

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:

«Конкурентна стратегія дестинації Закарпатської області на міжнародному ринку гастрономічного туризму»

Студента 2 курсу 9М групи
освітнього ступеня «магістр»
спеціальності 242 «Туризм»
спеціалізації «Міжнародний
туристичний бізнес»

(підпис)

Сисакова Анна
Сергіївна

Науковий керівник
к.е.н., доц.

(підпис)

Хлопак Сергій
Васильович

Гарант освітньої програми
д.е.н., професор

(підпис)

Ткаченко Тетяна
Іванівна

Київ 2018

Київський національний торговельно-економічний університет

Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу

Кафедра туризму та рекреації

Освітній ступінь «магістр»

Спеціальність 242 «Туризм»

Спеціалізація «Міжнародний туристичний бізнес»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри _____

« _____ » _____ 20 _____ р.

ЗАВДАННЯ

на випускну кваліфікаційну роботу студентіві

Сисаковій Анні Сергіївні

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:
«Конкурентна стратегія дестинації Закарпатської області на міжнародному ринку гастрономічного туризму»
Затверджена наказом ректора від «18» грудня 2017 р. № 4329
2. Термін здачі студентом закінченої роботи – 01.11.2018 р.
3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:
Мета роботи – розробка обґрунтування конкурентної стратегії розвитку гастрономічного туризму в структурі туристичного потенціалу Закарпатської області, а також аналіз конкурентних позицій дестинації на міжнародному ринку гастрономічного туризму.
Об'єкт дослідження – процес реалізації регіональних програм просування гастрономічних турів на міжнародний ринок.
Предмет дослідження – теоретичні, методологічні та практичні аспекти розробки стратегії дестинації Закарпатської області на міжнародному ринку гастрономічного туризму.
4. Перелік графічного матеріалу:
Рис. «Види стратегій розвитку дестинацій», табл. «Динаміка відвідування Закарпатської області іноземними туристами (2015-2017 рр.)», рис. «Етапи реалізації стратегії дестинації на міжнародному ринку», табл. «SWOT – аналіз стратегічних позицій області на ринку гастрономічного туризму».

5. Консультанти по роботі, із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1	Хлоп'як С.В.	21.12.2017	21.12.2017
2	Хлоп'як С.В.	21.12.2017	21.12.2017
3	Хлоп'як С.В.	21.12.2017	21.12.2017

6. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом):

Вступ

Розділ 1. Теоретичні основи формування стратегії розвитку туристичних маршрутів на ринку гастрономічного туризму.

- 1.1. Поняття та види стратегій розвитку туристичних маршрутів.
- 1.2. Ресурси гастрономічного туризму в структурі туристичного потенціалу території.
- 1.3. Стратегічні основи позиціонування гастрономічних турів на міжнародному ринку.

Висновки до розділу 1.

Розділ 2. Аналіз конкурентних позицій туристичних маршрутів Закарпатської області на міжнародному ринку гастрономічного туризму.

- 2.1. Оцінка ресурсного потенціалу розвитку туризму в області.
- 2.2. SWOT – аналіз стратегічних позицій туристичних маршрутів на ринку гастрономічного туризму.
- 2.3. Ефективність регіональних маркетингових програм просування гастрономічних турів на міжнародний ринок.

Висновки до розділу 2.

Розділ 3. Розробка стратегії туристичних маршрутів Закарпатської області на міжнародному ринку гастрономічного туризму.

- 3.1. Стратегічні завдання розвитку гастрономічного туризму Закарпаття в системі світового туристичного простору.
- 3.2. Формування мережі еко-гастрономічних маршрутів на території області.
- 3.3. Обґрунтування ефективності стратегічних заходів з розвитку туристичних маршрутів

Закарпатської області на міжнародному ринку.

Висновки до розділу 3.

Висновки та пропозиції

Список використаних джерел

Додатки

7. Календарний план виконання роботи:

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	Вибір і затвердження теми випускної кваліфікаційної роботи	01.09.2017- 20.12.2017 р.	
2	Оформлення і затвердження Завдання на випускну кваліфікаційну роботу	21.12.2017- 15.01.2018 р.	
3	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	20.11.2017 - 11.05.2018 р.	
4	Написання та оформлення наукової статті	до 01.06.2018 р.	
5	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	12.05.2018- 31.08.2018 р.	
6	Написання та попередній захист 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	01.09.2018- 14.10.2018 р.	
7	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи за структурою, представлення роботи на кафедру та попередній захист у комісіях	15.10.2018- 22.10.2018 р.	
8	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту випускної кваліфікаційної роботи	23.10.2018- 31.10.2018 р.	
9	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедру, отримання направлення на зовнішнє рецензування	01.11.2018 р.	
10	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	згідно з розкладом	

8. Дата видачі завдання «21» грудня 2017 р.

9. Науковий керівник

випускної кваліфікаційної роботи _____

С.В. Хлопяк

(підпис)

10. Керівник проектної групи

(гарант освітньої програми) _____

Т.І. Ткаченко

(підпис)

11.Завдання прийняв до виконання студент _____

А.С.

Сисакова

(підпис)

12. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

Студент _____

Науковий керівник
випускної кваліфікаційної роботи _____

С.В. Хлопяк

(підпис, дата)

13. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента _____

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Керівник проектної групи
(гарант освітньої програми) _____

Т.І. Ткаченко

(підпис)

Завідувач кафедри _____

Т.І. Ткаченко

(підпис)

« ____ » _____ 20 ____ р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ДЕСТИНАЦІЙ НА РИНКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ.....	11
1.1. Поняття та види стратегій розвитку destinations.....	11
1.2. Ресурси гастрономічного туризму в структурі туристичного потенціалу територій.....	16
1.3. Стратегічні основи позиціонування гастрономічних турів на міжнародному ринку.....	21
Висновки до розділу 1.....	29
Розділ 2. АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ДЕСТИНАЦІЙ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ.....	32
2.1. Оцінка ресурсного потенціалу розвитку туризму в області.....	32
2.2. SWOT–аналіз стратегічних позицій destinations на ринку гастрономічного туризму.....	42
2.3. Ефективність регіональних маркетингових програм просування гастрономічних турів на міжнародний ринок.....	59
Висновки до розділу 2.....	69
Розділ 3. РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ДЕСТИНАЦІЇ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ.....	71
3.1. Стратегічні завдання розвитку гастрономічного туризму Закарпаття в системі світового туристичного простору.....	71
3.2. Формування мережі еко-гастрономічних маршрутів на території області.....	72
3.3. Обґрунтування ефективності стратегічних заходів з розвитку destinations Закарпатської області на міжнародному ринку.....	81
Висновки до розділу 3.....	91
ВИСНОВКИ.....	93
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	99

ВСТУП

Актуальність теми. Туристична дестинація є однією із самих важливих у туристичній системі, оскільки туристичні дестинації та їх імідж приваблюють туристів, мотивують прибуття, активізують усю туристичну систему. Тому важливо підтримувати відмінність умов дестинації від звичайних умов за допомогою доброго дизайну та управління для того, щоб уникнути розробки «уніфікованого туристичного ландшафту».

Туризм – це багатогранне явище, що є тісно пов'язаним із економікою, історією, географією, архітектурою, медициною, культурою, спортом та іншими науками. Численні туристичні підприємства пропонують клієнтам тури, диференціюючи їх за уподобанням, матеріальними можливостями, порою року, містом відвідування. Створення нового туристичного продукту пов'язується з освоєнням нових сегментів туристичного ринку, нових туристично-рекреаційних територій, залученням до туристичного ринку нових видів ресурсів. Перспективним у цьому плані є розвиток специфічних видів туризму, зокрема, гастрономічного. Адже тенденції сучасного туристичного ринку демонструють зростання інтересу серед споживачів саме до таких видів подорожей.

Сучасному туристу потрібні яскраві враження, можливість зануритися і відчути реальність того часу, про який він хотів би дізнатися під час подорожі. Задоволення попиту і подальший розвиток туристичної сфери переміщуються у площину формування нових турпродуктів, що дуже важливо представити споживачеві, а гастрономічний туризм є одним із найперспективніших напрямів. Гастрономічні тури в Україну для іноземців та Україною для українців користуються попитом. Програми таких турів включають демонстрацію процесу створення делікатесів, ознайомлення з секретами майстрів кухарської справи, створення шедевру кулінарії своїми руками. Сучасні туристичні агентства роблять лише перші спроби в розробці

кулінарних турів, включаючи в програму відвідування спеціалізованих ресторанів для знайомства зі стравами країни перебування. Тому, на нашу думку, унікальним туристичним ресурсом України може стати розвиток кулінарного туризму.

Стратегічна мета розвитку туризму в Україні полягає у створенні продукту, конкурентоспроможного на світовому ринку, здатного максимально задовольнити туристичні потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів при збереженні економічної рівноваги та історико-культурної спадщини. В сучасних умовах одним із видів туризму, що розвивається найбільш динамічно, можна назвати гастрономічний туризм. Цей вид туризму має значні перспективи розвитку, а організація гастрономічних турів сприяє відродженню національних кулінарних традицій. З організаційної точки зору гастрономічний туризм передбачає знайомство з особливостями технологій приготування місцевих харчових продуктів, історією і традиціями їх споживання, а також можливу участь туриста в приготуванні національних страв, відвідання кулінарних фестивалів та конкурсів. Поглиблене вивчення основних світових тенденцій розвитку гастрономічного туризму дасть змогу використати їх для практики розбудови вітчизняного туристичного ринку. В перспективі це сприятиме покращенню туристичного іміджу країни та зростанню туристичних потоків.

Рівень дослідженості теми. У дослідження гастрономічного туризму особливий внесок зробили такі закордонні та вітчизняні вчені: Агеєнко О.Г., Антоненко В.Г., Бабкін О.В., Басюк Д.І., Божук Т.І., Вишневіська Г.Г., Комарніцький І.О., Кукліна Т.С., Расулова А.М., Саламатіна С.Є, Стельмах О.А., Каурова А.Д., Коваленко К.Ю., Матвеев В.В., Прокопчук Л.А., Холл К., Мітчелл Р., Вольф Е. та ін. У дослідженнях А. Бусигіна, Е. Маслова, І. Комарніцького, В. Федорченка, Т.Божук, Л.Прокопчук.

Метою роботи є теоретичне узагальнення та аналіз теоретичних та практичних аспектів становлення й розвитку туристичних дестинацій як

конкурентної одиниці на основі вивчення життєвого циклу дестинацій Закарпатської області, а також обґрунтування рекомендацій з розробки конкурентної стратегії досліджуваної дестинації на міжнародному ринку гастрономічного туризму.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі науково-практичні **завдання**:

- вивчити роняття та види стратегій розвитку дестинацій;
- дослідити ресурси гастрономічного туризму в структурі туристичного потенціалу територій;
- ознайомитись зі стратегічними основами позиціонування гастрономічних турів на міжнародному ринку;
- провести оцінку ресурсного потенціалу розвитку туризму в Закарпатській області;
- здійснити SWOT-аналіз стратегічних позицій дестинації на ринку гастрономічного туризму;
- дати оцінку ефективності регіональних маркетингових програм просування гастрономічних турів на міжнародний ринок;
- розглянути стратегічні завдання розвитку гастрономічного туризму Закарпаття в системі світового туристичного простору;
- проаналізувати формування мережі еко-гастрономічних маршрутів на території області;
- обґрунтувати ефективність стратегічних заходів з розвитку дестинації Закарпатської області на міжнародному ринку.

Об’єкт дослідження – процес реалізації регіональних програм просування гастрономічних турів на міжнародний ринок.

Предмет дослідження – теоретичні, методологічні та практичні аспекти розробки стратегії дестинації Закарпатської області на міжнародному ринку гастрономічного туризму.

Для виконання поставлених у роботі завдань використані наступні **методи дослідження**: системного аналізу, порівняння та групування даних,

методи ретроспективного, логічного, економічного аналізу, порівняльного, статистичного, стратегічного, просторового та картографічного аналізу.

Інформаційне забезпечення. Вихідними даними для виконання випускної кваліфікаційної роботи були закони України, Укази Президента України, Постанови Кабінету Міністрів України, інші нормативні акти, рекомендації ВТО, статистичні дані Державного комітету статистики України й Закарпатського обласного управління статистики, офіційні матеріали ОДА, зразки гастрономічного Інтернет-дискурсу: кулінарних сайтів, блогів, форумів Інтернет-спільнот, Інтернет-версій ЗМІ, Інтернет-коментарів, відео Інтернет-ресурсів.

Наукова новизна роботи полягає у дослідженні та обґрунтуванні конкурентної стратегії дестинації Закарпатської області на міжнародному ринку гастрономічного туризму.

Практична цінність роботи пояснюється можливістю використання результатів дослідження у провадженні подальшої роботи над просуванням Закарпатської області на міжнародний ринок завдяки гастрономічному туризму.

Апробація результатів дослідження. За результатами проведеного дослідження підготовлено та опубліковано наукову статтю на тему «Позиціонування гастрономічних турів на міжнародному ринку» (Додаток А) у збірнику студентських наукових праць КНТЕУ, 2018 р.

Структура роботи. Робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, бібліографії, що налічує 82 джерела використаної літератури, та додатків. Робота містить 13 таблиць, 11 рисунків, 7 додатків. Загальний обсяг роботи складає 161 сторінка.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ДЕСТИНАЦІЙ НА РИНКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Поняття та види стратегій розвитку дестинацій

Європейська Комісія визначила дестинацію як «територію, яка окремо ідентифікується і підтримується для туристів як місце відвідування, й у межах якої туристичний продукт виробляється одним чи декількома закладами або організаціями» [15]. Сучасний Оксфордський туристичний словник за редакцією С. Медліка трактує це поняття, як країни, регіони, міста та інші території, які приваблюють туристів, є головними місцями локалізації туристичної діяльності, потоків туристів та їх витрат; місця максимальної концентрації визначних туристичних пам'яток, засобів розміщення, харчування, розваг, інших послуг та економічного, соціального і фізичного впливу туризму [34].

Всесвітня туристична організація запропонувала таке визначення: «дестинація – це фізичний простір, в якому відвідувач проводить не менше однієї доби. Він включає туристичні продукти, такі як послуги та атракції, а також туристичні ресурси в межах однієї доби подорожування. Цей простір має фізичні й адміністративні кордони, які визначають форму його управління, імідж і репутацію, що впливають на його конкурентоспроможність на туристичному ринку» [35].

Вибір дестинації залежить, насамперед, від особистої мотивації туриста. Далі критерієм вибору є ступінь облаштованості місця відпочинку, що визначається рівнем розвитку туристичної інфраструктури, а саме системи транспортного забезпечення, закладів розміщення, харчування, розваг, екскурсійного обслуговування, роздрібною торгівлі продукцією туристичного призначення та сувенірами і т.д.

Відмінністю «дестинації» від «туристичного центру», «туристичного напрямку» є єдність усіх її частин, які у сукупності роблять її подібним товару чи продукту, якістю якого можна управляти, можна його просувати чи продавати. У цьому полягає зміст туристичної дестинації. Дестинація формується під впливом наступних критеріїв (рис. 1.1).

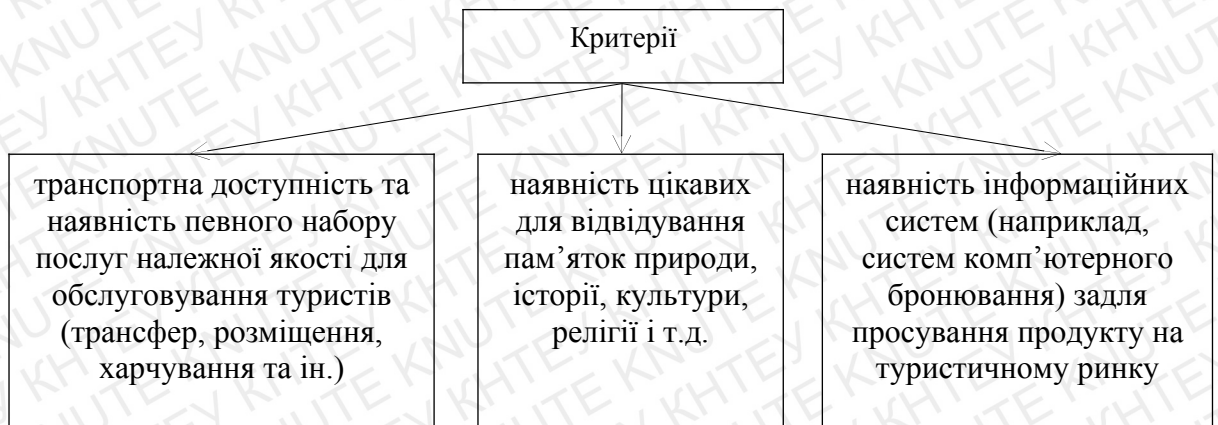


Рис. 1.1. Критерії формування дестинацій

Туристичні дестинації поділяють на дві категорії залежно від їх приймальної здатності:

1) великі міста, які можуть прийняти велику кількість відвідувачів без завдання шкоди цій місцевості та її туристичній цінності. Якщо рівень розвитку закладів, які приймають відвідувачів, гігієнічні умови досить високі, перешкодою до збільшення кількості туристів може стати недостатня місткість закладів розміщення;

2) зони, які допускають лише певний рівень інтенсивності прийому туристів (навіть якщо можна розширити масштаби діяльності закладів розміщення). Такими місцями є, наприклад, морські узбережжя або гірські курорти. Якщо рівень насичення такої території туристами перевищить допустимий, це може мати негативні наслідки для довкілля і суспільства, і в результаті для відвідувачів ця дестинація буде мати меншу привабливість.

Основними характеристиками туристичної дестинації є: географічне положення, інфраструктура, послуги, місцевий соціум. Розвиток наявних і

поява нових DESTИНАЦІЙ визначаються інтенсифікацією мобільності людей; технологічним прогресом у засобах зв'язку, на транспорті та в інших секторах, які впливають на туризм; розширенням мотивів подорожей.

Велика кількість туристичних місць призначення сформувалися стихійно, втім на сучасному етапі зростає актуальність раціонального планування нових DESTИНАЦІЙ. За прогнозами ВТО на 2020 р., основними DESTИНАЦІЯМИ за кількістю прибуттів буде Європа (44,8%), Східно-Азіатський і Тихоокеанський регіон (27,3%) і Американський регіон (17,8%)[46].

Міжнародна практика управління й стратегічного управління розвитком DESTИНАЦІЙ показує, що досягнення високого рівня розвитку багато в чому залежить від здатності органів державної влади вибудувати ефективний механізм прийняття й реалізації рішень, спрямованих на досягнення стратегічної цілі. Тому особливе місце при розробці стратегії розвитку туристичних DESTИНАЦІЙ повинно займати застосування програмно-цільового методу управління, який орієнтований на досягнення кінцевого результату в логіці поетапної дії: формування дерева цілей, розробку адекватної виконуючої програми, реалізації управляючої програми [14].

Типізація DESTИНАЦІЙ є основою для розробки ефективної системи управління ними. Сьогодні існує багато підходів до визначення типів DESTИНАЦІЙ за різними ознаками. Так, В.К. Кіптенко пропонує класифікацію DESTИНАЦІЙ за їх прийнятною здатністю на два типи:

- зони, які можуть прийняти велику кількість туристів, не завдаючи шкоди їх туристичній цінності;
- зони, які можуть прийняти обмежену кількість туристів не вище допустимого рівня для екологічного та естетичного стану довкілля (гірські курорти, морські узбережжя та ін.) [21].

Головчан А. І. класифікує DESTИНАЦІЇ відповідно до видів ресурсів на наступні типи: природно-географічні, природно-антропогенні, культурно-історичні, соціально-економічні [11].

Найбільш повну типізацію DESTИНАЦІЙ подає Т. І. Ткаченко, класифікуючи їх за різними ознаками (рис. 1.2).



Рис. 1.2. Типізація DESTИНАЦІЙ за Т.І. Ткаченко [69]

Вихідним етапом оцінки ефективності функціонування сучасних туристичних DESTИНАЦІЙ в Україні стало визначення їхнього місця на світовому ринку туризму[71].

Українська DESTИНАЦІЯ є складовою європейського туристського регіону. Сьогодні в Україні DESTИНАЦІЇ тільки починають формуватися. Це пов'язано з трансформаційними процесами в економіці країни та її повільною інтеграцією до світового економічного простору. За концентрацією пам'яток національного значення першість тримають Львівська (816 об'єктів), Волинська (224) й Чернігівська (211), тоді як найменша їх кількість зосереджена в Запорізькій (16), Донецькій (27) та Кіровоградській (32). За кількістю закладів культури передують Чернівецька, Івано-Франківська, Черкаська і Тернопільська DESTИНАЦІЇ, в той час як найменш забезпеченими є Сумська, Дніпропетровська та Полтавська [11].

Прикладами типів DESTИНАЦІЙ в Україні є «Кам'янець-Подільська фортеця» як туристичний об'єкт-DESTИНАЦІЯ, Національний дендрологічний парк «Софіївка» як екологічна DESTИНАЦІЯ, культурно- історична DESTИНАЦІЯ

«Чернігів стародавній», екологічна та зелена дестинація «Українська Венеція», спортивно-оздоровча дестинація «Буковель», релігійна дестинація «Свято-Успенська Почаївська лавра», екологічна та сільська дестинація «Дунайські плавні», культурологічна дестинація «Історичний центр Львова», «Шевченківський національний заповідник» як освітня та екологічна дестинація і т.д.

Дослідження розвитку туризму в Україні дозволило розкрити сутність життєвого циклу дестинацій і виділити такі його стадії: пасіонарну (зародження), екстенсивну (становлення й розвиток), інтенсивну (підвищення ефективності) та космополітичну (глобальна). Доведено, що сучасний етап розвитку туризму в Україні має ознаки інтенсивної стадії життєвого циклу, підтвердженням чого є зростання ємності туристських потоків, обсягів реалізованого туристичного продукту, підвищення прибутковості туризму та надходжень до бюджетів усіх рівнів. Оскільки життєвий цикл туристичних дестинацій на відміну від життєвого циклу товарів не має стадії загибелі за винятком турбулентних ситуацій, то перехід до глобальної стадії життєвого циклу української дестинації виступає першочерговим завданням в розвитку туризму.

Комплексна перспектива розвитку туристичної дестинації повинна спрямовуватись на оптимізацію використання існуючих, відновлення втрачених та створення нових об'єктів туристичної інфраструктури, збільшення кількості зайнятих в цій сфері, створення системи кооперування асигнувань з бюджетів усіх рівнів та залучення інвестицій.

Стратегія розвитку дестинації (рекомендована структура) наведена в Додатку Б.

Отже, підстратегією розвитку дестинації слід розуміти суспільно підтримані і прийняті напрями розвитку туризму в регіоні, включаючи його місію, головні цілі та розподіл ресурсів для досягнення таких цілей, які узгоджені із загальною стратегією соціально-економічного розвитку регіону.

1.2. Ресурси гастрономічного туризму в структурі туристичного потенціалу територій

Гастрономічний туризм – це вид туризму, пов'язаний з ознайомленням із виробництвом, технологією приготування та дегустацією національних страв і напоїв, а також кулінарними традиціями народів світу. З організаційної точки зору він передбачає знайомство з особливостями технологій приготування місцевих харчових продуктів, історією і традиціями їх споживання, а також можливу участь туриста в приготуванні національних страв, відвідання кулінарних фестивалів та конкурсів. Гастрономічний туризм також можна вважати допоміжним інструментом у пізнанні культурної спадщини країн та регіонів світу, оскільки страви національної кухні є одним із елементів, що відображають спосіб життя, світогляд, традиції етносів.

Кожна національна кухня славиться своїми ексклюзивними рецептами, тому під час гастрономічного туризму не завжди навіть треба покидати межі країни. Справжній гурман завжди зможе знайти місця, де особливим чином готують ті або інші страви. Але в деяких країнах приготування їжі зведене в культ, а страви або продукти є своєрідними символами держави. Саме такі країни і слід відвідати, вирушаючи в гастрономічний тур.

Під час гастрономічного туру існує можливість познайомитись з кулінарними традиціями різних країн. Гастрономічний туризм – це не просто можливість спробувати рідкісне екзотичне блюдо або багато видів одного продукту, а прагнення відчувати країну через призму її національної кухні, зрозуміти традиції і культуру приготування їжі.

Види гастрономічних турів:

1. Сільські («зелені») – гастрономічні тури дають туристові можливість спробувати екологічно чисті продукти без домішок. «Зелені» гастрономічні тури – це збір дикорослих ягід, овочів і фруктів на фермах, охота на трюфелі або прогулянка по дорогах виноробства.

2.Міські – гастрономічні тури з відвідуванням різних ресторанів, кондитерської фабрики, маленького ковбасного цеху і тому подібне.

Кращі місця для гастрономічного туризму.Різновидом гастрономічних турів вважаються тури для гурманів, що знайомлять туристів з однією стравою в різних місцевостях. Наприклад, турагентства організовують винні і сирні тури у Голландію, Швейцарію і Італію, пивні тури по Німеччині, Австрії, Чехії, Бельгії, суші-тури в Японію і прокладають нові гастротуристичні маршрути. Останнім часом особливою популярністю серед міських жителів, втомлених від харчування напівфабрикатами, користуються гастрономічні тури в сільську місцевість, де можна спробувати натуральні продукти.

Винний туризм. Справжні поціновувачі вин знають головну особливість вина – вино не любить подорожувати. Тому висококласне вино з незмінною якістю буває тільки в підвалах і бочках, де воно готувалося і зберігалось. Винний туризм – це можливість спробувати оригінальний букет і смак вина в тій місцевості, де його виготовили. Тому українські вина краще пити в Криму і Закарпатті, французькі – у Франції, іспанські – в Іспанії, а італійські – в Італії.

Різновиди гастрономічних турів(рис. 1.3).

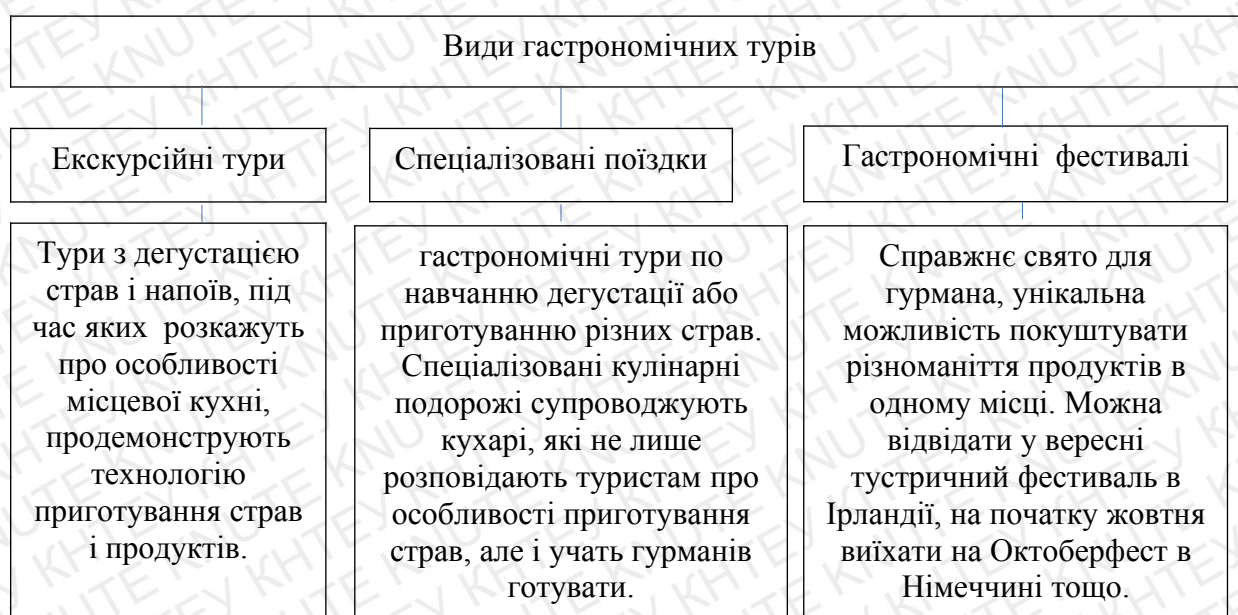


Рис. 1.3. Різновиди гастрономічних турів

Зростає роль продовольства в туризмі на різних етапах подорожі:

- попередні відвідини (Pre-Visit): їжа із регіону споживається вдома, перед поїздкою (як проба);
- подорожі до місця призначення: під час цієї фази місцеві продукти зустрічаються на шляху до місця призначення, наприклад, у літаках, поїздах, інших закладах харчування по дорозі;
- у пункті призначення: це основний етап гастрономічного туру, який складається із дегустації, вивчення кулінарії та досвіду в місці призначення;
- подорожі від місця призначення;
- після відвідин (Post-Visit): цей етап складається зі споживання й кулінарного враження від їжі, після повернення із місця призначення.

В таблиці 1.1. подана класифікація гастрономічного туризму.

Таблиця 1.1

Класифікація гастрономічного туризму [61]

Ознака класифікації	Підвид турів	Характеристика туристичної діяльності
За розташуванням туристичного місця	Сільський	Збір лісних ягід, овочів і фруктів, полювання та трюфелів або прогулянку по дорогах виноробства
	Міський	Відвідування ресторанів з дегустацією делікатесних і фірмових страв
За видом конкретного продукту або напою	Винні	Відвідування виноградників та екскурсії на виноробні господарства з дегустацією вин
	Пивні	Відвідування пивоварень, як великих, так і домашніх, дегустації
	Сирні	Відвідування заводів і сирних льохів, дегустації
	Шоколадні	Відвідування шоколадних фабрик, дегустації
	Чайні	Відвідування чайних плантацій, фабрик з розфасовування продуктів збирання
	Кавові	Відвідування кавових плантацій, фабрик з розфасовування продуктів збирання
	Агро	Відвідування агрокомплексів, фермерських угідь
	Фруктово-ягідні	Дегустація фруктів, овочів, які притамані даній місцевості, країні
	Змішані	Поєднання декількох спеціалізацій
За метою подорожі	Культурно-пізнавальний	Відвідування різних екскурсій
	Оздоровчий	Дегустація чайних зборів з цілющих трав, меду в поєднанні з апітерапією, винотерапія, дієтотерапія

Продовження таблиці 1.1

Ознака класифікації	Підвид турів	Характеристика туристичної діяльності
	Гурман	Дегустація страв та напоїв з гастрономічними спеціалістами (сомельє, дегустатор)
За напрямом подорожі	Святковий	Відвідування та участь у гастро-святах
	Фестивальний	Відвідування та участь у гастрофестивалях
Особливі	Гастродипломатія	Організація дипломатичних прийомів на усіх рівнях з урахуванням кулінарних особливостей країн гостей та країни-організатора

Ресурсним потенціалом територій є такі складові (рис. 1.4).

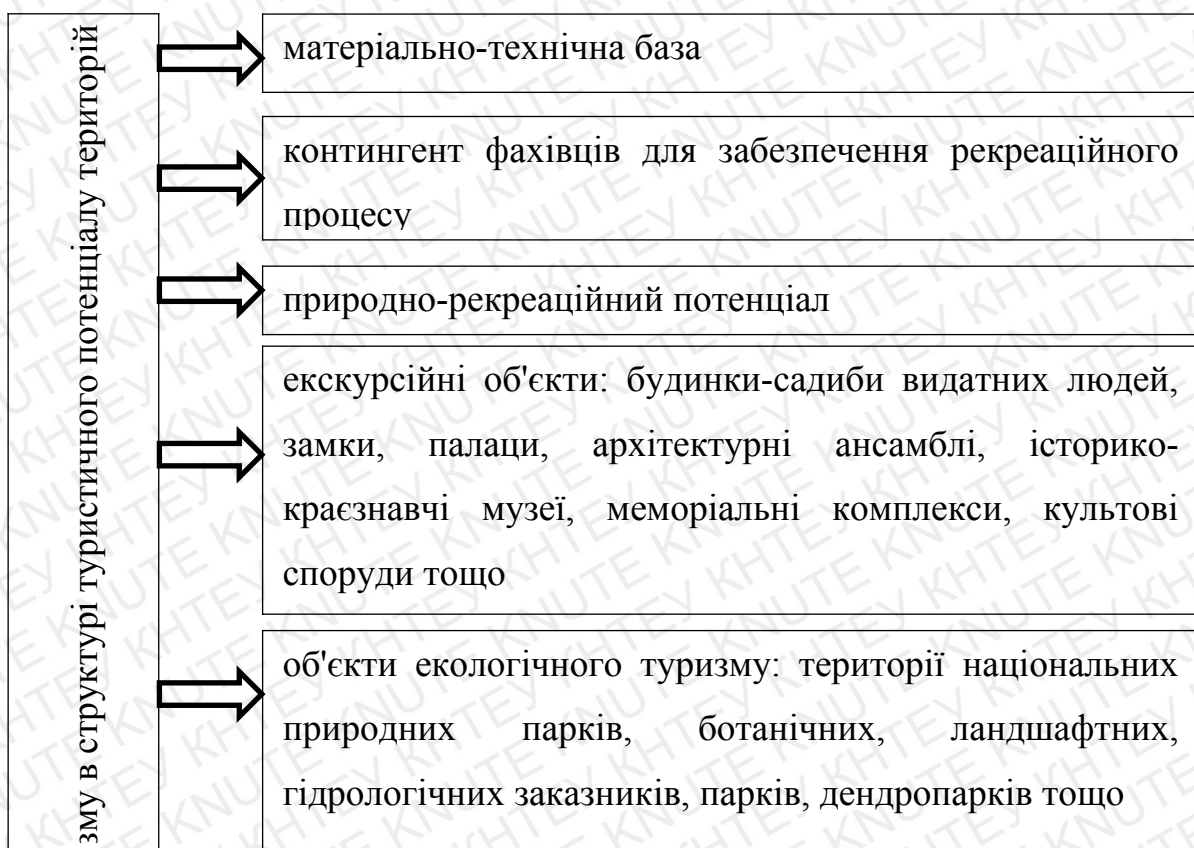


Рис. 1.4. Ресурси гастрономічного туризму в структурі туристичного потенціалу територій

Гастрономічний тур – найприємніший відпочинок для гурманів, під час якого вони можуть не лише порадувати свої смакові рецептори, але і побачити культуру інших країн або регіонів.

В умовах усе більшої конкуренції у сфері туризму і йогомаркетингу, кожен регіон перебуває в пошуку унікальних продуктів, за допомогою яких можна було б диференціювати себе від інших. Сама по собі місцева кухня вже є тією платформою, яка містить необхідні ресурси, які можуть бути використані як маркетинговий інструментарій для залучення клієнтів, просування міст, регіонів або навіть цілих країн.

Україна, володіючи різноманітними гастрономічними ресурсами, помітно відстає в їх використанні для розвитку в'їзного міжнародного туризму. Настав час звернути на цю можливість найпильнішу увагу. Україна володіє необхідними ресурсами для розвитку гастрономічного туризму. Унаслідок цього можна виділити основні переваги розвитку даної галузі національної економіки:

- збільшення темпу зростання економіки регіону та в цілому держави;
- підвищення рівня якості послуг, що надаються в регіоні та країні;
- розвиток індустрії розваг;
- поліпшення транспортної інфраструктури;
- підвищення іміджу регіону і країни в цілому;
- створення, поліпшення умов для збереження культурної та природної спадщини;
- упровадження інновацій у дану сферу діяльності;
- можливість розробки інноваційних проектів освітніми установами регіону, які готують професійні кадри для туристської індустрії.

Незважаючи на вищевикладене, цікавість до гастрономічного туризму в Україні вимагає підкріплення подіями. Це можуть бути різноманітні гастрономічні фестивалі (наприкладі широко відомих фестивалів у Німеччині та Чехії) і екскурсії на підприємства. У цьому ж зв'язку хотілося б згадати про подієві заходи, яким властиві певні сезонні страви. Вони пропонуються тільки в конкретний період часу і вибираючи тур на подібну подію, у мандрівника з'являється рідкісна можливість познайомитися з окремо взятими місцевими продуктами. А якщо подій немає або ж вони забуті, у

сучасному світі їх намагаються придумати або відродити і належним чином рекламувати, адже реклама має сильний мотивуючий ефект. Основою для перспективи розвитку подієвого і гастрономічного туризму в окремо взятому регіоні може виступати багата історія, насичена подіями, факт із біографії відомого діяча, пов'язаний із цією місцевістю, місцева традиція тощо. У сучасному світі людина оточена нескінченними турботами: робота, сім'я, проте прагнення до пізнання чогось нового завжди присутнє в ній. І багато людей, як показує практика, чекають із нетерпінням чергової відпустки з метою не просто відпочити, а й відвідати будь-який захід та паралельно познайомитися з місцевою кухнею [65].

Поки що українські виробники не поспішають організувати екскурсії у себе на виробництві. Однією із головних причин цього є низький рівень розвитку сільського господарства у країні. Виходить, що потенційний інтерес у туристів є, проте пропозицій, безумовно, недостатньо. Україна має стати лідером у туристичній індустрії в рамках державної програми. У ході цієї програми планується значно збільшити кількість українців на рідних курортах, а також залучити іноземних туристів. Має бути вирішено безліч питань: розвиток доріг, ліній електропередач, готелів і ресторанів. Основним завданням, яке належить вирішити державі та приватному сектору спільно, є розвиток українського туристичного ринку в цілому і гастрономічних турів зокрема.

1.3. Стратегічні основи позиціонування гастрономічних турів на міжнародному ринку

У XXI ст. туризм стає важливою сферою світової економіки, однак на фоні конкуренції споживчих уподобань виникає все більше необхідності в розвитку інших видів туризму. З огляду на це, дослідження гастрономічного туризму, аналіз факторів його виникнення і поширення, регіональних особливостей розвитку набуває в наш час особливої актуальності.

Розвиток гастрономічного туризму призвів до утворення турфірм, що спеціалізуються на міжнародному гастрономічному туризмі, прикладом можуть служити такі компанії як: «GourmetonTour» (США), «Theinternationalkitchen» (Велика Британія), «GourmetGetaways» (Італія).

В останні роки все більше набирають популярності екзотичні гастрономічні тури, коли туристи бажають скуштувати гастрономічні делікатеси та екзотичну кухню, яка користується попитом у гурманів або незначної кількості населення, наприклад, екзотичних фруктів та овочів, риби та морепродуктів, а також відвідати страви з м'яса екзотичних тварин (крокодилів, черепах, зміїв, морських гадів тощо), комах та їх личинок, супу з ластівчиних гнізд, внутрощів кишечника тварин, запліснявілого сиру та молочних продуктів із спеціально внесеними бактеріями та мікроорганізмами тощо [28]. Для справжніх гурманів такі поїздки не є способом задовольнити потреби свого шлунка, а спрямувати свою мандрівку на пізнання менталітету, вікових традицій та національного духу народів через культуру приготування й вживання їжі. Гастрономічний туризм – це більше, ніж звичайна екскурсійна поїздка, оскільки вимагає ретельного підходу до вибору місцевої їжі. Головна привабливість гастрономічного туру полягає в дегустації саме тих страв, які ніде в світі більше не зустрічаються [41].

Туристу, який обирає гастротур, потрібно знати, що така подорож дає йому не тільки ознайомлення з новими смаками та харчовими насолодами, особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями і звичаями, але й викликає певні ризики з боку власного організму щодо несприйняття певних видів їжі, можливостей шлункових розладів, алергії та харчових отруєнь, які можуть супроводжувати мандрівника, який звик до класичної національної кухні або має власну систему харчування. Часто для людського організму екзотичні гастрономічні продукти викликають цілу низку незручностей і можуть призвести до небажаних, а інколи й негативних наслідків такого необдуманого відпочинку. Наявно багато специфічних ознак регіональних

національних кухонь, які потребують урахування специфіки приготування страв.

Деякі турфірми повідомляють про небезпеку екзотичної їжі у своїх рекламних буклетах та на сайтах туроператорів, проте це стосується лише вкрай небезпечної екзотичної їжі, яка навіть у мізерній кількості може викликати важкі отруєння та летальні наслідки. Наприклад, від таких екзотичних продуктів, як найотрутіша риба світу «камінь», яка плаває у водах Тихого та Індійського океанів; японська отруйна риба фугу, яка містить смертельну речовину тетродотоксин; отруйна «кам'яна» червона тріска з Австралії та Нової Зеландії; небезпечна екзотична їжа з жаби «бика», що водиться у Намібії; напівживі скорпіони, яких часто споживають в Індокитаї та Океанії; досить отруйні окремі частини тіла сріблястого зайцеголового голкобрюха, що водиться в острівних країнах Тихого океану; сардинський делікатес – гнилий сир касу-марцу з личинками молочної мухи; чорний отруйний гриб-гноювик, який споживають гурмани; небезпечна їжа з фруктом акі з Ямайки; отруйна їжа з овочем кассава, який росте у джунглях Південної Америки, країнах Карибського басейну та Африці тощо [52].

