

Міністерство освіти і науки України
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Географічний факультет
Кафедра географії та менеджменту туризму

**ФЕСТИВАЛЬНИЙ ГАСТРОТУРИЗМ ЄВРОПИ ТА УКРАЇНИ ЯК
ІНСТРУМЕНТ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ РЕГІОНІВ**

Кваліфікаційна робота
Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Виконала:
студентка IV курсу 410 групи
спеціальності 242 «Туризм»
ОП «Міжнародний туризм»
Макушева Ксенія Дмитрівна

Керівник:
кандидат географічних наук,
доцент кафедри географії та
менеджменту туризму
Круль Галина Ярославівна

До захисту допущено:
Протокол засідання кафедри №____
від «__» ____2026 р.
Зав. кафедри _____д. геогр. н., проф. Король О. Д.

АНОТАЦІЯ

Макушева К.Д. *Фестивальний гастротуризм Європи та України як інструмент популяризації регіонів*. Кваліфікаційна робота першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 242 «Туризм», ОПП «Міжнародний туризм» кафедри географії та менеджменту туризму Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, 2026

У роботі досліджено теоретичні засади гастротуризму та фестивального туризму, розглянуто їх значення для розвитку сучасної туристичної індустрії. Проаналізовано соціально-економічний і культурний вплив гастрономічних фестивалів, а також особливості їх проведення в країнах Європи та України. Визначено роль фестивального гастротуризму у формуванні позитивного іміджу регіонів та популяризації місцевих традицій.

На основі проведеного дослідження розроблено концепцію гастрономічного фестивалю «Смаки Буковини» у місті Чернівці, метою якого є створення простору для пізнання культури та кухні Буковини шляхом представлення автентичних страв, народних ремесел і традицій.

Ключові слова: фестивальний гастротуризм, гастрономічний туризм, гастрономічний фестиваль, подієвий туризм, туристична привабливість, популяризація регіонів, культурна спадщина.

ANNOTATION

Makusheva, K.D. *Festival gastronomic tourism in Europe and Ukraine as a tool for promoting regions*. Qualification work of the first (Bachelor's) level of higher education in specialty 242 "Tourism", EPP "International Tourism" of the Department of Geography and Tourism Management of Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University, 2026

This work examines the theoretical foundations of gastronomic tourism and festival tourism, and considers their significance for the development of the modern tourism industry. The socio-economic and cultural impact of gastronomic festivals is analysed, as well as the specific features of their organisation in European

countries and Ukraine. The role of festival gastronomic tourism in shaping a positive image of regions and promoting local traditions is identified.

Based on the research, a concept has been developed for the ‘Tastes of Bukovyna’ gastronomic festival in Chernivtsi, the aim of which is to create a space for discovering the culture and cuisine of Bukovyna through the presentation of authentic dishes, folk crafts and traditions.

Keywords: festival gastronomic tourism, gastronomic tourism, gastronomic festival, event tourism, tourist appeal, promotion of regions, cultural heritage.

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

_____ К.Д. Макушева

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	2
ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ	
ФЕСТИВАЛЬНОГО ГАСТРОТУРИЗМУ	8
1.1 Поняття та сутність гастрономічного туризму та роль фестивалів ..	8
1.2 Соціально-економічний і культурний вплив фестивалів на розвиток туризму	15
1.3 Організаційні аспекти проведення гастрономічних фестивалів	20
Висновки до розділу 1	27
РОЗДІЛ 2. ФЕСТИВАЛЬНИЙ ГАСТРОТУРИЗМ У ЄВРОПІ ТА	
УКРАЇНИ	29
2.1 Гастрономічні фестивалі Європи	29
2.2 Гастрономічні фестивалі України	34
2.3 Популяризація та масштабність відвідування гастрономічних фестивалів Європи та України	38
Висновки до розділу 2	44
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ПРОЄКТУ ГАСТРОНОМІЧНОГО	
ФЕСТИВАЛЮ «СМАКИ БУКОВИНИ»	47
3.1 Концептуальні основи організації гастрономічного фестивалю «Смаки Буковини»	47
3.2 Просторово-змістова модель фестивалю та характеристика подієвих активностей	50
3.3 Організаційно-економічне забезпечення реалізації фестивалю	54
Висновки до розділу 3	58
ВИСНОВКИ	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	62
ДОДАТКИ	71

ВСТУП

Актуальність дослідження. Фестивальний гастротуризм у сучасному світі стає одним із ключових напрямів розвитку туристичної індустрії. Він поєднує культурні, соціальні та економічні аспекти, створюючи простір для популяризації регіонів. Гастрономічні фестивалі – це не лише дегустація страв, а й інструмент формування туристичного іміджу територій. Зростання інтересу до гастрономічного туризму зумовлене прагненням мандривників до автентичності та культурної ідентичності. Подорожі з кулінарним компонентом поглиблюють розуміння історії та соціокультурних особливостей.

Фестивальний гастротуризм має значний соціально-економічний і культурний вплив: він підтримує малий та середній бізнес, створює робочі місця, стимулює інвестиції й розвиток громад. Гастрономічні фестивалі виступають каталізатором економічної динаміки, охоплюючи транспорт, готельну інфраструктуру, індустрію розваг і творчої галузі, водночас зберігаючи традиційну кухню, впроваджуючи інновації та формуючи емоційний зв'язок між туристами й DESTINATIONAMI.

Європейський та український досвід фестивального гастротуризму демонструють спільну тенденцію використання кулінарних подій для просування територій і зміцнення їхнього туристичного образу. У Європі фестивалі давно інтегровані в культурну політику, поєднуючи традиції з сучасними формами дозволяючи та створюючи економічний ефект. В Україні цей напрям активно розвивається, спираючись на багатство національної кухні та локальних продуктів, що стають туристичними брендами. Гастрономічні події сприяють інтеграції країни у європейський туристичний простір, активізують внутрішній туризм і зміцнюють регіональну ідентичність, доводячи, що кулінарна культура є дієвим інструментом розвитку територій.

Метою кваліфікаційної роботи є визначення ролі фестивального гастротуризму Європи та України в популяризації регіонів та формуванні їхнього туристичного іміджу.

Для досягнення поставленої мети передбачено виконання таких завдань:

- проаналізувати теоретичні засади дослідження гастротуризму та його взаємозв'язок із подієвим туризмом;
- систематизувати класифікації гастрономічних фестивалів;
- вивчити соціально-економічний та культурний вплив фестивального гастротуризму;
- розробити проєкт гастрономічного фестивалю «Смаки Буковини».

Об'єктом дослідження є фестивальний гастротуризм як складова туристичної індустрії.

Предметом дослідження виступає вплив гастрономічних фестивалів на розвиток регіонів, їхню туристичну привабливість і популяризацію.

Методи дослідження. В кваліфікаційній роботі використано аналіз наукових джерел для узагальнення теоретичних засад гастротуризму, статистичні узагальнення для оцінки масштабів проведення фестивалів та їхнього впливу на туристичні потоки, аналітичне опрацювання матеріалів з відкритих інформаційних ресурсів для систематизації сучасних практик і тенденцій у сфері гастрономічного туризму.

Структура кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФЕСТИВАЛЬНОГО ГАСТРОТУРИЗМУ

1.1 Поняття і сутність гастрономічного туризму та роль фестивалів

Всесвітня асоціація гастрономічного туризму визначає його як подорожі з метою отримання аутентичного досвіду, заснованого на культурі споживання їжі або напоїв; відкритті унікальних місць та їхньої культури через національну кухню [17, с. 16]. Метою гастрономічних турів є отримання задоволення від унікальної кухні певної країни. Це не обмежується лише дегустацією рідкісних чи екзотичних страв, а охоплює насолоду місцевими рецептами, які ввібрали себе багатовікові традиції та культурні особливості приготування їжі. Гастрономічний туризм також дозволяє глибше зрозуміти менталітет місцевого населення [9] .

Гастрономічний туризм – це подорож у світ кулінарних вражень, що охоплює відвідування виробників сировини та готових продуктів, ресторанів, фестивалів і локацій, де смак нерозривно пов'язаний із географічним середовищем. Його сутність полягає у прагненні до автентичності кулінарного досвіду, який розкриває неповторність регіональних традицій та особливості місцевого виробництва.



Рис. 1.1. Об'єкти гастрономічного туризму [21]

На рис. 1.1 визначено основні об'єкти гастрономічного туризму за О. Дишкантюк [21, с. 136], які визначають його змістове наповнення та різноманіття. Локальні системи харчування охоплюють фермерські ринки, кооперативи, кулінарні курорти, а також об'єднання й асоціації, спрямовані на популяризацію здорового харчування. До гастрономічних заходів належать фестивалі, виставки, майстер-класи та інші події, які сприяють розвитку кулінарної культури та туристичної привабливості регіонів. Гастрономічний туризм, класифікований як спеціалізований сегмент туристичної індустрії, водночас функціонує у тісному взаємозв'язку з подієвим і культурно-пізнавальним туризмом, що підкреслює його системний характер.

Гастрономічний фестиваль – це наймасовіша подія, яка входить в комплекс заходів кулінарної спрямованості, до яких відносяться: дегустація, продаж, викладення та огляд напоїв, кулінарних страв [36, с. 92]

Г. Щука визначає: «фестиваль – це організоване масове свято, тематика якого визначається змістом досягнень, що демонструються [53, с. 100]

За М. Мальською, «*гастрономічні фестивалі* – це святкові заходи, спрямовані на демонстрацію кулінарних досягнень, рекламування певного продукту чи страви; це свята, пов'язані з ознайомленням із національними кулінарними традиціями та дегустацією специфічних страв народної кухні того чи іншого етногеографічного терену» [29, с. 232].

Метою гастрономічних фестивалів за О. Гладчук є можливість «насолодитися особливостями кухні тієї чи іншої країни, при цьому не тільки спробувати якусь рідкісну, екзотичну страву або перепробувати незліченну кількість страв, а й насолодитися місцевою рецептурою, яка століттями вбирала в себе традиції і звичаї місцевих жителів, їх культуру приготування їжі» [15, с. 99].

З метою визначення ролі гастрономічних фестивалів у розвитку регіонального туризму розглянемо їх класифікацію.

Н. Габчак, посилаючись на дослідження А. Молодецького та А. Пташніка, виділяє етнічні, релігійні, гастрономічні, спортивні, музичні фестивалі; фестивалі сучасних субкультур; військові та історичні фестивалі; театральні шоу, виставки квітів, модні покази та аукціони [13, с. 258].

Іноземні науковці обґрунтовують такий розподіл фестивалів: культурні, гастрономічні, традиційні, винні, спортивні, релігійні та інші [61, с. 370].

Ключовим чинником класифікації фестивалів виступає їхня тематика, адже саме вона формує формат заходу, аудиторію та сезонність. Якщо мистецькі події орієнтовані на естетичне сприйняття, то гастрономічні фестивалі пропонують інший тип туристичного досвіду – смаковий, культурний та ідентифікаційний.

Г. Щука і Л. Ковальська проаналізували форми організації проведення фестивалів: «етнофестивалі на фестивалі-ярмарки; презентації народних ремесел і промислів; концерти; фольклорні свята; релігійно-обрядові фестини; фестивалі змагання; майстер-класи народних мистецтв; історичні реконструкції давньої культури; фестивалі-видовища, професійні свята, фестивалі автентичної культури, дегустації національної кухні, національно-патріотичні дійства, народні гуляння тощо. Фестивалі демонструють поєднання відразу кількох форм організації: під час заходу відбувається змагання учасників, пропонується дегустація, паралельно проходить концерт, ярмарок та презентація народних ремесел і промислів. До цієї обов'язкової програми час від часу додаються різноманітні майстер-класи чи елементи історичної реконструкції автентичних звичаїв народу» [53, с. 102].

Гастрономічні фестивалі формують унікальний туристичний продукт дестинації. Успішне проведення події залежить від сукупності взаємопов'язаних потенціалів (ресурсів), які забезпечують цілісність та ефективність організаційного процесу (див. рис. 1.2) [25, с. 4].

Культурний потенціал визначає зміст фестивалю, акцентуючи увагу на кулінарній спадщині, історії, традиціях, рецептах та технологіях приготування. Соціальний потенціал об'єднує організаторів, громаду та

учасників, формуючи стійкі зв'язки та основу для спільних ініціатив у майбутньому. Іміджевий потенціал відображає унікальність та популярність події, її значимість для професійної спільноти, інтерес серед місцевого населення туристів. Туристичний потенціал характеризує стан розвитку інфраструктури дестинації, тоді як економічний потенціал демонструє рівень підтримки з боку партнерів (зокрема інвесторів) та можливості для сталого розвитку фестивалю [26, с. 23].



Рис. 1.2. Потенціал гастрономічних фестивалів: схема взаємозв'язків [26]

Класифікація гастрономічних фестивалів спирається на різні методологічні підходи, що дозволяють систематизувати їх за географічним розташуванням, культурними традиціями та тематичною орієнтацією.

Одним із ключових напрямів є розподіл фестивалів за категоріями, які відображають культурну спадщину, ідентичність та автентичність – I група (див. табл. 1.1). Мають місце і інші категорії фестивалів: фестивалі

монопродукту, орієнтовані на проведення змагання (конкурсу), фестивалі спеціального призначення – II-IV групи. В цілому класифікацію можна визначити у системі координат від фестивалів, що зберігають традиції та ідентичність (група I) до подій, де головним є кулінарне мистецтво, інновації та гастрономічний досвід (група IV) [60, с. 535].

Таблиця 1.1

Класифікація гастрономічних фестивалів за Kesgin M., Murthy R. and Lagiewski R. [60, с. 536]

<i>Категорія фестивалів</i>		<i>Характеристика</i>	<i>Приклади</i>
I група	Традиційні кулінарні фестивалі	Акцент на локальних стравах і традиціях, пов'язаних із культурною спадщиною певних спільнот.	Фестивалі борщу, вареників, галушок.
	Етнічні фестивалі	Презентують кухні етнічних груп і національних меншин, супроводжуються музикою, мистецтвом і танцями.	Фестивалі галицької кухні, лемківської кухні.
	Фестивалі врожаю	Присвячені збору сільськогосподарської продукції.	Свято винограду, яблук, гарбуза, меду.
II група	Фестивалі спеціалізованих продуктів (монопродукту)	Зосереджені на конкретному продукті чи напої, пов'язаному з місцем виробництва.	Фестивалі сиру, шоколаду, дерунів, вина.
III група	Фестивалі кулінарних змагань (конкурсів)	Організовані навколо конкурсів із приготування страв.	Змагання з приготування соусів, барбекю, десертів.
IV група	Фестивалі спеціального призначення	Спрямовані на підтримку та популяризацію певних ідей, наприклад, здорове харчування, екологічність. Можуть мати розважальний характер, де акцент на шоу може переважати над гастрономічною складовою.	Фестивалі від руху Slow Food

Науковці виділяють фестивалі, що засновані на традиційній кухні, та фестивалі, які фокусуються на переосмисленні традицій і відрізняються інноваційними підходами; визначають важливість ознаки масштабності події для дестинації та країни: фестиваль як свято місцевої громади, що не приваблює інших відвідувачів, чи фестиваль як «джерело вражень» про дестинацію з супутніми програмами і заходами [41, с. 315].

