

АВТЕНТИЧНА КУХНЯ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ РИНКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ЗАКАРПАТТЯ

Щука Галина Петрівна*, доктор педагогічних наук,
професор кафедри географії та туризму
Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II
Венгерська Наталія Сергіївна**, кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів
та економіки міжнародного туризму
Запорізький національний університет
Безрученков Юрій Володимирович***, кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри професійної освіти, ресторанного і туристичного бізнесу
Луганський національний університет імені Тараса Шевченка

*ORCID 0000-0003-4368-5081

**ORCID 0000-0001-8171-8206

***ORCID 0000-0003-0347-1812

© Щука Г.П., 2023

© Венгерська Н.С., 2023

© Безрученков Ю.В., 2023

Стаття отримана редакцією 05.12.2023 р.

The article was received by editorial board on 05.12.2023

Вступ. Однією з важливих умов виживання та досягнення стійкого розвитку вітчизняної сфери туризму в довготривалій перспективі є розробка та впровадження клієнтоорієнтованої стратегії розвитку, яка визначає споживача центральним суб'єктом у всіх аспектах бізнесу та економічної діяльності. Відповідно, туристичний продукт повинен максимально задовольняти потреби та очікування туриста.

За даними UNWTO, 79 % туристів вказують на важливість для них гастрономічної складової у турі [1]. Відповідно до результатів досліджень Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму (World Food Travel Association) для 88 % туристів гастрономія – це ключовий елемент в створенні враження про туристичні дестинації [2].

І це закономірно, адже саме гастрономія, звертаючись до емоційних аспектів споживачів, може зробити подорож унікальною. Місцева кухня проливає світло на культуру, спадщину та традиції приймаючої сторони, але також є джерелом ідентичності та гордості для місцевих громад, дозволяючи дестинації виділятися серед однорідних туристичних пропозицій, пропонуючи автентичні продукти і одночасно зменшуючи сезонність [3, с. 12]. Гастрономічний туризм сприяє інклюзивному та сталому економічному зростанню, зайнятості населення та зменшенню бідності, ефективності використання ресурсів, збереженню культурних цінностей та ін.. Пропозиція місцевої їжі та напоїв покращує бізнес дрібних і середніх підприємств і є реальною передумовою для розвитку дестинації.

Все вищезазначене актуалізує питання розвитку гастрономічної складової в туристичній пропозиції Закарпаття.

Огляд останніх джерел досліджень і публікацій. Вивчення потенціалу гастрономічного туризму супроводжується значною кількістю досліджень. С. Barzallo-Neira та J. Pulido-Fernández [4], проаналізувавши активність науковців за періодами та напрямками прийшли до висновку, що тема є актуальною останні роки двадцять: спочатку вчені зосередилися на п'яти основних темах – автентичність кухні, гастрономічна культура, менеджмент і маркетинг, мотиви туристів; в наступні роки почали більше ува-

ги звертати на вплив даного виду туризму, тоді як найновіші публікації пов'язані з питанням якості, взаємозв'язку між гастрономією, туризмом та сталим розвитком.

В Україні питання розвитку гастрономічного туризму знайшли відображення в роботах С. Тищенко, О. Михайлюк, О. Хумарова, Г. Саркісян, С. Красовського, М. Самілик, О. Кубрака тощо. Розвиток даного виду туризму в Закарпатті досліджували Л. Медвідь, Н. Кампов, О. Касинець, І. Годя, Й. Торпої, Е. Шаш, Ш. Бергхауер, А. Товт та ін. Період пандемії та посилення російської агресії зруйнували туристичну індустрію на більшості території країни та нанесли великих збитків закарпатському туристичному ринку. Успішність повоєнного відновлення вітчизняного туризму, загалом, та гастрономічного туризму Закарпаття, зокрема, значною мірою залежить від того, яке підґрунтя для цього ми створимо вже зараз.

Метою дослідження є аналіз сучасного стану та визначення перспектив розвитку ринку гастрономічного туризму в Закарпатті.

Основний матеріал і результати. Туристичний ринок – це сфера задоволення потреб населення в послугах, пов'язаних із відпочинком і змістовним проведенням дозвілля в подорожі [5, с. 48].

Гастрономічний туризм, за визначенням UNWTO, – це «вид туристичної діяльності, який характеризується досвідом відвідувача, пов'язаного з їжею, супутніми продуктами та діяльністю під час подорожі: ... відвідування місцевих виробників, участь у фестивалях їжі та навчання на курсах кулінарії» [6]. World Food Tourism Association визначає його як «подорож з метою відчути смак місця» [7]. Це дає можливість розглядати гастрономічний туризм як туризм спеціальних інтересів (SIT), окремий сегмент туристичного ринку, сферу функціонування спеціалізованих підприємств, що задовольняють, насамперед, гастрономічні інтереси туриста.

Ринок гастрономічного туризму, як і будь-який інший сегмент туристичного ринку, складається із двох основних структурних компонентів: ринку споживача – платоспроможних осіб з покупною поведінкою та туристичними потребами, які формують попит на турпродукт, та ринку виробника, діяльність суб'єктів якого спрямована на задоволення цього попиту. Рівень розвитку ринку пропозиції визначається, серед усього іншого, наявними туристичними ресурсами.

На нашу думку, гастрономія може розглядатися як туристичний ресурс дестинації за наявності таких умов: унікальність та автентичність місцевої кухні; збереження традицій та культурної спадщини; розвинена гастроінфраструктура; відповідний маркетинг; державно-приватне партнерство та науковий супровід. Проаналізуємо присутність цих умов на туристичному ринку Закарпаття більш детально.