У сучасних умовах розвитку туристичного ринку в Україні та складній фінансово-економічній ситуації в державі в цілому окремі самодіяльні підрозділи закладів харчування в контексті функціонування зеленого та екологічного туризму намагаються запровадити інноваційно-аматорські нововведення в обслуговуванні своїх клієнтів, а особливо іноземних. Так, наприклад, уздовж міжнародних трас, включаючи Волинську область практикується подача не тільки класичних традиційних українських страв, а й туристам можуть запропонувати їжу не тільки з місцевих озерних делікатесів – вугрів, в'юнів та раків, але й чисто французькі делікатеси – жаб'ячі ніжки, равлики тощо, а також виключно українські давньоетнічні страви із зеленої лободи, кропиви та інших представників місцевої фауно-флорної бази. Інколи користуються попитом й зовсім екзотичні страви «волинської кухні», наприклад запечені їжаки, копчене або запечене м'ясо

бобрів і голубів, яких часто готують в окремих селах Ковельського, Любомльського, Ратнівського та Старовижівського районів. Популярними для місцевої кухні є запечені бичачі та баранячі яйця, свинячі та телячі м'язи, ковбаски з крові тощо.

Щорічно в міжнародних каталогах із гастрономічного туризму збільшується число міжнародних учасників, які пропонують відвідати їхні кулінарні маршрути та вибрати традиційні або екзотичні гастротури. При цьому кожен туроператор намагається переконати потенційних клієнтів придбати свій турпродукт, який базується на традиційній кулінарії, кулінарних обрядах та звичаях, типових продуктах харчування та високій якості приготування їжі, а також культурно-розважальних програмах та видовишно-масових заходах, які проводяться у тій чи іншій країні світу й мають уже давні історичні традиції. До таких міжнародних та всесвітніх заходів долучається й Україна. Так, в нашій країні регулярними стали щорічні фестивалі вареників і галушок (у Полтаві, Сорочинцях Полтавської області), вареників у Луцьку та Тернополі, міжнародний фестиваль дерунів у Коростені Житомирської області, народний фестиваль борщу «Борщ'їв» у місті Борщів Тернопільської області, гастрономічні фестивалі «Сливовий леквар» у с. Геча Закарпатської області, «Галицька дефіляда» на Тернопільщині, «Фестиваль ріплянки» у с. Колочава та «Червене вино» в м. Мукачево Закарпатської області, гастрономічний фестиваль вина та меду «Сонячний напій» у м. Ужгороді. У с. Костилівка Рахівського району Закарпаття святкують щорічний фестиваль «Берлибашський банош», а також сирний фестиваль «Гуцульська бриндзя». Цікавим є щорічні фестивалі сала в м. Луцьку та Сімферополі, а також конкурс-фестиваль різників свиней – гентешів у с. Геча на Закарпатті тощо.

Все більше популярними за кордоном стають кулінарні шоу, як наприклад, «Ramsey's Kitchen Nightmares» і «Top Chef», які допомагають пересічним людям ознайомитися з особливостями приготування страв різних кухонь світу. За оцінками експертів, продажі куховарських книг б'ють

усі рекорди через те, що прості люди хочуть у домашніх умовах відтворити страви, рецепти яких вони почули в кулінарних телевізійних шоу, що зараз стають все більше популярними. В Україні на різноманітних каналах демонструються подібні кулінарні шоу, а особливо популярним є телепроект «Мастер-Шеф» – кулінарне шоу-поєдинок кухарів-аматорів на каналі СТБ. Відомим є Міжнародний конкурс високої кухні «Bocuse d'Or», де змагаються за головний приз відомі кухарі світу з приготування м'ясних і рибних страв, уже з 1987 р. щорічно проходить у січні в французькому місті Ліон. У Бразилії вже понад 100 років проходить щорічний фестиваль кави. Гастрономічний фестиваль «St. Moritz Gourmet Festival», де відомі кухарі діляться своїми рецептами щороку проходить в останній тиждень січня у м. Санкт-Моріц (Швейцарія). Таким чином, кожна країна світу намагається максимально використати свої кулінарні ресурси та резерви для розвитку гастрономічного туризму, який свідчить про її здобутки в кулінарії та дає змогу добре заробити та поповнити бюджет країни. Кулінарні шоу та фестивалі щорічно та періодично проходять на усіх континентах, їх найбільша кількість регіонально представлена в країнах Європи, в яких добре підготовлені професійні менеджери з кулінарного туризму та успішно працює рекламно-інформаційна сфера та суміжні сегменти туризму, які максимально намагаються задовольнити споживачів усім необхідним переліком послуг для реалізації гастрономічних турів, починаючи від PR-акцій та закінчуючи транспортним та готельним обслуговуванням туристів.

Кожен кулінарний досвід є спогадом про місце призначення, кожен запах і смак зміцнює і відновлює спогади про поїздку. Їжа і місце зв'язуються між собою, формуючи основу, яка включена в сучасний розвиток економіки вражень, і дає можливість побачити новий варіант використання території або середовища.

Наразі українська кухня є як інструмент просування української мови, в іноземних ресторанах української кухні – як об'єкт гастрономічного туризму. Чималий вплив гастрономічного туризму на економіку регіону є

очевидним: використання продуктів місцевих виробників як одного із напрямів розвитку туризму, системи формування гастрономічного турпродукту, імпортозаміщення в індустрії харчування та туризму і т. д.

Україна має величезний потенціал як для розвитку внутрішнього туризму, так і для залучення іноземних туристів. Величезна територія країни, велика кількість національностей, багата культурно-історична спадщина, унікальна, місцями навіть незаймана природа – прекрасна основа для розвитку туристичного сектора економіки держави. Як феномен, що дозволяє відійти від уніфікованих стандартів глобалізації, гастрономічний туризм є одним із перспективних напрямів етнокультурного відродження народів, що населяють територію країни, і підтримки цілісності світового культурного простору, що визначає доцільність виділення гастрономічного туризму в самостійний напрям туріндустрії.

Зростає актуальність створення диференційованих гастрономічних турів як інноваційних кінцевих продуктів туристичної діяльності, що сприяють сталому розвитку регіонів, основними елементами яких є гастрономічні центри, що функціонують на основі кооперативного співробітництва. Для реалізації проектів зі створення гастрономічних центрів запропоновано побудову "дерева цілей-функцій", що дозволяє виділити основні структурно-функціональні одиниці гастрономічного туризму для визначення ієрархічно пов'язаних між собою цілей, реалізація яких забезпечує оптимальний розвиток регіону на основі гастрономічного туризму.

До організаційних і економічних аспектів просування гастрономічного туризму належать формування державної політики щодо підтримки гастрономічного туризму, зміна й поповнення інституційної бази гастрономічного туризму, формування нормативно-правової бази, що регулює діяльність у сфері гастрономічного туризму, форм і методів оподаткування, інвестування та фінансування, підвищення конкурентоспроможності трудових ресурсів, просування національного

туристичного продукту на міжнародному ринку туристичних послуг як унікального товару, використання механізмів державно-приватного партнерства для реалізації проектів розвитку туристських дестинацій.

На сьогодні в Україні найбільшу популярність мають тури вихідного дня, які характеризуються тим, що витрачається невелика кількість часу на організацію заходу із відвідування місць, де можна вжити різні страви і напої, а також різного роду гастрономічні продукти. Такі тури, як і будь-які інші, зокрема гастрономічні, включають у себе відвідування таких об'єктів гастрономічного туризму, як ресторани, музеї, присвячені тому чи іншому продукту харчової промисловості або сільського господарства, а також підприємства, ферми й інші місця національно-культурної значущості. Ще один внесок у розвиток гастрономічного туризму в Україні можуть зробити підприємства із виробництва різного роду продуктів харчування. Зокрема, особливою цікавістю у людей користуються товари народного споживання, такі, як кондитерські вироби, алкогольні й тонізуючі напої. Туризм відіграє важливу роль у структурній перебудові економіки, надає стимулюючий вплив на розвиток пов'язаних із ним галузей, таких, як транспорт, будівництво, зв'язок, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання.

Останнім часом усе частіше йдеться про розвиток гастрономічного туризму, який є одним із найважливіших економічних інструментів і перспективних напрямів розвитку території держави. Переорієнтація туризму на внутрішній ринок створила необхідність розробки нових видів туристських продуктів. Фахівці стали звертати увагу на народні традиції, екологічно чисті місця, природні багатства.

Основними проблемами, які впливають на конкурентоспроможність на українському ринку туристичних послуг, є:

- образ країни як непривабливий для туризму;
- нерозвиненість інформаційної бази про туристський попит і пропозицію;

- складність державного регулювання, пов'язана із питаннями міжвідомчої, міжгалузевої та міжнародної координації в питаннях ліцензування, забезпечення безпеки, транспортного забезпечення та страхування;
- низький рівень регулювання і планування розвитку туризму, суб'єктів туристичної діяльності та механізмів їхньої взаємодії із державними органами;
- недостатній розвиток інфраструктури, особливо транспортної; високе моральне і фізичне зношення існуючої матеріальної бази, відсутність готельних за-собів розміщення туристського класу;
- недосконалість і суперечливість законодавчої бази туризму;
- низька ефективність механізмів державного стимулювання залучення інвестицій у сферу туризму;
- недостатній рівень професіоналізму працівників туристської сфери, одноманітність наданого асортименту послуг і невисока якість обслуговування у всіх секторах туристичної індустрії.

У сучасному світі гастрономічні ресурси стали важливим фактором розвитку міжнародного туризму. На безкраїх просторах Євразії багато країн використовують їх для залучення туристів. Гастрономічний туризм отримав широке поширення в Іспанії, Італії, Франції, Китаї, Кореї, Таїланді, Японії. Посилюючи свою "гастрономічну і кулінарну" привабливість, вони прагнуть включити національні продукти й технології їх виготовлення в перелік Усесвітньої нематеріальної культурної спадщини людства, куди вже внесені середземноморська дієта, французька гастрономічна культура, вірменський лаваш, турецька кава, унікальний спосіб приготування вина у великих глиняних глеках у Грузії.

Мистецтво, культура, природа країни є кращими "сватами", тим безумовним об'ємним джерелом "пізнання", проникненням у сутність цієї країни, які затьмарюють усі словесні тиради. Особисті спостереження, безпосереднє перебування в цікавій для тебе країні настільки поглинають

туриста, тим більше гастро туриста, що він долучається до нової культури, стає опосередкованим її носієм, ніби включає частинку культури даного регіону в свою сутність. Здійснюється процес адаптації носія однієї культури, психотипу до іншої культури. Можна сказати, що відбувається змішування, проникнення, збагачення, синтезування (інтеграція) націй і, як наслідок, їх краще взаєморозуміння, взаємосприйняття, взаємовплив і загальний розвиток як між окремими індивідуумами, так і між світовими соціумами, конфесіями.

Для забезпечення ефективного розвитку винного та гастрономічного туризму необхідно розпочати підготовку фахівців на основі бакалаврських та магістерських програм у спеціалізованих вищих навчальних закладах. Підготовка таких фахівців має включати як культурологічні, гастрономічні, технологічні аспекти, так і практичні навички вибору та дегустації кулінарної, вино-горілчаної та гастрономічної продукції, організації гурман-турів. Вивчення кращого міжнародного досвіду розвитку гастрономічного туризму є основою для співпраці з кращими виробниками Італії, Франції, Швейцарії в галузі виноробної, харчової промисловості, впровадження сучасних екологічно чистих технологій вирощування сільськогосподарської сировини та виготовлення харчової продукції. Важливим напрямком подальших досліджень мають стати організування майбутніх гастрономічних турів та фестивалів, а також популяризації кулінарного мистецтва і традицій України [61].

Висновки до розділу 1

Туристична дестинація являє собою місцевість певного масштабу з конкурентоспроможними туристичними ресурсами і підприємницькою інфраструктурою, в якій створюється й реалізується привабливий для мандрівників туристичний продукт, не завдаючи шкоди туристичним ресурсам і довкіллю. Оскільки система управління туристичними дестинаціями охоплює підсистеми, пов'язані з формуванням та

обслуговуванням туристських потоків, то оптимізаційну модель стратегічного управління туристичними дестинаціями необхідно досліджувати на основі врахування функціональних стратегій логістичного управління (маркетингової, управлінської, виробничої, екологічної і соціальної) та механізмів забезпечення конкурентоспроможності туристичного продукту. Для розробки механізмів оптимізації функціонування дестинацій на основі кластеризації доцільно використати динамічну модель їхнього життєвого циклу, яка дозволила б не тільки обґрунтувати стратегічні напрями інтенсивного розвитку дестинації, а й кількісно оцінити синергетичний ефект від синхронізації діяльності підприємств під час обслуговування туристів.

Щоб ефективно розвиватися, максимально використовувати свої сильні та розвивати слабкі сторони дестинація мусить функціонувати згідно заздалегідь сформованої стратегії розвитку. В даному випадку стратегія є маяком, який показує найефективніший шлях розвитку туристичної галузі в контексті загального соціально-економічного розвитку.

Стратегія повинна чітко визначати, що саме є головним двигуном розвитку і, відповідно, «тягне» інші сфери розвитку міста. Суть стратегії полягає в обов'язковій узгодженості економічного, екологічного та людського розвитку за умов, коли якість та безпека життя людей від покоління до покоління не зменшується, не погіршується стан довкілля та забезпечується соціально- економічний прогрес. На процес стратегічного управління розвитку локальної туристичної дестинації впливають такі фактори: економічні фактори (притаманні будь-якій системі), специфічні (притаманні сфері туризму), загальні особливості туристичних послуг як об'єкта виробництва і продажу (нематеріальність, збіг у часі виробництва і споживання, ефект у формі відчуттів замість придбання у власність і ін.), комплексність продукту, що складається з різнорідних послуг, мережевий характер виробництва (для виробництва і споживання послуг необхідна мережа різних підприємств, пов'язаних між собою інфраструктурними

комунікаціями) для ефективного запуску процесів самоорганізації туристичних дестинацій необхідний комплекс заходів за чотирма напрямками: допомога в розробці стратегій розвитку туризму, спрямованих на забезпечення сталого розвитку місцевої економіки і зростання кількості та вагомості малих і середніх підприємств, що працюють на даній території в сфері туристичної індустрії, надання офіційних експертних оцінок і рекомендацій з розвитку туристичних дестинацій, навчання представників малого та середнього бізнесу, виробників товарів і туристичних послуг, організацій, що сприяють розвитку туризму і бізнесу за фаховими освітніми програмами, фінансування місцевих ініціатив (міні грантів) з метою підвищення привабливості місцевого турпродукту і побудова «точок зростання» туризму.

Комплексна стратегія розвитку дестинації - це суспільно підтримані і прийняті напрями розвитку туризму в регіоні, включаючи його місію, головні цілі та розподіл ресурсів для досягнення таких цілей, які узгоджені із загальною стратегією соціально-економічного розвитку регіону.

Просування українського гастрономічного туристичного ринку послуг гальмується через низький рівень розвитку туристично-рекреаційної інфраструктури та катастрофічний стан шляхів сполучення, невідповідність засобів розміщення світовим стандартам, незадовільний стан пам'яток історично-архітектурної спадщини, що не підлягають використанню для туристичних потреб, низький професійний рівень підготовки фахівців у цій галузі та невідповідність освітньої підготовки в туризмі, недосконалість законодавчої та нормативно-правової бази в галузі туризму, низька й неефективна інформаційно-рекламна продукція вітчизняних туроператорів тощо.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ДЕСТИНАЦІЙ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

2.1. Оцінка ресурсного потенціалу розвитку туризму в області

Туристичний потенціал Закарпатської області розглядається через можливість ефективного використання наступної сукупності туристичних ресурсів та напрямів (рис. 2.1).

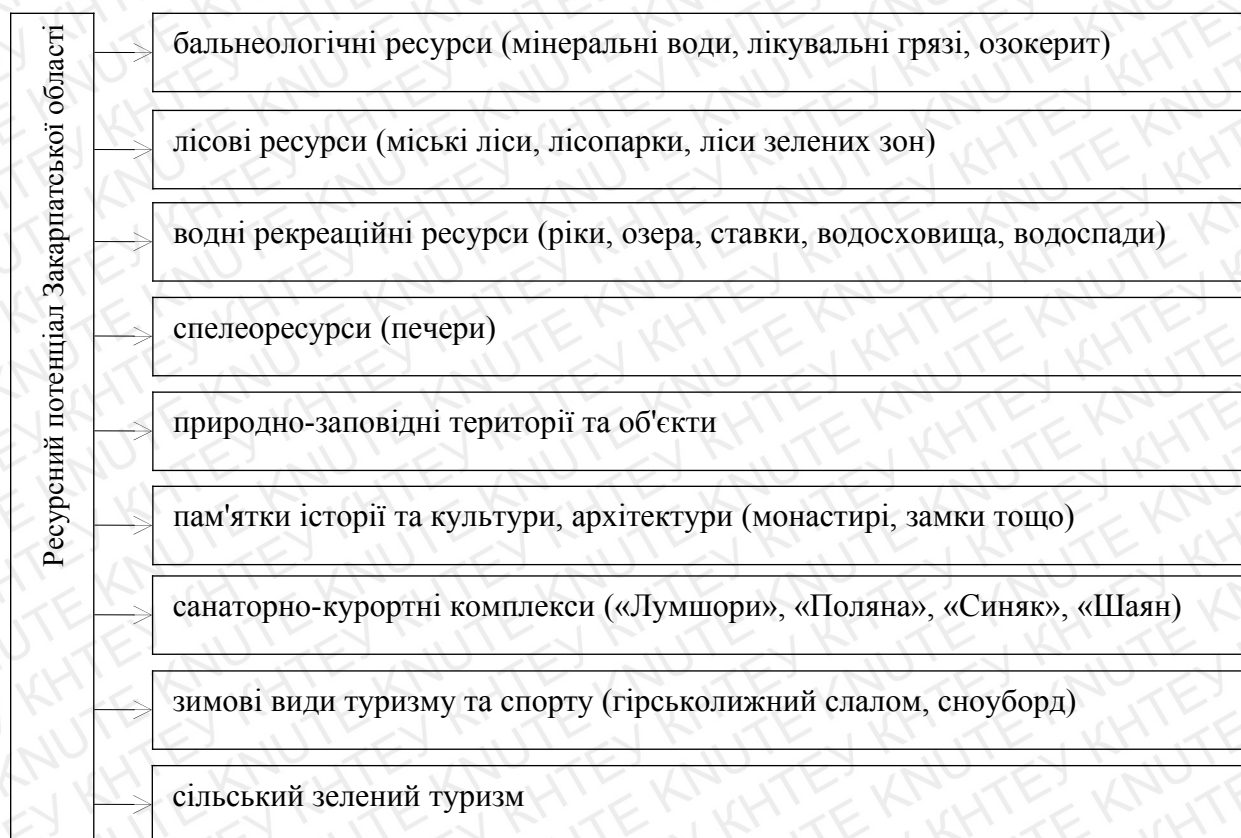


Рис. 2.1. Туристичні ресурси Закарпатської області

Основними природними рекреаційними ресурсами Закарпаття є бальнеологічні, до яких відносяться лікувальні мінеральні води, лікувальні грязі та озокерит.

В Україні підземні мінеральні води об'єднуються в 2 основні групи:

- води без специфічних компонентів і властивостей, лікувальний вплив яких визначається їхнім іонним складом та загальною мінералізацією;
- води специфічного складу, лікувальна дія яких визначається наявністю в них біологічно активних компонентів у підвищених кількостях.

До родовищ вод без специфічних компонентів і властивостей відносять вуглекислі води - це один із найцінніших різновидів мінеральних вод, які здавна використовуються у лікувальній практиці. До вод типу Нарзан належать мінеральні вуглекислі води районів Ужгорода, с. Ужок, Рахова, с. Угля Тячівського району, с. Вишково Хустського району, с. Голятин Міжгірського району. Води типу Боржомі зосереджені, в основному, в Мукачівському та Свалявському районах Закарпаття. Деякі води цього типу містять фтор, бром, бор та йод.

Дуже цінними різновидами вуглекислих мінеральних вод є води типу Есентуки. Найбільші родовища цього типу на Закарпатті зосереджені поблизу сіл Драгове і Вишкове Хустського району, а також сіл Сойми і Верхня Бистра Міжгірського району. Води цього типу часто містять у значних кількостях такі біологічно активні компоненти, як бор, залізо, магній, кремнієву кислоту. Води есентукського типу використовуються санаторіями "Верховина" і "Шаян" на Закарпатті.

Мінеральні води типу Арзні відрізняються від інших типів вуглекислих вод хлоридним натрієвим складом і високою мінералізацією (до 30 г/л). На Закарпатті такі води відомі в долині р. Уж та її приток поблизу сс. Кострино і Сіль Великоберезнянського району.

Залізисті води. На Україні такі води зустрічаються рідко. В гірсько-складчастій області Карпат зустрічаються в зоні поширення вуглекислих мінеральних вод.

Залізисті вуглекислі мінеральні води відомі у високогірній частині Закарпаття поблизу с. Келечин і Кобилецька Поляна Рахівського району.

Арсенисті води. Оскільки арсен має яскраво виражену токсикологічну дію, то прийом всередину арсенистих вод строго регламентується.

Води з підвищеним вмістом арсену (5-10 мг/дм³) встановлені на Україні в межах одного родовища вуглекислих мінеральних вод в с. Кваси Рахівського району. Ці води виділяються в окремий джульфінський тип. Води джульфінського типу використовуються в санаторії "Гірська Тиса" на Закарпатті.

Кремністі мінеральні води (терми). Підземні води такого типу в Україні найбільш поширені серед Закарпатських вуглекислих, менше - азотних терм: перші - Ужгородське та Іванівське родовища; другі - Березівське родовище. Азотні кремністі терми найбільш поширені у світі. На Закарпатті виділяється декілька родовищ таких вод: Деренівське, Ужгородське, Карпатське, Лісарня, Боржавське.

Кремністі води Закарпаття почали використовувати останніми роками в санаторіях "Карпати", "Перлина Карпат", "Промінь" та інших.

Радіоактивні (радонові) мінеральні води. Радіоактивність підземних вод забезпечується, в основному, наявністю в них радону, рідше радію. Родовищ радонових мінеральних вод в Україні дуже багато. Води цього типу виявлені також і в Карпатах, зокрема у Рахівському районі Закарпаття.

Аналізуючи величину незадіяного потенціалу експлуатаційних запасів мінеральних лікувальних вод Закарпатської області, слід відмітити, що санаторно-курортна сфера має тут надзвичайно великі перспективи розвитку.

За сприятливих економічних умов наявність такої великої кількості незадіяних експлуатаційних запасів мінеральних вод може становити значний інтерес для інвесторів.

Лікувальними бальнеологічними ресурсами Закарпаття є також лікувальні грязі. Із чотирьох видів лікувальних грязей в області зустрічаються лише торфові грязі. Вони застосовуються в нагрітому стані для торфолікування на курортах та в позакурортних умовах.

Синяцьке родовище торфових грязей у Закарпатті за своїми фізико-хімічними показниками відноситься до низько мінералізованих слабосульфідних низькозольних торфових грязей низинного підтипу. Одним із стародавніх і широко розповсюджених в багатьох країнах в наші часи методів лікування є використання для лікування цілого ряду захворювань спелеоресурсів (мікроклімату печер, шахт).

Лікування мікрокліматом здійснювалося в алергологічній лікарні м. Солотвино (Тячівський район Закарпатської області) на глибині 300 м у товщі соляного пласту Солотвинських соляних шахт. Профіль оздоровниці – лікування хворих на бронхіальну астму інфекційно-алергічної форми за спеціально розробленою методикою. На даний момент шахта закрита, тому що через застарілу систему водовідведення ґрунтові води затопили більшість шахт. Утворена спеціальна комісія, що повинна вирішити, що вигідніше - законсервувати солерудник або відновити його роботу.

Лісові ресурси є одними із важливих видів рекреаційних ресурсів Закарпаття. Всі ліси Закарпаття, за винятком лісів заповідних зон, можуть використовуватися для рекреаційно-туристичних потреб. Проте основне навантаження припадає на ліси рекреаційного призначення (міські ліси і лісопарки; ліси зелених зон, в тому числі лісопаркові зони відпочинку; ліси округів санітарної охорони курортів; смуги вздовж постійних трас туристичних маршрутів міжнародного та загальнодержавного призначення).

Найбільші площі зелених насаджень припадають на Ужгород і Мукачеве. Курортні ліси виконують важливі захисні, санітарно-гігієнічні та рекреаційні функції. Вони підтримують дебіт мінеральних джерел, створюють сприятливі умови для лікування, оздоровлення та відпочинку населення.

В регіоні курортні ліси виділені навколо всіх санаторіїв та санаторно-курортних комплексів. Забезпеченість курортними лісами досить висока. Найбільші площі курортних лісів виділені навколо курортів "Поляна", "Сонячне Закарпаття" та "Квітка Полонини" (загальна площа 2,6 тис. га).

Водні рекреаційні ресурси Закарпаття представлені ріками, озерами, ставками, водосховищами, які є придатними для рекреаційного використання, а також водоспадами, що цікаві як туристичні об'єкти.

Ріки. Найбільшими ріками регіону є Тиса, Уж, Латориця. Ріки Карпат мають гірський характер, вони відрізняються значними нахилами русел, швидкими течіями, незначною глибиною. В зв'язку з гірським характером території, розташуванням регіону на Головному Європейському вододілі лише незначна частина рік придатна для рекреаційно-туристичної діяльності. До таких рік відносяться в першу чергу Латориця, Уж, Терєбля. В основному вони придатні для плавання на байдарках і каное, купання, любительського рибальства.

Закарпаття багате і на озера. За способом виникнення вони поділяються на льодовикові (Бребенескул, Драгобратське, Нижнє), вулканічні (Липовецьке, Синє) та завальні (Синевир, Озірце).

Більшість з гірських озер для рекреаційних потреб не придатні переважно через низьку температуру води. Проте завдяки своїй мальовничості вони цікаві як туристичні об'єкти.

Водоспади Закарпаття, або як їх ще тут називають - водограї чи гуки, надзвичайні за своєю дивовижною красою і неповторністю, завжди приваблювали численних туристів і справляли незабутнє враження.

Найбільш відомими є: "Шигівський", "Яловий" в заповіднику "Зачарована долина" Іршавського району, "Шипот" (с. Пилипець Міжгірського району), "Скакало" (с. Чинадієво Мукачівського району), "Воєводино" (с. Тур'я Поляна), "Соловей", "Червоний партизан" (с. Лумшори) в Перечинському районі, "Тростянець" (с. Кваси), "Труфаниця" (с. Ясіня), "Білий" (с. Ділове) в Рахівському районі.

Спелеоресурси Закарпаття представлені Карпатськими печерами. В регіоні нараховуються десятки печер, проте більшість з них відкрита лише для досвідчених спелеологів, для туристів без спеціального спорядження доступні лише декілька з них. Найбільш сприятливими для розвитку

спелеології об'єктами є: карстова печера з прозорими стінами (поблизу с. Мала Уголька Тячівського району), її стіни вкриті молочно-білим прозорим кальцитом із зеленуватими натіками, які нагадують за формою чудові кам'яні квіти. Має наукове та естетичне значення карстова "Перлинова печера" (неподалік Малої та Великої Угольок), закладена у юрських мармуризованих вапняках. Крім сталактитів, на стінах утворилися численні сталактитові кульки, які блиском і красою нагадують перлини; карстові печери с. Княгиня Великоберезнянського району. Загальна довжина Карпатських карстових печер - понад 670 м.

Закарпаття належить до регіонів України з найбільш розвинутою мережею природно-заповідних територій та об'єктів. На даний час в області функціонує Карпатський біосферний заповідник, а також створено 3 національні природні парки: "Карпатський", "Синевир", "Ужанський". Крім них існують заказники, пам'ятки природи та природні парки регіонального і місцевого значення.

В історико-культурному плані Закарпаття належить до найсвоєрідніших територій не лише України, але й Європи в цілому. Тут збереглися пам'ятки історії та культури, створені українським, австрійським, румунським, угорським та іншими народами. Деякі з них мають міжнародне значення.

Пам'ятки архітектури відносяться до найбільш атрактивних в туристично-рекреаційному відношенні. Найбільша їх кількість знаходиться в Ужгороді і Мукачеві.

Пам'ятки архітектури регіону охоплюють період понад 1000 років від X до XX століття. Найбільш знаними і найстарішими замками гірських районів регіону є Ужгородський (УП-ГХ ст), Середнянський (XIII ст.), Невицький (XII-XIV ст.), Хустський (XI-XII ст.), Мукачівський (X-XI ст.), Довжанський (XV ст.), Шенборна (XIX ст.) в с. Чинадієво. З них як музейні об'єкти функціонують Ужгородський та Мукачівський замки.

Цікавими зразками архітектури є монастирські ансамблі. Найбільш привабливим у туристичному відношенні є Мукачівський (XVIII-XIX ст.).

Оцінка туристичного потенціалу Закарпаття включає в себе також аналіз умов та стану освоєння санаторно-курортної сфери області.

Лікувальна дія мінеральних джерел Карпат була відома місцевому населенню і використовувалася з лікувальною метою з давніх-давен. Ще й зараз у Закарпатті збереглися сліди давніх "купалень". У 1600 р. поблизу с. Лумшори Перечинського району на Закарпатті вже був організований лікувальний заклад, який пізніше назвали "Курорт Лумшори".

В гірських районах Закарпаття сьогодні функціонують такі відомі бальнеологічні та бальнеокліматичні курорти: Поляна, Сойми, Кваси, Синяк, Голубине, Шаян, Чинадієве, Верховина, Плоске тощо.

Природні, кліматичні та ландшафтні умови Закарпаття сприятливі для організації різноманітних за видами, формами і способами проведення активних форм відпочинку. Найбільш популярними і поширеними на сьогодні в Карпатах є гірськолижний та пішохідний туризм. Не дістали ще достатнього розвитку такі перспективні і цікаві його види як екотуризм, велотуризм, водний та кінний туризм, сільський зелений туризм тощо.

Карпатські гори ідеальні для розвитку зимових видів туризму і спорту, причому як для любителів, так і для професіоналів: гірськолижного слалому, стрибків з трампліну, сноуборду. Це практично єдине місце в Україні, придатне для облаштування гірськолижних трас і спусків за найвищими світовими вимогами і стандартами. Гірськолижний туризм набуває дедалі більшого розвитку практично у всіх областях з гірськими територіями. У Закарпатській області найбільш відомими зимовими курортами є: Воловець, Драгобрат, Міжгір'я, Подобовець, Рахів, Ясіня, на яких функціонує понад 40 витягів.

Сільський зелений туризм як альтернативна форма організованим видам відпочинку, починає набувати все більшої популярності, зокрема, у традиційних туристичних зонах Закарпаття.

На Закарпатті зупинитись на відпочинок у приватних власників можна в м. Воловець, м. Рахові, с. Ясіня, с. Синевир, с. Лазещина, с. Верхнє Водяне, с. Ужок, с. Малий Березний, с. Вишково.

Незважаючи на широкий туристично-рекреаційний потенціал Закарпаття, процес його становлення й інтенсивність освоєння перебуває на початковій стадії. Причинами такого стану є відсутність дієвої інвестиційної стратегії і неефективне реформування туристично-рекреаційного комплексу загалом.

На даний час туризм є однією з високодохідних галузей світової економіки, яка найдинамічніше розвивається та виступає в числі найважливіших чинників соціально-культурного розвитку, що сприяють підвищенню рівня і якості життя населення. Спектр виконуваних функцій туризму дозволяє використовувати його як дієвий інструмент стимулювання соціально-економічного зростання на макро- і мезорівнях господарювання. Забезпечення зростаючої ролі туризму на соціально-економічні умови функціонування Закарпатської області вимагає вирішення низки конкретних завдань, серед яких першочерговими є: оцінка ресурсної забезпеченості і туристичних можливостей регіону, виявлення унікальних об'єктів туристського інтересу, визначення напрямів розвитку ресурсної бази для досягнення бажаного соціально-економічного результату і т.д., тобто завдань, які пов'язані з управлінням туристичними ресурсами.

Складовою національної економіки України є рекреаційно-туристичний комплекс, який має всі можливості для динамічного розвитку. Закарпаття це не тільки західні ворота туриста у Європу, а й навпаки – європейський рекреант, зацікавлений у відносно дешевому відпочинку в межах дослідженої території, де 80% території займає гірський рельєф, тобто екологічно чисті території. Рациональне використання туристично-рекреаційного потенціалу Закарпаття це не тільки розвиток підприємницької діяльності, а це шлях до зменшення безробіття в сільських місцевостях, це – зростання добробуту населення, покращення їхнього

матеріального стану та поповнення коштами районного та обласного бюджетів.

Закарпатська область має унікальні ресурси (рельєф, клімат, історико-культурні пам'ятки тощо) для розвитку туризму та санаторно-курортної галузі: поєднання рівнинного і гірського рельєфу, бальнеологічні ресурси, природні та культурні атракції. Дана територія володіє багатим природно-ресурсним потенціалом, який є базисом для розвитку різних видів туризму, зокрема: рекреаційного, історико-пізнавального, релігійного, спортивного, сільського, екстремального тощо.

Одним із пріоритетних завдань у плануванні діяльності туристично-рекреаційної галузі є розвиток саме в'їзного туризму, який крім інших переваг галузі (створення нових робочих місць, розвиток місцевої інфраструктури, формування доходів місцевих бюджетів, реклама регіону), забезпечує додаткове надходження фінансових ресурсів у економіку регіону шляхом здійснення іноземними туристами додаткових видатків, які у подальшому створюють позитивний мультиплікативний ефект на велику кількість суміжних галузей регіону [70].

Закарпаття має унікальні передумови формування на ринкових засадах рекреаційно-туристичного комплексу, а саме (рис. 2.2).

Туристична індустрія Закарпаття формується на основі узгодження обсягів туристично-рекреаційного потенціалу, туристичних господарства й інфраструктури та туристичних потоків. Вона забезпечує значний внесок в економіку краю, сприяє створенню нових робочих місць, знайомить туриста з культурними, історичними надбаннями, природним середовищем. Однак її ефективний розвиток неможливий без залучення висококваліфікованих фахівців, котрі б володіли необхідним багажем знань у цій сфері, на основі яких можна приймати справді професійні рішення.

Пріоритетні сторони ресурсного потенціалу Закарпаття	Географічні	вигідне географічне положення (область є воротами України у Західну Європу) створює їй певні переваги для прискореної інтеграції в європейські структури, єдина область України, яка межує з чотирма центральноєвропейськими державами; пам'ятний знак "Центр Європи" встановлено поблизу с. Ділове Рахівського району
	Історичні	своєрідність краю, де збереглась висока культура господарювання, традиції і навички місцевого населення, що у поєднанні з близькістю країн Західної Європи створює передумови для швидкої адаптації населення до ринкових умов господарювання
	Економічні	досягнуті позитивні структурні зрушення служать вагомим передумовою для поступового економічного зростання
	Транспортні	розвинута мережа автомобільних доріг та залізниць з врахуванням зручного географічного положення може принести реальну вигоду області
	Природні	наявність унікальних природних ресурсів: мінеральних вод, лісів, значних запасів підземних і поверхневих вод, інших корисних копалин індустріального значення, ландшафтно-кліматичних зон (на Закарпатті знаходиться найбільша вершина Українських Карпат – гора Говерла (2061); бере свій початок одна з найбільших річок Європи – Тиса; єдина в Україні Долина нарцисів – поблизу м. Хуст; високогірне озеро Синевир, розташоване на висоті 989 м);
	Рекреаційні	область володіє потужним природним потенціалом для санаторно-курортного лікування та оздоровлення людей, який може перетворити рекреаційну сферу в одну з провідних галузей економіки області
	Екологічні	порівняно низький рівень антропогенного забруднення довкілля та виняткова екологічна роль Карпат на континенті сприяють позитивному іміджу області

Рис. 2.2. Передумови формування на ринкових засадах рекреаційно-туристичного комплексу Закарпаття

Статистика переконливо засвідчує, що сьогодні туризм у всьому світі є однією з найбільш високодохідних галузей господарювання, яка в сучасних умовах постійно й динамічно розвивається, сприяючи вирішенню цілого комплексу життєво важливих соціально-економічних проблем. Щорічно у світі здійснюється понад 800 млн. туристичних подорожей (стійкою є тенденція до збільшення їхньої кількості), понад 52% з яких – у межах Європи.

2.2. SWOT–аналіз стратегічних позицій DESTИНАЦІЇ на ринку гастрономічного туризму

Закарпатська область розташована на заході України, межує з країнами – членами ЄС – Польщею, Словаччиною, Угорщиною і Румунією. З півночі і сходу Закарпаття має адміністративні кордони з Львівською та Івано-Франківською областями.

Закарпатська область є однією з невеликих областей України як за площею, що становить 12,777 тис. км² (2,1 відсотка площі території України), так і за чисельністю населення – 1256,9 тис. осіб станом на 1 січня 2014 року (2,8 відсотка від чисельності населення України). Площа території регіону у 1,7 рази менша від площі середньостатистичної області України і майже у 3 рази менша від найбільшої за площею Одеської області (33,3 тис. км²) та дещо більша від найменшої за площею Чернівецької області (8,1 тис. км²).

Оскільки туристично-рекреаційна галузь має чітко виражений сезонний характер, для вироблення пропозицій та напрямків подальшого розвитку необхідно визначити пікові періоди, що забезпечують максимальну кількість відвідувачів та періоди з мінімальною кількістю відвідувачів. У 2017 році в області діяли 82 суб'єкти туристичної діяльності, з них 41 – юридичні особи та 41 – фізичні особи-підприємці. За видами туристичної діяльності, вони розподілялися наступним чином: 19 суб'єктів – туроператори (організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання

туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних і супутніх послуг), 60 суб'єктів – турагенти (посередницька діяльність із реалізації туристичного продукту туроператорів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницька діяльність щодо реалізації характерних і супутніх послуг) та 3 суб'єкти – здійснювали тільки екскурсійну діяльність.

В таблиці 2.1 наведені туристичні потоки Закарпатської області в 2000-2017 рр.

Таблиця 2.1

Туристичні потоки в Закарпатській області в 2000-2017рр. [48]

Роки	Кількість туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами всього	Із загальної кількості туристів		
		Іноземні туристи	Туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	Внутрішні туристи
2000	144775	6411	97181	41183
2001	71104	6542	20518	44044
2002	77225	6708	16675	53842
2003	91054	11339	13881	65834
2004	52569	10112	5320	37137
2005	63796	14728	7377	41691
2006	69942	11726	10011	48205
2007	72970	8985	11456	52529
2008	76965	10735	12710	53520
2009	56320	7761	9305	39254
2010	52080	8425	11423	32232
2011	21773	722	10806	10245
2012	20180	733	11792	7655
2013	19892	515	12963	6414
2014	11625	6	9815	1804
2015	10656	13	7594	3049
2016	11601	68	7939	3594
2017	14652	102	10534	4016

В 2017 році відбулось значне збільшення кількості відпочиваючих у порівнянні з попереднім роком на 26%. Протягом звітнього періоду район відвідало 14,7 тис.туристів. Суб'єктами туристичної діяльності сплачено до місцевих бюджетів усіх рівнів 1239 тис.грн., що на 791,2 тис.грн. більше показника 2016 року. Насьогодні мережа туристично-рекреаційних, готельних, санаторно-оздоровчих закладів району нараховує 19 об'єктів, в

тому числі 5 сільських садиб. Тут одночасно можуть відпочити понад 1200 осіб.

Найбільше туристів за статистичними даними з районів відвідало Свалявський, Рахівський, Хустський, Тячівський і Мукачівський райони. Наразі, заповідні та природні території досліджуваного краю відвідало за цей період близько 6 тис. осіб., та 87 тис. осіб. прийняли за цей період краєзнавчі, історичні, художні, меморіальні музеї краю.

В таблиці 2.2 наведені статистичні дані щодо кількості санаторно-курортних закладів області.

Таблиця 2.2

Санаторно-курортні та оздоровчі заклади в Закарпатській області в 2000-2017рр. [48]

Роки	Санаторії та пансіонати з лікуванням		Санаторії-профілакторії		Будинки і пансіонати відпочинку		Бази та інші заклади відпочинку		Дитячі заклади оздоровлення та відпочинку, які працювали влітку, од
	всього	у них ліжок, тис.	всього	у них ліжок, тис.	всього	у них місць, тис.	всього	у них місць, тис.	
2000	15	3,6	14	1,5	1	0,2	35	1,6	50
2001	15	3,2	13	1,1	-	-	40	1,7	55
2002	15	3,2	11	1,4	-	-	43	2,5	114
2003	15	3,1	11	0,8	-	-	43	2,5	480
2004	16	3,2	9	0,5	-	-	43	2,1	541
2005	16	3,3	8	0,4	-	-	44	2,6	489
2006	20	3,8	8	0,4	-	-	39	1,9	516
2007	22	4,1	6	0,2	1	0,1	37	2,0	552
2008	20	4,0	7	0,3	1	0,1	30	1,6	570
2009	20	3,9	7	0,4	1	0,1	28	1,5	553
2010	19	3,9	7	0,4	1	0,1	29	1,8	557
2011	20	4,2	7	0,4	1	0,1	27	1,6	569
2012	22	4,6	4	0,3	5	0,1	26	1,7	575
2013	22	5,1	4	0,3	4	0,3	26	1,6	611
2014	22	5,3	4	0,3	5	0,3	27	1,9	321
2015	21	5,3	2	0,2	4	0,2	28	1,8	333
2016	19	4,0	-	-	4	0,2	22	1,0	135
2017	19	3,9	-	-	4	0,2	19	1,0	175

Надходження туристичного збору до місцевих бюджетів області у січні-грудні 2017 року становили 2901,6 тис. грн., що на 31,9% більше порівняно з відповідним періодом попереднього року (2199,1 тис. грн.), у тому числі: туристичний збір, сплачений фізичними особами становив 1916,1 тис. грн. і зріс порівняно з відповідним періодом минулого року на 33,1%, а збір, сплачений юридичними особами відповідно – 985,4 тис. грн. та зріс на 29,8%.