Обов'язково використовують ознаку сезонності (залежать від продуктів і сільськогосподарського циклу, приурочені до святкових дат і подій тощо) та тривалості проведення фестивалів (одноденні, фестивалі, що тривають протягом вихідних тощо) як базові критерії класифікації [37, с 218].

Загалом можна виділити такі структурні ознаки гастрономічних фестивалів, що дозволяють визначити їх потенціал у контексті розвитку туристичної індустрії:

- *тривалість проведення* – одноденні, багатоденні;
- *періодичність* – щорічні, сезонні;
- *географічне охоплення* – нішеві, локальні, регіональні, національні;
- тематична спрямованість навколо *продукту або події* – кава, вино, сир, етнічна кухня, вулична їжа або свято врожаю, подія-конкурс/змагання;
- *бренд організатора* або назва місця проведення [5, с 57]

Гастрономічні фестивалі можуть мати відкритий або закритий формат. Відкриті заходи забезпечують доступність для широкого кола відвідувачів і сприяють популяризації туристичної дестинації.

Спеціалізовані фестивалі, наприклад, фестивалі для гурманів, створюють простір для обміну професійним досвідом, та є частиною нішевого туризму. Наприклад, попит на унікальні та ексклюзивні гастрономічні події з дегустацією рідкісних продуктів стимулює появу інноваційних стартапів від висококласних шеф-кухарів. Отже, за типом обраного формату проведення гастрономічні фестивалі класифікують:

- *вуличні ярмарки (street food festivals)* – відкриті простори, доступні для широкої аудиторії, з акцентом на швидку їжу та атмосферу;
- *«камерні» дегустації* з обмеженою кількістю учасників, наприклад, ексклюзивні події з преміальними продуктами чи вином;
- *масові культурні події (hallmark events)* – великі фестивалі, що стають брендом міста чи регіону, інтегровані у туристичні стратегії;
- *гібридні події* – поєднують фізичну присутність з цифровими трансляціями, інтерактивними платформами;
- *освітньо-практичні події* – фестивалі з майстер-класами, кулінарними школами, воркшопами, де учасники самі готують і навчаються [57, с. 107]

Гастрономічні фестивалі вирізняються тим, що залучають відвідувачів до активної участі, а не лише до пасивного споживання туристичних послуг. Така взаємодія формує емоційний зв'язок із дестинацією, підвищує рівень задоволеності та лояльності й дає можливість туристам долучитися до кулінарної спадщини регіону.

1.2 Соціально-економічний і культурний вплив фестивалів на розвиток туризму

Фестивальний туризм становить одну з провідних складових подієвого туризму, який динамічно розвивається у сучасному світі. Його значення посилюється під впливом культурних, економічних і соціальних чинників, що сприяють активізації туристичних потоків, формуванню позитивного іміджу територій і збереженню культурної спадщини. Дослідження цього напряму дозволяє глибше усвідомити його роль у структурі туристичного середовища та особливості організації фестивальних заходів.

У сучасних умовах посткризової трансформації соціально-економічних систем особливого значення набуває пошук ефективних інструментів відновлення територій, здатних забезпечити не лише економічне зростання,

але й соціальну стабілізацію та підвищення якості життя населення. Одним із таких інструментів виступає фестивальний туризм, який органічно поєднує економічні, культурні та соціальні складові розвитку, формуючи нові можливості для активізації територіальних громад і стимулювання креативної економіки [2, с. 202].

Фестивальний туризм у даному контексті доцільно розглядати як багатофункціональне явище, що забезпечує ефект взаємодії різних секторів економіки. Його розвиток сприяє активізації внутрішнього туризму, розширення туристичного продукту та підвищенню конкурентоспроможності DESTINACIЙ. Водночас фестивалі виступають платформою для розвитку креативних індустрій, оскільки створюють попит на культурний продукт, стимулюють творчу діяльність та сприяють формуванню інноваційних форм підприємництва [19, с. 143].

Економічна функція проявляється у збільшенні доходів місцевих бюджетів, залученні інвестицій, розвитку малого і середнього бізнесу, зокрема у сферах гостинності, харчування, транспорту та торгівлі [7, с. 161].

Соціокультурна функція полягає у відновленні культурної ідентичності, зміцненні соціальної згуртованості та формуванні позитивного психологічного клімату в суспільстві [7, с. 162].

Комунікативна функція забезпечує розвиток міжрегіональних та міжнародних зв'язків, тоді як маркетингова сприяє формуванню бренду території та підвищенню її туристичної привабливості. Аналіз впливу фестивального туризму на соціально-економічний розвиток територій свідчить, що його ефективність значною мірою залежить від рівня інтеграції у стратегії регіонального розвитку. Успішні практики демонструють, що фестивалі здатні виступати каталізаторами економічної активності, створюючи мультиплікативний ефект для суміжних галузей [7, с. 163].

Успішні практики демонструють, що фестивалі здатні виступати каталізаторами економічної активності, створюючи мультиплікативний ефект

для суміжних галузей, зокрема, збільшення туристичних потоків стимулює розвиток інфраструктури, підвищує попит на локальні товари та послуги, сприяє зайнятості населення та зростанню доходів [6, с. 12]

Водночас на практиці існує низка проблем, що стримує розвиток фестивального туризму в умовах посткризового відновлення, до яких належать:

- недостатній рівень інституційної підтримки;
- обмеженість фінансових ресурсів;
- нерозвиненість туристичної інфраструктури в окремих регіонах;
- відсутність системного підходу до управління фестивальними проєктами [6, с. 13] .

У сучасній туристичній індустрії події заходів займають важливе місце як інструмент формування туристичних потоків і підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій. Вони сприяють популяризації територій, зміцненню їхнього іміджу та розвитку туристичної інфраструктури.

Значний вплив фестивальні події здійснюють також на соціально-економічний розвиток регіонів через активізацію підприємницької діяльності, створення додаткових робочих місць і збільшення надходжень до місцевих бюджетів. У цьому контексті особливої уваги потребує дослідження фестивальних ресурсів, потенціал яких є значним та ефективно використовується в межах культурно-пізнавального, молодіжного, етнічного та пригодницького туризму.

Існує низка підходів до визначення сутності фестивального туризму. Зокрема, його розглядають як різновид культурно-розважального туризму, що передбачає здійснення подорожей з метою участі у фестивалях, культурних заходах або видовищних подіях. фестивалі, як концентровані прояви культурного, мистецького та соціального життя, здатні задовольнити широкий спектр потреб туристів від пізнавальних до емоційно-розважальних [4, с. 46].

Фестивальний туризм поєднує в собі ознаки кількох суміжних видів туризму, зокрема пізнавального, розважального та етнографічного, однак водночас має низку специфічних характеристик, що дозволяють виокремити його як самостійний напрям. До таких ознак належать:

- відносно коротка тривалість подорожей (зазвичай 2-5 днів);
- чітка територіальна локалізація подій;
- наявність конкретної подієвої мети;
- тісний взаємозв'язок із культурними традиціями та історією розвитку конкретної території [4, с. 47].

Фестивальний рух виступає своєрідним індикатором розвитку культурного середовища та рівня креативної активності суспільства. Його динаміка визначається сукупністю внутрішніх і зовнішніх чинників, серед яких особливе значення мають економічні умови, рівень розвитку інфраструктури, культурна спадщина, державна політика у сфері туризму та загальні соціальні тенденції [8, с. 175].

Регіони з багатою історико-культурною спадщиною мають значний потенціал для розвитку фестивального туризму. Використання традицій, ремесел, етнографічних особливостей сприяє створенню унікального туристичного продукту та формуванню конкурентних переваг територій. Проведення фестивалів у таких регіонах не лише активізує туристичні потоки, але й сприяє збереженню та популяризації культурної спадщини [8, с. 176].

Подальший розвиток фестивального туризму в умовах трансформації потребує не лише адаптації до нових соціально-економічних реалій, але й переосмислення його ролі як інструменту довгострокового територіального розвитку. Використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема цифрового маркетингу, платформ онлайн-просування, соціальних мереж та мобільних застосунків, дозволяє значно розширити цільову аудиторію, підвищити рівень залученості туристів та оптимізувати процеси організації заходів [52, с. 234].

Важливим аспектом є питання сталого розвитку фестивального туризму, що передбачає раціональне використання ресурсів, збереження культурної спадщини та зниження екологічного навантаження.

У сучасних умовах все більшої популярності набувають концепції «зелених фестивалів», які орієнтовані на впровадження екологічно відповідальних практик, зокрема зменшення відходів, використання відновлюваних ресурсів та популяризацію екологічної свідомості серед учасників [3, с. 295].

Важливим фактором успішного розвитку фестивального туризму є також активна участь місцевих громад у процесах планування та реалізації фестивальних заходів. Залучення населення сприяє підвищенню рівня соціальної відповідальності, формуванню відчуття причетності до розвитку території та забезпечує більш ефективне використання локального потенціалу [3, с. 295] .

Фестивальний туризм сприяє активізації внутрішніх туристичних потоків, підвищенню інвестиційної привабливості регіонів та формуванню позитивного іміджу туристичних дестинацій. Його економічний ефект проявляється через стимулювання розвитку малого і середнього бізнесу, зростання зайнятості населення, підтримку локальних виробників і креативних індустрій, а також формування мультиплікативного ефекту у суміжних галузях економіки. Водночас соціокультурний вимір фестивального туризму забезпечує зміцнення локальної ідентичності, відновлення культурної спадщини та підвищення рівня соціальної згуртованості громад [27, с. 88].

Фестивальний туризм у сучасних реаліях набуває статусу стратегічного інструменту відновлення територій, забезпечуючи енергетичний ефект для економіки, культури та соціальної сфери [27, с. 89].

1.3 Організаційні аспекти проведення гастрономічних фестивалів

Зростання туристичної індустрії супроводжується підвищенням популярності подієвих заходів, серед яких особливе значення мають гастрономічні фестивалі. Вони виступають дієвим інструментом популяризації регіональної культури, національних кулінарних традицій та туристичного потенціалу територій.

Гастрономічний фестиваль визначається як організований культурно-туристичний захід, спрямований на репрезентацію кулінарної спадщини конкретного регіону, популяризацію локальних продуктів харчування та традицій приготування страв, а також на формування інтересу туристів до культурних особливостей території через гастрономічний досвід.

У сучасній практиці гастрономічні фестивалі виконують не лише розважальну функцію, а й виступають важливим елементом туристичної інфраструктури, сприяють формуванню позитивного іміджу території, стимулюють розвиток малого та середнього бізнесу, підтримують локальних виробників і створюють додаткові можливості для економічного розвитку регіонів. Завдяки поєднанню гастрономічних, культурних і туристичних компонентів такі заходи формують унікальний туристичний продукт, який здатний привертати увагу як внутрішніх, так і іноземних туристів [16, с. 280] .

Важливою складовою успішного проведення гастрономічного фестивалю є правильне визначення його цільової аудиторії. Саме від потреб, інтересів та очікувань потенційних відвідувачів залежить концепція заходу, його програма, маркетингова стратегія та формат проведення. Цільова аудиторія гастрономічних фестивалів є досить різноманітною та включає декілька основних категорій учасників (див. рис. 1.3) [38, с. 102]

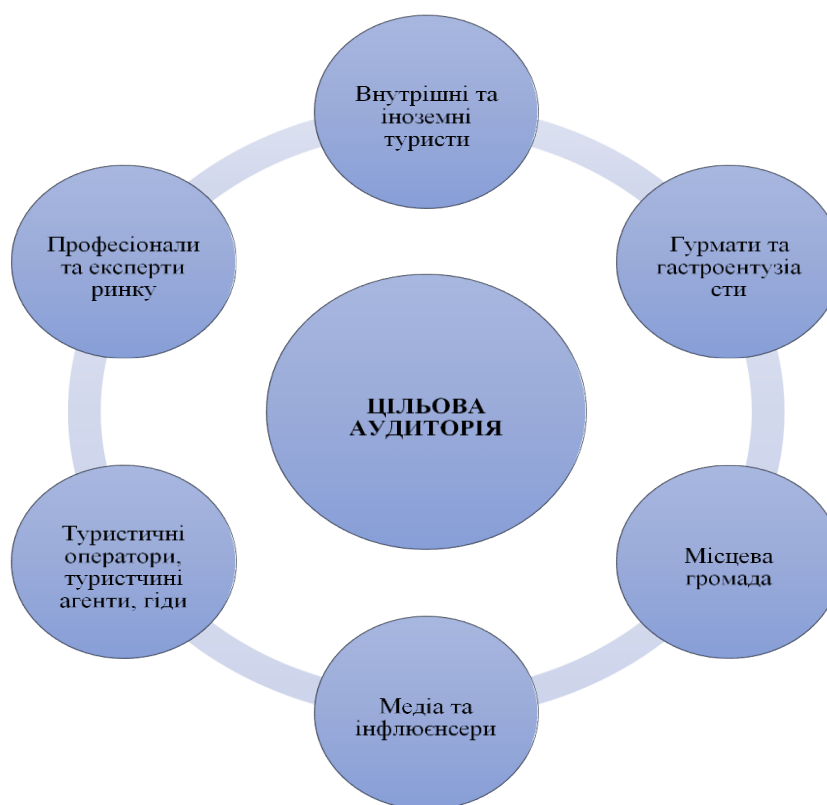


Рис. 1.3. Цільова аудиторія гастрономічних фестивалів [38, с. 102]

До першої групи належать внутрішні та іноземні туристи, які прагнуть отримати нові враження, познайомитися з місцевими кулінарними традиціями та культурою регіону. Саме ця категорія є основною рушійною силою розвитку гастрономічного туризму. Для багатьох туристів участь у гастрономічному фестивалі стає головною метою подорожі, що сприяє збільшенню туристичних потоків та розвитку суміжних галузей, зокрема готельного господарства, транспорту та сфери послуг [38, с. 103] .

Окрему категорію становлять гурмани та гастроентузіасти, які проявляють підвищений інтерес до кулінарного мистецтва, автентичних страв, локальних продуктів та гастрономічних традицій. Саме вони часто виступають активними учасниками дегустацій, майстер-класів та кулінарних презентацій [40, с. 46].

Одним із визначальних сегментів цільової аудиторії є місцева громада. Мешканці регіону не лише відвідують фестиваль, але й беруть безпосередню

участь у його організації, представляють місцеві традиції, народні ремесла та кулінарну спадщину. Завдяки цьому гастрономічний фестиваль виконує важливу соціальну функцію, сприяючи збереженню культурної ідентичності території [40, с. 47] .

