

Міністерство освіти і науки України  
Національний технічний університет  
«Дніпровська політехніка»

Навчально-науковий інститут економіки

(інститут)

Фінансово-економічний факультет

(факультет)

Кафедра туризму та економіки підприємства

(повна назва)

**ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА**  
**кваліфікаційної роботи ступеня бакалавра**

(бакалавра, магістра)

здобувача вищої освіти Перепелиці Вікторії Юрївни

(ПІБ)

академічної групи 242-21-1

(шифр)

спеціальності 242 Туризм

(код і назва спеціальності)

за освітньо-професійною програмою «Туризм»

(офіційна назва)

на тему «Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні»

| Керівники              | Прізвище, ініціали | Оцінка за шкалою |               | Підпис |
|------------------------|--------------------|------------------|---------------|--------|
|                        |                    | рейтинговою      | інституційною |        |
| кваліфікаційної роботи | Смесова В.Л.       |                  |               |        |
| розділів:              |                    |                  |               |        |
| 1. Аналітичний         | Смесова В.Л.       |                  |               |        |
| 2. Проєктний           | Смесова В.Л.       |                  |               |        |
| Рецензент              |                    |                  |               |        |
| Нормоконтролер         | Безугла Л.С.       |                  |               |        |

Дніпро  
2025

**ЗАТВЕРДЖЕНО:**

завідувач кафедри туризму та  
економіки підприємства  
(повна назва)

\_\_\_\_\_ Л.С. БЕЗУГЛА  
(підпис) (ініціали, прізвище)  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2025 року

**ЗАВДАННЯ**  
**на кваліфікаційну роботу**  
**ступеня бакалавра**  
(бакалавра, магістра)

здобувача вищої освіти Перепелиці В.Ю. академічної групи 242-21-1  
(прізвище та ініціали) (шифр)

спеціальності 242 Туризм  
(код і назва спеціальності)

за освітньо-професійною програмою «Туризм»  
(офіційна назва)

на тему «Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні»

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_

| <b>Розділ</b>                               | <b>Зміст</b>   | <b>Термін виконання</b> |
|---|--|-------------------------|
| Аналітичний                                 | Стан та оцінка господарської діяльності ФОП Кокойло Дар'ї Вікторівни | 12.05.2025 р.           |
| Проектний                                   | Проектні підходи до розвитку гастрономічного туризму в Україні       | 10.06.2025 р.           |
| Оформлення кваліфікаційної роботи бакалавра |  | 13.06.2025 р.           |

Завдання видано \_\_\_\_\_  
(підпис керівника)

В.Л. Смесова  
(ініціали, прізвище)

Дата видачі 28.04.2025 р.

Дата подання до екзаменаційної комісії 16.06.2025 р.

Прийнято до виконання \_\_\_\_\_  
(підпис здобувача вищої освіти)

В.Ю. Перепелиця  
(ініціали, прізвище)

**ЗМІСТ**

|   |    |
|---|----|
| <b>ВСТУП</b>  | 4  |
| <b>РОЗДІЛ 1 СТАН ТА ОЦІНКА ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФОП КОКОЙЛО ДАР’І ВІКТОРІВНИ</b>                        | 8  |
| 1.1. Комплексна оцінка діяльності ФОП Кокойло Дар’ї Вікторівни в контексті розвитку гастрономічного туризму | 8  |
| 1.2. Доцільність та перспективи створення гастрономічного туру у ФОП Кокойло Дар’ї Вікторівни               | 23 |
| <b>РОЗДІЛ 2 ПРОЄКТНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ</b>                              | 35 |
| 2.1. Розробка проєкту гастрономічного туру на базі діяльності ФОП Кокойло Дар’ї Вікторівни                  | 35 |
| 2.2. Економічне обґрунтування реалізації проєкту гастрономічного туру Закарпаттям                           | 50 |
| <b>ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ</b>   | 55 |
| <b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>   | 57 |

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Упродовж останніх років туристична сфера демонструє стійке зростання та динамічний розвиток, перетворюючись на одну з провідних галузей світової економіки. Глобалізаційні процеси на туристичному ринку сприяють формуванню туризму як невід'ємної складової суспільного та економічного життя. Туризм справляє позитивний вплив на валовий внутрішній продукт, сприяє створенню нових робочих місць, розвитку транспортної, готельної, ресторанної та рекреаційної інфраструктури, особливо на регіональному рівні.

Проте сучасний турист дедалі частіше виявляє зниження інтересу до стандартних маршрутів та уніфікованих форм відпочинку. Це спричиняє потребу у впровадженні нових форматів туристичного продукту, що базуються на унікальності, автентичності та емоційній залученості. Одним із таких напрямів є гастрономічний туризм, який поєднує відвідування локацій із пізнанням національної кухні, кулінарних традицій та регіональних харчових практик.

Зважаючи на багатий етнокультурний спадок України, розмаїття локальних кулінарних традицій, сприятливе географічне положення та інтерес до національної ідентичності, гастрономічний туризм є перспективним вектором розвитку туристичної галузі країни. Водночас, цей напрям ще перебуває на етапі становлення: відсутні системні підходи до формування гастрономічного продукту, спостерігається недостатній рівень маркетингового просування, слабо інтегровані ініціативи малого бізнесу.

Все це зумовлює необхідність поглибленого теоретичного осмислення та розробки прикладних моделей розвитку гастрономічного туризму, адаптованих до умов українського ринку. Актуальність теми зумовлена потребою у створенні нових форматів туристичних послуг, здатних забезпечити сталий розвиток територій, активізувати локальні ініціативи і

забезпечити зростання конкурентоспроможності українського туристичного продукту.

Питання розвитку гастрономічного туризму як одного з інструментів формування туристичної привабливості територій та активізації місцевих економік активно досліджується у сучасній науковій літературі. Особлива увага приділяється використанню інноваційних підходів до формування туристичного продукту, залученню локальних виробників та інтеграції національної гастрономічної спадщини в сучасні туристичні практики.

Теоретико-методологічні засади гастрономічного туризму висвітлено у працях таких дослідників, як О.Л. Михайлюк, О.А. Хумаров, Г.А. Батьковець, Л.А. Бондаренко, Л.М. Черчик, В.В. Корнілова, які акцентують увагу на культурному значенні гастрономії, її потенціалі як складової нематеріальної спадщини та ефективному інструменті позиціонування регіонів на туристичному ринку.

У працях вітчизняних учених обґрунтовано, що гастрономічний туризм сприяє не лише економічній динаміці, а й розвитку підприємств, які виступають безпосередніми провайдерами унікального гастрономічного досвіду. Такий підхід дозволяє створювати автентичні локальні продукти, адаптовані до потреб сучасного туриста, та формувати інтегровані гастрономічні маршрути.

Незважаючи на наявність досліджень, питання реалізації гастрономічного туризму на практиці, зокрема на базі підприємницької діяльності залишаються недостатньо розробленими, що обумовлює актуальність подальшого аналізу практичного потенціалу гастрономічного туризму в Україні з урахуванням прикладних бізнес-моделей.

Актуальність, теоретична і практична значущість вказаних питань зумовили вибір теми, мету й завдання кваліфікаційної роботи бакалавра.

**Метою дослідження** є аналіз сучасного стану гастрономічного туризму в Україні, та визначення перспективних напрямів його розвитку.

Досягнення мети обумовило необхідність вирішення таких завдань:

- надати комплексну оцінку діяльності ФОП Кокойло Дар’ї Вікторівни в контексті розвитку гастрономічного туризму;
- дослідити доцільність та перспективи створення гастрономічного туру у ФОП Кокойло Дар’ї Вікторівни;
- обґрунтувати авторські пропозиції щодо розробки проєкту гастрономічного туру на базі діяльності ФОП Кокойло Дар’ї Вікторівни;
- провести економічне обґрунтування реалізації проєкту гастрономічного туру Закарпаттям.

**Об’єктом дослідження** є процес формування та просування гастрономічного туру як інноваційного напрямку підвищення конкурентоспроможності ФОП Кокойло Дар’ї Вікторівни.

**Предметом дослідження** є перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні та трансформації туристичного попиту.

Для дослідження сучасного стану та перспектив розвитку гастрономічного туризму в Україні застосовувалися як загальнонаукові методи (аналіз, синтез, конкретизація, класифікація), так і спеціальні методи, зокрема: статистичний аналіз, метод порівняльних характеристик, метод експертних оцінок, елементи економіко-математичного моделювання, а також методи анкетування та спостереження, що дали змогу виявити тенденції, проблеми та можливості розвитку гастрономічного туризму в умовах воєнного стану.

**Практичне значення** одержаних результатів полягає в тому, що результати кваліфікаційного дослідження можуть бути використані для удосконалення організаційно-економічних підходів до розвитку гастрономічного туризму в Україні, формування ефективних локальних туристичних продуктів, а також для впровадження інноваційних рішень у діяльність суб’єктів малого бізнесу у сфері туризму. Запропоновані рекомендації можуть бути застосовані органами місцевого самоврядування, туристичними операторами та підприємцями під час розробки гастрономічних маршрутів, подієвих заходів та промоційних стратегій.

**Апробація результатів.** Основні положення роботи і результати

досліджень були оприлюднені у II Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні тренди розвитку менеджменту, підприємництва та сфери послуг в умовах новітніх глобальних викликів» яка проходила 17 квітня 2025 р. у м. Дніпро за темою «Інноваційний розвиток гастрономічного туризму Дніпропетровщини».

**Інформаційною базою дослідження** стали періодичні видання, монографії, посібники та підручники, Інтернет-джерела.

**Структура роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел, що містить 33 найменування. Основний зміст кваліфікаційної роботи викладений на 56 сторінках. Робота містить 18 таблиць, 24 рисунки.

## РОЗДІЛ 1

### СТАН ТА ОЦІНКА ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФОП КОКОЙЛО ДАР'І ВІКТОРІВНИ

#### **1.1. Комплексна оцінка діяльності ФОП Кокойло Дар'ї Вікторівни в контексті розвитку гастрономічного туризму**

Фізична особа-підприємець Кокойло Дар'я Вікторівна є засновницею та директором туристичної агенції «Calypso Travel», яка функціонує в межах міста Дніпро. Підприємницька діяльність зареєстрована 09 серпня 2017 року, що свідчить про понад 7 років сталого перебування на ринку туристичних послуг (запис у реєстрі № 22240000000118142).

ФОП Кокойло Д.В. здійснює діяльність за третьою групою єдиного податку зі ставкою 5% та є неплатником ПДВ. Основний вид діяльності - КВЕД 79.11 «Діяльність туристичних агентств», що відповідає профілю підприємства, однак реєстраційна інформація також передбачає наявність додаткових напрямів, таких як посередницька діяльність у роздрібній торгівлі, інтернет-торгівля, організація харчування тощо.

Юридична адреса підприємства: 49000, Дніпропетровська область, місто Дніпро, житловий масив Червоний Камінь будинок 1.

Фізично офіс розташовано в м. Дніпро, за адресою: Січеславська Набережна 10 (рис. 1.1).

Репутаційні та фінансові характеристики суб'єкта господарювання позитивні, відсутні податкові борги, відсутні судові провадження, не виявлено ознак банкрутства або припинення діяльності, що свідчить про стабільний правовий та економічний статус. За даними відкритих реєстрів, підприємство не має порушень у сфері трудового або податкового законодавства.

ФОП Кокойло Д.В. позиціонується як локальне підприємство з клієнтоорієнтованим підходом, акцентом на індивідуальні тури, міжнародні

подорожі та підбір турів під запит, однак її участь у розвитку внутрішнього та гастрономічного туризму поки обмежена, що відкриває перспективи для тематичного розширення її туристичного продукту в рамках сучасних тенденцій ринку.

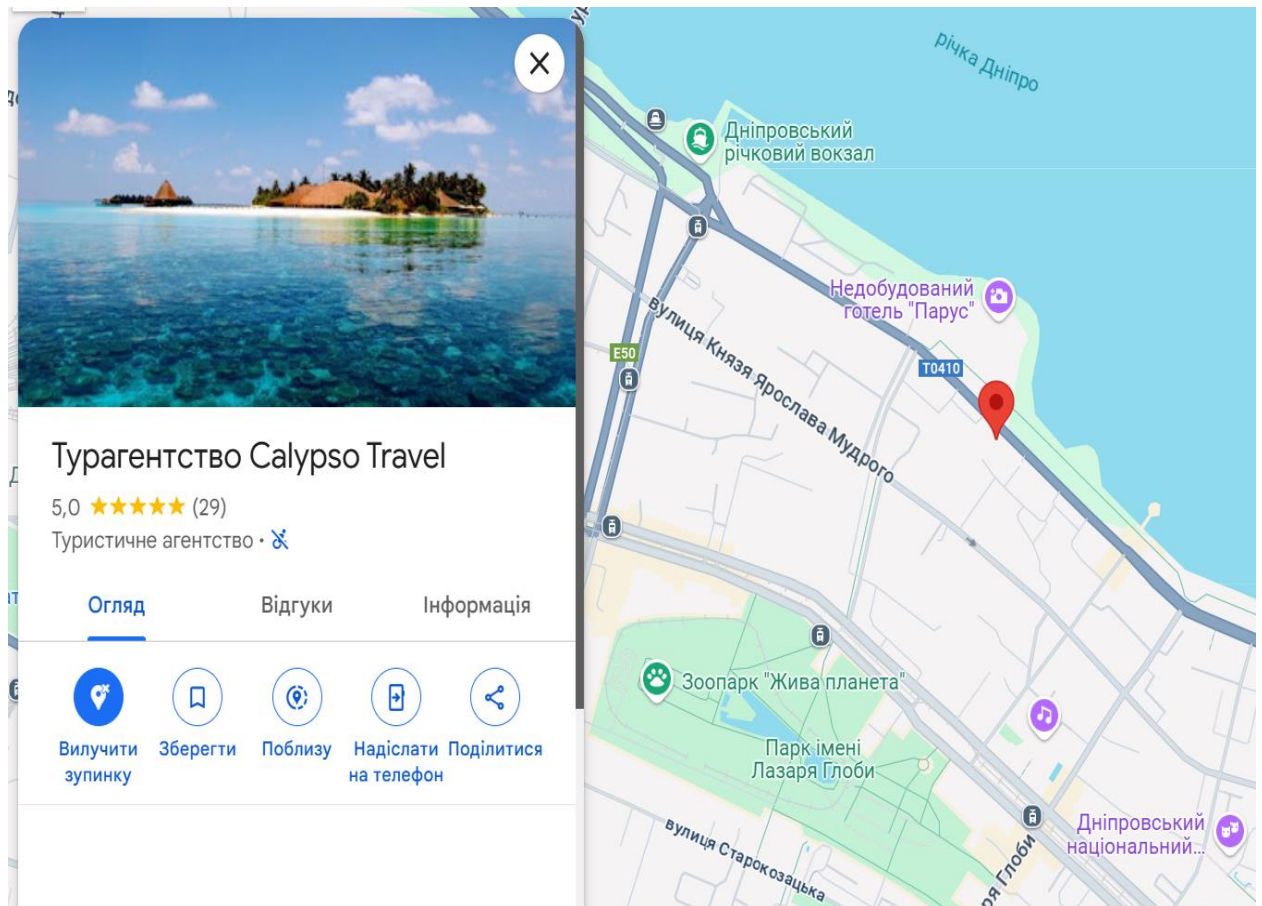


Рисунок 1.1 – Місце розташування ФОП Кокойло Дар'я Вікторівна

Джерело: побудовано автором за допомогою карт Google

Цифрова присутність ФОП Кокойло Дар'я Вікторівна, зокрема через офіційні сторінки в соціальній мережі Instagram та веб-сайту туристичної агенції «Calypso Travel», виступає ключовим каналом цифрової взаємодії з клієнтами. У контексті інтеграції гастрономічного туризму ці платформи набувають особливої ваги як інструменти популяризації локального туристичного продукту, зокрема гастрономічних маршрутів, подієвих подорожей, локальних фестивалів та дегустаційних програм.

Соціальні мережі дозволяють оперативно презентувати авторські гастрономічні тури, ділитися візуальними матеріалами, формувати імідж бренду як провідника унікального гастродосвіду, а також налагоджувати зворотний зв'язок з аудиторією (рис. 1.2).