Найбільші суми туристичного збору надійшли до місцевих бюджетів: об'єднаної територіальної громади с. Поляна Свалявського району – 555,4 тис. грн. (зростання на 21,1%), Берегівського району – 448,0 тис. грн. (зростання на 97,3%), м. Ужгород 357,4 тис. грн. (зростання на 26,0%), Ужгородського району – 282,7 тис. грн. (зростання на 51,6%), Міжгірського району – 208,6 тис. грн. (зростання на 46,8%).

Зростання відбулося насамперед через розвиток бальнеологічного туризму, використання наявних цілющих вод термальних і мінеральних джерел, розвиток гастрономічних фестивалів та різноманітних фестивалів, які популяризують унікальну самобутність, автентичність та колоритність області.

Протягом шести місяців 2018 року на Закарпатті зібрано 1605,2 тис. грн. туристичного збору. Це на 36,1 % більше, ніж аналогічного періоду минулого року. Найбільші суми туристичного збору у 2018 році надійшли до бюджетів Берегівського району – 347,7 тис. грн., об'єднаної територіальної громади с. Поляна (Свалявський район) – 269,8 тис. грн., м. Ужгород – 195,9 тис. грн., Міжгірського району – 117,7 тис. грн., Воловецького району – 84,9 тис. грн., Виноградівського району – 79,5 тис. грн., Ужгородського району – 75 тис. грн., Рахівського району – 66 тис. грн., міста Берегово – 62,2 тис. грн., міста Мукачево – 59,5 тис. грн., Хустського району – 56,4 тис. грн., Перечинського – 45,5 тис. грн. та об'єднаної територіальної громади с. Баранинці (Ужгородський район) – 32,2 тис. грн.

У 2017 році Закарпаття відвідали 2 млн. туристів, що є рекордним показником. Це на третину більше, ніж у 2016 році. Зросли і надходження від туристичної галузі - у порівнянні з 2016-м роком на 35%. Прослідкувати кількість міжнародних туристів, які відвідують той чи інший конкретний регіон дуже важко. Адже лише близько 30% іноземних туристів користуються послугами українських туроператорів, решта - представники неорганізованого туризму.

Аналіз туристичних потоків у межах Закарпатської області показує динамічний розвиток в'їзного туризму. Закарпаття характеризується однаковою популярністю, як у літній, так і в зимовий періоди. Піковий сезон відвідування області припадає на період святкування новорічно-різдвяних свят та цвітіння сакур навесні. Високий сезон - це січень для гірськолижних курортів та липень для кліматичних та бальнеологічних курортів. Сезон зниження туристичної активності припадає на квітень та жовтень. Так званий «мертвий» сезон на території досліджуваного краю відсутній.

Найбільше туристів побували у Берегівському, Хустському, Свалявському та Рахівському районах. Це зумовлено, насамперед, зосередженими там термальними курортами та санаторно-лікувальними закладами. Попит на Закарпаття як туристичний регіон і надалі росте.

Туроператори зазначають, що у зимовий сезон турпотік великий, навіть попри не надто сніжну зиму, усі гірськолижні закарпатські курорти працюють на повну потужність. Возять на закарпатські термали, у замки, винні підвали та дегустаційні зали туристів і з сусідньої Львівщини, де саме такими атракціями їх порадувати не можуть.

22-23 вересня 2017 року у м.Ужгород, в Ужгородському культурно-історичному центрі Совине гніздо відбулася найбільша в області Міжнародна туристична виставка-ярмарок „Турєвроцентр-Закарпаття 2017”, де район гідно представив наявний туристичний потенціал та можливості розвитку туристичної індустрії.

Кращі суб'єкти туристичної галузі презентували свої заклади на загальнорайонному стенді, це зокрема: санаторний комплекс „Деренівська купіль”, санаторно-оздоровчий комплекс „Термал-Стар” с.Н.Солотвино, готельно-ресторанні комплекси „Камелот” с.Камяниця та „Європа” с.Соломоново, готель ранчо „Золота гора” с.Барвінок, окремим рекламно-інформаційним стендом був представлений туристичний комплекс „Богольвар” ДМ „Вей Макс” с.Анталовці.

Участь у туристичній виставці-ярмарку Тур'євроцентр-Закарпаття 2017” дала можливість суб'єктам установити нові та підтримати існуючі ділові контакти, отримати інформацію про нові тенденції розвитку у сфері туризму, укласти нові угоди про співпрацю.

23 вересня 2017 в районі відбувся перший районний фестиваль "Apple Fest" (яблучний фестиваль), який проходив в с.Сторожниця. В програмі свята була представлена виставка творів декоративно-прикладного мистецтва та виробів з фруктів, ярмарка з виробами сільськогосподарських продуктів, святкова радіогазета про виробників сільського господарства району, кінна хода по селу, спортивні ігри, конкурси, вікторини, майстер-класи, гала-концерт та багато іншого.

14 грудні 2017 року в рамках даної програми був проведений семінар „Сільський туризм: з чого розпочати і як досягти успіху” учасниками якого були представники органів місцевого самоврядування, господарі сільських садиб, жителі району, які на сьогодні є безробітними. Цікавий за тематикою семінар викликав неабияку зацікавленість з боку учасників займатися діяльністю в сфері сільського туризму.

В рамках програми були виготовлені туристичні рекламні журнали під назвою „Ужгородщина туристична”, в якому максимально представлені туристично-рекреаційний потенціал району, історичні пам'ятки району, а також гастрономічні та культурні заходи району.

Частка туризму у світовому експорті товарів і послуг становить близько 13%, а в країнах ЄС – 14%. Туризм формує 8% сукупного ВВП країн

ЄС і забезпечує близько 11% їхнього економічного зростання. Кількість робочих місць у туристичній індустрії країн ЄС становить близько 12% від загальної чисельності зайнятих [76].

Тож, саме туризм часто є каталізатором, що спричиняє як активний розвиток окремих галузей економіки, так і соціально-економічний розвиток цілих країн.

Туристична галузь набуває дедалі більшого значення для розвитку економіки та соціальної сфери в Україні і в Закарпатській області зокрема, стрімко інтегрується у світову туристичну індустрію.

Пріоритетний напрям розвитку в'їзного та внутрішнього туризму є важливим чинником підвищення якості життя в Закарпатській області, утворення додаткових робочих місць, поповнення валютних запасів держави та підвищення її авторитету на міжнародній арені.

Нині актуальним в Закарпатській області є розвиток гастрономічного туризму згідно за даними звіту ЮНВТО, оскільки на теренах області наявні всі ресурси для розвитку саме цього виду туризму і створення на основі цього туристичного іміджу краю.

Закарпатська кухня – це самобутньо сформована кухня шляхом поєднання особливостей словацької, польської, угорської, чеської, румунської, німецької, кухонь, а також гуцульської, лемківської та бойківської. Історія краю зумовила тісний зв'язок з сусідніми країнами: Угорщина, Польща, Словаччина і Румунія. Тому в області проживало і досі проживає понад 30 національностей, і це зумовило симбіоз кулінарних традицій та особливостей різних народів та утворення унікальної в своєму роді Закарпатської кухні, яка поєднує в собі різноманітні страви, і в цьому відображається поєднання контрастів, смаків, а також колорит, який приваблює туристів. Тому у закарпатській кухні виділяються наступні напрямки[3]:

- угорський (гуляш, бограч, лечо, попрікаш, рокот–круплі, лоці);
- румунський (токани);

- чехо–словацький (страпочки, бухти, шпікачки, кнедлі, сегединський гуляш);
- німецький (шніцель, свинина по швабськи);
- єврейський (човлент, фарширована риба);
- ромський або циганський (гурка, свинина по-циганськи).

А також можна виділити кулінарні традиційні страви за етнічними групами (бойки, лемки та гуцули):

1. Гуцульські кулінарні особливості.

Дуже популярні мучні страви: густа, однорідна каша з кукурудзяного борошна (кулеша), вареники («пироги») з різного борошна з сиром та бринзою, картоплею та капустою, «терті плячки» (деруни). А також гостям краю запропонують апетитний студенець, соковиту гуцульську буженину, ароматну домашню ковбаску зі шкварками, печеню та неймовірно смачні м'ясні крученики.

Характерне для гуцульської кухні щедре використання приправ. Основними гуцульськими стравами є: банош, гуцульський борщ з білим буряком, росівниця, грибна зупа; гуцульські голубці, киселиця, цвіклі та шухи, гусянка; лемківські кулінарні особливості.

Автентичні назви багатьох популярних лемківських страв потребують пояснення сучасною українською мовою. Приміром, варянка – це борщ, бабка з тертими комперями – запіканка з картоплі, бандуряники – картопляні плячки, старанка – молочний суп, панцаки – ячмінна каша тощо.

2. Бойківська кухня веде свою історію ще з докнязівських часів. Наприклад, за свідченнями дослідників, традиційний пісний бойківський вівсяний хліб – ошипок, як і вар із вівсяного зерна, входив до меню ще слов'янських племен. Із давніх-давен бойки використовували в якості прянощів для страв цибулю, часник, насіння кропу, кмину, влітку – любисток, листя кульбаби, лободу, петрушку, пастернак, лавровий лист.

Серед рідких бойківських страв до нас дійшли такі назви, як бурачинка, пісний, марцьовий (тобто березневий) пшоняний і вівсяний борщі, чир (рідка

страва з кукурудзяного борошна), замішка, затирка, кіселиця, галамбець (кисіль із вівсяного борошна), розтиранка (розтертий солоний сир з водою), стиранка, галушки, росолянка, охляп, мучанка, голопас, шух, лемішка, колотнюха, тертий чир, капуста та всілякі юшки.

Ще з давніх часів бойки вправно освоїли вудження – процес приготування м'яса гарячим димом без вогню. Серед делікатесів, приготовлених таким чином – ковбаса із дикого кабана, товканець, фляки, волове (по-бойківськи – добиче) м'ясо, сало. Дослідники Бойківщини пишуть, що був хліб «разовий», «питльований», «житній». Також пекли завиванці, закрутелики, всілякі тістечка, книші, калачі, пироги, баби, медівники, сирники, перепічки, пампухи, маківники, лакітки, розторгачі, поторганики, книдлі.

Вправні вміння демонстрували бойки і при виготовленні сирів. У цьому переконують самі назви: саламаха, скажений сир, бринза, гомульки, згливілий сир, мандрик, вурда й лютий сир. До прохолоджувальних напоїв належали капустаний розсіл, кисіль, жур, поливка, квас, хамула.

Це зумовлює значний потенціал для розвитку саме гастрономічного туризму. Гастрономічні шляхи розвитку включають наступні (рис. 2.3).

Гастрономічний туристичний шлях передбачає: відвідання національних ресторанів Закарпаття на вибір гостей (угорський, словацький, німецький, польський, ромський, гуцульський, румунський, єврейський, чеський та австрійський); участь у гастрономічних фестивалях упродовж року; ознайомлення з історією та рецептурою національної кухні відповідно до сезонів; участь у приготуванні національних блюд; участь у національних святах, пов'язаних з народною гастрономією; відвідання кращих винних дегустаційних залів Закарпаття (Ужгород, Берегово); дегустацію вина, сирів, меду, наливки, палинок, настою, виготовлених за традиційними національними рецептами народів Закарпаття. Кулінарна книга Срібної землі ввібрала в себе мабуть найкращі рецепти кухонь всіх національних меншин, які тут проживають. Так, від закарпатських угорців ми запозичили бограч,

гуляш, перкельт, попрікаш, лечо, рокот-крумплі, лоці печене, румуни
 Закарпаття познайомили нас з усіма видами токанів, закарпатські словаки –
 страпачки, карбонатки, бухти; чехи – кнедлики і сегединський гуляш, німці –
 шніцелі і старовинні рецепти яловичини по-швабськи, закарпатські євреї
 поділилися рецептом човленту, печінки по-європейськи, фаршированої риби,
 від ромів нам дісталася гурка, погачі, вим'я тушковане, смажені рубці.

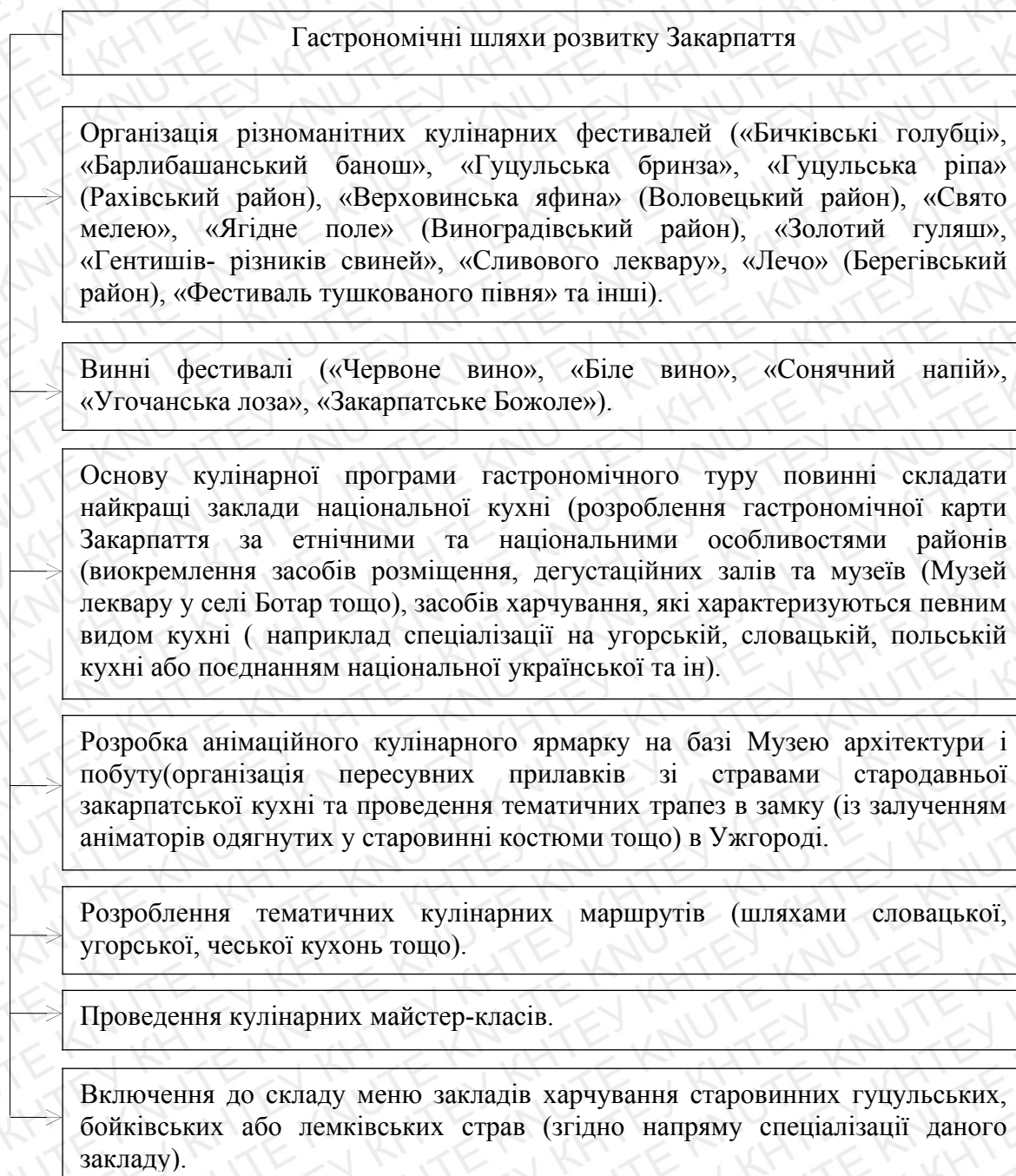


Рис. 2.3.Гастрономічні шляхи розвитку Закарпаття

Страви різних національностей пропонують в усіх районах Закарпатської області (табл.2.3).

Таблиця 2.3

Національні кухні у закладах харчування Закарпатської області [12]

Кухня	Особливості страв	Райони і ресторани для відвідування
Словацька	страпачки, карбонатки, джа- дки, стеранка, бухти, поливка часникова	ГРК «Камелот» (с. Кам'яниця Ужгородський р-ну), «Господа», «ItaliansnackPizza» (с. Сюрте Ужгородський р-ну), ресторан Унгарський (м. Ужгород)
Угорська	перкельт, попрікаш, бограч-гуляш, керезет, лечо, торгоня, банош, лоці-печене, чирке-попрікаш, шертеш-шонкаш, сегединській, боб-левеш та інші	Ресторани «Мисливська чар-да» (с. Гать Берегівський р-н), «Family», «Золота пава» (м. Берегово), «Зелі», «Гелікон», «Кулоч» (Берегівський район)
Румунська	токанаку бринза, замаку- фасоле, інгрошалакухрибе, гивеч	Ресторани «Перлина Закар-паття» (с. ШаянХустский р-н), «Sagafredo», «Діана», «Золотая роза» (м. Тячево)
Єврейська	кугл, човлент, печінка по-єврейськи, гусак смажений	Ресторан «Чарда» (с. Пийтер-фолво Виноградівський р-н), «Амур», «Бограч», «Графський двір» (м. Мукачево)
Гуцульська	домашні копченості, рибна юшка, голубці, бринза, банош, кулеша, терчіники, зупа, книглі	Ресторани: «Княжий двір», «Гагарін та бокораш» (Рахівський р-н)
Циганська	кров'янка та печінкова гурка, печінка по-циганськи, вим'я тушковане, реберця по-циганськи зі свинини	Ресторан «Романи яг» (м. Ужгород)

Отже, розвиток гастрономічного туризму є дуже актуальним у Закарпатті, яке позиціонується як одна з провідних туристських дестинацій країни. Подальшій можливості розробки гастрономічних маршрутів в регіоні сприяють такі фактори:

– етнодемографічна різноманітність (висока різноманітність, можливості поєднання декількох кухонь в одному маршруті, створюють благодатний ґрунт для створення незвичайних гастрономічних тур продуктів);

– високопродуктивне і багатогалузеве сільське господарство (розвинений АПК дозволяє проводити не тільки різноманітну, а й екологічної чистої сільгосппродукцію; є потенціал стати лідером з виробництва біопродуктів; одночасно давні традиції заняттям сільським господарством служать основою для розвитку подієвого туризму гастронома);

– сприятливі природно-кліматичні умови, в першу чергу, ґрунтово-кліматичні, які дають можливості для вирощування винограду різних сортів. Розробка гастрономічних турів дасть можливість Закарпатській області стати центром нового виду туризму.

SWOT-аналіз виявляє взаємозв'язки між ендogenous (сильні та слабкі сторони) та екзогенними (можливості та загрози) факторами, які мають стратегічне значення для Закарпатської області. Саме ці взаємозв'язки дозволяють сформулювати порівняльні переваги, виклики, ризики, і захищені аспекти розвитку області, які є основою для стратегічного вибору – формулювання стратегічних та операційних цілей розвитку в області стратегічних позицій дестинації на ринку гастрономічного туризму на довгострокову перспективу (табл. 2.4).

Відповідно до логіки SWOT-аналізу, використання сильних сторін і можливостей з метою протидії загрозам і подоланню слабких сторін, потребує розробки комплексу дій та шляхів поведінки суб'єктів управління і регулювання регіональним розвитком. Однак, сучасні складні умови, у яких опинилася як Україна загалом, так і Закарпатська область, зумовлюють гостру необхідність вибору саме проактивного, модернізаційного підходу до дій, виключаючи збереження інерційності державного управління. Таким чином, SWOT аналіз розвитку регіону як дестинації в напрямку гастрономічного туризму спрямований на встановлення чотирьох напрямів стратегічної поведінки, реалізація яких у сукупності забезпечить синергію у досягненні операційних цілей, а отже і вищу ймовірність досягнення стратегічних цілей:

1. Протягом стратегічного періоду макроекономічна ситуація нестабілізована, доходи від туризму на одному й тому самому рівні чи мають несуттєве зростання.
2. Очікується суттєвий перерозподіл податкових надходжень від туристичного збору між державою та територіями на користь останніх.

3. У найближчі роки податкове навантаження на СПД та населення не зменшиться. Можна очікувати спрощення правил ведення бізнесу у сфері гастрономічного туризму.

Таблиця 2.4

SWOT–аналіз стратегічних позицій дестинації на ринку гастрономічного туризму [10]

Внутрішні фактори	
Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>1. Рекреація та туризм традиційно є провідними сферами діяльності в регіоні.</p> <p>2. Вигідне геополітичне розташування, автомобільні, залізничні та повітряні сполучні шляхи міжнародного значення. Сприятливе географічне розташування області для залучення іноземних туристів.</p> <p>3. Багаті природно-рекреаційні ресурси регіону: лікувальні мінеральні води, лісові, ландшафтні, гідрологічні об'єкти природного заповідного фонду.</p> <p>4. Позитивна динаміка розбудови матеріально-технічної туристично-рекреаційної бази (в т. ч. сучасного рівня).</p> <p>5. Природні (насамперед лісові та водні), еколого-рекреаційні та людські ресурси.</p> <p>6. Глибокі історичні трудові традиції господарювання, розвиток народних промислів.</p> <p>7. Висока ділова активність населення.</p> <p>8. Розвинена торгівельна інфраструктура.</p> <p>9. Інвестиційна привабливість регіону.</p> <p>10. Етнічна, культурна та мовна самобутність національних меншин, їх гармонійне співіснування в межах регіону.</p> <p>11. Наявність диференційованого туристичного продукту.</p>	<p>1. Нерозвиненість соціальної та виробничої інфраструктури, низький рівень розвитку дорожньо-транспортної інфраструктури у сільській місцевості.</p> <p>2. Малоземелля.</p> <p>3. Застаріла матеріально-технічна база виробництва.</p> <p>4. Низький рівень кооперації у сфері промисловості та сільського господарства, відсутність замкнутого циклу виробництва продукції.</p> <p>5. Низька інноваційна активність підприємств, низький рівень науково-виробничої інтеграції.</p> <p>6. Нерозвиненість інфраструктури підтримки малого та середнього підприємництва.</p> <p>7. Складність доступу до кредитних ресурсів, відсутність венчурного кредитування, висока залежність від зовнішніх інвесторів.</p> <p>8. Низька експортна орієнтованість товарів власного виробництва та висока інтервенція іноземних товарів.</p> <p>9. Низька якість сервісу туристичної інфраструктури.</p> <p>10. Порушення екологічної рівноваги.</p> <p>11. Високий рівень тінізації економіки, неефективність роботи державних контролюючих органів.</p> <p>12. Відсутність затверджених в установленому порядку природних територій рекреаційного призначення, генеральних планів їх забудови та механізму освоєння територій.</p> <p>13. Недостатність системної організації інформаційно-рекламного забезпечення рекреаційного комплексу.</p>
Зовнішні фактори	
Можливості	Загрози

<p>1.Залучення європейських структурних фондів,участь у грантових програмах.</p> <p>2.Гармонізація українського законодавства з європейським.</p> <p>3.Надходження в область фінансових потоків від заробітчан.</p> <p>4.Оптимізація транспортно-логістичних схем промислових підприємств.</p> <p>5.Впровадження європейських стандартів якості продукції.</p> <p>6.Налагодження співпраці з науковими установами сусідніх держав.</p> <p>7.Участь у міжрегіональних та міжнародних ярмарках, бізнес-зустрічах, виставках.</p> <p>8.Створення при консульствах України за кордоном державних туристичних офісів.</p> <p>9.Реалізація регіональної програми розвитку туризму та рекреації.</p> <p>10.Зростання інвестиційних пропозицій щодо розбудови туристично-рекреаційних комплексів.</p> <p>11.Потенційні низько затратні можливості створення робочих місць у туризмі.</p>	<p>1.Вищий рівень доходів в інших регіонах України та за кордоном.</p> <p>2.Відтік іноземних інвестицій з області.</p> <p>3.Безповоротна міграція у інші регіони та країни.</p> <p>4.Висока конкурентність європейських ринків, складність виходу на них.</p> <p>5.Перетворення регіону на ресурсний придаток Європи.</p> <p>6.Зростання конкуренції на ринку високотехнологічної та інноваційної продукції з боку розвинених країн.</p> <p>7.Зниження зовнішнього попиту на продукцію області.</p> <p>8.Перенаправлення туристичних потоків області в інші західні регіони та країни ЄС.</p> <p>9.Підвищення вартості енергоносіїв.</p> <p>10.Нестабільність, зміна законодавчої та нормативно-правової бази.</p> <p>11.Більш привабливі умови залучення інвестицій в інших країнах, в т.ч. в суміжних країнах ЄС.</p>
--	---

4. Продовжуватиметься плавна девальвація національної валюти, що стимулюватиме приїжджати більшу кількість іноземних туристів.

5. В Україні поступово будуть впроваджені стандарти ЄС до нових туристичних послуг в Україні.

6. Інвестиційний клімат в Україні та Закарпатті, зокрема, дещо покращиться, особливо в контексті приваблення європейських інвесторів.

7. Надалі зростатимуть ціни на паливно-енергетичні ресурси, особливо для населення та комунальних підприємств. Буде спостерігатися рух до впровадження альтернативної та відновлюваної енергетики.

8. Доходи населення прогнозовано протягом стратегічного періоду будуть відносно низькими, особливо порівняно до країн-сусідів і країн ЄС у цілому, що впливатиме на міграцію людських ресурсів з регіону.

9. Поступово знижуватиметься рівень корупції та з можливістю приймати участь в прийнятті рішень зростатиме рівень довіри громадян та підприємців до державних інституцій.

10. Будуть здійснені реформи у багатьох секторах, які синергійно можуть згенерувати прискорений розвиток суспільства та економіки, зокрема розвитку ринку гастрономічного туризму.

Стратегічні цілі:

1. Розвиток людського та соціального капіталу.
2. Формування конкурентоспроможності та інноваційності туризму регіону.
3. Інтегрований розвиток сільських і міських громад та територій.
4. Забезпечення якості і безпеки довкілля та просторової гармонії.

В таблиці 2.5 досліджено стратегічну ціль – формування конкурентоспроможної інноваційної економіки в розрізі операційної цілі – розвиток туристичної та рекреаційно-оздоровчої сфери.

Таблиця 2.5

Сценарій розвитку Закарпатської області до 2020 року в сфері
гастрономічного туризму

Операційні завдання	Індикатори, одиниці виміру
1. Сприяння розвитку туризму, у т. ч. туризму історичної спадщини	1. Обсяги туристичних потоків, осіб 2. Обсяг туристичного збору, тис. грн. 3. Кількість реконструйованих об'єктів історичної спадщини для цілей туризму, од
2. Підтримка сільського і екологічного туризму, моніторинг ОСГ у сфері сільського туризму та бережливого використання природних туристичних ресурсів	1. Кількість діючих сільських туристичних садиб, у т.ч. сертифікованих, од. 2. Підтримка сільського і екологічного туризму, тис. грн.
3. Покращення супроводу і безпеки туризму	1. Кількість промаркованих маршрутів, од. 2. Створення інтерактивних карт, од. 3. Кількість провідників для гірських маршрутів, осіб. 4. Впровадження електронного супроводу для туристів, од
4. Сприяння розвитку туристичного маркетингу	1. Кількість впізнаваних брендів, од. 2. Кількість діючих інформаційно-туристичних центрів, од. 3. Кількість виставкових туристичних заходів, од. 4. Кількість промоційних туристичних матеріалів, од

За прогнозом Всесвітньої туристичної організації, до 2020 р. Україна може увійти в першу двадцятку країн із найбільш популярними напрямками

туризму. Закон України «Про туризм» розглядає цю галузь економіки як одну з найперспективніших і пріоритетних напрямів її соціально-економічного та культурного розвитку. Стратегічна мета розвитку туризму в Україні полягає у створенні продукту, конкурентоспроможного на світовому ринку, здатного максимально задовольнити туристські потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів при збереженні економічної рівноваги та історико-культурної спадщини.

Перспективним у такому контексті, на нашу думку, є розвиток гастрономічного туризму, який сприятиме відродженню національних кулінарних традицій та буде вагомим фінансовим чинником поповнення державної скарбниці й грошових доходів населення країни, яке буде задіяне в такому туристичному секторі. Адже, за оцінками фахівців, під час гастрономічних турів туристи зможуть відвідати ресторани національної кухні, взяти участь у гастрономічних фестивалях, ознайомитися з історією та рецептурою національної кухні відповідно до сезонів, взяти участь у приготуванні національних страв тощо[23].

У деяких країнах світу практикуються культу їжі та ритуали з нею, що теж приваблює туристів. Проте слід пам'ятати, що за християнськими традиціями насичення черева для задоволення й надмірне переїдання та насолодження їжею є значним гріхом. На нашу думку, не потрібно переводити процес споживання їжі та задоволення своїх смаків у культ або доводити свій душевний та тілесний стан до постійної пристрасті смачно або вишукано поїсти. В усьому потрібно дотримуватися міри та золоті середини. Процес споживання їжі не повинен домінувати над духовним станом людини. Тому, рушаючи у гастрономічний тур, християнам слід було б дотримуватися давніх українських традицій та у разі необхідності – підтримувати святий піст та установлених церковних правил щодо недопущення вживання заборонених церквою продуктів харчування, наприклад м'яса здохлих тварин, вживання страв із крові тощо.

Кулінарна мапа Україниє достаньо різноманітна. Нині в Закарпатті налічують багато гастрономічних фестивалів: вина, сиру, дерунів, сала, карпа, тушкованого півня, вареників, шашлику, шоколаду, полуниці, березового соку, кавуна, хліба тощо. Найбільшими з них є наступні (табл. 2.6).

На Закарпатті презентували «Гастрономічний туристичний шлях», розроблений кафедрою туризму Ужгородського національного університету та туристично-інформаційним центром Закарпаття, який представляє традиційні страви Закарпаття, кухню національних меншин, гастрономічні фестивалі і заклади, в яких їх найкраще за всіх готують. Відповідно турист може вибрати русинський, угорський, циганський, німецький, єврейський, румунський, словацький гастрономічний маршрут.

Таблиця 2.6

Найбільші гастрономічні фестивалі в Закарпатській області

Назва фестивалю	Місце проведення в регіоні дослідження
Гастрономічний фестиваль "Біле вино"	м. Берегово
Фестиваль ріп'янки	с. Колочава
Фестивалі леквару в Берегівському районі	с. Геча
Гастрономічний фестиваль «Червоне вино»	м. Мукачево
Гастрономічний фестиваль «Конкурс різників свиней – гентешів»	с. Геча
Гастрономічний фестиваль вина та меду «Сонячний напій»	м. Ужгород
Гастрономічний фестиваль чорниць «Верховинська яфіна»	с. Гукливе
Гастрономічний фестиваль «Гуцульська бринза»	м. Рахів
Гастрономічний фестиваль «Золотий гуляш»	с. Мужієво
Гастрономічний фестиваль молодого вина «Закарпатське Божоле»	м. Ужгород
Фестиваль бограча в Косино	комплекс «Термальні води Косино»

Нині Україна має низку гастрономічних заходів, що створює передумови для розвитку гастрономічного туризму, який має свої особливості у регіональному аспекті. Зокрема, Західна Україна дуже любить бануш, бограч, чанахи, книші тощо. Слід зазначити, що гастрономічний туризм на сучасному етапі активно розвивається в Україні не

тільки традиційними способами, але і за допомогою організації різних арт-заходів, що дозволяють популяризувати не тільки національну кухню, але і кухню інших країн світу. Зокрема, у 2016 році Укрінформ запустив проект «Їли-пили-2016», присвячений гастрономічним фестивалям України, що сприяв розвитку не тільки організаторів цих заходів, але і дозволив туристам отримати більше інформації про ці заходи (місце, вартість, як доїхати)[44].

Туристи приїжджають на Закарпаття, тому що їм подобаються гори. Але не подобаються дороги. Отже, необхідно позиціонувати регіон так, аби привертати увагу до гір та відволікати від поганих доріг. Туристів саджають на позашляховики чи інший транспорт, що нівелює погане враження від доріг.

Чинник, який відіграє ключову роль для залучення туриста, – позиціонування бренду «Закарпаття», який повинен спрямовуватись на дві цільові аудиторії: туристи та заклади туристичної сфери регіону.

2.3. Ефективність регіональних маркетингових програм просування гастрономічних турів на міжнародний ринок

Система маркетингу - це складна система, яка включає широкий комплекс програм по створенню, веденню і реалізації найбільш ефективної діяльності підприємства на ринку.

Цільова спрямованість маркетингу залежить від типу фірми (туроператор, турагент) і базується на колі тих проблем, які необхідно вирішити як в найближчій, так і в далекій перспективі.

Причинами розробки регіональних маркетингових програм просування туристичних турів на міжнародний ринок є:

1. Фактично, повний занепад туристичної галузі періоду СРСР та відповідно, об'єктів відпочинку, які була орієнтовані здебільшого на внутрішнього споживача.

2. Наявні туристичні об'єкти та зони відпочинку краю, які виникли в останні 25 років, як правило, потерпають від занедбаності/відсутності: доріг та інших комунікацій (якісний зв'язок та Інтернет), належного сервісу з боку перевізників, туристичного супроводу (екскурсоводи, гіді, перекладачі тощо).

3. Туристичний супровід «бідний» на екскурсії та подорожі, а також на незадовільну презентацію своїх пропозицій, через мережу Інтернет та в соціальних мережах.

4. Презентація туристичних можливостей краю на міжнародних форумах, особливо за кордоном, як-то: семінари, конференції, виставки тощо, епізодична й несистемна.

5. Щорічне зростання сум коштів від курортного (туристичного) збору, про який регулярно інформують чиновники туристичної сфери краю, є лише підтвердженням того що: курс долара США (в перерахунку за який купуються тури та заїзди за кордон) до вітчизняної валюти та, відповідно, здороцання послуг по проживанню, харчуванню тощо за кордоном, а також, візові перепони є основною складовою наповнюваності місцевих туристичних об'єктів.

Саме усунення вищевказаних та інших причин й дозволить наблизитись до реальної відповіді на питання: чому туристичний потенціал краю не стає індустрією.

Одним із найбільш важливих чинників, який варто враховувати при розробці якісного туристичного продукту, є злагоджена та ефективна система маркетингових заходів.

Маркетингові програми укладаються на рівні районів Закарпатської області, а також на рівні обласного центру.

Програми розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2011-2015 роки, а також на 2016-2020рр. (Додатки В, Г, Д) були спрямовані на розв'язання істотних проблем розвитку туризму і діяльності курортів на території області, покращення туристичної привабливості Карпатського

регіону на міжнародному туристичному ринку, підвищення ефективності заходів, спрямованих на збільшення туристичних потоків у Закарпатську область. Серед заходів програм – формування регіональної мережі туристично-екскурсійних маршрутів, розроблення і впровадження на державному рівні механізму їх утримання, розширення атракційності туристичного продукту регіону, створення нових робочих місць [53, 54].

Згідно з державною стратегією регіонального розвитку, доцільним є розвиток курортно-рекреаційної сфери (комплексу) у Закарпатській області, яка згідно з методикою оцінки отримала 2 бали. Регіональні програм розвитку туристичної галузі в Україні, зокрема в Закарпатті, відповідають цілям та завданням «Стратегії розвитку туризму і курортів» та «Концепції Державної цільової програми розвитку туризму і курортів» (табл. 2.7)[55].

В таблиці наведені вибіркові дані з програм. Оцінку програм розвитку туристичної галузі за структурною відповідністю в регіоні можна охарактеризувати таким чином: за критерієм «Оцінка стану програми» в програмі було здійснено характеристику та аналіз стану, структури, потенціалу, економічних і соціальних процесів; в програмах її розроблювачами було наведено мету та завдання відповідної програми; присутні заходи та контроль над їх виконанням, а також наявне ресурсне забезпечення; за критерієм «Очікувані результати» передбачене фінансування з різних джерел, не заборонених законодавством.

Таблиця 2.7

Оцінка регіональної програми розвитку туристичної галузі в Закарпатті

Критерії	Компоненти						І	н
	Доцільність	Узгодженість по рівнях ієрархії	Структурна відповідність	Наукова обґрунтованість	Практична реалізованість	Змістовність		
Мета	2	2	2					
Завдання		1	2					
Оцінка стану			2	1				

Визначення проблеми			1	2			
Пріоритети			1	1			
Заходи			2		2		
Ресурсне забезпечення			2		2		
Наявність конкретних проектів						1	
Наявність строків виконання програми					2		
Наявність реальних джерел фінансування					2		
Очікувані результати			2	1			
Контроль			2				
Оцінка	2,0	1,5	1,78	1,25	2,0	1,0	1,588 (5-6 ранг)

За оцінкою програм розвитку туристичної галузі в Закарпатській області за науковою обґрунтованістю вона має рівень нижче середнього.

За практичною реалізованістю регіон дослідження має у своїх наявних матеріалах перелік конкретних заходів, відповідальних виконавців, містяться конкретні строки виконання програми.

За результатами проведення етапів оцінки програм розвитку туристичної галузі за допомогою середньоарифметичної визначено їх загальну інтегральну оцінку якості – середній рівень.

Отже, за результатами інтегральної оцінки якості регіональних цільових програм розвитку туристичної галузі в Україні можна стверджувати таке: найбільш якісно сформовані відповідні цільові програми у Івано-Франківській – 1,958 (1-е місце), Львівській – 1,792 (2-е місце) та Одеській – 1,773 (3-тє місце) областях, а найменш якісно у Запорізькій – 1,427 (10-е місце), Рівненській – 1,463 (9-е місце) та Полтавській – 1,565 (8-е місце) областях. Досліджувана Закарпатська область займає 5-6 місце (ранг), розділивши це місце з Черкаською областю.

Останнім часом туристично-рекреаційна галузь Закарпаття набуває дедалі вагомішого значення для соціально-економічного розвитку краю, стрімко інтегрується у загальноукраїнську та європейську туристичну індустрію. Саме тому в цьому напрямку метою органів влади Закарпаття постає промоція транскордонного туризму в регіоні як в унікальному

просторі культурно-історичної спадщини. Пріоритетними територіями розвитку туризму в Закарпатській області визначено: Боржавські полонини (Воловецький та Міжгірський райони), полонина Драгобрат (Рахівський район), полонина Руна (Перечинський район) та територія Синяк (Мукачівський район). Стратегічною метою навчальної та наукової діяльності туризму в Закарпатті стало формування нової висококультурної та освіченої генерації кваліфікованих фахівців туристичної галузі та розробка нових туристично-рекреаційних продуктів Карпатського регіону, зокрема туристичного бренду “Карпати”.

Організаційну структуру транскордонного співробітництва у сфері туризму перш за все формують органи влади та місцевого самоврядування Закарпаття. Серед них управління зовнішньоекономічних зв'язків, інвестицій та транскордонного співробітництва, відділ туризму та курортів департаменту житлово-комунального господарства облдержадміністрації, постійна депутатська комісія обласної ради з питань розвитку туризму та рекреації, управління (відділи) з питань туризму місцевих органів влади та місцевого самоврядування. Завдяки спільній ініціативі громадського сектору та регіональних органів влади, було створено комунальне підприємство «Агентство регіонального розвитку та транскордонного співробітництва «Закарпаття» Закарпатської обласної ради» серед пріоритетів функціонування якого виділялося ініціювання чи підтримка проектів, спрямованих на розвиток взаємовигідної співпраці через кордони у регіоні Карпат.

Серед партнерів обласної влади у сфері туризму активно виділяються такі громадські організації та державні інституції, як Асоціація туристичних підприємств області, обласний Центр розвитку сільського туризму, обласний осередок Федерації спортивного туризму, фундація регіональних туристичних ініціатив «Туревроцентр», Спілка приватних виноградарів і виноробів Закарпаття та ін.

На особливу увагу в програмах просування привабливості індустрії гостинності регіону заслужують гастрономічні / продуктові фестивалі, які не тільки привертають увагу та просувають місце їх проведення, а також є поширеним способом просування товарів та послуг на регіональних та галузевих ринках. Завдяки масовому характеру та наявності культурної програми формується та розвивається імідж окремого регіону, міста, і, безумовно, компаній,

що представляють свій
продукт

На особливу увагу в
програмах просування
привабливості індустрії
гостинності регіону заслу-
говують гастрономічні /
продуктові фестивалі, які не
тільки привертають увагу та
просувають місце
їх проведення, а також є
поширеним способом
просування товарів та послуг
на регіональних та галу-
зових ринках. Завдяки
масовому характеру та
наявності культурної
програми формується та
розвива-

ється імідж окремого регіону, міста, і, безумовно, компаній, що представляють свій продукт

На особливу увагу в програмах просування привабливості індустрії гостинності регіону заслуговують гастрономічні тури / продуктові фестивалі, які не тільки привертають увагу та просувають місце їх проведення, а також є поширеним способом просування товарів та послуг на регіональному та галузевому ринках. Завдяки масовому характеру та наявності культурної програми формується і розвивається імідж Закарпаття і, безумовно, компаній, що представляють свій продукт.

