інноваційної країни. В основі проєкту лежить ідея синергії традицій і сучасних форм комунікації — від дегустацій і майстер-класів до VR-технологій і соціальних флешмобів. Такий підхід забезпечує глибшу емоційну залученість відвідувачів, а також сприяє створенню сталого фестивального бренду з експортним потенціалом. Водночас подія виконує функцію інструменту брендингу територій, зокрема шляхом посилення туристичної привабливості регіонів. Таким чином, «Солодка мапа України» — це не лише гастрономічне свято, а й платформа міжрегіональної комунікації, культурної ідентичності та міжнародного позиціювання України, що відповідає викликам сучасного туристичного й культурного ринку.

3.2. Опитувальник та експертна оцінка відповідей респондентів з тематики дослідження

Задля того, щоб зручніше було зібрати статистичні дані, нами було розроблено опитувальник, який включав в себе питання стосовно нашої тематики дослідження. Назва анкети: «Роль, важливість та спеціалізація гастрономічного туризму України в регламентації перспектив національної системи гостинності та розробці гастрономічних турів». Участь в дослідженні взяли 31 респондент.

Структуру опитувальника складають 9 наступних питань (увесь опитувальник – Додаток 1):

1. Який ваш вік?
2. Які основні чинники, на вашу думку, впливають на популярність гастрономічного туризму в Україні? (оберіть до трьох варіантів)
3. Як ви оцінюєте сучасний стан гастрономічного туризму в Україні?
4. Як ви вважаєте, чи достатньо Україна популяризує свою національну кухню на міжнародному рівні? Які заходи або стратегії могли б покращити цю ситуацію?
5. Як гастрономічний туризм впливає на готельно-ресторанний бізнес України?
6. Що варто покращити у закладах харчування, щоб зробити Україну привабливішою для гастрономічних туристів?
7. Як гастрономічний туризм може сприяти збереженню українських кулінарних традицій? (відкрите питання)
8. Які види гастрономічних турів можуть бути найбільш привабливими для туристів в Україні? (оберіть до трьох варіантів)
9. Які заходи можуть стимулювати розвиток гастрономічного туризму в Україні?

Надалі пропонуємо детальніше поглибитись у статистичне вивчення даних, заради того, щоб опрацювати результати дослідження.

Як ми бачимо з діаграми (рис.3.1), респонденти віком до 18 років не брали участь в опитуванні, особи від 18 до 29 років – це найбільша відсоткова категорія респондентів, яка прирівнюється 64.5%, від 30 до 44 років – близько 22,6%, від 45 до 59 – 9,7%, а найменшу частку – 3,2% опитаних становлять літні люди, яким більше 60 років.

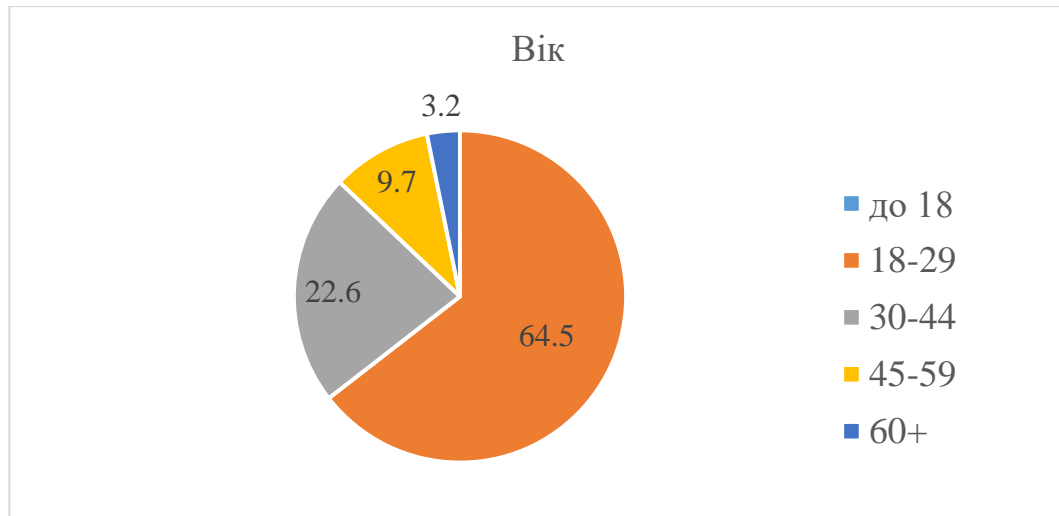


Рис. 3.1 Відповідь на питання: «Який ваш вік?»

Друге питання було про основні чинники, що впливають на популярність гастрономічного туризму в Україні.