Унікальність та автентичність. Гастрономічні подорожі пов'язані з кулінарними враженнями від споживання автентичних, традиційних та/або інноваційних страв. Базовим ресурсом для розвитку даного виду туризму вважається автентична традиційна кухня. Аналіз етимологічного значення кожного зі слів визначає сутність даного поняття «автентична традиційна кухня» – оригінальний, порівняно з іншими, але звичний для даної місцевості, характер харчування: набір страв та рецептів їхнього приготування.

Традиційний харчовий продукт – харчовий продукт з особливими характеристиками, що чітко відрізняють його від інших продуктів цього ж виду у результаті використання традиційних інгредієнтів та / або внаслідок традиційного складу, та/або використання традиційної технології виробництва / переробки [8]. Традиційними вважаються страви, які готуються не менш, ніж трьома поколіннями місцевих жителів. Тобто, це страви, які були у вжитку до Другої Світової Війни, і їхня рецептура (стосовно способу приготування) передавалась із покоління в покоління.

Унікальність і різноманітність закарпатської кухні включає в себе традиції і самобутність кухні багатьох народів. Краєзнавці вказують на наявність у ній кулінарних традицій угорців, українців, словаків, румунів та німців Закарпаття; простежують відгук чехів, поляків, євреїв, русинів та росіян, гуцулів, лемків та бойків, ромів, і навіть середземноморські та французькі впливи [9; 10].

Ця своєрідність та насиченість запозиченнями пояснюється тим простим фактом, що територія Закарпаття перебувала в складі різних державних утворень: Угорщини, Галицько-Волинського князівства (частина), Османської імперії (центральні і східні райони), Австрії, Австро-Угорщини, Чехословаччини, СРСР та, нарешті, України. До того ж, спустошені частими війнами землі регіону час від часу віддавалися під заселення іноземцям: італійцям, німцям, чехам тощо.

Постійне міжнаціональне спілкування, а в багатьох випадках і родинні зв'язки, сприяли тому, що народні традиції окремих національностей з'єднувалися і ставали спільними для всього населення Закарпатської області, забезпечивши формування такого феномена, як закарпатська кухня.

Спроби краєзнавців (І. Годя, Й. Торпої, А. Коваль, Ф. Шандор та ін.), які, аналізуючи гастрономічні традиції закарпатців, намагаються розподілити ці страви за їхнім походженням: угорські, гуцульські, румунські та інші, можна назвати успішними лише частково.

По-перше, досить часто мешканці дещо «адаптували» складні назви запозичених страв, тому одна й та страву навіть у сусідніх селах відома вже під іншою назвою. Наприклад, місцевий аналог німецького штруделя зустрічається під назвою штруглі, баники, завиваники, закручованки, книші, ретеші, руди і т.д. Буває й навпаки, коли під одною назвою ховаються зовсім різні гастрономічні шедеври, зокрема пироги. Або ж за однією стравою простежується два джерела, як от смачний десерт, який в угорській традиції має назву «кюртош калач», а в словацькій – «трдло (трдельник)».

По-друге, готуючи румунські, чеські, угорські страви, господині мали в своєму розпорядженні лише місцеві продукти, і, керуючись власними вподобаннями, «одомашнювали» запозичену кухню. Тому бограч, який подається господинями Сваляви чи Ужгорода, на наше переконання, більше страву закарпатської кухні, ніж угорської. По-третє, в закарпатській кухні є страви, які дійшли до нас із давнини, і не зустрічаються в жодному меню інших народів – підбивані пасулі, лопатки і ріпа, дзьобачки та ін.

Якщо до цього ще додати різницю в гастрономічних традиціях гірських та низинних районів, спричинену кліматичними умовами та доступністю продуктів [10], висновок про унікальність та автентичність закарпатської кухні не викликає ніяких сумнівів.

Збереження традицій та культурна спадщина. Культура споживання – явище багатозарове, але досить динамічне, гнучке та відкрите, тому швидко змінюється під впливом процесів урбанізації та глобалізації. Наявність напівфабрикатів, доступність різноманітних інгредієнтів з підсилювачами смаку, мода на французьку / китайську / японську та інші кухні чи страви, – швидка трансформація продовольчих систем призвела до різкого глобального зменшення харчового біорізноманіття [11], негативно позначилася на популярності місцевих страв та традиціях харчування. До цього додаються зміни клімату, внаслідок яких зникають певні види рослин, зменшуються популяції тварин чи риб, що призводить до втрати страви, адже традиційна кухня включає в себе поняття вирощування продуктів харчування, збирання грибів, ягід, їхнього приготування і споживання.

Це означає, що автентична кухня може розглядатися як туристичний ресурс лише за умови *збереження та відтворення* культури харчування і гастрономічних традицій дестинації.

Визнаючи харчову спадщину потужним джерелом ідентичності, яке виходить за вузькі рамки продуктів, включаючи процес приготування, середовище, традиційні знання з техніки виробництва, звичаї та ритуали споживання, передачу стародавньої мудрості, ЮНЕСКО в 2003 р. приймає Конвенцію про охорону нематеріальної культурної спадщини [12], до якої в 2008 р. приєднується Україна.

