

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-85-73>

УДК 338.48-6:641/642:502.131.1

ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ДРАЙВЕР СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ: СУЧАСНІ ТРЕНДИ, ІННОВАЦІЇ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНИ

GASTRONOMIC TOURISM AS A DRIVER OF SUSTAINABLE REGIONAL DEVELOPMENT: CURRENT TRENDS, INNOVATIONS, AND OPPORTUNITIES FOR UKRAINE

Неїленко Сергій Михайловичкандидат технічних наук, доцент,
Національний університет біоресурсів і природокористування України
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7282-2682>**Кудінова Ірина Петрівна**кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет біоресурсів і природокористування України
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1324-3840>**Олюніна Світлана Леонідівна**асистент кафедри готельно ресторанної справи та туризму,
Національний університет біоресурсів і природокористування України
ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-4074-5909>**Neilenko Sergii, Kudinova Iryna, Oliunina Svitlana**
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

У статті досліджено роль гастрономічного туризму як важливого чинника сталого розвитку регіонів та інструменту підвищення їх туристичної привабливості. Розкрито сутність гастрономічного туризму, його економічне, соціокультурне та екологічне значення для розвитку територій. Особливу увагу приділено сучасним світовим тенденціям розвитку гастрономічного туризму. Проаналізовано міжнародний досвід розвитку гастрономічного туризму та визначено ключові інструменти його ефективного функціонування. Встановлено, що гастрономічний туризм сприяє розвитку малого та середнього бізнесу, збереженню культурних традицій, популяризації національної кухні та активізації місцевих економік. Обґрунтовано необхідність формування ефективної державної та регіональної політики підтримки гастрономічного туризму та активного просування української гастрономічної культури на міжнародному туристичному ринку.

Ключові слова: гастрономічний туризм, сталий розвиток регіонів, гастрономічна спадщина, локальні продукти, гастрономічні маршрути, туристичні інновації, регіональний розвиток, туристичний брендинг.

The article examines the role of gastronomic tourism as an important driver of sustainable regional development and a tool for enhancing the tourism attractiveness of territories. The essence of gastronomic tourism is considered through its economic, socio-cultural, and environmental dimensions, emphasizing its ability to create added value, support local producers, preserve culinary heritage, and ensure the balanced use of regional resources. Particular attention is paid to current global trends in the development of gastronomic tourism, including the growing demand for local and organic products, authentic culinary experiences, farm-based tourism, and gastronomic festivals, as well as the increasing role of digital technologies, innovative marketing tools, and online platforms in promoting gastronomic tourism products. The international experience of gastronomic tourism development is analyzed, and the key instruments for its effective functioning are identified. These include the formation of territorial gastronomic brands, the development of thematic gastronomic routes, support for small-scale producers, and the integration of gastronomic heritage into comprehensive tourism products. It is substantiated that gastronomic tourism contributes to the development of small and medium-sized enterprises, the preservation of cultural identity, the promotion of



national cuisine, and the stimulation of local and regional economies. Special attention is paid to the opportunities for the development of gastronomic tourism in Ukraine. The main prerequisites and prospects for its advancement are determined, taking into account the country's rich culinary heritage, regional diversity of traditional cuisine, and the growing demand for authentic and sustainable tourism experiences. The necessity of forming effective national and regional policies is substantiated, including the development of gastronomic infrastructure, territorial branding, digital promotion, and integration into the international tourism market. It is concluded that gastronomic tourism can become a strategic factor in strengthening regional competitiveness and ensuring sustainable socio-economic development.

Keywords: gastronomic tourism, sustainable regional development, gastronomic heritage, local products, gastronomic routes, tourism innovations, regional development, tourism branding.

Постановка проблеми. У сучасних умовах трансформації глобальної туристичної індустрії зростає значення видів туризму, що поєднують економічну ефективність із соціальною відповідальністю та збереженням культурної і природної спадщини. Одним із таких напрямів є гастрономічний туризм, який еволюціонував у самостійний сегмент світового туристичного ринку та дедалі частіше визначає вибір туристичних дестинацій.

Актуальність його дослідження посилюється в контексті сталого розвитку, оскільки гастрономічний туризм сприяє активізації регіональних економік, розвитку малого і середнього бізнесу, підтримці локальних виробників, збереженню кулінарних традицій і формуванню місцевих ланцюгів доданої вартості. Водночас гастрономічні події, маршрути та дегустаційні тури виступають ефективними інструментами територіального брендингу та підвищення туристичної конкурентоспроможності.