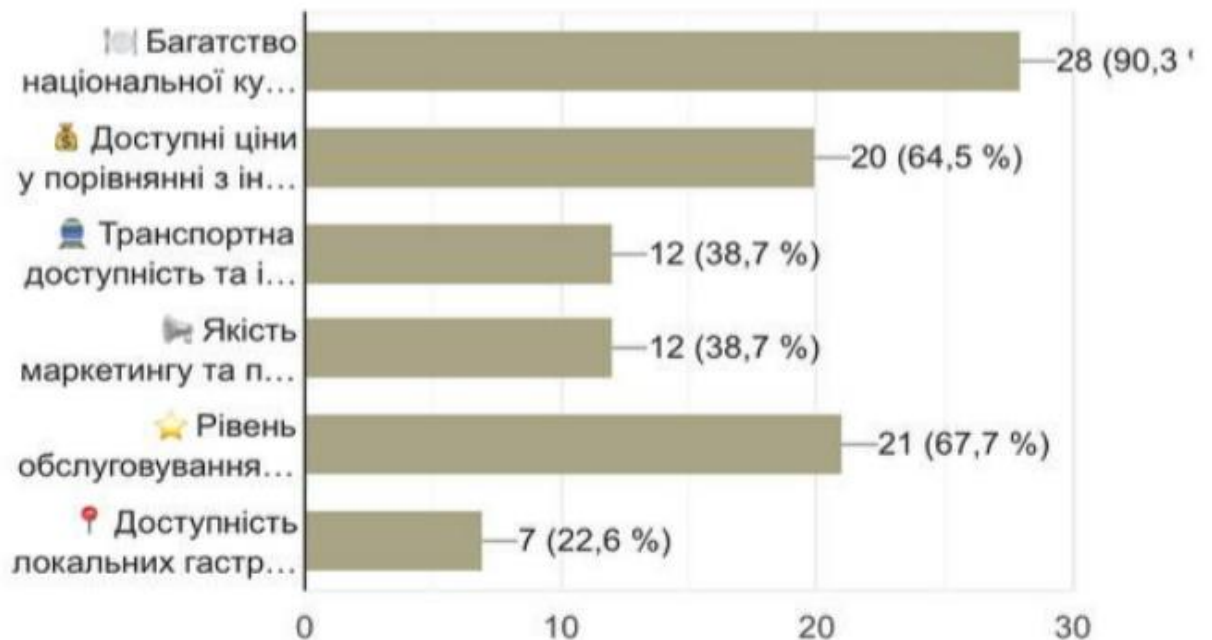


Рис. 3.2 Відповідь на питання: «Які основні чинники, на вашу думку, впливають на популярність гастрономічного туризму в Україні? (оберіть до трьох варіантів) »

Як можна помітити з відповідей респондентів на дане питання (рис.3.2), трійку найбільш важливих чинників очолюють:

1. Багатство національної кухні та унікальні традиції (28 відповідей -90,3%)
2. Доступні ціни у порівнянні з іншими країнами (20 відповідей – 64,5%)
3. «Транспортна доступність та інфраструктура», а також «Якість маркетингу та промоції гастрономічного туризму» розділяють між собою 3 місце з однаковими результатами (по 12 відповідей – по 38,7%)

На третьому питанні у більшості респондентів (61,3%) побутує думка про те, що сучасний стан гастрономічного туризму в Україні перебуває на низькому рівні та потребує значного розвитку (рис.3.3).

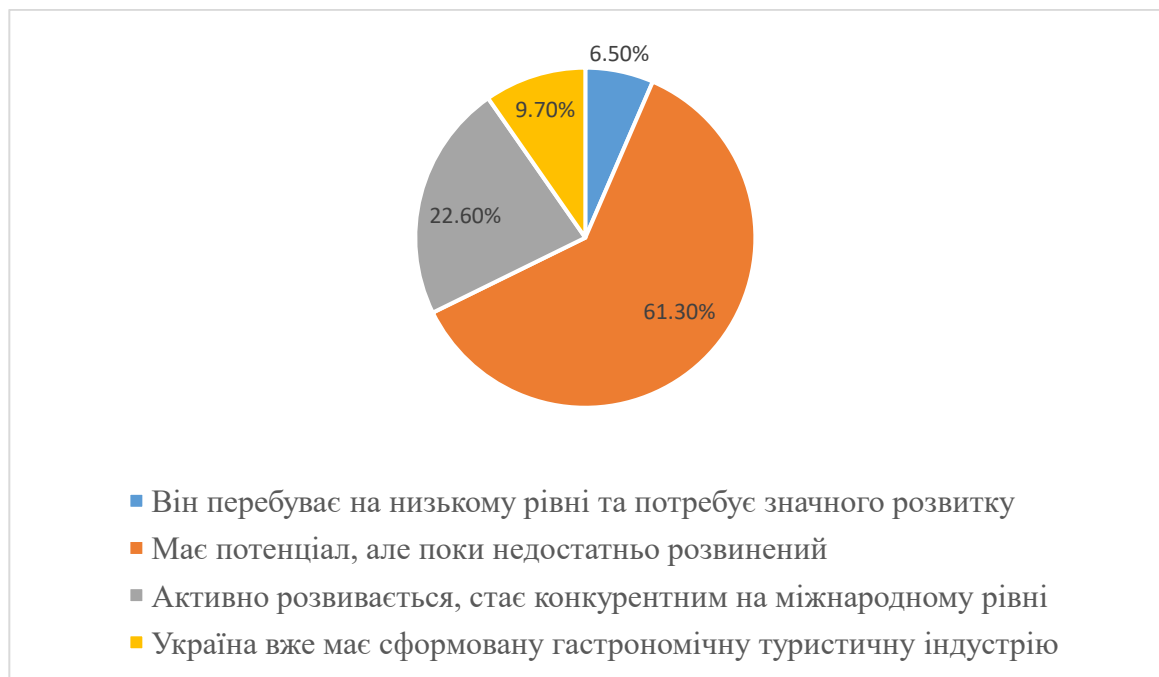


Рис. 3.3 Відповідь на питання: «Як ви оцінюєте сучасний стан гастрономічного туризму в Україні?»

Четверте питання було відкритого типу («Як ви вважаєте, чи достатньо Україна популяризує свою національну кухню на міжнародному рівні? Які

заходи або стратегії могли б покращити цю ситуацію?»), тому відповідь на нього надали 18 респондентів, серед найпопулярнішою думки переважає та, що Україна недостатньо популяризує свою національну кухню і що є куди далі розвиватись на міжнародному рівні завдяки ярмаркам, фестивалям, підтриманням брендингу, кулінарним телешоу, просуванням українських продуктів та виробів.