Значну роль у популяризації гастрономічних фестивалів відіграють представники медіа та інфлюенсери. Через засоби масової інформації, соціальні мережі та цифрові платформи вони забезпечують широке висвітлення події та сприяють її просуванню серед потенційних відвідувачів [40, с. 49] .

Крім того, до цільової аудиторії належать туристичні оператори, туристичні агенти та гіді, які можуть інтегрувати фестиваль у туристичні маршрути та туристичні пакети. Не менш важливими є професіонали та експерти ринку – представники ресторанного бізнесу, шеф-кухарі, виробники харчової продукції, фермери та фахівці туристичної галузі, для яких фестиваль виступає майданчиком для професійного спілкування, обміну досвідом та встановлення ділових контактів [40, с. 51] .

Урахування інтересів усіх визначених груп забезпечує високий рівень відвідуваності фестивалю та сприяє досягненню поставлених організаційних і маркетингових завдань.

Організація гастрономічного фестивалю є складним багатокомпонентним процесом, який потребує ретельного планування, координації та контролю. У загальному вигляді процес організації можна поділити на три основні етапи: підготовку до фестивалю, проведення фестивалю та підведення підсумків (див рис. 1.4) [56, с. 438].

Першим і найбільш відповідальним етапом є підготовка до фестивалю. Саме на цьому етапі закладаються основи майбутнього успіху заходу. Підготовчий період починається з визначення концепції фестивалю.



Рис. 1.4 Етапи організації гастрономічного фестивалю [56, с. 438].

Організатори формулюють основну ідею заходу, визначають його тематичне спрямування, цільову аудиторію, формат проведення та ключові завдання. Концепція повинна враховувати гастрономічні особливості регіону, туристичний потенціал території та сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму [50, с. 223].

Після розроблення концепції здійснюється аналіз ринку та цільової аудиторії. На цьому етапі вивчаються туристичний попит, конкурентне середовище, потенційна кількість відвідувачів, їхні інтереси та потреби.

Результати аналізу дозволяють адаптувати програму фестивалю до очікувань потенційних учасників та підвищити його привабливість [50, с. 224].

Наступним кроком є планування програми фестивалю. Організатори визначають перелік заходів, які відбуватимуться під час фестивалю. До них можуть належати дегустації, кулінарні майстер-класи, презентації локальних виробників, конкурси кухарів, гастрономічні шоу, виступи творчих колективів, ярмарки та культурно-розважальні заходи [50, с. 225].

Важливим елементом підготовчого етапу є формування бюджету. Розробка фінансового плану передбачає визначення витрат на оренду локації, монтаж обладнання, рекламну кампанію, оплату праці персоналу, логістичне забезпечення, охорону та інші організаційні потреби. Одночасно здійснюється пошук джерел фінансування, серед яких можуть бути кошти місцевих бюджетів, спонсорські внески, грантові програми та надходження від продажу квитків [54, с. 85].

Особливого значення набуває залучення партнерів, спонсорів та учасників фестивалю. До співпраці запрошуються заклади ресторанного господарства, фермерські господарства, виробники крафтової продукції, туристичні компанії та представники місцевого бізнесу. Партнерська взаємодія дозволяє розширити масштаби фестивалю та підвищити його економічну ефективність [54, с.86].

Завершальним елементом підготовчого етапу виступає маркетингова підтримка. Сучасні гастрономічні фестивалі активно використовують цифрові канали комунікації, соціальні мережі, інтернет-рекламу, PR-кампанії та співпрацю з блогерами для формування позитивного іміджу заходу та залучення максимальної кількості відвідувачів [54, с. 88].

Другим етапом є безпосереднє проведення фестивалю. У цей період реалізовується запланована програма заходу та здійснюється координація діяльності всіх учасників. Від ефективності роботи організаційної команди значною мірою залежить загальний успіх фестивалю [24, с. 51].

Під час проведення заходу важливо забезпечити належний рівень технічної підтримки, функціонування сценічного обладнання, електропостачання, систем звукового супроводу та освітлення. Одночасно здійснюється контроль дотримання вимог безпеки, санітарно-гігієнічних норм та правил громадського порядку [24, с. 52].

Організація кулінарних фестивалів передбачає ретельну роботу з учасниками. Організатори забезпечують координацію діяльності ресторанів, виробників продукції, майстрів кулінарного мистецтва та інших учасників заходу. Важливим завданням є оперативне вирішення організаційних питань та створення комфортних умов для роботи всіх учасників [31, с. 184].

Не менш важливою є робота з відвідувачами. Для забезпечення позитивного досвіду гостей необхідно організувати навігацію територією фестивалю, інформаційний супровід, зони відпочинку, пункти харчування та сервісні служби. Саме якість обслуговування багато в чому визначає рівень задоволеності відвідувачів та їх бажання повернутися на фестиваль у майбутньому [31, с. 185].

Взаємодія із засобами масової інформації та інфлюенсерами стає важливим інструментом формування іміджу фестивалю. Висвітлення події у медіапросторі дозволяє збільшити її популярність, формувати позитивний імідж території та стимулювати подальший розвиток гастрономічного туризму [31, с. 186].

Підсумковий аналіз фестивалю виступає ключовим елементом його організації. Здійснюється оцінка роботи організаційної команди, аналізуються результати діяльності окремих підрозділів та визначається ефективність управлінських рішень. Одночасно проводиться збір відгуків від учасників та відвідувачів, що дозволяє отримати об'єктивну інформацію про сильні та слабкі сторони заходу [31, с. 187].

Окремим напрямом роботи є маркетингова підтримка після події. Публікація фото- та відеоматеріалів, висвітлення результатів фестивалю в

медіа та соціальних мережах сприяють підтриманню інтересу до заходу протягом усього року та формують підґрунтя для організації наступного фестивалю [10, с. 32].

Після завершення заходу проводиться детальний аналіз результатів фестивалю. Аналізуються показники відвідуваності, фінансові результати, охоплення аудиторії, медійна активність та вплив заходу на розвиток території. За результатами аналізу складається підсумковий звіт, визначаються сильні та слабкі сторони організації, а також формуються рекомендації щодо вдосконалення майбутніх фестивальних проєктів [10, с. 33].

Гастрономічний фестиваль постає як комплексний туристичний продукт, ефективна реалізація якого вимагає системного підходу до організації, професійного менеджменту та злагодженої взаємодії між усіма учасниками процесу. Поєднання кулінарних, культурних і туристичних складових сприяє розвитку дестинацій, популяризації локальної спадщини та зміцненню конкурентних позицій регіонів на туристичному ринку.

Висновки до розділу 1

Гастрономічний туризм постає як спеціалізований сегмент туристичної індустрії, що поєднує автентичний кулінарний досвід із культурними та подієвими практиками. Його сутність полягає у прагненні до автентичності, розкритті неповторності регіональних традицій та особливостей місцевого виробництва. Важливим елементом цього напрямку є гастрономічні фестивалі, які формують унікальний туристичний продукт дестинації та забезпечують поєднання дегустацій, культурних заходів і соціальної взаємодії.

Фестивалі класифікуються за тематикою, форматом та масштабом проведення, що дозволяє систематизувати їх у групи: традиційні кулінарні, етнічні та врожайні свята; фестивалі монопродукту; кулінарні конкурси; події спеціального призначення. Ключовими критеріями виступають тривалість,

періодичність, географічне охоплення, тематична спрямованість та формат організації.

Відкриті фестивалі сприяють популяризації територій, тоді як спеціалізовані події створюють простір для професійного обміну та розвитку нішевого туризму. Сучасні практики включають вуличні ярмарки, камерні дегустації, масові культурні події, гібридні формати та освітньо-практичні події.

Успішність гастрономічних фестивалів визначається поєднанням культурного, соціального, іміджевого, туристичного та економічного потенціалів. Культурний потенціал акцентує увагу на кулінарній спадщині та традиціях, соціальний забезпечує згуртованість громади, іміджевий формує репутацію та популярність події, туристичний характеризує розвиток інфраструктури, а економічний демонструє рівень підтримки з боку партнерів та можливості для сталого розвитку.

Соціально-економічний та культурний вплив гастрономічних фестивалів проявляється у збільшенні доходів місцевих бюджетів, залученні інвестицій, розвитку малого і середнього бізнесу, відновленні культурної ідентичності та формуванні позитивного психологічного клімату. Вони виступають каталізаторами економічної активності, створюючи мультиплікативний ефект для суміжних галузей, стимулюють розвиток інфраструктури, підвищують попит на локальні товари та послуги, сприяють зайнятості населення та зростанню доходів.

Гастрономічні фестивалі є важливим чинником розвитку туристичної індустрії, поєднуючи економічні, культурні та соціальні складові. Вони формують нові можливості для територіальних громад, сприяють збереженню культурної спадщини та підвищують конкурентоспроможність дестинацій у сучасному туристичному середовищі.

РОЗДІЛ 2. ФЕСТИВАЛЬНИЙ ГАСТРОТУРИЗМ У ЄВРОПІ ТА УКРАЇНІ

2.1 Гастрономічні фестивалі Європи

Сьогодні гастрономічний туризм впевнено посідає своє місце в авангарді сучасної туристичної індустрії. Його привабливість полягає в унікальному поєднанні культурних і природних багатств з автентичними кулінарними традиціями різних народів. Європа, володіючи величезною історико-культурною спадщиною та різноманіттям національних гастрономічних шкіл, справедливо вважається одним із лідерів у цій сфері. Одночасно, під впливом соціальних, економічних і культурних тенденцій, гастрономічний туризм постійно еволюціонує.

Бурхливий розвиток кулінарного туризму значною мірою зумовлений численними імпрезами, що проводяться в Європі. Ці події приваблюють тисячі відвідувачів, надаючи чудові можливості дізнатися про місцеву кухню та культуру. Вони мають істотний вплив на розвиток туризму і просування кулінарних традицій. Щороку в Європі проводиться безліч фестивалів і заходів, присвячених різноманітним стравам та етнічним кухням. Це не лише дозволяє туристам скуштувати нові смаки, але й глибше зрозуміти культуру та традиції європейських країн. Фестивалі їжі є одним із головних напрямків, що сприяють розвитку гастрономічного туризму.

За кількістю проведених гастрономічних фестивалів та ярмарків в Європі перше місце посідає *Франція*, чия національна кухня, єдина, до речі, серед інших європейських кухонь, внесена до списку Всесвітньої нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО. Відомими гастрономічними брендами Франції є круасани, профітролі з заварним кремом, фуа-гра, рататуй, цибулевий суп та інші вишукані страви. Друге місце посідає *Італія*, яка володіє теж цілим спектром гастрономічних брендів: від доволі популярної національної кухні до окремих її страв, таких як піца, паста, ризото, лазанья. Трійку лідерів замикає *Іспанія* зі своїми місцевими надбаннями: паелья, хамон, гаспачо [18, с. 130].

На території цих та інших європейських країн доволі популярні фестивалі, присвячені *м'ясу та морепродуктам*. Найбільший в Європі фестиваль сосисок проходить в Угорщині у м. Бекешчабе (Csabai Sausage Festival). Його щорічно відвідують близько 70 тис. туристів. На цьому святі готують сосиски як професійні кухарі, так і місцеві жителі, використовуючи власні оригінальні рецепти [18, с. 131]. Аналогічні події організовуються в Німеччині, Чеській Республіці, Фінляндії, Франції та інших країнах.

На просторах соціальних мереж та Інтернету можна знайти багато рейтингів фестивалів їжі, які були представлені різними дослідниками та організаціями. Тому, для прикладу у даній роботі використано рейтинг компанії-перевізника «Зелений Слон7», яка класифікувала найбільш популярні заходи та події кулінарних свят Європи (див. табл. 2.1).

Таблиця 2.1

10-ка країн з популярними гастрономічними фестивалями за версією компанії-перевізника «Зелений Слон7» [1]

<i>№</i>	<i>Країна</i>	<i>Гастрономічні фестивалі</i>
1	Італія	Тиждень піци в Неаполі Фестиваль білого трюфеля в Альбі
2	Франція	Фестиваль вина в Бордо
3	Іспанія	Фестиваль хамону в Хересі Ла Томатіна (Буньйоль)
4	Португалія	Фестиваль морепродуктів в Оейраші
5	Греція	Фестиваль оливков в Криті
6	Нідерланди	Фестиваль сиру в Алкмарі Нідерландський фестиваль десертів
7	Бельгія	Фестиваль пива в Брюсселі Фестиваль шоколаду в Брюгге
8	Швейцарія	Фестиваль сиру в Емменталі
9	Австрія	Фестиваль кави у Відні
10	Польща	Фестиваль вареників у Кракові

Дана таблиця демонструє, наскільки різноманітними є гастрономічні фестивалі у великих європейських країнах. Помітно, що найбільше таких

подій проводять там, де поєднуються багаті кулінарні традиції та розвинена туристична інфраструктура. Італія, Франція та Іспанія історично посідають провідні позиції у цій сфері й мають значний вплив на формування світових кулінарних трендів. Їхні фестивалі давно вийшли за межі локальних свят і стали міжнародними подіями, які щороку приваблюють тисячі туристів. Важливо врахувати й регіональні особливості. У країнах Південної Європи акцент робиться на продуктах місцевого походження – морепродуктах, оливковій олії, традиційних стравах. Натомість у Західній та Центральній Європі популярні більш вузькі за тематикою фестивалі: сиру, шоколаду чи пива. Цікаво, що навіть країни Східної Європи поступово входять у цей тренд. Польща, наприклад, демонструє, як гастрономічні свята можуть стати дієвим інструментом розвитку туризму й підвищення привабливості регіону.

Європейська кулінарна культура не обмежується лише наведеними прикладами. Щороку відбуваються десятки яскравих свят, які стали справжніми символами гастрономічної ідентичності.

У Нідерландах щороку відбувається свято оселедця чи свято прапорців (Vlaggetjesdag), що знаменує собою початок сезону вилову оселедця; у Франції – свято морських гребінців (Fete de la Coquille); у Фінляндії – фестиваль салаки (RäimeWest) [46].

Фестиваль вуличної їжі (Brussels Food Truck Festival) проходить у Брюсселі (Бельгія). Це найбільший фестиваль вуличної їжі різних країн світу в Європі. Упродовж трьох днів святкування представники 100 фургончиків годують і розважають понад 150 тис. туристів, а наприкінці фестивалю обирають серед них найкращих і нагороджують [46].

У Неаполі (Італія), на батьківщині піци, з 1997 року проходить наймасштабніший фестиваль піци (Napoli Pizza Villag), на який з'їжджаються найкращі піцайоли з Італії та всього світу. Окрім поїдання різноманітних видів піци, проводяться майстер-класи з приготування цієї страви, конкурси, змагання, а також інші різноманітні культурні заходи [35, 28].