Світова практика демонструє зростання інтересу до моделей сталого гастрономічного туризму, що базуються на принципах локалізації продовольчих систем, підтримки фермерства, традиційної кухні та відповідального споживання. Такі підходи відповідають запитам сучасних туристів на автентичність, екологічність і культурну унікальність.

Для України ця проблематика є особливо актуальною, оскільки її регіони мають значний гастрономічний потенціал, сформований етнокультурною різноманітністю та локальними продуктами. Проте цей потенціал використовується недостатньо ефективно через фрагментарність ініціатив, слабку інтеграцію у стратегії розвитку, а також проблеми якості, логістики та просування.

Таким чином, попри зростаючий інтерес до гастрономічного туризму, питання його використання як інструменту сталого розвитку регіонів України потребує подальшого комплексного дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Наукове осмислення гастрономічного туризму як важливого чинника розвитку туристичних дестинацій та складової сталого розвитку регіонів широко представлено у працях зарубіжних і вітчизняних дослідників. Значний внесок у формування теоретичних засад гастрономічного туризму зробили такі науковці, як G. Richards, C. M. Hall, L. Long, M. Stone, I. Castillo-Ortiz, у роботах яких розкрито роль гастрономії у формуванні туристичного досвіду, культурної ідентичності територій та розвитку регіонального брендингу [1, с. 110, 2, с. 967]. Їхні дослідження доводять, що гастрономічна складова дедалі частіше виступає ключовим елементом туристичної привабливості дестинацій та інструментом диференціації туристичного продукту на глобальному ринку.

Важливі аспекти взаємозв'язку гастрономічного туризму з розвитком локальних продовольчих систем, підтримкою фермерства та сталим розвитком сільських територій розглядаються у праці J. Kokkranikal [3, с. 167]. У цих дослідженнях підкреслюється, що гастрономічний туризм сприяє зміцненню локальних економік, формуванню коротких ланцюгів постачання продовольства та популяризації автентичних кулінарних традицій. Окрему увагу сучасні дослідники приділяють інноваційним аспектам розвитку гастрономічного туризму, зокрема використанню цифрових технологій, розвитку гастрономічних фестивалів, тематичних маршрутів та інтеграції концепцій відповідального споживання і сталого виробництва.

В українській науковій літературі питання розвитку туризму, зокрема гастрономічного та сільського, висвітлюються у працях Нікітчук Ю.О., Гапоненко Г.І., Євтушенко О.В., Шамара І.М., Болото К.І. де розглядаються теоретико-методологічні засади туристичного розвитку, регіональні особливості формування туристичних ресурсів та потенціал культурно-гастрономічної спадщини України

[4, с. 9, 5, с. 138]. Дослідники наголошують на значному потенціалі національної кухні, традиційних продуктів і гастрономічних подій у формуванні конкурентоспроможного туристичного продукту та розвитку територіальних громад.

Разом із тим, попри зростання кількості наукових праць, присвячених гастрономічному туризму, питання його комплексного використання як інструменту сталого регіонального розвитку, формування гастрономічних брендів територій та інтеграції світових практик у розвиток українського туристичного простору залишаються недостатньо дослідженими. Це зумовлює необхідність подальших наукових досліджень, спрямованих на аналіз сучасних тенденцій, інноваційних підходів та можливостей розвитку гастрономічного туризму як важливого драйвера соціально-економічного розвитку регіонів України.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Попри зростаючу кількість наукових досліджень, присвячених розвитку гастрономічного туризму, низка важливих аспектів цієї проблематики залишається недостатньо опрацьованою. Зокрема, потребують подальшого дослідження питання комплексного використання гастрономічного туризму як інструменту сталого розвитку регіонів, формування ефективних механізмів інтеграції гастрономічної спадщини у туристичні продукти та розвитку гастрономічних брендів територій. Недостатньо вивченими також залишаються можливості адаптації міжнародного досвіду організації гастрономічного туризму до соціально-економічних умов України, зокрема у контексті розвитку локальних продовольчих систем, підтримки місцевих виробників і створення гастрономічних маршрутів.