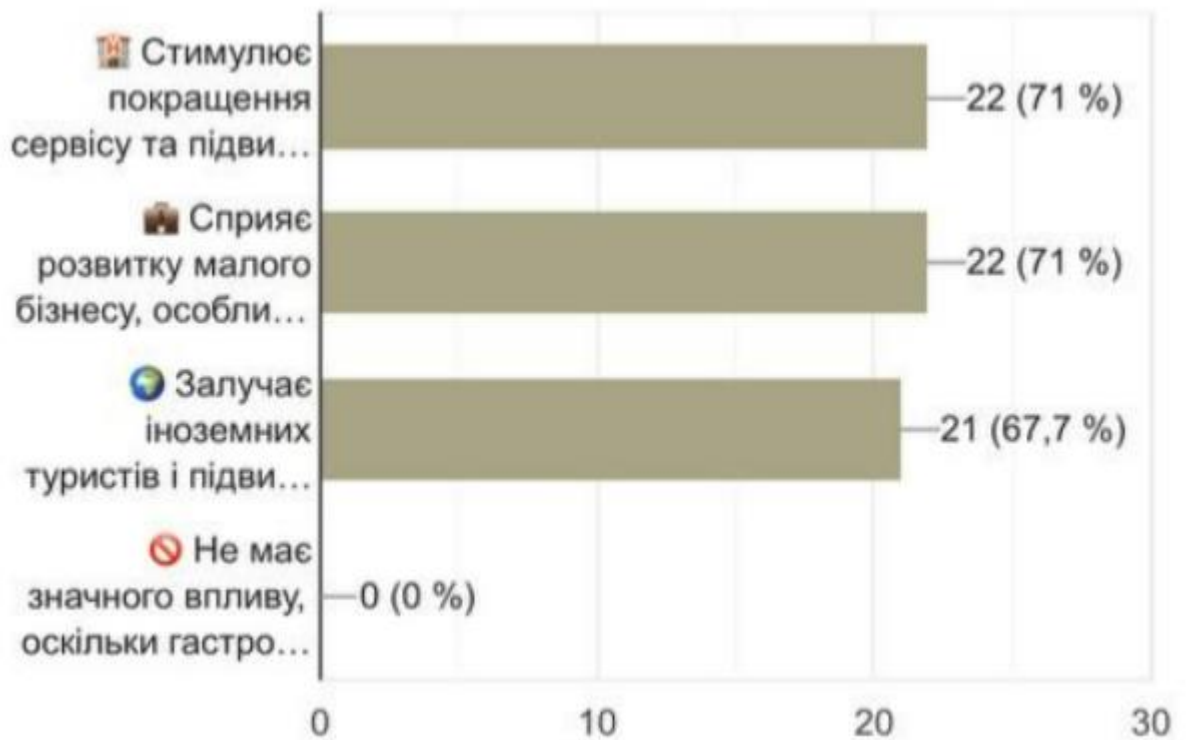


Рис. 3.4 Відповідь на питання: «Як гастрономічний туризм впливає на готельно-ресторанний бізнес України?»

Як бачимо з діаграми (рис.3.4), 71% опитуваних (22 респонденти) відповіли, що гастрономічний туризм «Стимулює покращення сервісу та підвищує конкурентоспроможність», а також «Сприяє розвитку малого бізнесу, особливо сімейних ресторанів та фермерських господарств». 67,7% відповідей займає «Залучає іноземних туристів і підвищує рівень міжнародного інтересу», а

в меншості ж знаходиться «Не має значного впливу, оскільки гастрономічний туризм поки недостатньо розвинений», яка становить 0%.

У наступному питанні (рис.3.5) простежується закономірність того, що 18 респондентів, що становлять 60% від усієї кількості обрали варіант «Вищий рівень автентичності страв, більше локальних продуктів», 15 осіб (50%) відповіли «Додаткові інтерактивні послуги (кулінарні майстер-класи, дегустації)», 16 осіб (53,3%) вважають, що необхідно «Більше англомовного обслуговування та адаптованих меню», 12 осіб (40%) надали відповідь «Гнучка система цін – якісні, але доступні гастрономічні продукти», проте ніхто не вважав за необхідне обирати відповідь «Я не бачу потреби у змінах».

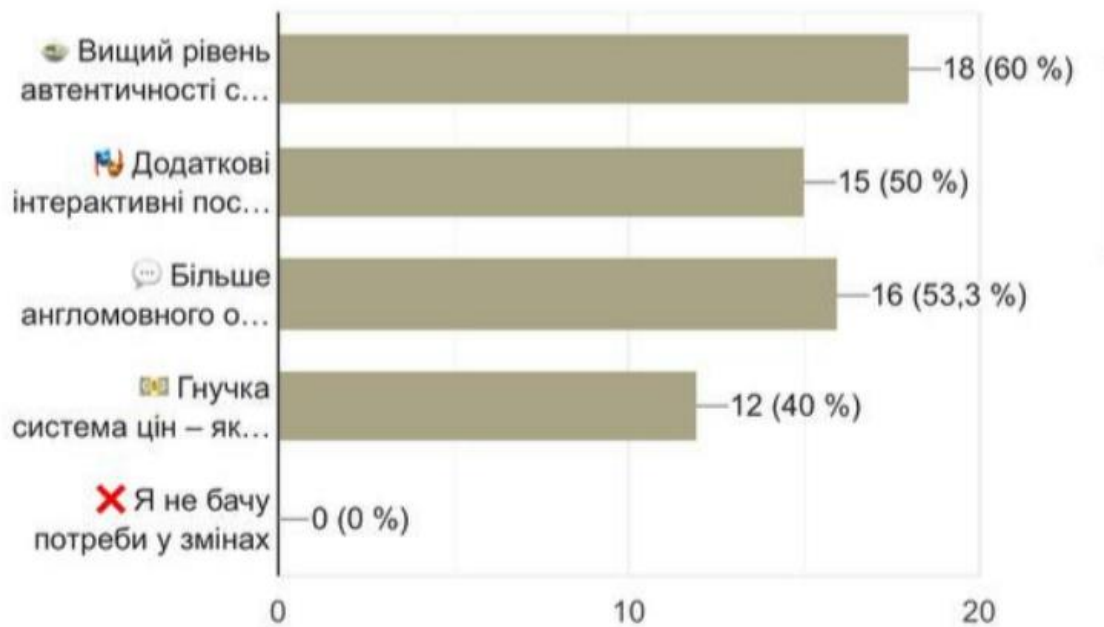


Рис. 3.5 Відповідь на питання: «Що варто покращити у закладах харчування, щоб зробити Україну привабливішою для гастрономічних туристів?».