У Європі популярності набувають фестивалі, присвячені овочам та

фруктам. Фестиваль «Томатіна» (La Tomatina), який проводиться у Валенсії (Іспанія), було започатковано у 1945 році. Особливістю цього свята є те, що 30 тис. туристів з усього світу з'їжджаються сюди не лише для того аби поласувати місцевими стравами з томатів, але й взяти участь у масовій битві помідорами. На проведення фестивалю йде більше ста тон перезрілих томатів [46].

У Ментоні (Франції) проводять цитрусовий фестиваль, головними героями якого є лимони. Усі відвідувачі куштують та оцінюють нові сорти лимонів, а також дегустують напої та солодощі, приготовані із «головного короля» свята. Також в Італії раз на рік відбувається фестиваль, присвячений білому трюфелю [46].

Існує велика кількість ярмарків і фестивалів у Європі, куди запрошуються і де готують мішленівські кухарі, які діляться знаннями, проводять майстер-класи. До таких фестивалів можна віднести:

- Фестиваль гурманів в Санкт-Моріці (St. Moritz Gourmet Festival) у Швейцарії;
- Бокус д'Ор (Bocuse d'Or) у Франції;
- Гастрономіка в Сан-Себастьяні (San Sebastian Gastronomika) в Іспанії;
- Феста Віко (Festa a Vico) в Італії [35].

Водночас одними з найпопулярніших гастрономічних фестивалів є ті, які присвячені алкогольним напоям, а саме вино і пиво. Найграндіознішим серед них є легендарний пивний фестиваль «Октоберфест» (Oktoberfest). Починаючи з 1810 року, в Мюнхені (Німеччина) наприкінці вересня щорічно проводиться цей фестиваль, на якому випивають понад 7 млн. літрів пива, з'їдають 1,5 млн. мюнхенських сосисок, 84 бики, 65 свинних рульок, 500 тис. курей. Його відвідують близько 7 млн. туристів [39].

Не менш відомими є й інші пивні фестивалі: у Таллінні (Естонія), у Фирзен-Дюлькені (Німеччина) та ін. На таких фестивалях пропонується від 100 до 250 сортів пива [39].

Найвідомішим фестивалем вина є «Божоле нуво» (Beaujolais nouveau), який проводиться в Бургундії (Франція) з середини XX століття. Цей фестиваль присвячений дегустації молодого вина сорту «Божоле», до якого подаються французькі ковбаси та запечена птиця [48].

В Італії щороку проводиться гастрономічний фестиваль «Канеллі – місто вина» (Canelli – la città del vino). Головною метою фестивалю є не лише дегустація вишуканих італійських вин, але й куштування найкращих італійських страв [46].

Європейські гастрономічні фестивалі – це значно більше, ніж просто дегустації та розваги. Їхня головна мета полягає у популяризації місцевих гастрономічних традицій, зміцненні регіональної ідентичності та підвищенні туристичної привабливості територій. Такі події перетворюю локальну їжу на символи міст та країн, а майстер класи й конкурси стають простором для поширення знань про гастрономічну культуру. Також важлива і економічна роль, таким чином гастрономічні фестивалі підтримують місцевий бізнес та залучують нових інвесторів. Їхні масштаби та світова популярність приваблює тисячі й мільйони туристів, завдяки чому підіймають економічний рівень та формують міжнародний імідж країн.

За даними Всесвітньої туристичної організації, 79% мандрівників вибудовують маршрут, попередньо вивчивши календар гастрономічних подій і особливості місцевої кухні. Кожен третій турист у світі розглядає національну кухню як важливу складову мотивації до подорожі, причому на харчування припадає майже 30% загальних витрат на поїздку. Якщо це гастрономічний тур, витрати на харчування складають до 50%, а деколи і більше [57].

2.2 Гастрономічні фестивалі України

З кожним роком гастрономічні фестивалі стають дедалі популярнішими як у світі, так і в Україні. Водночас лише окремі регіони поки що активно презентують багатство своїх кулінарних традицій. До початку пандемії та

повномасштабного вторгнення в Україні щороку проводилося приблизно сто кулінарних фестивалів і свят, причому спостерігалася тенденція до зростання кількості таких подій [30, с. 77].

У 2018 р. в Україні було проведено 94 гастрономічних фестивалів та свят. Найбільша їхня кількість проходила у вересні (20), червні (15), травні (11), жовтні (11) та серпні (10). Тобто, найактивніший сезон проведення таких свят – це літо й осінь. Серед гастрономічних фестивалів і свят можемо виділити фестивалі національної кухні, вуличної та міської їжі; фестивалі, присвячені певній страві (борщ, галушки, деруни, ріплянка, голубці тощо), ягодам (черешня, чорниця, полуниця тощо) та овочам (гарбуз, огірок, помідор); фестивалі алкогольних напоїв (віскі, вино, пиво та ін.), меду й солодоців та інші [42, с. 36].

Загалом за даними Асоціації розвитку гастрономічного та винного туризму України в державі в 2019 році відбулося 72 гастрономічні фестивалі. Водночас доводиться констатувати, що українські гастрономічні фестивалі та ярмарки не такі популярні, як, наприклад, європейські [12].

Аналіз гастрономічних фестивалів до пандемії COVID-19 дозволив побудувати карту їх зосередження за регіонами України (див. рис.2.1). Найбільша кількість фестивалів відбувалася у Західній і Центральній частинах України: Закарпатська, Львівська, Полтавська області, міста Київ, Луцьк та Львів [41, с. 314].

Закарпатська область посідала провідну позицію з 20 фестивалями, тоді як Львівська і Київська області займали друге й третє місця з дев'ятьма та вісьмома фестивалями відповідно. Вересень був найбільш насиченим місяцем для гастрономічних подій, далі йшли червень, жовтень і серпень [9].

Популярними за тематикою були сирний, винний і медовий фестивалі, і відповідно тури, що пропонують їх відвідати: Сиро-винний тур Закарпаттям, Полтавські галушки, Хмільний Львів, Фестиваль пива та м'яса у Луцьку [41, с.

316].



Рис. 2.1. Зосередження гастрономічних фестивалів за регіонами України

[41, с. 316]

Основними об'єктами гастрономічних фестивалів України є відомі кулінарні бренди – вареники, борщ, сало, пампушки, пиво та вино, шоколад та кава, риба та морепродукти, які формують туристичний імідж регіонів України. Найвідомішими туристично-гастрономічними атракціями є Львів, Ужгород, Мукачево, Київ, Житомир, Одеса та Полтава. Серед популярних фестивалів варто згадати: «Червоне вино», «Ужгородська паланчіта», фестиваль крафтового пива та вінілової музики «Craft Beer & Vinyl Music Festival», «На каву до Львова», «Kyiv Food and Wine Festival», фестиваль вина, устриць і класичної музики «Миколаївський гурман», фестиваль здорової їжі «Best Food Fest», фестиваль солодошів «SWEETs Fest», «Kyiv Coffee Festival», «Гастро Сіті ін Жито-мир» та інші [37, с. 220].

На основі вивчення різних джерел інформації, гастрономічні фестивалі України можна класифікувати так:

- **фестивалі вина та алкогольних напоїв:** «Закарпатське Божоле» (Ужгород), Міський фестиваль пива у Львові, Винний фестиваль у Берегово,

«Червоне вино» в Мукачево, «Сонячний напій» в Ужгороді, «Bolgrad Wine Fest» (Болград), «Sakura Wine» (Ужгород), «Ukrainian Craft Spirits & Whiskey» (Київ), «Craft Beer and Vinyl Festival» (Львів), «Home Brewing Fest» (Київ), «Garden Beer Weekend» (Київ), «Гараж Окторбфест» (Київ), «Odessa Beer Festival» [43];

- **фестивалі сала та м'яса:** «День сала» (Миргород), «Конкурс різників свиней – гентешів» (Берегове), «З любов'ю до ... сала» (Миргород), Свято сала (Миргород), «Смажений баранчик» (Закарпаття), «Свято миргородської свині» (Великі сорочинці) [44];

- **фестивалі борщу чи окремих страв (голубці, деруни, галушки):** «Фестиваль борщу в Опішні», «Гастрономічний фестиваль «Борщ-їв» (Борщів), «Благодійний фестиваль борщу Бобрицької громади», «Фестиваль борщу в Ірпені», «Фестиваль борщу «Театр на городі», «Таврія-борщ», «Борщик у глиняному горщику», «Бичківські голубці», «Фестиваль голубців» у селі Четфалва, «Міжнародний фестиваль дерунів», «Полтавська галушка» [14];

- **фестивалі Street and Urban food:** «Вулична Їжа» (Київ), «Street Food So Good» (Львів), «Національний Сорочинський Ярмарок», «Фестиваль національної кухні» (Луцьк), «Фестиваль вуличної їжі» (Кропивницький), «BBQ-фестиваль» (Київ), «Local Food Market» (Київ), «НікФест» (Миколаїв) [61];

- **фестивалі солодошів та кави:** «Kyiv Coffee Festival», «Свято кави у Львові», «Одеса Coffee Festival», «Фестиваль шоколаду» (Львів), «Фестивалі морозива» (Київ), «Ужгородська Палачінта», «Світязького Пончика» (Світязь), «Фестиваль меду» (Харків, Черкаси) [62];

- **ягідні фестивалі:** «Фестиваль щасливих ягід» (Запорізька область), «ZAHID BERRY FEST» (Івано-Франківськ, Прикарпаття), «Гуцульська та чорниця», «Фестиваль суниці» (село Сасово Закарпатська область), «Свято полуниці» (Київ), «Чорничний фестиваль» (село Грабове Волинської області),

«Малинові гостини» (село Крупове Рівненської області), «Фестиваль полуниці» (Одеса) [55].

Наразі через соціоекономічний та безпековий стан в Україні, є зміни в умовах проведення масових заходів. У тому числі кількість гастрономічних фестивалів значно зменшилася, а проведення масштабних заходів стикається з серйозними обмеженнями. Це пов'язано з пріоритетним завданням – захистом населення та запобіганням виникненню великих скупчень людей, які можуть стати загрозою в умовах високого рівня небезпеки.

У період повномасштабного вторгнення саме ці гастрономічні фестивалі набули особливого значення та популярності (див. табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Найпопулярніші гастрономічні фестивалі України [51]

№	Назва та місце заходу	Час проведення
1	Фестиваль кави (Львів)	Вересень
2	Фестиваль сиру і вина (Львівська область)	Жовтень
3	Національний Сорочинський Ярмарок (Полтавська область)	Серпень
4	Фестиваль національної кухні (Луцьк)	Вересень
5	Свято полуниці (Одеська область)	Травень
6	Закарпатське божоле (Закарпатська область)	Листопад
7	Гуцульська бринза (Буркут, Закарпатська область)	Вересень
8	Фестиваль вуличної їжі (Київ)	Серпень
9	Kyiv Food and Wine (Київ)	Жовтень
10	Фестиваль дерунів у Коростені (Житомирська область)	Вересень

Гастрономічні фестивалі України, створюють унікальний спектр подій, що охоплюють різні регіони країни. Де спостерігається тенденція переходу до невеликих і локальних форматів, таких як проведення знакових подій: Львівський фестиваль кави, Фестиваль сиру та вина, Сорочинський ярмарок або ж Коростенський фестиваль дерунів.

Розташування охоплює західні (Львів, Закарпаття), центральні (Київ,

Полтавщина) та південні (Одещина) регіони, що демонструє пропорційний розвиток гастрономічного туризму.

Локальні й невеликі формати гастрономічних фестивалів фокусуються на підтримці місцевих виробників і установ задля збереження кулінарних традицій. Дані заходи мають фокус на свою тематику, такі як Свято полуниці – головний продукт полуниці, Гуцульська бринза – різні смакові відтінки та способи приготуванню бринзи, Закарпатське божоле, де винороби презентують молоде вино першого бродіння. Динаміка проведення фестивалів демонструє чітку структуру адже час проведення припадає на кінець літа та початок осені, що пов'язано на активний туристичний сезон.

2.3 Популяризація та масштабність відвідування гастрономічних фестивалів Європи та України

Гастрономічні відкриття супроводжують кожну подорож туриста та є невід'ємною її складовою. Незалежно від маршруту, подорожуючий отримує неповторний гастрономічний досвід, що відкриває шлях до більш повного сприйняття та занурення в автентичність місцевої культури.

Гастрономічні фестивалі стали тією подією, яка сприяє глибшому пізнанню та усвідомленню локальної ідентичності різних регіонів Європи та України. Їхня масштабність та динаміка розвитку свідчать про зростаючу роль кулінарної культури у формуванні туристичної привабливості територій. Популяризація таких заходів виходить за межі суто гастрономічного досвіду, перетворюючи їх на інструмент культурної дипломатії та економічного розвитку. Завдяки широкому охопленню аудиторії та активному залученню медіа, гастрономічні фестивалі стають платформою для презентації регіональних традицій, стимулюють міжкультурний діалог та забезпечують інтеграцію локальних практик у загальноєвропейський туристичний простір.

У сучасних умовах розвитку гастрономічного туризму гастрономічні фестивалі стають не лише формою популяризації національної кухні, а й важливим чинником туристичної привабливості регіонів. Саме тому значна

кількість наукових досліджень спрямована на вивчення мотивації відвідувачів та критеріїв вибору гастрономічних фестивалів. Одним із таких досліджень є наукове дослідження сербських учених «Мотиви та ставлення відвідувачів до фестивалів їжі та напоїв», авторами якої стали Снежана Марко Гагіч, Драган Тешанович, Анджелія Івков-Джигурскі та інші науковці факультету туризму та готельно-ресторанної справи Університету Нового Саду [32].

Дослідження проводилося в Сербії у період з грудня 2011 року по січень 2012 року. Основною метою роботи було визначення факторів, які впливають на вибір гастрономічних фестивалів, а також аналіз мотивації відвідувачів та їхнього ставлення до гастрономічних заходів. Для проведення дослідження було використано метод анкетування та структурованого опитування. Загалом у дослідженні взяли участь 153 респонденти — відвідувачі гастрономічних фестивалів їжі та напоїв у Сербії [32].

Результати опитування показали, що найважливішим критерієм вибору гастрономічного фестивалю для більшості респондентів є традиційна кухня та локальні страви. Відвідувачі прагнули скуштувати автентичну продукцію регіону та ознайомитися з гастрономічними традиціями певної місцевості. Значна частина опитаних також зазначила, що важливу роль відіграє атмосфера фестивалю, зокрема музичний супровід, оформлення території, святковий настрій та загальна емоційна складова заходу [32].

Не менш важливим фактором стала розважальна програма фестивалю. Особливої популярності серед відвідувачів набували концерти, конкурси, гастрономічні шоу та майстер-класи. Частина респондентів відзначала, що гастрономічні фестивалі є для них можливістю соціального спілкування та проведення часу з друзями або родиною. Крім того, важливими мотивами відвідування стали бажання отримати новий гастрономічний досвід, дегустація локальної продукції та знайомство з культурою регіону [32].