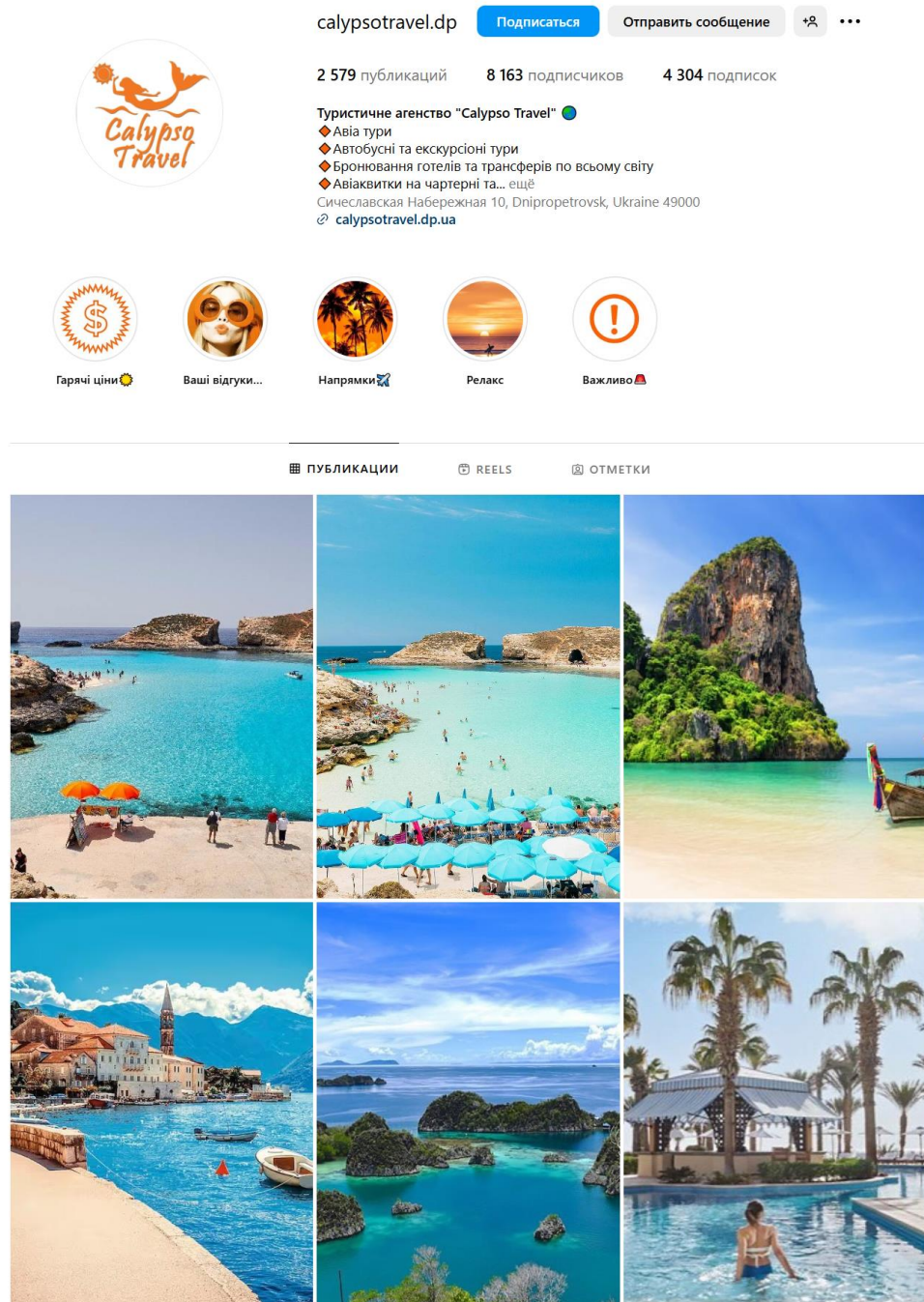


Рисунок 1.2 – Instagram сторінка ТА «Calypso Travel»

Джерело: побудовано автором на основі матеріалів Instagram

Веб-сайт, у свою чергу, функціонує як основна комерційна платформа: надає доступ до описів турів, умов бронювання, акційних пропозицій та спеціалізованих продуктів (рис. 1.3).

Онлайн-ресурси виступають інструментами інтеграції гастрономічного контенту у пропозицію туристичного агентства, сприяючи формуванню стійкого цифрового іміджу та залученню цільової аудиторії, орієнтованої на автентичні враження.

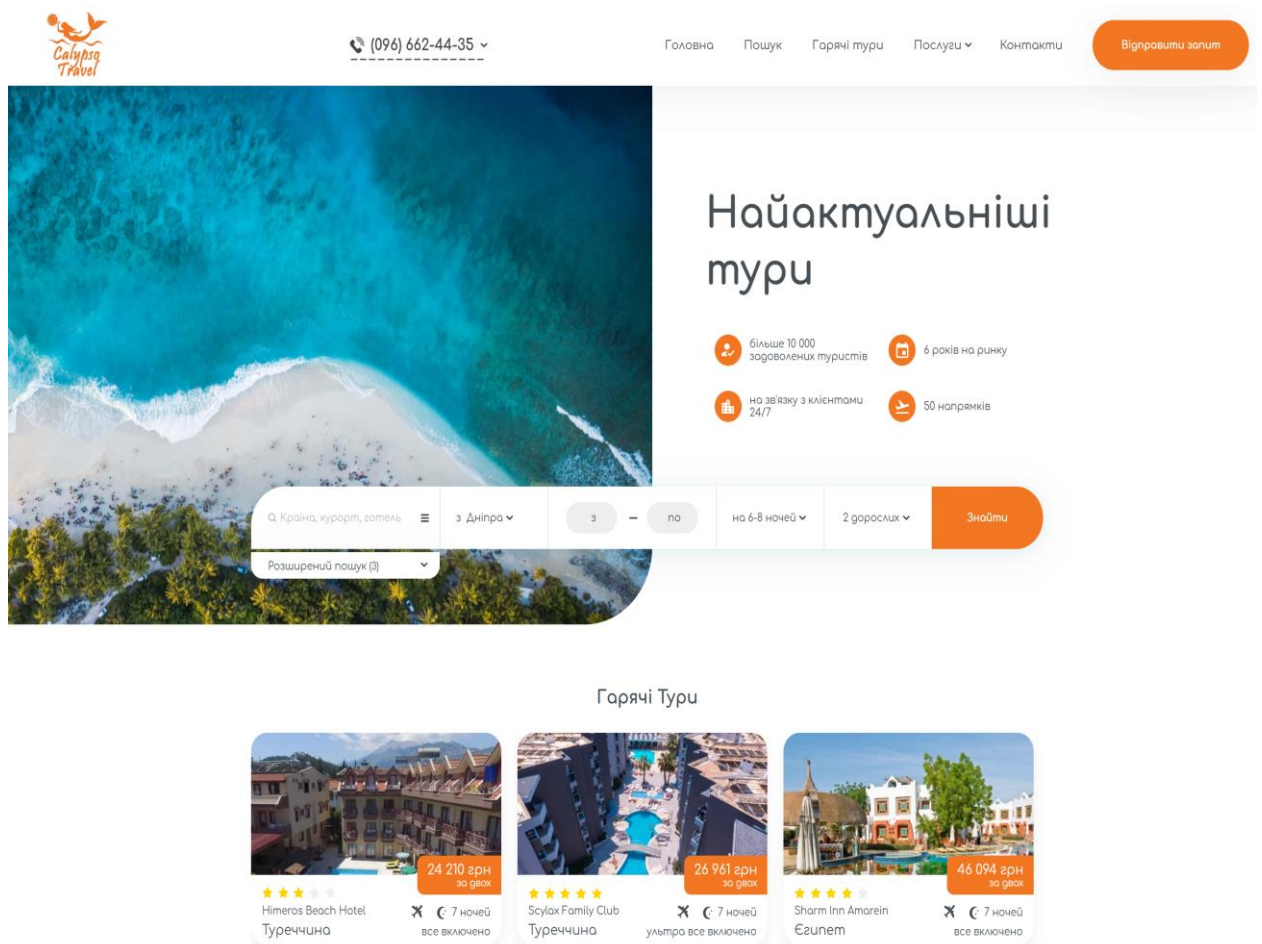


Рисунок 1.3 – Корпоративна сторінка ТА «Calypso Travel»

Джерело: побудовано автором на основі матеріалів корпоративного сайту ТА «Calypso Travel»

ФОП Кокойло Д.В. позиціонує себе як сучасне туристичне підприємство з організації індивідуальних та групових подорожей, що надає повний спектр туристичних послуг як на внутрішньому, так і на

міжнародному ринках. Підприємство спеціалізується на формуванні різноманітних турпродуктів, від класичного пляжного відпочинку до експедиційних, від культурно-пізнавальних маршрутів до екстремальних мандрівок, охоплюючи всі континенти світу.

Діяльність агентства охоплює організацію авіа- та автобусних турів, бронювання квитків, морські круїзи, обслуговування корпоративних клієнтів, оформлення туристичних страховок та супровід клієнтів на всіх етапах планування подорожі.

Ключовими конкурентними перевагами ФОП Кокойло Д.В. є індивідуалізований підхід, високий рівень сервісу, гнучкість у формуванні турів та швидке реагування на запити клієнтів.

Особливу увагу в компанії приділяють персоналізації туристичних послуг: менеджери добирають тури, враховуючи бюджет, формат подорожі, інфраструктуру, регіональні вподобання та навіть такі деталі, як вид з вікна готелю. У своїй роботі агенція активно впроваджує сучасні цифрові інструменти комунікації та онлайн-маркетингу, що дозволяє ефективно обслуговувати клієнтів та розширювати географію охоплення.

Портфель турів регулярно оновлюється відповідно до сезонних трендів. Найбільший попит спостерігається на напрямки до Туреччини, Єгипту, Іспанії, Італії, Греції, Домінікани, Мальдів, Таїланду, Шрі-Ланки (рис. 1.4).

Паралельно з цим агенція реалізує спеціалізовані туристичні продукти, такі як весільні подорожі, екскурсійні програми, тури вихідного дня, сімейні маршрути, а також гарячі пропозиції.

Значущим свідченням результативності діяльності агенції є комплекс якісних і кількісних показників. Станом на 2024 рік:

- понад 10 000 задоволених клієнтів;
- понад 7 років присутності на ринку;
- цілодобове обслуговування 24/7;
- понад 50 напрямків подорожей (міжнародних та національних).

## Популярні країни



Рисунок 1.4 – Перелік найпопулярніших туристичних напрямів, які пропонує  
ФОП Кокойло Д.В.

Джерело: побудовано автором на основі матеріалів корпоративного сайту ТА «Calypso Travel»

Зазначені характеристики підтверджують стабільну позицію підприємства і створюють передумови для інтеграції інноваційних ідей в структуру турпродукту. Враховуючи орієнтацію агенції на авторські маршрути, індивідуальний підхід і кроссекторальне поєднання з іншими

видами туризму, саме гастрономічна складова може стати одним із драйверів подальшого розвитку бренду ТА «Calypso Travel».

Організаційна структура ФОП Кокойло Дар'я Вікторівна продемонстрована на рис. 1.5.

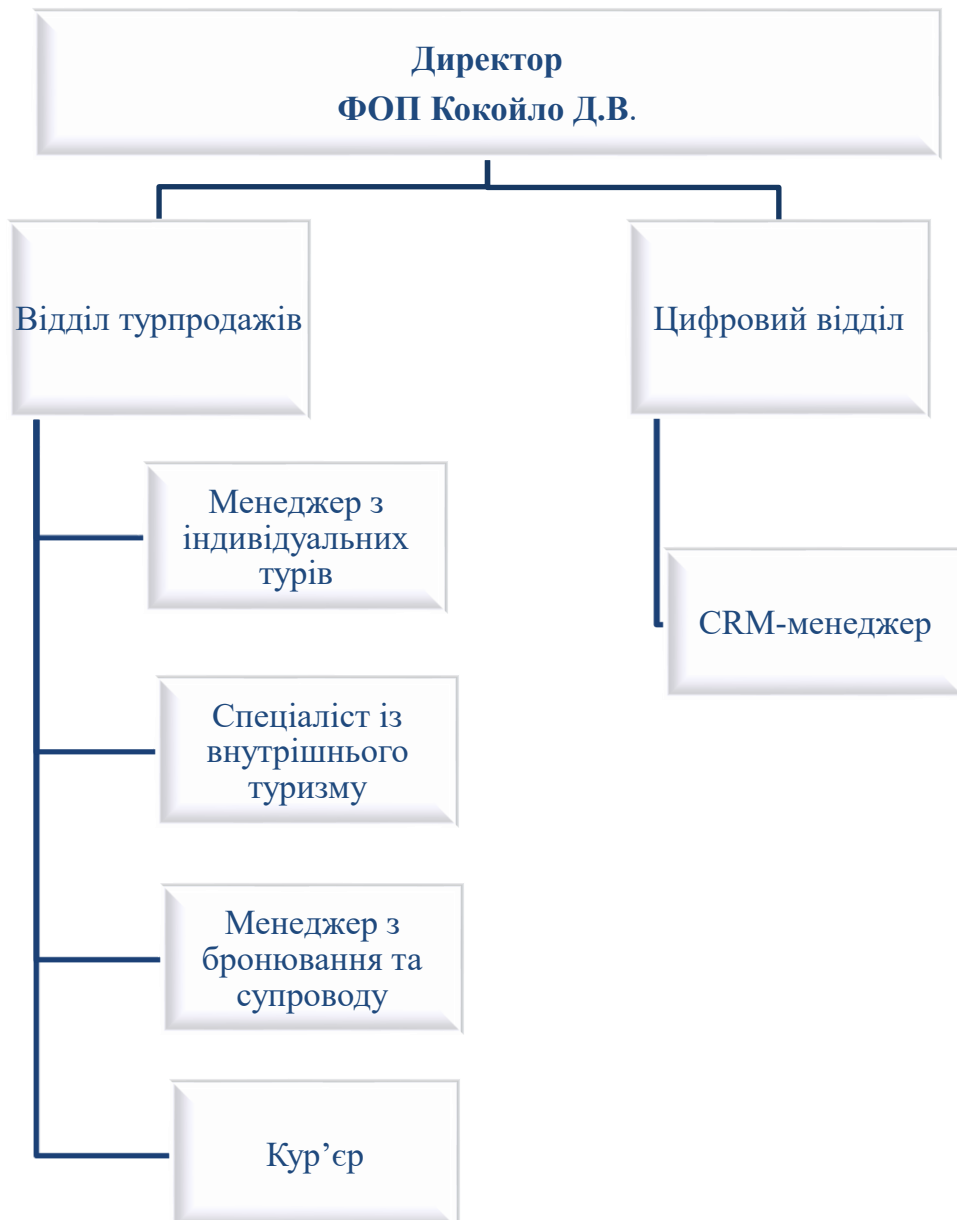


Рисунок 1.5 –Організаційна структура ФОП Кокойло Дар'я Вікторівна  
Джерело: сформовано автором за даними ФОП Кокойло Д.В.

Виходячи з рисунку 1.5, організаційна структура ФОП Кокойло Дар'я

Вікторівна сформована за функціональним принципом і орієнтована на забезпечення ефективної взаємодії між основними підрозділами туристичної агенції. Структура охоплює 6 ключових функціональних одиниць, які згруповані в два основних напрями діяльності: туристичні продажі та цифровий супровід, фінансове адміністрування віддано на аутсорс.