Крім того, потребує поглибленого наукового аналізу вплив гастрономічного туризму на соціально-економічний розвиток регіонів, підвищення їх туристичної конкурентоспроможності, а також роль інновацій, цифрових технологій і сучасних маркетингових інструментів у просуванні гастрономічних туристичних продуктів на міжнародному туристичному ринку. Саме необхідність комплексного дослідження зазначених аспектів зумовлює актуальність і наукову спрямованість даної роботи.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження ролі гастрономічного туризму як чинника сталого розвитку регіонів, аналіз сучасних світових

тенденцій та інновацій у формуванні гастрономічних туристичних продуктів, а також визначення перспектив і можливостей розвитку гастрономічного туризму в Україні з урахуванням міжнародного досвіду, регіонального потенціалу та сучасних викликів розвитку туристичної індустрії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сталий гастрономічний туризм постає як багатовимірна система взаємодії економічних, соціокультурних, екологічних та інституційних компонентів, що забезпечує довгострокову конкурентоспроможність територій. Його теоретичне підґрунтя базується на концепціях локальних продовольчих систем, ендогенного розвитку, відповідального споживання та збереження культурної спадщини. Водночас практична реалізація зазначених підходів значною мірою залежить від глобальних тенденцій трансформації туристичного ринку, змін у споживчій поведінці та інноваційних моделей організації гастрономічного продукту [6]. У цьому контексті доцільним є аналіз сучасних світових трендів розвитку гастрономічного туризму, що формують нові орієнтири сталості та визначають можливості їх адаптації на національному рівні.

Глобалізаційні процеси, цифровізація економіки та зміна споживчих цінностей суттєво трансформували сучасний гастрономічний туризм. Якщо на початкових етапах його розвитку основним акцентом була дегустація національних страв, то сьогодні гастрономічний туризм набуває комплексного характеру, інтегруючи питання сталості, інноваційності, локальної ідентичності та соціальної відповідальності [7].

Одним із провідних світових трендів є поширення ідей руху Slow Food, який сформувався як відповідь на стандартизацію харчування та домінування глобальних мереж швидкого обслуговування. Концепція Slow Food передбачає збереження локальних продуктів, підтримку дрібних виробників, захист біорізноманіття та формування усвідомленого ставлення до споживання. У туристичному вимірі це проявляється у створенні гастрономічних маршрутів, фермерських турів, фестивалів традиційної кухні, що акцентують увагу на автентичності та екологічності продукту [8, с. 66]. Досвід Італії, Франції, Іспанії демонструє, що інтеграція принципів Slow Food у регіональні туристичні стратегії сприяє формуванню унікального бренду території та підвищенню її міжнародної привабливості.

Другим вагомим трендом є розвиток концепції local food, що базується на використанні локальної сировини та скороченні ланцюгів постачання. Турист дедалі частіше прагне отримати автентичний досвід споживання продуктів, вирощених або виготовлених у межах конкретної дестинації [9]. Це сприяє розвитку фермерських господарств, агротуризму, крафтового виробництва сирів, вин, м'ясних виробів, пивоваріння. У країнах Європейського Союзу значну роль у підтримці локальних виробників відіграють системи географічних зазначень (PDO, PGI), які підвищують довіру споживачів та створюють додану вартість для регіонів.

Третім важливим напрямом є екологізація гастрономічного туризму через впровадження принципів zero waste та циркулярної економіки. Заклади гостинності та ресторанного бізнесу дедалі активніше впроваджують практики мінімізації харчових відходів, повторного використання ресурсів, компостування та раціонального управління запасами [10, с. 172]. У низці країн ЄС реалізуються програми сертифікації “зелених” ресторанів, що стимулює екологічну відповідальність та підвищує конкурентоспроможність туристичних об'єктів.

Суттєвим трендом є також поєднання гастрономії з цифровими технологіями. Онлайн-платформи бронювання гастрономічних турів, цифрові карти локальних виробників, віртуальні кулінарні майстер-класи та активне використання соціальних мереж формують нові канали просування гастрономічного продукту. Цифровізація сприяє персоналізації туристичного досвіду та розширенню доступу до локальних гастрономічних ініціатив навіть для малих територіальних громад [11, с. 9].

Водночас глобальні кризи останніх років – пандемія COVID-19, енергетична нестабільність, порушення логістичних ланцюгів – актуалізували питання продовольчої безпеки та локалізації виробництва. У цьому контексті гастрономічний туризм став розглядатися як інструмент підтримки внутрішнього туризму та зміцнення економічної самодостатності регіонів [12].

Україна володіє значним гастрономічним та культурним потенціалом, який може бути використаний для формування сталих гастрономічних туристичних продуктів. Цей потенціал впливає з поєднання історичної багатонаціональності, багатих культурних традицій харчування, різноманітного природно-ресурс-

ного ландшафту та наявності локальних продовольчих систем, що формувалися століттями [13]. Дослідження вітчизняних авторів підтверджують, що гастрономічний туризм в Україні має достатні можливості для розвитку, проте перебуває на початковому етапі становлення, що створює передумови для наукового та практичного аналізу методів реалізації його потенціалу.