Відвідувачі гастрономічних фестивалів спиралися на низку факторів, які впливали на вибір заходу, що представлено в (див. табл. 2.3)

Таблиця 2.3

Фактори, що впливають на вибір гастрономічних фестивалів [32]

<i>Фактори вибору</i>	<i>Основні складові</i>
Гастрономічні	Дегустація традиційних страв локальної кухні
Емоційно-атмосферні	Святкова атмосфера та музичний супровід
Розважальні	Концерт, шоу-програми, майстер класи, конкурси
Соціальні	Відпочинок з родиною та друзями
Культурно пізнавальні	Ознайомлення з культурою місцевого регіону
Організаційні	Реклама, доступність локації та інформаційне забезпечення

Дослідження також дозволило виявити основні проблеми, які впливають на рівень відвідуваності гастрономічних заходів. Серед них респонденти найчастіше називали недостатню рекламу фестивалів, нестачу інформації про проведення заходу та брак вільного часу. Отримані результати підтвердили, що гастрономічні фестивалі сприймаються відвідувачами не лише як спосіб споживання їжі, а як комплексний культурно-розважальний захід, що поєднує гастрономію, традиції, емоції та туристичний досвід [32].

Популяризація кулінарних фестивалів формується не лише за допомогою смакових вражень, атмосферою та культурному наповненню, а й на масштабності заходів та встановленні рекордів. Великі події стають об'єктом підвищеної уваги туристів, медіа та міжнародних туристичних інституцій. Організація фестивалів із рекордними показниками виступає дієвим інструментом формуванню позитивного іміджу території, як на національному, так і на міжнародному рівні.

Встановлення гастрономічних рекордів стало одним із найбільш ефективних інструментів маркетингового просування фестивалів у країнах Європи та України. Найчастіше рекорди пов'язані зі створенням найбільших традиційних страв, рекордними дегустаціями або масовим використанням певного продукту. Такі заходи дозволяють не лише популяризувати національну кухню, а й стимулюють розвиток гастрономічного туризму та

збільшення туристичних потоків [57].

Одним із найвідоміших прикладів є іспанський фестиваль «La Tomatina», під час якого щорічно використовується понад 120 тон помідорів для проведення масштабної «томатної битви». Даний фестиваль став одним із символів гастрономічного туризму Іспанії та щороку приваблює десятки тисяч туристів. Не менш масштабним гастрономічним заходом Європи є німецький «Oktoberfest», який щороку відвідує понад 6 мільйонів осіб, а обсяг реалізованого пива становить близько 7 мільйонів літрів [11]

Особливу увагу привертають рекорди, пов'язані зі створенням найбільших страв. Зокрема, в Італії під час фестивалю «Napoli Pizza Village» було встановлено світовий рекорд найдовшої піци у світі — її довжина становила 1853,88 метра. Для приготування рекордної піци було використано кілька тон борошна, томатів та сиру моцарела. Подібні рекорди активно популяризуються у туристичній сфері та стають важливим елементом брендингу гастрономічних фестивалів [34].

Франція також активно використовує гастрономічні рекорди для розвитку подієвого туризму. Під час фестивалів шоколаду та гастрономічних виставок створюються рекордні шоколадні композиції, багатометрові десерти та масштабні кулінарні інсталяції. У Швейцарії популярністю користуються фестивалі сиру, де проводяться найбільші дегустації сирної продукції та презентації великих сирних голів. У Бельгії гастрономічні фестивалі пива супроводжуються презентацією понад 200 сортів традиційного бельгійського пива [34].

В Україні гастрономічні фестивалі також активно використовують встановлення рекордів для популяризації локальної кухні та туристичної привабливості регіонів. У Києві було встановлено рекорд з одночасного приготування борщу представниками з 25 регіонів України. Це відбулося під час першого онлайн-фестивалю, присвяченого українському борщу. Ця подія також мала на меті просування борщу до списку нематеріальної спадщини

ЮНЕСКО [47].

В місті Біляївці Одеської області був проведений гастрономічний фестиваль «Дністровська вертута». Саме 28 вересня 2019 року тут випекли найбільшу в Україні вертуту з картоплею та шкварками вагою 50 кг і діаметром 2 метри. На фестивалі також проводився флешмоб «Вертутка» за участю майже 200 людей, які імітували процес випікання вертути [33].

Щорічно у Тернополі проходить понад три десятки фестивалів, найбільше – гастрономічних. Перший фестиваль у місті було проведено у 2013 році. Популярними фестивалями є: «Короп-фест», «Вуличний ринок», «Сала і самогону», «Співоче поле», «Галицька дефіляда», «Борщ'їв» «Файне місто», «Яйце-райце» та інші. За час проведення фестивалів було встановлено безліч гастрономічний **рекордів**:

- у 2014 році у Тернополі на «Галицькій дефіляді» встановили п'ять кулінарних рекордів (у тому числі два світових): найдовший *мангал* довжиною 211,1 метра та складався із 69 конструкцій, найдовший *шашлик* 210,6 метрів, найбільша кількість зеленого борщу 434 літри, найбільша *карта-фототорт* Тернопільщини та найбільша кількість рекордів, які встановлені на одному фестивалі. Торт важив більше тони, площею 15,3 кв. метри;
- у 2015 році на території фестивалю облаштували найдовший *гостинний стіл*, довжиною майже 100 метрів;
- у 2017 році встановили гастрономічний рекорд – наварили 3009 літрів *рибної юшки* та встановили рекордний казан вагою 3 тони;
- у 2017 році на першому фестивалі локальної їжі та культури «Тернопільська брама» встановили кулінарний рекорд – найдовша в Україні *400-метрова ковбаса*;
- у 2017 році на фестивалі сала та самогону виклали найдовшу в країні *контактну барну стійку* довжиною 40 метрів 93 сантиметри [20].

Гастрономічні фестивалі мають значний вплив на розвиток туристичної привабливості регіонів та виступають важливим інструментом економічного,

культурного і соціального розвитку територій. Проведення масштабних гастрономічних заходів сприяє збільшенню туристичних потоків, розвитку місцевої інфраструктури, популяризації локальної продукції та формуванню позитивного іміджу регіону. Під час проведення фестивалів значно зростає кількість відвідувачів, що позитивно впливає на діяльність закладів готельно-ресторанного господарства, транспорту, торгівлі та сфери послуг. Особливо важливим є те, що гастрономічні фестивалі дозволяють популяризувати невеликі міста та сільські території, які часто залишаються поза основними туристичними маршрутами [59, с. 373].

Крім економічного значення, гастрономічні фестивалі відіграють важливу роль у збереженні культурної спадщини та локальної ідентичності. Саме через традиційні страви, кулінарні майстер-класи, народні ремесла та автентичні рецепти відбувається популяризація культурних особливостей регіону. Такі заходи сприяють передачі кулінарних традицій між поколіннями та формують інтерес до національної гастрономічної культури серед молоді та туристів. Особливої актуальності це набуває в умовах глобалізації, коли збереження локальної автентичності стає важливим елементом культурного розвитку територій [59, с. 373].

Важливим чинником популяризації гастрономічних фестивалів у сучасних умовах є використання соціальних мереж та цифрових платформ. *Instagram, TikTok, Facebook та YouTube* стали ефективними інструментами просування гастрономічних заходів та залучення нової аудиторії. Саме завдяки поширенню фото- та відеоконтенту фестивалі отримують широку популярність не лише на локальному, а й на міжнародному рівнях. Особливий інтерес у користувачів соціальних мереж викликають масштабні гастрономічні рекорди, великі дегустації, незвичні страви, фотозони та кулінарні шоу. Значний вплив на популяризацію фестивалів мають також *food-блогери* та туристичні інфлюенсери, які поширюють інформацію про гастрономічні події серед великої аудиторії [22].

У країнах Європи гастрономічні фестивалі давно стали важливою

складовою туристичної індустрії та активно використовуються як елемент територіального брендингу. Більшість європейських фестивалів мають міжнародний рівень організації, значне фінансування та багатомільйонну аудиторію відвідувачів. Основний акцент таких заходів спрямований на формування туристичного іміджу країни, розвиток гастрономічного туризму та популяризацію національної кухні на світовому рівні. Водночас українські гастрономічні фестивалі переважно орієнтовані на популяризацію локальних традицій, автентичної кухні та культурної спадщини регіонів. Незважаючи на менші масштаби, гастрономічні фестивалі України активно розвиваються, поступово набувають більшої популярності та стають важливим елементом туристичної привабливості територій [43].

Сучасні гастрономічні фестивалі поєднують у собі культурну, туристичну, економічну та розважальну функції. Вони сприяють розвитку гастрономічного туризму, формуванню позитивного іміджу регіонів, популяризації локальної кухні та залученню туристів. Саме тому гастрономічні фестивалі сьогодні виступають важливим інструментом розвитку туристичної сфери та збереження культурної спадщини як в Україні, так і в країнах Європи [43].

Висновки до розділу 2

Фестивальний гастротуризм активно розвивається та набуває все більшої популяризації. Європа виступає одним із світових лідерів у сфері гастрономічного туризму завдяки багатій історико-культурній спадщині, різноманіттю національних кухонь та високому рівню розвитку туристичної інфраструктури. Гастрономічні фестивалі в європейських країнах давно вийшли за межі локальних свят і перетворилися на масштабні міжнародні події, які формують сучасні кулінарні тенденції та щороку приваблюють сотні тисяч туристів.

Провідні позиції у розвитку фестивального гастротуризму займають Італія, Франція та Іспанія, де активно проводяться фестивалі вина, пива,

морепродуктів, сиру, шоколаду та традиційних страв. Водночас простежуються й регіональні особливості гастрономічних подій: у країнах Південної Європи основна увага приділяється локальним продуктам і національній кухні, тоді як у Центральній та Західній Європі поширені вузькотематичні фестивалі, присвячені окремим продуктам або напоям. Такі заходи, як «Oktoberfest» у Німеччині чи «La Tomatina в Іспанії», стали не лише елементами національної культури, а й важливими чинниками туристичного та економічного розвитку регіонів.

В Україні гастрономічні фестивалі поки що поступаються європейським за масштабністю та міжнародною пізнаваністю, проте демонструють активну тенденцію до розвитку та розширення тематичного різноманіття. Найбільша концентрація гастрономічних заходів спостерігається у Західному та Центральному регіонах країни, де проводяться винні, сирні, медові, м'ясні фестивалі, а також заходи, присвячені традиційним українським стравам, каві, солодощам та вуличній їжі. Українські гастрономічні бренди – борщ, вареники, сало, вино, кава та інші локальні продукти – поступово формують туристичну ідентичність окремих регіонів і сприяють розвитку внутрішнього туризму.

Важливу роль у популяризації гастрономічних фестивалів відіграють гастрономічні рекорди, які стали ефективним маркетинговим інструментом залучення туристів та медіа уваги. Проведення рекордних дегустацій, створення найбільших традиційних страв або організація масштабних кулінарних шоу дозволяють формувати позитивний імідж територій та підвищувати їхню туристичну пізнаваність. Водночас значний вплив на популяризацію гастрономічних фестивалів мають соціальні мережі та цифрові платформи, які забезпечують швидке поширення інформації та залучення нової аудиторії.

Гастрономічні фестивалі виконують багатофункціональну роль, поєднуючи культурну, туристичну, економічну та соціальну складові. Вони сприяють популяризації національної кухні, збереженню локальної

ідентичності, розвитку туристичної інфраструктури та формуванню позитивного іміджу регіонів і країн. Для України фестивальний гастротуризм є перспективним напрямом розвитку туристичної сфери та важливим інструментом інтеграції у світовий туристичний простір. Гастрономічні фестивалі виступають не лише формою дозвілля, а й стратегічним чинником підвищення конкурентоспроможності регіонів та держави загалом.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ПРОЄКТУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ФЕСТИВАЛЮ «СМАКИ БУКОВИНИ»

3.1 Концептуальні основи організації гастрономічного фестивалю «Смаки Буковини»

Гастрономічний туризм у сучасному світі розглядається як одна з найбільш динамічних форм культурно-пізнавальних подорожей, що поєднує кулінарні практики з етнографічними та соціальними особливостями регіону. Одноденні та багатоденні гастрономічні фестивалі стають ефективним засобом популяризації локальної спадщини, забезпечуючи її збереження та водночас підвищуючи туристичну привабливість території [23, с. 67].

Буковина як історико-етнографічний регіон України вирізняється унікальною культурною та гастрономічною спадщиною, яка сформувалася під впливом багатьох етнічних традицій. Українські, румунські, польські, єврейські та інші кулінарні практики створили різноманітну й самобутню кухню. Однак із часом значна частина автентичних рецептів втрачає свою популярність серед молодого покоління, що актуалізує потребу у впровадженні туристичних і культурних ініціатив, спрямованих на їхнє відновлення та популяризацію.

Для популяризації кулінарної спадщини регіону передбачається розробка одноденного гастрономічного фестивалю «Смаки Буковини».

Мета – створення простору для пізнання культури та кухні Буковини шляхом представлення автентичних страв, народних ремесел і традицій.

Концепція- показати багатошаровий процес формування буковинської кухні, що протягом століть розвивалась під впливом різних етнічних спільнот.

Основною ідеєю фестивалю є відтворення атмосфери традиційної кухні Буковини шляхом презентації культурної спадщини регіону. Відвідувачі фестивалю матимуть можливість не лише скуштувати традиційні страви, але й дізнатися про їх історію виникнення, особливості приготування та значення в культурі місцевого населення.

Натхненням для створення фестивалю стали унікальні гастрономічні традиції Буковини, сформовані в результаті багатовікового співіснування різних народів та культур. Значний вплив на концепцію заходу мала наявність у міста Чернівці багатой історико-культурної спадщини, активний розвиток подієвого туризму та зростання інтересу до автентичної локальної кухні. Проведення фестивалю покликане не лише продемонструвати традиційні буковинські страви, а й відтворити атмосферу регіону через поєднання гастрономії, народних ремесл, музики та етнографічних традицій.

Додатковим фактором, що вплинув на розробку гастрономічного фестивалю, стало прагнення створити новий туристичний продукт для міста Чернівці, який доповнив би програму святкування Дня міста та сприяв би залученню туристів до ознайомлення з культурною спадщиною Буковини.

Для реалізації поставленої мети визначено такі основні завдання:

- популяризація традиційної буковинської кухні серед мешканців та гостей регіону;
- збереження та відновлення елементів нематеріальної культурної спадщини Буковини;
- розвиток гастрономічного та подієвого туризму в Чернівецькій області;
- підтримка місцевих виробників харчової продукції та майстрів народних ремесел;
- формування туристичного іміджу Буковини на національному та міжнародному рівнях;
- створення умов для культурного обміну та популяризації регіональних традицій.