Організаційна структура ФОП Кокойло Д.В. побудована за функціональним принципом і забезпечує чіткий розподіл посадових обов'язків відповідно до професійної компетенції персоналу. Такий підхід дозволяє ефективно координувати діяльність усіх підрозділів, оптимізувати внутрішні процеси та забезпечити високий рівень обслуговування клієнтів (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Розподіл посадових функцій працівників ФОП Кокойло Д.В.

| Посада                                   | Основні функціональні обов'язки   |
|--|---|
| Директор<br>ФОП<br>Кокойло Д.В.          | Здійснює загальне управління туристичним агентством, відповідає за стратегічне планування, формування асортименту туристичних послуг, затвердження партнерських угод і тарифної політики. Контролює роботу всіх функціональних підрозділів та координує реалізацію маркетингової стратегії. Забезпечує правову відповідність діяльності, формує імідж компанії, здійснює взаємодію з державними органами та ключовими партнерами. |
| Менеджер з<br>індивідуальних<br>турів    | Відповідає за розробку персоналізованих туристичних пропозицій згідно з інтересами клієнта, проводить комунікацію, оформлення турів та повний супровід подорожей. Виконує попереднє бронювання, консулює щодо страхових і транспортних питань.  |
| Спеціаліст із<br>внутрішнього<br>туризму | Формує екскурсійні, гастрономічні та культурні тури по Україні, співпрацює з внутрішніми операторами, проводить адаптацію національного продукту для внутрішнього ринку, координує маршрути та забезпечує логістику.  |
| Менеджер з<br>бронювання та<br>супроводу | Забезпечує бронювання готелів, квитків, трансферів, веде переговори з постачальниками послуг, оновлює базу готельних пропозицій. Несе відповідальність за безперебійне оформлення замовлень та документації.  |
| CRM-<br>менеджер                         | Відповідає за впровадження та супровід CRM-системи, ведення клієнтської бази, аналіз поведінки клієнтів, створення та   |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
|                               | впровадження автоматизованих процесів для підвищення якості обслуговування.   |
| Кур'єр                        | Відповідає за доставку документів, координацію пересування в межах міста Дніпро, вирішення оперативних питань із партнерами, логістичну підтримку агентства.                            |
| Фінансовий супровід (аутсорс) | Забезпечує бухгалтерський облік, податкову звітність, нарахування заробітної плати, формування фінансової документації згідно із законодавством України. Працює за зовнішнім договором. |

Джерело: побудовано автором на основі посадових інструкцій працівників ФОП Кокойло Д.В.

На рисунку 1.6 відображено динаміку чисельності персоналу ФОП Кокойло Д.В. протягом останніх п'яти років.

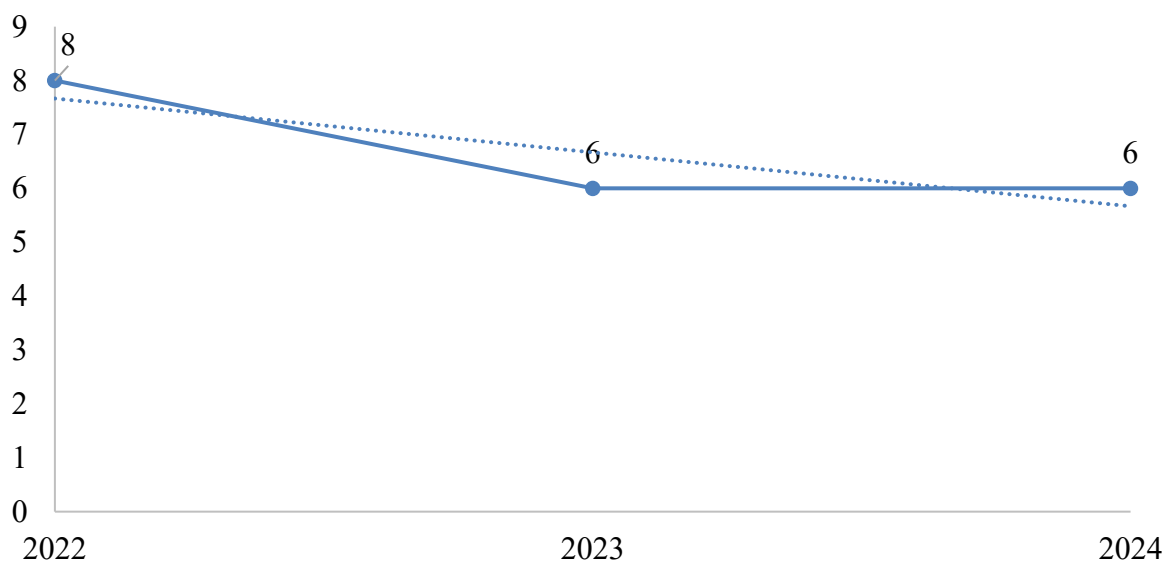


Рисунок 1.6 – Зміни чисельності персоналу ФОП Кокойло Д.В., роки

Джерело: розраховано автором за даними ФОП Кокойло Д.В.

У таблиці 1.2 представлено результати аналізу фінансових показників діяльності ФОП Кокойло Д.В. за період 2022-2024 рр. Як видно з наведених даних, підприємство демонструє стабільну позитивну динаміку доходів та прибутковості протягом аналізованого періоду, попри незначні коливання, зумовлені як зовнішніми, так і внутрішніми факторами.

Таблиця 1.2 – Аналіз фінансових результатів діяльності ФОП Кокойло Д.В. за 2022-2024 роки

| Показники                                      | Роки      |           |           | Відхилення |           |               |           |
|--|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|---------------|-----------|
|  |           |           |           | Абсолютне  |           | Темп росту, % |           |
|  | 2022      | 2023      | 2024      | 2023/2022  | 2024/2023 | 2023/2022     | 2024/2023 |
| Чистий дохід від реалізації, грн               | 1 180 000 | 1 860 000 | 2 080 000 | +680 000   | +220 000  | +57,6         | +11,8     |
| Собівартість реалізованої продукції, грн       | 820 000   | 1 180 000 | 1 300 000 | +360 000   | +120 000  | +43,9         | +10,2     |
| Валовий прибуток, грн                          | 360 000   | 680 000   | 780 000   | +320 000   | +100 000  | +88,9         | +14,7     |
| Чистий прибуток, грн                           | 310 000   | 590 000   | 665 000   | +280 000   | +75 000   | +90,3         | +12,7     |
| Середній дохід на одного працівника, грн / рік | 147 500   | 232 500   | 260 000   | +85 000    | +27 500   | +57,6         | +11,8     |
| Рентабельність реалізації, %                   | 26,3%     | 31,7%     | 32,0%     | +5,4       | +0,3      | -             | -         |
| Рентабельність витрат, %                       | 37,8%     | 50,0%     | 51,2%     | +12,2      | +1,2      | -             | -         |

Джерело: розраховано автором за даними ФОП Кокойло Д.В.

Чистий дохід від реалізації зріс з 1 180 000 грн у 2022 році до 2 080 000 грн у 2024 році. Абсолютний приріст становив 900 000 грн, або 76,3%. Основним фактором такого зростання стали ефективна маркетингова стратегія, підвищення частки постійних клієнтів, розширення напрямків діяльності та впровадження нових туристичних продуктів. Приріст валового прибутку за цей же період склав 420 000 грн (+116,7%), що свідчить про успішну політику контролю собівартості.

Згідно з рисунком 1.7, найактивніше зростання спостерігалось у 2023 році, саме тоді чистий дохід зріс на 680 тис. грн (+57,6%), а чистий прибуток на 280 тис. грн (+90,3%) порівняно з 2022 роком. Це зумовлено післякарантинним пожвавленням туристичної активності, розширенням

асортименту послуг, а також покращенням умов співпраці з постачальниками. Проте у 2024 році темпи зростання дещо уповільнились. Чистий дохід збільшився лише на 220 тис. грн (+11,8%), а чистий прибуток на 75 тис. грн (+12,7%). Така ситуація пояснюється сезонними коливаннями попиту, зростанням конкурентного тиску та загальними економічними ризиками. Водночас рівень рентабельності реалізації залишився високим і становив 32%, що свідчить про ефективне управління витратами та ціновою політикою.

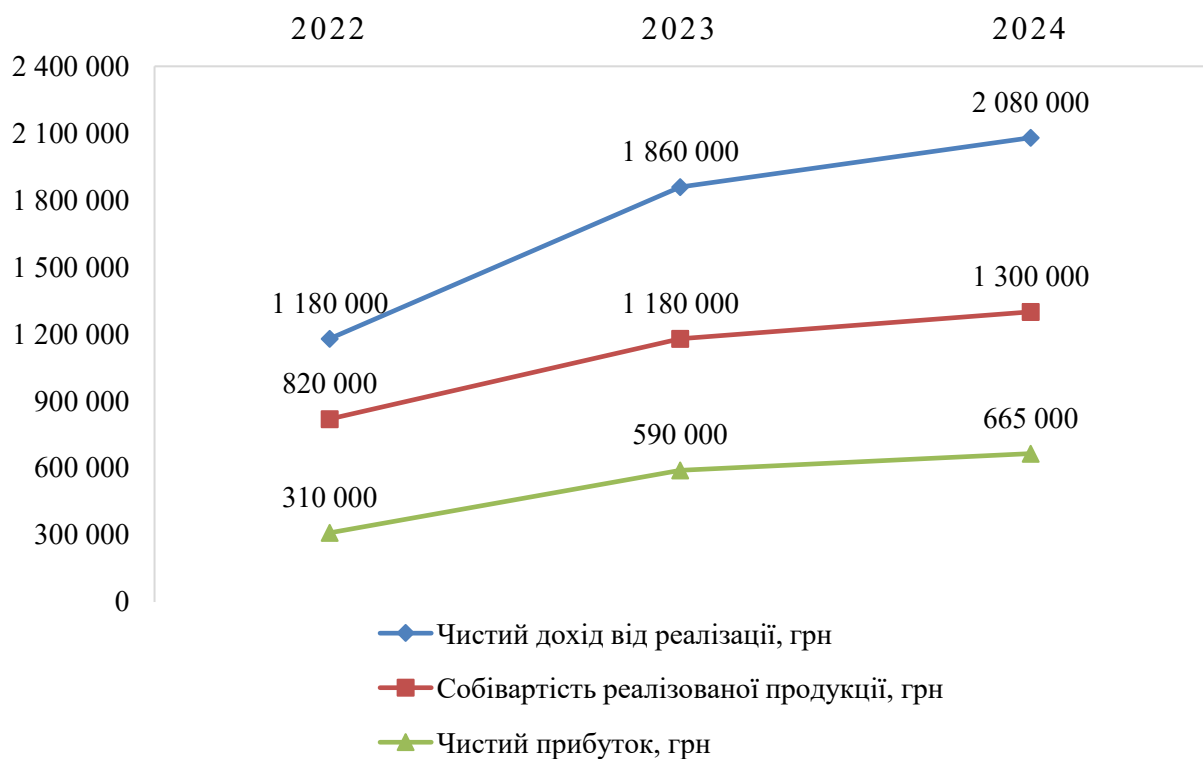


Рисунок 1.7 – Динаміка основних фінансових показників ФОП Кокойло Д.В., за 2022-2024 рр.

*Джерело:* розраховано автором за даними ФОП Кокойло Д.В.

Особливої уваги заслуговує показник середнього доходу на одного працівника, який зріс з 147 500 грн у 2022 році до 260 000 грн у 2024 році (+76,3%). Це демонструє не лише зростання результативності праці, а й

оптимізацію кадрового складу відповідно до обсягів робіт, про що свідчить також аналіз динаміки чисельності персоналу.

Таким чином, фінансова звітність підприємства за останні три роки дозволяє зробити висновок про стабільне зростання ключових показників, належний рівень прибутковості та ефективність використання ресурсів. У подальшому для збереження позитивної динаміки доцільним є фокус на внутрішній туризм, розвиток нішевих авторських продуктів та підвищення клієнтської лояльності. Для формування ефективної моделі розвитку гастрономічного туризму на рівні ФОП Кокойло Д.В. необхідно враховувати багатофакторний характер зовнішнього середовища. Вплив різних груп чинників, таких як економічних, соціокультурних, природних, технологічних є визначальним під час розробки туристичного продукту, його просування та формування конкурентних переваг.

З метою комплексного виявлення актуальних стимулюючих та стримуючих факторів у діяльності ФОП Кокойло Д.В., було здійснено анкетне опитування із фокусом на практичну площину. Результати узагальненого аналізу представлено на рисунку 1.8.

З рисунка видно, що найвищий рівень значущості демонструють чинники, безпосередньо пов'язані з якістю пропозицій та туристичним досвідом, до них можна віднести:

- гастрономічні фестивалі (452 респонденти) і якість гастрономічних послуг (451 респондент), які забезпечують практичне занурення туриста в локальну кухню та є основними драйверами задоволеності;

- гастрономічний брендинг (419 респондентів) виявився вагомим інструментом формування впізнаваності регіонів;

- поведінкові характеристики місцевого населення (413 респондентів), як чинник соціальної автентичності та гостинності.



Рисунок 1.8 – Аналіз чинників впливу на гастрономічний туризм, з урахуванням діяльності ФОП Кокойло Д.В.

Джерело: побудовано автором

Крім того, економічні передумови, зокрема рівень розвитку регіону та

інфраструктурна доступність (385 та 410 респондентів відповідно), істотно впливають на спроможність реалізації гастрономічного продукту. У свою чергу, культурна складова (історична спадщина, традиції кухні) зміцнює автентичність туристичного досвіду.

Дещо нижчу оцінку отримали цифрові інструменти та технології, очевидно, через обмежене впровадження на рівні малих підприємств. Попри це, вони мають високий потенціал і мають стати одним з напрямів розвитку, зокрема для таких підприємств, як ФОП Кокойло Д.В., що вже частково використовує онлайн-маркетинг та цифрову комунікацію.

Таким чином, побудова ефективної системи гастрономічного туризму передбачає збалансоване поєднання внутрішніх організаційних рішень (якість, бренд, івенти) із зовнішніми умовами (інфраструктура, підтримка, цифровізація), що повинно бути враховано при стратегічному плануванні подальшої діяльності.

З урахуванням специфіки діяльності ФОП Кокойло Дар'ї Вікторівни, було здійснено комплексне оцінювання сильних і слабких сторін підприємства, а також виявлено потенційні можливості та загрози його функціонування (табл. 1.3).

Таблиця 1.3 – SWOT-матриця ФОП Кокойло Д.В.

| Сильні сторони  | Слабкі сторони  |
|---|---|
| Індивідуалізований підхід до клієнтів та висока клієнтоорієнтованість   | Відсутність власного веб-сайту та низький рівень технічної інтеграції                 |
| Ефективне використання соціальних мереж як основного каналу комунікації | Обмежений штат працівників, який не дозволяє масштабувати обсяг послуг                |
| Наявність постійної клієнтської бази та позитивна репутація на ринку    | Недостатній рівень аналітики клієнтського досвіду та CRM-систем                       |
| Гнучкість у формуванні авторських турів та адаптація до кон'юнктури     | Висока залежність від зовнішніх факторів (війна, обмеження на виїзд, візова політика) |

| Можливості  | Загрози  |
|---|--|
| Зростання інтересу до внутрішнього та подієвого туризму                       | Ескалація війни та подальше погіршення мобільності населення                           |
| Підвищення популярності авторських турів серед молоді                         | Посилення конкуренції з боку великих туроператорів і онлайн-платформ                   |
| Розширення співпраці з локальними виробниками, готелями та ресторанами        | Нестабільна економічна ситуація та зниження купівельної спроможності клієнтів          |
| Доступ до безкоштовних digital-інструментів для автоматизації бізнес-процесів | Можливе ускладнення державного регулювання та фіскального навантаження на малий бізнес |

*Джерело: розроблено автором за даними ФОП Кокойло Д.В.*

Результати аналізу свідчать, що серед головних сильних сторін підприємства є індивідуалізований підхід до клієнтів, ефективна присутність у соціальних мережах, сформована постійна клієнтська база, а також гнучкість у формуванні туристичних продуктів. Ці переваги забезпечують високий рівень клієнтоорієнтованості та здатність адаптуватися до змін ринку. Водночас виявлено низку слабких місць, зокрема технічну та кадрову обмеженість, відсутність власної веб-платформи та обмежену автоматизацію процесів, що гальмує масштабування діяльності й підвищення ефективності управління. У блоці можливостей особливо слід виділити зростання інтересу до внутрішнього туризму, популяризація нішевих авторських маршрутів, розширення партнерських зав'язків з локальними бізнесами та доступ до цифрових інструментів, що відкриває нові напрями для розвитку турів з гастрономічним, етнографічним чи подієвим компонентом.

Також підприємство стикається з низкою зовнішніх загроз, зокрема ескалацією воєнного конфлікту, економічною нестабільністю, падінням купівельної спроможності та зростанням конкуренції з боку великих операторів і онлайн-платформ. Таким чином, SWOT-аналіз дає змогу не лише оцінити поточну позицію ФОП Кокойло Д.В. а й сформуванати вектори для мінімізації ризиків і реалізації наявних можливостей.