Нематеріальна культурна спадщина (далі – НКС) – звичаї, форми показу та вираження, знання, навички, що передаються від покоління до покоління, постійно відтворюються спільнотами та групами під впливом їхнього досвіду, оточення, взаємодії з природою, історії та формують у них почуття самобутності та наступності, сприяючи таким чином повазі до культурного розмаїття і творчості людини» (ст. 1 Закону України «Про культуру»). Її охорона означає ідентифікацію, документування, дослідження, збереження, захист, популяризацію, а також відродження.

На національному рівні діяльність у сфері НКС регламентують Конвенція ЮНЕСКО 2003 року, Закон України «Про культуру» та Положення про Національний перелік НКС України.

В Закарпатті охороною НКС опікується КЗ «Обласний організаційно-методичний центр культури» Закарпатської облради (ООМЦК), створений ще у 1945 р. як Закарпатський обласний будинок народної творчості. Працівниками ООМЦК в 2020 р. було розроблено методичні рекомендації щодо просування елемента нематеріальної культурної спадщини до регіонального/національного переліків [13]. За цей час до регіонального переліку НКС Закарпаття, за даними офіційного сайту ООМЦК [14], увійшли 15 елементів, з яких 7 – страви: закарпатський шовдар, сливовий леквар, бичківський медяник, гуцульська бриндзя, чернянська начанка, новоселицька сливовиця, колочавська ріплянка.

До Національного переліку елементів НКС, який ведеться з 2018 р. і нараховує 77 позицій, як страви суто закарпатської кухні увійшли: гуцульська бриндзя (044.нкс) та сливовий леквар (050.нкс) [15].

Паралельно, в рамках гранту Європейської дослідницької ради (ERC-StG), формується «Ковчег смаку» – онлайн-каталог продуктів, які перебувають під загрозою зникнення і є частиною культури і традицій усього світу. Закарпатська кухня в ньому представлена в складі західноукраїнської кухні (біла ковбаса, кров'янка, сало, смалець, шинка, шпондер, кутя, паска); гуцульської кухні (спільно з

Івано-Франківщиною: вурда, гусянка, гуцульська бриндза, гуцульський будз); одноособово (шовдарь, кантабас, леквар, обрядовий різдвяний хліб Керечун, шкваркові погачі, гайоші, кіфлик, бичківський медяник) [8, с. 70–98].

Внесення названих страв у перелік елементів регіональної та національної НКС – результати реалізації ряду проектів за підтримки ЄС та УКФ, серед яких «Онлайн ХАБ для нематеріальної культурної спадщини Закарпаття» та «Віртуальний музей гастрономічної спадщини «Вітрина Закарпаття». Передбачається, що місцева спільнота надалі матиме бажання та можливість самостійно поповнювати цей перелік.

Збереженню та популяризації народних ремесел та місцевої кухні сприяє також проведення культурно-мистецьких проектів. В 2019 р. на кожному другому фестивалі, які пройшли в регіоні (а це 71 івент!), у більшій чи меншій мірі, було представлено національну кухню [16]. Пандемія та посилення російської агресії негативно вплинули на кількість та масштабність цих, вже традиційних, заходів. Проте вони не зникли, а набули характеру благодійних ярмарків, зібрані з яких кошти спрямують на потреби Збройних Сил України.

Незважаючи на складний період, в області стартувало кілька досить цікавих та перспективних ініціатив: культурно-мистецький проєкт «Жива спадщина» – презентація елементів НКС ОТГ регіону (Ужгород, Закарпатський музей народної архітектури і побуту); фестиваль «Дари Карпат. Бренди України» – презентація-дегустація страв з рослинних харчових продуктів Карпатського краю (Ужгород, УжНУ); «Кремзлик-Фест» – відновлення рецептів традиційної страви – кремзликів (м. Ужгород) тощо.

Автентичну гастрономію почали оцифровувати працівники Науково-дослідницького і навчального центру молекулярної мікробіології та імунології слизових оболонок ДВНЗ «УжНУ» в рамках проєкту Віртуальний музей гастрономічної спадщини «Вітрина Закарпаття»: кожен інгредієнт та крок приготування переводиться в систему кодів, весь процес зафільмовується та перетворюється на технічну схему, що допоможе будь-кому, хто забажає, максимально точно відтворити автентичні страви.

Популяризація автентичної кухні передбачає наявність розвиненої **гастроінфраструктури**: підприємств харчування, які пропонують своїм споживачам місцеві страви, приготовані за старовинними рецептами.

В результаті аналізу меню 34 закладів ресторанного господарства, які входили до переліку найкращих ресторанів Ужгорода за різноманітними рейтингами, встановлено, що 23 з них має у своєму асортименті страви закарпатської кухні. З них лише 9 (39%) позиціонують себе як ресторани закарпатської кухні. Більшість закладів (59%) пропонує обмежену кількість страв: 3–6 позицій (див. рис. 1). Найбільш повно автентична кухня представлена в ресторанах «Угорський двір» – 16 страв, «Деца у нотаря» та «Роза і русин» – по 11 страв [17].

Основна проблема полягає в тому, що при формуванні пропозиції страви закарпатської кухні розподіляються «за походженням» чи «національністю» і не позиціонуються як автентична традиційна кухня регіону. Найбільше така ситуація характерна для просування бограча, холасле та інших страв угорської кухні.

Що стосується асортименту страв, поширеними є бограч та банош (див. рис. 2), які пропонують близько 80% досліджуваних закладів. Кожен третій заклад має в своєму меню лоці печенє, четвертий – кремзлики та деруни, які в ряді випадків між собою не відрізняються. Всі інші страви зустрічаються значно рідше – лише в 1–2 закладах.