Цільовою аудиторією фестивалю є мешканці міста Чернівці та Чернівецької області, туристи з інших регіонів, іноземні відвідувачі, сім'ї з дітьми, молодь, а також усі поціновувачі гастрономічного туризму та традиційної української кухні. Орієнтація на різні категорії відвідувачів

дозволить забезпечити широку популярність заходу та сприятиме збільшенню туристичних потоків до регіону.

Особливе значення для реалізації фестивалю є вибір місця проведення. Тому оптимальною локацією обрано Чернівецький обласний музей народної архітектури та побуту (див. рис. 3.1). Даний музей є просто неба та займає територію площею близько 16 гектарів, що дозволяє приймати понад 5 тис. гостей. На його території представлені вітряки, хати, садиби, корчми, кузні, церква, брама, полонинська стая та сільська управа різних районів Буковини, що дозволяє відтворити автентичне історичне середовище [49].

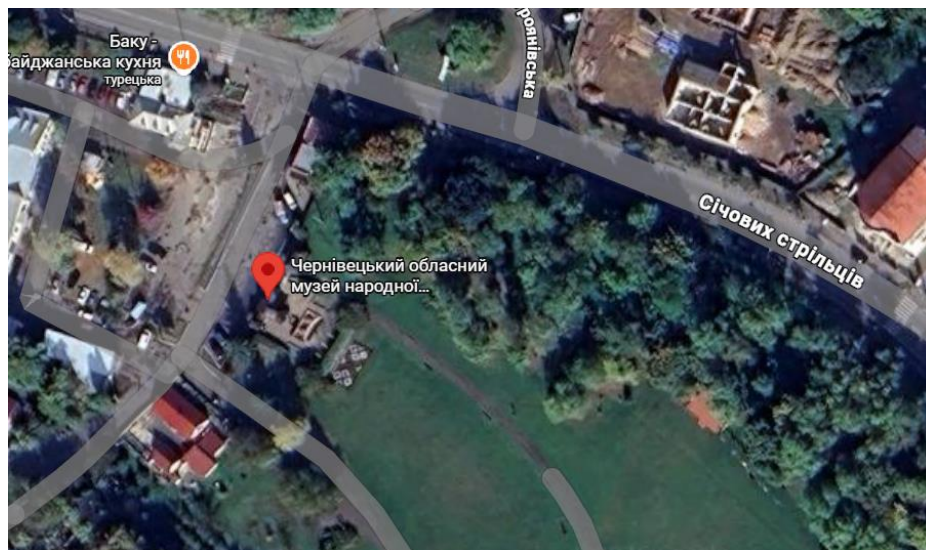


Рис. 3.1 Розташування Чернівецького обласного музею народної архітектури та побуту на картосхемі м. Чернівці

Вибір музею народної архітектури та побуту як місця проведення фестивалю є доцільним, оскільки він поєднує культурну, історичну та туристичну функції. Використання всіх етнографічних секторів музею дозволить організувати тематично-гастрономічні локації, присвячені окремим стравам та кулінарним традиціям Буковини. Крім того, територія музею створює сприятливі умови для проведення майстер-класів, дегустацій, виставок народних ремесел та культурно-розважальних заходів.

Проведення фестивалю визначено приурочити до святкування Дня міста Чернівці. Періодом для організації заходу є перші вихідні жовтня, коли традиційно відзначаються міські святкування та спостерігається підвищена

туристична активність. Поєднання фестивалю зі святковими заходами міста дозволить залучити більшу кількість відвідувачів, посилити інформаційний резонанс та підвищити економічну ефективність події. Тривалість одноденного фестивалю – з 11:00 до 20:00 години.

Суттєвою складовою концептуальної моделі фестивалю є популяризація традиційних страв буковинської гастрономічної спадщини. Тому центральне місце в гастрономічній програмі займатимуть такі автентичні страви: мамалига, банош, грибна юшка, маїна, голубці, вареники, буковинська бабка, бендерики та струдель. Саме ці страви найбільш повно відображають кулінарні особливості регіону та його багатонаціональний характер.

Невід’ємним елементом фестивалю стане проведення майстер-класів, під час яких відвідувачі зможуть ознайомитись з традиційними технологіями приготування страв. Додатковим елементом інтерактивності виступатимуть дегустації, конкурси та залучення фольклорних гурти, спрямовані на активне залучення гостей до фестивальної програми.

Головною подією та фішкою передбачається встановлення рекорду України з приготування найбільшої мамалиги в казані. Даний захід стане головною атракцією фестивалю, сприятиме підвищенню його популярності та приверне увагу засобів масової інформації. Реалізація такого рекорду дозволить сформувати унікальний образ фестивалю та виділити його серед інших гастрономічних заходів України.

3.2 Просторово-змістова модель фестивалю та характеристика подієвих активностей

Просторово-змістова модель гастрономічного фестивалю «Смаки Буковини» становить визначальний аспект його реалізації, адже саме вона забезпечує ефективне використання території, комфорт учасників та логіку перебігу подій. З огляду на те, що фестиваль проводиться на території Чернівецького обласного музею народної архітектури та побуту просто неба, особливого значення набуває раціональне функціональне зонування простору.

Музей має розгалужену структуру етнографічних секторів (див. рис. 3.2), що дозволяє інтегрувати фестиваль у вже існуюче середовище без втрати його автентичності. Просторове планування заходу базується на принципі тематичного розподілу території, де кожна зона виконує окрему функцію – гастрономічну, культурну, освітню або розважальну (див. рис. 3.3). Такий підхід забезпечує рівномірний розподіл відвідувачів, зменшує скупчення людей в окремих точках та сприяє комфортному пересуванню територією.

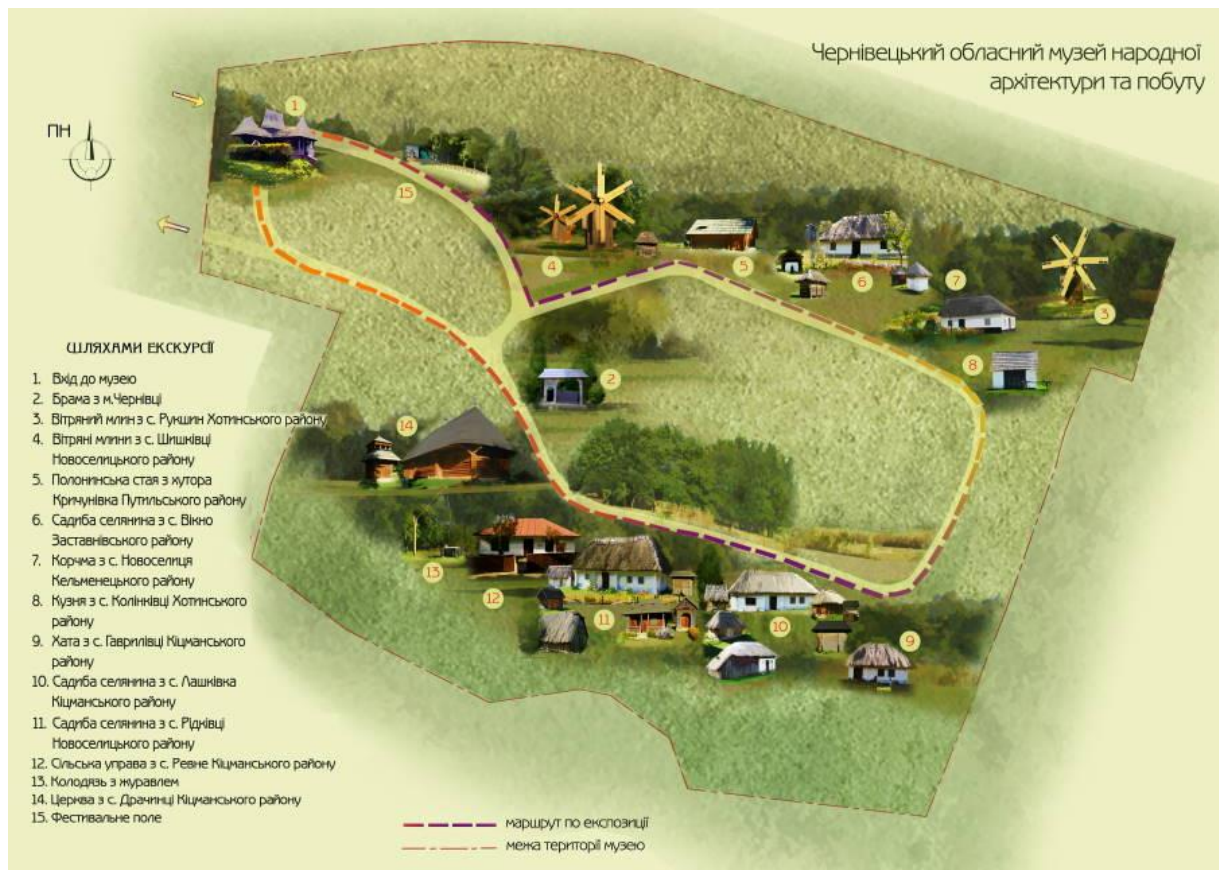


Рис. 3.2 Схематичне зображення Чернівецького обласного музею народної архітектури та побуту [49]



Рис. 3.3 Схематичне розміщення функціональних зон
(згенеровано ШІ)

Загальні принципи організації простору фестивалю

Організація простору фестивалю побудована на таких принципах:

- тематичне зонування відповідно до видів гастрономічної продукції;
- забезпечення логічних маршрутів руху відвідувачів;
- поєднання гастрономічних, культурних та інтерактивних зон;
- використання природного та архітектурно середовища музею;
- створення безпечних умов перебування великої кількості людей.

Рух відвідувачів територією музею передбачається за кільцевою схемою з можливістю переходу між зонами, що дозволяє уникнути перевантаження окремих локацій та забезпечує рівномірний розподіл потоків.

Просторова та функціональна структура фестивалю

Організація фестивалю «Смаки Буковини» передбачає поєднання тематичних гастрономічних зон із комплексом інтерактивних, культурних та освітніх заходів. Такий підхід забезпечує цілісність концепції та формує багатовимірний простір для занурення у традиції регіону.

Гастрономічні зони фестивалю

1 – Зона мамалиги та баношу

Ця зона є центральною локацією фестивалю, оскільки саме ці страви є символічними для карпатсько-буковинського регіону. Відвідувачам пропонуються різні варіації мамалиги та баношу з традиційними додатками - бринзою, шкварками, грибами та сметаною. Дана зона також виконує демонстраційну функцію, оскільки частина страв готується безпосередньо в присутності гостей, що підсилює інтерактивність заходу (Додаток А).

2 – Зона вареників та голубців

Локація представляє традиційну домашню кухню. Вареники з різними начинками та голубці є одним з найбільш впізнаваних страв регіону. Особливістю зони є можливість відвідувачів спостерігати за процесом ручного приготування страв за різними рецептами, що підкреслює автентичність кулінарних традицій (див. Додаток А).

3 – Зона буковинської випічки

У цій зоні представлені традиційні вироби з тіста, зокрема маїна, буковинська бабка, струдель та бендерики. Дана зона є однією з найбільш відвідуваних, оскільки поєднує елементи гастрономії та культурної спадщини. Окрему увагу приділено демонстрації традиційних технологій випікання та використання локальних інгредієнтів (див. Додаток Б).

4 – Зона перших страв

Грибна юшка та інші сезонні супи представлені у цій зоні як приклад традиційної повсякденної кухні буковинців. Вона формує у відвідувачів уявлення про гастрономічні звички регіону та підкреслює сезонність місцевої кухні (див. Додаток Б).

5 – Зона народних ремесел

У межах цієї зони проводяться майстер-класи з традиційних ремесел Буковини, зокрема розпису, ткацтва, декоративно-прикладного мистецтва та виготовлення сувенірної продукції. Вона має важливе значення для

популяризації нематеріальної культурної спадщини регіону та забезпечує освітню складову фестивалю (див. Додаток В).

6 – Дитяча зона

Дитяча зона створюється для забезпечення комфортного перебування сімей з дітьми. Тут організовуються інтерактивні ігри, творчі майстер-класи, навчальні активності та розважальні елементи. Вона сприяє формуванню сімейного формату та підвищує його соціальну доступність (див. Додаток В)

7 – Концертна зона

Концертна сцена є центральним елементом культурно-розважальної програми. Тут відбуваються виступи ведучого, народних колективів, фольклорних ансамблів, танцювальних груп і сучасних музичних гуртів. Поєднання традиційної та сучасної музики дозволяє створити динамічну атмосферу фестивалю та залучити різні вікові категорії відвідувачів (див. Додаток Г).

8 – Зона встановлення гастрономічного рекорду України

Однією з ключових подій фестивалю є встановлення рекорду України з приготування найбільшої мамалиги в казані. Для реалізації цього заходу передбачається залучення офіційних представників Книги рекордів України або відповідних сертифікаційних органів. Після фіксації рекорду готова страва буде розподілена серед відвідувачів фестивалю (див. Додаток Г).

Інтерактивні практики

Фестивальна концепція доповнюється системою майстер-класів, що проводяться у відповідних гастрономічних та ремісничих зонах. Відвідувачі мають можливість власноруч приготувати банош, маїну чи буковинську бабку, а також долучитися до традиційних ремесел – ткацтва, розпису, декоративно-прикладного мистецтва. Такий формат поєднує освітню та розважальну складові, сприяючи глибшому зануренню у культурний контекст.

Конкурсна програма

Змагання органічно інтегруються у гастрономічні зони: конкурс на швидкість ліплення вареників проводиться у відповідній локації,

приготування найдовшої маїни – у зоні випічки, а рекорд з найбільшої мамалиги – у центральній зоні фестивалю. Інтелектуальні конкурси з історії та культури Буковини доповнюють кулінарні змагання, формуючи багатопланову інтерактивність.

Культурно-розважальний та екскурсійний блок

Концертна сцена забезпечує культурне наповнення заходу, поєднуючи виступи народних колективів, фольклорних ансамблів та сучасних гуртів. Екскурсійна програма музеєм народної архітектури та побуту дозволяє учасникам осмислити культурну спадщину регіону, створюючи додатковий освітній вимір фестивалю.

Соціальна місія

Особливістю проекту є його соціальна спрямованість: всі прибутки від проведення фестивалю спрямовуються на підтримку Збройних Сил України. Це підсилює суспільну значущість заходу та формує його імідж як соціально відповідальної ініціативи.

3.3 Організаційно-економічне забезпечення реалізації фестивалю

Організаційно-економічне забезпечення гастрономічного фестивалю «Смаки Буковини» охоплює комплекс управлінських та фінансових заходів, спрямованих на ефективну реалізацію проекту. Від належного планування, координації дій організаторів, партнерів і учасників залежить якість проведення події, її культурна значущість та економічна результативність. У процесі підготовки враховуються концептуальні, програмні, матеріально-технічні та фінансові аспекти, що забезпечують цілісність і стійкість фестивалю як туристичного продукту.