На 7 питання анкети (рис.3.6): «Як гастрономічний туризм може сприяти збереженню українських кулінарних традицій?», яке є відкритим питанням,

відповіли всього 13 респондентів. Більшість відповідей спрямована на те, що гастрономічний туризм напряду пов'язаний зі збереженням українських кулінарних традицій, оскільки він популяризує їх та передає крізь покоління, зберігаючи нашу ідентичність.

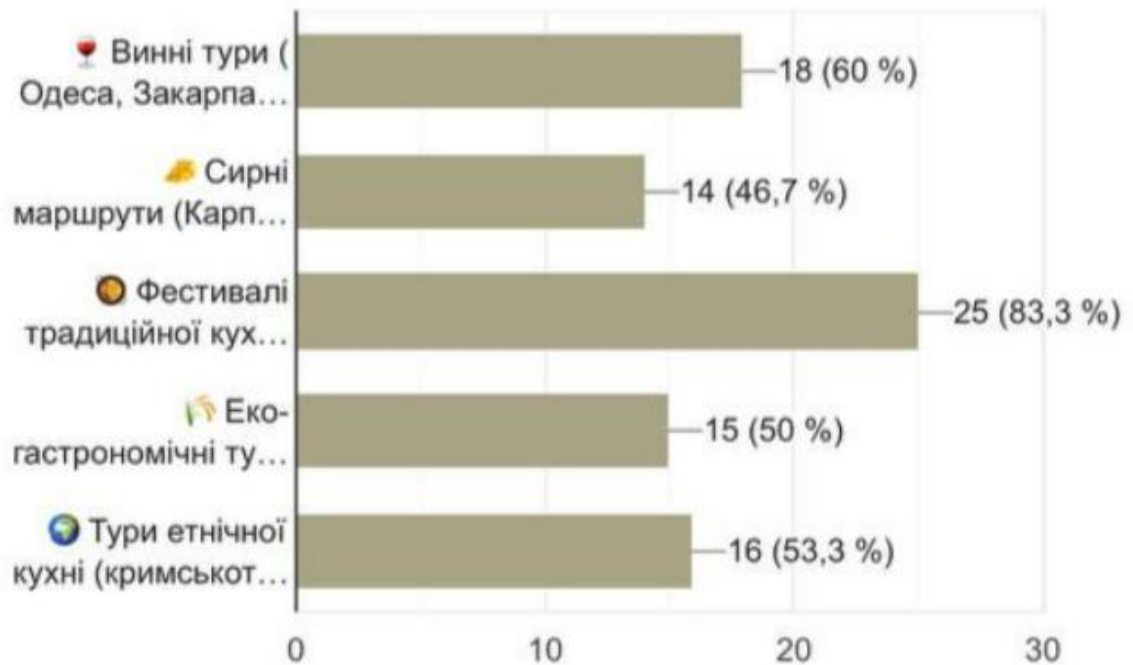


Рис. 3.6 Відповідь на питання: «Які види гастрономічних турів можуть бути найбільш привабливими для туристів в Україні? (оберіть до трьох варіантів)»

Ознайомившись з рис.3.6, можна стверджувати, що трійку відповідей-лідерів на дане питання займають:

1. Фестивалі традиційної кухні (борщ, галушки, вареники) – 25 відповідей (83,3%)
2. Винні тури (Одеса, Закарпаття) – 18 відповідей (60%)
3. Тури етнічної кухні (кримськотатарська, грецька, єврейська гастрономія) – 16 відповідей (53,3%)

Останнім питанням, яке завершувало анкетування було: «Які заходи можуть стимулювати розвиток гастрономічного туризму в Україні?» (рис.3.7). На що більшість респондентів відповіли, що найдієвішими будуть «Популяризація гастрономічних турів через соцмережі та онлайн-платформи» (24 відповіді – 80%) та «Державні програми підтримки локальних виробників» (22 відповіді – 73,3%).