Майже відсутні в пропозиції страви, які увійшли до регіональної та національної НКС та «Ковчегу смаку»; слабо представлені крафтові сири, м'ясні вироби, продукція місцевих виноробів.

Причина такої обмеженої пропозиції потребує додаткового вивчення. Адже два заклади («Винний сад» та «Вольногора»), які в 2021 р. за оцінками гастро-експертів увійшли до десятки кращих ресторацій закарпатської кухні [18], вже через два роки не мають в меню автентичних страв. Ресторан «V&P», протестувавши оцифровані експертами проєкту «Вітрина Закарпаття» локальні страви, так і не ввів їх у своє меню. З названих гастро-експертами закладів лише два («Корчма Підкова» та «Гагарін та бокораш») пропонують наразі виключно автентичні страви, та ще два («Порядний газда» та «Chalet») – в значному асортименті.

Наскільки в процесі приготування дотримуються традиційних рецептів, як і те, в чому унікальність страв, до яких додається «по-закарпатськи» / «по-ужгородськи» та ін. – тривалий час залишається перспективою подальших досліджень.

Аналогічними виявилися результати пілотного анкетування, організованого в жовтні 2023 р. в мережі «Фейсбук»: на пропозицію назвати відомі страви закарпатської кухні та ресторани, які їх пропонують, 108 туристів, незважаючи на відсутність обмеження щодо кількості, назвали загалом 313 страв.

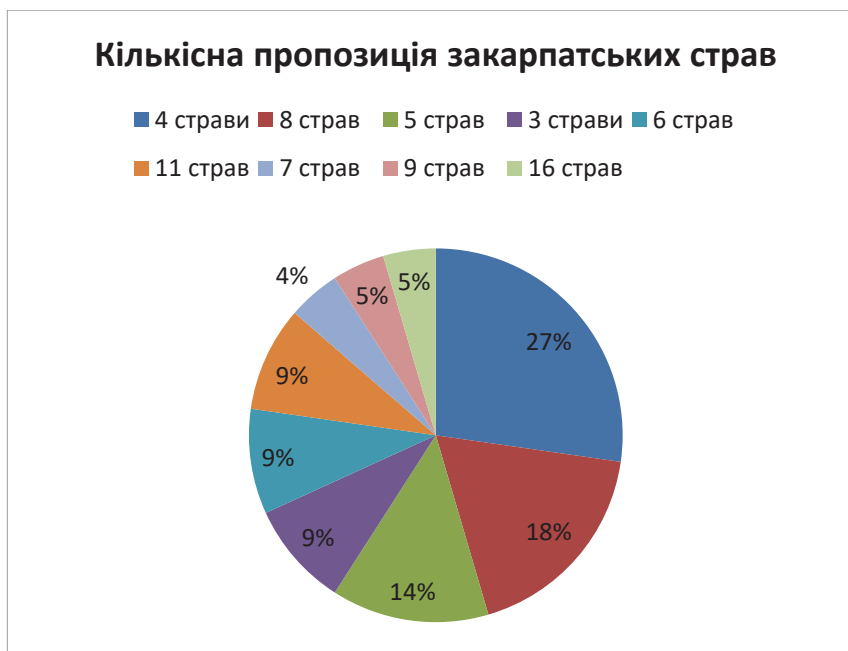


Рис. 1. Кількісна пропозиція закарпатських страв у закладах ресторанного господарства м. Ужгород

Джерело: сформовано авторами

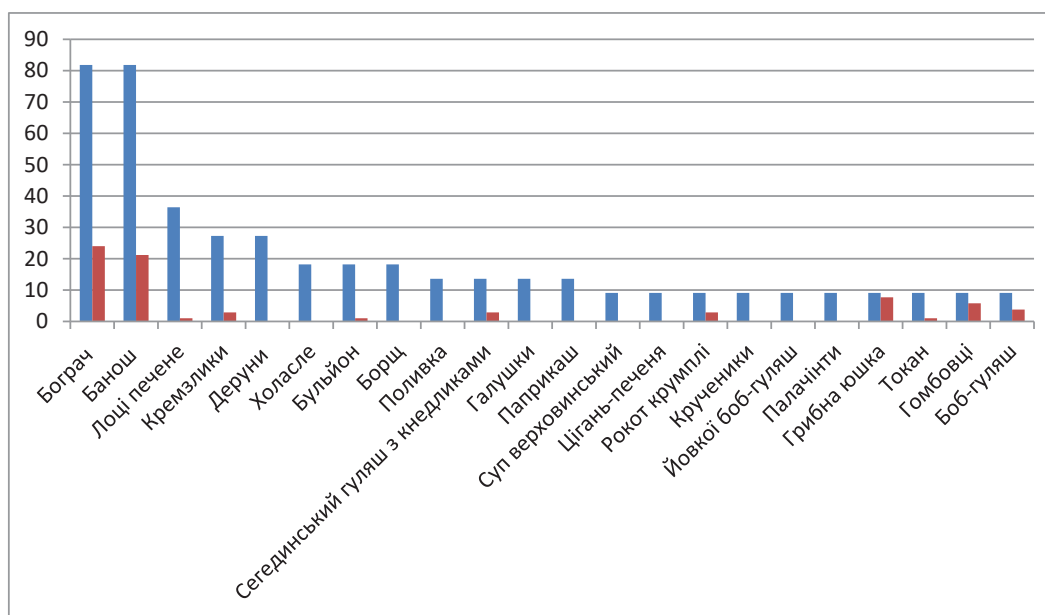


Рис. 2. Якісна пропозиція закарпатських страв у закладах ресторанного господарства м. Ужгород (позначено синім кольором)

Джерело: сформовано авторами

Незважаючи на те, що 41,7% респондентів були в регіоні більше 5 разів, 22,2% – більше 10 і ще 19,4 – більше 20 разів, їхнє знання місцевої кухні виявилось дуже обмеженим (див. рис. 3).

