

Міністерство освіти і науки України

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Географічний факультет

Кафедра географії та менеджменту туризму

**ВИКОРИСТАННЯ ГАСТРОНОМІЧНИХ ЛОКАЦІЙ У РОЗРОБЦІ
КРАФТОВИХ ТУРІВ ПО УКРАЇНІ**

Кваліфікаційна робота

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Виконала

студентка IV курсу денної форми
спеціальності 242 «Туризм»

ОП «Готельно-ресторанний сервіс та
туроперейтинг»

Паламарюк Андріана Іванівна

Керівник: доцент кафедри географії та
менеджменту туризму

Іванунік Віталій Олександрович

До захисту допущено:

Протокол засідання кафедри № ____

від « ____ » _____ 202_ р.

Зав. кафедри _____ д. геогр. н., доцент Король О. Д.

м. Чернівці – 2026

Анотація

Кваліфікаційна робота спрямована на дослідження використання гастрономічних локацій у розробці крафтових турів по Україні. У роботі висвітлено теоретичні аспекти формування гастрономічної культури, причини виникнення та розвитку крафтових виробництв, а також особливості становлення гастрономічного туризму.

Детально проаналізовано крафтові виробництва регіону Українських Карпат, зокрема Івано-Франківської, Закарпатської та Чернівецької областей. На основі отриманих результатів запроєктовано культурно-гастрономічний тур із використанням крафтових виробництв як ключових туристичних об'єктів, визначено логістичне забезпечення маршруту, здійснено калькуляцію його собівартості та запропоновано маркетингові заходи щодо просування.

Ключові слова: гастрономічний туризм, крафтові виробництва, гастрономічні локації, туристичний маршрут, Українські Карпати, культурно-гастрономічний тур, туристичний продукт.

Abstract

This qualification paper is devoted to the study of the use of gastronomic locations in the development of craft tours in Ukraine. The paper highlights the theoretical aspects of gastronomic culture formation, the causes of the emergence and development of craft production, as well as the peculiarities of gastronomic tourism development.

The craft enterprises of the Ukrainian Carpathian region, particularly those located in Ivano-Frankivsk, Zakarpattia, and Chernivtsi regions, are analyzed in detail. Based on the obtained results, a cultural and gastronomic tour using craft enterprises as key tourist attractions was designed. The study also defines the route logistics, calculates the tour cost, and proposes marketing measures for its promotion.

Keywords: gastronomic tourism, craft production, gastronomic locations, tourist route, Ukrainian Carpathians, cultural and gastronomic tour, tourism product.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ А.І. Паламарюк

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ.....	2
ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАРОДЖЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ.....	7
1.1. Причини виникнення крафтових виробництв та міжнародний досвід.	7
1.2. Причини виникнення гастрономічних турів.....	10
Висновки до розділу І.....	12
РОЗДІЛ ІІ. ОСНОВНІ ВИДИ КРАФТОВИХ ВИРОБНИЦТВ В РЕГІОНІ УКРАЇНСЬКИХ КАРПАТ.....	13
2.1. Географія поширення крафтових виробництв.....	13
2.2. Особливості діяльності крафтових сироварень, виноробень, пивоварень.....	15
2.3. Дослідження конкретних крафтових виробництв (із зазначенням локацій на карті).....	18
Висновки до розділу ІІ.....	21
РОЗДІЛ ІІІ. : РОЗРОБКА КУЛЬТУРНО-ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРУ НА ОСНОВІ КРАФТОВИХ ВИРОБНИЦТВ.....	22
3.1. Логістичне забезпечення та програма туру.....	22
3.2. Об'єктова база крафтових виробництв.....	25
Висновки до розділу ІІІ.....	31
РОЗДІЛ 4. ФІНАНСОВІ ТА МАРКЕТИНГОВІ ПРОПОЗИЦІЇ ПРИ РОЗРОБЦІ ТУРІВ НА ОСНОВІ КРАФТОВИХ ВИРОБНИЦТВ.....	32
4.1. Розрахунок собівартості туру.....	32
4.2. Формування та розробка рекламного продукту.....	34
Висновки до розділу ІV.....	37
ВИСНОВКИ.....	38
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	40
ДОДАТКИ.....	44
Додаток А.....	44
Додаток Б.....	45
Додаток В.....	46
Додаток Г.....	47
Додаток Д.....	48

ВСТУП

Сучасна туристична галузь стрімко розвивається, з'являються нові напрямки, що поєднують відпочинок із пізнанням культури, традицій і способу життя різних регіонів. Одним із таких напрямків є гастрономічний туризм, який дає змогу туристам не лише побачити нові місця, а й відчутти їх через смакову палітру місцевих продуктів, страв і напоїв. У світовій практиці гастротуризм давно став важливим інструментом розвитку локальних економік, збереження культурної спадщини та підтримки дрібного виробництва. В Україні ж цей напрямок лише починає активну фазу свого становлення, що відкриває широкі можливості для його дослідження та впровадження.

Особливої уваги заслуговує регіон Українських Карпат, що включає Івано-Франківську, Чернівецьку та Закарпатську області. Цей регіон характеризується унікальними природними умовами, етнокультурним різноманіттям і багатовіковими традиціями харчової культури. Тут активно розвиваються крафтові виробництва, які спеціалізуються на виготовленні натуральної та високоякісної продукції – сири, вина, мед, м'ясні вироби, настоянки, хлібобулочні вироби тощо. Такі виробництва не лише зберігають і розвивають традиційні технології, а й формують нову хвилю зацікавленості до регіонального продукту з боку туристів.

Водночас, попит на індивідуалізовані туристичні враження зростає. Сучасний турист шукає автентичність, екологічність і нові смакові враження. У цьому контексті гастрономічні тури, побудовані навколо крафтових виробництв, можуть стати ефективним засобом розвитку туризму в Карпатському регіоні. Вони сприяють підвищенню туристичної привабливості територій, зростанню зайнятості місцевого населення, розвитку інфраструктури та збереженню кулінарної спадщини.

Актуальність теми полягає у необхідності теоретичного осмислення підходів до формування гастротурів та практичного розроблення моделей їх

організації на основі існуючих локальних виробництв. Зважаючи на потенціал крафтового сектору Карпатського регіону, постає завдання дослідити його особливості, визначити можливі маршрути та запропонувати структуру туристичних продуктів, які будуть привабливими як для внутрішніх, так і для іноземних туристів.

Об'єкт дослідження – гастрономічна культура та крафтові виробництва регіону Українських Карпат.

Предмет дослідження – особливості організації гастрономічних турів на основі крафтових виробництв.

Мета роботи – розробити теоретичні засади та практичні підходи до організації гастрономічного туризму з акцентом на використання крафтового потенціалу Івано-Франківської, Чернівецької та Закарпатської областей.

Завдання роботи:

- охарактеризувати основи формування гастрономічної культури у світі;
- проаналізувати виникнення та роль крафтових виробництв;
- визначити основні локації та типи крафтових підприємств у регіоні;
- запропонувати концепцію організації гастрономічного туру з урахуванням регіональних особливостей.

Робота носить теоретичний характер, однак базується на аналізі реальних кейсів та практик, що вже реалізуються у досліджуваному регіоні.

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАРОДЖЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ

1.1. Причини виникнення крафтових виробництв та міжнародний досвід.

Крафтові виробництва сьогодні асоціюються з автентичністю, якістю, унікальністю й турботою про продукт. Їх поява не була випадковою, а стала результатом глибоких соціальних, економічних і культурних змін, які відбувалися у світі впродовж останніх десятиліть. Повернення до ремісничих технологій стало своєрідною відповіддю на глобалізацію, стандартизацію й надвиробництво, що витіснили «живий» продукт із повсякденного споживання [11, с. 38]. Однією з головних причин виникнення таких виробництв є потреба у справжності. З другої половини ХХ століття великі корпорації почали домінувати на ринку, пропонуючи уніфіковані продукти з великою кількістю консервантів та підсилювачів смаку, що призвело до поступової втрати смакової автентичності та регіональних особливостей. Водночас у суспільстві зародилося прагнення до локального, натурального продукту, створеного з душею. Крафт виник як тихий, послідовний протест, заснований на знаннях і повазі до ремесла. Споживачі почали відмовлятися від масового, обираючи продукт, у якому знають історію виробника та походження інгредієнтів.

Ще одним ключовим чинником стало зростання інтересу до сталого та екологічного способу життя. Крафтові виробництва зазвичай функціонують у тісному зв'язку з природою, використовують сезонні продукти, мінімізують відходи та дотримуються принципів органічного землеробства. Особливу роль у популяризації цих ініціатив відіграв туризм, оскільки сучасні мандрівники шукають смаковий, емоційний та культурний досвід. Ферми, виноробні й сироварні стали новими туристичними магнітами, де гастрономічний туризм і

крафт взаємно підсилюють один одного. Загострення уваги до локального також стало реакцією на кризові явища: у нестабільні часи люди більше довіряють місцевим виробникам, перетворюючи крафт на форму економічного опору, що дозволяє громадам розвивати внутрішній ринок. Виникнення крафтових виробництв тісно пов'язане і з індивідуалізацією споживача, який прагне оригінальних смаків та локальних рецептів, що зробило крафтові продукти символом якості [22, с. 77]. Важливу роль відіграли соціальні мережі, завдяки яким виробники змогли розповісти про себе широкій аудиторії, перетворюючи процес на елемент бренду. Усі ці чинники створили ґрунт для відродження ремесел як симбіозу старих знань і нових цінностей, що підтримує локальні економіки.

Ці процеси нерозривно пов'язані із загальним формуванням гастрономічної культури, яка є відображенням історії, традицій і способу життя. Через гастрономічну призму можна побачити, як формувався регіон, які цінності він сповідує та як використовує ресурси. У багатьох європейських країнах гастрономічна культура набула статусу культурної спадщини, а національні кухні стали важливим інструментом туристичного просування завдяки концепції локальності [12, с. 305]. Формування цієї культури залежить від природно-кліматичних умов та аграрного потенціалу. Кожна територія розвивала смакові звички, ґрунтуючись на місцевих продуктах, що згодом трансформувалися у цілісні традиції. Європа є унікальним прикладом, де гастрономія стала економічним інструментом, що забезпечує робочі місця та підтримує місцеві виробництва. Італія, Франція та Іспанія перетворили гастрономію на мистецтво і національний бренд, демонструючи, що цей розвиток нерозривно пов'язаний із сільським господарством, ремеслами та культурною ідентичністю [6, с. 45; 18, с. 815].

В Італії гастрономія пронизує кожен аспект життя, а в центрі завжди стоїть якість і походження продукту. Ключовою тут стала "кухня територій", що ґрунтується на локальних інгредієнтах і повазі до традицій. Кожен регіон має свої шедеври: Тоскана славиться м'ясними стравами, Кампанія —

морепродуктами і піцою, Емілія-Романья – прошуто та пармезаном. Гастрономічні маршрути створені навколо конкретних виробництв, а концепція "slow food" покликана зберегти локальні рецепти. Відсутність "загальнонаціональної кухні" компенсується тим, що кожен регіон захищає свою кулінарну гордість на офіційному рівні (PDO, IGP). Італія є прикладом успішного поєднання гастрономії з агротуризмом, створюючи економічні моделі для сіл, де крафтові ініціативи процвітають, а кожна сироварня чи виноробня розповідає свою історію [6, с. 54].