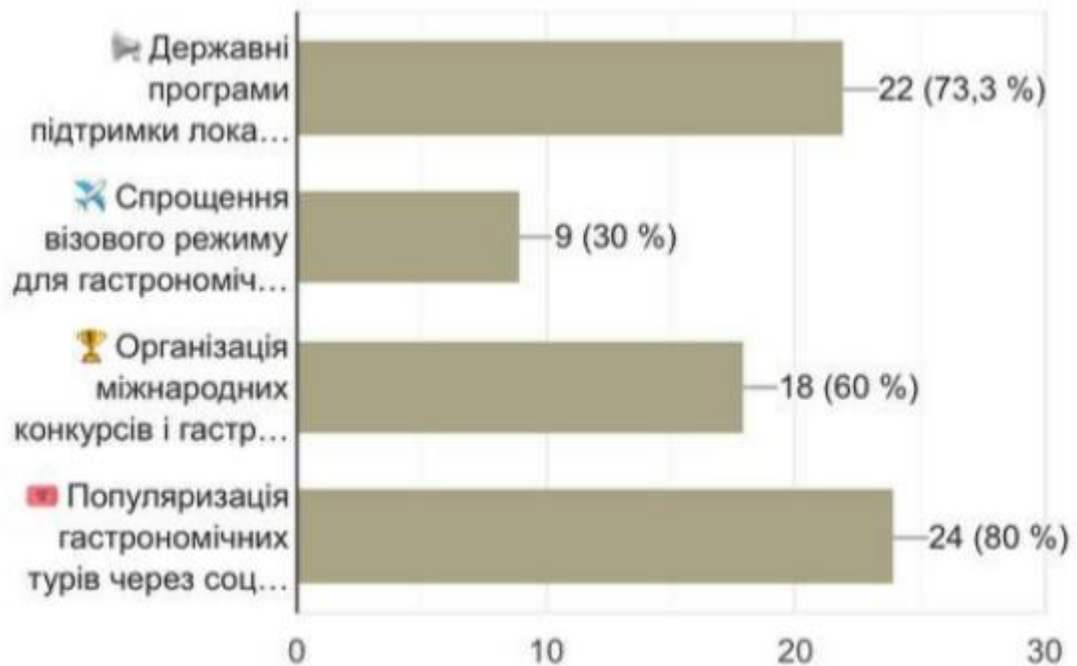


Рис. 3.7 Відповідь на питання: «Які заходи можуть стимулювати розвиток гастрономічного туризму в Україні?»

Отже, провівши анкетування, ми зрозуміли, що найбільш поширеною є думка про те, що гастрономічний туризм є важливим засобом для популяризації української культури, сучасний стан якого перебуває на недостатньому рівні та потребує більшого розвитку та зусиль, проте має потенціал і надалі може активно розвиватися у сфері туризму.

Висновок до розділу 3

Отже, аналіз результатів анкетування дозволяє зробити низку висновків щодо сучасного стану та перспектив розвитку гастрономічного туризму в Україні. По-перше, найбільш активну частину респондентів становлять особи віком від 18 до 29 років, що свідчить про підвищений інтерес молоді до гастрономічних подорожей. Основними чинниками популярності гастрономічного туризму, на думку опитаних, є багатство національної кухні та унікальні кулінарні традиції, доступність цін, а також транспортна й маркетингова інфраструктура.

Значна частина респондентів (понад 60%) вважає, що гастрономічний туризм в Україні перебуває на низькому рівні розвитку та потребує суттєвих змін. Серед запропонованих шляхів покращення ситуації найчастіше згадуються активні заходи з популяризації: проведення кулінарних фестивалів, участь у міжнародних заходах, розвиток бренду української кухні, зокрема через телепроекти та соціальні медіа.

Особливо цінним є той факт, що більшість опитаних пов'язують гастрономічний туризм не лише з економічною вигодою (розвитком малого бізнесу, залученням іноземних туристів), а й з культурною місією – збереженням і трансляцією традиційної української кулінарної спадщини. Респонденти відзначають, що найбільший потенціал мають фестивалі автентичної кухні, винні тури та етнічні гастрономічні маршрути.

На думку більшості, розвиток гастрономічного туризму можливий за умови покращення якості сервісу, підвищення автентичності страв, впровадження інтерактивних послуг, а також активного просування української гастрокультури на міжнародному рівні. Найефективнішими інструментами вбачаються державна підтримка місцевих виробників та активне використання онлайн-платформ для просування.

Таким чином, анкетування підтвердило наявність широкого суспільного запиту на розвиток гастрономічного туризму як важливої складової туристичної привабливості України, що має не лише економічний, а й культурно-ідентифікаційний потенціал.

ВИСНОВКИ

Отже, проведене дослідження дозволило комплексно розкрити потенціал локальних гастрономічних фестивалів як інструменту підвищення туристичної привабливості регіонів України. Відповідно до поставленої мети та завдань, були проаналізовані теоретичні засади гастрономічного туризму, його місце в системі подієвого туризму, охарактеризовано особливості організації гастрономічних фестивалів, їх історичну еволюцію, а також оцінено соціально-економічний і культурний ефект подібних заходів для місцевих громад.

У першому розділі дипломної роботи проаналізовано теоретичні засади гастрономічного туризму та його роль у розвитку регіонів. Було досліджено сутність та особливості локальних гастрономічних фестивалів як складової подієвого туризму. Підсусовано, що гастрономічні фестивалі є ефективним механізмом популяризації регіональної кухні, збереження культурної спадщини та формування унікального туристичного іміджу територій. Вони інтегрують елементи гастрономії, традицій, етнічної самобутності та сучасних медіа-комунікацій, що підсилює емоційну складову туристичного досвіду. Показано, що успішність таких заходів залежить від продуманого планування, залучення місцевих виробників і громадськості, дотримання технологічних, логістичних і гігієнічних стандартів, а також від здатності транслювати автентичний образ регіону через їжу та культуру.

Історичний аналіз у другому розділі підтвердив, що гастрономічні фестивалі мають глибокі культурні корені. Вони виникли на базі релігійних свят, ритуалів та святкувань врожаю, поступово еволюціонуючи до організованих туристичних заходів із потужним економічним потенціалом. Визначено основні фактори, що впливають на туристичну привабливість регіону, та оцінено роль гастрономічних заходів у цьому процесі. Проведено аналіз успішних гастрономічних фестивалів в Україні та за кордоном, виокремлено ключові

чинники їхнього впливу на туризм. У рамках цього, ми дійшли висновків, що у сучасних умовах гастрономічні фестивалі адаптуються до глобальних викликів: цифровізації, екологічної кризи, зміни споживчих запитів. Сьогодні вони охоплюють широкий спектр тематик — від фуд-трак фестивалів до винних турів та заходів органічного спрямування. Особлива увага звертається на екологічність, локальність продукції, wellness-напрямок і віртуальні формати, що стають новими інструментами залучення аудиторії.