У рамках проекту «Карпатський туристичний шлях» Грантова Угода №HUSKROUA/1001/013, 07.06.2012, який реалізується у рамках Програми транскордонного співробітництва ЄСП Угорщина-Словаччина-Румунія-Україна, лежить найсучасніший досвід сусідніх країн щодо розвитку туристично-рекреаційної галузі, започаткування та поглиблення партнерства у галузі туризму. До створення механізму були залучені найкращі експерти туристичної галузі з Угорщини, Румунії, Словаччини та України. Концепція транскордонної туристичної мережі покликана створити платформу просування регіональних туристських продуктів, що розроблені у відповідності з цілями внутрішнього та міжнародного в'їзного турпотоків. Вона містить систему поглядів на зміст, принципи та основні напрямки формування об'єднання суб'єктів індустрії туризму, як найбільш ефективної форми інтеграції та співробітництва регіону.

В таблиці 2.8 відображені ресурси регіону, спрямовані на реалізацію маркетингових програм в галузі туризму.

Таблиця 2.8

Фінансування регіональних маркетингових турпрограм Закарпатської області, тис.грн.

Показники	2016	2017	2018	2019	2020
Обсяг коштів обласного бюджету, залучений на виконання програм	1608	1755	1842	1869	1960

Задля своєчасного інформування гостей та мешканців Закарпаття про проведення культурно-масових заходів, в області затверджено розпорядження голови облдержадміністрації «Про план проведення туристичних заходів Закарпатської області на 2018 рік» та виготовлення довідника „Календар туристичних подій Закарпаття на 2018 рік»[58]. Відповідно до зазначеного розпорядження, райдержадміністраціям, міськвиконкомам, громадським організаціям, ОТГ та іншим організаторам культурно-масових дійств, рекомендовано дотримуватись зазначеного плану.Із календарем туристичних подій можна ознайомитись в ДодаткуЕ [18].

Розпорядження голови Закарпатської обласної державної адміністрації від 23.02.2018р.№ 108 «Про план заходів з реалізації у 2018 році Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» прийнято за рядом напрямків – безпека туристів, розвиток туристичної інфраструктури, розвиток людських ресурсів, маркетингова політика розвитку туризму та курортів Закарпатської області.

Протягом року здійснюється моніторинг основних показників розвитку туристично-рекреаційної галузі та готельного господарства.

На даний час частина закладів знаходиться в стадії реконструкції та розбудови з метою створення належної матеріально-технічної бази та створення сучасних умов для відпочиваючих.

Протягом останніх років здійснюється реалізація масштабних інвестиційних проектів: санаторного комплексу „Деренівська купіль” ти готельно-санаторного комплексу „Термал-Стар” с.Н.Солотвино. В

даних санаторно-курортних закладах ефективно використовуються термальні (мінеральні) води, які є привабливою складовою для відпочиваючих.

Ефективна маркетингова політика краю дасть можливість проінформувати велику кількість потенційних туристів, зробити промоцію можливостей району, залучити місцеве населення до підприємництва в сфері туризму. Найважливішими аспектами проведення вдалої маркетингової кампанії є:

1. Вивчення туристичного ринку та попиту на туристичний продукт, визначення цільової аудиторії. Це дасть можливість визначити найбільш цікаві та затребувані туристичні атракції, визначить рівень сервісу та стимулюватиме визначення пріоритетних напрямків розвитку туризму.

Шляхи виконання:

- проведення анкетування гостей міста (заклади розміщення та харчування, рекреаційні та культурно-розважальні установи);
- здійснення опитування місцевого населення;
- співпраця з бізнесовими структурами та громадськими організаціями.

2. Створення єдиної інформаційної системи, що спростить доступ до інформації, дасть можливість залучити більшу кількість відвідувачів, сприятиме залученню інвестицій, відкриє вхід у світову мережу з місцевим туристичним продуктом.

Шляхи виконання:

- формування системи збору, накопичення, поширення та обміну туристичною інформацією;
- паспортизація об'єктів туристичної інфраструктури;
- створення єдиної бази даних;
- розроблення та запуск веб-сторінки з розміщенням всієї доступної інформації;
- включення місцевої інформаційної бази в українську та міжнародні мережі.

3. На основі наявних ресурсів розробка туристичного продукту та удосконалення вже існуючого. Як результат - цілісний та конкурентоздатний продукт, що може завоювати як вітчизняний так і міжнародні ринки, розширення цільової групи та залучення тих категорій громадян, які раніше не брали активної участі в туристичній сфері.

Шляхи виконання:

- співпраця з вітчизняними та закордонними туристичними і культурно-просвітницькими організаціями, використання їх досвіду та напрацювань;
- обмін досвідом через проведення спільних заходів, зустрічей, семінарів та конференцій.

4. Розробка бренду території через створення впізнаваного та привабливого символу (символів) району, як орієнтир при виборі туристами атракцій та місць відпочинку, підвищення значимості району, залучення більшої кількості гостей.

Шляхи виконання:

- аналіз об'єктів, які можна використати для брендингу;
- розробка впізнаваного символу та розміщення його на інформаційній продукції;
- проведення рекламної кампанії з презентаціями символу та розробленням ряду рекламних акцій та заходів;

5. Промоціювання розробленого туристичного продукту, в результаті чого очікується підвищення інтересу до туристичної продукції району та залучення більшої кількості гостей, формування сприятливого іміджу регіону.

Шляхи виконання:

- створення тематичних передач та повідомлень на радіо та інших ЗМІ та web-ресурсах;
- встановлення рекламних інформаційних біг-бордів;

- активна участь у всеукраїнських та міжнародних виставках туристичних ярмарках;
- підготовка, друк і розповсюдження серії рекламно-інформаційних довідників та путівників, карт, роздаткового матеріалу у вигляді ліф лет, брошур, флаєрів на кількох мовах (українська, російська, англійська, угорська, румунська).

6. Контроль за проведенням маркетингової кампанії – достовірна та повна інформація по ресурсах регіону та їх відповідності вимогам поставлених споживачами послуг туризму.

Шляхи виконання:

- моніторинг проведених заходів;
- відгуки гостей міста та місцевих жителів;
- координація діяльності туристичних Інтернет сайтів, блогів, які діють в районі (кількість відвідувачів та їх відгуки).

Отже, основними проблемами розвитку туристичної дестинації в Закарпатті є:

- відсутність логотипу туристичного регіону «Закарпаття»;
- відособленість суб'єктів туристичного ринку, зокрема гастрономічного туризму;
- відсутність комплексних рекламних кампаній;
- слабка комунікаційна доступність перспективних для освоєння в туристично-рекреаційних цілях територій (незадовільний стан доріг, відсутність електрифікації, телефонізації);
- відсутність достатньої кількості кваліфікованих кадрів та спеціалізованих закладів освіти по їх підготовці;
- недостатньо розвинена сервісна інфраструктура територій та інфраструктура галузі;
- відсутність законодавчо встановленого механізму реєстрації особистих селянських господарств, які надають послуги у сфері сільського зеленого туризму.

Задачі, які мають бути вирішені:

- створення якісного сувенірного наповнення, для чого потрібно проводити маркетингове дослідження;
- необхідно демонструвати, що бренд Закарпаття уособлює цінності і цілісність регіону;
- розробка еко-гастрономічних турів.

Отже, із розвитком гастрономічного туризму не тільки буде досягнутий економічний розвиток регіону внаслідок залучення туристів, але й забезпечення збереження автентичних традицій та культурних особливостей Закарпатської області, а також залучення місцевих пам'яток в туристичну діяльність та розроблення анімаційних гастрономічних програм, які будуть проведені всередині історичних монументів задля збільшення їхньої атракційності та власне формування туристичного іміджу регіону.

Висновки до розділу 2

Ресурсний потенціал Закарпаття, що позитивно впливає на розвиток туризму в Закарпатській області, включає вигідне географічне положення, своєрідність історичної спадщини, економічний розвиток регіону, розгорнута транспортна мережа, природно-рекреаційні фактори (лікувальні мінеральні води, лікувальні грязі та озокерит тощо), екологічні складові (відносно низький рівень забруднення довкілля).

Проведений свот-аналіз показав, що найкращою стратегією розвитку для Закарпатської області є стратегія розвитку туризму та рекреації.

Розвиток гастрономічного туризму в Україні є пріоритетним напрямком національної економіки, культури та туризму взагалі, важливим фактором підвищення міжнародного престижу країни, джерелом соціально-

економічного розвитку регіонів, важливою умовою збереження історико-культурної спадщини. Основною проблемою розвитку гастрономічного туризму є відсутність фінансування з боку держави і підтримці за рахунок законів і програм. Виконання дій у комплексі щодо перспектив розвитку гастрономічного туризму в Україні сприятиме зростанню кількості іноземних туристів, а також збільшенню обсягів внутрішнього туризму.

Були проведені маркетингові дослідження розвитку кулінарного туризму в Україні. Доведено, що внутрішній гастрономічний туризм – це перспективний напрям, який потребує розвитку, що значну роль у розвитку кулінарного туризму відіграють гастрономічні свята і винні фестивалі. Установлено, що фірмові страви регіону мають вплив на вибір місця відпочинку, а задоволення туристичного попиту і подальший розвиток гастрономічного туризму переміщуються у площину формування нових турпродуктів, що дуже важливо цікаво «упакувати» і представити споживачеві.

Програми розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2011-2015 роки, а також на 2016-2020рр. були спрямовані на розв'язання істотних проблем розвитку туризму і діяльності курортів на території області, покращення туристичної привабливості Карпатського регіону на міжнародному туристичному ринку, підвищення ефективності заходів, спрямованих на збільшення туристичних потоків у Закарпатську область. Регіональні програм розвитку туристичної галузі в Україні, зокрема в Закарпатті, відповідають цілям та завданням «Стратегії розвитку туризму і курортів» та «Концепції Державної цільової програми розвитку туризму і курортів». За оцінкою програм розвитку туристичної галузі в Закарпатській області за науковою обґрунтованістю вона має рівень нижче середнього.

Основними проблемами розвитку туристичної дестинації в Закарпатті є відсутність логотипу туристичного регіону «Закарпаття», відособленість суб'єктів туристичного ринку, зокрема гастрономічного туризму, відсутність комплексних рекламних кампаній, слабка комунікаційна доступність

перспективних для освоєння в туристично-рекреаційних цілях територій, відсутність достатньої кількості кваліфікованих кадрів та спеціалізованих закладів освіти по їх підготовці, недостатньо розвинена сервісна інфраструктура територій та інфраструктура галузі, відсутність законодавчо встановленого механізму реєстрації особистих селянських господарств, які надають послуги у сфері сільського зеленого туризму.

Задачі, які мають бути вирішені – створення якісного сувенірного наповнення, для чого потрібно проводити маркетингове дослідження, необхідно демонструвати, що бренд Закарпаття уособлює цінності і цілісність регіону, розробка еко-гастрономічних турів.

Розвиток гастрономічного туризму є дуже актуальним у Закарпатті, яке позиціонується як одна з провідних туристських destinations країни. Подальшій можливості розробки гастрономічних маршрутів в регіоні сприяють такі фактори як етнодемографічна різноманітність, високопродуктивне і багатогалузеве сільське господарство, сприятливі природно-кліматичні умови. Розробка гастрономічних турів дасть можливість Закарпатській області стати центром нового виду туризму.

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ДЕСТИНАЦІЇ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

3.1. Стратегічні завдання розвитку гастрономічного туризму Закарпаття в системі світового туристичного простору

Стабільна позитивна динаміка розвитку туризму у світовому масштабі, його значний вплив на зайнятість населення, формування малого і середнього бізнесу, сприяння соціально-економічному розвитку регіонів дає підстави розглядати туристичну галузь як важливий чинник відновлення національної економіки України, реформування транспортної, комунальної,

інформаційної та сервісної інфраструктури, удосконалення інвестиційної та соціальної політики. Одним із перспективних напрямів розвитку ринку туристичних послуг є гастрономічний туризм.

Проблемні питання та пропозиції:

1. Закарпаття є свосередними „воротами” до чотирьох держав Європейського Союзу, проте сьогодні гостро відчувається недостатність фінансування для розбудови дорожньої інфраструктури. Обласний бюджет не в змозі самостійно вирішити питання прокладання якісних доріг до основних туристичних та рекреаційних зон. Пропонується включити Закарпатську область до „дорожнього експерименту”, який передбачає перерозподіл коштів від перевиконання надходжень по митниці та внести відповідні зміни до Бюджетного Кодексу.

2. Туристичний збір повинен стати цільовим податком. Рекомендується прискорити розгляд у Верховній Раді України законопроекти з реєстраційними №№ 2502а та 2503а (щодо туристичного збору).

3. На території Закарпаття термінового вирішення потребує питання щодо легалізації виноробства. Рекомендуємо прискорити розгляд у Верховній Раді України проект закону під №2739, який дозволить вирівняти на ринку конкуренцію виноробства та дасть можливість малим виноробам стати учасниками цього ринку.

До Кабінету Міністрів України:

1. На виконання Закону про Державний бюджет України на 2018 рік внести на розгляд Верховної Ради України пропозиції щодо змін до Бюджетного кодексу України щодо розподілу між місцевими бюджетами акцизного податку з реалізації суб'єктами господарювання роздрібною торгівлі нафтопродуктів, скрапленого газу, речовин, що використовуються як компоненти моторних палив, палива моторного альтернативного, з наступним спрямуванням відповідних надходжень на будівництво, ремонт та реконструкцію автомобільних доріг, передбачивши набрання чинності такими змінами з 4 кварталу 2018 року.

2. Відкрити міжнародний пункт пропуску “Лубня-Волосате” (Польща-Україна, Закарпатська область, Великоберезнянський район). До Міністерства освіти і науки України: потребує змін система підготовки кадрів. Варто розробити стандарти вищої освіти за спеціальностями „Туризм”, „Готельно-ресторанна справа”, „Екскурсійна діяльність” та інших, за якими здійснюється підготовка фахівців для сфери туризму за відповідними рівнями вищої освіти.

До Міністерства економічного розвитку та торгівлі України:

1. На загальнодержавному рівні невизначеним залишається питання щодо розробки кваліфікаційних вимог для всіх фахівців туристичного супроводу. Рекомендується в найближчий час, спільно із зацікавленими організаціями, розробити такі вимоги.

2. Акцентувати увагу на питанні розвитку гастрономічного туризму та розробленні системних заходів з його популяризації.

До Міністерства екології та природних ресурсів України:

1. Ініціювати збільшення площі заповідних територій у Закарпатській області, зокрема НПП „Зачарований край”, що сприятиме активізації розвитку екологічного туризму.

2. Невирішеною залишається проблема безсистемного масового вирубування лісів. Доглядати ліс потрібно, але бездумність у таких діях вкрай негативно впливає на життя людей в цілому, у тому числі відображується і на розвитку туризму, враховуючи той факт, що частина туристичних шляхів пролягає територіями лісового фонду.

До Міністерства закордонних справ України:

1. Відновити представництво МЗС України в Закарпатській області, зважаючи на близькість до чотирьох європейських держав та необхідність підтримки дружніх відносин з державами Європейського Союзу.

До ПАТ „Укрзалізниця”:

1. Сприяти збереженню вузькоколієк на території України та позиціюванню їх як важливих елементів туристичних маршрутів, розробивши концепцію їх розвитку.

2. Ініціювати рух потягів підвищеного комфорту типу „Інтерсіті” до Закарпатської області, з метою покращення транспортного сполучення за маршрутом Київ - Ужгород.

3. Відновити рух потягу “Ужгород-Чернівці” як туристично важливого транспорту, що сприяє промоції туристичного продукту Карпатського регіону.

Планується, що в наступному році на Закарпатті з’являться нові маршрути між областями — умовна назва “Закарпаття та околиці” — із Львівською та Івано-Франківською областю. Також очікується, що в Карпатах зростатиме популярність активного гастрономічного туризму. У цьому сенсі на Закарпатті є що запропонувати (від парапланеризму, кінних походів, до звичайних велосипедних турів і сплавів). У 2018-му з’являться і нові дегустаційні зали та гастрономічні тури, що дозволить формувати культуру споживання місцевих продуктів. Працює гастрономічний маршрут «Смак українських Карпат», який об’єднає чотири області України. У цьому сенсі добре працюють нові територіальні громади — туризм у перспективі збільшуватиме надходження податків до місцевих бюджетів.

Існують проблеми на цьому ринку, найперше — дається взнаки плінність кадрів. Міграція спричинила серйозний відтік закарпатців, що у свою чергу впливає на якість послуг і стабільність роботи підприємств індустрії туризму. Є проблеми і з логістикою: «Укрзалізниця» не хоче зрозуміти, що туристи, які подорожують країною, є її прямими інвесторами, а не просто користуються послугами. У Києві не готові визнати, що тури з центру в Карпати не закінчуються у Львові, ще є Закарпаття. Відсутнє нормальне залізничне сполучення між обласними центрами: Ужгород — Івано-Франківськ-Чернівці. А також проблематичним є стан закарпатських доріг, якими возять мільйони туристів.

У 2018 році заплановано ремонт 46 доріг обласного значення. Тому очікується покращення їх стану. Обласна державна адміністрація спільно з компанією „MyProfi” проводить маркетингове дослідження для отримання реальних показників щодо кількості очікуваних туристів, які відвідують область з метою відпочинку.

У рамках реалізації заходів Програми розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2016 – 2020 роки, результати дослідження буде використано як основу для розроблення та просування туристичних продуктів, які зацікавлять туристів та сприятимуть продовженню терміну перебування в області та збільшенню витрачених коштів за надані послуги тощо. Разом з тим очікується, що внаслідок проведеного дослідження «Моніторинг туристичних потоків на території Закарпатської області та просування туристичного бренду Закарпатської області» буде розроблено платформу бренду «Закарпаття – земля, наближена до неба»; визначено методикку обліку туристичних потоків, з метою отримання реальних показників; визначено цільові туристичні ринки, з метою проведення workshop, участі в регіональних туристичних виставках, друку в спеціалізованих виданнях за рахунок коштів обласного бюджету тощо; здійснено аналіз щодо розвитку туристичної інфраструктури вздовж автомобільних доріг Закарпатської області, зокрема будівництва туристичних зупинок і стоянок; запропоновано шляхи підвищення якості надання туристичних послуг за формулою відповідності «ціна – якість».

Цільова аудиторія дослідження – туристи, суб'єкти туристичної діяльності та жителі Закарпатської області. Перспективними планами санаторного комплексу «Деренівська купіль» є в 2018 році відкриття SPA-готелю та унікального оздоровчого бальнеологічного центру на основі лікувальних термальних вод, який включатиме: 4-зірковий готель на 125 номерів, обладнаних відповідно до найвищих міжнародних стандартів; сучасну лікувально-діагностичну базу; просторий ресторан; конференц-зал; тренажерний зал та багато інших можливостей для відпочинку.

Черговим етапом у 2020 році заплановано відкриття 5-зіркового готелю рівня Deluxe. Розвиток маркетингової політики гастрономічного продукту Закарпаття:

1. Посилення зв'язку між виробником і споживачем туристичного продукту.
2. Ознайомлення раніше встановленого кола споживачів з новим продуктом або послугою шляхом повідомлення детальних даних про якість, ціну, місце проведення гастрономічних фестивалів та тематичних культурно-масових заходах, тощо.
3. Виділення рекламованого гастрономічного продукту з великої кількості аналогічної продукції, що пропонується конкуруючими туристичними фірмами.
4. Підтримка високого рівня попиту на раніше рекламований гастрономічний продукт.

Департамент економічного розвитку і торгівлі Закарпатської облдержадміністрації оголошує конкурс з визначення програм (проектів, заходів), розроблених інститутами громадянського суспільства у сфері туризму та курортів, для виконання (реалізації) яких надається фінансова підтримка за рахунок коштів обласного бюджету у 2019 році.

3.2. Формування мережі еко-гастрономічних маршрутів на території області

Є ряд базових принад туристичної галузі, тобто «кити» на яких варто зосередити основну увагу – активний туризм, бальнеологічний туризм, гастрономічний та зелений туризм, подорожі культурними та історичними пам'ятками. На рисунку 3.1 наведені напрямки розвитку еко-гастрономічного туризму та диверсифікація турпродуктів Закарпаття.

Мета – створити сприятливі умови для прискореного економічного зростання туристичної індустрії Закарпаття, забезпечення необхідних об'ємів та надійності інфраструктурних послуг

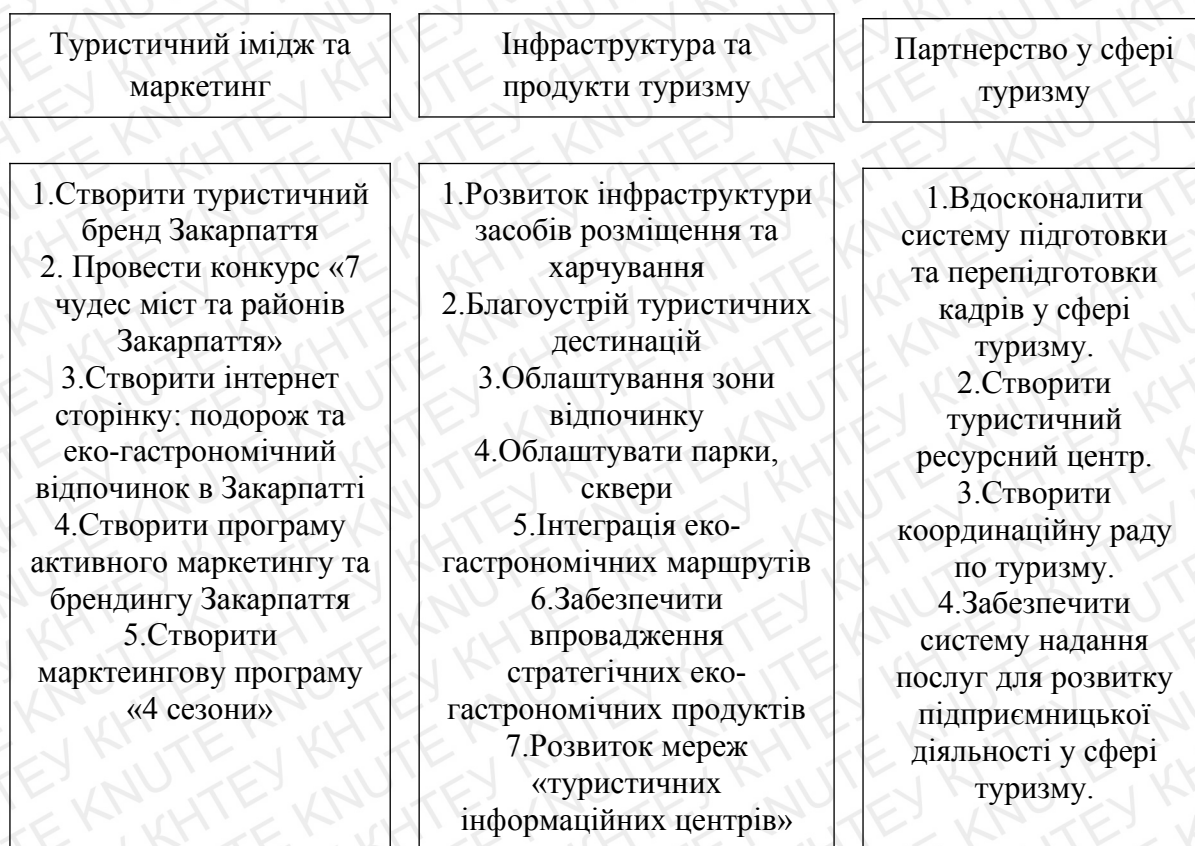


Рис. 3.1. Розвиток еко-гастрономічного туризму та диверсифікація тур продуктів Закарпаття

Задача фахівців – сформувати візуальний образ бренду «Закарпаття», який буде викликати у людей неповторні та стійкі асоціації. Головна мета – чітке позиціонування унікальних продуктів та послуг підприємств індустрії туризму Закарпаття на ринку України, Росії, Білорусії, країн Європи та світу (рис. 3.2).



Рис. 3.2. Складові туристського бренду Закарпаття

В 2019 році в області планується організація круглого столу за участю обласних турфірм, підприємств та виробників екопродукції, які зможуть долучитись до запронованого в дипломній роботі до гастрономічного маршруту "Смак українських Карпат". Йдеться не лише про те, що туристи на власні очі зможуть побачити, як виробляють продукцію в Карпатах, але й посмакувати її та взяти участь у майстер-класах.

Нові запропоновані екогастрономічні туристичні маршрути мають зацікавити туристів-гурманів, які прагнуть пізнати карпатські делікатеси, виготовлені у Закарпатській області. Мережа гастрономічних маршрутів не лише запропонує гостям Карпат популярні міста з їхнім колоритом, палацами та замками, музеями й фестивалями, але й передбачить візити на окремі підприємства, які можуть познайомити з традиціями виробництва, технологіями і смаком тутешніх продуктів.

Найдовший маршрут "Смак українських Карпат" прокладають через село Нижнє Гусне (сироварня "Еко-Газда") - Львівщина, села Нижнє Селище (Селиська сироварня, екоферма "Зелений Гай"), Нижня Апша (ферма "Розтока") - Закарпаття, села Микуличин (ферма "Зелений Яр"), Спас (кооператив "Чиста флора"), Середній Угринів (господарство ТМ "Кузишин"), м. Долина (ферма "Еко Карпати") – Івано-Франківщина. Зараз триває робота зі збільшення кількості господарств та закладів громадського харчування для розширення гастрономічних пропозицій.

В таблиці 3.1 зведені основні екогастрономічні маршрути Закарпаття, які вже пропонуються на сьогодні на туристичному ринку, а також останнім рядком наведений новий розроблений гастротур «Смак українських Карпат».

Таблиця 3.1

Мережа еко-гастрономічних маршрутів на території Закарпатської області

Маршрут	Місце гастротуру	Дегустації
Карпати – Чинадієво – Мукачево – Геча – Берегово – Четфалва – Ботар – Мукачево	Агросадиба «Кельтський двір під Лавачкою»	Дегустаційний зал оздоровчих настоянок «Сім чудес Атлантиди»: хренівка, тернівка, кедрівка, дичківка, сливовиця, кизилівка, купальська, черешнівка, бруснична.
	«Будинок меду»	1. Медовий дегустаційний зал Перести Віктора Михайловича. 2. Дегустація меду та продуктів бджільництва: 4 види меду, 2 види медовухи (15-16 градусів), бальзам (38 градусів), медовий пилок, професійна розповідь про бджільництво.
	Агросадиба «Пан еко»	1. Паленка чорнична з медом. 2. Ексклюзивні леквари з різних ягід, приготовлені за старовинними рецептами. 3. Соки. 4. Угорські м'ясні ковбаски зі свиней породи «угорська мангалиця», вирощених на еко-фермі.
	Чорнотисово	Дегустація буйволиного продукту (молоко, сири).
Берегівський та Ужгородський райони Закарпатської області	-	1. Відвідування національних ресторанів Закарпаття на вибір гостей (угорська, словацька, німецька, польська, ромська, гуцульська, румунська, єврейська, словацька, чеська, австрійська) 2. Участь в гастрономічних фестивалях Закарпаття протягом року 3. Ознайомлення з історією та рецептурою

Продовження таблиці 3.1

Маршрут	Місце гастротуру	Дегустації
		національної кухні у відповідності до сезонів 4. Участь в приготуваннях національних страв 5. Участь в національних святах, пов'язаних з народною гастрономією 6. Відвідання кращих винних дегустаційних залів Закарпаття (Ужгород, Берегово) 7. Дегустації — вина, сирів, меду, наливки, палинок, настоянок виготовлених за традиційними національними рецептами народів Закарпаття
Кавовий маршрут	Ужгород	У списку маршруту нараховується 112 кав'ярень, з них 31 рекомендована, є список із 50 різновидів кави, які пропонуються у місті. Починаючи від доппіо, тріпполо, пікколо, рістретто до компави, медового рафа. Маршрут існує, його можна побачити за спеціальними наліпками, де рекомендована кава туристам. До сьогоднішнього дня його презентували у рамках відкритих екскурсій як елемент гастрономічного туризму.

Сирний туристичний маршрут Закарпаття, розроблений фахівцями, має протяжність 100 км. Він пролягає Хустським, Рахівським, Міжгірським та Тячівським районами і включає відвідування полонин, пасовищ, сироварень, ресторанів, також фестивалів, що пропонують послуги дегустації традиційного закарпатського сиру.		
Сирний маршрут Закарпаття	Селиська сироварня на Хустщині	Сир виробляють з екологічно чистого закарпатського молока, яке беруть у місцевого населення. Обрали швейцарську технологію виготовлення. На підприємстві проводять екскурсії та дегустації.
	Хуст	Традиційна бринза, сир з овечого молока. Сезонне виробництво сиру. Відвідати місце виробництва сиру можна у теплий період року, за попереднім замовленням. Тим, хто більше любить сир з козячого молока, також знайдеться, чим поласувати.
	Виноградівський район (буволина ферма «Карпатський буйвіл»)	Сир і з буйволячого молока
Після закарпатської кави і ситної дегустації сиру варто влаштувати собі більш розслаблений маршрут. Вино – ще одна особливість регіону, тому оминати увагою такий продукт у розробленні програм для туристів було неможливо – 12 винних підвалів та дегустаційних залів виноробів (Додаток Ж), а саме підвалів Ужгородського, Мукачівського та Берегівського районів.		
Винний маршрут Закарпаття	Тур «Долина Чизай»	Дегустація вин, обіди з приготованих на вогні страв (в казані справжній Бограч – легендарний угорський суп-гуляш, свіжі

Продовження таблиці 3.1

Маршрут	Місце гастротуру	Дегустації
		овочеві закуски і обов'язково лімітована Граппа)
Курорт “Воєводино”	-	-зловити форель в одному зі ставків - смачно поїсти в будь-якому з трьох ресторанів курорту (українська, закарпатська, європейська кухні)
Екскурсія в Мукачево	-	Дегустація міні-тістечок “Смаки Мукачева” в кафе “Ваніль”.
«Смак Українських Карпат» Мукачево		
1 день		

Експерсія до "Кельтського двору"	Дегустація справжнього класичного елю, традиційного кельтського, імбирного і кукурудзяного елю. Частування сидру з місцевих яблук. Спроба вина, вермутів, настоянок на корені хрону, кедрових горішках і хроні, так і незвичайних сортів, як Тернівка, Кизилівка, Черешнівка.
Солодка дегустація в "Медовому домі"	Пилок, прополіс, маточне молочко, бджолиний підмор - продукти бджоляства, про які розкажуть туристам.
Традиційна вечеря	Заклад «Графський двір». Спроба різних сортів пива власного виробництва та найкращих страв закарпатської кухні.
Вечірня експерсія в замку Паланок	Містично-таємнича експерсія замком, яку буде проводити чернець-літописець. Освітлюючи собі шлях смолоскипом, він розповідатиме історії, які вершилися в цих стінах.
2 день	
Дегустація в Селиській сироварні	Нижнє Селище, де покажуть, як готують справжні закарпатські сири.
Дегустація-обід в автентичній колибі	Відчуття колориту закарпатської кухні: бограч, баноч, нарізки, наливки.
Підйом до Хустського замку	Романтичні руїни. Це місце оповите багатьма легендами та має багату історію.
Прогулянка по буйволиній фермі "Салдобош"	На фермі розводять не лише буйволів, а і гуцульських коней, рідкісні породи кіз і навіть кроликів! Тут запропонують продегустувати буйволине молоко, сир та м'ясні вироби.
Вечеря у колі	Спільна вечеря — можливість поділитися емоціями та враженнями від насиченого дня. А після, прогулянка нічним містом.
3 день	
Експерсія до винних підвалів сім'ї Урста	Відвідаємо виноробню славетного Івана Урсти, своєрідність якої визначається запашними винами та особистістю господаря, угорця за національністю, що добре знається на виноробстві і захоплюється селекцією.
Обід у місцевому закладі	Відвідати ресторан традиційної місцевої кухні. Прощальний обід перед поверненням додому.

Турист має вибір, яким шляхом йти на Закарпаття: кавовим, винним, сирним, або ж ще якимось "смачним". Подібні маршрути можна планувати самим, а можна звернутися до туроператорів, які розробили і пропонують своїм клієнтам кількадевні гастрономічні мандрівки.

Для тих туристів, хто не хоче відділяти ці гастрономічні задоволення, а об'єднати все в одне, туристичні шляхи переплітаються. Турфірми розробляють мандрівки, у яких поєднується все: дегустації елю у кельтському дворі, відвідини медових крамничок, об'їзд сирних господарств і, звісно, винних підвалів.

Таке різнобарв'я смаків, яке нині пропонує Закарпаття, вже має свої плоди: за даними департаменту економічного розвитку і торгівлі Закарпатської ОДА, у 2017-ому році Закарпаття відвідало вже більше мільйона туристів. Найбільше гостей приїжджає з Києва, Одеси, Черкас, Полтави і Донецька. Гурманам залишається тільки знайти вільний час і поповнити цю статистику.

Отже, запропонований триденний гастротур є цікавим, насиченим, включає проживання в готелі, сніданки, трансфер по програмі, медичне страхування, екскурсії вказаними маршрутами. Цей тур дає можливість не лише скуштувати закарпатські смаколики, але і відвідати етно-садиби, побачити на власні очі виробництво вина і сиру.

3.3. Обґрунтування ефективності стратегічних заходів з розвитку туристичної інфраструктури Закарпатської області на міжнародному ринку

Обов'язковою умовою забезпечення моніторингу реалізації Стратегії є застосування системи індикаторів, які використовуються для визначення результативності реалізації державної стратегії регіонального розвитку Закарпаття. Основні прогностичні соціально-економічні показники реалізації стратегії зведені в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Основні соціально-економічні показники реалізації стратегії з розвитку туристичної інфраструктури Закарпатської області на міжнародному ринку

Групи індикаторів	Назва індикатора	Роки	
		2017	2020
Вхідні індикатори	Створення наукових, технологічних, промислових та логістичних парків, од.	1	4
	Розширення зони покриття території області	x	100

	швидкісним інтернетом 3G/4G, % до площі області		
	Введені в дію ділянки 5-го транспортного коридору, погонні км		140
	Загальний обсяг фінансування будівництва, реконструкції та ремонтних робіт на дорогах загального користування, млн. грн	59,7	1500
	Розробка та реалізація Програми розвитку туризму і курортів у Закарпатській області до 2020 року, од.	x	1
	Розробка та реалізація Програми розвитку транскордонного співробітництва Закарпатської області до 2020 року, од.	x	1
	Розробка та реалізація Програми зайнятості населення Закарпатської області на період, од.	x	1
	Розробка та реалізація Регіональної стратегії залучення інвестицій в економіку області, од.	x	1
Індикатори випуску	Обсяг реалізованої промислової продукції (товарів, послуг) без ПДВ та акцизу, млн.. грн.	10708,5	16062,2
	Обсяг наданих туристичних і рекреаційних послуг (у діючих цінах відповідних років), млн. грн.	344,4	380,0

Продовження таблиці 3.2

Групи індикаторів	Назва індикатора	Роки	
		2017	2020
Індикатори результату	Валовий регіональний продукт (у фактичних цінах) у розрахунку на одну особу, грн	18207,8	32053
	Обсяг прямих іноземних інвестицій у розрахунку на одну особу, дол. США	300,0	560,0
	Рівень безробіття за методологією МОП, %	9,0	7,7
	Частка природно-заповідного фонду у площі області, %	13,9	16,0

Узгодженість пропозицій стратегічних цілей стратегії розвитку Закарпатської області з цілями Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року наведена в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Узгодженість пропозицій стратегічних цілей стратегії розвитку Закарпатської області з цілями Державної стратегії регіонального розвитку

Стратегічні цілі Державної стратегії регіонального розвитку до 2020 р.	Стратегічні цілі (Закарпатська область)			
	1. Розвиток людського та соціального капіталу	2. Формування конкурентоспроможності та інноваційності економіки регіону	3. Інтегрований розвиток сільських і міських територій	4. Забезпечення якості безпеки довкілля та просторової гармонії
1. Підвищення конкурентоспроможності	сильна (+) після реформ: ще сильніша (++)	сильна (+) після реформ: ще сильніша (++)	сильна (+) після реформ: ще сильніша (++)	сильна (+) після реформ: ще сильніша (++)
2. Територіальна соціально-	слаба (0) після реформ:	сильна (+) після реформ: ще сильніша (++)	сильна (+) після реформ: ще сильніша	сильна (+) після реформ: ще сильніша

Продовження таблиці 3.3

Стратегічні цілі Державної стратегії регіонального розвитку до 2020 р.	Стратегічні цілі (Закарпатська область)			
	1. Розвиток людського та соціального капіталу	2. Формування конкурентоспроможності та інноваційності економіки регіону	3. Інтегрований розвиток сільських і міських територій	4. Забезпечення якості безпеки довкілля та просторової гармонії
економічна інтеграція і просторовий розвиток	сильна (+)		(++)	(++)
3. Ефективне державне управління у	слаба (0) після реформ:	сильна (+) після реформ: ще сильніша (++)	слаба (0) після реформ: сильна (+)	слаба (0) після реформ: сильна (+)

сфері регіонального розвитку	сильна (+)			
------------------------------------	------------	--	--	--

(0) – слабка узгодженість (+) – сильна узгодженість (++) – ще сильніша узгодженість

Фактори формування іміджу привабливого Закарпатського регіону України для туристів з усього світу як об'єкту івентивного туризму згруповані на рисунку 3.3.

Фактори	<ol style="list-style-type: none"> 1. Екзотична природа і культура. 2. Широкий розвиток екологічних турів по Карпатах. 3. Наявність широкого спектра оздоровчих центрів. 4. Можливість цілорічного туристичного сезону. 5. Наявність гірськолижних курортів. 6. Наявність джерел мінеральних лікувальних вод. 7. Наявність об'єктів природно-заповідного фонду.
---------	--

Рис. 3.3. Фактори формування іміджу привабливого Закарпатського регіону України для туристів з усього світу

Незважаючи на стабільний розвиток туристичного ринку, частка ліцензованих операторів на туристичному ринку в обслуговуванні іноземних туристів залишається незначною та становить у середньому 300 тис. осіб у рік. Основною особливістю української ринку в'їзного туризму є перевага туристів з найближчих країн (у 2017 р. 90,75 % іноземних туристів), що традиційно відвідують Україну і, насамперед, для відвідування знайомих та рідних, на всі інші туристичні напрями припадало у 2017 р. лише 9,25 % туристичних потоків. Про цей факт свідчить структура в'їзних туристичних потоків в Україну.

Сьогодні туризм на Закарпатті став одним із найпопулярніших видів відпочинку. Великі туристичні гастрономічні й екскурсійні можливості Закарпатської області обумовлені багатьма чинниками. Багата та унікальна історія; мальовничі гори та полонини, оточені просторими хвойними та

листяними лісами; прекрасні сади і виноградники; цілющі мінеральні джерела, м'який клімат; зручні автомобільні, залізничні та повітряні шляхи - все це дозволяє не тільки розвивати туризм як складову соціально-економічного розвитку і добробуту, але вести активну політику, відвідування Закарпаття туристами (гостями) інших областей України та іноземними гостями.

Порівняльний аналіз поточного стану та результатів прогнозування розвитку туристичної сфери Закарпаття за показниками обсягів туризму та оздоровлення в санаторно-курортних і оздоровчих закладах показує, що суттєвий вплив на стан сфери справляє наявність природних туристично-рекреаційних ресурсів.

Обсяги туристів, що подорожують з метою дозвілля, відпочинку, спортивно-оздоровчого туризму, гастрономічного туризму зокрема, за розрахованим прогнозом протягом періоду до 2020 року зростатимуть. Найактивнішими в цьому відношенні регіонами залишатимуться м. Київ, Львівська, Харківська, Одеська, Дніпропетровська області. До регіонів із рівнем відпочинкового туризму вище середнього належатимуть Херсонська, Запорізька, Хмельницька, Івано-Франківська, Чернівецька області. Показники нижче середнього притаманні великій групі, яка об'єднує Сумську, Полтавську, Закарпатську, Волинську, Київську, Вінницьку, Миколаївську, Рівненську, Черкаську, Чернігівську, Тернопільську області. До регіонів із найгіршими показниками обсягів відпочинкового туризму належатимуть Житомирська та Кіровоградська області. Проаналізувавши період 2013-2015 рр., з'ясувалося, що в середньому, дохід від надання послуг збільшується на 15%, а операційні витрати на туристичну діяльність – на 3%.

Дотримуючись представлених шляхів підвищення ефективності управління туристичною діяльністю України, у 2019 році можна досягти позначки коефіцієнта ефективності в 2,3. За даних умов доходи від надання туристичних послуг будуть збільшуватися в 2020р. на 15%, а операційні витрати – на 6%. Звідси слідує, що ефективність збільшиться на 4%.