Французька гастрономія виростає з багатовікових селянських традицій, адаптованих у витончену кулінарну школу, яка визнана ЮНЕСКО об'єктом нематеріальної культурної спадщини. Держава системно підтримує ремісниче виробництво та регламентує стандарти якості. Регіональна кулінарія надзвичайно багата: Прованс славиться оливковою олією та травами, Бургундія – вином і сирами, Бретань – морепродуктами. Ключовим чинником тут став розвиток виноробства та естетика подачі страв [12, с. 304]. Створення винних маршрутів включає дегустації на фермах і традиційних ресторанах, що підтримує тисячі малих виробників. Місцеві фермерські ринки стимулюють розвиток крафтової економіки, зберігають смакову автентичність і є символом поваги до виробника.

Іспанія демонструє, як давні кулінарні звичаї інтегруються у сучасну індустрію. Регіональна диференціація яскраво виражена: від середземноморської кухні Каталонії до новаторської високої кухні Країни Басків. Особливістю є поєднання традицій та інновацій із використанням виключно локальних інгредієнтів [13, с. 175]. Практика спільного споживання їжі глибоко вкорінена в соціальне життя, а гастрономія виступає формою колективної ідентичності. Культура тапас стала соціальним явищем, що сприяє знайомству з місцевими смаками. У багатьох регіонах діють сільськогосподарські кооперативи, де з'являються унікальні гастротури. Гастрономічні фестивалі та ярмарки приваблюють туристів, сприяють просуванню локальної продукції та оживленню місцевої економіки.

1.2. Причини виникнення гастрономічних турів

Гастрономічні тури стали одним із найпомітніших трендів у сфері сучасного туризму, і це явище має глибоке підґрунтя. Їх поява – не випадкова мода, а закономірна реакція на культурні, соціальні та економічні зрушення, що охопили суспільство у XXI столітті [13, с. 170]. Як і у випадку з крафтовими виробництвами, гастрономічний туризм виник із потреби людей у справжньому, локальному, смаковому досвіді. Він поєднав у собі прагнення пізнання, гастрономічну цікавість, любов до традицій і нові формати подорожей, що апелюють до емоцій, а не лише до «галочок» у путівнику [6, с. 45].

Однією з головних передумов виникнення гастрономічних турів стало переосмислення функції подорожі. Традиційний туризм – відпочинок на пляжі або екскурсія з групою до визначних місць – поступово поступився місцем індивідуальним, емоційним, "повільним" форматам. Сучасний мандрівник не просто хоче побачити – він прагне відчувати, спробувати, доторкнутися, увібрати дух місцевості через її смаки, запахи, ритуали їжі [10, с. 78]. Саме гастрономія стала містком між культурою і туристом, елементом глибокого культурного занурення [12, с. 305].

Не менш важливою причиною стало усвідомлення гастрономії як частини нематеріальної культурної спадщини. ЮНЕСКО ще у 2010 році офіційно визнала французьку гастрономічну трапезу культурною спадщиною людства. Відтоді гастрономія дедалі частіше сприймається як форма мистецтва, як вияв регіональної ідентичності, як жива історія, що передається з покоління в покоління. Відповідно, подорож заради кулінарного досвіду – це подорож заради культури, традицій, пам'яті, яка живе у рецептах, продуктах і способах їх приготування [21, с. 4].

Усе це збіглося у часі з підйомом локальних гастрономічних сцен. У багатьох країнах, зокрема й в Україні, почали відроджуватися традиційні рецепти, сімейні фермерські господарства, сироварні, виноробні, пекарні,

пивоварні. Такі виробництва стали не просто джерелом продукту, а магнітами для туристів [11, с. 38]. Люди захотіли бачити, як виготовляється сир, як витримується вино в дубових бочках, як замішується хліб на заквасці. Гастротуризм почав формуватись як формат подорожі, що поєднує навчання, спостереження, дегустацію і натхнення [22, с. 77].

Суттєвий вплив на розвиток гастрономічного туризму мали соціальні мережі й нові медіа. Instagram, TikTok, travel-блоги створили нову цінність: фотогенічність їжі, незвичні локації, «смачні» маршрути стали частиною туристичного контенту. Це підштовхнуло гастроініціативи не лише до вдосконалення продукту, а й до створення атмосферного простору: інтер'єрів, подачі страв, інтерактивних елементів. У результаті гастротуризм став способом конструювання вражень, які залишаються у пам'яті надовго [15, с. 64].

Варто підкреслити ще один чинник – економічну доцільність. Гастрономічні тури дають можливість дрібним виробникам заробляти не лише на продажу продукції, а й на самому досвіді – екскурсіях, дегустаціях, майстер-класах. Для регіонів, що не мають великих туристичних центрів, це шанс створити власну туристичну привабливість на основі того, що у них уже є: традицій, землі, кулінарної спадщини. Наприклад, у Карпатах сир, вино, мед чи гриби давно були частиною побуту, але саме розвиток гастрономічного туризму дозволив перетворити це на ресурс сталого регіонального розвитку [22, с. 77].

Також не можна ігнорувати зростання інтересу до здорового харчування. У гастротурах часто робиться акцент на натуральність, органічність, сезонність. Туристи мають змогу не просто поїсти, а й дізнатися про користь локальних продуктів, побачити процес їхнього вирощування і приготування, долучитися до збору врожаю, приготування традиційних страв. Таким чином гастрономічний туризм поєднує задоволення і просвіту, відпочинок і саморозвиток [6, с. 67].

А також важливо згадати роль психологічної та емоційної потреби у простоті та щирості. У світі, перенасиченому технологіями, стресом, екранами і штучним шумом, гастрономічні тури стали можливістю уповільнитися, побути в моменті, відчувати землю, вогонь, аромат, поспілкуватися з реальними людьми. Це форма "повільного туризму", що базується на глибокому досвіді і прямому контакті зі світом [13, с. 172].

Отже, гастрономічні тури виникли і розвинулися як відповідь на цілу низку викликів та очікувань сучасного суспільства. Вони об'єднують гастрономію, туризм, культуру, економіку і екологію. Це новий тип мандрів – свідомий, естетичний, смаковий і глибоко людський. І саме тому вони мають великий потенціал для розвитку в таких регіонах, як Українські Карпати, де є багаторічна природна й кулінарна спадщина, і щира, гостинна культура. Ба більше, навіть у складних умовах воєнного стану цей потенціал стає важливим чинником підтримки локальної економіки, збереження національної ідентичності та адаптації вітчизняного туристичного ринку до нових викликів [2].

Висновки до розділу I

У першому розділі було досліджено основні чинники для формування гастрономічної культури та роль крафтових виробництв у процесі розвитку гостротуризму.

Проаналізований досвід європейських країн дозволив сформулювати бачення про різноманітність гастрономічних тенденцій та культуру споживання їжі обраних для дослідження європейських країн (Італія, Франція, Іспанія).

Ключовою причиною виникнення крафтових виробництв полягає у потребі до унікальності, натуральності. Глобалізація та стандартизація харчової промисловості відходить на другий план.

РОЗДІЛ II. ОСНОВНІ ВИДИ КРАФТОВИХ ВИРОБНИЦТВ В РЕГІОНІ УКРАЇНСЬКИХ КАРПАТ

2.1. Географія поширення крафтових виробництв

Українські Карпати – це не лише географічне поняття, а й особлива культурна, етнічна та гастрономічна мозаїка, яка формувалася століттями. Саме тут зосереджено найбільше крафтових ініціатив, що живляться гірським повітрям, чистими джерелами, локальними традиціями і неповторним природним ландшафтом. Географія поширення крафтових виробництв у цьому регіоні має чітку територіальну структуру, що охоплює три ключові області: Івано-Франківську, Закарпатську та Чернівецьку [3, с. 153].

Івано-Франківська область: смак гуцульських традицій. Івано-Франківщина відома як серце Гуцульщини – регіону з глибокою історією домашнього господарювання, самодостатньої економіки і любові до натурального. Гірські умови, обмежений доступ до масштабних агроіндустрій і міцні родинні традиції стали основою для розвитку крафтового виробництва. Тут домінують малі сироварні, м'ясні ферми, медоварні та виробники натуральної кондитерської продукції.

Одним із найвідоміших напрямів є крафтове сироваріння. Наприклад, у селищах Верховинського та Косівського районів виробляють автентичну бринзу, вурду, будз за давніми гуцульськими рецептами. Ці сири мають не лише кулінарну, а й ритуальну цінність – вони часто є частиною святкових обрядів та традиційного харчування [19].

А також Івано-Франківщина відома натуральними м'ясними делікатесами – бастурмою, баношем із бринзою, копченими ковбасами, виготовленими без штучних добавок. Саме тут збереглося ремесло коптіння на дереві – явір, граб, вільха – що додає м'ясу неповторного аромату. Також розвиваються малі броварні та пасіки, які поєднують екскурсійний формат з дегустаціями й гастрономічними майстер-класами [11, с. 38].

Закарпатська область: перехрестя культур і смаків. Закарпаття – унікальний мультикультурний регіон, де переплелися українські, угорські, словацькі, румунські, єврейські та німецькі традиції. Саме ця різноманітність зробила область надзвичайно багатою на гастрономічні форми – і, як наслідок, на крафтові виробництва. Особливе місце тут займають виноробні господарства, зосереджені переважно у Виноградівському, Берегівському, Мукачівському районах. Винороби вирощують автохтонні сорти винограду – Трамінер рожевий, Черсегі, Сапераві – й виробляють вино за технологіями, що передаються з покоління в покоління.

Окрім вина, Закарпаття славиться сироварінням із європейським впливом. Тут виготовляють сири типу камамбер, гауда, маасдам, поєднуючи західну технологію з карпатською сировиною – молоком гірських корів, які випасаються на чистих луках. Також у регіоні популярні грибні ферми, виробництво джемів і соусів з локальних ягід (ожина, чорниця, брусниця) та мед із гірських пасік, зокрема з рідкісних рослин, таких як еспарцет, липа, барвінок [1].

Закарпаття активно розвиває гастрономічні маршрути: "Винний шлях Закарпаття", фестивалі вина і сиру в Ужгороді, Берегові та Солотвині сприяють просуванню крафтових виробників на національному рівні. Туристи приїжджають не лише куштувати, а й брати участь у процесі – збирати виноград, варити леквар, вчитися готувати традиційні бограчі чи токан із бринзою [23].