Що стосується асортименту, то назви страв, які залишилися в пам'яті туристів, не дуже корелюються з пропозицією закладів ресторанного господарства (див. рис. 2, страви, названі туристами, позначено червоним кольором). Кожен п'ятий з опитуваних згадав бограч або банош. Також були названі торгоня, леганці, ощипок, кулеша та інші страви, популяризації яких, на нашу думку, ми завдячуємо сільським садибам.

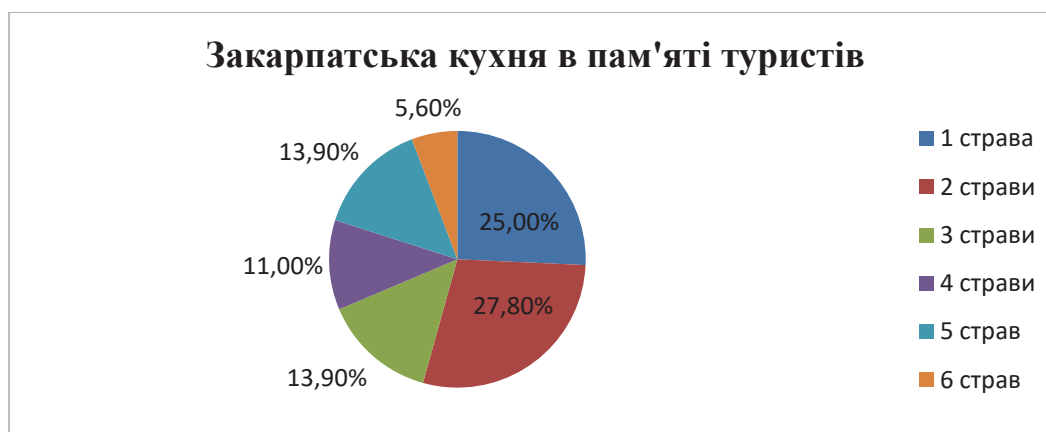


Рис. 3. Знання страв закарпатської кухні туристами

Джерело: сформовано авторами

Не відклалися в пам'яті туристів і назви ресторанів: 36,1% не змогли згадати жодного. Серед згаданих першість тримає «Порядний газда» (м. Мукачево) – його назвали 16,7% респондентів. Берегівчани пропонують ресторани з автентичною кухнею шукати в Хусті, Тячеві та Іршаві.

Все вищеперераховане вказує на те, що позиціонування закарпатської кухні та закладів ресторанного господарства області загалом, та обласного центру, зокрема, залишає бажати кращого.

Маркетинг закарпатської кухні, на нашу думку, передбачає кілька основних напрямків діяльності: створення пропозиції, яка б задовольняла гастрономічні очікування туристів; залучення уваги потенційних споживачів до місцевої кухні; організацію гастрономічних подій.

Нам не відомі дослідження, предметом яких було вивчення цільового споживача гастрономічного туризму Закарпаття. На нашу думку, наразі мова йде, скоріше про «вторинного» споживача, який відвідує регіон з іншою, не гастрономічною метою, але при нагоді знайомиться і з гастрономією. Винятком могли бути відвідування таких популярних еногастрономічних подій як фестиваль гентешів, леквару (с. Геча Берегівського р-ну), «Огінь і м'ясо», «Червлене вино» (м. Мукачево) та ін., які наразі не проводяться, та нечисленні учасники гастротурів.

Цільова аудиторія може охоплювати не лише гурманів, любителів смачно поїсти, але й шеф-кухарів, етнографів, науковців; це можуть бути люди різного віку та ступеня платоспроможності, кожен з яких матиме власні потреби та очікування. Тому до формування гастрономічного турпродукту Закарпаття ще треба докласти значних зусиль.

Залучення уваги потенційних туристів забезпечується створенням онлайн-платформ, мобільних додатків, інтерактивних карт, гастрономічних маршрутів, де представлені автентичні страви, ресторани закарпатської кухні, виробники та продавці крафтових продуктів. Такі спроби в регіоні вже були: мобільний застосунок Local, інтерактивна карта «Showcase of Transcarpathia», численні гастрономічні маршрути, які по причині завершення проекту та/чи посилення російської агресії знаходяться «на паузі». Гастротури на Закарпаття здебільшого поєднують в собі відвідування термальних басейнів, замків, центрів традиційних ремесел та оглядові екскурсії, і мають більш-менш подібні програми. Лише одиничні з них обмежені гастрономічною пропозицією і розраховані на гурманів.

Регулярні, до початку пандемії COVID-19, гастрономічні фестивалі були орієнтовані більше на місцевого споживача і розраховані на участь гостей у ролі спостерігача (глядача) та отримання ним автентичного культурного досвіду. На кількості туристів негативно позначалася нестабільність проведення цих івентів, відсутність або запізня реклама заходу. Навіть місцеві мешканці про більшість з них дізнавалися після їхнього проведення [16].