Аналізуючи дані за період 2019-2021 рр., можна сказати, що запропоновані шляхи є ефективними та дієвими, оскільки за досліджувані роки ефективність збільшується (табл.3.4).

Таблиця 3.4

Фактичні та прогнозні показники міжнародної туристичної діяльності України, млн.грн.

Показники	Фактично 2017р.	2019р.	2020р.	Темп росту	
				2019/2017	2020/2019
Дохід від надання туристичних послуг	6,2	9,7	11,2	156	115
Операційні витрати на здійснення туристичної діяльності	3,92	4,2	4,47	107	106
Ефективність управління діяльністю України на міжнародному ринку туризму	1,6	2,3	2,5	144	104

Щоб більш наглядно показати, на скільки дані шляхи підвищення ефективності управління міжнародною туристичною діяльністю, доцільно зобразити це графічно (рис. 3.4).

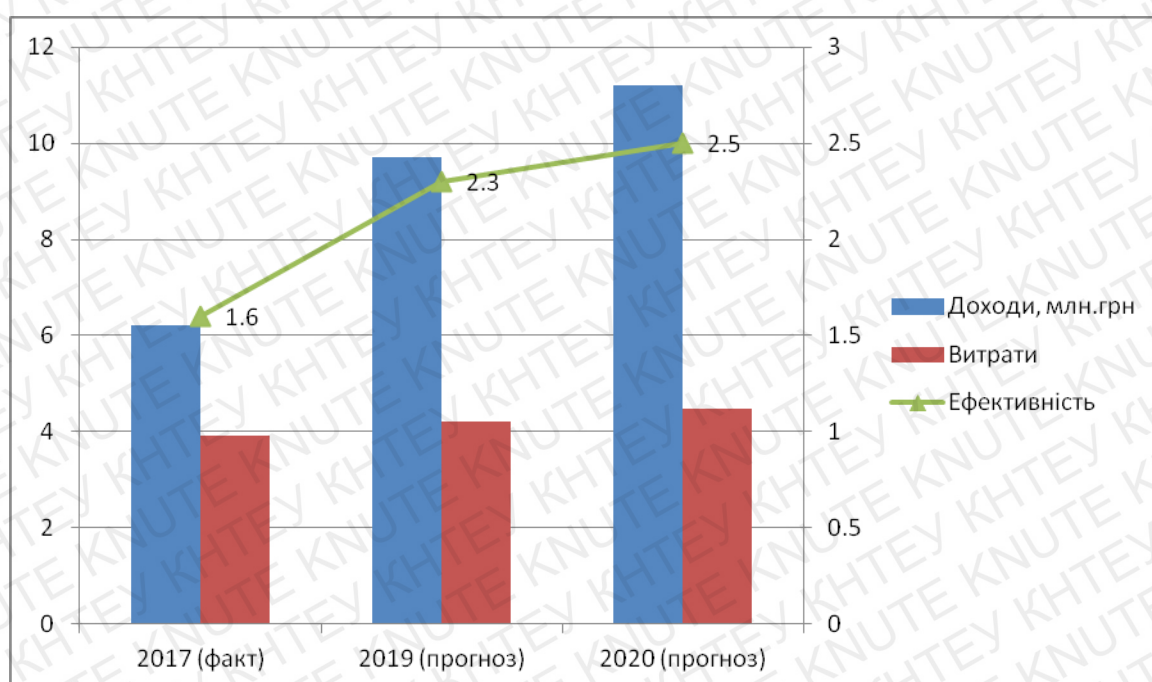


Рис. 3.4. Фактичні та прогнозні показники міжнародної туристичної діяльності України

Дивлячись на дану лінію тренду можна сказати, що спостерігається тенденція до зростання не тільки за період 2019-2021 рр., але й надалі. Це свідчить про те, що дані шляхи збільшення ефективності управління міжнародною туристичною діяльністю мають довгострокову перспективу. Підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі держави на світовому туристичному ринку повинно відбуватися завдяки забезпеченню становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохоченню національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму, створення нових робочих місць, участі держави в міжнародних і регіональних туристичних організаціях і асоціаціях. Основними заходами щодо розвитку діяльності підприємства туристичного профілю в умовах конкуренції можуть бути: поліпшення іміджу за рахунок покращення якості туристичного продукту (послуг) та додаткової реклами; підвищення обсягів виробництва (продажів) за рахунок стимулювання праці власних працівників відділів продажів та маркетингу; розширення збутової мережі за рахунок пошуку нових партнерів і запровадження технологічних інновацій; розробка інноваційних програм (турів); модифікація цінової політики за рахунок установа зniżок.

У сучасних умовах виняткового значення в разі виходу підприємства туристичного профілю на зовнішні ринки набувають створення та виробництво конкурентоспроможного туристичного продукту (послуги) з мінімальними витратами з метою одержання заздалегідь визначеної частки прибутку; якість послуг та здійснюваний контроль за нею, а також реалізація заходів щодо організації збуту, обслуговування після надання послуг і проведення рекламних кампаній. Досягнення в результаті цих заходів поставлених цілей, тобто одержання максимального та стійкого прибутку, проникнення на нові ринки або закріплення на існуючому ринку, і є

головним критерієм оцінювання виробничої та маркетингової діяльності підприємств туристичного профілю. Необхідно впровадити чіткі механізми державного фінансування туристичної галузі на регулярній основі, створити ефективну систему державного гарантування інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури, страхування комерційних ризиків у міжнародному туризмі, заохочення довготермінових капіталовкладень.

Для визначення перспективності гастрономічних турів, як фактору підвищення конкурентних переваг, в таблиці 3.5 представлено динаміку показників, які очікуються після впровадження на ринок нового гастротуру «Смак українських Карпат».

Таблиця 3.5

Розрахунок планових показників покращення туристичного ринку Закарпаття за рахунок впровадження нових гастротурів

Показники	Фактично 2017р.	2019р.	2020р.	Темп росту	
				2019/2017	2020/2019
Кількість туристичних потоків, од.	14652	14765	14908	100,77	100,97
-іноземні туристи	102	160	250	156,86	156,25
-туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон	10534	10585	10618	100,48	100,31
-внутрішні туристи	4016	4020	4040	100,10	100,50

Продовження таблиці 3.5

Показники	Фактично 2017р.	2019р.	2020р.	Темп росту	
				2019/2017	2020/2019
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од.	1743	1744	1744	100,06	100,00
-туроператори	498	499	499	100,20	100,00
-турагенти	1172	1172	1172	100,00	100,00
-суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність	73	73	73	100,00	100,00
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	8190	8195	8195	100,06	100,00
Дохід від надання туристичних послуг суб'єктами туристичної діяльності, тис.грн.	10652,3	12782,8	15978,5	120,00	125,00
Операційні витрати на здійснення туристичної діяльності, тис.грн.	9629,0	11265,9	13519,1	117,00	120,00
Прибуток, тис.грн.	1023,3	1516,8	2459,3	148,23	162,14
Рентабельність, %	10,6	13,5	18,2	126,69	135,11

За рахунок впровадження нових гастротурів відбувається активізація потоку саме іноземних туристів. Адже чисельність внутрішніх туристів України є позитивною лише на фоні зменшення кількості іноземних туристів. Практична діяльність готелів свідчить про те, що «гастрономічний туризм» став доступним всім категоріям населення, завдяки можливості обирати смачну їжу етнічних кухонь різних країн за доступними цінами. Гастрономічні нові запропоновані тури створюються для того, щоб туристи могли насолодитися особливостями кухні Закарпатської області. При цьому дана мета не зводиться лише для того, щоб спробувати якусь рідкісну, екзотичну страву або перепробувати незліченну кількість страв. Найважливішим є насолодитися місцевою рецептурою, яка століттями вбирала в себе традиції і звичаї місцевих жителів, їх культуру приготування їжі. Однак гастрономічний тур як додаткова послуга – це щось більше, ніж просто тур, оскільки він є добре продуманим комплексом заходів для дегустації традиційних в певній місцевості страв, а також окремих інгредієнтів, які є унікальними, мають особливий смак.

Гастрономічні туристи, також, розподіляються на групи, які наведені у таблиці (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

Основні групи гастрономічних туристів в динаміці

№	Назва групи	Характеристика	Питома вага, %	
			2017 рік	Після впровадження стратегії територіальної туристичної дестинації Закарпаття в напрямку гастрономічного туризму
1	Гастротуристи	Експерти, гастрономічні критики	10	15
2	Фудіс	Ентузіасти, зацікавлені в якісній смачній їжі, місцевих виробниках, сезонних продуктах.	7	10
3	Зацікавлені покупці	Туристи, що сприймають їжу як доповнення до	30	29

		задовольнень під час відпустки. Куштують місцеву їжу без особливого ентузіазму.		
4	Незаангажовані	Не вважають їжу важливою складовою під час проведення відпустки. До місцевої їжі відносяться без негативу	44	43
5	«Мляві» споживачі	Не виявляють інтересу до нової їжі під час подорожей.	9	3

До цільової аудиторії гастрономічного туризму варто відносити лише перші два види туристів. Оскільки саме вони є цільовою аудиторією гастрономічного туризму. Важливу роль у поширенні зацікавленості гастрономічним туризмом можуть зіграти засоби масової інформації, що демонструють програми подорожей, які пов'язані з харчуванням у різних країнах світу. У випадку розміщення розробленого гастротуру на популярному туристичному сервісі TripAdvisor, очікується зміна структури гастротуристів в динаміці в бік якісного покращення – збільшення гастротуристів і фудіс.

Висновки до розділу 3

Гастрономічний маркетинг на Закарпатті набирає обертів і його потрібно всебічно розвивати. Це дозволить пропагувати культурні традиції Галичини, екологічної їжі та популяризувати Закарпаття як гастрономічний центр Західної України. А це, в свою чергу, збільшить потік туристів і сприятиме поповненню міського бюджету.

Проблемні питання та пропозиції з розвитку гастрономічного туризму Закарпаття в системі світового туристичного простору:

– недостатність фінансування для розбудови дорожньої інфраструктури, тому пропонується включити Закарпатську область

до «дорожнього експерименту», який передбачає перерозподіл коштів від перевиконання надходжень по митниці та внести відповідні зміни до Бюджетного Кодексу;

– туристичний збір повинен стати цільовим податком;

– на території Закарпаття термінового вирішення потребує питання щодо легалізації виноробства.

Задача фахівців – сформувати візуальний образ бренду «Закарпаття», який буде викликати у людей неповторні та стійкі асоціації. Головна мета – чітке позиціонування унікальних продуктів та послуг підприємств індустрії туризму Закарпаття на ринку України, Росії, Білорусії, країн Європи та світу.

Турист має вибір, яким шляхом йти на Закарпаття: кавовим, винним, сирним, або ж ще якимось "смачним". Подібні маршрути можна планувати самим, а можна звернутися до туроператорів, які розробили і пропонують своїм клієнтам кількадевні гастрономічні мандрівки. На сьогодні відбуваються процеси збільшення кількості господарств та закладів громадського харчування для розширення гастрономічних пропозицій. Запропонований триденний гастротур є цікавим, насиченим, включає проживання в готелі, сніданки, трансфер по програмі, медичне страхування, екскурсії вказаними маршрутами. Цей тур дає можливість не лише скуштувати закарпатські смаколики, але і відвідати етно-садиби, побачити на власні очі виробництво вина і сиру.

Основною особливістю українського ринку в'їзного туризму є перевага туристів з найближчих країн (у 2017 р. 90,75 % іноземних туристів), що традиційно відвідують Україну і, насамперед, для відвідування знайомих та рідних, на всі інші туристичні напрями припадало у 2017 р. лише 9,25 % туристичних потоків.

Якщо запропоновані шляхи підвищення ефективності розвитку туристичної дестинації Закарпаття буде реалізовано, то вже в 2021 році показник ефективності сягне позначки 2,9 та буде зростати щороку. Таким чином, гастрономічний туризм, за умови його належної організації, є

ефективним соціальним інститутом, формою культури дозвілля, що може продуктивно розв'язувати невідкладні соціальні та моральні проблеми сучасного світового співтовариства, прискорювати вироблення ним моделей, програм і стратегій глобальної співпраці у напрямку подолання бідності та породжуваного на її ґрунті тероризму, пом'якшення напруженості між регіонами країни, досягнення якісно нового рівня суспільного розвитку.

За рахунок впровадження нових гастротурів відбувається активізація потоку саме іноземних туристів. Адже чисельність внутрішніх туристів України є позитивною лише на фоні зменшення кількості іноземних туристів. Важливу роль у поширенні зацікавленості гастрономічним туризмом можуть зіграти засоби масової інформації, що демонструють програми подорожей, які пов'язані з харчуванням у різних країнах світу. У випадку розміщення розробленого гастротуру на популярному туристичному сервісі TripAdvisor, очікується зміна структури гастротуристів в динаміці в бік якісного покращення – збільшення гастротуристів і фудіс.

ВИСНОВКИ

Туристична дестинація – місцевість певного масштабу з конкурентоспроможними туристичними ресурсами і підприємницькою інфраструктурою, в якій створюється й реалізується привабливий для мандрівників туристичний продукт, не завдаючи шкоди туристичним ресурсам і довкіллю.

Щоб ефективно розвиватися, максимально використовувати свої сильні та розвивати слабкі сторони дестинація мусить функціонувати згідно заздалегідь сформованої стратегії розвитку. В даному випадку стратегія є

маяком, який показує найефективніший шлях розвитку туристичної галузі в контексті загального соціально-економічного розвитку.

На процес стратегічного управління розвитку локальної туристичної дестинації впливають такі фактори: економічні фактори (притаманні будь-якій системі), специфічні (притаманні сфері туризму), загальні особливості туристичних послуг як об'єкта виробництва і продажу (нематеріальність, збіг у часі виробництва і споживання, ефект у формі відчуттів замість придбання у власність і ін.), комплексність продукту, що складається з різнорідних послуг, мережевий характер виробництва (для виробництва і споживання послуг необхідна мережа різних підприємств, пов'язаних між собою інфраструктурними комунікаціями) для ефективного запуску процесів самоорганізації туристичних дестинацій необхідний комплекс заходів за чотирма напрямками: допомога в розробці стратегій розвитку туризму, спрямованих на забезпечення сталого розвитку місцевої економіки і зростання кількості та вагомості малих і середніх підприємств, що працюють на даній території в сфері туристичної індустрії, надання офіційних експертних оцінок і рекомендацій з розвитку туристичних дестинацій, навчання представників малого та середнього бізнесу, виробників товарів і туристичних послуг, організацій, що сприяють розвитку туризму і бізнесу за фаховими освітніми програмами, фінансування місцевих ініціатив (міні грантів) з метою підвищення привабливості місцевого турпродукту і побудова «точок зростання» туризму.

Комплексна стратегія розвитку дестинації - це суспільно підтримані і прийняті напрями розвитку туризму в регіоні, включаючи його місію, головні цілі та розподіл ресурсів для досягнення таких цілей, які узгоджені із загальною стратегією соціально-економічного розвитку регіону.

Просування українського гастрономічного туристичного ринку послуг гальмується через низький рівень розвитку туристично-рекреаційної інфраструктури та катастрофічний стан шляхів сполучення, невідповідність засобів розміщення світовим стандартам, незадовільний стан пам'яток

історично-архітектурної спадщини, що не підлягають використанню для туристичних потреб, низький професійний рівень підготовки фахівців у цій галузі та невідповідність освітньої підготовки в туризмі, недосконалість законодавчої та нормативно-правової бази в галузі туризму, низька й неефективна інформаційно-рекламна продукція вітчизняних туроператорів тощо.

Ресурсний потенціал Закарпаття, що позитивно впливає на розвиток туризму в Закарпатській області, включає вигідне географічне положення, своєрідність історичної спадщини, економічний розвиток регіону, розгорнута транспортна мережа, природно-рекреаційні фактори (лікувальні мінеральні води, лікувальні грязі та озокерит тощо), екологічні складові (відносно низький рівень забруднення довкілля).

Проведений свот-аналіз показав, що найкращою стратегією розвитку для Закарпатської області є стратегія розвитку туризму та рекреації.

Розвиток гастрономічного туризму в Україні є пріоритетним напрямком національної економіки, культури та туризму взагалі, важливим фактором підвищення міжнародного престижу країни, джерелом соціально-економічного розвитку регіонів, важливою умовою збереження історико-культурної спадщини. Основною проблемою розвитку гастрономічного туризму є відсутність фінансування з боку держави і підтримці за рахунок законів і програм. Виконання дій у комплексі щодо перспектив розвитку гастрономічного туризму в Україні сприятиме зростанню кількості іноземних туристів, а також збільшенню обсягів внутрішнього туризму.

Були проведені маркетингові дослідження розвитку кулінарного туризму в Україні. Доведено, що внутрішній гастрономічний туризм – це перспективний напрям, який потребує розвитку, що значну роль у розвитку кулінарного туризму відіграють гастрономічні свята і винні фестивалі. Установлено, що фірмові страви регіону мають вплив на вибір місця відпочинку, а задоволення туристичного попиту і подальший розвиток гастрономічного туризму переміщуються у площину формування нових

турпродуктів, що дуже важливо цікаво «упакувати» і представити споживачеві.

Програми розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2011-2015 роки, а також на 2016-2020рр. були спрямовані на розв'язання істотних проблем розвитку туризму і діяльності курортів на території області, покращення туристичної привабливості Карпатського регіону на міжнародному туристичному ринку, підвищення ефективності заходів, спрямованих на збільшення туристичних потоків у Закарпатську область. Регіональні програм розвитку туристичної галузі в Україні, зокрема в Закарпатті, відповідають цілям та завданням «Стратегії розвитку туризму і курортів» та «Концепції Державної цільової програми розвитку туризму і курортів».

За оцінкою програм розвитку туристичної галузі в Закарпатській області за науковою обґрунтованістю вона має рівень нижче середнього.

Основними проблемами розвитку туристичної дестинації в Закарпатті є відсутність логотипу туристичного регіону «Закарпаття», відособленість суб'єктів туристичного ринку, зокрема гастрономічного туризму, відсутність комплексних рекламних кампаній, слабка комунікаційна доступність перспективних для освоєння в туристично-рекреаційних цілях територій, відсутність достатньої кількості кваліфікованих кадрів та спеціалізованих закладів освіти по їх підготовці, недостатньо розвинена сервісна інфраструктура територій та інфраструктура галузі, відсутність законодавчо встановленого механізму реєстрації особистих селянських господарств, які надають послуги у сфері сільського зеленого туризму.

Задачі, які мають бути вирішені – створення якісного сувенірного наповнення, для чого потрібно проводити маркетингове дослідження, необхідно демонструвати, що бренд Закарпаття уособлює цінності і цілісність регіону, розробка еко-гастрономічних турів.

Розвиток гастрономічного туризму є дуже актуальним у Закарпатті, яке позиціонується як одна з провідних туристських дестинацій країни.

Подальшій можливості розробки гастрономічних маршрутів в регіоні сприяють такі фактори як етнодемографічна різноманітність, високопродуктивне і багатогалузеве сільське господарство, сприятливі природно-кліматичні умови. Розробка гастрономічних турів дасть можливість Закарпатській області стати центром нового виду туризму.

Гастрономічний маркетинг на Закарпатті набирає обертів і його потрібно всебічно розвивати. Це дозволить пропагувати культурні традиції Галичини, екологічної їжі та популяризувати Закарпаття як гастрономічний центр Західної України. А це, в свою чергу, збільшить потік туристів і сприятиме поповненню міського бюджету.

Проблемні питання та пропозиції з розвитку гастрономічного туризму Закарпаття в системі світового туристичного простору:

- недостатність фінансування для розбудови дорожньої інфраструктури, тому пропонується включити Закарпатську область до «дорожнього експерименту», який передбачає перерозподіл коштів від перевиконання надходжень по митниці та внести відповідні зміни до Бюджетного Кодексу;

- туристичний збір повинен стати цільовим податком;

- на території Закарпаття термінового вирішення потребує питання щодо легалізації виноробства.

Задача фахівців – сформувати візуальний образ бренду «Закарпаття», який буде викликати у людей неповторні та стійкі асоціації. Головна мета – чітке позиціонування унікальних продуктів та послуг підприємств індустрії туризму Закарпаття на ринку України, Росії, Білорусії, країн Європи та світу.

Турист має вибір, яким шляхом йти на Закарпаття: кавовим, винним, сирним, або ж ще якимось "смачним". Подібні маршрути можна планувати самим, а можна звернутися до туроператорів, які розробили і пропонують своїм клієнтам кількадевні гастрономічні мандрівки. На сьогодні відбуваються процеси збільшення кількості господарств та закладів громадського харчування для розширення гастрономічних пропозицій.

Запропонований триденний гастротур є цікавим, насиченим, включає проживання в готелі, сніданки, трансфер по програмі, медичне страхування, екскурсії вказаними маршрутами. Цей тур дає можливість не лише скуштувати закарпатські смаколики, але і відвідати етно-садиби, побачити на власні очі виробництво вина і сиру.

Основною особливістю української ринку в'їзного туризму є перевага туристів з найближчих країн (у 2017 р. 90,75 % іноземних туристів), що традиційно відвідують Україну і, насамперед, для відвідування знайомих та рідних, на всі інші туристичні напрями припадало у 2017 р. лише 9,25 % туристичних потоків.

Якщо запропоновані шляхи підвищення ефективності розвитку туристичної дестинації Закарпаття буде реалізовано, то вже в 2021 році показник ефективності сягне позначки 2,9 та буде зростати щороку. Таким чином, гастрономічний туризм, за умови його належної організації, є ефективним соціальним інститутом, формою культури дозвілля, що може продуктивно розв'язувати невідкладні соціальні та моральні проблеми сучасного світового співтовариства, прискорювати вироблення ним моделей, програм і стратегій глобальної співпраці у напрямку подолання бідності та породжуваного на її ґрунті тероризму, пом'якшення напруженості між регіонами країни, досягнення якісно нового рівня суспільного розвитку.

За рахунок впровадження нових гастротурів відбувається активізація потоку саме іноземних туристів. Адже чисельність внутрішніх туристів України є позитивною лише на фоні зменшення кількості іноземних туристів. Важливу роль у поширенні зацікавленості гастрономічним туризмом можуть зіграти засоби масової інформації, що демонструють програми подорожей, які пов'язані з харчуванням у різних країнах світу. У випадку розміщення розробленого гастротуру на популярному туристичному сервісі TripAdvisor, очікується зміна структури гастротуристів в динаміці в бік якісного покращення – збільшення гастротуристів і фудіс.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамов В. В. Історія туризму: підручник / В. В. Абрамов, М. В. Тонкошкур. – Харків: Харківська національна академія міського господарства, 2010. - 294 с.
2. Аксьоненко К. А. Статистичний аналіз розвитку туризму в Україні / К. А. Аксьоненко, К. І. Тарасова // Статистика – інструмент соціально-економічних досліджень: збірник наукових студентських праць. Випуск 3. Частина I – Одеса, ОНЕУ. – 2017. – С. 145 – 149.

3. Алмашій Я.І. Особливості туристичної діяльності у Закарпатській області / Я.І. Алмашій // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2011. – № 2. – С. 35 – 40.
4. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Д.І. Басюк // Наукові праці НУХТ. – 2012. – № 45. – С. 128–132.
5. Бессонова В.Б. Государственная политика в сфере туризма: правовой аспект / В.Б. Бессонова [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.tourlib.net.
6. Білецька Я.О. Маркетингові дослідження розвитку кулінарного туризму в Україні / Я.О. Білецька, Г.І. Дюкарева, Л.О. Радченко [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://elib.hduht.edu.ua>.
7. Бойко М. Диференціація туристичного потенціалу дестинацій / М. Бойко // Вісник ННТЕУ. – 2013. – № 5. – С. 19 – 23.
8. Буднікевич І. Event-маркетинг в програмах просування привабливості індустрії гостинного регіону / І. Буднікевич, І. авриш, І. Крупенина // Збірник наукових праць ЧДТУ. – 2018. – № 48. – С. 116 – 123.
9. Вишневська Г.Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму / Г.Г. Вишневська // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. – К., Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2013. – Вип. 31. – С. 112–118.
10. Габчак Н.Ф. Слабкі та сильні сторони розвитку туристичної галузі Закарпатської області / Н.Ф. Габчак [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://dspace.uzhnu.edu.ua>.
11. Головчан А. І. Теоретико-методичні підходи до оптимізації розвитку туризму в дестинаціях / А. І. Головчан // Вісник ДІТБ. – 2011. – № 15. – С. 139-145.
12. Гребенюк Ю. М. Розвиток туризму в Закарпатській області / Ю. М. Гребенюк, О. М. Лютак // Економічні науки. Сер. : Економічна теорія та економічна історія. - 2013. - Вип. 10. – С. 64-70. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnet_2013_10_9.

13. Гук Н.А. Міжнародний туризм в Україні: реалії і перспективи / Н.А. Гук // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2016. - № 7. – С. 99 – 102.
14. Горохов А. Ф. Комплексный подход к формированию маркетинговой стратегии развития туристической дестинации: автореф. дис. на соискание уч. степени канд. экон. наук: спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)» / А. Ф. Горохов. – СПб., 2007. – 17 с.
15. Журило В.В. Формування міжнародного туристичного бренду України на Європейському ринку / В.В. Журило, О.Ю. Пригара // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2018. – № 14. – С. 114 – 118.
16. Закон України «Про статус гірських населених пунктів в Україні» від 15.02.1995 № 56/95-ВР[Електронний ресурс] – Режим доступу:<http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/56/95-вр>.
17. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР[Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>.
18. Календар туристичних подій Закарпаття – 2018 рік [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.greentour.com.ua/uploads/files/banners/calendat2018.pdf>.
19. Кампов Н.С. Використання національних кулінарних традицій у розвитку гастрономічного туризму в регіоні / Н.С. Кампов, Л.І. Медвідь // Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання»: 23 – 24 березня 2017 року. – С. 110 – 114.
20. Карпатський туристичний шлях [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.carpathianroad.com>.
21. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: Підручник. – К.: Знання, 2010. – 502 с.
22. Кіш Г.В. Аналіз туристичної сфери Закарпаття в структурі туристичного ринку Західного регіону / Г.В. Кіш // Сталий розвиток економіки. – 2013. – № 4. – С. 163 – 167.

- 23.** Ковальчук І.Є. Проблеми та перспективи кластеризації туристичної галузі Закарпаття / І.Є. Ковальчук // Науковий вісник Мукачівського державного університету. – 2014. – № 1. – С. 67 – 71.
- 24.** Комарніцький І.О. Кулінарний туризм в Україні: стан і перспективи регіонального розвитку в контексті Євро-2012 // Географія та туризм. – Вип. 14. – 2011. – С. 100–115.
- 25.** Комліченко О.О. Конкурентоспроможність туристичних дестинацій півдня України / О.О. Комліченко // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2016. – Випуск 19. Частина 1. – С. 106 – 110.
- 26.** Корж Н.В., Басюк Д.І. Управління туристичними дестинаціями. Підручник. – Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. – 322 с.
- 27.** Корнілова В.В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму / В.В. Корнілова // Н.В. Корнілова // Ефективна економіка. – 2018. - № 2. – С. 14 – 18.
- 28.** Кукліна Т. С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України / Т.С. Кукліна [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sworld.com.ua/index.php/ru/conference/the-content-of-onferences/archives-of-individual-confere nces/marth-2013>.
- 29.** Кукліна Т.С. Сучасні тенденції ресторанного бізнесу в Україні / Т.С. Кукліна // Стратегічні імперативи розвитку туризму та економіки в умовах глобалізації. – 2017. – С. 199 – 201.
- 30.** Кулінарний туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.arttrevel.Ru>.
- 31.** Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку : прогр. міжнар. наук. конф. (23–24 листоп. 2017 р.) / Харків. держ. акад. культури ; відп. за вип. Н. М. Кушнарєнко — Харків : ХДАК, 2017. — 46 с.
- 32.** Левицький А.О. Портфельна стратегія управління розвитком туристичної дестинації / А.О. Левицький // Державне управління. – 2016. - № 1 (53). – С. 85 - 89.

33. Лобур Д.В. Перспективи створення туристичних дестинацій в Україні / Д.В. Лобур, А.Ю. Парфіненко [Електронний ресурс] –Режим доступу: <http://ekhnuir.univer.kharkov.ua>.
34. Лужанська Т.Ю. Стратегії розвитку регіональних туристичних дестинацій / Т.Ю. Лужанська // Науковий вісник Мукачівського державного університету. – 2014. - № 1. – С. 175 – 179.
35. Любіцева О. О., Третьяков О. В. Типізація дестинацій // Географія та туризм: зб. наук. пр. – К., 2012. – Вип. 17. – С. 3-9.
36. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник / М.П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич. – К.: ЦУЛ, 2017. – 663с.
37. Матвеев В.В. Винний туризм як рекламний фактор й інструмент для стимулювання розвитку конкурентного потенціалу виноробних підприємств України / В.В. Матвеев // Науковий вісник Херсонського державного університету. – Х., 2015. – № 10, Ч. 4.– С. 29–31.
38. Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку туризму» : Збірник тез доповідей (I частина). – Миколаїв : ВП «МФ КНУКІМ», 2016. – 160 с.
39. Мікеш В. Тенденції розвитку гастрономічного туризму на теренах Закарпатської області / В. Мікеш // Тенденції розвитку туристичної індустрії в умовах глобалізації. – 2017. – № 4. – С. 162 – 165.
40. Музиченко-Козловська О.В. Методика оцінювання туристичного брендингу дестинацій / О.В. Музиченко-Козловська [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/34872/1/20_120-125.pdf.
41. Нестерчук І.К. Гастрономічний туризм: історія, теорія і сучасні практики // Науковий вісник Харківського державного університету, 2017. - С. 193 - 199.
42. Нестерчук І.К. Гастрономічний туризм: експлікація аксіологічних концептів / І.К. Нестерчук // Вісник Київського університету імені Тараса Шевченка. – 2017. - № 1. – С. 98 – 102.

43. Немець Л. М. Туристсько-рекреаційні ресурси світу: навчально-методичний посібник / Л. М. Немець, Г. О. Кулешова, А. В. Соколенко.– Х., ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2015. – 102 с.
44. Носа Б.М. Історія розвитку туризму на Закарпатті (кін. ХІХ-поч.ХХІст.): короткий історіографічний огляд / Б.М. Носа // Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету. – 2017. – вип. 47. – С. 248 – 252.
45. Орленко Я.Ю. Імперативи розвитку туристичної галузі України / Я. Ю. Орленко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nuczu.edu.ua>.
46. Офіційний сайт Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.worldfoodtravel.org>.
47. Офіційний сайт Глобальної асоціації гастрономічного туризму. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.globalfoodtourism.com>.
48. Офіційний сайт Головного управління статистики у Закарпатській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uz.ukrstat.gov.ua>.
49. Офіційний сайт Закарпатської обласної державної адміністрації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://carpathia.gov.ua>.
50. Охота В.І. Сучасні реалії розвитку туристичного бізнесу в Тернопільській області / В.І. Охота // Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. – 2015. – Т. 20, вип. 3. – С. 49 – 54.
51. Папп В.В. Бренд території міста в контексті стратегічного упарвління сферою туризму / В.В. Папп, Т.Ю. Лужанска, Н.В. Бошота // Науковий вісник Мукачівського державного університету. – 2017. – № 2. – С. 133 – 137.
52. Патійчук В.О. Особливості організації гастрономічних турів / В.О. Патійчук [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://turizmliol.wordpress.com>.
53. Програма розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2011 - 2015 роки. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://zakarpat-rada.gov.ua/docs/rishennya/6/2_sesion_1/rish_72.pdf.

54. Програма розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2016 - 2020 роки. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://ips.ligazakon.net/document/view/ZA150220>.

55. Про затвердження Державної цільової соціальної програми розвитку в Україні спортивної та туристичної інфраструктури у 2011-2022 роках. Постанова КМУ від 29.06.2011, №707. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/707-2011-п>.

56. Про Основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року Президент України; Указ від 10.08.1999 № 973/99. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/973/99>.

57. Расулова А.М. Потенціал та напрями розвитку гастрономічного туризму // Економіка та держава, 2016. – № 7. – С. 77–81.

58. Розпорядження голови Закарпатської обласної державної адміністрації «про план заходів з реалізації у 2018 році Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://carpathia.gov.ua>.

59. Розпорядження КМУ «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» від 16.03.2017р. № 168-р [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-р>.

60. Семенов В.Ф. Теориторіальні умови і стратегії розвитку туризму в регіонах / В.Ф. Семенов, О.В. Басюк [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua>.

61. Сердюк Е. Ю. Гастрономічний туризм в Україні на сучасному етапі: сутність та основні напрями розвитку / Е. Ю.Сердюк, О. П. Дейнека, А. О. Глебова // Матеріали III Міжнародної науково - практичної інтернет конференції «Управління туристичною індустрією 6 методологія і практика»: збірник наукових праць. – Полтава: Копіцентр, 2016.- С.31-33.

62. Скляр Г. П. Державно-приватне партнерство в сфері гастрономічного туризму як інструмент модернізаційного розвитку економіки регіонів / Г. П.

Скляр, Ю. В. Карпенко // Економічний вісник Донбасу. – 2015. – № 1 (39). – С. 98 – 104.

63. Смирнов Є.В. Стратегічні імперативи розвитку туристичної галузі України / Є.В. Смирнов, О.П. Смирнова // Економіка та держава. – 2016. - № 8. – С. 26 – 30.

64. Соловйова О. Організаційний механізм державного управління розвитком ринку рекреаційних послуг (європейський досвід) / О. Соловйова [Електронний ресурс]: Режим доступу – <http://www.dridu.dp.ua>

65. Стешенко Д.О. Гастрономічний туризм як чинник розвитку туристичної сфери України / Д.О. Стешенко, А.Ю. Парфіненко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.univer.kharkov.ua>.

66. Стратегічне дослідження регіонів України за допомогою SWOT-аналізу : кол. моногр. / за ред. О. Л. Тоцької. – Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2013. – 180 с.

67. Стратегія розвитку Закарпатської області на період до 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dfrf.minregion.gov.ua>.

68. Сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства у світі та Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/1501092252897/turizm/suchasni_tendentsiyi_rozvitku_restorannogo_gospodarstva_sviti_ukrayini.

69. Ткаченко Т. І. Територіально сфокусований розвиток суб'єктів туристичного бізнесу / Т. І. Ткаченко // Культура народів Причорномор'я. – 2006. – № 81. – С. 56-64.

70. Товт В. Історія становлення і перспективи розвитку рекреаційно-туристичної зони Закарпатської області / В. Товт // Східноєвропейський історичний вісник. – 2017. - № 2. – С. 112 – 116.

71. Трегубов О.С. Конкурентоспроможність туристичних дестинацій / О.С. Трегубов // Економіка і організація управління. – 2016. – № 3 (23). – С. 333 – 336.

72. Туристична діяльність в Україні в 2015 році / Статистичний бюлетень [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.
73. Туристична діяльність в Україні в 2016 році / Статистичний бюлетень [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.
74. Туристична діяльність в Україні в 2017 році / Статистичний бюлетень [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.
75. Туристичний бізнес: сучасні тренди та стратегії розвитку: тези Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. (16 березня 2018 р.). — К.: КНЕУ, 2018. — 217 с.
76. Чир Н.В. Місце Закарпатської області на міжнародному ринку туризму / Н.В. Чир, Н.Ф. Габчак, А.В. Мельник [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://dspace.uzhnu.edu.ua>.
77. Чорноморд О.І. Туристичний потенціал України: особливості сучасного розвитку / І.О. Чорноморд [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://globalnauka.com>.
78. Экономика определяет форматы // Ресторановедь. – № 1. – 2016–2017. – С. 18–23.
79. Яровий В.Ф. Стан та перспективи розвитку підприємств і дестинацій галузі туризму південного регіону / В.Ф. Яровий // Економіка та держава. – 2017. – № 11. – С. 24 – 28.
80. Medlik S. Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality. – S. Medlik. – 3-d ed. – Elsevier Science, 2003.
81. Nugent N. The European Commission / Neill Nugent. – N.Y.: PALGRAVE, 2001. – 366 p.
82. What Is Food Tourism? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism>.

Додаток А

Наукова стаття на тему «Позиціонування гастрономічних турів на міжнародному ринку» (Додаток А) у збірнику студентських наукових праць КНТЕУ, 2018 р.

ПОЗИЦІОНУВАННЯ ГАСТРОНОМІЧНИХ ТУРІВ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

**СИСАКОВА А., 2 курс (ОС «магістр») ФРГТБ КНТЕУ
спеціальність «Туризм», спеціалізація «Міжнародний туристичний бізнес»**

У статті досліджуються особливості виведення на міжнародний ринок гастрономічних турів, метою яких є знайомство з кухнею та кулінарними традиціями народів світу, дегустація національних страв і напоїв, формування уявлення про технологію їх приготування. Проаналізовано позиціонування гастрономічних турів на міжнародному ринку як комплекс заходів, спрямованих на зацікавлення потенційних клієнтів цим видом туризму.

Ключові слова: гастрономічний туризм, гастрономічний тур, гастрономічний маршрут, гурман-тури, традиції харчування, позиціонування гастрономічних турів.

В статье исследуются особенности вывода на международный рынок гастрономических туров, целью которых является знакомство с кухней и кулинарными традициями народов мира, дегустация национальных блюд и напитков, формирование представления о технологии их приготовления. Проанализировано позиционирование

гастрономических туров на международном рынке как комплекс мероприятий, направленных на интерес потенциальных клиентов этим видом туризма.

Ключевые слова: гастрономический туризм, гастрономический тур, гастрономический маршрут, гурман-туры, традиции питания, позиционирование гастрономических туров.

The article explores the peculiarities of the gastronomic tours to the international market, the purpose of which is to get acquainted with the cuisine and culinary traditions of the peoples of the world, tasting of national dishes and drinks, and the formation of the idea of the technology for their preparation. The positioning of gastronomic tours on the international market has been analyzed as a set of measures aimed at attracting potential customers to this type of tourism.

Keywords: gastronomic tourism, gastronomic tour, gastronomic route, gourmet tours, food traditions, positioning of gastronomic tours.

Актуальність теми. Подорожування – одна із важливих потреб сучасної людини. Під час подорожей вона набуває новий досвід та вчиться тримати свої думки подалі від щоденних проблем, що допомагає успішно долати стреси. Навіть провівши один день поза звичною атмосферою, досліджуючи нове місто, мандрівник відкриває в собі нові можливості, приховані вміння та наповнюється незабутніми враженнями. Одним з видів подорожування, що набуває все більшої популярності у світі є гастрономічний туризм, основна мета якого – знайомство з особливостями кухні тієї чи іншої місцевості або країни. Їжа може розповісти про дух народу навіть більше, ніж твори архітектури та живопису: витончені мистецтва індивідуалізовані, а національна кухня сформована протягом століть численними і часто безіменними авторами.

Продовження додатку А

Національна кухня знаходиться в тісному взаємозв'язку з іншими аспектами життя, які відображають взаємини людей у суспільстві, норми і форми поведінки, традиційні для певної нації. Кулінарний туризм є важливим чинником позитивної глобалізації сучасного соціуму, який сприяє перетворенню протистояння культур у їх діалог, збереженню природної та культурної спадщини.

Аналіз останніх досліджень публікацій. Аналіз наукової та фахової літератури свідчить про активне науково-практичне опрацювання зазначеної проблеми в Україні. Різні аспекти зародження та розвитку гастрономічного туризму викладено у працях вітчизняних та зарубіжних учених, зокрема Д.І. Басюк, О.П. Дейнеки, А.О. Глебової, В.В. Корнілової, І.К. Нестерчука, Е.Ю. Сердюк, Н. Фоменка, В. Шмагіна. У дослідженнях А. Бусигіна, Е. Маслова, І. Комарніцького, В. Федорченка, Т. Божук, Л. Прокопчук розглядаються історико-культурний контекст розвитку цього виду туризму, особливості створення регіональних туристичних продуктів на основі національної кухні та кулінарних традицій.

Мета статті – дослідити та узагальнити особливості позиціонування гастрономічних турів на міжнародному ринку. Її досягнення передбачає вирішення таких основних завдань: охарактеризувати гастрономічні тури як вид міжнародного туризму; проаналізувати особливості позиціонування гастрономічних турів як складову маркетингу туристичного підприємства; виявити основні напрямки успішного позиціонування гастрономічних турів на міжнародному ринку.

Об'єкт дослідження – процес позиціонування гастрономічних турів на міжнародному ринку.

Результати дослідження. Незважаючи на значний доробок праць у сфері гастрономічного туризму, дотепер не існує єдиного термінологічного визначення цього

виду туризму. Зустрічаються терміни «кулінарний туризм», «винно-гастрономічний туризм», «гурман-тури», «гастрономічний туризм».

У статті «Гастрономічний туризм: історія, теорія і сучасні практики» І.К. Нестерчук висловлює думку, що під гастрономічним туризмом слід розуміти:

- спеціальні винні та гастрономічні тури;
- відвідування об'єктів гастрономічного туризму (спеціалізовані музеї, сироварні, виноробні, пивоварні тощо);
- відвідування ресторанів із регіональною кухнею;
- відвідування кулінарних курсів при готелях, а також спеціалізованих кулінарних центрів і шкіл;
- відвідування фермерських господарств;
- відвідування сільськогосподарських (фермерських) ринків;
- продовольчі виставки та ярмарки;
- гастрономічні і винні (пивні тощо) фестивалі [7, с.193-194].