Чернівецька область: буковинська автентика і кулінарна спадщина. Чернівецька область, або Буковина, – це край, де зберіглася надзвичайно багата гастрономічна традиція, що формувалась під впливом румунської, єврейської, австрійської та гуцульської кухонь. Тут крафтове виробництво базується переважно на молочних продуктах, хлібопеченні, ковбасарстві та овочевих консервах за старовинними рецептами..

Особливу увагу привертають малі хлібопекарні, що випікають житній хліб на заквасці в дров'яних печах, використовуючи традиційну техніку замішування та тривалої ферментації. Хліб тут – не просто продукт, а частина духовної культури. У районах Вижниці, Путили та Сторожинця активно розвивається виробництво козячих і овечих сирів, а також продуктів бджільництва: крем-меду, медових настоянок, воскових свічок [22, с. 77].

Буковина також славиться овочевими соліннями і пастами – баклажановими, кабачковими, перцевими, що виготовляються вручну і часто фасуються в дизайнерське скло. Ці продукти експортуються до Європи, але основний акцент – на внутрішнього туриста, який хоче скуштувати домашнє, "як у бабусі", і водночас незвичне [18, с. 815].

Буковинські крафтові господарства поступово перетворюються на туристичні локації: ферми відкривають дегустаційні зали, проводять екскурсії, запрошують на фестивалі – наприклад, на ярмарки традиційних продуктів у Чернівцях, Вашківцях, Заставні. Це дозволяє гостям не просто скуштувати продукт, а й зрозуміти його джерело – землю, працю, історію родини.

2.2. Особливості діяльності крафтових сироварень, виноробень, пивоварень

Карпати, ці мальовничі гори, стали не лише улюбленим місцем для туристів, але й осередком для розвитку крафтових виробництв, зокрема сироварень, виноробень та пивоварень [22, с. 77]. У Чернівецькій, Закарпатській та Івано-Франківській областях, де традиції ремісничого виробництва передаються з покоління в покоління, ці галузі здобули особливу популярність і займають важливе місце в економіці регіону [11, с. 38].

Чернівецька область: перлина карпатського сироваріння. Чернівецька область, з її унікальним кліматом та природними умовами, стала однією з перших, де започатковано крафтове сироваріння. Природні пасовища, що розкидаються на території Буковини, є ідеальним середовищем для

виращування молочних порід худоби, що дають молоко високої якості. Місцеві сироварні, часто розташовані в гірських селах, використовують традиційні технології виготовлення сиру, при цьому додаючи власну інтерпретацію в процеси дозрівання та приготування [14, с. 65]. Вони виготовляють сири, що відрізняються не лише неповторним смаком, але й способом виробництва, від використання молока місцевих корів до екологічних методів обробки. Одним із найбільш відомих продуктів є буковинські сири, які отримали популярність як серед місцевих жителів, так і серед туристів. Це справжнє мистецтво, що потребує знань і досвіду в кожному етапі виробничого процесу [18, с. 815].

Особливістю чернівецьких сироварень є увага до якості сировини, а також прагнення зберегти традиційні рецепти. Паралельно з виробництвом сиру, розвивається і культурний аспект, адже на місцевих фермах часто організовують майстер-класи з сироваріння та дегустації, що приваблюють туристів і забезпечують стійкий попит на продукцію [6, с. 45].

Закарпатська область: унікальність виноробства та сироваріння. Закарпаття є ще одним центром розвитку крафтових виробництв в Україні, зокрема виноробства та сироваріння [1]. Гірський ландшафт та м'який клімат створюють ідеальні умови для виращування винограду, а також для виготовлення сиру. Однак, найбільше здивує дивовижне поєднання традиційних європейських та місцевих методів виноробства, що забезпечують унікальні сорти вина, які практично неможливо знайти в інших регіонах України [4, с. 69]. Закарпатські виноробні господарства часто використовують виноград з місцевих виноградників, які зберегли свої традиції виготовлення вина ще з австро-угорських часів [23].

Також особливістю є високоякісні сири, що виготовляються в Закарпатті. Тут сировари продовжують застосовувати старовинні рецепти, не забуваючи при цьому про сучасні технології виробництва. Найвідомішими є сири, які мають неповторний смак завдяки місцевим травам та природним

інгредієнтам. Багато з них виготовляються вручну, що дає продукту справжню унікальність і дозволяє відчути справжній смак Закарпаття [1].

Закарпаття, з його багатою культурною спадщиною та сприятливими кліматичними умовами, активно розвиває також пивоваріння. Декілька місцевих пивоварень вже отримали популярність, зокрема завдяки пиву, яке варять за старовинними рецептами та з використанням екологічно чистих інгредієнтів. Природний смак і багатство аромату закарпатського пива приваблюють любителів хмільного напою не тільки з України, а й з-за кордону [16, с. 70].

Івано-Франківська область: традиції та інновації в крафтовому виробництві. Івано-Франківщина, що також є частиною українських Карпат, займає важливе місце серед регіонів, де активно розвиваються крафтові виробництва. Це область, де ще з давніх часів розвивалися ремесла, зокрема, виробництво сиру та вина [3, с. 153]. Сироварні в Івано-Франківській області часто відрізняються своєю високою якістю та різноманітністю продукції, що виготовляється за традиційними карпатськими рецептами [19].

Сировари Івано-Франківщини активно використовують місцеві трави та природні компоненти для надання своєму продукту унікальних смакових якостей. Це створює певну автентичність для місцевих виробників і дозволяє їм конкурувати на ринку з іншими виробниками [8].

Щодо виноробства, то хоча цей регіон не такий відомий, як Закарпаття, тут також з'являються нові виноробні господарства, які поєднують стародавні традиції з інноваціями, створюючи нові сорти вин та міцних напоїв. Івано-Франківська область є одним із тих регіонів, де вже розпочали вирощування виноградних сортів, придатних для цього клімату, а також активно експериментують з різними способами ферментації [23].

Пивоваріння на Прикарпатті активно розвивається, і нові пивоварні здобувають популярність завдяки високій якості продукції, а також завдяки тому, що виробники часто експериментують з різними сортами хмелю та ячменю, вирощеними в місцевих господарствах. Це дозволяє створювати

унікальні смаки та варіанти пива, які можуть привабити навіть найбільш вимогливих гурманів [11, с. 39].

Крафтове виробництво в Чернівецькій, Закарпатській та Івано-Франківській областях не лише зберігає традиції, але й активно впроваджує новітні методи виробництва, створюючи справжні шедеври для любителів сиру, вина та пива. Ці регіони продовжують зберігати та розвивати багаті ремісничі традиції, які стають важливою складовою частиною культурної спадщини України та стимулюють розвиток туризму і економіки регіону.

2.3. Дослідження конкретних крафтових виробництв (із зазначенням локацій на карті)

У цьому підрозділі буде зосереджена увага на конкретних крафтових виробництвах у Чернівецькій, Закарпатській та Івано-Франківській областях, які стали знаковими не лише завдяки своїй продукції, але й завдяки унікальним підходам до виробництва та екологічним методам роботи. Для кращого орієнтування в локаціях, також буде надано їхні географічні координати, що дозволяють точно визначити місця розташування цих виробництв на карті.[15,57]

1. Чернівецька область: сироварні та виноробні традиції

Сироварня "Добрі Газди" (село Михайлівка, Глибоцький район)
(див. рис. 2.1., додаток А)

Сироварня "Добрі Газди", розташована в селі Михайлівка Чернівецької області, є прикладом успішного поєднання традиційного сільського господарства з сучасними європейськими технологіями. Відкрита у 2018 році на місці колишньої лазні, сироварня була створена за підтримки громади, Австрійської Агенції Розвитку та Програми Розвитку ООН.

Підприємство спеціалізується на виробництві твердих і напівтвердих сирів за голландськими, австрійськими та італійськими технологіями, адаптованими до місцевих умов. Серед продукції – сири з домішками пажитника, базиліку, горіхів та інших натуральних інгредієнтів. Молоко для

виробництва постачають понад 60 місцевих домогосподарств, що сприяє розвитку сільської економіки та забезпечує високу якість сировини.

Сироварня також є популярним туристичним об'єктом: відвідувачі можуть ознайомитися з процесом виробництва, відвідати дегустаційний зал та придбати продукцію безпосередньо на місці. Завдяки поєднанню традицій, інновацій та активної участі громади, "Добрі Газди" стали символом сучасного розвитку сільських територій Буковини.

Особливість: поєднання традиційного сільського господарства з сучасними європейськими технологіями, активна участь місцевої громади у виробничому процесі та розвиток сільського туризму.

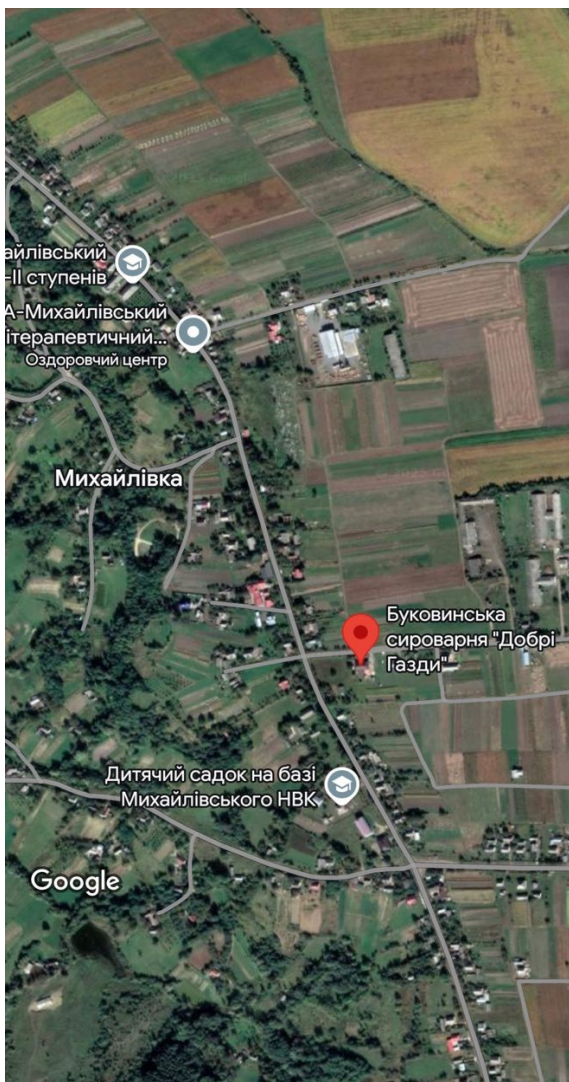


Рис.2.1. Сироварня
“Добрі Газди”

2. Закарпатська область: пивоваріння, сироваріння та виноробство
Виноробня "Шато Чизай" (село Чизай, Берегівський район) (рис.2.2.,
додаток Б)

"Шато Чизай" – одна з найвідоміших виноробних господарств в Закарпатті, що спеціалізується на виготовленні вин із винограду, вирощеного на місцевих виноградниках. Виноробня поєднує традиційні методи виробництва з інноваціями в процесі ферментації, завдяки чому її вина отримали численні нагороди на міжнародних конкурсах.