У практичній частині дослідження було оцінено економічний, культурний та соціальний ефект гастрономічних фестивалів для місцевої громади та туристичної індустрії регіону. Також у цьому ж третьому розділі було здійснено емпіричне дослідження за допомогою анкетування, результати якого свідчать про значний інтерес суспільства до розвитку гастрономічного туризму. Переважна частина респондентів — молодь, яка вбачає в гастрономічних подіях не лише форму розваги, а й засіб пізнання культури, традицій, регіональних особливостей. Разом із тим виявлено, що нині рівень розвитку гастрономічного туризму в Україні оцінюється як недостатній, і потребує системного покращення. Зокрема, акцент зроблено на необхідності просування бренду української кухні, організації фестивалів на національному та міжнародному рівнях, підвищення сервісної якості та забезпечення справжньої автентичності.

Окрему цінність становлять результати, які підкреслюють значення гастрономічного туризму для місцевих громад. Йдеться не лише про економічний ефект (розвиток малого бізнесу, залучення інвестицій, створення нових робочих місць), а й про соціокультурний вимір: укріплення місцевої ідентичності, збереження кулінарної спадщини, формування гордості за власну культуру. Таким чином, гастрономічні фестивалі розглядаються як багатофункціональний інструмент сталого регіонального розвитку.

Підсумовуючи результати дослідження, можна стверджувати, що локальні гастрономічні фестивалі в умовах України мають високий потенціал як чинник

формування конкурентоспроможного туристичного продукту. Їх реалізація вимагає комплексного підходу, який поєднує культурну, економічну, маркетингову та соціальну компоненти. Важливим є також міжсекторальне партнерство: співпраця місцевої влади, бізнесу, громадських організацій, ЗМІ та туристичних операторів. У контексті післявоєнного відновлення країни гастрономічні фестивалі можуть стати точками зростання для локальних економік, символами культурного спротиву та джерелом позитивного міжнародного іміджу України.

На основі проведеного дослідження було розроблено низку практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності використання гастрономічних фестивалів у туристичній стратегії регіонів України. До них належать: удосконалення інформаційного супроводу заходів; активне просування бренду української гастрокультури на міжнародній арені; підтримка локальних ініціатив; створення інтерактивних туристичних маршрутів; залучення інвесторів і партнерів. Реалізація цих заходів сприятиме розвитку гастрономічного туризму як перспективного напрямку сучасної туристичної індустрії.

Таким чином, усі поставлені у роботі завдання були виконані, а результати дослідження підтвердили гіпотезу про значущу роль гастрономічних фестивалів у формуванні туристичної привабливості регіону. Отримані висновки та рекомендації можуть бути використані як основа для подальших наукових досліджень, практичного впровадження ініціатив у сфері подієвого туризму, а також для розробки локальних туристичних стратегій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Винниченко Я.М. Фестивальний туризм: організація, управління, перспективи // Туризмознавчі студії. – 2021. – №4. – С. 51–60.
2. Вітчизняна практика розвитку гастрономічного туризму. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/7221dd02-21f5-4a1e-8105-8bfeb3b507c7/content> (Дата звернення: 21.04.2025).
3. Гастрономічний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територіальних громад. URL: <https://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/521/507> (Дата звернення: 21.04.2025).
4. Гастрономічні фестивалі України. URL: <https://goo.su/iPqKFp> (Дата звернення: 21.04.2025).
5. Гастрономічні фестивалі як туристичний ресурс. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/grygorchak.htm
6. Гастрономічні фестивалі як форма подієвого туризму та розвитку ресторанного бізнесу. URL: <https://goo.su/qR2kW>
7. Гранкіна В. А. Розвиток гастрономічного туризму в Україні // Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна. Серія: Туризм і краєзнавство. – 2019. – №10. – С. 45–49.
8. Графська О., Підвальна О., Боднарчук Х. Перспективи розвитку внутрішнього туризму в умовах пандемії COVID-19 // Економіка та суспільство. – 2021. – Вип. 25. – С. 532–538. <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/306>. (Дата звернення: 21.04.2025).
9. Історична Правда. Французька кухня втрапила у Список світової спадщини ЮНЕСКО. URL: <https://www.istpravda.com.ua/short/4ce520158c4f9/> (Дата звернення: 21.04.2025).

10. Коркуна , О. І., Никига , О. В., & Підвальна , О. Г. (2020). Гастрономічний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територіальних громад. Економічний простір, (155), 40-43. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/155-8> (Дата звернення: 20.05.2025).
11. Корнілова В., Корнілова Н. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. Ефективна економіка. 2018. Вип. 2. С.11 URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2018/37.pdf
12. Кочеткова І.В. Туристично-краєзнавчі студії: конспект лекцій для студентів спеціальності 242 Туризм освітньої програми «Гастрономічний туризм». – Київ, 2023. – 92 с. URL: <https://geo.knu.ua/wp-content/uploads/2023/05/turystychno-krayeznavchi-studiyi-konspekt-lekcziy-studentiv-242kochetkova.pdf> (Дата звернення: 21.05.2025).
13. Нікітчук Ю. О. Гастрономічний туризм як складова регіонального туризму (на прикладі Хмельницької області) // Конструктивна географія та раціональне використання природних ресурсів: наук. журн. – 2021. – Вип. 1, №1. – С. 4–14. URL: <https://ir.library.knu.ua/server/api/core/bitstreams/53d20c1f-3c15-4933-b002-80518c6a4fef/content> (Дата звернення: 21.05.2025).
14. Осауленко Г.В. Гастрономічний туризм: теоретичні та практичні аспекти. – Київ: Центр учбової літератури, 2020. – 180 с.
15. Паламарчук І. Солодке як національний бренд: гастрономічна спадщина України в контексті культурної дипломатії // Культура і сучасність. – 2022. – №1. – С. 45–53.
16. Пашута Н. В. Маркетингове дослідження туристичних подій: методи і практика // Науковий вісник Херсонського держ. ун-ту. Серія «Економічні науки». – 2021. – № 42. – С. 144–149.
17. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. 2019 Том 2 (Микола Огієнко, Альона Огієнко). URL: <http://restaurant-hotel.knukim.edu.ua/article/view/188204/188248> (Дата звернення: 28.04.2025).