Більшість актуальних викликів щодо розвитку гастрономічного туризму в Закарпатті пов'язані з недоліками **організації державно-приватного партнерства та наукового супроводу**.

Як зазначалося, значна кількість активностей на ринку гастрономічного туризму Закарпаття реалізується за рахунок різноманітних грантових проектів, що з одного боку, дає можливість реалізувати цікаві інноваційні ідеї, але з іншого, детермінує короткий життєвий цикл цих ініціатив: вони поступово затухають по завершенню проектів. В результаті в регіоні напрацьовані десятки гастрономічних марш-

рутів, про які важко знайти інформацію. Кожного разу новий проект позиціонується як щось абсолютно нове. Наприклад, сирний шлях у Закарпатті презентували тричі: в 2012 р., 2018 р. та в 2021 р.. А крім цього, ще є ряд сирних та сирно-винних маршрутів. Очевидно, що між ними є різниця – ринок не стоїть на місці, водночас, краще підтримувати та вдосконалювати вже існуючі продукти, ніж під кожен проект створювати щось нове і нетривале.

Автентична кухня в більшості випадків на світовому ринку представлена дрібним бізнесом і перебуває в сфері інтересів територіальних громад, які не мають відповідних ресурсів (часових, фінансових, кадрових) для її відродження, збереження та популяризації. Це актуалізує питання партнерства представників державної влади, органів місцевого самоврядування, громадських організацій, бізнесу та науки [19].

Висновки. Ринок гастрономічного туризму відрізняє особливість попиту (унікальний інтерес окремої цільової аудиторії до місцевої гастрономії та бажання отримати індивідуальний досвід взаємодії з нею), та яскраво виражена спеціалізація туристської пропозиції.

Традиційна гастрономія Закарпаття, через її мультикультурний аспект, може забезпечити успішний розвиток гастрономічного туризму в регіоні, але це вимагає певних послідовних дій:

- відродження (за потреби) традиційних страв місцевої кухні;
- відтворення гастрономічних традицій при виготовленні автентичних страв у закладах ресторанного господарства регіону;
- популяризація місцевих традиційних страв під брендом «закарпатська кухня», не розподіляючи їх за джерелами запозичень;
- створення та інформаційна підтримка спеціалізованих ресторанів закарпатської кухні, які пропонують широкий вибір місцевих страв;
- створення онлайн-платформи / мобільного додатку / інтерактивної карти, де будуть представлені автентичні страви, ресторани закарпатської кухні, виробники та продавці крафтових продуктів;
- визначення організації, яка будуть опікуватися розвитком ринку гастрономічного туризму, і візьме на себе відповідальність за збереження напрацювань завершених проєктів, упорядкування та просування гастрономічних івентів тощо.

Очевидно, що все це має відбуватися за умови тісного державно-приватного партнерства та постійного наукового супроводу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Global Report on Food Tourism. URL: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/amreports4-foodtourism.pdf> (дата звернення: 04.12.2023).
2. World Food Travel Association. URL: <http://www.worldfoodtravel.org> (дата звернення: 05.12.2023).
3. Perdomo Y. Foreword. Second Global Report on Gastronomy Tourism. UNWTO. 2017. P. 12–13.
4. Barzallo-Neira C., Pulido-Fernández J.I. Identification of the Main Lines of Research in Gastronomic Tourism: A Review of the Literature. *Sustainability*. 2023. № 15. P. 59–71. DOI: <https://doi.org/10.3390/su15075971>
5. Любіцева О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Київ : Альтерпрес, 2005. 436 с.
6. Gastronomic and wine tourism. URL: <https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism> (дата звернення: 05.12.2023).
7. What is Food-tourism? URL: <https://www.worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism> (дата звернення: 04.12.2023).
8. Соуканд Р., П'єроні А. Ковчег смаку. Україна. Їжа, знання та історії гастрономічної спадщини. 2022. 218 с. URL: https://www.unisg.it/assets/ADG_UCRAINA_WEB_2.pdf (дата звернення: 04.12.2023).
9. Berghauer S., Sass E., Tarpai J., Tóth A. A helyi termékekben rejlő turisztikai erőforrások Kárpátalján. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*. 2020. Vol. 3. P. 57–73.
10. Годя І.М. Гастрономічний туризм Закарпаття: сучасний стан і перспективи. *Географія та туризм*. 2019. Вип. 458. С. 78–89. DOI: <https://doi.org/10.17721/2308-135X.2019.45.78-89>.
11. Pilling D., Bélanger J. & Hoffmann I. Declining biodiversity for food and agriculture needs urgent global action. *Nature Food*. 2020. № 1(3). P. 144–147. DOI: <https://doi.org/10.1038/s43016-020-0040-y>
12. Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage. UNESCO. 2003. 14 p. URL: <https://ich.unesco.org/doc/src/15164-EN.pdf> (дата звернення: 04.12.2023).
13. Павлюк О. Алгоритм просування елемента нематеріальної культурної спадщини до регіонального/ національного переліків: методичні рекомендації. Ужгород : Друк ТОВ «РІК-У», 2020. 18 с. URL: https://zakfolkcenter.info/wp-content/uploads/metodychka_nks.pdf (дата звернення: 04.12.2023).
14. Елементи регіонального переліку НКС Закарпаття. URL: <https://zakfolkcenter.info/load-cat/elementy-nks> (дата звернення: 04.12.2023).
15. Національний перелік елементів нематеріальної культурної спадщини України. URL: <https://mcip.gov.ua/wp-content/uploads/2023/10/nacziionalnyj-perelik-elementiv-nematerialnoyi-kulturnoyi-spadshhyny-ukrayiny-28.07.23.pdf> (дата звернення: 04.12.2023).