Розробка детальної програми заходу (див. табл.3.1) є важливим елементом організаційного етапу, яка визначає часову структуру, зміст активностей та логіку їх послідовності. Програма побудована за принципом тематичної та функціональної узгодженості, що дозволяє гармонійно поєднати гастрономічні, культурні, освітні та соціальні компоненти.

Таблиця 3.1.

Орієнтовна програма одноденного фестивалю «Смаки Буковини»

Час	Активність
11:00	Урочисте відкриття фестивалю. Виступ ведучого та організаторів. Презентація соціальної місії заходу. Відкриття ярмаркової зони з локальними продуктами та стендів регіональних виробників
13:00	Майстер-класи у гастрономічних зонах: приготування баношу, мамалиги, вареників, маїни, буковинської бабки. Майстер-класи народних ремесел (ткацтво, розпис, декоративно-прикладне мистецтво). Дитяча зона – творчі майстерні та інтерактивні ігри
14:00	Конкурсна програма: «»Найшвидше ліплення вареників», «Найшдвидше поїдання мамалиги». Демонстраційні приготування страв на очах у відвідувачів. Фотозона з тематичними декораціями
15:00	Конкурс на приготування найдовшої маїни. Інтелектуальний конкурс «Культура Буковини: традиції та гастрономія»
16:00	Головна подія фестивалю – встановлення гастрономічного рекорду України з приготування найбільшої мамалиги в казані. Урочисте частування гостей.
17:00	Культурно-розважальна програма: виступи фольклорних ансамблів, народних колективів, танцювальних груп та сучасних музичних гуртів. Танцювальні майстер-класи для гостей (буковинські, гуцульські, подільські, поліські танці)
19:30	Церемонія нагородження переможців конкурсів. Вручення дипломів і пам'ятних сувенірів. Подяки організаторам, партнерам та волонтерам. Заключне слово ведучих і символічне «закриття кулінарного вогню»

Програма фестивалю побудована за принципом тематичної та функціональної послідовності, що забезпечує гармонійне поєднання гастрономічних, культурних, освітніх та соціальних аспектів. Її структура спрямована на створення цілісного простору взаємодії між учасниками, відвідувачами та організаторами, де кожен етап має власну концептуальну роль.

Ранковий блок (11:00-13:00) виконує ознайомчу та інтерактивну функцію, залучаючи гостей до процесів приготування традиційних страв і

народних ремесел. Це сприяє формуванню атмосфери автентичності та зануренню у культурний контекст регіону.

Середня частина (13:00-16:00) має змагально-пізнавальний характер. Конкурси, майстер-класи та екскурсійні заходи активізують учасників, створюючи умови для міжкультурного обміну та популяризації гастрономічної спадщини. Встановлення гастрономічного рекорду виступає кульмінаційним момент фестивалю, що поєднує символічний та емоційний вимір події.

Вечірній блок (17:00-20:00) виконує соціально-комунікативну функцію, сприяючи колективному святкуванню та підбиттю підсумків. Концертна програма та церемонія нагородження формують завершальний етап заходу, підкреслюючи його культурну та суспільну значущість.

Водночас в організації фестивалю важливим елементом є також ретельна підготовка (див. табл 3.2), яка здійснюється протягом кількох місяців і охоплює планування, пошук ресурсів, комунікацію з партнерами та реалізацією логістичних завдань.

Таблиця 3.2.

Етапи підготовки до проведення фестивалю

Етапи	Місяці							
	Березень	Квітень	Травень	Червень	Липень	Серпень	Вересень	Жовтень
Формування концепції фестивалю, визначення цілей та завдань. Проведення аналізу								
Пошук партнерів і спонсорів, розробка маркетингової стратегії								
Підбір локацій та узгодження з музеєм народної архітектури та побуту								

Організація роботи з учасниками: виробниками продукції, майстрами кулінарного мистецтва та народних ремесел								
Розробка візуальної айдентики фестивалю (логотип, афіші, інформаційні матеріали)								
Технічна підготовка: забезпечення сцени, обладнання для майстер-класів, логістики та безпеки								
Остаточне узгодження програми, підтвердження учасників та партнерів. Організація волонтерської команди								
Проведення фестивалю. Реалізація запланованих заходів, підбиття підсумків								

Після визначення етапів організації доцільним є проведення фінансового аналізу, який дозволяє оцінити реальні можливості реалізації проєкту. Розрахунок витрат є ключовим елементом планування, оскільки забезпечує оптимальний розподіл ресурсів визначення потреб у фінансуванні та формування бюджету фестивалю.

Фінансова частина включає дві основні групи витрат – постійні та змінні, що відображають різні аспекти організації заходу. Постійні витрати охоплюють базові ресурси, необхідні для проведення фестивалю незалежно від кількості учасників, тоді як змінні витрати залежать від масштабів події, кількості гостей та обсягу активностей.

Таблиця 3.3

Модель постійних витрат фестивалю «Смаки Буковини»

Категорія витрат	Зміст витрат	Орієнтовна сума, грн
Оренда локації	Використання території музею народної архітектури та побуту,	50 000

	комунальні послуги, охорона	
Сцена та технічне обладнання	Монтаж сцени, звукове та світлове обладнання, генератори, технічна підтримка	30 000
Декорації та оформлення	Тематичне оформлення зон, банери, стенди, фотозони	15 000
Реклама	Дизайн афіш (Додаток Е) друк матеріалів, онлайн-просування	20 000
Робота персоналу	Оплата праці ведучого, координаторів, тех. персоналу, волонтерів	25 000
Адміністративні витрати	Оплата праці організаторів, бухгалтерії, юридичний супровід	15 000
Безпека та медичне забезпечення	Медпункт, вогнегасники	10 000
Логістика та транспорт	Перевезення обладнання матеріалів, сміття	12 000
Сувенірна та нагородна продукція	Дипломи, пам'ятні сувеніри, нагороди для конкурсів	8 000
Резервний фонд	Непередбачені витрати (10-15% від загального бюджету)	12 000
Всього:		197 000

Після визначення моделі постійних та змінних витрат доцільним є проведення економічного прогнозу, який дозволяє оцінити ефективність реалізації фестивалю. Такий аналіз дає змогу визначити оптимальну кількість відвідувачів, за якої проєкт стає рентабельним, а також розрахувати очікуваний рівень прибутку та показник окупності інвестицій (ROI).

Для цього використано структуру, що враховує співвідношення між прогнозованим доходом, постійними та змінними витратами. Змінні витрати складають з урахуванням середнього показника 68 грн на одного відвідувача, що включає витрати на харчування, матеріали для майстер-класів, транспорт, санітарне забезпечення та інші операційні потреби.

Таблиця 3.4.

Прогноз ефективності проведення гастрономічного фестивалю

Кількість відвідувачів	Прогнозований дохід (грн)	Постійні витрати (грн)	Змінні витрати (68 грн\ос)	Загальні витрати (грн)	Прибуток (грн)	ROI (%)
1800	360 000	197 000	122 400	319 400	40 600	12,7
2200	440 000	197 000	149 600	346 600	93 400	27,0
2600	520 000	197 000	176 800	373 800	146 200	39,1

Орієнтовна вартість квитка з загальним дегустаційним сетом становить 150 грн на особу, а з розширеним дегустаційним сетом – 250 грн. Для проведення розрахунків використано середню вартість квитка 200 грн на одного відвідувача.

На основі цих даних здійснено прогноз фінансової ефективності проведення гастрономічного фестивалю. Розрахунки (див. табл. 3.4) свідчать про виражену залежність економічних результатів заходу від кількості відвідувачів: зі збільшенням їхньої кількості зростає загальний дохід, прибуток та показник рентабельності (ROI), що підтверджує доцільність масштабування події.

❖ 1800 відвідувачів – фестиваль є прибутковим, очікуваний прибуток становить 40 600 грн, а показник рентабельності інвестицій – 12,7%

❖ 2200 відвідувачів – прибуток зростає до 93 400 грн, а рівень рентабельності становить 27,0%

❖ 2600 відвідувачів – захід демонструє високий рівень фінансової ефективності, забезпечуючи прибуток 146 200 грн та ROI 39,1%

Таким чином, отримані прогнозні показники підтверджують економічну доцільність реалізації фестивалю. Розрахунки свідчать, що точка беззбитковості досягається при відвідуваності близько 1500-1600 осіб, тоді як залучення понад 2000 гостей забезпечує стабільний рівень прибутковості та фінансової стійкості заходу. Це демонструє, що масштабування аудиторії є ключовим чинником підвищення ефективності та рентабельності проекту.

Висновки до розділу 3

Аналіз організаційної та фінансової моделі гастрономічного фестивалю «Смаки Буковини» засвідчує комплексний характер його підготовки та проведення. Програма заходу побудована за принципом тематичної послідовності, що забезпечує гармонійне поєднання культурних, гастрономічних та освітніх компонентів. Урочисте відкриття, майстер-класи, конкурси, екскурсії, встановлення гастрономічного рекорду та концертна програма формують цілісний сценарій, який сприяє залученню широкої аудиторії та створює атмосферу автентичності.

Етапи підготовки фестивалю, розписані у вигляді діаграми, демонструють системність управлінських процесів: від планування концепції та пошуку партнерів до технічної організації й фінального проведення заходу. Такий підхід забезпечує чіткий розподіл завдань у часі, мінімізує ризики та дозволяє ефективно координувати роботу команди.

Фінансовий аналіз, що включає розрахунок постійних і змінних витрат, підтверджує економічну доцільність реалізації проєкту. Постійні витрати формують базову основу бюджету, необхідну для забезпечення стабільності та технічної готовності фестивалю, тоді як змінні витрати демонструють залежність від кількості учасників і масштабів заходу. Прогноз ефективності показує, що то беззбитковості досягається при відвідуваності близько 1500-1600 осіб, а залучення понад 2 000 гостей забезпечує стійкий рівень прибутковості та рентабельності.

Отже, проведення гастрономічного фестивалю «Смаки Буковини» є не лише культурно значущим, але й економічно обґрунтованим проєктом. Його реалізація сприяє розвитку гастрономічного туризму, формуванню позитивного іміджу регіону, активізації партнерських зв'язків та підвищенню соціально-культурної інтеграції. Отримані результати підтверджують, що фестиваль може стати ефективним інструментом популяризації локальної спадщини та стимулювання регіонального розвитку.

ВИСНОВКИ

Фестивальний гастротуризм Європи та України постає як дієвий інструмент популяризації регіонів і формування їхнього туристичного іміджу. Проведене дослідження дозволило досягти поставленої мети, реалізувати визначені завдання та окреслити нові горизонти цього напрямку.

Систематизація теоретичних положень гастротуризму засвідчила його роль, як структурного елемента сучасної туристичної індустрії, що інтегрує культурно-пізнавальні, подієві та гастрономічні компоненти. У його межах гастрономічні фестивалі функціонують як специфічна форма туристичної активності, що забезпечує популяризацію локальної кухні, культурної спадщини та туристичного потенціалу територій. Узагальнено класифікаційні підходи до гастрономічних фестивалів за тематикою, масштабом, форматом проведення та цільовою аудиторією, що дозволяє розглядати їх як багатовимірне з різними рівнями впливу.

Гастрономічні фестивалі довели свою роль, як потужного чинника розвитку територій: вони стимулюють туристичні потоки, підтримують місцевих виробників, створюють робочі місця та забезпечують додаткові надходження до бюджетів. Паралельно вони виконують культурну функцію, пов'язану із збереженням традицій, популяризацією регіональної ідентичності та формуванням комунікативного простору між місцевими громадами й туристами. Таким чином, гастрономічні фестивалі мають комплексний вплив, що поєднує економічні та культурні аспекти розвитку територій.

У європейських країнах гастрономічні події давно стали дієвим засобом просування туристичних дестинацій та формування регіональних брендів. Вони інтегровані у стратегічні програми розвитку туризму, підтримуються на державному та регіональному рівнях і розглядаються як інструмент підвищення конкурентоспроможності територій. Європейський досвід демонструє, що системна організація гастрономічних фестивалів сприяє формуванню сталого туристичного потоку, розширенню міжнародних

контактів та закріпленню кулінарних традицій у глобальному культурному просторі.

В Україні цей напрям ґрунтується на багатій кулінарній спадщині та різноманітності локальних продуктів, поступово набуваючи статусу чинника розвитку внутрішнього туризму. Гастрономічні події виступають засобом популяризації регіонів, формування їхнього позитивного іміджу та залучення туристів до пізнання локальної культури. Незважаючи на менші масштаби проведення порівняно з європейськими країнами, українські фестивалі демонструють тенденцію до зростання, розширення тематичного спектра та збільшення кількості учасників.

Виявлено, що подальший розвиток цього напрямку потребує системної підтримки з боку органів місцевого самоврядування, туристичних організацій та бізнес-структур. Необхідним є створення нормативно-правових та організаційних умов для проведення гастрономічних заходів, розробка маркетингових стратегій просування, залучення інвестицій та формування партнерських програм між державними інституціями, приватним сектором і громадськими організаціями. Важливим чинником є також інтеграція гастрономічних фестивалів у загальні туристичні маршрути та культурні програми, що дозволить підвищити їхню ефективність як інструменту розвитку регіонів.