Однією з ключових передумов потенційного розвитку є багата нематеріальна культурна спадщина країни, включно з традиційними стравами, регіональними рецептами та народними святами, пов'язаними з харчуванням. Такі практики не лише відображають ідентичність конкретних територій, а й є основою для створення туристичних продуктів, орієнтованих на вивчення локальної культури через гастрономічний досвід. Наприклад, науковці вказують, що низка українських культурних традицій можуть стати точками привабливості для мандрівників, особливо якщо вони інтегровані в тематичні гастрономічні маршрути та фестивалі [14, с. 152].

Регіони, що мають високий туристичний потенціал, вже демонструють позитивні тренди у розвитку гастрономічних ініціатив. Зокрема, у Карпатському регіоні створюються гастрономічні фестивалі та дегустаційні заходи, що поєднують традиційне виробництво сирів, меду, трав'яних чаїв та інших локальних продуктів з екотуристичними маршрутами. Подібні практики не лише сприяють розвитку внутрішнього туризму, а й формують унікальні туристичні пропозиції для міжнародної аудиторії, що цінує автентичність [15].

Незважаючи на великий потенціал, існують суттєві виклики, які варто враховувати при його реалізації. Серед них – низький рівень інфраструктури, недостатня популяризація гастрономічних дестинацій на міжнародних ринках, відсутність системи стандартизації якості продукції та сезонні обмеження, що характерні для агротуристичних продуктів. Водночас науковці також вказують на потребу підвищення рівня професійної підготовки кадрів, розвитку інтегрованих маркетингових стратегій та підтримки малого бізнесу, що працює у сфері гастрономії та туризму [13].

Систематизація регіонального потенціалу сталого гастрономічного туризму в Україні потребує узагальнення ресурсної бази, ключових гастрономічних активів та можливостей інтеграції у сучасні світові тренди. З цією метою у таблиці 1 представлено структурова-

ний аналіз основних гастрономічних регіонів України з позицій їх ресурсного забезпечення, типових гастрономічних продуктів, відповідності принципам сталості та перспектив розвитку.

Дані, представлені у таблиці 1, свідчать про суттєву регіональну диференціацію гастрономічного потенціалу України. Кожен із розглянутих регіонів характеризується специфічною ресурсною базою, що формує унікальний гастрономічний продукт та створює передумови для розвитку сталих туристичних моделей. Найвищий рівень інтеграції принципів сталості спостерігається у Карпатському регіоні, де домінують локальні продовольчі системи, короткі ланцюги постачання та елементи традиційного природокористування.

Бессарабський регіон має значний потенціал для міжнародного позиціонування завдяки виноробній традиції та мультикультурній кухні, що відповідає глобальному тренду розвитку винно-гастрономічного туризму. Поділля та Полісся демонструють перспективи розвитку внутрішнього гастротуризму на основі етнічної автентичності та сезонності

продуктів, що може сприяти диверсифікації туристичних потоків і зменшенню навантаження на традиційні туристичні центри.

Водночас аналіз таблиці дозволяє зробити висновок про необхідність стратегічного управління розвитком гастрономічного туризму на регіональному рівні. Ефективна реалізація потенціалу потребує впровадження систем сертифікації якості, підтримки локальних виробників, формування кластерів та інтеграції гастрономічних ініціатив у регіональні стратегії сталого розвитку [14, с. 152].

Регіональний вимір гастрономічного туризму в Україні створює основу для формування конкурентоспроможної та екологічно орієнтованої моделі туристичного розвитку, що відповідає сучасним глобальним тенденціям сталості.

Потенціал України у розвитку сталого гастрономічного туризму є значним і багатограним, обумовленим поєднанням культурної автентичності, локальних продовольчих систем та розмаїття природних ландшафтів. Водночас ефективна реалізація цього потенціалу потребує комплексного підходу, що