16. Щука Г.П., Ковальська Л.В. Подієвий туризм в Закарпатті: інвентаризація фестивалів. *Краєзнавство : наук. журн.* Київ, 2023. Вип. 3. С. 6–14. DOI: <https://doi.org/10.15407/kraieznavstvo2023.03-04.006>
17. Щука Г.П. Аналіз пропозиції закарпатської кухні в закладах ресторанного господарства м. Ужгород та околиць. Стан і перспективи сучасного туризму : мат-ли ІХ Міжнар. наук.-практ. конф. (Суми, 29-30 листопада 2023 р.). Суми, 2023.
18. 10 кращих ресторанів закарпатської кухні обрали есперти. 2021. URL <https://varosh.com.ua/noviny/10-krashhyh-restoraniv-zakarpatskoyi-kuhni-u-2021-rocz-i-obraly-eksperty/> (дата звернення: 04.12.2023).
19. Hartman S., Wielenga B., Heslinga J. H. The future of tourism destination management: building productive coalitions of actor networks for complex destination development. *Journal of Tourism Futures*. 2020. Vol. 6. № 3. P. 213–218. DOI: <https://doi.org/10.1108/JTF-11-2019-0123>

REFERENCES:

1. Global Report on Food Tourism. Available at: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/amreports4-food-tourism.pdf> (accessed December 4, 2023).
2. World Food Travel Association. Available at: <http://www.worldfoodtravel.org> (accessed December 4, 2023).
3. Perdomo Y. (2017) Foreword. *Second Global Report on Gastronomy Tourism*. UNWTO, pp. 12–13.
4. Barzallo-Neira C., Pulido-Fernández J. (2023) Identification of the Main Lines of Research in Gastronomic Tourism: A Review of the Literature. *Sustainability*, no. 15, pp. 59–71. DOI: <https://doi.org/10.3390/su15075971>
5. Lyubitseva O. (2005) Rynok turystychnykh posluh (heoprostorovi aspekty) [Tourist services market: geospatial aspects]. Kyiv: Alterpres, 436 p. (in Ukrainian)
6. Gastronomic and wine tourism. Available at: <https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism> (accessed December 4, 2023).
7. What is Food-tourism? Available at: <https://www.worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism> (accessed December 4, 2023).
8. Soukand R., Pieroni A. (2022) Kovchek smaku. Ukraina. Yizha, znannia ta istorii hastronomichnoi spadshchyny [Ark of taste. Ukraine. Food, knowledge and stories of gastronomic heritage], 218 p. Available at: https://www.unisg.it/assets/ADG_UCRAINA_WEB_2.pdf (accessed December 5, 2023). (in Ukrainian)
9. Berghauer S., Sass E., Tarpai J., Tóth A. (2020) A helyi termékekben rejlő turisztikai erőforrások Kárpátján [The tourism resources inherent in local products in Transcarpathia]. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, vol. 3, pp. 57–73. (in Hungarian)
10. Hodia I. M. (2018) Hastronomichniy turyzm Zakarpattia: suchasnyi stan i perspektyvy [Gastronomic tourism of Zakarpattia: current state and prospects]. *Geography Heohrafiia ta turyzm: naukovyi zbirnyk*, vol. 45, pp. 36–41. (in Ukrainian)
11. Pilling D., Bélanger J. & Hoffmann I. (2020) Declining biodiversity for food and agriculture needs urgent global action. *Nature Food*, no. 1(3), pp. 144–147. DOI: <https://doi.org/10.1038/s43016-020-0040-y>
12. Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage. (2003) UNESCO, 14 p. Available at: <https://ich.unesco.org/doc/src/15164-EN.pdf> (accessed December 4, 2023).
13. Pavliuk O. (2020) *Alhorytm proshuvannia elementa nematerialnoi kulturnoi spadshchyny do rehionalnoho / natsionalnoho perelikiv: metodychni rekomendatsii* [Algorithm for the promotion of an element of intangible cultural heritage to the regional/national lists: methodological recommendations]. Uzhhorod: Druk TOV "RIK-U". Available at: https://zakfolkcenter.info/wp-content/uploads/metodychka_nks.pdf (accessed December 4, 2023). (in Ukrainian)
14. Elementy rehionalnoho pereliku NKS Zakarpattia [Elements of the regional list of intangible cultural heritage of Transcarpathia]. Available at: <https://zakfolkcenter.info/load-cat/elementy-nks> (accessed December 4, 2023). (in Ukrainian)
15. Natsionalnyi perelik elementiv nematerialnoi kulturnoi spadshchyny Ukrainy [National list of elements of intangible cultural heritage of Ukraine]. Available at: <https://mcip.gov.ua/wp-content/uploads/2023/10/naczialnyj-perelik-elementiv-nematerialnoyi-kulturnoyi-spadshchyny-ukrayiny-28.07.23.pdf> (accessed December 4, 2023). (in Ukrainian)
16. Shchuka H. P., Kovalska L. V. (2023) Podiiiviy turyzm v Zakarpatti: inventaryzatsiia festyvaliv [Event tourism in Transcarpathia: inventory of festivals]. *Kraieznavstvo: nauk. zhurn.* Kyiv, vol. 3, pp. 6–14. DOI: <https://doi.org/10.15407/kraieznavstvo2023.03-04.006> (in Ukrainian)
17. Shchuka H. P. (November 29-30, 2023) Analiz propozyzii zakarpatskoi kuhni v zakladakh restorannoho hospodarstva m. Uzhhorod ta okolys [Analysis of Transcarpathian cuisine in restaurants in Uzhgorod and its surroundings]. *Stan i perspektyvy suchasnoho turyzmu: mat-ly IX Mizhnar. nauk.-prakt. konf.* Sumy. (in Ukrainian)
18. 10 krashchykh restoraniv zakarpatskoi kuhni obraly espertry [Experts chose the 10 best restaurants of Transcarpathian cuisine] (2021). Available at: <https://varosh.com.ua/noviny/10-krashhyh-restoraniv-zakarpatskoyi-kuhni-u-2021-rocz-i-obraly-eksperty/> (accessed December 4, 2023). (in Ukrainian)
19. Hartman S., Wielenga B., Heslinga J. H. (2020) The future of tourism destination management: building productive coalitions of actor networks for complex destination development. *Journal of Tourism Futures*, vol. 6, no. 3, pp. 213–218. DOI: <https://doi.org/10.1108/JTF-11-2019-0123>