18. Ричардс Г. Культурний туризм: глобальні та локальні перспективи. – Львів: Літопис, 2020. – 376 с.
19. Табенська, О. (2024). Тенденції розвитку екологічного туризму В УКРАЇНІ. Економіка та суспільство, (70). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-149> (Дата звернення: 23.04.2025).
20. Теоретичні засади організації подієвого туризму. URL: <https://ztu.edu.ua/site/graduation-works-get-file?id=8106849>
21. Тонкошкур М. В., Кравцова С. В. Проблеми та перспективи розвитку подієвого туризму в Україні. URL: <https://journals.nupp.edu.ua/eir/article/view/3614> (Дата звернення: 25.04.2025).
22. Фестивалі народної творчості: методика організації та проведення (методичні рекомендації). URL: <http://oocuk.com.ua/wp-content/uploads/2020/05/Фестивалі.-Методичка.pdf> (Дата звернення: 25.04.2025).
23. Цікаві факти про Октоберфест. URL: <https://traveliteagro.com/tsikavi-fakty-pro-oktoberfest/>
24. Черниш І. Б. Польові методи в соціологічному дослідженні культурних подій // Вісник Львівського університету. Серія соціологічна. – 2019. – Вип. 14. – С. 55–61.
25. Школяр І.А. Гастрономічний туризм в Україні: сучасні тенденції та перспективи // Географія та туризм. – 2022. – №60. – С. 82–88.
26. Юн І. Гастрономічний туризм: поняття, функції та перспективи розвитку в Україні // Вісник Київського нац. ун-ту культури і мистецтв. Серія: Туризм. – 2021. – №4(2). – С. 45–52.
27. Aveyron Tourism. Le Roquefort en fête – 3ème edition. URL: https://www.tourisme-aveyron.com/fr/diffusio/agenda/le-roquefort-en-fete-3eme-edition-roquefort-sur-soulzon_TFO523277961150 (Дата звернення: 25.04.2025).
28. BBC Religions. 2023. URL: <https://www.bbc.co.uk/programmes/genres/religionandethics>

29. BBC Travel. La Tomatina de Buñol: фестиваль помідорів, який вас здивує. URL: <https://goo.su/o45HfY> (Дата звернення: 25.04.2025).
30. Bessièrè J. Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas // *Sociologia Ruralis*. – 1998. – Vol. 38(1). – P. 21–34.
31. Blichfeldt B.S., Halkier H. Food Festivals – A Tool for Place Branding? // *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. – 2019. – Vol. 19(2). – P. 206–223.
32. Brewer D.J. & Teeter E. *Egypt and the Egyptians*. Cambridge University Press, 2007.
33. Brussels Food Truck Festival. Official site. URL: <https://brusselsfoodtruckfestival.com/> (Дата звернення: 24.04.2025).
34. Dalby A. *Food in the Ancient World from A to Z*. London: Routledge, 2003.
35. Encyclopaedia Britannica: стаття Harvest Festival / Harvest Home URL: <https://www.britannica.com/topic/Harvest-Home>
36. Festival Finder. RāimeWest (Baltic herring festival). URL: <https://www.festivalfinder.eu/festivals/r%C3%A4imewest-baltic-herring-festival> (Дата звернення: 23.04.2025).
37. Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba. Official website. URL: <https://www.fieradeltartufo.org/> (Дата звернення: 24.04.2025).
38. Gastronomy and Wine Tourism. URL: <https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism>. (Дата звернення: 20.04.2025).
39. Global Report on Food Tourism. URL: <https://tourlib.net/wto/food-tourism2017.pdf>. 4 (Дата звернення: 20.04.2025).
40. Hjalager A.M., Richards G. *Tourism and Gastronomy*. Routledge, 2002.
41. Hungary Today. Csabai Sausage Festival Named Second Best European Autumn Food Festival. URL: <https://hungarytoday.hu/bekescsaba-sausage-festival-csabai-fest-big-7-travel/> (Дата звернення: 22.04.2025).
42. Kim H., Hall C.M. A New Era for Festival Tourism: Hybrid Events and Post-COVID Planning // *Event Management*. – 2022. – Vol. 26(1). – P. 1–15.

43. Kotler P., Haider D. H., Rein I. *Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations.* – New York: The Free Press, 2002. – 421 p.
44. Kyiv Food and Wine Festival. Фестиваль сиру та вина. URL: <https://foodandwinefest.kiev.ua/> (Дата звернення: 01.05.2025).
45. La Fête de la Coquille St-Jacques. Official website. URL: <https://fete-de-la-coquille.fr/> (Дата звернення: 23.04.2025).
46. Long L. M. *Culinary Tourism.* Lexington: University Press of Kentucky, 2004.
47. Montanari M. *Food is Culture.* Columbia University Press. 2006.
48. New Orleans Wine & Food Experience. Official website. URL: <https://www.nowfe.com/> (Дата звернення: 27.04.2025).
49. Nye J. S. *Soft Power: The Means to Success in World Politics.* – New York: PublicAffairs, 2004. – 191 p.
50. OrganicInfo.ua. International Festival «Taste of Ukraine food fest». URL: <https://organicinfo.ua/en/events/mizhnarodnyy-festyval-taste-of-ukraine-food-fest/> (Дата звернення: 28.04.2025).
51. Pilcher J.M. *Food in World History.* Routledge, 2006.
52. Richards G. Food Experience as Integrated Destination Marketing Strategy // *Tourism Review.* – 2017. – Vol. 72, No. 1. – P. 30–39.
53. Richards G. Gastronomy: An essential ingredient in tourism production and consumption? In: Richards G. (ed.). *Tourism and Gastronomy.* London: Routledge, 2002.
54. State Agency for Tourism Development of Ukraine. Analytical and strategic framework for tourism development in Ukraine 2023–2025. URL: <https://www.tourism.gov.ua> (Дата звернення: 20.04.2025).
55. Ternopilski.info. Гастрономічний фестиваль «Галицька дефіляда». URL: <https://ternopilski.info/uk/eternal-5508-gastronomichnyj-festyval-galyczka-defilyada->

osoblyvosti-dijstva-svitovi-rekordy-ta-istoriya-svyatkuvannya (Дата звернення: 30.04.2025).