## 1.2. Доцільність та перспективи створення гастрономічного туру у ФОП Кокойло Дар'ї Вікторівни

Доцільність та перспективи створення гастрономічного туру у ФОП Кокойло Дар'ї Вікторівни обґрунтовуються тим, що кожен регіон України вирізняється особливими гастрономічними традиціями, сформованими під впливом історичних, етнокультурних і природно-географічних особливостей.

При розробці гастрономічного туру працівникам ФОП Кокойло Дар'ї Вікторівни необхідно враховувати сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму та орієнтуватися на запити цільової аудиторії, яка прагне отримати автентичний і багатогранний досвід. Тур має пропонувати туристам можливість зануритися в особливу атмосферу регіону через дегустації локальних продуктів, ознайомлення з традиційними рецептами та техніками приготування страв, притаманних певній локації.

Досліджено регіональну гастрономічну карту України, як інструмент гастрономічного потенціалу та стимул для подальшої розробки нових туристичних пропозицій.



Рисунок 1.9 – Регіональна гастрономічна карта північних областей України (Київська, Чернігівська, Сумська, Житомирська)

Джерело: укладено автором на основі даних Google Maps

Харчова культура північної області України формує підґрунтя для розробки унікальних гастрономічних турів, орієнтованих на етнокультурну спадщину, сезонність продуктів та локальну автентичність. Кулінарною візитівкою північного регіону України є київський торт.

Південні області України вирізняється не лише кліматичними особливостями, а й потужним культурним впливом з боку турецьких, татарських та балканських традицій. Символом південного гастрономічного ландшафту справедливо вважається кавун, який став не лише сільськогосподарським брендом, а й кулінарною візитівкою регіону.

Гастрономічний потенціал окремих територій Півдня представлений регіональними стравами з локальних продуктів (рис. 1.10).



Рисунок 1.10 – Регіональна гастрономічна карта південних областей України (Запорізька, Одеська, Миколаївська, Херсонська області, Крим)

Джерело: укладено автором на основі даних Google Maps

У межах східного регіону спектр традиційних гастрономічних практик є дещо обмеженим порівняно з іншими частинами України. Це можна пояснити високим рівнем індустріалізації, прискореною урбанізацією а також специфікою етнокультурного складу населення, який формувався, зокрема, внаслідок штучного заселення територій представниками інших національностей.

Попри це, регіон має окремі елементи локальної гастрономічної ідентичності (рис. 1.11).



Рисунок 1.11 – Регіональна гастрономічна карта східних областей України (Харківська, Луганська, Донецька області)

Джерело: укладено автором на основі даних Google Maps

Західний регіон України вирізняється високим ступенем кулінарного різноманіття, що сформувалося під впливом тривалих історичних взаємодій із сусідніми європейськими культурами, зокрема угорською, словацькою,

румунською, польською та австрійською. Окрім етнокультурного впливу, важливу роль у формуванні гастрономічної специфіки регіону відіграють географічні та природно-кліматичні відмінності між областями, що зумовило появу низки унікальних страв, практично не представлених в інших частинах України (рис 1.12).



Рисунок 1.12 – Регіональна гастрономічна карта західних областей України (Волинська, Рівненська, Львівська, Закарпатська, Чернівецька, Хмельницька, Тернопільська й Івано-Франківська області)

Джерело: укладено автором на основі даних Google Maps

Центральні області України вирізняються відносною однорідністю кулінарної традиції, що зумовлено їх географічним розташуванням, вони не межують безпосередньо з іншими державами, а відтак зазнали меншого зовнішнього етнокультурного впливу.

Одним із символів гастрономічної ідентичності регіону є галушки - страва, яка, зважаючи на простоту інгредієнтів та варіативність приготування, посідає чільне місце в українській гастрономічній культурі. Вона слугує своєрідним маркером кулінарної автентичності та часто стає центральним елементом тематичних гастрономічних маршрутів, особливо у Полтавській області (рис. 1.13).



Рисунок 1.13 – Регіональна гастрономічна карта центральних областей України (Полтавська, Вінницька, Дніпропетровська, Кіровоградська та Черкаська області)

Джерело: укладено автором на основі даних Google Maps

Важливим етапом ефективного управління гастрономічним туризмом на території України є виявлення, інвентаризація та комплексний аналіз ресурсного потенціалу регіонів. Такий підхід дозволяє визначити специфіку локальних кулінарних традицій, рівень туристичної інфраструктури, ступінь залучення малого підприємництва, а також окреслити перспективи зростання попиту на гастрономічні туристичні продукти в умовах сучасних соціально-

економічних викликів. Важливу роль відіграють і центри знань, такі як кулінарні школи, заклади гостинності, професійно-освітні платформи. До інфраструктури гастрономічного туризму належать ринкові майданчики (оптові ринки, аукціони), локації для популяризації гастрономічної культури (ярмарки, фестивалі, культурно-гастрономічні заходи), а також природні та культурні ресурси, які формують туристичну привабливість територій.

За результатами проведеного опитування серед клієнтів та потенційних туристів ФОП Кокойло Дар'ї Вікторівни встановлено, що 38% респондентів віком від 15 до 70 років здійснюють подорожі територією України, причому туристичні поїздки здебільшого мають епізодичний характер і відбуваються один раз на рік (рис. 1.14).

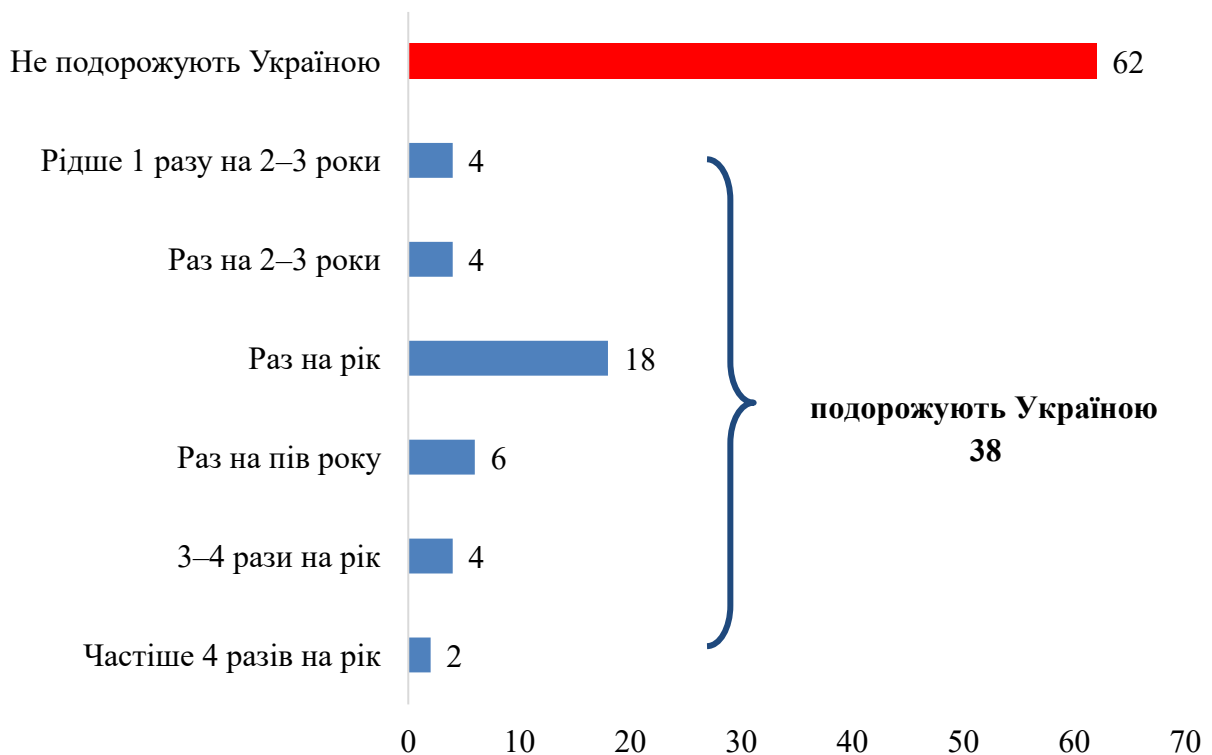


Рисунок 1.14 – Частота подорожей українців територією України (%)

Джерело: розраховано автором за даними ФОП Кокойло Д.В.

На рисунку 1.15 наведено розподіл частки населення, що подорожує територією України, у порівнянні з тими, хто не здійснює внутрішніх подорожей.

Також слід зазначити, що отримані результати соціологічного дослідження відображають рівень залученості українців до гастрономічного туризму залежно від регіону їхнього проживання.

Найвищу туристичну активність демонструють мешканці Київської області (63%), Чернівецької області (60%) та Львівської області (54%). У Дніпропетровській області цей показник становить 47% респондентів [23].

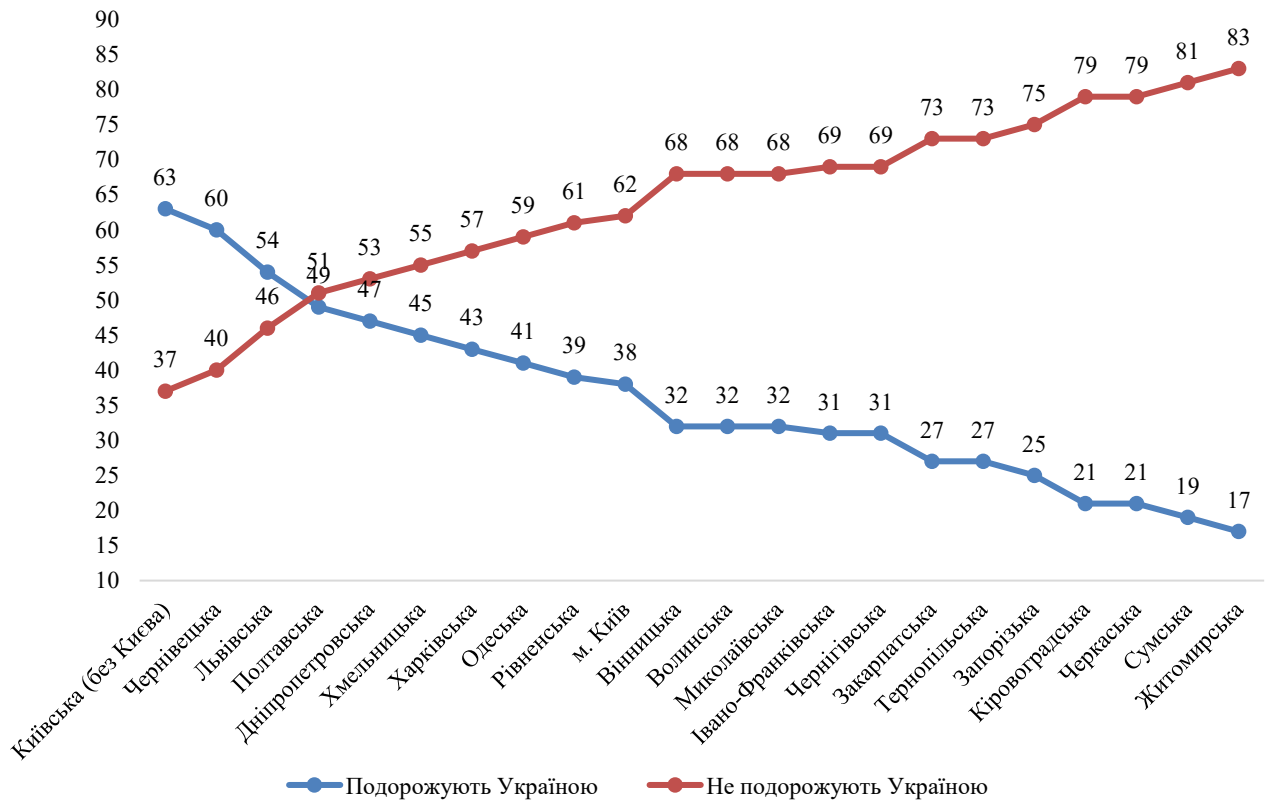


Рисунок 1.15 – Залученість українців до гастрономічного туризму залежно від області проживання, (%)

Джерело: побудовано автором на основі [23]

У таблиці 1.4 подано оцінку частки кожного виду гастрономічного туризму (% від загальної кількості подорожуючих Україною) у відповідних областях. Такий підхід дозволив виявити просторові відмінності в переважаючих формах гастрономічної активності.

Наведені дані свідчать, що лідерами за фестивальним та міським гастрономічним туризмом є Львівська та Київська області, тоді як винні та сільські гастрономічні тури найбільш розвинені у Чернівецькій,

Закарпатській, Полтавській та Одеській областях. Водночас Дніпропетровська область демонструє збалансований розподіл усіх основних форм гастрономічного туризму, що свідчить про її потенціал як універсальної платформи для розвитку гастрономічних маршрутів різного формату. Така структура загалом ілюструє високий потенціал регіонального позиціонування України як багатоформатного гастрономічного простору, здатного задовольнити різноманітні потреби туристів і сприяти сталому розвитку територій.

Таблиця 1.4 – Розподіл гастрономічного туризму в Україні за регіонами (% від загальної кількості подорожуючих Україною)

| Область України   | Фестивальний | Винний / дегустаційний | Сільський / локальний | Міський / ресторанный | Інші гастрономічні |
|-------------------|--------------|------------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------|
| Київська          | 5            | 3                      | 4                     | 7                     | 2                  |
| Чернівецька       | 6            | 4                      | 6                     | 5                     | 2                  |
| Львівська         | 7            | 3                      | 4                     | 6                     | 2                  |
| Полтавська        | 5            | 2                      | 6                     | 4                     | 2                  |
| Дніпропетровська  | 4            | 2                      | 5                     | 4                     | 2                  |
| Хмельницька       | 4            | 2                      | 4                     | 3                     | 2                  |
| Житомирська       | 2            | 1                      | 3                     | 3                     | 2                  |
| Одеська           | 5            | 6                      | 2                     | 4                     | 3                  |
| Рівненська        | 3            | 1                      | 4                     | 2                     | 2                  |
| м. Київ           | 2            | 1                      | 1                     | 7                     | 2                  |
| Вінницька         | 3            | 2                      | 2                     | 2                     | 1                  |
| Волинська         | 3            | 1                      | 3                     | 2                     | 1                  |
| Миколаївська      | 2            | 3                      | 2                     | 2                     | 1                  |
| Івано-Франківська | 4            | 2                      | 4                     | 2                     | 1                  |
| Чернігівська      | 2            | 1                      | 3                     | 2                     | 1                  |
| Закарпатська      | 4            | 6                      | 3                     | 2                     | 1                  |
| Тернопільська     | 3            | 2                      | 3                     | 2                     | 1                  |
| Запорізька        | 2            | 2                      | 2                     | 2                     | 1                  |
| Кіровоградська    | 1            | 1                      | 2                     | 1                     | 1                  |
| Черкаська         | 2            | 1                      | 2                     | 1                     | 1                  |
| Сумська           | 1            | 1                      | 2                     | 1                     | 1                  |
| Житомирська       | 1            | 1                      | 1                     | 1                     | 1                  |

Джерело: складено автором на основі [23]

Рисунок 1.16 демонструє пріоритети кожного макрорегіону за п'ятьма основними напрямками гастрономічного туризму: фестивальний,

винний/дегустаційний, сільський/локальний, міський/ресторанний та інші гастрономічні формати.