Особливість: виноробство за сучасними європейськими стандартами, поєднане з традиціями закарпатського виноробства.

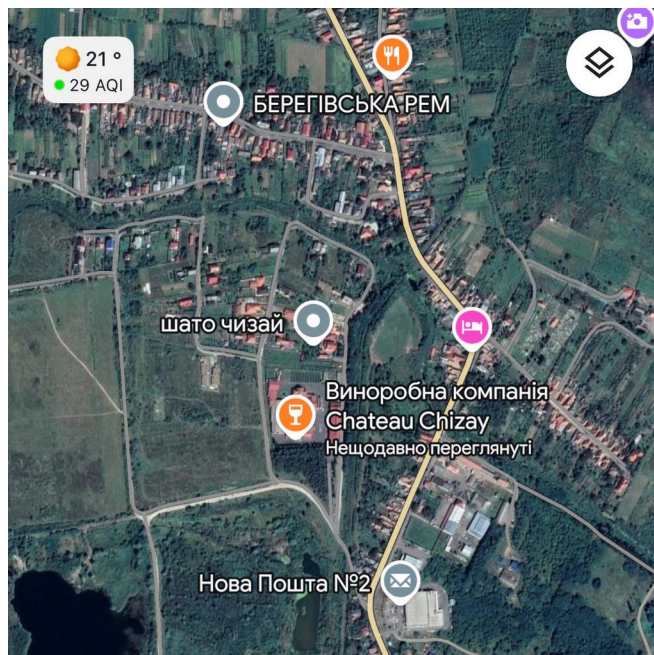


Рис.2.2. Виноробня "Шато Чизай"

3. Івано-Франківська область: сироварні, виноробні та пивоварні традиції

Броварня «Гуцульське» – це сімейне крафтове виробництво, розташоване в селі Микуличин Івано-Франківської області. Заснована у 2002 році на місці австрійської пивниці 1878 року, броварня поєднує традиції гуцульського пивоваріння з сучасними технологіями. Використовуючи місцеву джерельну воду та натуральні інгредієнти, вона виробляє пиво з автентичним смаком, що відображає багатство карпатської природи. (рис.2.3., додаток В)

Особливість: використання джерельної води та натуральних інгредієнтів, що надає пиву автентичного смаку Карпат.

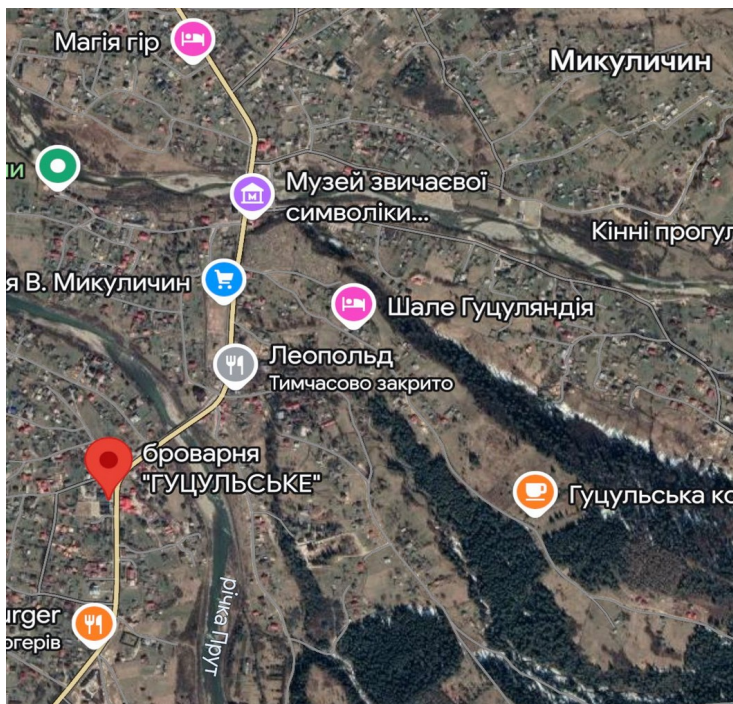


Рис.2.3. Броварня “Гуцульське”

Всі ці крафтові виробництва в Чернівецькій, Закарпатській та Івано-Франківській областях є прикладами успішного поєднання традиційних методів та сучасних технологій виробництва. Вони не тільки задовольняють потреби місцевих споживачів, але й активно приваблюють туристів, які прагнуть скуштувати унікальні продукти Карпат. Кожне з цих виробництв є частиною культурної та економічної спадщини регіону, що має величезний потенціал для розвитку.

Висновки до розділу II

У другому розділі було досліджено географію поширення крафтових виробництв у регіоні Українських Карпат. Проаналізовано стан та особливості діяльності крафтових сироварень, виноробень та пивоварень.

Надано крафтові виробництва із зазначенням їх локацій та зображеннями зовнішнього вигляду об'єктів. Зазначено огляд на майбутній потенціал для розвитку гастрономічного туризму.

РОЗДІЛ III. : РОЗРОБКА КУЛЬТУРНО-ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРУ НА ОСНОВІ КРАФТОВИХ ВИРОБНИЦТВ

3.1. Логістичне забезпечення та програма туру.

Організація комплексного гастрономічного маршруту вимагає ретельного планування логістичного забезпечення, що є основою комфорту та безпеки мандрівників. Транспортна складова відіграє визначальну роль, оскільки крафтові виробництва Українських Карпат часто розташовані у віддалених гірських районах. Маршрут розробленого туру пролягає через три ключові області: Чернівецьку, Івано-Франківську та Закарпатську. Початковою точкою збору туристичної групи обрано місто Чернівці, яке має зручне залізничне сполучення з основними мегаполісами України. Завершується мандрівка в місті Ужгород, звідки туристи мають змогу зручно повернутися додому вечірніми рейсами.

Для забезпечення своєчасного початку туру логістика розрахована з урахуванням графіка прибуття основних пасажирських потягів до залізничного вокзалу Чернівців. Формування групи відбувається у першій половині дня, щоб дати змогу приєднатися мандрівникам із різних регіонів без необхідності додаткової ночівлі перед початком подорожі. Інформація щодо актуальних рейсів із ключових міст наведена у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Розклад прибуття потягів до м. Чернівці з ключових регіонів України

Напрямок сполучення	Номер потяга	Час відправлення	Час прибуття у Чернівці
Київ – Чернівці	007K / 008Л	20:21	08:05
Одеса – Чернівці	136Ш	16:39	10:00
Дніпро – Чернівці	216П	13:00	08:50
Харків – Чернівці	021О	18:41	09:30

Після збору групи на залізничному вокзалі передбачено посадку в комфортабельний туристичний мікроавтобус єврокласу, який супроводжуватиме учасників протягом усього маршруту. Географія подорожі розроблена таким чином, щоб забезпечити поступове занурення в гастрономічну культуру з мінімізацією тривалих переїздів. Картосхема маршруту з позначенням ключових локацій демонструє рух від буковинських традицій через гуцульський колорит до закарпатського мультикультуралізму (див. рис. 3.1, додаток Г). Ключовими транзитними та екскурсійними точками є село Михайлівка у Чернівецькій області, село Микуличин на Івано-Франківщині, а також село Нижнє Селище, місто Берегове та місто Ужгород у Закарпатській області.

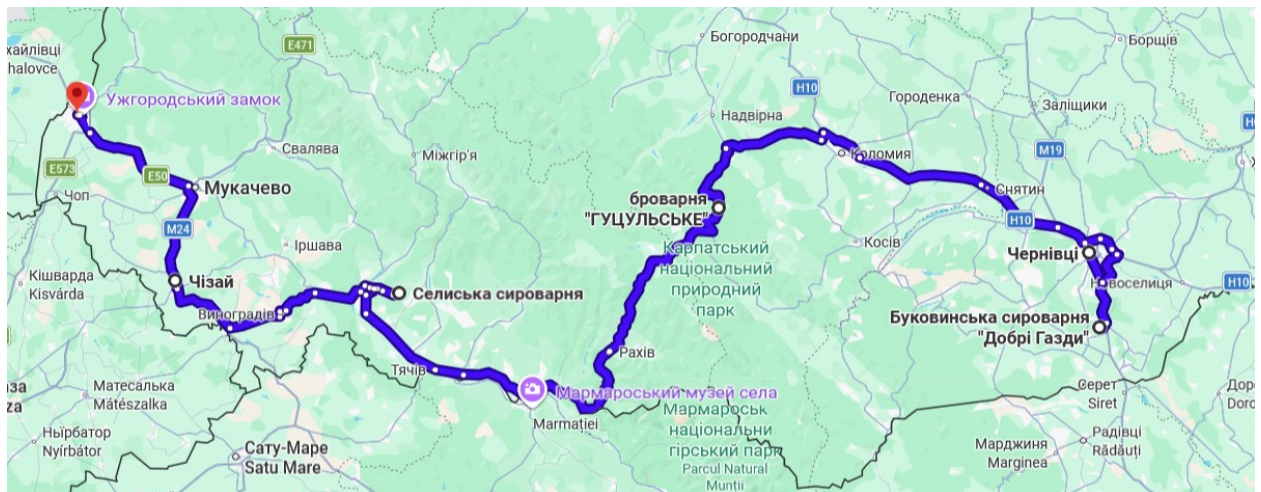


рис. 3.1. Карпатський крафтовий шлях: від Буковини до Закарпаття

На основі визначених логістичних вузлів та обраних крафтових локацій сформовано погодинну програму триденного культурно-гастрономічного туру. Розподіл часу враховує тривалість переїздів гірськими дорогами, необхідність санітарних зупинок, проведення повноцінних екскурсій на виробництвах, дегустації та харчування учасників. Детальний розклад представлено у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Програма культурно-гастрономічного туру крафтовими виробництвами
Карпат

День туру	Час	Запланований захід
День 1	10:00 – 10:30	Збір туристичної групи на залізничному вокзалі м. Чернівці, посадка в транспорт.
	10:30 – 11:30	Переїзд до с. Михайлівка (Глибоцький район, Чернівецька область).
	11:30 – 13:30	Екскурсія буковинською сироварнею «Добрі Газди», дегустація напівтвердих і твердих сирів із місцевими додатками.
	13:30 – 14:30	Обід стравами традиційної буковинської кухні на території господарства.
	14:30 – 17:30	Переїзд до с. Микуличин (Івано-Франківська область) через мальовничі карпатські перевали.
	17:30 – 19:00	Поселення в готельний комплекс або еко-садиби в с. Микуличин.
	19:00 – 20:00	Вечеря з елементами гуцульської кухні, вільний час для відпочинку.
День 2	08:30 – 09:30	Сніданок у готелі, виселення з номерів.
	09:30 – 11:30	Відвідування сімейної крафтової броварні «Гуцульське» (с. Микуличин), ознайомлення з процесом пивоваріння, дегустація.
	11:30 – 14:30	Переїзд до с. Нижнє Селище (Хустський район, Закарпатська область).
	14:30 – 15:30	Обід у традиційній гуцульській хаті (банос із бринзою, печена картопля, домашні соління).
	15:30 – 17:00	Екскурсія та дегустація на «Селиській сироварні», ознайомлення зі швейцарською технологією визрівання сирів.
	17:00 – 18:30	Інтерактивний майстер-клас у місцевій пекарні «Selyski Bakery», випікання хліба на заквасці у дров'яній печі.
	18:30 – 19:30	Переїзд до Берегівського району, поселення в готель, вечеря.
День 3	09:00 – 10:00	Сніданок у готелі, виселення з номерів.
	10:30 – 12:30	Екскурсія виноробним комплексом «Шато Чизай» (м. Берегове), прогулянка виноградниками, відвідування підвалів та дегустація вин.
	12:30 – 14:00	Переїзд до м. Ужгород.
	14:00 – 15:30	Обід у центрі Ужгорода з дегустацією страв закарпатського мультикультурного міксу.
	15:30 – 17:30	Пішохідна культурно-історична прогулянка центральною частиною Ужгорода, придбання локальних гастрономічних сувенірів (кава, солодоші).
	17:30 – 18:00	Трансфер до залізничного вокзалу м. Ужгород, завершення програми туру та від'їзд учасників.