Деякі експерти кулінарного та ресторанного бізнесу вважають, що національна кухня багато в чому є частиною культури в цілому, і отже гастрономічний туризм не завжди можна відокремити від інших видів туризму [6, с.277].

З початку XXI століття у світі спостерігається значне збільшення кількості туристичних поїздок із метою залучення до етнографічної спадщини, знайомства з автохтонними стравами, магією процесу приготування та куштування. Гастрономічний туризм надає змогу не тільки ознайомитися з кулінарними традиціями певної країни, з характерними рисами матеріальної культури народу, елементами його фольклору і традиційними способами виробництва продуктів харчування, а й доторкнутися до її історичного минулого, оскільки їжа цікавить туриста не стільки з точки зору технології її приготування, скільки як явище побутової культури, що розвивається за певних

Продовження додатку А

географічних та історичних умов. Цей вид туризму має значні перспективи розвитку, а організація гастрономічних турів сприяє відродженню національних кулінарних традицій. Проведення гастрономічних турів покращує туристичний імідж країни, а поглиблене вивчення основних світових тенденцій розвитку гастрономічного туризму дає змогу використати їх для практики розбудови вітчизняного туристичного ринку. У перспективі це сприятиме зростанню туристичних потоків.

Першочергова мета гастрономічних туристів – бажання скласти своє власне враження про країну через залучення до культури приготування та споживання їжі, а також бажання спробувати екзотичні продукти [4, с.101].

Об'єктами гастрономічного туризму є:

- країни, кухня яких найбільш популярна на світовій арені (Франція, Італія, Іспанія, Японія, Китай);
- регіони, відомі продуктами, що виробляють в цьому місці. Наприклад, такі регіони Франції як Бордо, Бургундія, Шампань асоціюються зі своїми унікальними винами; голландські міста Гауда і Едам – сирами;
- так звані «ресторанні міста»; головний критерій виділення таких DESTИНАЦІЙ – це наявність закладів, що представляють різноманітні види кухонь, стилів та форматів (Нью-Йорк, Лондон, Париж, Токіо, Гонконг). Для отримання статусу «ресторанного міста» місто має володіти унікальною кухнею, що визначає харчову культуру; стандартами якості, декором і розкішшю, які настільки високі, наскільки це взагалі можливо, тобто статус кращих ресторанів не повинен знаходитися під найменшим сумнівом;
- окремі ресторани, що виділяються якістю та ексклюзивністю кухні, оригінальним меню або мають статус «кращих»;
- підприємства, відомі своєю кулінарною продукцією;
- установи, що надають освітні послуги за напрямками кулінарії та гастрономії;

- кулінарні заходи: фестивалі, ярмарки, свята, дегустації, майстер-класи, виставки, конференції.

Найбільшою популярністю на гурман-мапі світу користуються європейські країни – Італія, Франція, Португалія, Іспанія, Австрія, Бельгія та ін., а також екзотичні, але широко відомі гастрономічними традиціями – Китай, Індія, Японія, Мексика, Ізраїль та країни арабського світу.

Кожна з країн має свої особливості, що дозволяють у ній розвиватися гастрономічному туризму. А.М. Расулова виділяє декілька факторів, що впливають на розвиток гастрономічного туризму: реакція на урбанізацію – прагнення до локалізації, повернення «до коріння»; бажання споживача знати більше про те, що він їсть, пошук екологічно чистої продукції; інтерес до культурних відмінностей в кулінарних традиціях; пошук нових відчуттів (відвідування ферми, збирання винограду, кулінарний майстер-клас); схильність до індивідуальності, до власного вибору; розвиток сільського туризму (агротуризм): орієнтація на використання ресурсів місцевості для створення туристичного продукту [8, с.77].

За даними Всесвітньої туристської 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 близько 30 відсотків загальних витрат на поїздку. За даними досліджень, 88,2% респондентів вважають гастрономію важливою складовою бренду території і сприймають гастрономічний туризм як стратегічний елемент брендового іміджу регіону. Привабливість локальної кухні і високий рівень сервісу в закладах ресторанного господарства виступає найважливішим мотивом при купівлі житла за кордоном [3, с.116].

Продовження додатку А

З організаційної точки зору гастрономічний туризм передбачає знайомство з особливостями технологій виготовлення місцевих харчових продуктів, історією і традиціями їх споживання, а також можливу участь туриста в приготуванні національних страв, відвідування кулінарних фестивалів та конкурсів. Гастрономічний туризм також можна вважати допоміжним інструментом у пізнанні культурної спадщини країн та регіонів світу, оскільки страви національної кухні є одним із елементів, що відображають спосіб життя, світогляд, традиції народу.

Розвиток гастрономічного туризму потребує маркетингового забезпечення, важливою складовою якого є позиціонування гастрономічних турів, тобто забезпечення йому бажаного місця на ринку і у свідомості потенційних покупців.

О.Т. Лойко характеризує позиціонування туристичного продукту як фундаментальну концепцію маркетингу для залучення специфічної клієнтури і більш повного задоволення запитів певного сегмента ринку [5, с.28].

Фахівці в сфері маркетингу індустрії гостинності рекомендують проводити як об'єктивне, так і суб'єктивне позиціонування продукту. Об'єктивне позиціонування пов'язане в основному з фізичними атрибутами продукту та підприємства. Відповідно реклама, що створює імідж продукту та підприємству, відображає фізичні характеристики та функціональні риси обох. Суб'єктивне позиціонування проводиться для впливу на сприйняття споживачів. Створюваний таким шляхом імідж не має відношення до фізичних якостей продукту, а пов'язаний з ментальністю споживачів.

В цілому ж позиціонування туристичного продукту являє собою розміщення цього продукту на певному ринку, який називають цільовим туристичним ринком, і допомагає туристичним компаніям досягти значної конкурентної переваги. Концепція позиціонування тісно пов'язана із сегментацією ринку та визначенням цілей ринку.

Е.Ю. Сердюк визначає основні складові створення іміджу гастрономічних туроператорів на міжнародному ринку (рис. 1) [9, с.32].



Рис. 1. Складові формування іміджу гастрономічних туроператорів

Продовження додатку А

Умовою успішної реалізації поставлених цілей у сфері формування туристичного іміджу є професійна система маркетингових комунікацій, за допомогою якої передається закодоване у формі і змісті повідомлення для безпосередніх і посередніх адресатів туристичної пропозиції. У цій системі особливо важливу роль відіграє реклама.

Після того, як позиція туристичного підприємства обрана, необхідно розробити стратегію позиціонування з метою доведення переваг пропонованого турпродукту до споживачів. При цьому необхідно вивчати найважливіші характеристики попиту та пропозиції, встановлювати змінні, які є значущими для споживачів на даному ринку.

Типи позиціонування гастрономічних турів відображені на рис. 2.

Типи позиціонування гастрономічних турів

Позиціонування	Позиціонування на	Позиціонування	Позиціонування на основі відмінних особливостей по відношенню до аналогічного
----------------	-------------------	----------------	---

Рис. 2. Типи позиціонування гастрономічних турів [2, с.129]

На основі проведеного маркетингового аналізу туристична компанія може застосовувати деякі стратегії позиціонування, а саме, стратегію диференціації продукту, стратегію знаходження своєї ніші на ринку, стратегію малих витрат та ін. Для поліпшення ситуації компанія може пристосовуватися до неї за допомогою модифікації продукту, зміни стратегії ціноутворення або способів просування і каналів розподілу, тобто шляхом формування конкурентної позиції продукту та наступного детального маркетингового комплексу.

Отже, позиціонування – це логічне продовження процесу ринкової сегментації, пошук місця турпродукту (зокрема, гастрономічних турів) на ринку туристичних послуг.

Позиціонування гастрономічних турів ґрунтується на їх типах, в першу чергу, за місцем проведення: сільські та міські гастрономічні тури. Проте ознаковою має бути не лише географічна характеристика, а і мета туру.

У добре спланованому гастрономічному турі у туриста є можливість побувати у кількох регіонах, щоб скуштувати найрізноманітніші страви, які готують у тих чи інших краях. Фахівці туристичної галузі в гастрономічному туризмі визначають п'ять основних напрямів, які користуються найбільшим попитом (табл.1) [3,с.114].

Продовження додатку А

Таблиця 1

Основні напрями, що користуються найбільшим попитом серед гастрономічних турів

Країна	Найпопулярніші страви	Найпривабливіші населені пункти та регіони з точки зору гастрономічного туризму
Італія	Вина, кава, десерти, в'ялене м'ясо і ковбаси, чабата, прошуто, різото, різноманітна паста, сири	Рим, Лаціо, Тоскана
Франція	Вина, кава, круасани, багети, супи-пюре, соуси, салати, фуа-гра, страви з риби	Прованс, Бордо, Бретань, Нормандія, Шампань,
Грузія	Вина, хінкалі, хачапурі, сациві, чакапулі, лобіо, шашлик, шоті, мчаді	Тбілісі, Мцхета, Кахетія
Іспанія	Вина, гаспачо, паелья, делікатеси з морепродуктів, горіховий торт	Барселона, Рибера-дель-Дуеро, Пенедес, Тенерифе
Тайланд	Екзотичні фрукти, морепродукти і страви в риби, зелене каррі з курчам, бананові млинці	Бангкок, Хуахін, Чіангмай

Доцільно позиціонувати гастрономічні тури, виходячи з їх програмного забезпечення. Так, наприклад, вдалим є поєднання гастрономічного туру з елементами івентивного, що здійснюється під час проведення святкових заходів у різних країнах. При розробці гастрономічних турів туроператорам слід брати до уваги івентивні особливості регіону, будуючи на них спеціальні пропозиції клієнтам туристичного підприємства.

Інший аспект позиціонування гастрономічних турів може бути спрямований на знайомство з особливостями святкування певного свята різними народами. Наприклад, це може бути програма гастрономічного туру, протягом якого пропонується скуштувати класичні різдвяні страви народів світу. Для таких країн як США, Франція, Німеччина, Великобританія характерною різдвяною стравою вважається індичка. Для Східної Європи аби щастя «не відлетіло на пташиних крилах», за різдвяними традиціями слід подавати запеченого коропа. Для Північноєвропейських країн традиційним вважається червоне м'ясо – порося чи оленина. Для України характерним різдвяним блюдом здавна вважалась кутя – пшенична або ячмінна каша з медом, горіхами, цукром, ізюмом. У Білорусі в свят вечір готують сочиво. Особливу увагу туристичним підприємствам при розробці гастрономічно-івентивного туру слід звернути на Масляну. Масляна етнографічно-івентивний ресурс багатьох країн світу. Так, в країнах Західної Європи здавна прийнято святкувати напередодні Великого католицького посту перед Паскою Mardi Gras, у Чехії – Masopust, в Скандинавії – Fastelavn, навіть в США знайшла своє відображення традиція перед Великим постом готувати млинці – International Pancake Day. В Україні, Росії, Білорусії також здавна святкують Масляну – веселі проводи зими, осяяні радісним очікуванням близького тепла, весняного оновлення природи. Навіть млинці, неодмінний атрибут Масниці, мали ритуальне значення: круглі, рум'яні, гарячі, вони являли собою символ сонця, яке все яскравіше розгоралося, подовжуючи дні.

Продовження додатку А

Розглянуті приклади дозволяють зробити висновок про великі можливості вибору позиціонування для гастрономічних турів на міжнародному ринку шляхом порівняння традицій різних народів у сезонному, святковому та інших видах харчування.

Висновки. Гастрономічний туризм – вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з виробництвом, технологією приготування та дегустацією національних страв і напоїв, а також з кулінарними традиціями народів світу.

Позиціонування гастрономічних турів спрямоване на керування взаєминами зі споживачами на турринках і має відігравати важливу роль в успіху та прибутковості туристичного підприємства, що спеціалізується на такого виду туристичних послугах. Процес позиціонування гастрономічного туру повинен бути спрямований на: створення позитивних емоцій та викликання зацікавленості у споживача; інформування споживача про найцінніші аспекти даного виду турпродукту.

Для успішного позиціонування необхідно: з'ясувати реальні позиції свого туристичного продукту на ринку; знати позиції всіх конкурентів; оцінювати сильні і слабкі місця обраної позиції; узгоджувати позицію туристичного продукту з іншими елементами маркетингу туристичного підприємства.

Належним чином проведене позиціонування гастрономічних турів як туристичного продукту дозволяє: отримувати додатковий прибуток; полегшує процедуру вибору туристичного продукту споживачем; ідентифікує туристичну компанію та її послуги серед туристичних продуктів конкурентів; відкриває можливості інвестування у майбутнє.

Список використаних джерел

1. Абрамов В.В. Історія туризму: підручник / В.В. Абрамов, М.В. Тонкошкур. – Харків : Харківська національна академія міського господарства, 2010. - 294 с.
2. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Д.І. Басюк // Наукові праці НУХТ. – 2012. – № 45. – С. 128–132.
3. Вишневська Г.Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму / Г.Г. Вишневська // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. – К.: Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2013. – Вип. 31. – С. 112–118.
4. Комарницький І.О. Кулінарний туризм в Україні: стан і перспективи регіонального розвитку в контексті Євро-2012 / І.О. Комарницький // Географія та туризм. – Вип. 14. – 2011. – С. 100–115.
5. Лойко О.Т. Туризм і готельне господарство / О.Т. Лойко. – К.: Аспект-прес, 2015. – 370 с.
6. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник / М.П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич. – К.: ЦУЛ, 2017. – 663 с.
7. Нестерчук І.К. Гастрономічний туризм: історія, теорія і сучасні практики / І.К. Нестерчук // Науковий вісник Харківського державного університету, 2017. - С. 193-199
8. Расулова А.М. Потенціал та напрями розвитку гастрономічного туризму / А.М. Расулова // Економіка та держава, 2016. – № 7. – С. 77–81.
9. Сердюк Е. Ю. Гастрономічний туризм в Україні на сучасному етапі: сутність та основні напрями розвитку / Е. Ю.Сердюк, О. П. Дейнека, А. О. Глебова // Матеріали III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Управління туристичною індустрією: методологія і практика»: збірник наукових праць. – Полтава: Копіцентр, 2016.- С.31-33.

Робота виконана під науковим керівництвом к.е.н., доцента
ХЛОПЯКА С.В.

Додаток Б

Стратегія розвитку дестинації (рекомендована структура)

Вступ

1. Аналіз потенціалу туристичної дестинації:
 - 1.1. Природно-екологічний потенціал дестинації;
 - 1.2. Культурно-історичний потенціал дестинації;
 - 1.3. Соціально-економічний потенціал дестинації;
 - 1.4. Потенціал кластероформування дестинації;
 - 1.5. Аналіз конкурентного середовища;
 - 1.6. Нормативно-правові умови розвитку туризму.
2. SWOT-аналіз дестинації для розвитку туризму.
3. Образ бажаного майбутнього дестинації.

4. Мета та завдання розвитку туризму в дестинації в довгостроковій та короткостроковій перспективі:

- 4.1. Ключові групи споживачів дестинації;
- 4.2. Туристичний продукт дестинації;
- 4.3. Просування дестинації з урахуванням цільових груп;
- 4.4. Залучення інвестицій на розвиток дестинації.
5. Захист екосистем і культурної спадщини.
6. Управління туристичною дестинацією.
7. Оцінка виконання стратегічних планів та оцінювання ризиків.

З урахуванням рівнів рекреаційно-туристичного розвитку регіонів виділяють такі стратегії розвитку дестинацій:

- регіони, ізольовані від туризму – роз’яснювальна стратегія;
- регіони з низьким розвитком туризму – еволюційна стратегія;
- регіони з піонерним розвитком туризму – підтримуюча стратегія;
- регіони з розвиненою туріндустрією – мотиваційна стратегія;
- регіони зі сталою туріндустрією – інноваційна стратегія.

Додаток В

Програма розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2011-2015рр.

Відповідно до пункту 16 частини 1 статті 43 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», Указу Президента України від 21 лютого 2007 року № 136/2007 «Про заходи щодо розвитку туризму і курортів в Україні», Стратегії розвитку туризму і курортів в Україні обласна рада **в и р і ш и л а:**

1. Затвердити Програму розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2011-2015 роки (далі – Програма), що додається.
2. Обласній державній адміністрації щороку при формуванні проекту обласного бюджету передбачати кошти на реалізацію заходів Програми.
3. Рекомендувати райдержадміністраціям, Берегівському, Мукачівському, Ужгородському, Хустському міськвиконкомам розробити районні (міські) програми розвитку туризму і курортів на 2011-2015 роки та подати їх на затвердження районних (міських) рад.
4. Обласній державній адміністрації про хід реалізації Програми

інформувати обласну раду щороку до 15лютого.

5. Контроль за виконанням цього рішення покласти на заступника голови обласної державної адміністрації Гоблика В. В. та постійну комісію обласної ради з питань розвитку туризму та рекреації (Андріюк Д.Д.)

Головаради

І.Балога

Продовження додатку В

ЗАТВЕРДЖЕНО

Рішення обласної ради від 16 грудня 2010 року №72

ПРОГРАМА

розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2011 – 2015 роки

Загальні положення

Аналіз виконання Програми розвитку туризму та рекреації в Закарпатській області на 2002 – 2010 роки є підтвердженням висновку, що туристично-рекреаційна галузь області відіграє дедалі вагомішу роль в соціально-економічному розвитку області і є одним із пріоритетів розвитку. Розвиток туристично-рекреаційної галузі на Закарпатті має позитивну динаміку. За період 2004 – 2010 років кількість туристів, які відвідали нашу область, збільшилася на 57 відсотків. Відповідно, обсяг наданих туристичних послуг збільшився майже у три рази, значно зросли відрахування до бюджетів усіх рівнів.

Мережа санаторно-курортних, туристично-рекреаційних та готельних закладів нараховує 356 об'єктів, що дозволяє одночасно розмістити близько 20 тисяч осіб, а це на 30 відсотків більше, ніж у 2004 році.

Туристична галузь набуває дедалі більшого значення для розвитку економіки та соціальної сфери області, стрімко інтегрується у загальноукраїнську та європейську туристичну індустрію.

Пріоритетний напрям розвитку в'їзного та внутрішнього туризму є важливим чинником підвищення якості життя, створення додаткових робочих місць, поповнення валютних запасів держави та підвищення її міжнародного авторитету.

Мета Програми

Програму розроблено відповідно до основних вимог законів України:

„Про туризм”, „Про курорти” та спрямовано на реалізацію положень Стратегії розвитку туризму і курортів в Україні, затвердженої розпорядженням Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2008 року № 1088-р та Регіональної стратегії розвитку Закарпатської області до 2015 року згідно з розпорядженням голови облдержадміністрації від 05.06.09 № 280.

Основною метою Програми є удосконалення та поліпшення функціональної і технічної якості складової регіонального та національного туристичного продукту, оптимізація використання туристичних ресурсів, посилення конкурентоспроможності на внутрішньому та міжнародних туристичних ринках, забезпечення надходжень до бюджетів усіх рівнів, сприяння соціально-економічному розвитку регіону, як складової держави та зростання якості життя населення.

Продовження додатку В

Основні завдання та напрями Програми

Програму спрямовано на розв'язання істотних проблем розвитку туризму і діяльності курортів на території області, а саме:

- участь в удосконаленні державної політики з розвитку туризму і курортів;
- підвищення ефективності функціонування туристичної сфери і діяльності курортів;
- раціональне використання туристичних та рекреаційних ресурсів краю та об'єктів історико-культурної спадщини;
- формування конкурентоспроможного регіонального туристичного продукту;
- приведення технічної оснащеності об'єктів туристичної інфраструктури у відповідність до вимог сучасних стандартів якості туристичного обслуговування;
- покращення туристичного іміджу та курортної привабливості Карпатського регіону на міжнародному туристичному ринку, підвищення ефективності заходів, спрямованих на збільшення туристичних потоків у Закарпатську область;
- вдосконалення системи управління підприємствами туристичної сфери, впровадження нових дієвих механізмів державного управління туризмом і діяльністю курортів, ефективності взаємодії місцевих та державних органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, приватного сектору;
- сприяння в забезпеченні розроблення єдиної системи маркування та знакування туристичних маршрутів;

покращення аналітичної роботи у сфері туризму і курортів, запровадження обов'язкової системи звітності всіх суб'єктів туристично- рекреаційної діяльності перед місцевими органами влади;

розроблення та запровадження системи звітності туристично- інформаційних центрів.

Виконання завдань і досягнення основної мети програми може бути забезпечено за рахунок впровадження європейської моделі державно- приватного партнерства.

Ця управлінська модель дає можливість забезпечити раціональне використання національних туристичних ресурсів; сприяти зростанню робочих місць; формувати позитивний туристичний імідж краю та країни в цілому; збільшувати надходження до державного та місцевих бюджетів; досягти відносно високої соціальної та екологічної ефективності від туристичної діяльності.

Продовження додатку В

Основні заходи реалізації Програми:

Реалізація туристичної політики держави, оптимізація системи управління туризмом

1.1. Впровадження уніфікованої моделі управління сферою туризму та курортів на регіональному рівні, побудованої за вертикаллю, створення єдиної системи звітності туристичних підприємств різних форм власності, посилення аналітичної роботи в туристичній сфері.

Термін: 2011 – 2012 роки

Очікуваний результат: підвищення ефективності управління на рівні районів та міст області, забезпечення координації дій управлінських структур, підготовка науково обґрунтованих управлінських рішень у туристичній сфері та діяльності курортів.

1.2. Участь у розробленні нормативно-правових документів з метою створення сприятливих умов для залучення зовнішніх та внутрішніх інвестицій, спрямованих на розвиток туристичної інфраструктури, підтримку середнього та малого підприємництва (зокрема в сільській місцевості та депресивних районах) у сфері туризму і діяльності курортів. Розроблення механізму підтримки перспективних проектів розвитку

туризму та курортів на обласному рівні, заходів зі спрощення нормативних та дозвільних документів.

Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо- економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації спільно з агенцією з питань залучення інвестицій, райдержадміністрації, міськвиконкоми, кафедра туризму УжНУ

Термін: 2011 – 2013 роки

Очікуваний результат: формування сприятливого інвестиційного іміджу, збільшення обсягів інвестування, кількості робочих місць, надходжень до бюджетів усіх рівнів, зростання якості життя населення.

Продовження додатку В

1.3. Розроблення проектів, концепцій та передпроектної документації розбудови туристичної інфраструктури гірських районів та місцевостей, де наявні термальні та мінеральні води.

Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо- економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації, райдержадміністрації, міськвиконкоми спільно із суб'єктами підприємницької діяльності, кафедра туризму УжНУ

Термін: 2011 – 2013 роки

Очікувані результати: збереження і раціональне використання цінних туристичних ресурсів області, забезпечення їх доступності для всіх категорій населення, впорядкування туристично-рекреаційних територій, збільшення обсягів інвестування у сфері туризму і діяльності курортів, зростання кількості робочих місць та якості життя населення.

1.4. Удосконалення статистичної звітності у сфері туризму та діяльності курортів, гармонізація статистичних досліджень у сфері туризму і діяльності курортів зі стандартними методиками Євростату.

Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо- економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації спільно з головним управлінням статистики у Закарпатській області

Термін: 2011 – 2013 роки

Очікувані результати: адекватна оцінка внеску туристично-рекреаційної галузі в економіку області, отримання повної та достовірної інформації про туристичні об'єкти та курортні заклади.

2. Забезпечення оптимального середовища сталого розвитку туризму на Закарпатті

2.1. Інвентаризація та паспортизація туристичних ресурсів області, формування та ведення відповідного реєстру. Резервування земель оздоровчого призначення та встановлення меж охоронних зон резервованих територій з метою створення та розвитку курортів, підготовка експертної оцінки наявних мінеральних та термальних вод.

Продовження додатку В

Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо- економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації, управління охорони здоров'я облдержадміністрації, головне управління економіки облдержадміністрації спільно з головним управлінням Держкомзему у Закарпатській області та науково- дослідними установами

Термін: 2011 – 2013 роки

Очікувані результати: забезпечення збереження та раціональне використання цінних туристичних ресурсів краю, їх доступності для всіх категорій населення, формування сприятливого туристичного іміджу, створення передумов для формування конкурентоспроможного національного туристичного продукту.

2.2. Формування регіональної мережі туристично-екскурсійних маршрутів, розроблення і впровадження на державному рівні механізму їх утримання. Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо- економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації, райдержадміністрації спільно з громадськими організаціями галузі туризму

Термін: 2011 – 2015 роки

Очікувані результати: збільшення та впорядкування туристичних потоків, створення нових туристичних продуктів, забезпечення безпеки туристів, збільшення надходжень до бюджетів усіх рівнів.

2.3. Розроблення кінних туристичних маршрутів, включення їх у регіональну мережу туристично-екскурсійних маршрутів. Створення регіональної асоціації кінноготуризму.

Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо- економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації, райдержадміністрації спільно з науково-виробничою асоціацією „Племконцентр”

Термін: 2011 – 2013 роки

Очікувані результати: розширення атракційності туристичного продукту регіону, створення нових робочих місць.

2.4. Знакування та маркування основних туристичних шляхів, що є складовою регіональної та національної мережі туристично-екскурсійних маршрутів, інформаційне облаштування туристичних об'єктів.

Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо- економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації, райдержадміністрації спільно із громадськими організаціями галузі туризму

Термін: 2013 – 2015 роки

Очікувані результати: посилення рівня безпеки туристів, збільшення та впорядкування туристичних потоків, збільшення надходжень до бюджетів усіх рівнів, створення передумов для формування конкурентоспроможного регіонального туристичного продукту.

Продовження додатку В

2.5. Забезпечення інфраструктурного облаштування визначних об'єктів історико-культурної спадщини у складі регіональної та національної мережі туристично-екскурсійних маршрутів.

Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо- економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації, управління культури облдержадміністрації, райдержадміністрації спільно з кафедрами туризму вищих

навчальних закладів області

Термін: 2011 – 2015 роки

Очікувані результати: підвищення рівня привабливості та пристосованості до потреб туризму об'єктів історико-культурної спадщини, створення передумов для формування конкурентоспроможного регіонального туристичного продукту.

2.6. Забезпечення інфраструктурного облаштування визначних об'єктів природно-заповідного фонду в складі регіональної та національної мережі туристично-екскурсійних маршрутів. Використання перспективних територій природо-заповідного фонду загальнодержавного значення для створення центрів санаторного лікування та соціально-психологічної реабілітації.

Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо- економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації, райдержадміністрації спільно з природо-заповідними установами області Термін: 2011 – 2015 роки

Очікувані результати: підвищення рівня привабливості та пристосованості об'єктів природно-заповідного фонду, збільшення та впорядкування туристичних потоків, формування конкурентоспроможного туристичного продукту.

2.7. Формування регіональної мережі туристично-інформаційних центрів і пунктів єдиної інформаційної системи, забезпечення їх стабільного функціонування, сприяння у щорічному оновленні ними банку даних про туристичні ресурси, зокрема, про їх споживчі характеристики.

Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо- економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації, райдержадміні- страції, міськвиконкоми
Термін: 2011 – 2015 роки

Очікувані результати: збільшення туристичних потоків, посилення рівня безпеки туристів, забезпечення туристів повною та достовірною інформацією.

2.8. Забезпечення безпеки відпочиваючих на туристичних маршрутах та в туристичних закладах, а також безпечних санітарно-гігієнічних умов проживання й харчування в закладах розміщення.

Продовження додатку В

Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо- економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації, управління охорони здоров'я облдержадміні- страції спільно з управлінням МВС України в Закарпатській області, головним управлінням МНС України в Закарпатській області, інспекцією державного архітектурно-будівель- ного контролю, Закарпатським гірським пошуково-рятувальним заго- ном

Термін: 2011 – 2015 роки

Очікувані результати: посилення безпеки туристів, впорядкування туристичних потоків, створення передумов для формування якісного туристичного продукту.

2.9. Розроблення проекту створення мережі доступних засобів тимчасового розміщення, зокрема молодіжних готелів (хостелів), турбаз, автокемпінгів на території, через які прокладено регіональні та національні туристичні маршрути.

Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо- економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації, райдержадміні- страції, міськвиконкоми
Термін: 2011 – 2014 роки

Очікувані результати: розвиток туристичної інфраструктури, збільшення туристичних потоків, створення нових робочих місць, створення передумов для формування конкурентоспроможного туристичного продукту, підвищення доступу молоді та інших незаможних верств населення до туристичного обслуговування.

2.10. Підтримка розвитку сільського та агротуризму в області як необхідної передумови комплексного соціально-економічного розвитку села.

Головні управління облдержадміністрації: з питань європейської інтеграції, зовнішньоекономічних зв'язків туризму, агропромислового розвитку,

райдержадміністрації спільно з Закарпатським обласним центром розвитку сільськоготуризму

Термін: 2011 – 2015 роки

Очікувані результати: вирішення соціально-економічних проблем села, поліпшення умов та якості життя сільського населення, самозайнятість населення, додатковий заробіток.

2.11. Підтримка та розвиток народних ремесел як складової програми туристичного обслуговування, включення у місцеві туристичні продукти майстер-класів з народнихпромислів.

Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо- економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації, управління культури облдержадміністрації спільно з громадськими організаціями галузі туризму

Термін: 2011 – 2015 роки

Продовження додатку В

Очікувані результати: вирішення соціально-економічних проблем села, самозайнятість населення, додатковий заробіток.

2.12. Оцінка стану готовності туристичних об'єктів та інфраструктури до прийому туристів під час їх транзиту територією області для участі у проведенні в Україні фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу. Створення атмосфери футбольного свята, зокрема шляхом монтажу сучасних великих телевізійних екранів в обласному центрі, на курортах у місцях масового відпочинку шляхом залучення інвестиційних коштів.

Головні управління облдерж- адміністрації: з питань європейської інтеграції, зовнішньоекономічних зв'язків та туризму, економіки, управління облдержадміністрації: у справах молоді та спорту, охорони здоров'я, культури

Термін: 2011 – 2012 роки

Очікувані результати: збільшення потоку іноземних туристів, створення комфортних умов для гостей та вболівальників.

3. Інноваційний підхід до управління конкурентоспроможністю регіонального та національного туристичного продукту

3.1. Розроблення на конкурсній основі інноваційних та інвестиційних проектів у сфері туризму і діяльності курортів, забезпечення їх промоції.

Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо- економічних зв'язків та

туризму облдержадміністрації спільно з громадськими організаціями у галузі туризму
Термін: 2011 – 2015 роки

Очікувані результати: залучення внутрішніх та зовнішніх інвестицій у сферу туризму і діяльності курортів, розвиток туристичної інфраструктури.

3.2. Участь у розробленні та реалізації заходів загальнодержавної програми з формування протягом 2011 – 2022 років сучасної спортивно- туристичної інфраструктури у Карпатському регіоні, розвиток зимових видів спорту;

створення передумов для отримання права на проведення зимових олімпійських та параолімпійських ігор 2022 року у Карпатах та розвиток гірськолижного курорту світового рівня.

Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо- економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації, управління у справах молоді та спорту облдержадміністрації

Термін: 2011 – 2015 роки

Очікувані результати: підняття іміджу зимових спортивно-туристичних видів відпочинку, реконструкцію та будівництво матеріально-технічної бази зимових видів спорту, залучення інвестицій у будівництво туристичної інфраструктури, створення нових робочих місць.

Продовження додатку В

Просвітницька діяльність та науково-освітнє забезпечення сталого розвитку туризму та діяльності курортів

4.1. Здійснення постійного моніторингу внутрішнього та міжнародного туристичних потоків та ринків, їх всебічний аналіз.

Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо- економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації, райдержадміністрації, міськвиконкоми

Термін: 2011 – 2015 роки

Очікувані результати: прогнозування туристичних потоків і процесів, створення передумов для формування конкурентоспроможного туристичного продукту.

4.2. Здійснення постійного моніторингу стану і якості туристичних ресурсів Закарпаття.

Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо- економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації, райдержадміністрації, міськвиконкоми спільно з громадськими об'єднаннями та організаціями галузі туризму

Термін: 2011 – 2015 роки

Очікувані результати: корегування туристичних пропозицій в залежності від потреб ринку, раціональне використання туристичних ресурсів, створення передумов для формування конкурентоспроможного туристичного продукту.

4.3. Обмін кращими практиками туристичної діяльності під час проведення науково-практичних конференцій, семінарів, засідань за круглим столом.

Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо- економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації, райдержадміністрації, міськвиконкоми спільно з громадськими об'єднаннями та організаціями галузі туризму, освітні заклади

Термін: 2011 – 2015 роки

Очікувані результати: вивчення досвіду розвитку туристичної сфери на прикладі інших регіонів України та країн світу, вирішення нагальних проблем туристично-рекреаційної галузі.

4.4. Удосконалення системи підготовки кадрів для сфери туризму та діяльності курортів, розширення мережі центрів туризму, екскурсій, краєзнавства і спорту учнівської молоді. Започаткування підготовки фахівців туристичного супроводу (провідників у гори, інструкторів спортивного і кінного туризму тощо).

Управління освіти і науки облдержадміністрації, головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньоекономічних зв'язків та туризму облдержадміністрації спільно з кафедрами туризму вищих навчальних закладів області

Термін: 2011 – 2013 роки

Продовження додатку В

Очікувані результати: забезпечення сфери туризму і діяльності курортів кваліфікованими кадрами, підвищення якості обслуговування туристів, створення передумов для формування конкурентоспроможного туристичного продукту.

4.5 Популяризація культурної спадщини і духовних надбань області та України, включення їх до регіонального туристичного продукту.

Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо- економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації, управління культури облдержадміністрації Термін: 2011 – 2015 роки

Очікувані результати: збільшення туристичних потоків, формування позитивного іміджу Закарпаття, підвищення духовного та культурного рівня відпочиваючих.

4.6. Розроблення нових туристсько-екскурсійних програм для школярів, виховання почуття патріотизму, налагодження у школах роботи туристичних гуртків.

Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо- економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації, управління облдержадміністрації: освіти і науки, культури, Закарпатський центр туризму, краєзнавства, екскурсій і спорту учнівської молоді Термін: 2011 – 2015 роки

Очікувані результати: покращення виховної роботи, виховання у молоді почуття патріотизму, любові до рідного краю.

4.7. Інформаційне забезпечення туристично-екскурсійних маршрутів через підготовку на 4-5 мовах Євросоюзу аудіо та відеоматеріалів, створення фільмів про іміджеві туристичні продукти Закарпаття, їх запис і копіювання у форматі CD, DVD.

Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо- економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації, райдержадміністрації, міськвиконкоми

Термін: 2011 – 2015 роки

Очікувані результати: покращення поінформованості туристів про регіон і наявні в ньому туристичні продукти, збільшення туристичних потоків, підвищення якості туристичних послуг, поліпшення туристичного іміджу на міжнародній арені, формування конкурентоспроможного туристичного продукту.

4.8. Розроблення науково-обґрунтованих концепцій та програм регіонального розвитку перспективних туристично-рекреаційних територій. Підготовка, розгляд та погодження клопотань про оголошення природних територій курортами державного та місцевого значення.

Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо- економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації спільно з науково-дослідними та проектними установами

Продовження додатку В

Термін: 2011 – 2015 роки

Очікувані результати: підготовка локальних інвестиційних проектів у туристичній сфері, забезпечення збереження та раціонального використання цінних рекреаційних ресурсів області.

5. Формування туристичного іміджу краю та просування на внутрішньому і міжнародному туристичних ринках

5.1. Популяризація регіонального туристичного продукту на регіональних, загальноукраїнських та міжнародних спеціалізованих заходах.

Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо- економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації спільно з Асоціацією туристичних підприємств Закарпатської області, Закарпатським центром розвитку сільського туризму Термін: 2011 – 2015 роки

Очікувані результати: створення позитивного іміджу краю та держави, збільшення туристичних потоків.

5.2. Створення мережі туристично-інформаційних сайтів, їх постійне оновлення та підтримка. Реклама туристично-рекреаційних можливостей Закарпаття на центральних та місцевих каналах телебачення і радіо, у друкованих засобах масової інформації.

Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо- економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації

Термін: 2011 – 2015 роки

Очікувані результати: підвищення інформованості про туристичні можливості регіону, створення позитивного іміджу регіонального туристичного продукту, збільшення туристичних потоків.

5.3. Підготовка та випуск туристичних карт, довідників, каталогів,

карт-схем, картографічне забезпечення регіональних мереж туристично- екскурсійних маршрутів, зокрема, і до Євро-2012.

Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо- економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації

Термін: 2011 – 2015 роки

Очікувані результати: покращення поінформованості туристів про регіон і наявні в ньому туристичні продукти, збільшення туристичних потоків, підвищення якості туристичних послуг.

Очікувані результати та ефективність Програми

Реалізація напрямів та виконання завдань розвитку сфери туризму і діяльності курортів, визначених цією Програмою, дасть змогу до 2015 року забезпечити:

зростання потоку внутрішніх туристів на 10 відсотків щороку; зростання потоку іноземних туристів на 50-60 тисяч щороку; збільшення обсягів, наданих туристичних послуг до 500 млн.грн. на рік;

збільшення частки сфери туризму і діяльності курортів у валовому внутрішньому продукті регіону до 5 відсотків загального обсягу;

збільшення терміну перебування туристів на території області у вітчизняних готелях та інших закладах тимчасового розміщення;

Продовження додатку В

створення умов для впровадження ефективної маркетингової та інформаційної політики з підтримки регіонального та вітчизняного туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному туристичних ринках;

приведення матеріально-технічної та функціональної якості вітчизняних об'єктів туристичного відвідування та об'єктів туристичної інфраструктури до сучасних вимог, директив Європейського Союзу та рекомендацій Міністерства культури та туризму України.

Очікувані результати

Найменування завдання	Найменування показників	Одиниця виміру	Значення показників за роками				
			2011 рік	2012 рік	2013 рік	2014 рік	2015 рік
Економічні	Кількість обслуговуваних туристів	тис.осіб	390,0	450,0	420,0	450,0	470,0
	Обсяг наданих послуг	млн грн	310,0	370,0	340,0	370,0	390,0
	Надходження до бюджетів усіх рівнів	млн грн	35,0	38,0	37,0	38,0	40,0
Соціальні	Кількість зайнятих у сфері туризму та діяльності курортів	осіб	5000	6500	6000	7000	8000

Обсяги та джерела фінансування

Заходи Програми реалізуються за рахунок коштів обласного бюджету (12 млн грн), районних та міських бюджетів (7 млн грн), міжнародної технічної допомоги та інвестиційних коштів (20 млрд грн), інших джерел, не заборонених законодавством.

Фінансове забезпечення заходів, передбачених Програмою на 2011 – 2015 роки, подається на розгляд сесії обласної радищороку.

Заходи щодо фінансування в 2011 році „Програми розвитку туризму та курортів у Закарпатській області на 2011 – 2015 роки” додаються.