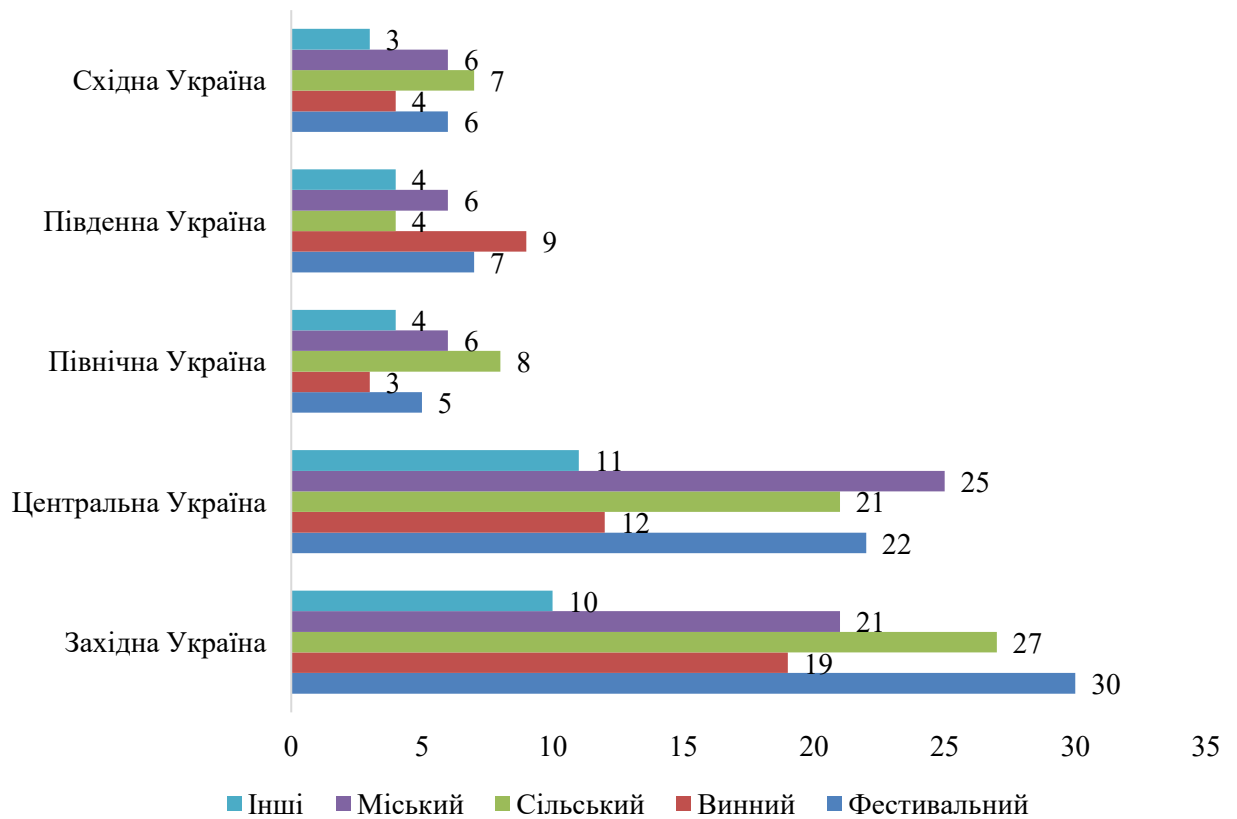


Рисунок 1.16 – Розподіл гастрономічного туризму в Україні за макрорегіонами (% від загальної кількості подорожуючих Україною)

Джерело: складено автором на основі [24]

З рисунка видно, що Західна Україна є безумовним лідером за часткою фестивальних, винних та сільських гастротурів, що зумовлено глибокою автентичністю регіональної кухні та розвиненою подієвою інфраструктурою.

Центральна Україна демонструє помітні показники за всіма напрямками, особливо в категорії міського гастротуризму. Східні та південні регіони, попри нижчі показники, вирізняються різноманіттям форматів гастрономічної участі, зокрема в дегустаційних та ресторанних напрямках, що свідчить про потенціал до активізації гастрономічних ініціатив. Таке групування дозволяє чітко визначити географічну спеціалізацію

гастрономічного туризму в Україні та сприяє розробці цільових регіональних стратегій розвитку гастрономічного продукту.

Основні проблеми розвитку гастрономічного туризму на рис. 1.17.



Рисунок 1.17 – Основні проблеми розвитку гастрономічного туризму України

Джерело: складено автором на основі [24]

Виходячи з рис. 1.17 виокремлюються чотири ключових стратегічних векторів, що визначають подальшу траєкторію розвитку гастрономічного туризму для ФОП Кокойло Д.В.

1. Формування регіонального туристичного продукту з гастрономічним наповненням, який передбачає розробку або оновлення гастрономічних маршрутів, проведення кулінарних майстер-класів, організацію дегустацій, екскурсій до локальних фермерських господарств і ресторанів, що пропонують страви місцевої кухні. Одним із ключових інструментів має стати започаткування тематичних гастрономічних фестивалів і ярмарків, орієнтованих як на внутрішнього, так і на іноземного туриста.

2. Розвиток і просування гастрономічних брендів. Охоплює промоцію українських кулінарних традицій та унікальних локальних продуктів як на національному, так і на міжнародному рівнях, що включає розробку спеціальних програм із популяризації гастрономічної спадщини, створення унікальних гастрономічних брендів регіонів, а також підтримку автентичних кулінарних практик шляхом їх збереження й адаптації до сучасних умов.

3. Підготовка висококваліфікованих кадрів для сфери гастрономічного туризму, яка передбачає розробку програм підвищення кваліфікації, сертифікацію фахівців, створення науково-дослідних центрів і розвиток співпраці з університетами, здатними забезпечити навчання за необхідною спеціалізацією. Освітня підтримка є необхідною передумовою формування професійного сервісу, орієнтованого на потреби сучасного туриста.

4. Міжрегіональне та міжнародне співробітництво. Важливим чинником розвитку гастрономічного туризму є участь ТА у транскордонних проєктах, налагодження партнерств із країнами Європейського Союзу, участь у міжнародних гастрономічних форумах і виставках. Активне залучення до міждержавних програм дозволить інтегрувати український продукт у глобальний ринок гостротуризму.

Запропонована інтеграція має бути не лише концептуально обґрунтованими, але й практично реалізована.

Деталізовану типологію інтеграції представлено в таблиці 1.5.

Таблиця 1.5 – Форми інтеграції гастрономічного туризму в основні види туризму України

| Вид туризму         | Форма інтеграції гастрономічного туризму  | Приклади реалізації  |
|---------------------|---|--|
| Сільський (зелений) | Дегустації фермерських продуктів, участь у приготуванні локальних страв, гастрономічні ферми              | «Сільські гастрономії Полтавщини», медові маршрути Вінниччини                                |
| Культурний          | Ознайомлення з регіональними кулінарними традиціями, страва як частина нематеріальної культурної спадщини | «Шлях борщу» (Черкащина, Київщина), кулінарні практики гуцулів, бойків, лемків               |
| Етнографічний       | Страви як елемент етнічної ідентичності; кулінарні обряди   | Приготування угорських бограчів на Закарпатті, старообрядницька кухня Румунського Придунав'я |
| Міський             | Гастротури містом, вулична їжа, тематичні заклади, ресторани національних кухонь                          | Львівські кавові та шоколадні тури, гастронапа Києва, street-food у Харкові                  |
| Оздоровчий, SPA     | Дієтична, локальна, органічна кухня, продукти з функціональними властивостями                             | Еко-харчування на курортах Трускавця, мінеральна гастрономія Східниці                        |
| Подієвий            | Участь у фестивалях їжі, гастрономічних святкуваннях, ярмарках  | Фестиваль крафтового сиру на Волині, Галицька кухня у Львові, фестиваль хліба у Черкасах     |
| Паломницький        | Традиційні монастирські рецепти, пісні страви, кухня релігійних спільнот                                  | Монастирські кухні Чернігівщини, гастрономічна складова маршрутів до Почаївської лаври       |
| Туризм пам'яті      | Страви, пов'язані з подіями історії, культурою виживання, історичною пам'яттю                             | Етно-музейні маршрути «кухня виживання», тематичні реконструкції на Сумщині та Херсонщині    |

Джерело: сформовано автором

Таким чином, запропонована типологізація інтеграційних форм дозволяє структурувати гастрономічний туризм як універсальну складову сучасного туристичного продукту України.

## РОЗДІЛ 2

### ПРОЄКТНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

#### **2.1. Розробка інноваційного проєкту гастрономічного туру на базі діяльності ФОП Кокойло Дар'ї Вікторівни**

Згідно з дослідженнями Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму за 2023 рік, 93% мандрівників виявляють інтерес до гастрономічних аспектів подорожей, включаючи дегустацію локальних страв, ознайомлення з традиційними рецептами та кулінарними звичаями регіону. Зокрема, частка туристів-гурманів (тих, хто цінує високоякісну, вишукану кухню) зросла з 8,1% у 2021 році до 18% у 2023 році. Така динаміка свідчить про зростаючу роль гастрономії як ключового елемента туристичного досвіду. У дослідженнях також наголошується на впливі мас-медіа, зокрема телевізійних кулінарних шоу та кулінарних змагань, на формування гастротуристичних уподобань.

У контексті розвитку гастрономічного туризму в Дніпропетровській області ці тенденції набувають особливого значення. Туристи дедалі більше очікують не лише смачних вражень, а й автентичних емоцій, нових сенсорних переживань, естетики подачі, інформації про походження продуктів, способи їхнього приготування, екологічність та локальність. Врахування таких очікувань дозволяє розробити авторські пропозиції з орієнтацією на різні сегменти гастротуристів, від гурманів до прихильників органічної кухні, вегетаріанства чи гастрономічного авантюризму.

Загалом, сучасний гастротурист прагне до комплексного досвіду смакової новизни, кулінарної автентичності, культурного контексту, інновацій та атмосфери (рис. 2.1), що має бути враховано під час формування нових туристичних маршрутів та продуктів у регіоні.



Рисунок 2.1 – Очікування туристів від гастротуру

Джерело: побудовано автором

Попри стрімкий розвиток, гастрономічний туризм, як один із порівняно молодих напрямів туристичної діяльності, досі залишається частково недооціненим. Його ціль нерідко зводиться лише до дегустації страв і напоїв, тоді як справжня сутність полягає у глибшому пізнанні: осягненні технології приготування, розумінні культурного контексту та символіки споживання традиційної їжі.

Гастрономічний туризм інтегрується з іншими видами туризму, такими як культурний, подієвий, сільський, оздоровчий, і дозволяє формувати комплексні маршрути, що поєднують кулінарні практики з іншими цінностями дестинації. У цьому контексті фактично кожного туриста можна частково вважати гастрономічним, оскільки харчовий компонент супроводжує подорож незалежно від її мотивації. За умови скоординованих дій гастрономічний туризм може стати каталізатором сталого розвитку територій та інструментом збереження нематеріальної культурної спадщини.

Закарпатська область посідає провідне місце серед перспективних дестинацій гастрономічного туризму України. Поєднання природного ландшафту, багатонаціональної кулінарної спадщини, збережених традицій харчування та культурної ідентичності регіону створює підґрунтя для формування якісного конкурентоспроможного туристичного продукту. Територіальна компактність і водночас велике розмаїття гастрономічних ресурсів стимулювали розробку авторського туру, орієнтованого на комплексне занурення туриста в автентичне середовище регіону.

Маршрут туру радіальний, враховуючи сучасні логістичні можливості, маршрут прокладено наступним чином:

Київ - Житомир - Рівне - Буськ - Стрий - Свалява - Ужгород - Середнє - Мукачеве - Берегове - Лумшори - с. Карпати - Біласовиця - Ізки - Пилипець - Виноградів - Ботар - Іза - Липча / Горінчово - Синевир - Міжгір'я - Кідеш - Нижнє Селище - Коростів - Львів - Тараканів - Житомир - Київ.

Маршрут охоплює дегустаційні локації (сироварні, винарні, локальні ферми), ресторани з традиційною кухнею, культурно-історичні пам'ятки та гастрономічні події, що формують унікальну цінність туру.

Загальна протяжність маршруту по території Закарпатської області складає приблизно 2860 км, із варіативною довжиною залежно від обраних туристами додаткових локацій.

Технологічна карта гастрономічного туру наведена у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Технологічна карта гастрономічного туру Закарпаттям

| Показник                      | Значення                             |
|-------------------------------|--------------------------------------|
| Назва туру                    | «Смак Закарпаття»                    |
| Тип маршруту                  | Радіальний                           |
| Географічне охоплення         | Закарпатська область, м. Київ, Львів |
| Загальна протяжність маршруту | 2863,1 км                            |
| Кількість туристичних груп    | 1                                    |
| Кількість осіб у групі        | 45                                   |
| Тип туру                      | Автобусний                           |
| Вид туризму                   | Гастрономічний                       |
| Тривалість туру               | 7 днів і 6 ночей                     |
| Місця ночівлі                 | Ужгород, Мукачево, Іза, Пилипець     |
| Ключові гастрономічні локації | Ботар, Іза, Синевир, Нижнє Селище    |
| Основні активності            | Дегустації, майстер-класи, екскурсії |
| Орієнтовна вартість на особу  |                                      |

Джерело: побудовано автором

Деталізована структура маршруту наведена у таблиці 2.2.

В рамках туристичного маршруту передбачено проміжні зупинки для забезпечення комфортного пересування туристів, які заплановано в локаціях, що мають відповідну інфраструктуру для відпочинку та харчування, зокрема на територіях автозаправних станцій, придорожніх кафе та зон сервісного обслуговування. Такий підхід сприяє підвищенню рівня задоволеності учасників туру та дозволяє ефективно дотримуватись санітарно-гігієнічних і логістичних вимог.

Початок гастрономічного туру передбачено з Центрального автовокзалу м. Києва, куди туристи прибувають самостійно.

Таблиця 2.2 – Загальний маршрут гастрономічного туру Закарпаттям

| Місто                                  | Час, год/хв  | Відстань, км | Транспортний засіб |
|--|--------------|--------------|--------------------|
| Київ – Ужгород                         | 10 год 53 хв | 808          | автобус            |
| Київ – Житомир                         | 2 год        | 140          | автобус            |
| Житомир – Рівне                        | 2 год 5 хв   | 189          | автобус            |
| Рівне – Буськ                          | 1 год 52 хв  | 159          | автобус            |
| Буськ – Стрий                          | 1 год 46 хв  | 126          | автобус            |
| Стрий – Свалява                        | 2 год        | 134          | автобус            |
| Свалява – Ужгород                      | 1 год 6 хв   | 68,2         | автобус            |
| Ужгород – Середнє                      | 25 хв        | 21,4         | автобус            |
| Середнє – Мукачево                     | 20 хв        | 20,7         | автобус            |
| Мукачево – Берегове                    | 36 хв        | 34,4         | автобус            |
| Берегове – Мукачево                    | 36 хв        | 34,4         | автобус            |
| Мукачево – Ужгород                     | 40 хв        | 40,6         | автобус            |
| Лумшори – Мукачево                     | 1 год 26 хв  | 83,9         | автобус            |
| Мукачево – с. Карпати                  | 18 хв        | 16,1         | автобус            |
| с. Карпати – Біласовиця                | 40 хв        | 50,5         | автобус            |
| Біласовиця – Ізки                      | 39 хв        | 39,6         | автобус            |
| Ізки – Пилипець                        | 4 хв         | 4,2          | автобус            |
| Пилипець – Ужгород                     | 1 год 50 хв  | 121          | автобус            |
| Ужгород – Виноградів                   | 1 год 35 хв  | 94,3         | автобус            |
| Виноградів – Ботар                     | 30 хв        | 32,4         | автобус            |
| Ботар – Іза                            | 1 год 3 хв   | 60,4         | автобус            |
| Іза – Липча / Горінчово                | 8 хв / 13 хв | 5,4 / 7,4    | автобус            |
| Липча / Горінчово – Синевир            | 1 год 10 хв  | 79,4 / 73,5  | автобус            |
| Синевир – Міжгір'я                     | 47 хв        | 31,8         | автобус            |
| Міжгір'я – Ужгород                     | 2 год 20 хв  | 146          | автобус            |
| Ужгород – Мукачево                     | 47 хв        | 44,1         | автобус            |
| Мукачево – Берегово                    | 41 хв        | 33,7         | автобус            |
| Берегово – Кідеш                       | 16 хв        | 6,4          | автобус            |
| Кідеш – Іза                            | 1 год 10 хв  | 63,7         | автобус            |
| Іза – Нижнє Селище                     | 22 хв        | 12,5         | автобус            |
| Нижнє Селище – Ужгород                 | 2 год 11 хв  | 82,1         | автобус            |
| Ужгород – Київ                         | 10 год 16 хв | 807          | автобус            |
| <b>Проміжні зупинки для відпочинку</b> |              |              |                    |
| Ужгород – Коростів                     | 2 год        | 151          | автобус            |
| Коростів – Львів                       | 1 год 46 хв  | 147          | автобус            |
| Львів – Тараканів                      | 2 год        | 159          | автобус            |
| Тараканів – Житомир                    | 2 год 20 хв  | 242          | автобус            |
| Житомир – Київ                         | 2 год        | 140          | автобус            |

Джерело: побудовано автором

Послідовна структура гастрономічного туру Закарпаттям викладена нижче в розрізі кожного дня, що дозволяє простежити логіку маршруту,

тривалість переїздів, тип туристичних заходів та рівень навантаження на учасників туру (табл. 2.3-2.9, рис. 2.2-2.7).