* складено автором

Програма побудована за принципом поступового наростання та зміни гастрономічних вражень. Перший день присвячений знайомству з

буковинським сироварінням. Другий день розкриває традиції гуцульського пивоваріння та закарпатської домашньої випічки з місцевими сирами. Третій день фокусується на культурі виноробства з подальшим завершенням мандрівки в адміністративному центрі Закарпаття. Такий підхід гарантує емоційну та смакову насиченість подорожі, залишаючи достатньо часу для комфортного відпочинку учасників.

3.2. Об'єктова база крафтових виробництв.

Формування гастрономічного маршруту спирається на просторову та змістовну інтеграцію крафтових господарств, які виступають не просто точками збуту, а цілісним соціокультурним ресурсом Карпатського регіону. Кластерний підхід (радіус 10–30 км між об'єктами) оптимізує логістику, а типологічна диференціація підприємств забезпечує динамічну сценарність туристичного продукту. Головна цінність такої об'єктової бази полягає у здатності виробника транслювати філософію свого ремесла через безпосередню комунікацію та інтерактивну співучасть (партисипацію) мандрівника.

Об'єктова база крафтового виробництва репрезентована сироварнею «Добрі Газди»(див. рис.3.1), просторово локалізованою у межах села Михайлівка Чернівецької області. Зазначена геолокація виступає функціональним вузлом регіонального туристичного маршруту, забезпечуючи просторову інтеграцію агропромислового та рекреаційного потенціалу. Інфраструктурний комплекс підприємства структурно поділений на спеціалізовані виробничі цехи, приміщення для визрівання продукції, адаптовані дегустаційні зали та зони безпосереднього прийому відвідувачів. Візуально-архітектурні характеристики локації відзначаються автентичним просторовим рішенням, що забезпечує формування репрезентативного фотографічного та ілюстративного матеріалу для фіксації об'єкта. Профільна діяльність суб'єкта господарювання базується на засадах соціального

підприємництва і зосереджена на глибинній переробці молочної сировини від локальних фермерських господарств з подальшим продукуванням асортиментної лінійки крафтових сирів. Виробничий процес характеризується застосуванням традиційних технологічних протоколів у симбіозі з сучасними стандартами харчової безпеки. Специфічною ознакою даної локації є

імплементация концепції відкритого виробництва та інтерактивної взаємодії, що дозволяє здійснювати пряму демонстрацію технологічних етапів сироваріння, формуючи комплексну туристичну атракцію та стимулюючи розвиток сільських територій.

Рис. 3.1. Візуалізація просторової локалізації та виробничих потужностей сироварні «Добрі Газди»

Дослідження об'єктові бази крафтових виробництв на прикладі броварні «Гуцульське» демонструє специфіку функціонування підприємств мікропивоваріння в умовах рекреаційних зон. Просторове розміщення об'єкта, зосереджене в гірському масиві Карпатського регіону, жорстко детерміноване необхідністю безперервного доступу до екологічно чистої артезіанської або джерельної водної бази, яка виступає критичним компонентом усього технологічного циклу. Геолокаційні параметри підприємства стратегічно

інтегровані в ключові туристичні та транспортні артерії локації, що гарантує стабільний вхідний потік споживачів. Інфраструктурний комплекс закладу структурно інтегрує дві основні зони: безпосередньо виробничий сектор, оснащений сучасним ємнісним обладнанням для затирання, кип'ятіння та ферментації, і спеціалізований гастрономічний простір дегустаційного типу, де здійснюється пряма реалізація (B2C)(див. рис.3.2).

Основна операційна діяльність броварні фокусується на виготовленні крафтового нефільтрованого та непастеризованого пива за принципами класичного низового та верхового бродіння без застосування синтетичних консервантів чи пастеризації. Характеристики кінцевої продукції формуються за рахунок комбінування автохтонної ресурсної бази та селекційних сортів солоду і хмелю, що забезпечує стабільність органолептичних показників. Супровідні фотографічні матеріали екстер'єру, що часто використовують елементи традиційної етнічної архітектури, та інтер'єру цехів підтверджують імплементацію маркетингової концепції відкритого виробництва. Завдяки такому підходу відвідувачі мають можливість візуально контролювати виробничі етапи, що підвищує рівень довіри до бренду. Таким чином, комплексний опис цієї локації дозволяє ідентифікувати броварню як багатофункціональний осередок гастрономічного туризму, який одночасно виконує виробничу та рекреаційно-пізнавальну функції.



Рис. 3.2. Просторова інтеграція виробничого та дегустаційного секторів крафтової броварні «Гуцульське»

«Селиська сироварня» репрезентує собою еталонний об'єкт крафтового виробництва Закарпатського регіону, що локалізується в селі Нижнє Селище Хустського району Закарпатської області (див. рис.3.3). Дане підприємство функціонує не лише як спеціалізована виробнича база, але і як важливий соціально-економічний кластер, заснований у 2002 році за підтримки європейського кооперативу «Лонго Май». Його ключова концепція орієнтована на стимулювання локального тваринництва шляхом централізованої закупівлі екологічно чистого коров'ячого молока виключно у місцевого населення, що формує замкнений цикл регіональної економіки.

Виробнича діяльність об'єкта базується на адаптованих швейцарських технологіях сироваріння без додавання штучних консервантів чи барвників. Технологічний цикл передбачає використання традиційного обладнання, візуальний ряд якого характеризується наявністю масивних мідних чанів для пастеризації та ферментації сироватки. Важливою інфраструктурною складовою є спеціалізовані підвальні приміщення із суворо контрольованим рівнем вологості та температури, де на автентичних дерев'яних стелажах відбувається багатомісячний процес афінажу (дозрівання) сирних голівок.

Асортиментна лінійка є вузькоспеціалізованою та включає три основні сорти напівтвердих і твердих сирів: напівтвердий «Хуст» із солодкувато-пряним профілем, класичний «Селиський» з вираженим ароматом та твердий сир тривалої витримки «Нарцис Карпат», які кардинально відрізняються органолептичними властивостями та термінами визрівання.

У контексті рекреаційно-туристичного потенціалу сироварня функціонує як інтегрована гастрономічна локація, архітектурна форма якої гармонійно вписана у сільський гірський ландшафт і відзначається екстер'єром з використанням натурального дерева та каменю. Просторова



організація закладу включає безпосередньо виробничі зони, які частково відкриті для спостереження під час фахових екскурсій, спеціально обладнану дегустаційну залу для проведення структурованих презентацій готової продукції в поєднанні з локальними винами, а також крамницю для реалізації крафтових виробів. Такий комплексний підхід до просторової та функціональної організації дозволяє реципієнтам наочно дослідити повний цикл крафтового сироваріння, забезпечуючи високу атрактивність об'єкта як базової дестинації на гастрономічній мапі Карпатського макрорегіону.

Рис. 3.3. Просторове облаштування зони афінажу (дозрівання) та дегустації крафтових сирів на базі «Селиської сироварні» (с. Нижнє Селище)

Досліджуючи об'єктову базу крафтових виробництв Закарпатського регіону, доцільно виокремити виноробний комплекс «Шато Чизай»(див. рис.3.4), який репрезентує еталонну модель інтеграції агропромислової

діяльності та енотуризму. Територіально-просторова організація підприємства зосереджена в однойменному урочищі поблизу міста Берегове, де унікальний мікроклімат Паннонської рівнини та специфічний ґрунт із переважанням вулканічних порід створюють оптимальні агрокліматичні передумови для культивування європейських сортів винограду. Інфраструктурне забезпечення комплексу формує багатокomпонентну систему, що охоплює власні виноградні плантації площею понад двісті гектарів, високотехнологічний завод первинного та вторинного виноробства, підвищені сховища для витримки марочних вин, спеціалізовані дегустаційні зали та інтерактивний Музей винороба Чиза. Візуальна репрезентація локації відображає гармонійне поєднання індустріальної архітектури з природним ландшафтом: геометрично правильні масиви виноградників на схилах органічно доповнюються сучасними виробничими корпусами та стилізованими рекреаційними зонами, що створює цілісний естетичний простір, придатний для формування репрезентативного візуального та фотографічного контенту.

Виробнича діяльність комплексу базується на принципах крафтового підходу в масштабах індустріального підприємства, де ключовим імперативом є жорсткий контроль якості на всіх етапах життєвого циклу продукту – від селекції лози до пляшкування. Окрім класичного виноробства, підприємство диверсифікує свою діяльність шляхом виготовлення авторських дистилатів, локальних спеціалітетів та натурального виноградного соку, що посилює його конкурентні позиції на ринку гастрономічного туризму. Завдяки такому комплексному підходу об'єкт функціонує не просто як виробничий осередок, а як потужний туристичний хаб, який генерує значний соціокультурний та економічний вплив, забезпечуючи відвідувачів ґрунтовним екскурсійним і дегустаційним досвідом та виступаючи важливим вузлом регіональних туристичних маршрутів.



Рис. 3.4. Інфраструктурно-рекреаційне забезпечення виноробного комплексу «Шато Чизай»: інтерактивний музейний простір та сховища для витримки вин

Висновки до розділу III

Розроблений триденний культурно-гастрономічний тур концептуально об'єднує крафтові господарства Чернівецької, Івано-Франківської та Закарпатської областей у наскрізний регіональний маршрут. Його програма забезпечує поступове знайомство з автентичними смаками Карпат, охоплюючи буковинське сироваріння, гуцульське пивоваріння та закарпатську культуру виноробства. Відібрані для об'єктової бази підприємства, зокрема сироварні «Добрі Газди» і «Селиська», броварня «Гуцульське» та виноробня «Шато Чизай», функціонують як інтегровані туристичні хаби з відкритими виробничими циклами. Завдяки такій просторовій та змістовній інтеграції маршрут гарантує мандрівникам глибокий партисипативний досвід, одночасно стимулюючи сталий соціально-економічний розвиток прилеглих гірських територій.