Таблиця 1

Регіональний потенціал розвитку сталого гастрономічного туризму в Україні

Регіон	Ключові гастрономічні ресурси	Типові продукти / гастрономічні бренди	Відповідність принципам сталості	Перспективні напрями розвитку
Карпати	Гірське фермерство, вівчарство, мед, дикорослі рослини	Бринза, банош, карпатський мед, трав'яні чаї	Висока локалізація виробництва, короткі ланцюги постачання, екофермерство	Розвиток еко-гастротурів, фестивалі локальної кухні, сертифікація PDO
Поділля	Родючі ґрунти, садівництво, традиційна селянська кухня	Подільські ковбаси, сирники, настоянки	Потенціал для zero waste, використання сезонних продуктів	Формування гастромаршрутів, інтеграція з агротуризмом
Бессарабія (Одещина)	Виноградарство, мультикультурна кухня	Вина, бринза, дунайська риба, гагаузькі та болгарські страви	Підтримка локальних виробників, розвиток винних доріг	Винно-гастрономічні тури, міжнародний брендинг
Полісся	Лісові ресурси, ягоди, гриби, традиційна консервація	Поліські грибні страви, ягідні напої	Потенціал органічного виробництва	Етно-гастрономічні фестивалі, розвиток внутрішнього туризму
Південь України	Морепродукти, степове тваринництво	Чорноморська риба, крафтові сири	Можливість інтеграції у циркулярну економіку	Розвиток приморських гастрономічних кластерів

Джерело: сформовано авторами на основі узагальнення наукових досліджень та регіонального аналізу

включає стратегічне планування, інституційну підтримку, розвиток інфраструктури та інтеграцію з міжнародними туристичними тенденціями.

Узагальнення ключових проблем та викликів розвитку сталого гастрономічного туризму в Україні доцільно здійснити через систематизацію їх за рівнями впливу та характером прояву (табл. 2). Такий підхід дозволяє комплексно оцінити обмеження функціонування галузі та визначити напрями стратегічного реагування.

Як видно з табл. 2, проблематика розвитку сталого гастрономічного туризму має багаторівневу структуру та охоплює як зовнішні макроекономічні чинники, так і внутрішні інституційні дисбаланси.

Аналіз даних, наведених у таблиці, дозволяє зробити висновок про необхідність інтегрованого підходу до подолання виявлених викликів. Зокрема, ефективне реагування потребує поєднання державної політики підтримки малого агровиробника, розвитку туристичної інфраструктури, впровадження міжнародних стандартів безпечності харчових продуктів та стимулювання екологічно відповідальної поведінки суб'єктів ринку [6]. Важливим напрямом є формування гастрономічних кластерів, які здатні об'єднати виробників, рестораторів, туристичних операторів та органи місцевого самоврядування у межах єдиної стратегії сталого розвитку.

Проблеми та виклики розвитку сталого гастрономічного туризму в Україні мають

Таблиця 2

Систематизація проблем та викликів розвитку сталого гастрономічного туризму в Україні

Група проблем	Сутність прояву	Наслідки для гастротуризму	Потенційні напрями реагування
Макроекономічні та кризові	Пандемічні обмеження, воєнні ризики, зниження платоспроможності населення	Скорочення туристичних потоків, зменшення інвестицій, нестабільність попиту	Диверсифікація ринків, орієнтація на внутрішній туризм, цифровізація сервісів
Логістичні та інфраструктурні	Недостатній розвиток транспортної інфраструктури, порушення ланцюгів постачання, відсутність холодових систем	Обмеження інтеграції локальних виробників, зниження якості продукту	Розвиток кластерів, модернізація логістики, підтримка кооперації
Стандартизація та якість	Нерівномірне впровадження НАССР, слабка система сертифікації, недостатня гармонізація з європейськими стандартами	Зниження довіри споживачів, обмеження експортного потенціалу	Гармонізація нормативної бази, розвиток географічних зазначень, підвищення кваліфікації персоналу
Екологічні	Надмірне рекреаційне навантаження, накопичення відходів, низький рівень впровадження принципів zero waste	Деградація природних ресурсів, зниження привабливості дестинацій	Запровадження екологічного менеджменту, розвиток циркулярних практик
Інституційні та управлінські	Відсутність національної стратегії гастротуризму, фрагментарність ініціатив	Низька координація учасників ринку, обмежений синергетичний ефект	Формування стратегічної політики, кластеризація, міжсекторальне партнерство

Джерело: сформовано авторами на основі узагальнення наукових досліджень та регіонального аналізу

комплексний характер і охоплюють економічний, логістичний, екологічний та інституційний рівні. Водночас їх системний аналіз дозволяє розглядати зазначені обмеження як точки зростання та імпульс для трансформації галузі. Пошук ефективних моделей розвитку, заснованих на кластеризації, цифровізації, стандартизації якості та інтеграції у європейський туристичний простір, відкриває перспективи формування конкурентоспроможної та стійкої системи гастрономічного туризму, що відповідає сучасним глобальним тенденціям сталості.