Таблиця 2.3 – Програма гастрономічного туру Закарпаттям на перший день

| Час           | Об'єкти та зміст програмних заходів                               |
|---------------|---|
| <b>День 1</b> |   |
| 7:00–7:30     | Збір групи на Центральному автовокзалі Києва. Виїзд до м. Ужгород |
| 9:30–10:30    | Орієнтовна зупинка в м. Житомир на АЗС ОККО                       |
| 12:30–13:30   | Орієнтовна зупинка в м. Рівне в кафе «Varvara»                    |
| 15:30–16:30   | Зупинка в м. Буськ (Львівська обл.) – кафе «Puvnytsya Vadeni»     |
| 18:30–19:30   | Зупинка в м. Стрий на АЗС ОККО                                    |
| 21:30–22:30   | Зупинка в м. Свалява (кафе «Michael House»)                       |
| 23:40         | Прибуття до м. Ужгород. Заселення в готель «Дует Плюс».           |

Джерело: побудовано автором

Схема маршруту гастрономічного туру Закарпаттям на перший день наведено на рис. 2.2.

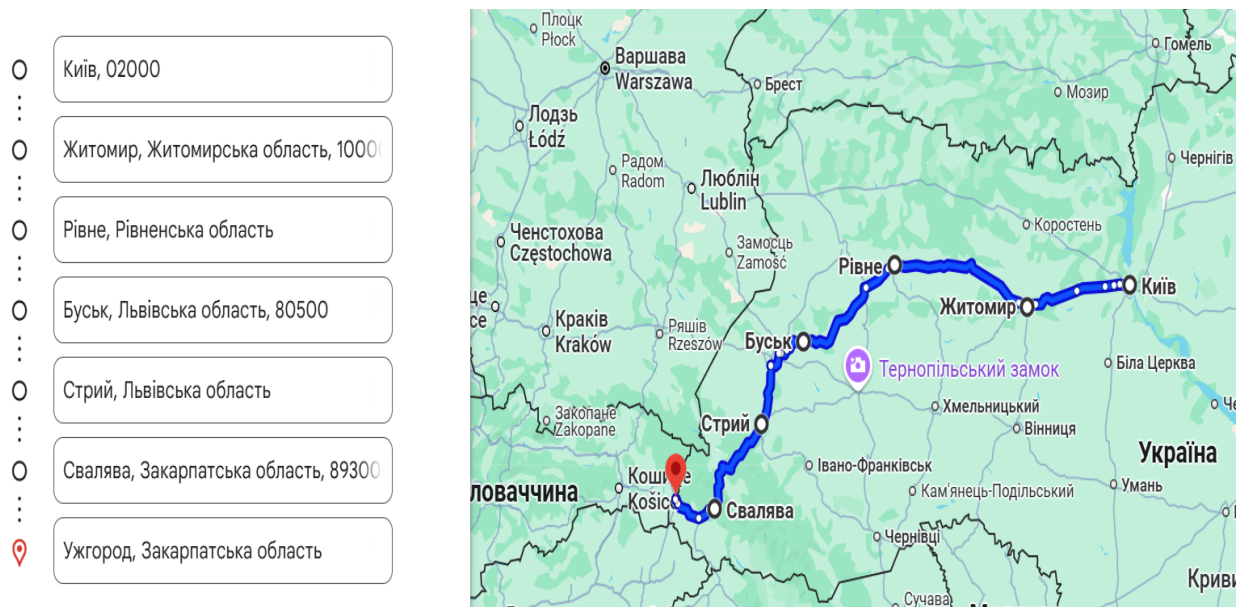


Рисунок 2.2 – Схема маршруту гастрономічного туру на перший день

Джерело: побудовано за допомогою гарт Google

Таблиця 2.4 – Програма гастрономічного туру Закарпаттям на другий день

| Час           | Об'єкти та зміст програмних заходів   | Об'єкт екскурсійної та гастрономічної програми  |
|---------------|---|---|
| <b>День 2</b> |   |   |
| 8:00–10:00    | Сніданок. Вільний час   |   |
| 10:00–10:30   | Зустріч з гідом. Виїзд на оглядову екскурсію по м. Ужгород  |   |
| 10:40–12:00   | Оглядова екскурсія по місту (ринкова площа, пішохідний міст через р. Уж, двокілометрова липова алея, сквер імператриці Марії Терезії) |    |
| 12:20–13:00   | Переїзд до Ужгородського замку  |   |
| 13:00–15:00   | Екскурсія та обід у ресторані замку або вільний час   |   |
| 15:40–16:40   | Музей народної архітектури та побуту  |  |
| 17:00–18:30   | Дегустація у винному залі «Шардоне»   |  |
| 18:50–20:00   | Екскурсія до Горянської ротонди   |  |
| 20:20–21:00   | Вечеря в ресторані «Комітат Унг»  |   |

Джерело: побудовано автором

Таблиця 2.5 – Програма гастрономічного туру Закарпаттям на третій день

| Час           | Об'єкти та зміст програмних заходів                   | Об'єкт екскурсійної та гастрономічної програми  |
|---------------|---|---|
| <b>День 3</b> |   |   |
| 8:00–10:00    | Сніданок. Вільний час                                 |   |
| 8:40–9:25     | Виїзд до смт. Середнє                                 |   |
| 9:45–11:00    | Винзавод «Леанка», екскурсія та дегустація            |    |
| 11:30–13:00   | Екскурсія по м. Мукачєво та Мукачівській ратуші       |   |
| 13:20–14:50   | Сироварня «Varosh cheese» – екскурсія, обід (500 грн) |  |
| 15:10–16:40   | Медовий дім у Мукачєві – дегустація                   |  |
| 17:00–17:55   | Купання в термальних басейнах «Жайворонок»            |  |
| 18:30–20:00   | Повернення до Мукачєво                                |   |
| 20:00–21:00   | Факельна екскурсія у замку «Паланок»                  |  |
| 21:20–22:00   | Вечеря в «Закарпатській Креденці». Повернення.        |   |

Джерело: побудовано автором

Схема маршруту гастрономічного туру на третій день наведена на рис. 2.3.

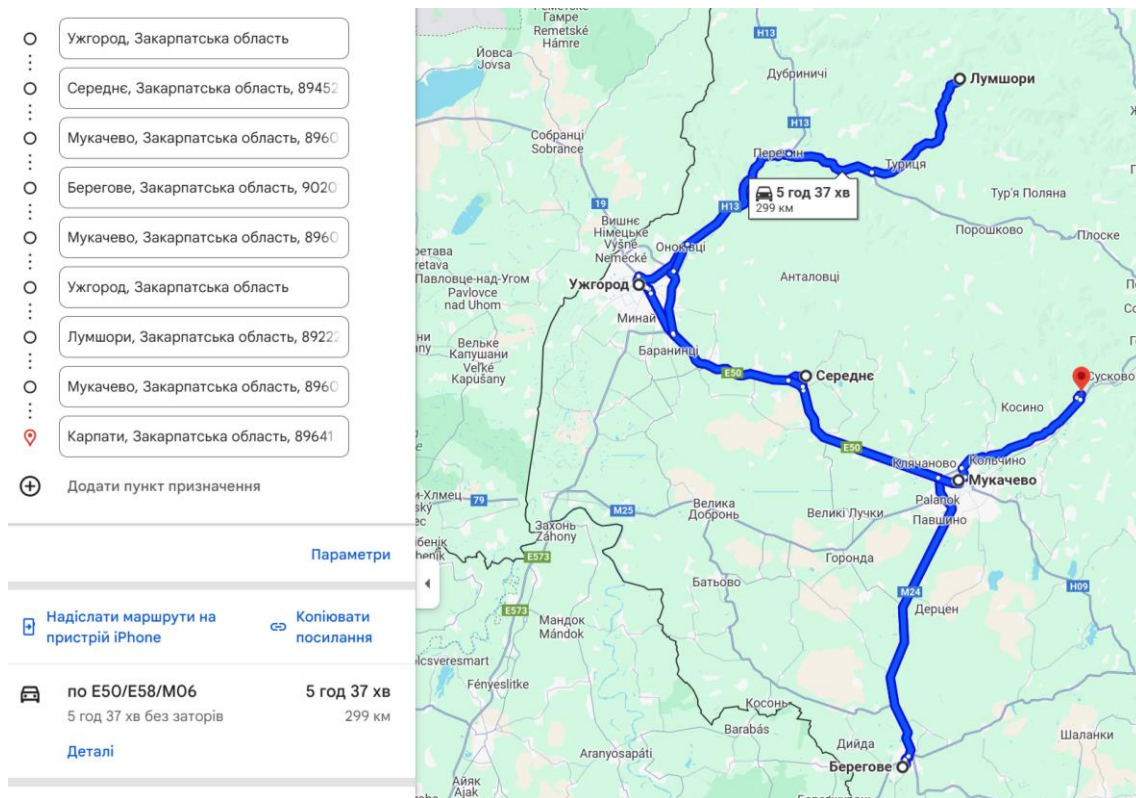




Рисунок 2.3 – Схема маршруту гастрономічного туру на третій день  
Джерело: побудовано за допомогою гарт Google

Таблиця 2.6 – Програма гастрономічного туру Закарпаттям на четвертий день

| Час           | Об'єкти та зміст програмних заходів | Об'єкт екскурсійної та гастрономічної програми  |
|---------------|-------------------------------------|---|
| <b>День 4</b> |                                     |   |
| 8:00–10:00    | Сніданок. Вільний час               |   |
| 8:40–10:00    | Виїзд до Лумшор                     |   |
| 10:20–12:00   | Купання в чанах                     |  |
| 12:30–13:40   | Повернення до Мукачево              |   |
| 14:00–15:30   | Дегустація в «Винному саду»         |  |
| 15:50–16:10   | Переїзд до с. Карпати               |   |

|             |   |   |
|-------------|---|---|
| 16:20–17:20 | Експерсія в палац Шенборнів                       |  |
| 17:40–18:20 | Переїзд до с. Біласовиця                          |   |
| 18:30–19:20 | Сироварня Біласовиця – дегустація                 |  |
| 19:40–20:20 | Переїзд до с. Ізки                                |   |
| 20:30–21:20 | Експерсія на чай «Molfar», виїзд до Пилипця       |  |
| 21:45–22:30 | Вечеря в ресторані «Колиба». Повернення до готелю |   |

Джерело: побудовано автором

Схема маршруту гастрономічного туру на четвертий день подана на рис. 2.4.

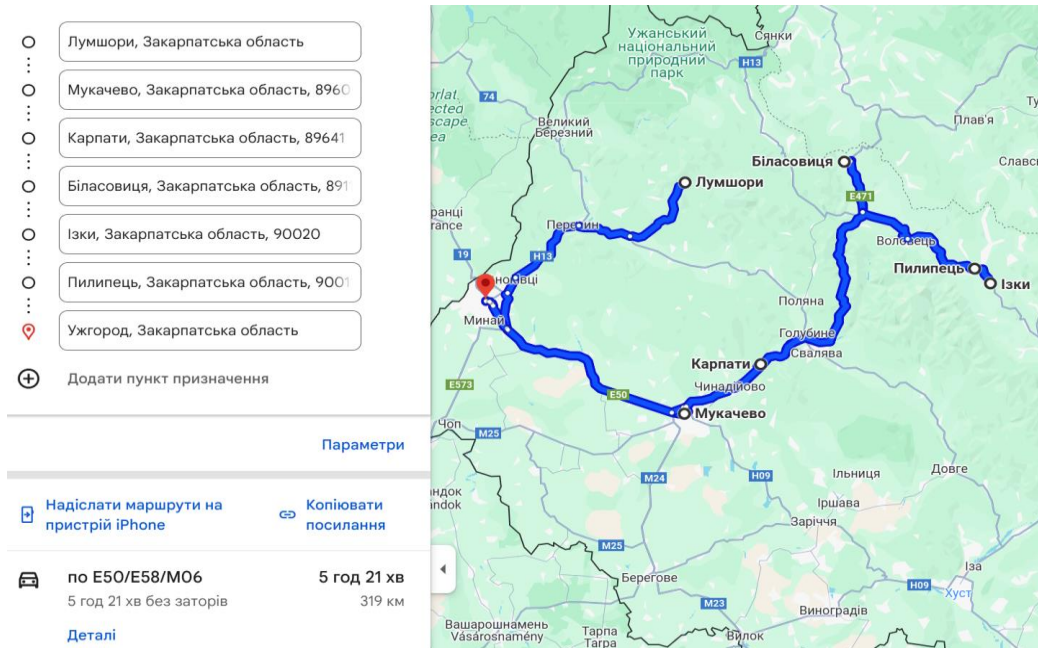


Рисунок 2.4 – Схема маршруту гастрономічного туру на четвертий день

Джерело: побудовано за допомогою гарт Google

Таблиця 2.7 – Програма гастрономічного туру Закарпаттям на п'ятий день

| Час           | Об'єкти та зміст програмних заходів  | Об'єкт екскурсійної та гастрономічної програми  |
|---------------|--|---|
| <b>День 5</b> |  |   |
| 8:00–10:00    | Сніданок у готелі «Дует Плюс». Вільний час                                   |   |
| 8:40–10:05    | Збір у холі, переїзд з Ужгорода до Виноградова                               |   |
| 10:15–11:15   | Садиба «Винний дім Михайла Поличка» – екскурсія, дегустація вин              |    |
| 11:25–12:30   | Екскурсія до замку «Канків»  |   |
| 12:40–13:45   | Переїзд до агросадиби «Пан Еко», с. Ботар – дегустація лекварю, обід         |  |
| 14:50–15:50   | Переїзд з Ботара до Ізі  |   |
| 16:00–16:40   | Зупинка в Ізі – сувенірний ринок   |   |
| 16:50–18:00   | Екскурсія до Липчі / Горінчово – дегустація равликів або продукції еко-ферми |  |
| 18:20–19:25   | Переїзд до озера Синевир   |   |
| 19:35–20:35   | Прогулянка біля озера, відвідування реабілітаційного центру ведмедів         |  |
| 20:45–21:20   | Переїзд до Міжгір'я  |   |
| 21:30–22:30   | Вечеря в ресторані «Мережкова хата», ночівля в Ужгороді                      |   |

Джерело: побудовано автором

Схема маршруту гастрономічного туру на п'ятий день подана на рис. 2.5.