РОЗДІЛ 4. ФІНАНСОВІ ТА МАРКЕТИНГОВІ ПРОПОЗИЦІЇ ПРИ РОЗРОБЦІ ТУРІВ НА ОСНОВІ КРАФТОВИХ ВИРОБНИЦТВ

4.1. Розрахунок собівартості туру

Економічне обґрунтування туристичного продукту є ключовим етапом його проектування. Для розрахунку собівартості та кінцевої ціни триденного культурно-гастрономічного туру крафтовими виробництвами Карпат обрано базові параметри, що відповідають актуальним ринковим цінам.

Базові параметри для розрахунку:

- Тривалість туру: 3 дні / 2 ночі.
- Маршрут: Чернівці – Михайлівка – Микуличин – Нижнє Селище – Берегове – Ужгород (орієнтовна протяжність – 550 км).
- Кількість туристів: 15 осіб (стандартна група для мікроавтобуса).
- Супроводжуючий персонал: 1 гід-екскурсовод, 1 водій.

Розрахунок собівартості базується на поділі витрат на постійні (транспорт, послуги гіда) та змінні (проживання, харчування, вхідні квитки та дегустації, страхування), які залежать від кількості учасників групи.

Таблиця 4.1

Калькуляція витрат на організацію гастрономічного туру (у розрахунку на 15 осіб)

Статті витрат	Вартість на 1 особу (грн)	Вартість на групу 15 осіб (грн)	Примітка / Розшифровка витрат
1. Транспортне обслуговування	2 800	42 000	Оренда комфортабельного туристичного мікроавтобуса (18-20 місць) на 3 дні, включаючи пальне та роботу водія (орієнтовно 14 000 грн/день).
2. Проживання	2 200	33 000	Ніч 1 (Микуличин): 1000 грн (еко-садиба/готель зі сніданком). Ніч 2 (Берегове/околиці): 1200 грн (готель зі сніданком).
3. Харчування (без сніданків)	2 300	34 500	День 1: обід (400), вечеря (500). День 2: обід (400), вечеря (500).

			День 3: обід (500).
--	--	--	---------------------

Продовження таблиці 4.1

4. Екскурсійно-дегустаційна програма	1 600	24 000	Сироварня «Добрі Газди» (300 грн). Броварня «Гуцульське» (250 грн). «Селиська сироварня» (250 грн). Пекарня «Selyski Bakery» (350 грн). «Шато Чизай» (450 грн).
5. Послуги гідасупроводжуючого	500	7 500	Оплата роботи гіда за 3 дні (2500 грн/день). Проживання та харчування гіда покривається за рахунок знижок від закладів для туристичних груп.
6. Медичне страхування	150	2 250	Страховий поліс на 3 дні (50 грн/день на особу).
7. Організаційні витрати	250	3 750	Сувенірна продукція туру (екоторбинки, брендовані бейджі), питна вода в автобус.
Разом виробнича собівартість	9 800	147 000	Сума всіх прямих витрат на організацію туристичної поїздки.

** складено автором*

Виробнича собівартість туру на одну особу становить 9 800 грн. Для забезпечення рентабельності туристичного оператора (або організатора) до собівартості додається маржинальний прибуток. Стандартна норма прибутку для авторських крафтових турів на внутрішньому ринку становить 15–20% від собівартості.

Собівартість туру на 1 особу: 9 800 грн.

Маржинальний прибуток (20%): $9\,800 \text{ грн} \times 0,20 = 1\,960 \text{ грн}$.

Повна вартість туру (ціна реалізації): $9\,800 \text{ грн} + 1\,960 \text{ грн} = 11\,760 \text{ грн}$.

Для зручності позиціонування на ринку та маркетингової привабливості ціну доцільно округлити. Отже, фінальна ринкова вартість розробленого триденного гастрономічного туру становить 11 750 грн з однієї особи.

До розрахованої вартості включено всі ключові витрати (транспорт, проживання, базове триразове харчування, вхідні квитки та всі заявлені дегустації), що переводить продукт у сегмент «все включено» (all-inclusive) для внутрішнього туризму, мінімізуючи непередбачувані витрати клієнтів під час подорожі. Додатковими витратами для туриста залишаються лише квитки

на потяг до Чернівців (місця початку туру) та з Ужгорода (місця завершення), а також придбання крафтової продукції для власного споживання додому.

4.2. Формування та розробка рекламного продукту

Ефективна промоція розробленого туристичного продукту «Карпатський крафтовий шлях: від Буковини до Закарпаття» ґрунтується на створенні цілісного візуального та інформаційного образу, що апелює до емоційного сприйняття та раціональних потреб цільової аудиторії. Стратегія рекламної кампанії передбачає використання трьох ключових носіїв: флаєра для первинного залучення уваги, детального буклету для інформаційного супроводу та динамічного відеоролика для формування візуального бажання відвідати дестинацію. Всі рекламні продукти об'єднані єдиним брендингом, кольоровою палітрою природних відтінків та акцентом на автентичності крафтового виробництва.

Флаєр розглядається як інструмент швидкої комунікації, призначений для розповсюдження у залізничних касах, інформаційних центрах та закладах HoReCa. Його візуальна концепція базується на мінімалізмі та яскравих акцентах. На лицьовій стороні домінує назва туру «Карпатський крафтовий шлях: від Буковини до Закарпаття», доповнена трьома високоякісними зображеннями: панорамою гірських полонин, процесом нарізки сиру в сироварні та келихом закарпатського вина. Інформаційне наповнення флаєра обмежене ключовими тезами про унікальність досвіду, вартість туру та QR-кодом, що веде на сторінку бронювання. Такий підхід дозволяє за лічені секунди сформулювати у потенційного клієнта інтерес до продукту.



ГАСТРОНОМІЧНА ПОДОРОЖ

КАРПАТСЬКИЙ КРАФТОВИЙ ШЛЯХ:

ВІД БУКОВИНИ ДО ЗАКАРПАТТЯ







**АВТЕНТИЧНІ
ВРАЖЕННЯ**
від сироварень
до виноробень
Карпат



**ЛОКАЛЬНА
ГАСТРОНОМІЯ**
сири, вина, м'ясні
делікатеси та інші
крафтові продукти



**МАЛЬОВНИЧІ
КРАСВИДИ**
полонини, річки,
виноградники та
історичні міста



**НЕЗАБУТНІ
ЕМОЦІЇ**
відпочинок, нові
знайомства та
натхнення



ТРИВАЛІСТЬ ТУРУ:
3 дні / 2 ночі



МАРШРУТ:
Чернівці – Михайлівка – Микуличин –
Нижнє Селище – Берегове – Ужгород
(орієнтовна протяжність — 550 км)

ВАРТІСТЬ ТУРУ

11 750 грн

з однієї особи



Скануй та броньуй
свою подорож!



СМАКУЙ. ВІДКРИВАЙ. ПІДТРИМУЙ ЛОКАЛЬНЕ!



Рис. 4.1. Візуальна концепція та інформаційна структура рекламного флаєра гастрономічного туру «Карпатський крафтовий шлях»

Рекламний буклет(див. Додаток Е). розробленого туру виконує комплексну інформаційно-презентаційну функцію, візуалізуючи концепцію Карпатського крафтового шляху як інтегрованого туристичного продукту. Композиційне рішення видання побудоване за принципом поступової деталізації пропозиції. Вступний блок розкриває ключову ідею поєднання локальної гастрономії та природної автентики, що додатково підкреслюється загальною стилістикою екодизайну з імітацією фактурного паперу. Головним просторово-навігаційним елементом виступає картосхема, яка графічно фіксує логістику переміщення від стартової точки у Чернівцях, через транзитні вузли Микуличин, Нижнє Селище та Мукачево, до кінцевої дестинації в Ужгороді. На карті та в текстових блоках чітко ідентифіковані базові агропромислові локації маршруту: буковинська сироварня «Добрі Газди», крафтова броварня «Гуцульське» та закарпатський виноробний комплекс «Шато Чизай». Сценарна частина буклету містить розгорнутий розклад триденної подорожі, формуючи у потенційного споживача розуміння чіткої організації процесу. Завершується структура прагматичним блоком із прозорою фіксацією вартості та інструментами прямого бронювання через QR-код, що перетворює поліграфічний матеріал на ефективний інструмент маркетингової комунікації.

Відеопродукт тривалістю 35–40 секунд орієнтований на поширення у соціальних мережах (Instagram Reels, TikTok) та на моніторах у транспортних вузлах. Сценарій ролика побудований на динамічній зміні кадрів, що відображають «живі» моменти подорожі: ранковий туман у горах, замішування тіста в пекарні «Selyski Bakery», усміхнених туристів під час дегустації та мальовничі краєвиди з вікна автобуса. Звуковий супровід поєднує сучасну фолк-музику з природними звуками – шумом вітру, потріскуванням дров у печі та дзвоном келихів. Фінальний кадр відео містить логотип туру «Карпатський крафтовий шлях: від Буковини до Закарпаття» та заклик до дії, що спонукає до миттєвого бронювання. Такий мультимедійний підхід

забезпечує комплексне охоплення аудиторії, формуючи стійкий попит на розроблений гастрономічний маршрут.

Висновки до розділу IV

Економічне та маркетингове обґрунтування, наведене у четвертому розділі, підтверджує життєздатність і комерційну перспективність розробленого туру «Карпатський крафтовий шлях: від Буковини до Закарпаття».

Проведена калькуляція витрат для базової групи з п'ятнадцяти осіб дозволила сформувати конкурентну ринкову ціну продукту на рівні 11 750 гривень. Ця вартість спирається на формат «все включено» для внутрішнього туризму та повністю покриває логістичне забезпечення маршрутом Чернівці – Михайлівка – Микуличин – Нижнє Селище – Берегове – Ужгород, а також витрати на проживання, харчування, супровід гіда та екскурсійно-дегустаційні послуги. Для успішного виведення туру на ринок спроектовано комплексну комунікаційну стратегію, яка поєднує друковані інструменти швидкого реагування (флаєри), розширені інформаційні носії (деталізовані буклети з картосхемою) та динамічний мультимедійний контент для соціальних мереж. Усі елементи рекламної кампанії об'єднані спільним екодизайном та акцентують увагу потенційного споживача на ключових локаціях маршруту, серед яких сироварні «Добрі Газди» та «Селиська», крафтова броварня «Гуцульське», пекарня «Selyski Bakery» і виноробний комплекс «Шато Чизай».

Синтез збалансованої цінової політики та багатоканальної візуальної промоції формує цілісний туристичний продукт, що відповідає сучасним вимогам ринку та готовий до практичної реалізації.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження було встановлено, що гастрономічна культура, яка формується на основі місцевих продуктів, традиційних ремесел та природних умов, відіграє важливу роль не лише в культурному житті регіонів, а й у розвитку сталого туризму. Досвід європейських країн, таких як Італія, Франція та Іспанія, доводить ефективність поєднання локального виробництва та туризму в рамках крафтових практик і гастрономічних маршрутів.