УДК 338.48-6:641/642(477.87)

JEL L83, Z32, R11

Щука Галина Петрівна, доктор педагогічних наук, професор Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці ІІ. **Венгерська Наталія Сергіївна**, кандидат економічних наук, доцент Запорізький національний університет. **Безрученков Юрій Володимирович**, кандидат педагогічних наук, доцент Луганський національний університет імені Тараса Шевченка. **Автентична кухня як основа розвитку ринку гастрономічного туризму Закарпаття.**

У статті визначено, що гастрономія може виступати туристичним ресурсом, якщо збережено автентичну місцеву кухню, достатньо розвинена гастроінфраструктура, є відповідний маркетинг та державно-приватне партнерство. Закарпатська кухня – полікультурна та унікальна, але потребує дослідження, збереження, захисту та популяризації. Слабо розвинена гастроінфраструктура регіону: пропозиція автентичних страв у місцевих закладах обмежена, страви позиціонуються за походженням. Маркетингова діяльність відсутня, бренд «закарпатська кухня» не сформовано. Гастрономія регіону не є самостійним турпродуктом, виступає доповненням до інших послуг. При цьому накопичений певний досвід організації разових гастротурів та гастроіventів. Майбутнє ринку гастрономічного туризму в регіоні залежить від ефективного партнерства представників державної влади, органів місцевого самоврядування, громадських організацій, бізнесу та науки, яке наразі відсутнє.

Ключові слова: закарпатська кухня, гастрономічний туризм Закарпаття, автентична кухня Закарпаття, ринок гастрономічного туризму.

UDC 338.48-6:641/642(477.87)

JEL L83, Z32, R11

Halyna Shchuka, Doctor of Pedagogical of Sciences, Professor of Geography and Tourism Department Ferenc Rakoczi II Transcarpathian Hungarian College of Higher Education. **Natalia Venherska**, Ph.D. in Economics, Associate Professor in the Department of International Economics Natural Resources and Economics of International Tourism, Zaporizhzhia National University. **Yuriy Bezruchenkov**, Ph.D. in Pedagogical, Associate Professor of the Departments of Professional Education, Restaurant and Tourism Business, Luhansk Taras Shevchenko National University. **Authentic cuisine as the basis of the gastronomic tourism market development of Transcarpathia**

Gastronomic tourism provides a great opportunity for economic growth in rural areas, social stability and well-being of the community, responsible consumption and production. It greatly contributes to the preservation of cultural heritage and is a way of identifying the nation. The lack of season events and the recognition of local cuisine as the main resource add additional value to its development. At the same time, if there is authentic cuisine, not always a destination can become a center of gastronomic tourism. The article analyzes what is needed for its development and under what conditions Transcarpathia can become a gastronomic tourist center. It has been established that gastronomy can act as a tourist resource if authentic local cuisine is preserved, the gastronomic infrastructure is sufficiently developed, and there is appropriate marketing and public-private partnership. Due to the historical development of the region, Transcarpathian cuisine is multicultural and unique, unusual for neighboring areas. At the same time, it needs research, preservation, protection and popularization, and although the first steps in this direction have been taken, they are not enough. The gastronomic infrastructure of the region is poorly developed. The offer of authentic dishes in local restaurants and cafes is limited. Dishes are positioned by origin (Hungarian, Czech, Ukrainian, and other cuisines), the brand "Transcarpathian cuisine" has not been formed. Even a loyal consumer knows on average only 3 local dishes (bograch, banosh and mushroom soup) and cannot name a restaurant of Transcarpathian cuisine. There is only one local tour operator in the gastronomic market of Transcarpathia. Gastronomy of the region is not an independent tourist product, it acts as a supplement to other services (medical, recreational or educational). At the same time, considerable experience has been accumulated in organizing one-time gastronomic tours and gastronomic events. The future of the gastronomic tourist market in the region depends on the effective partnership of representatives of state authorities, local self-government bodies, public organizations, business and science, which is lacking in the region nowadays.

Key words: Transcarpathian cuisine, gastronomic tourism of Transcarpathia, authentic cuisine of Transcarpathia, market of gastronomic tourism.