Перехід від аналізу проблемного поля до визначення перспектив розвитку сталого гастрономічного туризму потребує концептуалізації стратегічних орієнтирів та формування інтегрованої моделі функціонування галузі в умовах трансформаційної економіки. Виявлені макроекономічні, логістичні, інституційні

та екологічні виклики не лише обмежують динаміку розвитку, але й окреслюють напрями структурної модернізації, що відповідає європейським принципам сталості, конкурентоспроможності та інклюзивного зростання.

Узагальнення теоретичних положень і стратегічних орієнтирів розвитку сталого гастрономічного туризму доцільно представити у вигляді структурної схеми (рис. 1), яка відображає взаємозв'язок ключових компонентів моделі та їх спрямованість на досягнення економічної ефективності, соціальної інклюзії та екологічної збалансованості. Запропонована візуалізація концентрує увагу на системній інтеграції ресурсного, інституційного, організаційно-економічного та інноваційно-екологічного складників як базису формування конкурентоспроможної гастрономічної дестинації.

Як показано на рис. 1, у центрі моделі розміщено сталий гастрономічний туризм як



Рис. 1. Схема розвитку сталого гастрономічного туризму в Україні

Джерело: сформовано авторами

інтегральний результат взаємодії чотирьох взаємопов'язаних блоків. Ресурсний компонент охоплює місцеві продукти, культурну спадщину та природні ресурси, що формують унікальність туристичної пропозиції. Інституційний рівень відображає роль гармонізації стандартів, регуляторної політики та підготовки фахівців у забезпеченні якості й відповідності європейським вимогам [11, с. 11]. Організаційно-економічний рівень акцентує увагу на кластерному розвитку, логістиці, інфраструктурі та маркетингово-цифрових інструментах просування. Інноваційно-екологічний рівень інтегрує еко-менеджмент, принципи zero waste та циркулярної економіки як основу довгострокової стійкості [13]. Стрілки між компонентами демонструють їх циклічну взаємодію та взаємопосилення, що забезпечує адаптивність системи до зовнішніх викликів і формує цілісну модель стратегічного розвитку галузі.

Розвиток сталого гастрономічного туризму має розглядатися не як окремий сегмент туристичного ринку, а як інтегрована складова регіональної соціально-економічної політики. Перехід до системної моделі управління, що поєднує економічну ефективність, соціальну відповідальність та екологічну збалансованість, створює передумови для трансформації існуючих викликів у довгострокові конкурентні переваги.

Висновки. Проведене дослідження дозволило узагальнити теоретичні та практичні аспекти розвитку гастрономічного туризму як важливого чинника сталого розвитку територій. Встановлено, що гастрономічний туризм у сучасних умовах трансформується з вузького сегмента туристичної діяльності у комплексний соціально-економічний феномен, який поєднує культурну спадщину, локальні продо-

вольчі системи, підприємництво та туристичні практики. Його розвиток сприяє формуванню регіональної ідентичності, збереженню традиційних технологій виробництва харчових продуктів і водночас створює додану вартість для місцевих громад.

У ході дослідження розкрито концептуальні засади сталого гастрономічного туризму, які ґрунтуються на принципах екологічної відповідальності, підтримки локальних виробників, автентичності туристичного продукту та збалансованого використання природних і культурних ресурсів. Визначено, що сталий гастрономічний туризм формує синергію між аграрним сектором, сферою гостинності та культурними індустріями, створюючи нові можливості для диверсифікації економіки регіонів.

Оцінка потенціалу України показала, що країна має значні передумови для розвитку гастрономічного туризму завдяки багатій кулінарній спадщині, різноманітності регіональних продуктів та наявності унікальних культурно-гастрономічних традицій. Особливо перспективними у цьому контексті є Карпатський, Подільський та Бессарабський регіони, де гастрономічні практики тісно пов'язані з природно-кліматичними особливостями та історико-культурними традиціями.