Причини виникнення крафтових виробництв в Українських Карпатах пов'язані з прагненням зберегти автентичність, розвивати локальну економіку та задовольнити попит на натуральні, якісні продукти. Водночас зростаючий інтерес туристів до гастрономічних подорожей стимулює розвиток нових форм взаємодії між виробниками, туроператорами та місцевими громадами.

У ході аналізу основних видів крафтового виробництва на території Чернівецької, Івано-Франківської та Закарпатської областей було виявлено, що найбільш активно розвиваються сироварні, виноробні та пивоварні. Вони не лише виготовляють продукцію, а й стають точками культурного тяжіння, відкриваючи двері для туристів і формуючи гастрономічні локації.

Формування гастротуру потребує комплексного підходу: продуманого маршруту, зручної логістики, врахування сезонності та підготовки господарів до прийому гостей. Унікальною особливістю таких маршрутів є їхня автентичність – тури мають не лише інформаційне, а й емоційне наповнення. Саме це забезпечує туристам глибше занурення в культуру та побут регіону.

Специфіка взаємодії при організації гастротурів полягає у неформальності зв'язків, живій комунікації та великій ролі людського фактору. Організатор виступає посередником між туристом і крафтовим виробником, допомагаючи створити комфортну атмосферу, в якій народжуються справжні враження.

Отже, гастрономічний туризм на базі крафтових виробництв має великий потенціал для розвитку Карпатського регіону. Це водночас спосіб

збереження традицій, підтримка малого бізнесу й можливість для туриста відчувати справжній смак місцевості – не тільки через їжу, а й через людей, історії та простори.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бойко Н. О., Висоцька М. О. Гастрономічний туризм і його роль у туристичній спеціалізації Закарпаття. *Géographie et géologie*. 2023. URL: https://www.researchgate.net/publication/373052297_GASTRONOMICNIJ_TURIZM_I_JOGO_ROL_U_TURISTICNIJ_SPECIALIZACII_ZAKARPATTA (дата звернення: 02.05.2026).
2. Бурачек І. В., Панасюк Д. С., Ярмолук Д. І. Гастрономічний туризм в Україні під час війни. *Економіка та суспільство*. 2025. Вип. 71. URL: https://drive.google.com/file/d/1jg_xBxY-jRLG3u-91nqTddqcQghqgcMx/view?usp=sharing (дата звернення: 02.05.2026).
3. Великочий В., Кіндрачук Н. Історико-культурна спадщина Карпатського регіону : лекційний матеріал. С. 153. URL: <http://194.44.152.155/elib/local/pv/840.pdf> (дата звернення: 02.05.2026).
4. Горшкова Л. О. Розвиток винного туризму як спеціалізованого виду туристичної діяльності. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. Вип. 17. Ч. 1. С. 68–71.
5. Давидюк Ю. В., Горшкова Л. О. Гастрономічний туризм як перспективний напрям для розвитку індустрії гостинності в Україні. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2022. № 4. URL: <https://journals-lute.lviv.ua/index.php/tourism/article/view/1086/1026> (дата звернення: 02.05.2026).
6. Дишкантюк О. В., Власюк К. В. Гастрономічний туризм : підручник. Одеса : ОЛДІ-ПЛЮС, 2021. 136 с. URL: <https://dspace.onua.edu.ua/server/api/core/bitstreams/fb992cdc-d557-4e41-93e8-35fa6429826d/content> (дата звернення: 02.05.2026).
7. Дністрянський М. С., Чайка І. М. Етнографічні особливості, просторові форми та демографічний потенціал поселень Українських Карпат у контексті перспектив розвитку регіону. *Acta Academiae Beregsasiensis: Geographica Et Recreatio*. 2024. № 3. С. 38–47. URL: <https://doi.org/10.32782/2786-5843/2024-3-5>

8. Захарчин Р. Локальні бренди та механізм географічних зазначень харчових продуктів в стратегії розвитку вітчизняного туристичного підприємництва. *Економіка та суспільство*. 2020. № 22. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-70>
9. Когут М. В. Гастрономічний туризм як складова культурного бренду регіонів України: роль географічних зазначень. *Трансформаційна економіка*. 2025. № 3 (12). С. 38–43. URL: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2025-12-6>
10. Колісниченко Т. О. Гастрономічний туризм як перспективний напрямок розвитку туризму в Україні. *Інноваційні технології в готельно-ресторанному бізнесі* : матеріали ІХ Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 19–20 трав. 2020 р.). Київ : НУХТ, 2020. С. 78–79. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kolisnychenko2.htm (дата звернення: 02.05.2026).
11. Комліченко О. О., Живець А. М., Наконечна В. І. Крафтове виробництво як джерело розвитку туристичної галузі регіону. *Економічний простір*. 2023. № 188. С. 37–40. URL: <https://drive.google.com/file/d/1PzQQmAGtsQZ2nnS3dR8zz9cPGGPHYAER/view?usp=sharing> (дата звернення: 02.05.2026).
12. Костиця І. О., Білецька О. О. Гастрономічний туризм як інструмент культурного брендингу України. *Питання культурології*. 2021. № 38. С. 301–313. URL: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.38.2021.247174>
13. Красовський С. О. Гастрономічний туризм як актуальний тренд сучасної культури. *Питання культурології*. 2021. № 37. С. 169–180. URL: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.37.2021.236018>
14. Кузнєцова А. О., Купач Т. Г. Регіональні аспекти гастрономічної спадщини України (розробка факультативу з географії). *Конструктивна географія та раціональне використання природних ресурсів*. 2022. Вип. 2 (2). С. 65. URL: https://constructgeo.knu.ua/assets/num/num_2_2_2022/2_2-22_13.pdf (дата звернення: 02.05.2026).

15. Лепкий М. І., Левчук О. І. Гастрономічний туризм як інструмент брендингу регіонів України. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2024. № 3 (13). С. 62–68. URL: <https://drive.google.com/file/d/1iSxxHttkH-clOqfo5BGO6IjAXBwvHImj/view?usp=sharing> (дата звернення: 02.05.2026).
16. Ніколенко А. М., Олійник Т. Г. Етнічний туризм у Карпатах: потенціал і перспективи розвитку м. Ужгород. 2025. С. 69–71. URL: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/22922/1/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BA%D0%B0%202025-69-71.pdf> (дата звернення: 02.05.2026).
17. Паньків Н. Етнічні туристичні ресурси – як складова етнокультурної спадщини України. *Економіка та суспільство*. 2025. № 82. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-82-126>
18. Польова Л. В., Худик Н. І., Загнибіда Р. П. Гастрономічний туризм як чинник популяризації кулінарної спадщини та розвитку регіональної ідентичності. *Наукові інновації та передові технології*. 2025. № 11 (51). С. 811–823. URL: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2025-11\(51\)-811-823](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2025-11(51)-811-823) (дата звернення: 02.05.2026).
19. Польова Л. Смак Гуцульщини: крафтове виробництво сирів. URL: <https://lib-repo.pnu.edu.ua/bitstream/123456789/18303/1/%D0%9A%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B5%20%D0%B2%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%82%D0%B2%D0%BE.pdf> (дата звернення: 02.05.2026).
20. Сидорук А., Омеляненко Г. Роль екскурсій як засобу засвоєння соціокультурного простору в етнічному туризмі. *Економіка та суспільство*. 2022. № 37. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-34>
21. Табенська О. І. Гастрономічна спадщина як механізм збереження національної ідентичності українців. *Національна економіка*. 2024. № 1. URL: https://intellect21.nuft.org.ua/journal/2024/2024_1/5.pdf (дата звернення: 02.05.2026).

22. Феєр А. Є. Аналіз особливостей розвитку крафтового виробництва та оцінка його впливу на економіки гірських територій. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 65. С. 77. URL: https://drive.google.com/file/d/1CEc7_72daL-rBlC_LY83QDKliWRU_pIY/view?usp=sharing (дата звернення: 02.05.2026).
23. Чорна Н. М. Винний туризм в Україні: потенціал та тенденції розвитку. URL: https://www.academia.edu/86681354/%D0%92%D0%B8%D0%BD%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC_%D0%B2_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96_%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD_%D1%82%D0%B0_%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%86%D1%96%D1%97_%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%BA%D1%83 (дата звернення: 02.05.2026).
- 24.

ДОДАТКИ

Додаток А

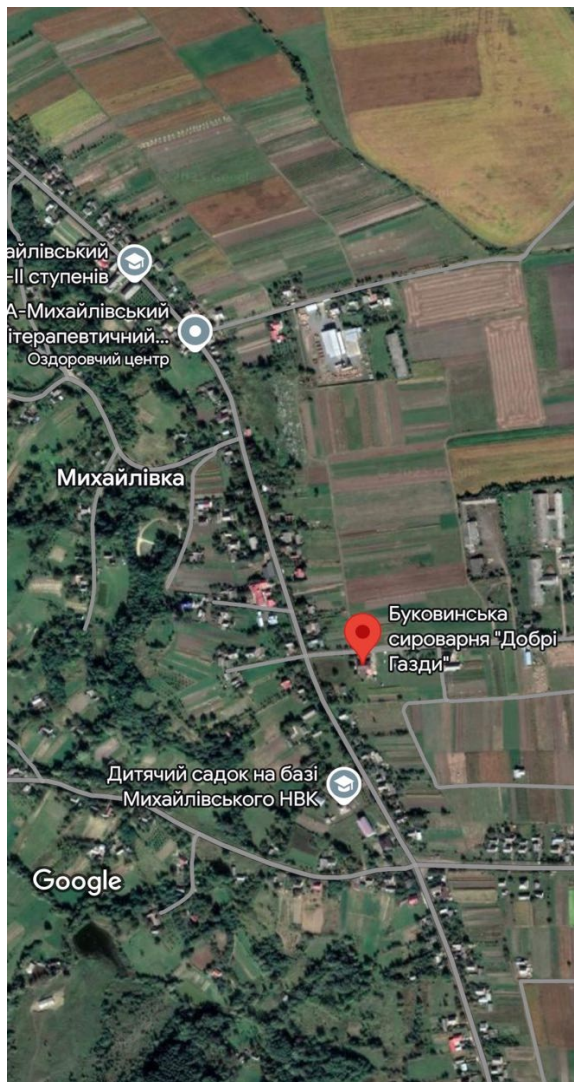


Рис. Сироварня "Добрі Газди" (село Михайлівка, Глибоцький район)