56. The Rich History of Food Festivals: A Journey Through Time and Culture. URL: <https://foodfestivals.exblog.jp/35626183/>

57. The Village Ukraine. Ulichnaya Eda повертається з першим фестивалем за 1,5 року. Що там буде. URL: <https://www.village.com.ua/village/food/food-guide/311737-noviy-sezon-ulichnaya-eda-tugashev> (Дата звернення: 02.05.2025).

58. Ukrainian Institute. Cultural Diplomacy Programs. URL: <https://ui.org.ua> (Дата звернення: 21.04.2025).

59. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Chinese New Year. URL: <https://ich.unesco.org/en/chinese-new-year-00925>

60. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Kalbelia folk songs and dances of Rajasthan. URL: <https://www.unesco.org/en/intangible-cultural-heritage/kalbelia-folk-songs-and-dances-rajasthan>

61. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage. URL: <https://ich.unesco.org> (Дата звернення: 20.04.2025).

62. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Kimjang, making and sharing kimchi in the Republic of Korea. URL: <https://ich.unesco.org/en/RL/kimjang-making-and-sharing-kimchi-in-the-republic-of-korea-00881> (Дата звернення: 26.04.2025).

63. Visit Dnipro. Фестиваль "Борщик у глиняному горщику 2020" в Опішні. URL: <https://visitdnipro.com/tury-po-ukraine/poltava-opishnya-festival-borshhik-u-glinyaynomu-gorshhiku-2024/> (Дата звернення: 29.04.2025).

64. Vlaggetjesdag Scheveningen. HOME. URL: <https://vlaggetjesdag.com/> (Дата звернення: 22.04.2025).

65. What is food tourism? URL: <https://www.worldfoodtravel.org/food-tourism>

66. Williams E. The Role of Culinary Events in Cultural Tourism Development
// Journal of Culinary Tourism. – 2018. – Vol. 10(2). – P. 78–90.

Анкета дослідження



Роль, важливість та спеціалізація гастрономічного туризму України в регламентації перспектив національної системи гостинності та розробці гастрономічних турів

Будь ласка, дайте розгорнуті відповіді на наведені запитання. Ваші думки допоможуть визначити перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні та його роль у національній туристичній індустрії

1. Який ваш вік?

- до 18
- 18-29
- 30-44
- 45-59
- 60+

2. Які основні чинники, на вашу думку, впливають на популярність гастрономічного туризму в Україні? (оберіть до трьох варіантів)

- 🍷 Багатство національної кухні та унікальні традиції
- 💰 Доступні ціни у порівнянні з іншими країнами
- 🚗 Транспортна доступність та інфраструктура
- 📣 Якість маркетингу та промоції гастрономічного туризму
- ⭐ Рівень обслуговування у закладах харчування
- 📍 Доступність локальних гастрономічних продуктів

3. Як ви оцінюєте сучасний стан гастрономічного туризму в Україні?

- Він перебуває на низькому рівні та потребує значного розвитку
- Має потенціал, але поки недостатньо розвинений
- Активно розвивається, стає конкурентним на міжнародному рівні
- Україна вже має сформовану гастрономічну туристичну індустрію

4. Як ви вважаєте, чи достатньо Україна популяризує свою національну кухню на міжнародному рівні? Які заходи або стратегії могли б покращити цю ситуацію?

Мой ответ

5. Як гастрономічний туризм впливає на готельно-ресторанний бізнес України?

- 🏠 Стимулює покращення сервісу та підвищує конкурентоспроможність
- 🏠 Сприяє розвитку малого бізнесу, особливо сімейних ресторанів та фермерських господарств
- 🌐 Залучає іноземних туристів і підвищує рівень міжнародного інтересу
- 🚫 Не має значного впливу, оскільки гастрономічний туризм поки недостатньо розвинений






6. Що варто покращити у закладах харчування, щоб зробити Україну привабливішою для гастрономічних туристів?

- 🍷 Вищий рівень автентичності страв, більше локальних продуктів
- 🗣️ Додаткові інтерактивні послуги (кулінарні майстер-класи, дегустації)
- 🗣️ Більше англійськомовного обслуговування та адаптованих меню
- 🏠 Гнучка система цін – якісні, але доступні гастрономічні продукти
- ❌ Я не бачу потреби у змінах





7. Як гастрономічний туризм може сприяти збереженню українських кулінарних традицій? (відкрите питання)

Мой ответ _____

8. Які види гастрономічних турів можуть бути найбільш привабливими для туристів в Україні? (оберіть до трьох варіантів)

-  Винні тури (Одеса, Закарпаття)
-  Сирні маршрути (Карпати, Полтавщина)
-  Фестивалі традиційної кухні (борщ, галушки, вареники)
-  Еко-гастрономічні тури (відвідування фермерських господарств)
-  Тури етнічної кухні (кримськотатарська, грецька, єврейська гастрономія)
- Другое: _____

9. Які заходи можуть стимулювати розвиток гастрономічного туризму в Україні?

-  Державні програми підтримки локальних виробників
-  Спрощення візового режиму для гастрономічних туристів
-  Організація міжнародних конкурсів і гастрономічних премій
-  Популяризація гастрономічних турів через соцмережі та онлайн-платформи