Водночас встановлено, що розвиток гастрономічного туризму стримується низкою системних проблем, серед яких ключовими є макроекономічна нестабільність, наслідки глобальних криз, недосконалість логістичної інфраструктури, недостатній рівень стандартизації та сертифікації продукції, а також фрагментарність інституційної підтримки. Наявність таких бар'єрів знижує конкурентоспроможність українських гастрономічних дестинацій та обмежує можливості їх інтеграції у міжнародний туристичний простір.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Hjalager, A.-M., & Richards, G. (Eds.). (2002). *Tourism and Gastronomy*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203218617>.
2. Stone, M.; Castillo-Ortiz, I. A simplified approach for food traveller segmentation based on involvement. *Tour. Recreat. Res.* 2024, 50, 965–970.
3. Kokkranikal, J. Gastronomy tourism experiences: The cooking classes of Cinque Terre. *Tour. Recreat. Res.* 2024, 49, 161–172.
4. Нікітчук Ю. О. Гастрономічний туризм як складова регіонального туризму (на прикладі Хмельницької області). *Конструктивна географія та раціональне використання природних ресурсів*. 2021. Вип. 1(1). С. 4-14.
5. Гапоненко Г.І., Євтушенко О.В., Шамара І.М., Болото К.І. Перспективи розвитку гастрономічного туризму України в повоєнний період. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2023. Вип. 17. С. 128-140. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2023-17-11>.

6. Medina, F.-X.; Vázquez-Medina, J.A.; Covarrubias, M.; Jiménez-Serna, A. Gastronomic Sustainable Tourism and Social Change in World Heritage Sites. The Enhancement of the Local Agroecological Products in the Chinampas of Xochimilco (Mexico City). *Sustainability* 2023, 15, 16078.
7. Фесенко Г. О. Гастротуризм як актуальний тренд сучасного розвитку сфери туризму в Україні. *Ефективна економіка*. 2021. № 5. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.5.200.
8. Лепкий, М., & Левчук, О. (2024). Гастрономічний туризм як інструмент брендингу регіонів України. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*, (3 (13)), 62-68. [https://doi.org/10.32782/2708-4949.3\(13\).2024.10](https://doi.org/10.32782/2708-4949.3(13).2024.10)
9. Vargas, A. M., de Moura, A. P., Deliza, R. Ve Cunha, L. M. (2021). The role of local seasonal foods in enhancing sustainable food consumption: A systematic literature review. *Foods*, 10(9), 2206
10. V. Boiko, O. Liubynskiy, L. Strikha, O. Y. Zarakhovskiy, S. Neilenko. Development of Culinary Tourism in European Countries. *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*. VOL. 21 No. 4, April 2021 С. 167-177
11. Давидюк, Ю. В., & Горшкова, Л. О. (2022). Гастрономічний туризм як перспективний напрям для розвитку індустрії гостинності в Україні. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. (4), 5-13. <https://doi.org/10.36477/tourismhospsee-4-1>
12. Семенюк, Л., Рудич, А., & Бірюкова, О. (2025). Роль гастрономічного туризму у сталому розвитку готельно-ресторанної справи та підвищенні привабливості регіонів України. *Економіка та суспільство*. (75). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-75-56>
13. Yakimenko-Tereschenko H. B., Chaika T. Ю., & Masliuk Ю. B. (2024). Virtual Guides in Culinary Tourism: Prospects for Development and Implementation. *Problems of Modern Transformations. Series: Economics and Management*. (11). <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-11-03-05>
14. Boyko, Z. V., Horozhankina, N. A., Korneyev, M. V., Shcholokova, H. V., & Umanska, S. O. (2024). Peculiarities of the development of gastronomic tourism in Georgia. *Systems and Technologies*. 68(2), 147-154. <https://doi.org/10.32782/2521-6643-2024-2-68.17>
15. Paunić, M., Kalenjук Pivarski, B., Tešanović, D., Novaković, D., Šmugović, S., Šarenac, N., Ivanović, V., Mlinarević, P., & Marjanović, J. (2024). Gastronomic Identity Factors in the Function of Sustainable Gastronomy: A Case Study of Tourist Destinations in the Republic of Serbia and Bosnia and Herzegovina. *Sustainability*. 16(19). 8493. <https://doi.org/10.3390/su16198493>

REFERENCES:

1. Hjalager, A.-M., & Richards, G. (Eds.). (2002). *Tourism and Gastronomy*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203218617>.
2. Stone, M., & Castillo-Ortiz, I. (2024) A simplified approach for food traveller segmentation based on involvement. *Tourism Recreation Research*, vol. 50 pp. 965–970.
3. Kokkranikal, J. (2024) Gastronomy tourism experiences: The cooking classes of Cinque Terre. *Tourism Recreation Research*, vol. 49(1), pp. 161–172.
4. Nikitchuk, Y. O. (2021) Hastronomichnyi turyzm yak skladova rehionalnoho turyzmu (na prykladi Khmelnytskoi oblasti) [Gastronomic tourism as a component of regional tourism (case of Khmelnytskyi region)]. *Konstruktivna heohrafiia ta ratsionalne vykorystannia pryrodnykh resursiv – Constructive geography and rational use of natural resources*, vol. 1(1), pp. 4–14. (in Ukrainian)
5. Haponenko, H. I., Yevtushenko, O. V., Shamara, I. M., & Boloto, K. I. (2023) Perspektyvy rozvytku has-troturyzmu Ukrainy v povienni period [Prospects for the development of gastronomic tourism in Ukraine in the post-war period]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina. Serii: Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Kraioznavstvo. Turyzm – Bulletin of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, vol. 17, pp. 128–140. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2023-17-11> (in Ukrainian)
6. Medina, F.-X., Vázquez-Medina, J. A., Covarrubias, M., & Jiménez-Serna, A. (2023) Gastronomic sustainable tourism and social change in World Heritage Sites: The enhancement of local agroecological products in the Chinampas of Xochimilco (Mexico City). *Sustainability*, vol. 15, 16078. <https://doi.org/10.3390/su151016078>
7. Fesenko, H. O. (2021) Hastro-turyzm yak aktualnyi trend suchasnoho rozvytku sfery turyzmu v Ukraini [Gastronomic tourism as a current trend in tourism development in Ukraine]. *Efektivna ekonomika – Efficient economy*, vol. 5. <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.5.200> (in Ukrainian)
8. Lepkyi, M., & Levchuk, O. (2024) Hastronomichnyi turyzm yak instrument brendyngu rehioniv Ukrainy [Gastronomic tourism as a tool for regional branding in Ukraine]. *Innovatsii ta tekhnologii v sferi posluh i kharchuvannia –*

Innovations and technologies in the service and food industry, vol. 3(13), pp. 62–68. [https://doi.org/10.32782/2708-4949.3\(13\).2024.10](https://doi.org/10.32782/2708-4949.3(13).2024.10) (in Ukrainian)

9. Vargas, A. M., de Moura, A. P., Deliza, R., & Cunha, L. M. (2021) The role of local seasonal foods in enhancing sustainable food consumption: A systematic literature review. *Foods*, vol. 10(9), 2206. <https://doi.org/10.3390/foods10092206>

10. Boiko, V., Liubynskyi, O., Strikha, L., Zarakhovskiy, O. Y., & Neilenko, S. (2021) Development of culinary tourism in European countries. *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*, vol. 21(4), pp. 167–177.

11. Davydiuk, Y. V., & Horshkova, L. O. (2022) Hastronomichniy turizm yak perspektyvnyi napriam dlia rozvytku industrii hostynnosti v Ukraini [Gastronomic tourism as a promising direction for the development of the hospitality industry in Ukraine]. *Industriia turizmu i hostynnosti v Tsentralnii ta Skhidnii Yevropi – Tourism and hospitality industry in Central and Eastern Europe*, vol. 4, pp. 5–13. <https://doi.org/10.36477/tourismhospcee-4-1> (in Ukrainian)

12. Semeniuk, L., Rudych, A., & Biriukova, O. (2025) Rol hastronomichnoho turizmu u stalomu rozvytku hotelno-restoranoi spravy ta pidvyshchenni pryvablyvosti rehioniv Ukrainy [The role of gastronomic tourism in sustainable development of hospitality and regional attractiveness]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*, vol. 75. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-75-56> (in Ukrainian)

13. Yakymenko-Tereshchenko, N. V., Chaika, T. Y., & Masliuk, Y. V. (2024) Virtual guides in culinary tourism: Prospects for development and implementation. *Problems of Modern Transformations. Series: Economics and Management*, vol. 11. <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-11-03-05>

14. Boyko, Z. V., Horozhankina, N. A., Korneyev, M. V., Shcholocokova, H. V., & Umanska, S. O. (2024) Peculiarities of the development of gastronomic tourism in Georgia. *Systems and Technologies*, vol. 68(2), pp. 147–154. <https://doi.org/10.32782/2521-6643-2024-2-68.17>

15. Paunić, M., Kalenjuc Pivarski, B., Tešanović, D., Novaković, D., Šmugović, S., Šarenac, N., Ivanović, V., Mlinarević, P., & Marjanović, J. (2024) Gastronomic identity factors in the function of sustainable gastronomy: A case study of tourist destinations in Serbia and Bosnia and Herzegovina. *Sustainability*, vol. 16(19), 8493. <https://doi.org/10.3390/su16198493>

Дата надходження статті: 03.04.2026

Дата прийняття статті: 23.04.2026

Дата публікації статті: 30.04.2026