Завершальним етапом дослідження визначено розробку концепції одноденного гастрономічного фестивалю «Смаки Буковини». Метою заходу визначено створення простору для ознайомлення з культурою та кухнею регіону шляхом представлення автентичних страв, народних ремесел і традицій. Запропонована концепція може бути використана як практичний інструмент для організації аналогічних заходів у інших регіонах України, що сприятиме формуванню позитивного туристичного іміджу територій та підвищенню їхнього конкурентоспроможності на ринку туристичних послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. 10 найкращих країн для гастротуризму. URL: <https://zs7.com.ua/blog/top-10-krayin-dlya-gastroturyzmu> (дата звернення 12.04.2026)
2. Басюк Д. І. Основи туризмології: навч. посіб. Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2005. С. 202 Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/7978/7959>
3. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2001. С. 295 Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/7978/7959>
4. Бейдик О. О., Гончарук А. О. Розвиток культурно-розважального туризму в Україні (на прикладі фести-вального туризму). Географія та туризм, 2010. Вип. 8. С. 45–49. Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/7978/7959>
5. Бернадська Г. О. Тенденції розвитку фестивального туризму на території Рівненської області // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Географічні науки. – 2018. – № 9. – С. 55–61. Режим доступу: <https://gj.journal.kspu.edu/index.php/gj/article/view/229/223>
6. Білоус С. В., Масюк Ю. О., Красько А. Б. Економічні та ресурсні аспекти розвитку фестивального туризму на території України. Інфраструктура ринку, 2019. Вип. 28. С. 11–17. Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/7978/7959>
7. Білоус, С. В, Масюк Ю. О. & Красько, А. Б. Фестивальний туризм як новий напрям українського туризму. Географія та туризм: Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції Харківського національного педагогічного університету ім. Г. С. Сковороди. 2019 С. 160–164. Режим доступу: <https://repo.snau.edu.ua/bitstream/12345678BE%D0%B7%D0%B4%D1%96%D0%B3%D1%80.pdf>

8. Булієнко О. Подієвий туризм як компонент розвитку креативних територій. Географія та туризм. 2012. Вип. №. 20. С. 174–184. Режим доступу: https://tourlib.net/statti_ukr/vitryak2.htm
9. Бурачек, І., Панасюк, Д., Ярмолюк, Д. Гастрономічний туризм в Україні підчас війни. Економіка та суспільство. 2025. №71. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/vitryak2.htm (дата звернення 09.04.2026)
10. Васильців Т. Г. Державне регулювання розвитку туристичного комплексу як галузевий елемент системи економічної безпеки держави / Т. Г. Васильців, Р. Л. Лупак, О. В. Рудковський, С. О. Белікова // Проблеми економіки. – 2019. Вип. № 2. – С. 31–38. Режим доступу: <https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/download/5902/6565657299>
11. Вплив кулінарних фестивалів на формування міжнародного іміджу України. URL: <https://repo.btu.kharkiv.ua/server/api/core/bitstreams/e649b6f2-fc68-4749-8dbf-30fccab16e87/content> (дата звернення 05.05.2026)
12. Всеукраїнська асоціація гастрономічного туризму. Про асоціацію // Food Travel UA. URL: <https://foodtravel.com.ua/about/> (дата звернення 21.04.2026)
13. Габчак Н.Ф. Фестивальний туризм Закарпаття та його регіональна політика. Збірник наукових праць Військового інституту Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2013. Вип. 44. С. 258. Режим доступу: http://www.irbisS21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Znpviknu_2013_44_46
14. Гастрономічні фестивалі України. URL: <https://concert.ua/uk/catalog/all-cities/festivals/gastronomic-festival> (дата звернення 27.04.2026)
15. Гладчук О.П. Курс лекцій з дисципліни Гастрономічний туризм: Навчально виробнича майстерня редакційно-видавничих технологій

Галицького фахового коледжу імені В'ячеслава Чорновола. Тернопіль. 2022.
С. 99 Режим доступу: <https://www.tkfk.te.ua/wp-content/uploads/2024/02BC.pdf>

16. Горіна Г. О. Ринок туристичних послуг: управління розвитком в умовах просторової поляризації : монографія . Кривий Ріг .2016. – 280 с. Режим доступу: https://elibrary.donnuet.edu.ua/1613/1/Gorina_1_Tourism_market.pdf

17. Грабовенська С. П. Сучасний стан і тенденції розвитку туристичної галузі України // Молодий вчений. – 2016. – № 8(35). – С. 15–18. – Режим доступу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/8/4.pdf>.

18. Григорчак І. М., Паральова М. О., Сенюта О. В. Гастрономічні фестивалі як туристичний ресурс. Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації. Матеріали Х Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 6-7 квітня 2023 р.), Київ : КНУКІМ. 2023. 478 с. С.129-132. Режим доступу: https://tourlib.net/statti_ukr/grygorchak.htm

19. Грицишин А. Т. Особливості позитивного впливу фестивального туризму на туристичний простір. Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації: тези доповідей VIII Міжнародної науково-практичної інтернет конференції (м. Київ 8-9 квітня 2021р.). Київ. 2021. С. 140–142. Режим доступу:

<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/7978/7959>

20. Дець О. І. Розвиток гастрономічного маркетингу на території. Матеріали VII Міжнародної студентської науково-технічної конференції «Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання». Тернопіль: ТНТУ ім. І. Пулюя. 2018. Т. 2. С. 21-23 Режим доступу: <https://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/24805>

21. Дишкантюк О.В., Власюк К.В. Гастрономічний туризм: підручник. Одеса: 2021. С. 136 Режим доступу: <https://dspace.onua.edu.ua/server/api/core/bitstreams/fb992cdc-d557-4e41-93e8-35fa6429826d/content>

22. Досягнення в соціальних мережах для подорожей, туризму та гостинності. URL:

https://www.researchgate.net/publication/322341651_Marianna_Sigala18_330_pp

23. Ключковська В. О. Стан та перспективи розвитку подієвого туризму у Вінницькій області / В. О. Ключковська, О. В. Ключковський Економіка і організація управління. 2019. Вип. № 1(33). – С. 65–71. Режим доступу: <https://r2.donnu.edu.ua/handle/123456789/2852>

24. Ковешніков В. С. Інноваційні види туризму / В. С. Ковешніков, О. С. Ліфіренко, Н. М. Стукальська Інвестиції: практика та досвід. – 2016. Вип. № 4. – С. 50–55. Режим доступу: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=4880&i=7>

25. Корнілова В. В., Корнілова Н. В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. Ефективна економіка. 2018. Вип. № 2. С. 1-8. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6112>

26. Корнілова Н. В., Корнілова В. В. Гастрономічні фестивалі в Україні як фактор розвитку гастрономічного туризму. Агросвіт. 2018. №20. С. 21-26. Режим доступу: http://www.agrosvit.info/pdf/20_2018/4.pdf

27. Лущик М. Про особливості розвитку фестивального туризму (за матеріалами Львівської області). Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences, 2021..298, № 5(2). С. 87–94. Режим доступу <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/7978>

28. Макушева К., Круль Г. Гастрономічні традиції і тренди у світовій кулінарії. *Індустрія гостинності: стан, тенденції розвитку та перспективи галузі в умовах євроінтеграційних та військових викликів* : III-й Міжнар. наук.-практ. Форум (23-24 квітня 2025 р.), Україна, Львів : «Камула», 327 с., С. 255-261. <https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/12321>

29. Мальська М. П., Грицишин А. Т., Білоус С. В., Топорницька М. Я. Фестивальний туризм: теорія та практика: навч. посібник / М. П. Мальська, А. Т. Грицишин, С. В. Білоус, М. Я. Топорницька. Київ : Видавець ФОП Піча Ю. В., 2022. С. 232 Режим доступу: https://tourlib.net/books_ukr/malska-ft.htm

30. Марценюк Л. В. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні. Вісник Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту ім. академіка В. Лазаряна. 2015. №3. С.76-82. Режим доступу: <http://eadnurt.diit.edu.ua/bitstream/123456789/8893/1/Martsenyuk.pdf>.

31. Миронов Ю.Б. Дослідження впливу фестивального туризму на туристичну дестинацію. Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції-фестивалю «Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації». К.: Вид. центр КНУКіМ, 2021. С. 183–187. Режим доступу: https://tourlib.net/statti_ukr/myronov55.htm

32. Мотиви та ставлення відвідувачів до фестивалів їжі та напоїв. URL: https://www.researchgate.net/publication/269629825_Motives_and_attitudes_of_food_and_drink_festival_visitors_A_case_study_of_Serbia (дата звернення 03.05.2026)

33. Найбільша в Україні вежа з картоплі. URL: <https://record.org.ua/2019/10/02/najbilsha-v-ukrayini-vertura-z-kartoply/> (дата звернення 12.05.2026)

34. Найкращі осінні гастрономічні фестивалі Європи. URL: <https://travelinto.info/najkrashhi-osinni-gastronomichni-festyvali-yevropy/> (дата звернення 07.05.2026)

35. Наймасштабніші гастрономічні фестивалі світу. URL: <https://harchi.info/blogs/san-ayt-j/naymasshtabnishi-gastronomichni-festyvali-svitu> (дата звернення 16.04.2026)

36. Нестерчук І. Гастрономічні події як драйвер розвитку малих міст // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Тернопіль : ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2019. № 2 (Вип. 47). С. 90–98. Режим доступу: <http://dspace.tnpu.edu.ua/jspui/handle/123456789/14203>

37. Огієнко М., Огієнко А. Гастрономічні фестивалі як форма подієвого туризму та розвитку ресторанного бізнесу. Ресторанний і готельний

консалтинг. Інновації. 2019. Том 2. № 2. С. 213-222. Режим доступу:
<https://restaurant-hotel.knukim.edu.ua/article/download/188204/188248/419927>

38. Олійник В. В. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму на території України // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. Вип. № 12. – С. 101–107 Режим доступу: <http://global-national.in.ua/issue-14-2016/22-vipusk-14-gruden-2016-r/2593-olijnik-v-v-shikina-o-v-suchasnij-stan-ta-perspektivi-rozvitku-podievogo-turizmu-na-teritoriji-ukrajini>

39. Павліна І. Октоберфест 2019: цікаві факти про пивне свято осені. URL: <https://lifestyle.segodnya.ua/ua/lifestyle/food/oktoberfest-interesnye-fakty-o-pivnom-prazdnike-1056770.html> (дата звернення 17.04.2026)

40. Пічик К. В. Моделювання поведінки споживачів на ринку туристичних послуг. Вісник КНУТД. 2016. Вип. № 3(99). – С. 45–52 Режим доступу: http://www.vtei.com.ua/doc/2023/vatra2004/zb21_176.pdf

41. Саркісян Г. О. Роль і значення стимулювання гастрономічного туризму в структурі розвитку регіональних туристичних ринків України. Український журнал прикладної економіки. 2020. Том 5. № 1. С. 312–320. Режим доступу: https://ujae.org.ua/wp-content/uploads/2020/11/ujae_2020_r01_a37.pdf

42. Томчук А.-О. О. Символічні українські продукти як джерело гастрономічних фестивалів. Матеріали VI наукової конференції «Інноваційні підходи в промисловому та крафтовому виробництві: виклики та можливості». Київ: ЛДУФК. 2024. С. 35-37 Режим доступу: http://www.vtei.com.ua/doc/2019/22_10_2.pdf

43. Туризм та гастрономія. URL: https://www.researchgate.net/publication/322925141_Tourism_and_Gastronomy (дата звернення 17.05.2026)

44. Туристичний портал «Tam Tour» URL: <https://m.tamtour.com.ua/1387> (дата звернення 23.04.2026)

45. Українські фестивалі. URL: http://proukraine.net.ua/?page_id=586
(дата звернення 25.04.2026)
46. Фестивалі продуктів, їжі і напоїв в світі. 2020 URL:
<https://svitom.info/mandruemosvitom/festivali-produktiv-izhi-i-napoiv-v-sviti.html>
(дата звернення 14.04.26)
47. Фестиваль борщу внесено до Книги рекордів України. URL:
<https://korrespondent.net/ukraine/4335058-festyval-borscha-vnesen-v-knyhu-rekordov-ukrayny> (дата звернення 10.05.2026)
48. Фестиваль молодого вина Beaujolais Nouveau у Франції. URL:
URL: <https://prostovisa.com/ua/blog/festivali/festival-molodogo-vina-beaujolais-nouveau-v-francii/> (дата звернення 19.04.2026)
49. Чернівецький обласний музей народної архітектури та побуту.
URL: <https://skansen.cv.ua/index.php/uk> (дата звернення 20.05.2026)
50. Черняк Д.С., Каріна М.М. Фестиваль як соціокультурний феномен.
ІІІ Всеукраїнська конференція здобувачів вищої освіти і молодих учених
«Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості». Київ: КНУТД.
2022. С. 222–225. Режим доступу:
<https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/22842>
51. Шляхи активізації вітчизняного гостротуризму на міжнародному
туристичному ринку 2019. URL:
<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7054>(дата звернення 01.05.2026)
52. Шоробура І. М., Біницька О. П., Долинська О. О. Сучасні
інформаційні технології в туризмі. Педагогіка формування творчої
особистості у вищій і загальноосвітній школах, 2024. Вип. №92 С. 233–236.
Режим доступу:
<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/7978>
53. Щука Г., Ковальська Л. Подієвий туризм у Закарпатті:
інвентаризація фестивалів. Краєзнавство. 2023. Вип. 3-4. С.98-106. Режим
доступу:http://kraieznavstvo.history.org.uaCOM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=kraieznavstvo_2023_3-4_10

54. Щурик М. В. Фестивальний рух як один із перспективних напрямів розвитку event-туризму в регіоні / М. В. Щурик, Б. С. Бринзей . Причорноморські економічні студії. 2019. Вип. №39-2. – С. 84–89. Режим доступу: https://bses.in.ua/journals/2019/39_2_2019/13.pdf
55. Ягідні фестивалі. URL: <https://www.jagodnik.info/tag/yagidnyj-festyval/> (дата звернення 29.04.2026)
56. Getz D. Event Management and Event Tourism. 2nd ed. New York : Cognizant Communication Corporation, 2005. P. 438 URL: https://www.researchgate.net/publication/247230830_D_Getz_Event_Management_439pp_including_indices_Pbk_USD_7450
57. Giulia Rossetti, Allan Jepson, Valentina E. Albanese. Food festivals and well-being: Extending the PERMA model. Annals of Tourism Research. 2024. P. 107 URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738324000495>
58. Global Report on Food Tourism. URL: <https://tourlib.net/wto/food-tourism2017> (дата звернення 22.05.2026)
59. Hall C. M., Sharples L., Mitchell R., Macionis N., Cambourne B. Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets // Butterworth-Heinemann. – Oxford : Elsevier, 2003. P. 373 URL: https://www.researchgate.net/publication/306083138_Food_Tourism_Around_the_World_Development_Management_and_Markets
60. Kesgin M., Murthy R. and Lagiewski R. Profiling food festivals by type, name and descriptive content: a population level study. British Food Journal. 2022. Vol. 124 No. 2, P. 530–549. URL: https://www.researchgate.net/publication/356643803_Profiling_food_festivals_by_type_name_and_descriptive_content_a_population_level_study
61. Sass, Enikő Kárpátalja fesztiváljainak elemzése internetes megjelenésük alapján. In: Fesztiválturizmus. Akadémiai Kiadó, Budapest. 2016. P. 368-382. URL: <https://real.mtak.hu/54759/>

62. Street food. URL: <https://anydayguide.com/festival/2589-street-food-festivalcom> (дата звернення 24.05.2026)
63. Travels in Ukraine. URL: <https://travels.in.ua/> (дата звернення 25.05.2026)

ДОДАТКИ

Додаток А



Візуалізація 1 – зони гастрономічного фестивалю «Смаки Буковини»
(згенеровано ШІ)



Візуалізація 2 – зони гастрономічного фестивалю «Смаки Буковини»
(згенеровано ШІ)

Додаток Б



Візуалізація 3 – зони гастрономічного фестивалю «Смаки Буковини»
(згенеровано ШІ)



Візуалізація 4 – зони гастрономічного фестивалю «Смаки Буковини»
(згенеровано ШІ)

Додаток В



Візуалізація 5 – зони гастрономічного фестивалю «Смаки Буковини»
(згенеровано ШІ)



Візуалізація 6 – зони гастрономічного фестивалю «Смаки Буковини»
(згенеровано ШІ)

Додаток Г



Візуалізація 7 – зони гастрономічного фестивалю «Смаки Буковини»
(згенеровано ШІ)



Візуалізація 8 – зони гастрономічного фестивалю «Смаки Буковини»
(згенеровано ШІ)