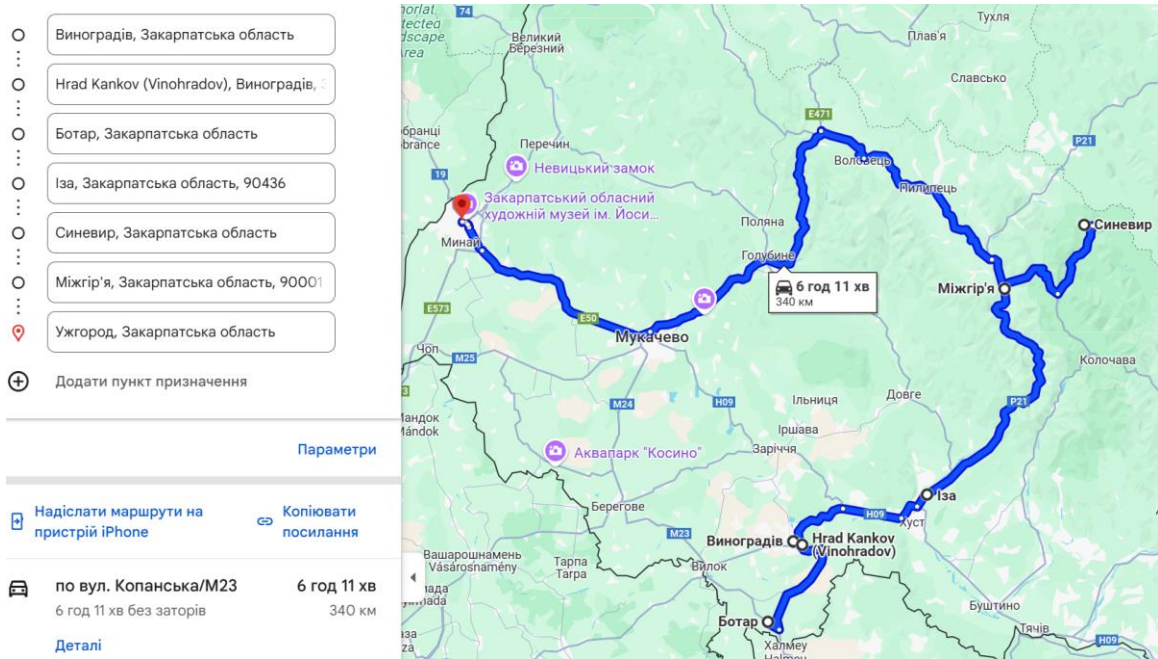



Рисунок 2.5 – Схема маршруту гастрономічного туру на п'ятий день

Джерело: побудовано за допомогою гарт Google

Таблиця 2.8 – Програма гастрономічного туру Закарпаттям на шостий день

| Час           | Об'єкти та зміст програмних заходів  | Об'єкт екскурсійної та гастрономічної програми  |
|---------------|--|---|
| <b>День 6</b> |  |   |
| 8:00–10:00    | Сніданок у готелі «Дует Плюс» в м. Ужгород. Вільний час.                     |   |
| 8:30–8:50     | Збір групи в холі готелю та виїзд до місця екскурсій.                        |   |
| 9:00–10:00    | Приїзд. Кавова екскурсія в Ужгороді — дегустація кави та екскурсія.          |  |
| 11:00–12:00   | Кельтський двір у м. Мукачево — екскурсія та дегустація напоїв.              |  |
| 12:10–13:00   | Переїзд з Мукачева до Берегова   |   |
| 13:00–14:30   | Берегово — оглядова екскурсія автобусом.                                     |  |
| 14:50–15:15   | Переїзд з м. Берегово до с. Кідеш.   |   |
| 15:20–16:50   | Дегустація вин в агросадибі, с. Кідеш. Обід (орієнтовна вартість – 500 грн). |  |

|             |  |   |
|-------------|--|---|
| 17:00–18:30 | Переїзд з с. Кідеш до Ізи. Експерсія на сироварні «Бараново».                    |  |
| 18:50–20:10 | Переїзд з Ізи до Нижнього Селища   |   |
| 20:20–21:50 | Колиба Опрішків в Нижньому Селищі - вечорниці та вечеря. Повернення до Ужгорода. |   |

Джерело: побудовано автором

Схема маршруту гастрономічного туру на п'ятий день подана на рис. 2.6.

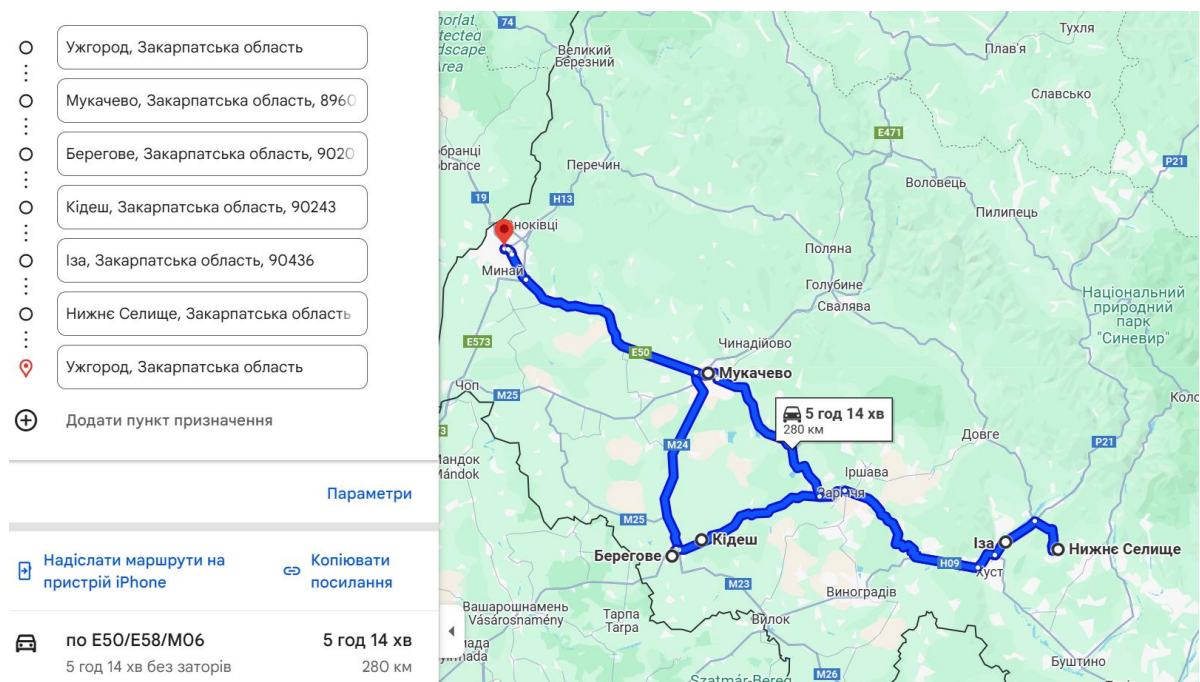


Рисунок 2.6 – Схема маршруту гастрономічного туру на п'ятий день

Джерело: побудовано за допомогою гарт Google

Таблиця 2.9 – Програма гастрономічного туру Закарпаттям на сьомий день

| Час         | Об'єкти та зміст програмних заходів                            |
|-------------|--|
| 8:00–10:00  | Сніданок у готелі «Дует Плюс» в м. Ужгород. Вільний час        |
| 10:00–10:30 | Виселення з готелю. Збір групи. Виїзд з Ужгорода               |
| 13:00–14:30 | Зупинка в с. Коростів, Львівська область у кафе «Золота Горка» |
| 15:30–16:30 | Проміжна зупинка у Львові на АЗС Socoag для відпочинку         |
| 18:30–19:00 | Проміжна зупинка в Тараканові в ресторані «Гостинна хата»      |
| 23:40       | Прибуття до м. Київ, висадка на Центральному автовокзалі       |

Джерело: побудовано автором

Схема маршруту гастрономічного туру на сьомий день подана на рис. 2.7.

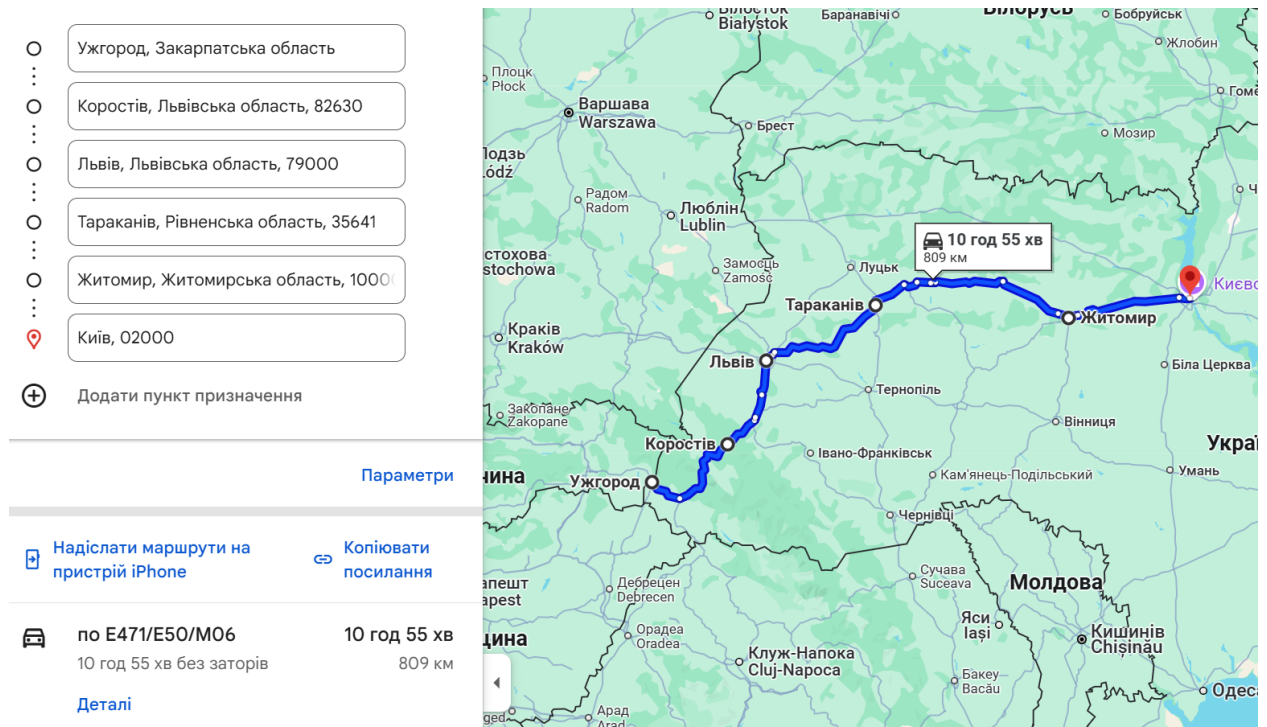


Рисунок 2.7 – Схема маршруту гастрономічного туру на сьомий день

Джерело: побудовано за допомогою гарт Google

Отже, перший день програми відведено на переїзд до м. Ужгорода. З огляду на тривалість маршруту, передбачено кілька орієнтовних зупинок через кожні 2 години тривалістю до 1 години у місцях, де можна відпочити та пообідати (АЗС, кафе, ресторани придорожного типу). Після прибуття до Ужгорода туристи оселяються в готелі «Дует Плюс» та мають час на відпочинок.

Протягом усього маршруту проживання туристів організовано в одному готелі - «Дует Плюс» у м. Ужгород, що дозволяє уникнути частих переїздів з багажем та забезпечує комфортне повернення до місця ночівлі після екскурсійної програми.

Другий день передбачає ознайомлення з культурною спадщиною Ужгорода. У програмі передбачена оглядова екскурсія містом, відвідування Ужгородського замку з можливістю обіду в місцевому ресторані (за бажанням), музей народної архітектури та побуту, винна дегустація в залі

«Шардоне», а також екскурсія до Горянської ротонди. Завершення дня - вечерея в етнографічному ресторані закарпатської кухні, що передбачає занурення у місцевий колорит.

На третій день заплановано поїздку до винзаводу «Леанка» в с. Середнє, екскурсію та дегустацію. Після цього туристи вирушать до Мукачево, де оглянуть Мукачівську ратушу. Обід запропоновано на сироварні «Varosh cheese». Після чого заплановано відвідання Медового дому з дегустацією медової продукції. У м. Берегово туристи зможуть відпочити у термальних басейнах «Жайворонок». Програму дня завершить вечірня факельна екскурсія до замку Паланок та вечерея у місцевій корчмі.

Четвертий день зосереджено на відвіданні природних і гастрономічних об'єктів. У Лумшорах заплановано купання в чанах із мінеральною водою. Далі - переїзд до Мукачево на дегустацію вин у «Винному саду», обід у ресторані (за бажанням). Туристи також відвідають палац Шенборнів (с. Карпати), сироварню у Біласовиці та чайне виробництво MOL'FAR. Вечерея передбачена в ресторані в с. Пилипець, із можливістю насолодитися гірськими краєвидами.

П'ятий день туру передбачає екскурсійну програму у Виноградіві з відвіданням садиби «Винний дім сім'ї Михайла Поличка» та замку «Канків». Наступним є агросадиба «Пан Еко» у с. Ботар із дегустацією леквару та можливістю обіду. Програма продовжиться екскурсією до с. Іза (лозоплетіння), а також однією з альтернативних дегустацій: равликів на ранчо «Хайленд» або продукції буйволиної ферми в с. Горінчово. Завершується день переїздом до озера Синевир з екскурсією та відвіданням реабілітаційного центру бурого ведмеда, а потім вечерея в місцевому ресторані.

Шостий день включає кавову екскурсію в Ужгороді, відвідування Кельтського двору в Мукачево (дегуستاція напоїв), оглядову екскурсію в м. Берегово та винну дегустацію у винороба Карла Шоша. Далі запланована

екскурсія до сироварні «Бараново» (с. Іза) та вечеря з театралізованою програмою у «Колибі Опришків» у Нижньому Селищі.

Сьомий день маршруту передбачає зворотній переїзд до м. Києва. Протягом дороги передбачено кілька зупинок для відпочинку та харчування.

Отже, розроблений інноваційний гастрономічний тур Закарпаттям на базі діяльності ФОП Кокойло Дар'ї Вікторівни є перспективним інструментом розвитку туристичного продукту агентства в умовах сучасного ринку. Запропонований маршрут відповідає актуальним трендам попиту на внутрішній туризм, зокрема на гастрономічні враження, автентичність, локальні виробництва та культурну самобутність регіонів.

Програма туру забезпечує туристам можливість не лише скуштувати унікальні страви та напої Закарпаття, а й ознайомитися з технологією їх виробництва, місцевими традиціями та звичаями а реалізація запропонованого туру дозволить ФОП Кокойло Д.В. не лише зміцнити свої позиції на туристичному ринку, але й зробити внесок у розвиток гастрономічного туризму в Україні, популяризацію внутрішніх дестинацій, підвищення туристичної привабливості Закарпатської області та активізацію малого бізнесу в регіоні.

## **2.2. Економічне обґрунтування реалізації проєкту гастрономічного туру Закарпаттям**

У процесі розробки авторського гастрономічного туру Закарпаттям важливим етапом стало економічне обґрунтування проєкту, яке дозволяє визначити обсяги реалізації туристичного продукту, очікуваний дохід та витрати на його організацію.

Виробнича програма туру, представлена у таблиці 2.10, охоплює період з липня по початок жовтня 2025 року. Протягом цього періоду заплановано реалізацію 7 турів, кожен з яких передбачає участь 45 туристів. Загальна сума доходу при повному завантаженні турів становитиме 620 428,11 грн.

Таблиця 2.10 – Виробнича програма гастрономічного туру Закарпаттям

| 2025 рік            |             |             |             |             |             |             | Всього турів | Сума, грн |
|---------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|-----------|
| Період продажу туру |             |             |             |             |             |             |              |           |
| 07.07-13.07         | 21.07-27.07 | 04.08-10.08 | 18.08-24.08 | 01.09-07.09 | 15.09-21.09 | 29.09-05.10 |              |           |
|                     |             |             |             |             |             |             | 7            | 620428,11 |
|                     |             |             |             |             |             |             |              |           |
|                     |             |             |             |             |             |             |              |           |
|                     |             |             |             |             |             |             |              |           |
|                     |             |             |             |             |             |             |              |           |
|                     |             |             |             |             |             |             |              |           |
|                     |             |             |             |             |             |             |              |           |

Джерело: розраховано автором

На основі виробничої програми було здійснено детальну калькуляцію собівартості туру, яка подана в таблиці 2.11.

Розрахунок здійснювався для однієї групи з 45 осіб. До витрат включено основні компоненти туру: транспортне забезпечення, проживання, екскурсійне обслуговування, страхування, реклама, а також податкове навантаження й плановий прибуток.