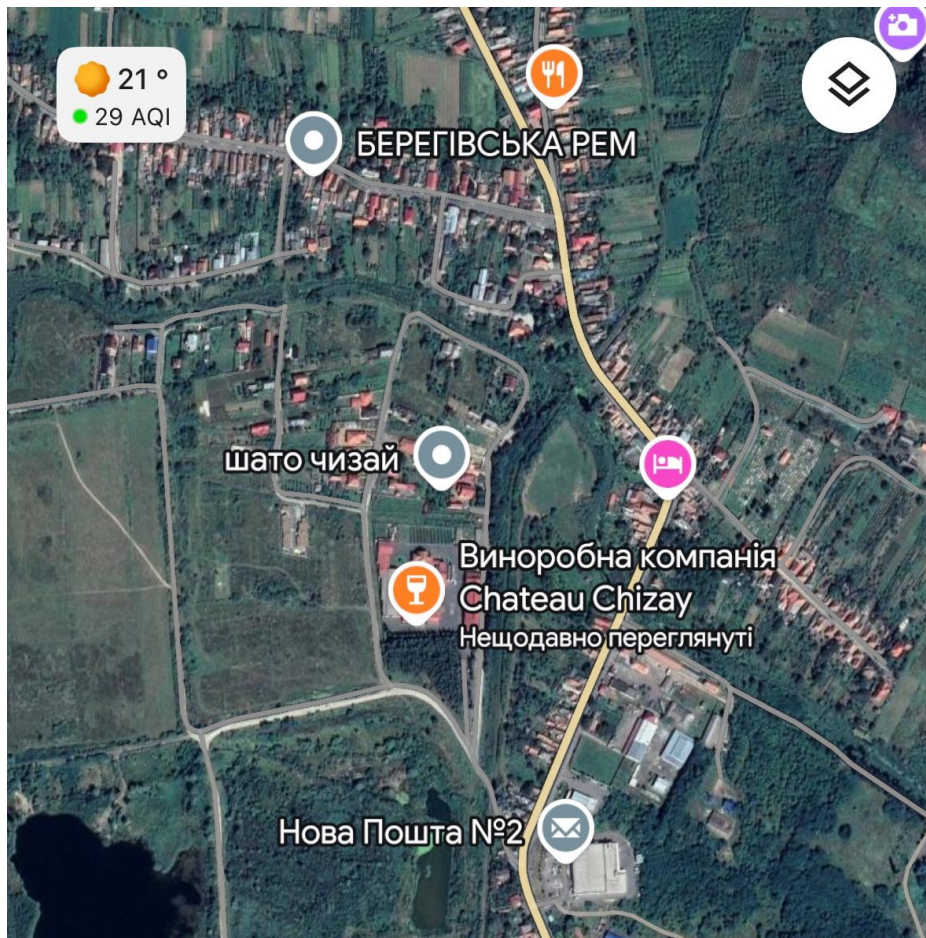


Рис. Закарпатська область: пивоваріння, сироваріння та виноробство
Виноробня "Шато Чизай" (село Чизай, Берегівський район)

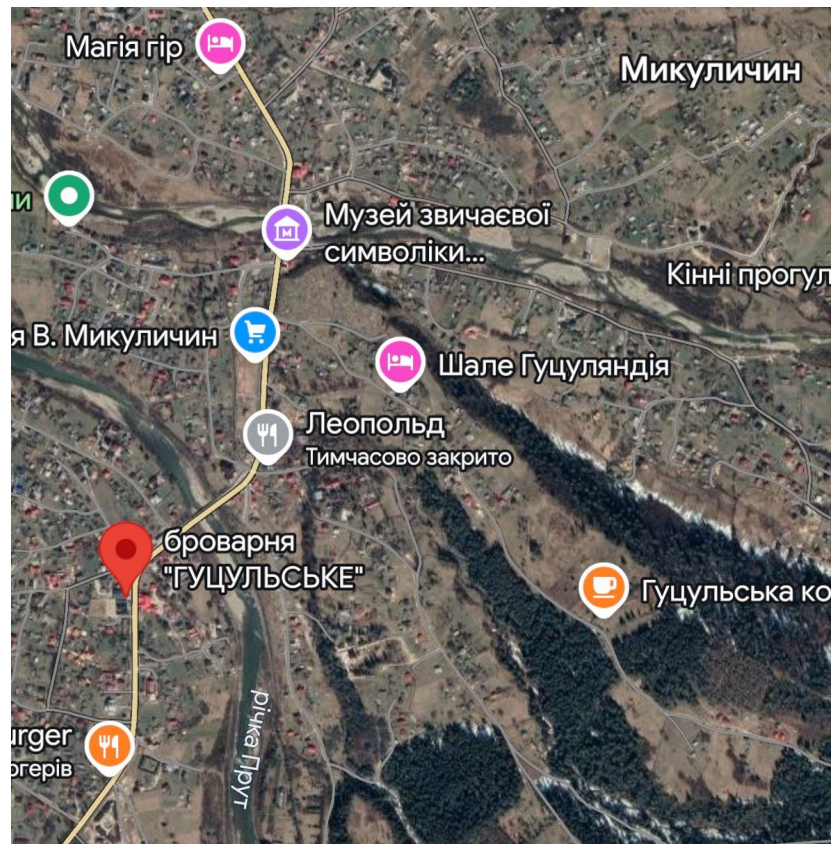


Рис. Броварня «Гуцульське», село Микуличин Івано-Франківської області

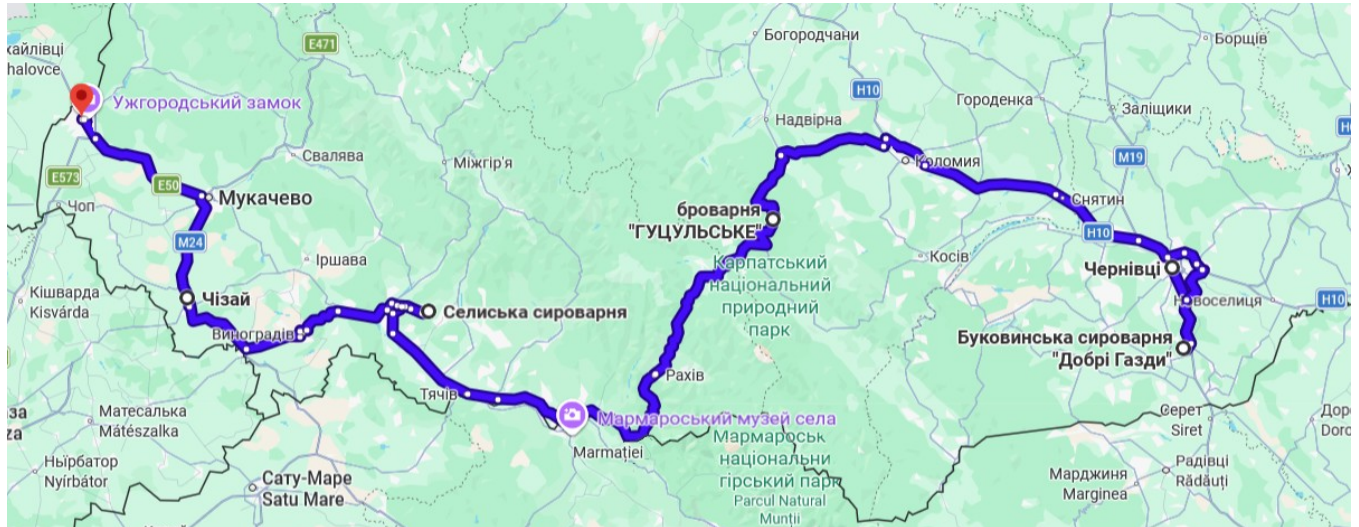


Рис. Карпатський крафтовий шлях: від Буковини до Закарпаття



Рис. Візуалізація просторової локалізації та виробничих потужностей сироварні «Добрі Газди»

ПРО ТУР

Карпатський крафтовий шлях – це 3 дні смаків, традицій і неймовірних краєвидів. Ви відвідаєте крафтові сироварні, броварні та виноробні, познайомитесь із майстрами своєї справи та скуштуєте автентичні продукти Карпат.

- ✓ Автентичні крафтові виробники
- ✓ Дегустації локальних продуктів
- ✓ Природа, гори та гостинність
- ✓ Маленькі групи – великі враження

КАРТОСХЕМА МАРШРУТУ

Ужгород
Мукачеве
Чизай (Шато Чизай)
Нижнє Селище
Микуличин
Микуличин
сироварня «Добрі Газди»
Чернівці

550 км
орієнтовна
протяжність

3 дні / 2 ночі
незабутніх
вражень

100% автентика –
люди, традиції,
природа

КАРПАТСЬКИЙ КРАФТОВИЙ ШЛЯХ

від Буковини до Закарпаття

НАЙКРАЩІ
КРАЄВИДИ
КАРПАТ

КРАФТОВІ
СИРИ ТА
ЛОКАЛЬНІ
СМАКИ

ВИНА ЗАКАРПАТТЯ
ТА ГОСТИННІ
ЛЮДИ

ТРИВАЛІСТЬ ТУРУ:
3 ДНІ / 2 НОЧІ

МАРШРУТ:
Чернівці – Микуличин –
Микуличин – Нижнє Селище –
Берегове – Ужгород
(орієнтована протяжність – 550 км)

СКАНУЙ ТА БРОНЬОЙ
СВОЮ ПОДОРОЖ!

11 750 грн
з однієї особи

ДЕНЬ 1

ЧЕРНІВЦІ – МИХАЙЛІВКА – МИКУЛИЧИН

- Зустріч у Чернівцях
- Переїзд у Михайлівку
- Відвідування сироварні «Добрі Газди» та дегустація сирів
- Переїзд у Микуличин
- Поселення, вечерея, відпочинок у Карпатах

БРОНЬОЙ ЗАРАЗ:

Скануй QR-код або звертайся до туристичного партнера

11 750 грн
з однієї особи

ПРОГРАМА ТУРУ

ДЕНЬ 2

МИКУЛИЧИН – НИЖНЄ СЕЛИЩЕ – БЕРЕГОВЕ

- Сніданок. Виселення
- Відвідування броварні «Гуцульське» в Нижньому Селищі
- Дегустація крафтового пива
- Переїзд у Закарпаття
- Поселення в готелі в Берегове
- Вечерея з локальними стравами та винами

3 дні / 2 ночі
незабутніх
вражень

100% автентика –
люди, традиції,
природа

Гастрономічна
подорож.
Смак справжніх
Карпат.

ДЕНЬ 3

БЕРЕГОВЕ – УЖГОРОД – ЧЕРНІВЦІ

- Сніданок
- Відвідування виноробні «Шато Чизай» в Берегове
- Дегустація закарпатських вин
- Екскурсія в Ужгороді
- Повернення до Чернівців

МАРШРУТ:
Чернівці – Михайлівка –
Микуличин – Нижнє Селище –
Берегове – Ужгород – Чернівці
(орієнтовна протяжність – 550 км)

ТРИВАЛІСТЬ ТУРУ:
3 ДНІ / 2 НОЧІ

Рис. Інформаційна структура та візуальне оформлення рекламного буклету гастрономічного туру «Карпатський крафтовий шлях»