Продовження додатку В

Додаток до рішення обласної ради від 2010 року №

Заходи щодо фінансування у 2011 році „Програми розвитку туризму та курортів у Закарпатській області на 2011 – 2015 роки”

№ з/п	Зміст заходу	Термін виконання	Відповідальні за виконання	Потреба у фінансуванні з обласного бюджету (тис. грн)
1	2	3	4	5
<i>I. Реалізація туристичної політики держави, оптимізація системи управління туризмом</i>				
1.	Організація та проведення конкурсу на кращий туристичний проект з розбудови туристичної інфраструктури в гірських районах, на територіях з термальними та мінеральними водами	Протягом року	Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньоекономічних зв'язків та туризму облдержадміністрації	10,0
<i>II. Сталий розвиток туризму на Закарпатті</i>				

1.	Провести інвентаризацію та паспортизацію бальнеологічних ресурсів області	Протягом року	Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо-економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації, управління охорони здоров'я облдержадміністрації	18,0
----	---	---------------	---	------

Продовження додатку В

2.	Комплексна економічна оцінка туристичних ресурсів краю	Протягом року	Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо-економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації спільно з кафедрою туризму Ужгородського національного університету та Закарпатським регіональним центром соціально-економічних і гуманітарних досліджень НАНУ України	45,0
3.	Підготовка та видання довідника „Туристично-екскурсійні маршрути Закарпаття”	Березень-травень	Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо-економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації, кафедра туризму УжНУ	50,0

4.	Утримання діючих та маркування нових туристичних маршрутів краю (знакування, маркування)	Протягом року	Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньоекономічних зв'язків та туризму облдержадміністрації спільно з громадськими об'єднаннями і організаціями	60,0
5.	Підготовка та видання інформаційних буклетів та довідників для регіональної мережі туристично-інформаційних центрів, візит-центрів	Протягом року	Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньоекономічних зв'язків та туризму облдержадміністрації	80,0
6.	Розроблення проекту створення мережі засобів тимчасового розміщення, зокрема, молодіжних готелів – хостелів, автокемпінгів на територіях, прилеглих до основних мереж регіональних та національних туристичних маршрутів	Березень-липень	Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньоекономічних зв'язків та туризму облдержадміністрації	30,0

Продовження додатку В

7.	Створення асоціації кінного туризму та розроблення і маркування кінних туристичних маршрутів, їх висвітлення на туристичних сайтах області, в центральних засобах масової інформації	Травень-вересень	Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньоекономічних зв'язків та туризму облдержадміністрації спільно з науково-виробничою асоціацією „Племконцентр”	10,0
8.	Подальша підтримка розвитку сільського та агротуризму: проведення семінарів-навчань; сертифікація сільських садиб; випуск щорічних каталогів „Кращі сільські садиби Закарпаття”, „Закарпатські села запрошують на відпочинок”; участь у	Протягом року	Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньоекономічних зв'язків та туризму облдержадміністрації спільно з Закарпатським обласним центром розвитку сільського туризму	8,0 6,0 34,0

	презентаціях, виставках-ярмарках та інших спеціалізованих			25,0
9.	Придбання снігоходу для технічного оснащення Закарпатського гірського пошуково-рятувального загону	Протягом року	Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо-економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації спільно з Закарпатським гірським пошуково-рятувальним загonom	99,0
10.	Проектування та облаштування на території області стоянок для автотуристів, вздовж автомагістралі Київ – Чоп, у зв'язку з підготовкою до проведення в Україні фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу	Протягом року	Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо-економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації спільно зі службою автомобільних доріг у Закарпатській області	1000,0

Продовження додатку В

<i>III. Інноваційний підхід до формування регіонального конкурентоспроможного туристичного продукту</i>				
1.	Забезпечення підготовки інформації та оновлення випуску довідника в друкованому та електронному вигляді про інноваційні та інвестиційні проекти в галузі туризму та діяльності курортів	Протягом року	Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо-економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації	35,0
<i>IV. Просвітницька діяльність та науково-освітнє забезпечення сталого розвитку туризму та діяльності курортів</i>				

1.	Підготовка науково-обґрунтованих програм, концепцій, перед проектних розроблень розвитку перспективних територій в туристично-рекреаційній галузі	Протягом року	Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо- економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації спільно з науково-дослідними та проектними установами, кафедра туризму УжНУ	500,0
2.	Реалізація програми „Чиста Тиса-2011” еколого-просвітницької туристичної експедиції інвалідів- візочників всіх нозологій зі сплавом на катамаранах по ріці Тиса в Закарпатській області	Протягом 2011 року	Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо- економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації спільно із Закарпатським центром європейської інтеграції та транспортно-співробітництва, кафедра туризму УжНУ	80,0

V. Формування туристичного іміджу краю та просування на внутрішньому і міжнародному туристичних ринках

1.	Розроблення та видання туристичних карт, довідників, каталогів, карт-схем, картографічне забезпечення регіональних мереж туристично-екскурсійних маршрутів у зв'язку з	Протягом року	Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо- економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації, кафедра туризму УжНУ	110,0
----	--	---------------	--	-------

Продовження додатку В

	проведенням в Україні фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу			
2.	Розроблення та виготовлення туристичних фільмів, їх копіювання у форматі CD, DVD	Протягом року	Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо- економічних зв'язків та туризму облдержадміністрації, кафедра туризму УжНУ	90,0

3.	Популяризація регіонального туристичного продукту на регіональних, загальноукраїнських та міжнародних спеціалізованих заходах: організація і проведення Днів туризму на Закарпатті, X ювілейної Міжнародної виставки-ярмарку „Тур’євроцентр – Закарпаття 2011”; участь у міжнародних, національних та регіональних виставкових заходах, конференціях, форумах, семінарах	Вересень	Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо-економічних зв’язків та туризму облдержадміністрації, кафедра туризму УжНУ	100,0
		Протягом року		200,0
4.	Проведення рекламно-інформаційних турів для представників засобах масової інформації Зарубіжних туристичних фірм	Протягом року	Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо-економічних зв’язків та туризму облдержадміністрації, кафедра туризму УжНУ	60,0
5.	Реклама туристичних можливостей Закарпаття та центральних та місцевих каналах телебачення, друкованих засобах масової інформації	Протягом року	Головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньо-економічних зв’язків та туризму облдержадміністрації, кафедра туризму УжНУ	50,0
Усього:				2700,0

Заступник голови ради А.Сербайло

Продовження додатку В

ПАСПОРТ ПРОГРАМИ

розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2011 – 2015 роки

Назва програми	Програма розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2011 – 2015 роки (далі – Програма)
Підстава для розроблення Програми	Закони України: „Про туризм”, „Про курорти”, Указ Президента України „Про заходи щодо розвитку туризму і курортів в Україні”, Стратегія розвитку туризму і курортів в Україні, Регіональна стратегія розвитку Закарпатської області до 2015 року

Розробник Програми	Закарпатська обласна державна адміністрація, головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньоекономічних зв'язків та туризму облдержадміністрації
Виконавці Програми	Управління обласної державної адміністрації, обласні управління, районні державні адміністрації, міськвиконкоми, кафедра туризму УжНУ
Мета і основні завдання Програми	Підвищення ефективності функціонування туристичної сфери і діяльності курортів; приведення у відповідність до сучасних вимог об'єктів туристичної інфраструктури щодо технічної та функціональної їх якості; покращення туристичного іміджу та курортної привабливості Карпатського регіону на міжнародному туристичному ринку, підвищення ефективності проведення заходів, спрямованих на перерозподіл туристичних потоків на користь краю
Основні заходи Програми	Участь в удосконаленні державної політики з розвитку туризму і курортів; раціональне використання туристичних та рекреаційних ресурсів краю та об'єктів історико-культурної спадщини; вдосконалення системи управління підприємствами туристичної сфери, впровадження нових дієвих механізмів державного управління туризмом і діяльністю курортів, ефективності взаємодії місцевих та державних органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, приватного сектору; покращення аналітичної роботи у сфері туризму і курортів
Строки реалізації Програми	2011 – 2015 роки
Фінансове забезпечення Програми	Заходи Програми реалізуються за рахунок коштів обласного бюджету, районних та міських бюджетів, міжнародної технічної допомоги, інвестиційних коштів, інших джерел, не заборонених законодавством
Прогнозефективності функціонування	Збільшення частки сфери туризму і діяльності курортів у валовому внутрішньому продукту регіону; створення умов

Продовження додатку В

<p>ристично-рекреацій- ного комплексу в 2011 – 2015 роках у контексті соціально- економічного розвитку області</p>	<p>для впровадження ефективної маркетингової та інформаційної політики з підтримки регіонального та вітчизняного туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному туристичних ринках; приведення технічної та функціональної якості вітчизняних об'єктів туристичного відвідування та об'єктів туристичної інфраструктури до сучасних вимог, директив ЄС та рекомендацій Міністерства культури та туризму України, створення нових робочих місць</p>
<p>Керування Програ- мою і контроль за її реалізацією</p>	<p>Координація робіт, пов'язаних з виконанням Програми, покладається на головне управління з питань європейської інтеграції, зовнішньоекономічних зв'язків та туризму облдержадміністрації</p>

План заходів з реалізації у 2018 році Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року

Відповідно до статей 6 і 39 Закону України „Про місцеві державні адміністрації”, законів України „Про туризм”, „Про курорти”, Регіональної стратегії розвитку Закарпатської області на період до 2020 року, затвердженої рішенням обласної ради 06.03.2015 № 1220, Програми розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2016 – 2020 роки, затвердженої рішенням обласної ради 22.12.2015 № 95, з метою активізації розвитку туристичної сфери області, просування регіонального туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному туристичних ринках:

1. Затвердити план заходів з реалізації у 2018 році Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року, що додається.

2. Райдержадміністраціям, міськвиконкомам, структурним підрозділам облдержадміністрації, пропонувати об'єднаним територіальним громадам, відповідним установам та організаціям забезпечити виконання плану заходів, про що інформувати департамент економічного розвитку і торгівлі облдерж- адміністрації до 2 липня та до 3 грудня 2018 року.

3. Департаменту економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації узагальнену інформацію про хід виконання плану заходів подавати облдержадміністрації до 5 липня та 5 грудня 2018 року.

4. Контроль за виконанням цього розпорядження покласти на першого заступника голови державної адміністрації Дурана І.П.

Голова державної адміністрації Г.Москаль

ПЛАН ЗАХОДІВ з реалізації у 2018 році Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року

№	Найменування заходу	Виконавець	Строк	Очікуваний результат
І. За напрямом „Безпека туристів”				
1. Забезпечення безпеки туристів та захист їх законних прав та інтересів				
1.	Сприяння в забезпеченні на території області безпеки туристів, проведення моніторингу надзвичайних ситуацій та подій	Департамент економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації, райдержадміністрації, міськвиконкоми, об'єднані територіальні громади (за згодою) спільно з управлінням ДСНС України у Закарпатській області	Протягом року	Створення на території області безпечних умов для туристів та відпочиваючих, попередження нещасних випадків та організація надання медичної допомоги при необхідності
2.	Створення „гарячих” телефо- нних ліній для приймання, ведення обліку звернень та скарг туристів, надання необхідної інформації з питань туризму, виклику допомоги	Департамент економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації, райдержадміністрації, міськвиконкоми, об'єднані територіальні громади (за згодою) спільно з управлінням ДСНС України у Закарпатській області та державною установою Закарпатський обласний контактний центр	Протягом року	Забезпечення негайного реагування на скарги туристів та вирішення проблемних питань

3.	Посилення відповідальності суб'єктів туристичної діяльності перед споживачами туристичних послуг	Департамент економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації, суб'єкти туристичної діяльності, громадська організація „Регіональна туристична організація Закарпаття” (за згодою)	Протягом року	Гарантування безпеки туристів під час перебування на території області
4.	Забезпечення обстеження пляжів та інших місць масового відпочинку перед початком літнього туристичного сезону	Департамент економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації, райдержадміністрації, міськвиконкоми, об'єднані територіальні громади (за згодою)	II квартал	Поліпшення облаштування місць відпочинку, зменшення кількості нещасних випадків і травматизму
5.	Забезпечення обстеження гірськолижної інфраструктури перед початком зимового туристичного сезону	Департамент економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації, райдержадміністрації, об'єднані територіальні громади (за згодою) спільно з управлінням ДСНС України у Закарпатській області		Поліпшення облаштування місць відпочинку, зменшення кількості нещасних випадків і травматизму
6.	Проведення інформаційно-роз'яснювальної роботи через засоби масової інформації про правила поведінки громадян на туристичних об'єктах, у рекреаційних зонах	Департамент економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації, райдержадміністрації, міськвиконкоми, об'єднані територіальні громади (за згодою) спільно з управлінням ДСНС України у Закарпатській області	Протягом року	Запобігання нещасним випадкам та травматизму, їх зменшення
7.	Організація лавинних навчань для активних туристів та рятувальників, обстеження та впорядкування шляхів активного туризму	Департамент економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації, райдержадміністрації, міськвиконкоми; об'єднані територіальні громади (за згодою) спільно з управлінням ДСНС України у Закарпатській області	Протягом року	Запобігання нещасним випадкам і травматизму

Продовження додатку Г

II. За напрямом „Розвиток туристичної інфраструктури”

1. Забезпечення комплексного розвитку територій

8.	Ведення каталогу інвестицій-них проєктів у сфері туризму та курортів для представ-лення потенційним вітчизня-ним та іноземним інвесторам	Департамент економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації, управління зовнішньоекономічних зв'язків, інвестицій та транскордонного співробітництва облдержадміністрації, міськвиконкоми, об'єднані територіальні громади (за згодою)	Протягом року	Створення сприятливих умов для розбудови туристичної інфра-структури, залучення додаткових коштів у розбудову туристичної сфери
9.	Сприяння реалізації проєктів міжнародної технічної допо-моги та програм у сфері туризму та курортів із залученням коштів іноземних донорських організацій	Департамент економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації, управління зовнішньоекономічних зв'язків, інвестицій та транскордонного співробітництва облдержадміністрації, міськвиконкоми, об'єднані територіальні громади (за згодою) спільно з громадськими організаціями	Протягом року	Створення нових туристичних продуктів, налагодження міжна-родного співробітництва у сфері туризму та поліпшення туристич-ної інфраструктури
10.	Розроблення та облаштування еколого-освітніх стежок і туристичних маршрутів на територіях та об'єктах природно-заповідного фонду	Департамент економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації спільно з Карпатським біосферним заповідником, НПП „Синевир”, НПП „Ужанський”, НПП „Зачарований край”, громадськими організаціями (за згодою)	Протягом року	Збільшення відвідувачів еколого-освітніх та туристичних маршрутів
11.	Розроблення спільних вело-, піших та інших маршрутів між близько розташованими національними парками та в межах транскордонних біо-сферних резерватів	Департамент економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації спільно з Карпатським біосферним заповідником, НПП „Синевир”, НПП „Ужанський”, НПП „Зачарований край”, громадськими організаціями (за згодою)	Протягом року	Популяризація них установ, зеленого та екологічного туризму, у тому числі серед іноземних туристів

Продовження додатку Г

12.	Розроблення велосипедних доріжок та створення мережі	Департамент економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації, райдерж- адміністрації, міськвиконкоми, об'єднані територіальні громади (за згодою) спільно з громадськими організаціями	Протягом року	Створення мережі велосипедних доріжок на території Закарпаття
13.	Сприяння облаштуванню відповідною інфраструк- турою територій, прилеглих до туристичних об'єктів	Департамент економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації, райдерж- адміністрації, міськвиконкоми, об'єднані територіальні громади (за згодою) спільно з громадськими організаціями	Протягом року	Поліпшення створення нових тури- стичних продуктів, збільшення кількості відвідувачів
14.	Установлення інформаційно-вказівних знаків (українською та англійською мовами) до об'єктів туристичної інфра- структури	Департамент економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації, райдерж- адміністрації, міськвиконкоми, об'єднані територіальні громади (за згодою) спільно з громадськими організаціями	Протягом року	Наявність європейської системи туристичного інформування в межах транспортних коридорів, підвищення рівня комфорту пересування та безпеки авто- туристів, доступності туристич- них об'єктів
15.	Розроблення, установлення знаків та впровадження маршрутів активного туризму	Департамент економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації, райдерж- адміністрації, міськвиконкоми, об'єднані територіальні громади спільно із Закарпатським обласним управлінням лісового та мисливського господарства, службою автомобільних доріг у Закарпатській області та громадськими організаціями (за згодою)	Протягом року	Поліпшення доступності до об'єктів природної та культурної спадщини, забезпечення зручності, комфорту та безпеки пересування туристів
16.	Розширення мережі тури- стично- інформаційних центрів з урахуванням міжнарод- них норм і стандартів	Департамент економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації, райдерж- адміністрації, міськвиконкоми, об'єднані територіальні громади (за згодою) спільно з громадськими організаціями	Протягом року	Поширення інформації про туристично- рекреаційний потенціал області з метою збільшення туристичних потоків

Продовження додатку Г

17.	Здійснення заходів щодо утворення регіонального офісу Спільної координаційної платформи сталого туризму Карпатського регіону	Департамент економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації спільно з Міністерством економічного розвитку і торгівлі України та громадською організацією „Регіональна туристична організація Закарпаття”	Протягом року	Імплементация про сталий туризм до Рамкової конвенції про охорону та сталий розвиток Карпат
2. Забезпечення доступності об'єктів туристичної інфраструктури для осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення				
18.	Облаштування туристичної інфраструктури засобами для забезпечення потреб осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення	Департаменти облдержадміністрації: економічного розвитку і торгівлі; соціального захисту населення, управління містобудування та архітектури облдерж- адміністрації, райдержадміністрації, міськвиконкоми, об'єднані територіальні громади (за згодою) спільно з громадськими організаціями	Протягом року	Створення умов для задоволення потреб осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення
3. Забезпечення збалансованого використання природних лікувальних та рекреаційних ресурсів, збереження здатності природних комплексів до самовідтворення				
19.	Здійснення заходів щодо організації проведення моніторингу курортних територій Закарпаття	Департамент економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації, райдерж- адміністрації, міськвиконкоми, об'єднані територіальні громади (за згодою) спільно з громадськими організаціями	Протягом року	Забезпечення збалансованого використання природних лікувальних та рекреаційних ресурсів, збереження здатності природних комплексів до самовідтворення, зокрема за рахунок регулювання інтенсивності туристичних потоків
20.	Підготувати клопотання щодо оголошення природної території	Департамент економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації, райдерж-	Протягом року	Забезпечення та збереження природних територій

Продовження додатку Г

	торії курортом місцевого значення	адміністрації, міськвиконкоми, об'єднані територіальні громади (за згодою) спільно з громадськими організаціями		рій, розвиток туристичної курортної інфраструктури
21.	Підготувати клопотання щодо оголошення території державного значення	Департамент економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації; райдержадміністрації, міськвиконкоми; об'єднані територіальні громади (за згодою) спільно з громадськими організаціями	Протягом року	Забезпечення охорони та збереження природних територій та розвиток туристичної курортної інфраструктури
III. За напрямом „Розвиток людських ресурсів”				
1. Удосконалення системи професійної підготовки фахівців у сфері туризму та курортів та інших сфер діяльності, пов'язаних із туризмом				
22.	Проведення семінарів-тренінгів, що будуть сприяти започаткуванню та розвитку власної справи у сфері агробізнесу та ефективній діяльності малого підприємництва в сільській місцевості	Департаменти облдержадміністрації; економічного розвитку і торгівлі; агропромислового розвитку спільно з громадською організацією „Регіональна туристична організація Закарпаття”	Протягом року	Формування ефективної структури зайнятості сільського населення, несільськогосподарських видів діяльності, зокрема розвиток сільського зеленого туризму
23.	Розвиток неформальних форм роботи з молоддю шляхом організації наметових таборів в області, у тому числі їх разове облаштування, без створення стаціонарних закладів	Департамент економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації, управління молоді та спорту облдержадміністрації, райдержадміністрації, міськвиконкоми, об'єднані територіальні громади спільно з Закарпатським центром туризму, екскурсій, краєзнавства і спорту учнівської молоді та громадськими організаціями (за згодою)	Протягом року	Альтернативні форми відпочинку та оздоровлення молоді, розвиток мережі наметових таборів як ефективна форма відпочинку та оздоровлення

Продовження додатку Г

24.	Співпраця з навчальними закладами області з питань підготовки кваліфікованих кадрів для туристичної галузі	Департаменти облдержадміністрації: економічного розвитку і торгівлі; освіти і науки спільно з вищими навчальними закладами області	Протягом року	Організація якісної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для туристичної галузі
25.	Включення інформації з питань туристичного крає- знавства до підручників з географії та історії з урахуванням вікових особливостей учнів	Департаменти облдержадміністрації: економічного розвитку і торгівлі; освіти і науки спільно з вищими навчальними закладами області та громадськими організаціями (зазгодою)	Протягом року	Удосконалення системи професійної підготовки працівників туристичної галузі
26.	Організація навчань для представників гостинності, фахівців туристичного супроводу(екскурсоводи, гідперекладачі, провідники у гори)	Департамент економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації спільно з вищими навчальними закладами області та громадськими організаціями (за згодою)	Протягом року	Забезпечення туристів інформацією про можливість активного відпочинку, створення безпечних умов для активних мандрівників
2. Забезпечення наукового супроводження та досліджень у сфері туризму та курортів, запровадження прогресивних інноваційних розробок				
27.	Залучення науководослідницького потенціалу вищих навчальних закладів до досліджень туристичного ринку, аналізу стану розвитку туризму та курортів у регіонах, підготовки пропозицій до регіональних програм з розвитку туризму	Департамент економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації, райдержадміністрації, міськвиконкоми; об'єднані територіальні громади спільно з вищими навчальними закладами області та громадськими організаціями (за згодою)	Протягом року	Забезпечення наукового підходу до розвитку туристичної галузі та популяризації туристичного потенціалу

Продовження додатку Г

IV. За напрямом „Маркетингова політика розвитку туризму та курортів Закарпатської області ”				
1. Формування позитивного іміджу області як привабливого для туризму регіону, що сприятиме збільшенню туристичних потоків до Закарпаття				
28.	Організація пізнавальних турів для представників вітчизняних та іноземних засобів масової інформації, туристичних компаній	Департамент економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації, райдержадміністрації, міськвиконкоми, об'єднані територіальні громади (за згодою)спільно з громадськими організаціями	Протягом року	Поширення інформації про туристично-рекреаційні можливості області
29.	Організація та участь у міжнародних, національних та регіональних виставково-ярмаркових заходах,форумах тощо	Департамент економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації, райдержадміністрації, міськвиконкоми, об'єднані територіальні громади (за згодою)спільно з громадськими організаціями	Протягом року	Зростання туристичного потоку в область, поліпшення туристичного іміджу області на вітчизняному та міжнародному туристичних ринках
30.	Проведення міжнародних, всеукраїнських та регіональних мистецьких фестивалів, у тому числі форумів, за напрямом креативних індустрій	Департаменти облдержадміністрації: економічного розвитку і торгівлі; культури, райдержадміністрації, міськвиконкоми, об'єднані територіальнігромади (за згодою) спільно з громадськими організаціями	Протягом року	Проведення мистецьких фестивалів як інвестицій у потенціал міст і районів, розвиток туризму та відродження культурної спадщини області, збільшення кількості успішнихпроектів
31.	Виготовлення друкованої продукції, промоматеріалів щодо туристичних можливостей області	Департамент економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації, райдержадміністрації, міськвиконкоми; об'єднані територіальні громади (за згодою)спільно з громадськими організаціями	Протягом року	Популяризація рекреаційного потенціалу області
2. Формування та реалізація конкурентоспроможних національного та регіонального туристичних продуктів				
32.	Створення туристичних брендів області (райони, міста, об'єднані територіальні громади)	Департамент економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації, райдержадміністрації, міськвиконкоми, об'єднані територіальні громади (за згодою) спільно з громадськими організаціями	Протягом року	Підвищення якості регіонального туристичного продукту, зростання попиту на туристичні послуги

Продовження додатку Г

33.	Сприяння маркетинговій діяльності агротуристичних господарств	Департаменти облдержадміністрації: економічного розвитку і торгівлі; агропромислового розвитку, райдержадміністрації, міськвиконкоми, об'єднані територіальні громади (за згодою) спільно з громадськими організаціями	Протягом року	Популяризація збільшення споживачів, переконаних у перевагах відпочинку в українському селі
34.	Оновлення та ведення офіційного туристично-інформаційного порталу „Вітаємо на Закарпатті” (українською та іноземними мовами) про туристично-рекреаційний потенціал області	Департамент економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації, райдержадміністрації, міськвиконкоми, об'єднані територіальні громади (за згодою)	Протягом року	Поширення інформації про туристичний потенціал області, збільшення туристичних потоків
35.	Наповнення інформацією сайтів природно-заповідних установ	Райдержадміністрації, об'єднані територіальні громади (за згодою) спільно з Карпатським біосферним заповідником, НПП „Синевир”, НПП „Ужанський”, НПП „Зачарований край”	Протягом року	Популяризація установ, збільшення доступності до інформації про туристичні об'єкти та події на території природно-заповідних установ
36.	Розроблення туристичних маршрутів	Департамент економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації, райдержадміністрації, міськвиконкоми, об'єднані територіальні громади спільно з управлінням ДСНС у Закарпатській області, Закарпатським обласним управлінням лісового та мисливського господарства, громадськими організаціями (за згодою)	Протягом року	Формування туристичного іміджу регіону

Продовження додатку Г

37.	Створення та облаштування туристично-рекреаційних пунктів у межах національних природних парків	Департаменти облдержадміністрації: економічного розвитку і торгівлі; екології та природних ресурсів, райдержадміністрації, об'єднані територіальні громади (за згодою) спільно з Карпатським біосферним заповідником, НПП „Сине-вир”, НПП „Ужанський”, НПП „Зачарований край”	II та III квартали	Створення та облаштування мережі туристично-рекреаційних пунктів у межах зон стаціонарної рекреації національних природних парків
38.	Створення календаря туристичних подій	Департаменти облдержадміністрації: економічного розвитку і торгівлі; культури; агропромислового розвитку, райдержадміністрації, міськвиконкоми, об'єднані територіальні громади (за згодою)	IV квартал	Поширення інформації про туристично-рекреаційний потенціал області, збільшення туристичних потоків в область

Додаток Д

Напрями діяльності та заходи Програми

Назва напрямку діяльності (пріоритетні завдання)	Перелік заходів Програми	Строк викона ння заходу	Виконавці	Джерела фінан- сування	Орієнтовні обсяги фінансування (вартість), тис. гривень, у тому числі:					Очікуваний результат
					2016	2017	2018	2019	2020	
1. Розвиток туристичної і транспортної інфраструктури області	1.1. Утримання існуючих, знакування і маркування нових туристичних шляхів та маршрутів територією області, забезпечення інформаційного облаштування об'єктів історико-культурної, архітектурної та природної спадщини у складі регіональної та національної мереж туристично-екскурсій-них маршрутів	2016-2020 роки	Профільні структурні підрозділи облдержадміністрації з питань: туризму та курортів, культури, екології та природних ресурсів спільно з НПП: «Сине вир», «Зачарований край», «Ужанський» та Карпатським біосферним заповідником; Служба автомобільних доріг у Закарпатській області (за згодою); Закарпатське обласне управління лісового та мисливського господарства (за згодою); Закарпатський центр туризму, краєзнавства, екскурсій і спорту учнівської молоді (за згодою); райдержадміні-страції, міськвиконкоми спільно з громадськими організаціями;	Обласний бюджет	40,0	100,0	100,0	100,0	110,0	Підвищення привабливості області як туристичного регіону, покращення якості туристичних послуг, розширення мережі туристично-інформаційних центрів, у тому числі на станціях вузькоколіїних залізниць, збільшення туристичних потоків на територію області через покращення системи дорожнього сполучення
	1.2. Розробка та встановлення інформаційних вказів-ників/стендів за маршрутами руху туристів, встановлення дорожніх інформаційних знаків, стендів тощо до історико-культурних, архітектурних та природних пам'яток, у тому числі внесених до Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО	2016-2020 роки	Профільні структурні підрозділи облдержадміністрації з питань: туризму та курортів, культури; Служба автомобільних доріг у Закарпатській області (за згодою); райдержадміністрації, міськвиконкоми спільно з громадськими організаціями	Обласний бюджет	80,0	100,00	80,0	80,0	90,0	

Продовження додатку Д

2. Популяризація туристичного потенціалу області	1.3. Проектування та облаштування на території області стоянок для авто-, вело туристів, оглядових майданчиків, рекреаційних місць вздовж автомобільних доріг, поблизу туристично-привабливих об'єктів, в'їздів в область, на території лісових масивів або за маршрутами слідування туристів; встановлення двомовних туристичних знаків, підтримка діючих та створення нових туристично-інформаційних центрів, у тому числі на станціях вузькоколіїних залізниць тощо	2016-2020 роки	Профільні структурні підрозділи облдержадміністрації з питань: туризму та курортів; інфраструктури, розвитку і утримання мережі автомобільних доріг загального користування місцевого значення та житлово-комунального господарства; капітального будівництва; Закарпатське обласне управління лісового та мисливського господарства (за згодою);	Обласний бюджет	135,0	190,0	250,0	250,0	275,0	
	1.4. Сприяння модернізації матеріальної бази туристичної індустрії через представлення інвестиційних проектів на туристичних та інвестиційних форумах тощо	2016-2020 роки	Профільні структурні підрозділи облдержадміністрації з питань туризму та курортів; зовнішньоекономічних зв'язків, інвестицій та транскордонного співробітництва	Обласний бюджет	23,0	50,0	40,0	45,0	50,0	
	2.1. Популяризація регіонального туристичного продукту Закарпаття через участь у регіональних, загальноукраїнських та міжнародних спеціалізованих заходах (виставках, конференціях, круглих столах, семінарах, тренінгах тощо)	2016-2020 роки	Профільний структурний підрозділ облдержадміністрації з питань туризму та курортів; райдержадміністрації, міськвиконкоми	Обласний бюджет	172,0	650,0	800,0	800,0	800,0	Формування сприятливого туристичного іміджу, розширення географії туристичних потоків в область, активізація туристичного бізнесу в регіоні
	2.2. Забезпечення роботи офіційного туристично-інформаційного порталу «Вітаємо на Закарпатті», його підтримка та обслуговування (переклад мовами Європейського Союзу, розробка електронних додатків до смартфонів та інших гаджетів)	2016-2020 роки	Профільний структурний підрозділ облдержадміністрації з питань туризму та курортів	Обласний бюджет	13,0	65,0	67,0	69,0	70,0	Інформування туристів про туристичний потенціал регіону, забезпечення постійного консультування громадськості з питань розвитку туризму та курортів

Продовження додатку Д

2.3. Організація і проведення Днів туризму на Закарпатті, Міжнародної туристичної виставки-ярмарку «Тур'євроцентр – Закарпаття»	2016-2020 роки	Профільний структурний підрозділ облдержадміністрації з питань туризму та курортів	Обласний бюджет	120,0	160,0	250,0	260,0	260,0	Презентація туристичного потенціалу області та залучення до співпраці туристичних операторів України та
2.4. Щорічний випуск інформаційних видань про туристично-рекреаційну індустрію області: «Календар туристичних подій», «Туристичні маршрути Закарпаття», в тому числі, тематичних з виноробства, сирного виробництва, гастрономії, геотермальних вод тощо; підготовка матеріалів до друку в спеціалізованих туристичних виданнях України;	2016-2020 роки	Профільний структурний підрозділ облдержадміністрації з питань туризму та курортів	Обласний бюджет	173,0	530,0	590,0	590,0	590,0	близького зарубіжжя в сфері розвитку туризму та курортів, поширення позитивного іміджу Закарпаття туристичного на внутрішньому та зовнішньому ринках через участь у спеціалізованих заходах
2.5. Підготовка і поширення інформації про туристично-рекреаційну привабливість Закарпаття шляхом розміщення інформаційних стендів на території області та інших регіонів, а також включення до телерадіопрограм промоційних відео- та аудіороликів, сюжетів тощо	2016-2020 роки	Профільний структурний підрозділ облдержадміністрації з питань туризму та курортів	Обласний бюджет	90,0	100,0	195,0	200,0	205,0	
2.6. Розробка, виготовлення/ придбання інформаційних флаєрів, буклетів, довідників, сувенірної продукції тощо, в тому числі з туристичним логотипом Закарпаття.	2016-2020 роки	Профільний структурний підрозділ облдержадміністрації з питань туризму та курортів	Обласний бюджет	195,0	190,0	355,0	360,0	365,0	
2.7. Організація пізнавальних турів по місцях туристично-рекреаційної привабливості області для представників преси, туристичних компаній України та з-за кордону тощо	2016-2020 роки	Профільні структурні підрозділи облдержадміністрації з питань туризму та курортів; інформаційної діяльності та комунікацій з громадськістю	Обласний бюджет	70,0	190,0	285,0	290,0	295,0	Презентація нових туристичних маршрутів Закарпатської області, проведення інформаційних та прес-турів з метою популяризації туристичного потенціалу області

Продовження додатку Д

3. Просвітницька діяльність та науково-освітнє забезпечення сталого розвитку туризму та діяльності курортів	3.1. Проведення маркетингових досліджень та моніторингу туристичних потоків у Закарпатській області, підготовка науково-обґрунтованих програм, концепцій, передпроектних розроблень розвитку перспективних територій в туристично-рекреаційній галузі області	2016-2020 роки	Профільні структурні підрозділи облдержадміністрації з питань: туризму та курортів; освіти і науки; райдержадміністрації, миськвиконкоми спільно з громадськими організаціями	Обласний бюджет	30,0	0,0	170,0	170,0	180,0	Розробка наукових та практичних обґрунтувань для прийняття ефективних рішень у сфері підтримки розвитку туризму
	3.2. Організація та проведення науково-практичних конференцій, семінарів, засідань за круглим столом з метою обміну досвідом володіння кращими практиками туристичної діяльності, з метою впровадження положень Карпатської конвенції, сталого розвитку туризму, інклюзивного туризму.	2016-2020 роки	Профільні структурні підрозділи облдержадміністрації з питань: туризму та курортів; райдержадміністрації, миськвиконкоми;	Обласний бюджет	62,0	195,0	330,0	335,0	340,0	Забезпечення сталого розвитку туризму на території адміністративних районів області та туристичних районів
4. Формування ефективної моделі управління та координації туризму в області	4.1. Удосконалення системи підготовки кадрів для сфери туризму та діяльності курортів, розширення мережі центрів туризму, екскурсій, красзнавства і спорту учнівської молоді. Започаткування підготовки фахівців туристичного супроводу (провідників у гори, екскурсоводів, гідів-перекладачів, інструкторів спортивного і кінного туризму тощо), розробка навчальних програм тощо	2016-2020 роки	Профільні структурні підрозділи облдержадміністрації з питань: туризму та курортів; освіти і науки; Закарпатський центр туризму, екскурсій, красзнавства і спорту учнівської молоді (за згодою)	Обласний бюджет	83,0	90,0	140,0	140,0	140,0	Вирішення питання щодо забезпечення надання якісних послуг екскурсоводами, гідями-перекладачами, провідниками у гори тощо
	4.2. Підтримка проектів програм громадських організацій у сфері туризму та курортів, спрямованих на популяризацію туристичного потенціалу Закарпатської області через проведення конкурсу проектів	2016-2020 роки	Профільні структурні підрозділи облдержадміністрації з питань: туризму та курортів; культури; зовнішньоекономічних зв'язків, інвестицій та транскордонного співробітництва; райдержадміністрації, миськвиконкоми спільно з громадськими організаціями	Обласний бюджет	30,0	50,0	350,0	355,0	360,0	Підтримка громадських ініціатив у сфері розвитку туризму з популяризації туристичних маршрутів, соціальних проектів у сфері туризму тощо

Продовження додатку Д

5. Активізація сталого розвитку туристичної сфери області	<p>5.1. Підтримка розвитку сільського та агротуризму:</p> <p>проведення семінарів-навчання; круглих столів у тому числі, за участі представників асоціації приватних виноградарів та виноробів, асоціації бджолярів тощо; сертифікація сільських садиб;</p> <p>виготовлення туристичних знаків «Сільська садиба»</p> <p>випуск щорічних каталогів «Кращі сільські садиби Закарпаття», «Закарпатські села запрошують на відпочинок»; розроблення та випуск методичних рекомендацій «Власнику сільської садиби»</p> <p>участь у презентаціях, виставках-ярмарках та інших спеціалізованих заходах з метою популяризації сільського туризму;</p> <p>поширення інформації про можливість започаткування власної справи в сільському туризмі шляхом реалізації державної програми «Власний дім», яку здійснює Закарпатський обласний фонд інвестування</p>	2016-2020 роки	Профільні структурні підрозділи облдержадміністрації з питань: туризму та курортів; агропромислового розвитку спільно з громадськими організаціями;	Обласний бюджет							Забезпечення реалізації пріоритетного напрямку розвитку туризму, активізація розвитку сільських територій, створення робочих місць
	<p>5.2. Матеріально-технічне забезпечення виконання заходів Програми, у тому числі облаштування туристично-інформаційних центрів області (придбання офісної та оргтехніки, обладнання та інвентарю, виготовлення/придбання сувенірної і презентаційної продукції тощо) та встановлення туристичних інформаційних кіосків у місцях масового скупчення туристів</p>	2016-2020 роки	Профільний структурний підрозділ облдержадміністрації з питань туризму та курортів, райдержадміністрації, міськвиконкоми	Обласний бюджет							
	Усього:				1608,0	3000,0	4747,0	4794,0	4885,0		

Перший заступник голови ради

Календар туристичних подій Закарпаття 2018р.



Фестивальне Закарпаття

Закарпаття - багатонаціональний край, на території якого проживають представники понад 100 національностей зі своєю культурою, звичаями та обрядами. За останні роки у області широкого розмаху набув фестивальний рух, метою якого є збереження та підтримка традицій і звичаїв національних меншин, а також сприяє частковому вирішенню питань соціально-економічного розвитку регіону, особливо гірських територій.

Найбільш популярними на Закарпатті є винні фестивалі: "Червене вино" (м.Мукачєво), "Біле вино" (м.Берегово), "Сонячний напій" (м.Ужгород), "Угонанська лоза" (м.Виноградів), "Закарпатське Божоле" (м.Ужгород). Їх учасниками є приватні винороби та виноградарі Закарпаття, а також сусідніх країн.

Традиційно, в середині квітня, в Закарпатті зацвітають сакури, які приваблюють тисячі туристів. Цвітіння сакур і винний фестиваль "Сонячний напій", який проводиться в Ужгороді на травневі свята, приваблюють туристів і прихильників винного напою з усіх куточків України.

Не менш популярними є гастрономічні фестивалі. Це насамперед: фестиваль-чемпіонат бограчу, фестиваль варіння лекавару (Берегівський район); фестиваль ріпляки (Міжгірський район), "Гуцульська бринза", "Бердубашський банш", "Бичківські голубці" (Рахівський район); "Ужгородська палачінта" (м.Ужгород); фестиваль "Добронська папірка" (Ужгородський район) тощо.

У цьому довіднику представлено найбільш популярні фестивалі Закарпатської області. Користуючись ним, Ви зможете якісно та змістовно організувати свій відпочинок, відчувати всю гостинність та колорит фестивального Закарпаття.

*У календарі окремі події можуть змінюватися за рішенням оргкомітету.
За додатковою інформацією звертайтесь до департаменту економічного розвитку і торгівлі за контактним номером 03121 65 90 31 або на сайті "Вітаємо на Закарпатті" на посиланням ZAK-TOUR.GOV.UA

Закарпаття гостинно запрошує!

Закарпатська область має унікальне геополітичне та географічне розташування, межує з 4 державами - Угорщиною, Польщею, Румунією і Словаччиною. Високий природно-рекреаційний та курортний потенціал, самобутня історія і культура, розгалужена мережа туристично-рекреаційних, санаторно-курортних та готельних закладів, сулутня до туризму інфраструктура, приваблює в наш край дедалі більше туристів.

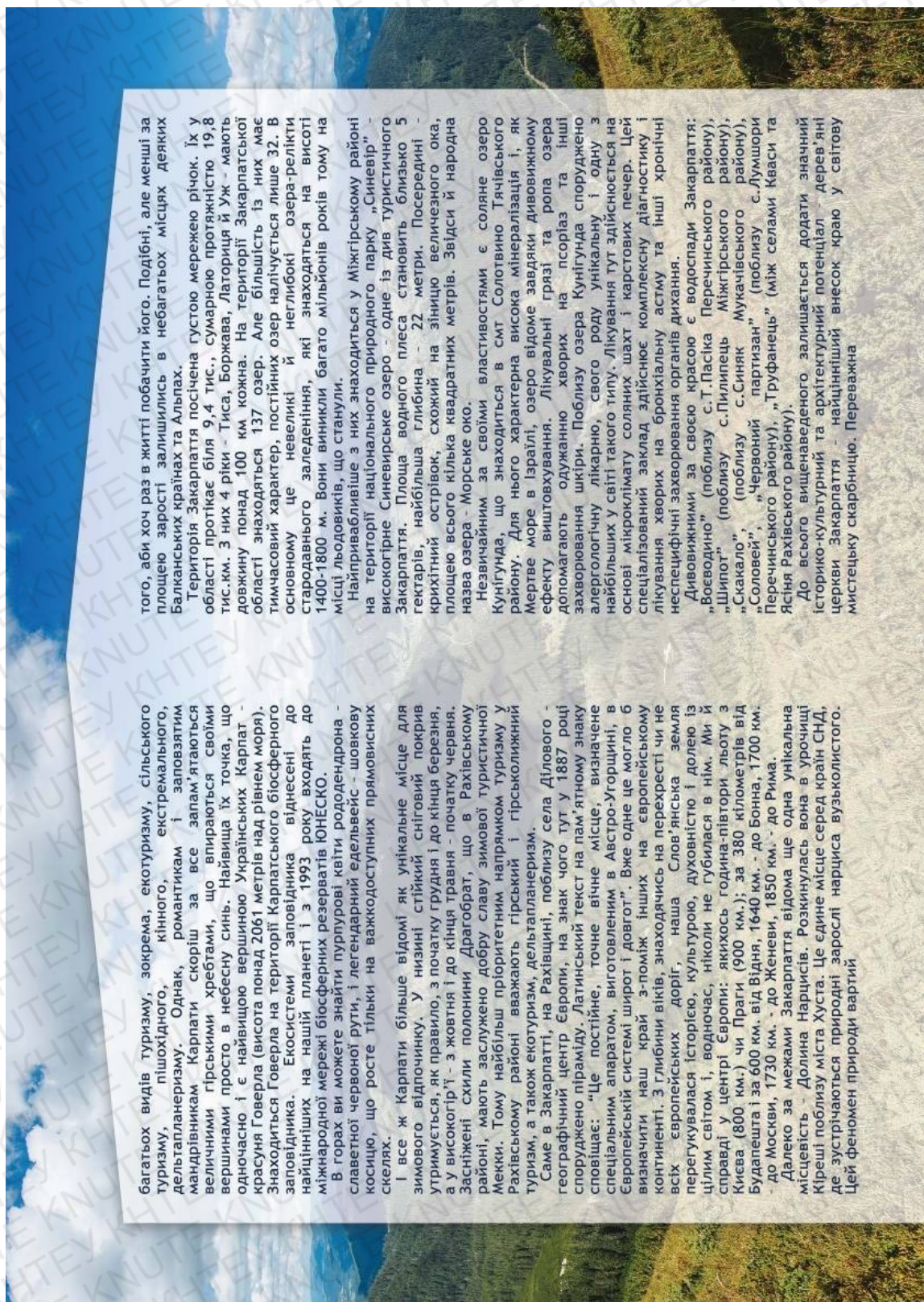
Наша область - один з регіонів України, де є можливість чудово відпочити, ознайомитись з самобутньою історією і культурою краю. В Закарпатті багато привабливих місцевостей для туристів, деякі з них за своєю унікальністю не мають аналогів (географічний "Центр Європи"; високогірне Синевирське озеро, назване у народі Морським оком; Долина нарцисів, де на заповідній території ще з льодовикового періоду ростуть природні зарості нарцису вузьколистого; полонина Драгобрат, на якій півроку лежить сніг).

На території області виявлено понад 700 водопровів мінеральних вод та розсолів в складі 67 основних родовищ мінеральних та термальних вод, тобто є великі можливості використання термальних вод, як із лікувально-рекреаційною так із промисловою метою. Деякі з них за своїм складом унікальні і є аналогом знаменитих кавказьких мінеральних вод типу "Боржомі" та "Ессентуки". Використання мінеральних вод є основою бальнеологічного лікування у оздоровничках Закарпаття. В санаторно-курортних закладах області є можливість лікувати понад 100 хвороб.

Санаторно-оздоровчі комплекси: "Боржава" (Іршавський район), "Термал-Стар" (Ужгородський район), "Теплі води", "Карпатія" (Хустський район), "Квітка Полонини" (Свалявський район), "Теплиця" (Виноградівський район), "Косино" (Берегівський район) пропонують сучасні методики лікування, проживання у комфортабельних номерах та розвинену інфраструктуру.

Одне з найзагадковіших див нашого краю - це Карпатські гори (займають 70% території області). Значна частина цієї площі (12%) - це територія природно-заповідного фонду. В Закарпатті наявні чотири великі заповідні об'єкти: Карпатський біосферний заповідник, Національний природний парк "Синевир", Національний природний парк "Ужанський" та Національний природний парк "Закарпатський край". Вищезгадані території мають великі можливості для розвитку

Продовження додатку Е



багатьох видів туризму, зокрема, екотуризму, сільського туризму, пішохідного, кінного, екстремального, дельтапланеризму. Однак, романтикам і запозитим мандрівникам Карпати скоріш за все запам'ятаються величними гірськими хребтами, що впираються своїми вершинами просто в небесну синь. Найвища їх точка, що одночасно і є найвищою вершиною Українських Карпат - Красна Гора (висота понад 2061 метрів над рівнем моря). Знаходиться Говерла на території Карпатського біосферного заповідника. Екосистеми заповідника віднесені до найцінніших на нашій планеті і з 1993 року входять до міжнародної мережі біосферних резерватів ЮНЕСКО.

В горах ви можете знайти пурпурові квіти рододендрона - славетної червоної руги, і легендарний едельвейс - шовкову косицю, що росте тільки на важкодоступних прямовисних скелях.

І все ж Карпати більше відомі як унікальне місце для зимового відпочинку. У низині стійкий сніговий покрив утримується, як правило, з початку грудня і до кінця березня, а у високогір'ї - з жовтня і до кінця травня - початку червня. Засніжені схили полонини Драгобрат, що в Рахівському районі, мають заслужено добру славу зимової туристичної мекки. Тому найбільш пріоритетним напрямком туризму у Рахівському районі вважають гірський і гірськолижний туризм, а також екотуризм, дельтапланеризм.

Саме в Закарпатті, на Рахівщині, поблизу села Ділового - географічний центр Європи, на знак чого тут у 1887 році споруджено піраміду. Латинський текст на пам'ятному знаку свідчає: "Це постійне, точне вічне місце, визначене спеціальним апаратом, виготовленим в Австро-Угорщині, в Європейській системі широт і довгот". Вже одне це могло б визначити наш край з-поміж інших на європейському континенті. З глибини віків, знаходячись на перехресті чи не всіх європейських доріг, наша Слов'янська земля перегукувалася історією, культурою, духовністю і долею із цілим світом і, водночас, ніколи не губилася в нім. Ми й справді у центрі Європи: якихось година-півтори льоту з Києва (800 км.) чи Праги (900 км.); за 380 кілометрів від Будапешта і за 600 км. від Відня, 1640 км. - до Бонна, 1700 км. - до Москви, 1730 км. - до Женєви, 1850 км. - до Рима.

Далеко за межами Закарпаття відома ще одна унікальна місцевість - Долина Нарцисів. Розкинулася вона в урочищі Кіреші поблизу міста Хуста. Це єдине місце серед країн СНД, де зустрічаються природні зарослі нарциса вузьколистого. Цей феномен природи вартий

того, аби хоч раз в житті побачити його. Подібні, але менші за площею зарослі залишилися в небагатьох місцях деяких Балканських країнах та Альпах.

Територія Закарпаття посідає густою мережею річок. Їх у області протікає біля 9,4 тис., сумарною протяжністю 19,8 тис.км. З них 4 ріки - Тиса, Боржава, Латориця й Уж - мають довжину понад 100 км кожна. На території Закарпатської області знаходяться 137 озер. Але більшість із них має тимчасовий характер, постійних озер налічується лише 32. В основному це невеликі й неглибокі озера-релікти стародавнього заledenіння, які знаходяться на висоті 1400-1800 м. Вони виникли багато мільйонів років тому на місці льодовиків, що станули.

Найпривабливіше з них знаходиться у Міжгірському районі на території національного природного парку "Синевір" - високогірне Синевірське озеро - одне із див туристичного Закарпаття. Площа водного плеса становить близько 5 гектарів, найбільша глибина - 22 метри. Посередині - крихітний острівок, схожий на зіницю величезного ока, площею всього кілька квадратних метрів. Звідси й народна назва озера - Морське око.

Незвичайним за своїми властивостями є солане озеро Кунігунда, що знаходиться в смт Солотвино Тячівського району. Для нього характерна висока мінералізація і, як Мертве море в Ізраїлі, озеро відоме завдяки дивовижному ефекту виштовування. Лікувальні грязі та ропа озера допомагають одужанню хворих на псоріаз та інші захворювання шкіри. Поблизу озера Кунігунда споруджено алергологічну лікарню, свого роду унікальну і одну з найбільших у світі такого типу. Лікування тут здійснюється на основі мікроклімату соляних шахт і карстових печер. Цей спеціалізований заклад здійснює комплексну діагностику і лікування хворих на бронхіальну астму та інші хронічні неспецифічні захворювання органів дихання.

Дивовижними за своєю красою є водоспади Закарпаття: "Воеводино" (поблизу с.Т.Пасіка Перечинського району), "Шипот" (поблизу с.Пилипець Міжгірського району), "Скакало" (поблизу с.Синяк Мукачівського району), "Соловей", "Червоний партизан" (поблизу с.Лумшори Перечинського району), "Труфанець" (між селами Кааши та Ясна Рахівського району).

До всього вищенаведеного залишається додати значний історико-культурний та архітектурний потенціал - дерев'яні церкви Закарпаття - найцінніший внесок краю у світову мистецьку скарбницю. Переважна

Продовження додатку Е



їх більшість споруджена без єдиного залізного гвіздка! Справжньою гордістю закарпатців є триверхі лемківські і бойківські церкви, які збереглися для нащадків, як найдавніший спосіб українського храмобудування. Закарпатська Гуцульщина представлена п'ятизрубними церквами. Збереглися також у нашому краї і дерев'яні церкви збудовані у готичному та бароковому стилі, що засвідчує зв'язок із заходом.

Всі ці перлини дерев'яного зодчества - не просто свідчення високої культури наших предків, а наше обличчя перед світом, цінні пам'ятки нашої присутності в історії. На території Закарпаття збережено 118 дерев'яних церков, збудованих упродовж останніх п'яти сторіч.

Серед чисельних пам'яток, які залишили нам творці минулих сторіч - Старовинні Замки, які займають особливе місце в історії Закарпаття. Замки протягом багатьох століть були німими свідками бурхливої середньовічної історії краю. Більшість замків (Невицький, Середнянський, Квасівський, Хустський, Боржавський, Виноградівський та інші) відносилися до феодальних чи лицарських, були великими за розмірами і служили для своїх небагатих господарів житлом і фортецею одночасно. Час безжалюсний. Від більшості замків залишилися одні руїни. До наших днів відносно добре збереглися лише два кам'яних велетні - Ужгородський та Мукачівський замки. Сьогодні в корпусах Ужгородського замку розміщено Закарпатський краєзнавчий музей.

У приміщеннях Мукачівського замку розташовані історичний музей, етнографічна експозиція, на його території знаходиться галерея російського, українського та закарпатського образотворчого мистецтва і виставка старовинних ікон XVI-XVIII століть.

Туристична індустрія завжди була, є і буде важливою складовою для формування бюджетів багатьох країн, та однією з найперспективніших галузей в сьогоденному взаємоінтегрованому світі.

Закарпаття надзвичайно перспективний регіон України з точки зору туризму, рекреації та відпочинку. Туристична галузь - це потужний чинник розвитку області. З року в рік туристичний потенціал Закарпатської області наростає. Унікальний рекреаційний потенціал, який сприяє розвитку практично усіх видів туризму, з кожним роком залучає в Закарпаття все більше відпочиваючих.

Сьогодні наш край користується все більшою популярністю не лише у громадян України й країн СНД, але й багатьох країн Європи та Азії.

Для досягнення мети якісного обслуговування туристів та рекреантів розвиток туристичної галузі області спрямований на

створення мережі малих приватних готелів і засобів розміщення інших типів, а також поступовий розвиток інфраструктури обслуговування.

Туристично-рекреаційна галузь області відіграє дедалі вагомішу роль в соціально-економічному розвитку Закарпаття. Мережа санаторно-курортних, туристично-рекреаційних та готельних закладів області нараховує 445 об'єкти, у тому числі оздоровчих - 23, рекреаційних - 103, туристичних - 319 об'єктів.

Динамічно розвивається зимовий туризм, все популярнішими стають гірськолижні траси. Сьогодні на території області нараховується 69 витягів, 35 трапаків і 46 пунктів прокату гірськолижного спорядження. За відлугами відпочиваючих, кращими є такі гірськолижні центри: гора Крася на Великоберезнянщині, села Пилипець, Подобовець, Ізки на Міжгірщині, полонина Драгобрат на Рахівщині.

Основними напрямками розвитку туризму в області є бальнеологічний, гірськолижний, сільський, пішохідний туризм.

У області є всі умови для розвитку внутрішнього та іноземного туризму, які набули популярності. Це стосується окремих видів екстремального туризму (пара-, дельтапланеризм, спелеотуризм, скі-тури), частково - спортивного та культурно-історичного туризму.



За останні роки популярність сільського зеленого туризму значно зросла не лише в Україні, а й в Європі. На Закарпатті сільський зелений туризм розпочав своє існування давно, однак найбільшої популярності набув за останні 3-5 років.

Сьогодні, туристичні послуги готові надавати 460 сільських садіб. Власники сільських садіб почали об'єднуватись у асоціації, створювати комунальні підприємства та центри розвитку сільського туризму, що дало можливість більш активно, зі знанням справи, розвивати сільський туризм, залучаючи нових його представників, а також спільними зусиллями пропугувати свій туристичний продукт, створювати нові послуги та атракції для відпочиваючих.

Одним із унікальних закарпатських туристичних продуктів є чани в с.Лумшори Перечинського району із спеціальною мінеральною водою, яка тече тут просто з-під землі.

Обирайте для відпочинку Закарпаття.
Тут вас точно є чим здивувати!

Продовження додатку Е

Січень

9-14 січня
Міжнародний фестиваль-конкурс «Червоне вино», м. Мукачеве, міський парк «Перемога».

9-14 січня
Міжнародний гастрономічно-колядничний фестиваль «Василія», м. Ужгород, наб. Незалежності.

1 січня
Різдвяний фестиваль «Перечинські колядки», м. Перечин, пл. Народна.

11-14 січня
Обласний фестиваль «Колари в старому селі», м. Ужгород, Закарпатський обласний музей народної архітектури Глобулу.

27 січня
Фестиваль гентешів, Берегівський район, с. Геча, сільський стадіон.

Лютий

3-4 лютого
І етап Чемпіонату України та Національної серії «Марафон» з ралі «Кубок Карпат» та І етап Чемпіонату України та Національної серії «Марафон» з ралі «Кубок Карпат» та І етап Прем'єр-ліги автоперевізників «Зимова Варшва 2017», Воловецький район, с. Вербіж, Верещинський перевал.

10-11 лютого
Міський фестиваль «Ужгородська палачинка», м. Ужгород, парк культури та відпочинку «Бобдєський».

17-18 лютого
Фестиваль «Медоуха Фест», м. Ужгород, центр міста, вул. Ф. Ракоці, підвали «Соціально житло».

17-18 лютого
Фестиваль-ярмарок «Варшівська палачинка», м. Мукачеве, міський парк «Перемога».

www.zak.tour.gov.ua

www.zak.tour.gov.ua

Продовження додатку Е



Продовження додатку Е

Травень

1 травень
6-й Міжнародний фестиваль-чемпіонат Бограчу, Берегівський р-н, с. Косови, Урочище І, оздоровно-рекреаційний комплекс ТОВ «НАСВІТ»

1-2 травень
Міський фест «Феєр-лайд», м. Ужгород, амфітеатр.

4-5 травень
Міжнародний фестиваль «Ін-хоп танцю «Ghetto Groove», м. Ужгород, СК «Юність».

5-6 травень
Відкритий районний фестиваль виноградарів-виробів «Горішська лоза», м. Виноградів, парк Перемоги.

5-6 травень
Гастрономічний фестиваль «Отримати м'ясо», м. Мукачево, міський парк «Перемога».

6 травень
Районне свято проводів на поліонку «Веселий пелюшастий Хід», Тлачівський р-н, ситп Друбів.

1 травень
Районний фольклорний фестиваль «Вернісажний банюш», Рахівський р-н, с. Костилівка

Травень

14 травень
Відкритий фольклорний фестиваль «Віп наричс», м. Хуст, майдан «Незалежності».

перша половина травень
Всеукраїнський фестиваль «Філірський», Мукачівський р-н, ситп Чинадівео замок «Святий Миколай».

18-20 травень
Міський фестиваль-ярмарок «Сонячний напіт», м. Ужгород, центр міста, вул. Ф. Ракоці, південь «Соняного м'язу».

19-20 травень
Обласний фестиваль Іваїдів-Іваїдівців та особливим потребам «Доліва маршів», м. Хуст, майдан «Незалежності».

27-28 травень
Міжнародний фестиваль середньовічної культури «Срібний Таташ», Мукачівський р-н, ситп Чинадівео замок «Святий Миколай».

остання декада травень
Районне свято «Проводи твориників на поліонку», ситп Міжгір'я.

www.zak.tour.gov.ua

Продовження додатку Е



Червень

9–10 червня
Міжнародний фестиваль чеського пива,
Міжєрський р-н, с. Колочава.

15–16 червня
Міська історична реконструкція середньовічного весілля Ілани Зріні та Імре Течелі, Мукачівський історичний музей (замок «Паланок»).

22–24 червня
Український Національний Чемпіонат в дисципліні ДНІ 2018 в Байларку, Пиллинець, Міжєрський р-н, с. Пиллинець.

29 червня
Міжнародний фестиваль «Корони знову разом», Хустський р-н, смт Вишково.

23–24 червня
Міжнародний фестиваль «Ріпаланки» у Колочаві, Міжєрський р-н, с. Колочава.

24 червня
Районний фестиваль ковальського мистецтва та народних промислів «Гамара», Іршавський р-н, с. Лисичово.

28 червня
Парад наречених,
м. Ужгород.

www.zak.tour.gov.ua

Міський фест «Феєр-лайф»,
м. Ужгород, амфітеатр.

1–2 травня

Кажуть, що на воєну можна дивитись вчора, бога краса зачарує людство споконвік. Театр воєни «The Life» зачарує Вас! Яскраві сценарії та танцювальні перформанси з елементами сучасної сцени. Задля підняти у виконавців харизматичних та професійних артистів спеціальні виробничі трюки. Також воєнні інсталяції та дозактові Свято іно вклучає: виступи театру воєни з усієї України та пола її мешканці; феєр-батлери воєни; світлодіоди; шоу; гімнасти; акробати та жонглери; бармен-шоу; фокусники; піснотворна анімація; ходулісти та джамперисти; дитяча зона; виступи-класи та концерт; hand-made ярмарок та сувенерна кулія; концерти музичних гуртів та вклучає, протягом ночі

Продовження додатку Е



ІТР - ЗАКАР
ародна тур
авка - ярмі
2-23 вересня

III обласний фольклорно-етнографічний фестиваль «Закарпатська свалба»
Міжгірський район, с. Колошине, Тлечицький район, с. Німецька Мокра.

Цьєю ініціативою народних знавців та обранців, Даниїл Фастівський, оповідає мовою півдня, «Старо слово», яке маркує був прислів'ям, історію, традиції, ставіть обсягом повною мірою традиційної молоді, історію, традиції, ставіть обсягом повною мірою традиційної молоді, історію, традиції, ставіть обсягом повною мірою традиційної молоді.

9 вересня

Міжнародна туристична виставка-ярмарок Тур Євро-центр - Закарпаття 2018
Місто Ужгород.

З метою подальшого сприяння розвитку туризму як пріоритетного туристичних і культурних центрів, акційного просування туристичних традиційних ринках, організації та виконанні міжнародних туристичних виставок-ярмарків, організації та виконанні міжнародних туристичних виставок-ярмарків, організації та виконанні міжнародних туристичних виставок-ярмарків.

21-22 вересня

Фестиваль праників Закарпаття
м. Ужгород, вул. Ф. Раєвці, «Совієтський».

Закарпаття - це туристичний край України, про який знають у кожному куточку нашої держави. Поблизу Закарпаття знаходяться найкращі туристичні комплекси України, побудовані тут обранці, історію, традиції, ставіть обсягом повною мірою традиційної молоді, історію, традиції, ставіть обсягом повною мірою традиційної молоді.

14-16 вересня

Міжнародний гастрономічно-колядницький фестиваль «Василія»
М. Ужгород, наб. Незалежності.

У Закарпатті щорічно проводиться п'ять окремих фестивалів вина, таких як: «Червоне вино», «Біле вино», «Вино в області» та інші. «Ужгородська Василія» - це гастрономічний фестиваль, який проводиться щорічно в місті Ужгороді. Цей фестиваль, а також «Вино в області» та інші, є важливими подіями в культурному житті Закарпаття.

11-14 січня

Продовження додатку Е

Липень

- Міжнародний фестиваль «Рекітське суайр'я», с.п.т Міжєр'я. **4-8** липня
- Фестиваль мінеральної води «Сила життя - у джерелі Карпат», Свалявський р-н, с. Полізна (Урочище «Красний»). **6-8** липня
- Сільський етнофестиваль «Бичківські голубці», Рахівський р-н, с.п.т В. Бичків. **8** липня
- Міжнародні етапи кубка України по DOWNHILL, Міжєрський р-н, с. Пиллече. **на промізні** липня
- Парад самотрості (на честь дня народження муклавіського командира Верті баці), м. Мукачєво, центральна частина міста. **27** липня
- Міжнародний етнофестиваль «Праліс-Фєст», Великоберезнянський р-н, с. Стужаця. **зруго** поховано липня
- Унгордська регата, м. Ужєгород, річка Уж. **29** липня
- Обласний фестиваль коломийки «Давні перлини Верховини», с.п.т Воловець, вул. Карпатська. **29** липня
- Обласний фестиваль-ярмарок «Гуцульська ва-тра», Рухівський р-н, с. Кобилецька Поляна. **29** липня

www.zak.tour.gov.ua

5 серпня

Обласне свято «День Боржавської вузькоколійки»
 Іршаво - Виноградів - Хмільник
 Боржавська вузькоколійка залишилася в народі має назву «Анше Кушицького», одна з діючих вузькоколійних залізниць в Україні, в межах Берегівського та Виноградського районів, що її дали назву Іршавсько-Головній вузькоколійці - 123 км, широкостроєні 23 гуртами області. З огляду на довжину ліній введена в експлуатацію в 1908 році. З огляду на використання пасажирські поїзди. Це єдина вузькоколійка на Закарпатті та одна з трьох діючих в Україні. Призначення для експлуатації залишавсяї об'єктомі допрацювання для відзначення дня залізничної вузькоколійки і подорожують поїздами.

11 серпня

Фестиваль «Цімбор фєст - 2018»
 Воловецький район, с. Вєр'як, Вєрцький перевал
 «Цімбор фєст» - фестиваль, який відбуватиметься на Вєрцькому перевалі у с. Вєр'як, Воловецького району, у першу неділю серпня. З огляду на закордонними громадськими установами та організаціями українськимі «Цімбор фєст» покликаний не тільки продемонструвати переваги та проведення партнерських відносин між громадами, зробити Вєрцький перевал місцем міжнародної дружби колективів, фольклорних ансамблів, етнічних самодільних мистецтв - виконавців народної та сучасної музики та пісні Воловецького району та з-за кордону, виставки роботи майстрів декоративно-прикладного мистецтва, пригідження страви Вєрцької національної кухні.

Продовження додатку Е

Серпень

5 серпня
Обласне свято „День Боржавської вузькоколійки”, Іршава - Виноградів – Хмельник.

початок серпня
XXXIII-ї традиційні міжобласні спортивні змагання з мототрициклного кросу, Великобережанський р-н, с. Забрідь, ул. „Термачув”.

11 серпня
Фестиваль „Цимбор фест-2018”, смт Воловецький р-н, с. Верб'яж, Верецький перевал.

12 серпня
„Фестиваль бджолярів” Між гірський р-н, с. Вучковє.

13 серпня
Обласний фестиваль „Медовий спас”, м. Ужгород, центр міста, наб. Незалежності.

Серпень

17-19 серпня
Міжнародні змагання Rulverts Gravity Race Class 1 в байпарку Пилипець, Між гірський р-н, с. Пилипець.

18 серпня
Обласний фестиваль словачького народного мистецтва „Слованська веселіца”, Ужгородський р-н, с. Споржаниця.

19 серпня
Обласний фестиваль фольклору „На Синевир трембіти кличуть”, Міжгірський р-н, с. Синевирська Паляна.

23 серпня
Веломарафон „Стежками опришків 2018”, м. Рахів.

25 серпня
Фольклорний фестиваль „Варіант лекару”, Березівський р-н, с. Генча.

25-26 серпня
Міжнародний фестиваль „ЛІНІЯ—ФЕСТ”, Хустський р-н, с. Величани.

28 серпня
Міжнародний фестиваль сучасної пісні і танцю „Кришталеві грона” м. Виноградів.

www.zak.tour.gov.ua

www.zak.tour.gov.ua

Продовження додатку Е

Вересень

1-2 вересня
Міське свято меду,
м. Мукачево, міський парк «Перемога».

2 вересня
Обласний фестиваль-ярмарок «Гуцульська Бриндзя»,
м. Рахів, Амфітеатр «Буркун».

8 вересня
MTB марафон Пилипець 2018,
Міжгірський р-н, с.Пилипець.

9 вересня
III обласний фольклорно-етнографічний фестиваль «Закарпатська свальба»,
Міжгірський р-н, с.Колошова, Тачівський р-н, с. Німецька Мокра.

9 вересня
Районний фестиваль «Середніліське вино-брання»,
Ужгородський р-н, сит Середня.

14-16 вересня
Муніципальний міський фестиваль «Варшавське пиво»,
м.Мукачево, міський парк «Перемога».

15 вересня
Районний фестиваль «Добротина паприка»,
Ужгородський р-н, с. Жіла Доброта.

www.zak.tour.gov.ua

Вересень

друго похолодно вересня
Фестиваль «Дари лісу»,
Міжгірський р-н, с. Пилипець.

21-22 вересня
Міжнародна туристична виставка-ярмарок «Тур-свагоцентр - Закарпаття 2018»,
м. Ужгород.

23 вересня
районний фестиваль мистецтва «Перемиччина свілихас талаати»,
м. Перечин.

24 вересня
Районний фестиваль «Apple Fest»,
Ужгородський р-н, с. Спорожниця.

29-30 вересня
Фестиваль «BERG FEST»,
Берегівський р-н, с. Якіш.

29-30 вересня
Обласний ярмарок «Золота осінь»,
м. Ужгород, вул. Л.Толстого.

www.zak.tour.gov.ua

Продовження додатку Е

Листопад

11 листопада
День святого Мартина, м. Мукачево, міський парк „Перемога”.

16-18 листопада
Свято молодого вина „Закарпатське Божеоле”, м. Ужгород, центр міста, вул. Ф. Ракаці, підвали „Совиного аніза”.

Жовтень

6-7 жовтня
Районний фольклорний фестиваль „Боввищенське гроно”, Мукачівський р-н, с. Боввище.

6-7 жовтня
Фестиваль „Страбінський гусь”, Мукачівський район, с. Страбичаєво.

13-14 жовтня
Відкритий фестиваль меду і вина „Срібні джерела”, м. Хуст, майдан „Незалежності”.

12-14 жовтня
Районний Фестиваль „Вертикальний світ Заліччя”, Тячівський р-н, урочище „Заніба”.

28 жовтня
Закриття рафтингового і водного сезону Хустський район, р. Тиса біля с. Велатина.

www.zak.tour.gov.ua

Продовження додатку Е



Грудень

<p>19 грудня</p> <p>Міський парад Миколайчиків, м. Ужгород, центральна частина міста, Злитичі залябиди міста.</p>	<p>6 грудня</p> <p>Святкування Днів міст Закарпаття с. Колочава.</p>
<p>14-16 грудня</p> <p>Фестиваль праміній Закарпаття м. Ужгород, центр міста, вул. Ф. Ракоці, 2-й поверх, «Совієцька збірка»</p>	<p>12-13 грудня</p> <p>Вірус життя, моя хвиля у Тисі. Хуст в Україні, в Долині нарцисів до 928-ї річниці Дня міста, м. Хуст, майдан Незалежності.</p>
<p>20 грудня – 20 січня</p> <p>Міський Різдвяний ярмарок, м. Ужгород, центральна частина міста, пл. Ш. Петерфі, пл. Театральна, наб. Незале- жності.</p>	<p>22 грудня</p> <p>День міста Мукачєво, Локації містом Мукачєво.</p>
<p>28 грудня</p> <p>День міст Берегове, м. Берегове.</p>	<p>27 грудня</p> <p>День міста Перечин, м. Перечин.</p>
<p>22-24 вересня</p> <p>Святкування Дня міста Виноградів м. Виноградів.</p>	<p>30 вересня</p> <p>День міста Тячів, м. Тячів.</p>
<p>30 вересня</p> <p>Рок-фестиваль «Інша планета» в рамках святкування Дня міста, м. Іршави, центральна площа міста.</p>	<p>30 вересня</p> <p>День Міжгір'я смт. Міжгір'я.</p>
<p>6-7 жовтня</p> <p>День Синеври, с. Синевир.</p>	<p>28 жовтня</p>

www.zak.tour.gov.ua

Продовження додатку Е

Відомості щодо наявних туристично-інформаційних центрів на території Закарпатської області

Назва ЦІЦ	Адреса, телефон, факс, веб-сайт, електронна адреса	Повний перелік послуг, які надаються туристам на безкоштовній основі
Учбово-освітній центр Ужаського НПП	с. Ужас, 154 тел.: (03135) 2-10-37 моб. тел.: 0958085866, www.unpp.org.ua e-mail: unpp@unpp.org.ua	Надання інформації про туристично-рекреаційний потенціал Ужаського НПП, інформацію про туристичні маршрути та визначні місця УНПП, рекламу продукції, безкоштовний Wi-Fi.
Ново-Стужавський туристично-інформаційний центр ПНДВ	с. Стужавка, 158 тел.: (03135) 2-10-37 моб. тел.: 0958085866, www.unpp.org.ua e-mail: unpp@unpp.org.ua	Надання інформації про туристично-рекреаційний потенціал Ужаського НПП, інформацію про туристичні маршрути та визначні місця УНПП, рекламу продукції, безкоштовний Wi-Fi.
Туристично-інформаційний центр на базі містаре-садиби „Грін Гоф“	с. Гуканьків, 261 03136 2 40 24 067 133 78 84 info@hof.net.ua www.hof.net.ua	Надання інформації про туристичні можливості Воловецького району
Туристично-інформаційний центр НПП „Синевир“	с. Синевир, 1626 03146 2 76 18 03146 2 77 40 (факс) 097 372 21 59 067 451 11 29 pr@synyvir.com.ua www.synyvir.com.ua	Надання інформації про НПП „Синевир“; про наявність маршрутів на території парку, про можливість розміщення, рекреації у приватному секторі району, про туристично-рекреаційні заклади місцевості.
Туристично-інформаційний центр „Світ Містова“	с/п Чиналієво вул. Воляківська, 53-5, svetmisto.com.ua , e-mail: svetmisto@svetmisto.com 066 973 04 49 www.svetmisto.com	Надання інформації про туристичний потенціал області та Мукачівського району
Туристичний інформаційний центр	м. Перечин вул. Червоноармійська, 7 03145 2-17-26 050 651 64 15 tourinfo@perchyn.com	Інформаційні послуги.
Туристично-інформаційний центр „Луцький шлях“	м. Рахів, вул. Вереміє, 6/п 067 995 73 56 perovchyn@gmail.com www.rakhivtour.com.ua	Надання інформації про туристично-рекреаційні послуги можливості району; Прокладання сувенірної продукції, буклетів, календарів, карт, збірок, тощо

Еколого-освітній центр „Центр Європи“ Карпатського біосферного заповідника Міністерства охорони навколишнього природного середовища	м. Рахів, вул. Красне піссяк, 77 Карпатський біосферний заповідник (КБЗ) 03132) 2 29 14, 2 26 59 cbz-nature@ukr.net cbz-nature.org.ua	Проведення еколого-освітніх робіт
Туристично-інформаційний центр „Високий Карпат“ Карпатського біосферного заповідника Міністерства охорони навколишнього природного середовища в урочищі Перечинська під горою Гоголівсько	м. Рахів, вул. Красне піссяк, 77 Карпатський біосферний заповідник (КБЗ) 03132) 2 29 14, 2 26 59 cbz-nature@ukr.net cbz-nature.org.ua	Надання туристично-інформаційних послуг; надання послуг з розміщення;
Туристично-інформаційний центр „Карпатська форель“	м. Рахів, вул. Красне піссяк, 77 Карпатський біосферний заповідник (КБЗ) 03132) 2 29 14, 2 26 59 cbz-nature@ukr.net cbz-nature.org.ua	Проведення еколого-освітніх робіт та надання туристично-інформаційних послуг;
Туристично-інформаційний кіт-центр „Косівці“	м. Рахів, вул. Красне піссяк, 77 Карпатський біосферний заповідник (КБЗ) 03132) 2 29 14, 2 26 59 cbz-nature@ukr.net cbz-nature.org.ua	Надання туристично-інформаційних послуг та інформації про букви пралей Карпат
Туристичний інформаційний центр	м. Ічап, вул. Рибача 6; 03141) 1 37 77, 067 759 54 04	Надання інформації про туристично-рекреаційні можливості Тисвяцького району відповідним чином
Центр інформації транспортної садиби та сировини	Соломонова селищна рада 050 37 20 258 098 02 77 495 transport@ua	Ознайомлення з галузю розвитку транспортного співробітництва. Інформування громадськості про туристичні можливості регіону з використанням можливостей поштового (інформ-зв'язний код), Постійний зв'язок з туристичними об'єктами та туристичними групами
Туристично-інформаційний центр „Соломоново“	Соломонова селищна рада 050 37 20 258, 098 02 77 495 transport@ua	Ознайомлення туристів з туристичними можливостями та об'єктами туристичної інфраструктури, як Тисвяцького так і Закарпатської області а також, надання інформації про ліси та якість надання послуг.
Громадський Ресурсний Центр Розвитку	с. Торіново, вул. Центральна, 176, 067 310 03 46	Презентація мальовчастих пейзажів заповідника „Дубки“ та різдівські експозиції фонду краєзнавчого музею с. Торіново, інформування відвідувачів та потенційних туристів стосовно переваг розміщення в сільських садибах, розвитку активного відпочинку.
Інформаційний туристичний центр Карпатського біосферного заповідника „Букоча пралей“ - Всесвітній освітній ЮНЕСКО	с. М. Ужаска, Карпатський біосферний заповідник, 03132) 2 21 93, 096 630 41 16	Презентація об'єкту Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО „Букоча пралей Карпат та долини Буковини Імбресиньо. Надання інформації щодо природних цінностей етнокультурних особливостей та туристичних атракцій краю. Поповнення інформації про туристично-рекреаційні заклади краю, маршрути, тощо.
Туристичний інформаційний центр	с. Шканд, вул. Карпатський Схід, 14, 03142) 5 93 36, 098 058 02 82 098 703 74 69, etnyazh@ukr.net hotel-etnyazh.com	Надання інформаційних послуг про туристичні можливості Хустського району

Продовження додатку Е

Хустський районний туристично-інформаційний центр	Меморіальний комплекс «Красне поле» (03142) 4 32 88	Ресурсно-інформаційне забезпечення Прямое: сезонно
Туристично-інформаційний центр	с. Великий Сіверин, 6 Будинок садиби-профінансує „Теплі води“	Надання інформації про проживання у с. Великий Сіверин; Продаж сувенірів, букетів, календарів, карт, листівок, тижня. Надання інформаційних послуг про туристичні послуги Хустського району. Промислова сакураїя; Ресторанні журнали, листівки, букети, календарі тощо (безоплатно)
Комуніальне підприємство „Мукачівський міський туристично-інформаційний центр“	м. Мукачево, вул. Пушкіна, 2 0313 122 108; 050 328 06 50	Консультації туристичної діяльності на території міста, надання послуг туристичного центру міста, сакураїя туристичних послуг; активне сприяння розвитку господарської туристичної діяльності і туристичної інфраструктури, підвищення якості сервісу на території міста і регіону, розвиток співпраці з міжнародними туристичними партнерами міста у сфері туризму і культури з іноземними організаціями міста і його історичної культурної спадщини
ТурфіоЦентр „Стомат“	Вул. Я. Мудрого, 67/1 067 799 71 42; 050 523 08 39 stomatv@gmail.com	Інформація про туристичні послуги, про тури по визначених місцях: гідів, перекладачів, шопинг, екскурсійні тури, спеціальні сакураїї, відвідування музеїв, окремі туристичні маршрути, про розміщення, про школи зарубіжжя. Інформація про інші туристичні центри, доступність, прокат: СПА-об'єкти, ВЕЛІС-інвестор, рекреаційні місця, Гірськолижні лижні, санаторії, конференції, масові заходи, спортивна інфраструктура. Спеціальна інформація: джерел, міцність, агітек, консьєта, урядові установи. На безоплатній основі. Дружніми ми ми та селі Закарпаття, розробка маршрутів карт міжнародного сполучення, та ін.
Берегівський міський туристично-інформаційний центр	вул. І. Зрині, б-х. 25/2, т.с. (03141) 4 32 70, office@zakarpattya.gov.ua www.berehovo.gov.ua	Надання інформації про туристичний потенціал карпатського регіону, організації міжнародних програм тощо та їх впровадження, поєднанні замкнених кімнат для туристів, розробка та оповіщення туристичної бази даних про Закарпаття та сусідні прикордонні регіони, надання інформаційних матеріалів, путівників, карт та їх розповсюдження.
Туристично-інформаційний центр при державній туристичній та курортній адміністрації економічного розвитку і торгівлі Закарпатської ОДА	пл. Нарвана, б-х. 4, каб. 214-216, (03122) 61 44 11, 65 90 32 zak.oda.tour@mk.gov.ua www.tourism.gov.ua	Центр надає інформацію про якість туристично-рекреаційних послуг, серед яких інформація: - про назви закладів розміщення; - про екскурсійні та туристичні маршрути області; - про місцели зарубіжжя Виготовлення та поширення рекламних проспектів.
ТЦ «ХАРР» «Хуст-Сирена-Центр»	вул. Духновича, б-х. № 2, другий поверх, офіс 12. 0314 25 18 15; 067 762 63 60, kharr@op.net	Інформація про туристичні привади Хустщини (м. Хуст, с-т. Виново та сіл Хустського р-ну). Надання інформації про ділові тури по Закарпаттю. Безоплатно надає, на сайті виставки всієї області, промовний українсько-російсько-англійський «Туристичний путівник Хустщини». До цього, безоплатно розповсюджує, друкований англо-румунсько-український інформаційний альбом «Хустський Календар» з вересня 2007 р. по вересень 2009 р. мультимедійну про трьох регіонах – Закарпатська обл., Івано-Франківська обл., Україна та Мармуровий пояс Румунії, «Грицківський мотель», «Сільський туризм», «Гематичні тури», «Транзит та авто», Букетів, «Винови мли сакуру та вино», «Винови мли і природні парки», «Дерева ви крими», Листівка «Мармурові, Закарпаття, Івано-Франківське». Фотур об'єктам Виново». Також маємо інформаційний презентаційний матеріал «Інформаційний» презентаційні посібники для туристів та туристів «Туризм привади галузі економіки Закарпаття та «Туризм, сільський туризм». А також, з жовтня 2014 року, приймали участь, в Партнерстві і Угодином по туризму та культурі Закарпатської області, в Проєкті FORA, в розробці Закарпатського Туристичного Шанку або ЗІШ.

10 цінностей Закарпаття туристичного

ЗАПОВІДНИКИ, ЗАКАЗНИКИ ТА НАЦІОНАЛЬНІ ПРИРОДНІЧІ ПАРКИ

- Карпатський біосферний заповідник Рівненського району біля с. Костянтинів та с. Довге
- Карпатський біосферний заповідник Хустського району біля с. Личків
- Ботанічний заказник "Чорна гора" Великоградського району с. Широкі
- Ужгородський національний парк Великоградського району біля с. Ступинці
- Національний природний парк "Синевир" Міжгірського району
- Національний природний парк "Замковий край" Іршавського району біля с. Осей

АРХИТЕКТУРНІ ЦІННОСТІ

- Вознесенська церква та дзвіниця «Струвська» у селі Ясіня Рахівського району
- Церква Покрови Пресвятої Богородиці у селі Кострино Великоберегівського району
- Церква святого Миколая («Верхня» або «Горішня») у селі Середнє Водине Рахівського району
- Успенська церква у селі Новоселиця Виноградського району
- Древня Церква Святого Миколая у селі Ужичі Великоберегівського району
- Святодухівська церква та дзвіниця Святодухівської церкви XVII століття у селі Гуляки Великоградського району
- Свято-Василівська дерев'яна церква у селі Липівці Перемиського району
- Чинадлівський замок у селі Чинадієво Мукачівського району
- Ужгородський замок у місті Ужгороді
- Музейний комплекс «Старе село» у селі Кольчачі Міжгірського району

ПРИРОДНІ ЦІННОСТІ

- Букливі праліси „Додо-дуб і дуб“ Чанівки Великоберегівського району
- Озеро Синевир Міжгірського району
- Карстовий виступ у селі Мала Ужгородська Тячівського району
- Варошівський Цвинт в селі Пилипівці Міжгірського району
- Довгий крукут у селі Кольчачі Міжгірського району
- Довгий надріт в селі Кірчів Хустського району
- Гора Гематич Рахівського району
- Дике озеро в селі Синевир Міжгірського району
- Болотні-лісовий комплекс „Бришківський парк льодовикового періоду“ Тячівського району
- Печера „Дрижів“ в селі Мала Ужгородська Тячівського району

КУЛЬТУРНІ ЦІННОСТІ

- Обласний фестиваль «На Синевир, трембіта» у селі Синевирівці Поліська Міжгірського району
- Хата-музей «Лемківська садиба» в селі Заріччю Перемиського району
- Обласний фольклорний фестиваль «Розмарин» «Грицківська брашна» у селі Рахів
- Обласне свято «Проводи стар на попомані» Міжгірського району та свято «Весняний попоманський хід» Тячівського району
- Дідушківський зал і музей локатуру у селі Битар Виноградського району
- Туристична стежка та бренд «Піле Арпада» Волинського району
- Записаний музейний комплекс в селі Тисоєвці Виноградського району
- Музей української рибалки в селі Паличівці у селі Рахів
- Водяні кулі музей «Гематич» в селі Лисичівці Іршавського району
- Музейний інструмент «Трембіта» Рахівського району

Продовження додатку Е



КАЛЕНДАР

2018
РІКТУРИСТИЧНИХ ПОДІЙ
ЗАКАРПАТТЯ

Підготовлено у рамках реалізації
Програми розвитку туризму і курортів
у Закарпатській області на 2016-2020 роки

Контакти:
тел.: (03122) 3 53 03
e-mail: economy@carpathia.gov.ua
www.zak.tour.gov.ua
Тираж: 2500 примірників

Додаток Ж

Гастрономічний винний маршрут Закарпатської області