Таблиця 2.11 – Калькуляція собівартості гастрономічного туру Закарпаттям

| Стаття витрат                             | Пояснення                          | Одиниця (грн) | Кількість | Сума (грн/особу) |
|---|------------------------------------|---------------|-----------|------------------|
| 1. Транспортні послуги                    |                                    |               |           |                  |
| Оренда автобуса Neoplan (7 днів)          | Автобус для групи на 45 осіб       | 59 031,00     | 1         | 1 311,80         |
| Витрати на пальне                         | Пальне на повний маршрут           | 29 856,08     | 1         | 663,47           |
| Відрядження гіда                          | Відрядження, добові                | 1 990,00      | 1         | 44,22            |
| Технічне обслуговування                   | Одноразове обслуговування автобуса | 1 354,00      | 1         | 30,09            |
| Заробітна плата гіда                      | За увесь тур                       | 8 500,00      | 1         | 188,89           |
| Витрати на рекламу                        | Рекламна кампанія туру             | 5 000,00      | 1         | 111,11           |
| Витрати на страхування                    | Медичне/транспортне страхування    | 8 000,00      | 1         | 177,78           |
| Загальна вартість за транспортні послуги: |                                    |               |           | 2 527,36         |

| 2. Проживання                                    |                        |            |           |          |
|--|------------------------|------------|-----------|----------|
| Готель «Дует Плюс»                               | 6 ночей + сніданки     | 192 300,00 | 1         | 4 273,33 |
| Загальна вартість за проживання:                 |                        |            |           | 4 273,33 |
| 3. Екскурсійне обслуговування                    |                        |            |           |          |
| Ознайомча екскурсія по м. Ужгород                | Гід + об'єкти          | 2 100,00   | 1         | 46,67    |
| Ужгородський замок                               | Вхід + екскурсія       | 9 000,00   | 1         | 200,00   |
| Винний зал «Шардоне»                             | Дегустація вин         | 1 995,00   | 1         | 44,33    |
| Музей архітектури                                | Вхід + гід             | 9 600,00   | 1         | 213,33   |
| Винзавод Леанка                                  | Дегустація             | 5 800,00   | 1         | 128,89   |
| Мукачівська ратуша                               | Екскурсія              | 1 100,00   | 1         | 24,44    |
| Медовий дім                                      | Дегустація меду        | 4 200,00   | 1         | 93,33    |
| Басейни «Жайворонок»                             | Термальні купелі       | 12 300,00  | 1         | 273,33   |
| Замок Паланок                                    | Факельна екскурсія     | 12 000,00  | 1         | 266,67   |
| Лумшори  | Купання в чанах        | 4 300,00   | 1         | 95,56    |
| Винний сад                                       | Дегустація вин         | 8 000,00   | 1         | 177,78   |
| Палац Шенборнів                                  | Екскурсія              | 950,00     | 1         | 21,11    |
| Сироварня Біласовиці                             | Дегустація             | 2 858,17   | 1         | 63,51    |
| Чай MOL'FAR                                      | Дегустація             | 5 200,00   | 1         | 115,56   |
| Агросадиба «Пан Еко»                             | Дегустація             | 5 400,00   | 1         | 120,00   |
| Винний дім Поличка                               | Екскурсія + дегустація | 4 810,00   | 1         | 106,89   |
| Обрана екскурсія: равлики/буйволи                | Екскурсія + дегустація | 5 200,00   | 1         | 115,56   |
| Кавова екскурсія                                 | Екскурсія + дегустація | 3 800,00   | 1         | 84,44    |
| Кельтський двір                                  | Дегустація напоїв      | 6 200,00   | 1         | 137,78   |
| Дегустація у Карла Шоша                          | Винна екскурсія        | 3 100,00   | 1         | 68,89    |
| Сироварня «Бараново»                             | Екскурсія + дегустація | 6 400,00   | 1         | 142,22   |
| Загальна вартість за екскурсійне обслуговування: |                        |            |           | 2 540,29 |
| 4. Накладні витрати                              |                        |            |           |          |
| Собівартість туру                                |                        | 420 344,25 | 9 340,98  |          |
| Прибуток підприємства (20%)                      |                        | 84 068,85  | 1 868,20  |          |
| Податок на прибуток (18%)                        |                        | 15 132,39  | 336,28    |          |
| ПДВ (20%)  |                        | 100 882,62 | 2 241,84  |          |
| Всього вартість туру                             |                        | 620 428,11 | 13 787,29 |          |

Джерело: розраховано автором

Згідно з розрахунками, загальна собівартість туру становить 420 344,25 грн. Остаточна вартість реалізації одного туру становить 620 428,11 грн, що в перерахунку на одного туриста дорівнює 13 787,29 грн.

Для всебічного економічного обґрунтування туру доцільно визначити рівень його рентабельності, що дозволяє оцінити, яка частка прибутку

припадає на кожну гривню доходу від реалізації туристичного продукту (табл. 2.12).

Таблиця 2.12 – Показники ефективності реалізації сімох гастрономічних турів Закарпаттям

| Показники                 | Сума, грн  |
|---------------------------|------------|
| Дохід                     | 620 428,11 |
| Чистий дохід              | 519 545,49 |
| Витрати                   | 420 344,25 |
| Прибуток до оподаткування | 84 068,85  |
| Податок на прибуток       | 15 132,39  |
| Чистий прибуток           | 68 936,46  |
| Рентабельність, у %       | 16,4 %     |

Джерело: розраховано автором

Аналіз показників зведеного плану доходів, витрат та рентабельності реалізації гастрономічного туру Закарпаттям засвідчує фінансову доцільність даного туристичного продукту.

Загальна собівартість одного туру на 45 чоловік становить 420 344,25 грн, тоді як дохід від реалізації 620 428,11 грн., чистий дохід становить 519 545,49 грн.

Операційний прибуток до оподаткування досягає 84 068,85 грн. З урахуванням податку на прибуток у розмірі 15 132,39 грн, чистий прибуток підприємства становить 68 936,46 грн. Рентабельність реалізації туру складає 16,4 %, що свідчить про високий рівень фінансової ефективності: кожна гривня витрат приносить понад 16 копійок прибутку.

Таким чином, запропонований туристичний продукт демонструє сталу прибутковість і здатність забезпечити не лише покриття всіх витрат, а й формування фінансового резерву для подальшого розвитку туристичної діяльності.

На наступному етапі доцільно визначити точку беззбитковості, яка відображає обсяг реалізації, за якого дохід лише покриває витрати, без отримання прибутку. Цей показник дозволяє оцінити мінімальну кількість турів, яку необхідно реалізувати для уникнення збитків. Після досягнення цього рівня кожна додаткова реалізація туристичного продукту приносить прибуток. Зменшення обсягів продажу нижче цього рівня, навпаки, призведе до збитковості діяльності.

Розрахунок точки беззбитковості наведено в таблиці 2.13.

Таблиця 2.13 – Обґрунтування точки беззбитковості реалізації туру

| Показники                              | Сума, грн    |
|--|--------------|
| Ціна туру                              | 620 428,11   |
| ПДВ                                    | 100 882,62   |
| Ціна туру без ПДВ                      | 519 545,49   |
| Постійні витрати                       | 420 344,25   |
| Змінні витрати                         | 306613,17    |
| Точка беззбитковості                   |              |
| У натуральному вимірі, кількість турів | 2            |
| У вартісному вимірі                    | 1 240 856,22 |

Джерело: розраховано автором

За результатами розрахунків, для досягнення точки беззбитковості потрібно реалізувати 2 тури на суму 1 240 856,22 грн. У цьому випадку витрати повністю компенсуються доходами, а прибуток дорівнює нулю. Будь-який продаж понад цю межу формуватиме прибуток, а нижчий обсяг збитки.

Таким чином, гастрономічний тур Закарпаттям характеризується економічною доцільністю: вже після реалізації 2 турів проєкт досягає рівноваги, а надалі забезпечує стабільне зростання прибутку. Це підтверджує ефективність та рентабельність запропонованого туристичного продукту.

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

За результатами кваліфікаційної роботи бакалавра сформовано наступні висновки:

1. Україна має значний ресурсний потенціал для розвитку гастрономічного туризму, що базується на регіональному різноманітті кулінарних традицій, локальних продуктах та автентичності. За наведеними даними у першому розділі, найбільша частка гастрономічного туризму припадає на західні регіони (Львівська обл. - 22%, Чернівецька - 19%), що вказує на концентрацію активності у культурно насичених дестинаціях. Разом з тим, частка сільського гостротуризму залишається високою (до 6% у Полтавській та Чернівецькій обл.), що свідчить про потенціал розвитку фермерських гастропрпозицій.

2. Проаналізовані фактори, які впливають на гастрономічний туризм, мають комплексний характер. За результатами проведеного опитування найвищий вплив мають гастрономічні фестивалі (452 респонденти), якість гастрономічних послуг (451) та поведінка місцевого населення (413). При цьому лише 3% респондентів зазначили, що локальні продукти не мають впливу на туристичні рішення, що вказує на критичну роль локальності у просуванні гостротурів.

3. Діяльність ФОП Кокойло Д.В. демонструє позитивну динаміку за ключовими показниками. Протягом 2022-2024 рр. чистий дохід зріс з 1 180 000 грн до 2 080 000 грн (+76,3%), а чистий прибуток - з 310 000 грн до 665 000 грн (+114,5%). Також зросла рентабельність реалізації з 26,3% до 32,0%, що свідчить про підвищення ефективності операційної діяльності.

4. Чисельність персоналу ФОП Кокойло Д.В. впродовж 2020-2024 рр. коливалась, досягнувши максимального значення у 2022 і 2024 рр. (по 8 осіб). Це пов'язано з активізацією туристичного попиту після карантинних обмежень та потребою у розширенні функціоналу. При цьому середній дохід

на одного працівника зріс з 147 500 грн у 2022 р. до 260 000 грн у 2024 р., що свідчить про підвищення продуктивності праці.

5. SWOT-аналіз діяльності ФОП Кокойло Д.В. виявив сильні позиції у сфері клієнтоорієнтованості, цифрової присутності та гнучкості, що створює передумови для активного впровадження гастрономічних продуктів. Основні загрози це посилення конкуренції, регуляторна нестабільність та обмежений доступ до інвестицій, що потребує активної адаптації стратегії розвитку..

6. Розроблено інноваційний туристичний продукт, який враховує сучасні тренди внутрішнього туризму, гастрономічні вподобання споживачів та потреби в культурно-етнографічному пізнанні регіону. Визначено оптимальні строки реалізації туру, з липня по вересень 2025 р., виходячи з кліматичних умов регіону, зокрема сприятливої сухої та теплої погоди для проведення дегустацій, екскурсій і рекреаційних активностей.

7. Побудовано технологічну та виробничу програму туру, що передбачає 7 реалізацій турів на місяць для груп по 45 осіб, із урахуванням тривалості у 7 днів та 6 ночей, проведено повну калькуляцію вартості туру, визначено розмір вартості одного туру на одну особу 13 600,47 гривні, при цьому враховано витрати на проживання, трансфер, екскурсії, дегустації, послуги гіда та страхування.

8. Розраховано прогнозований дохід від реалізації туру протягом місяця 620 428,11 гривні, витрати 420 344,25 гривні, чистий прибуток 68 936,46 гривні, прибуток до оподаткування 84 068,85 гривні, податок на прибуток 15 132,39 гривні. Визначено рівень рентабельності туру 16,4%, що підтверджує економічну доцільність його реалізації.

9. Визначено що для досягнення точки беззбитковості потрібно реалізувати 2 тури на суму 1 240 856,22 грн. У цьому випадку витрати повністю компенсуються доходами, а прибуток дорівнює нулю. Будь-який продаж понад цю межу формуватиме прибуток, а нижчий обсяг збитки.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Безугла Л.С. Регіональні особливості розвитку екотуристичної діяльності в Україні: порівняльний аналіз. *Вісник економічної науки України*. 2020, №2 (39). С.50-57 URL: 10.37405/1729-7206.2020.2(39).50-57 [http://www.venu-journal.org/download/2020/2\(39\)/07-Bezuhla.pdf](http://www.venu-journal.org/download/2020/2(39)/07-Bezuhla.pdf)
2. Герасименко Т.В., Бондаренко Л.А. Вплив інклюзивного туризму на досягнення цілей сталого соціально-економічного розвитку. *Причорноморські економічні студії*. 2024. 90. С. 169-175. DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.90-26>.
3. Басюк Д.І., Бадещенкова К.С. Дослідження винного туризму в Україні. *Збірник наукових праць «SWORLD»*. 2014. №1. Т.37. С.48-56. URL: <https://bizshid.com/>
4. Державне агентство розвитку туризму в Україні. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>
5. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
6. Дехтяр Н. А. Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні: монографія / Н. А. Дехтяр.-Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. 470 с.
7. Мізюк Б.М., Полотай Б.Я. Особливості запровадження інновацій у туристичній індустрії. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2016. Вип. 51. С.45-49. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/mizjuk2.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/mizjuk2.htm)
8. Торяник В.М., Джинджоян В.В., Приз О.В. Інноваційно-інвестиційні тренди у міжнародному бізнесі. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. №22. С. 5-9. URL: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=6890&i=0>
9. Романів П. В. Управління інноваційним розвитком туризму : навч. посібник / П. В. Романів. Львів : ЛНУ імені Івана Франка. 2019. 198 с.

10. Руденко В.П., Вацеба В.Я., Підгірна В.Н. Менеджмент туристичної індустрії : підручник : у 3-х ч. / В.П. Руденко, В.Я. Вацеба, В.Н. Підгірна. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. 2019. 504 с.
11. Кожухівська Р.Б. Підвищення конкурентоздатності туристичної дестинації. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління.* 2020. Том 31 (70). № 1, С. 160-164. URL: [http://econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/31\\_70\\_1/29.pdf](http://econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/31_70_1/29.pdf)
12. Кривенкова Р. Ю. Поняття та сутність туристичного потенціалу: державно-управлінський аспект. *Ефективна економіка.* 2019. Випуск 9. С. 126-134. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/36788>
13. Марченко О.А. Концептуальні засади регіонального розвитку туристичної індустрії. *Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка.* 2017. Випуск 10. С. 454-458. URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/10\\_ukr/79.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/10_ukr/79.pdf)
14. Гуцал П., Вишнівець В. Тернопільський енциклопедичний словник: у 4 т. / редкол. : Г. Яворський та ін. Тернопіль: Видавничо-поліграфічний комбінат «Збруч». 2008. Т. 3. 708 с.
15. Кифяк В. Ф. «Організація туристичної діяльності в Україні» навчальний посібник. Чернівці : Книги ХХІ. 2003. 300с.
16. Любіцева О.О. Методика розробки турів. Навчальний посібник. К. : Альтерпрес. 2003. 104 с.
17. Панухник О.М. Інноваційний потенціал регіонального розвитку туризму та рекреації із залученням молодіжного ресурсу: передумови формування та векторність управління. *Галицький економічний вісник.* 2015. № 2 (49). С. 5-12. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/gev\\_2015\\_2\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/gev_2015_2_3)
18. Про програму розвитку туризму в Дніпропетровській області на 2021-2024 рр. URL: <http://surl.li/hpwmh>
19. Бондаренко Л.А. Економічний механізм в управлінні розвитком регіональних туристичних ринків. *Індустрія туризму і гостинності в*

*Центральній та Східній Європі*. 2023. № 9. С. 88-94. DOI: <https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-9-11>

20. Martyniuk, U., Bondarenko, L., Vasiltsova, O., Shelemetieva, T., & Kovalchuk, O. Competitiveness patterns of gastronomic tourism: Crisis business planning, project management and risk management. *International Journal of Organizational Leadership*. 2025. 14 (First Special Issue), P. 215-234. DOI: <https://doi.org/10.33844/ijol.2025.60474>

21. Бондаренко Л.А. Міжнародний туризм в Україні: проблеми та перспективи подальшого розвитку. *Ефективна економіка*. 2016. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5289>

22. Бондаренко Л.А. Туризм як пріоритетний напрям соціально-економічного розвитку територій України в умовах євроінтеграції: монографія / Л.А. Бондаренко. М-во освіти і науки України. Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». Дніпро «АРТО ПРИНТ». 2024. 242 с. URL: [https://ep.nmu.org.ua/ua/%D0%91%D0%BE%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%9B.%D0%90.%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F\\_28.06.2024\\_%D0%905.pdf](https://ep.nmu.org.ua/ua/%D0%91%D0%BE%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%9B.%D0%90.%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F_28.06.2024_%D0%905.pdf)

23. Бондаренко Л.А. Кризовий реінжиніринг бізнес-процесів як сучасний метод забезпеченні якості туристичних послуг. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 2024. №1. С. 22-33. DOI: <https://doi.org/10.33271/ebdut/85.022>

24. Н. М. Влащенко, М. В. Тонкошкур. Інноваційні технології в туризмі Навчальний посібник. Харків, 2022. С. 20-21

25. Зарубіна А., Сіра Е., Демчук Л. Особливості туризму в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. № 41. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14>

26. Мальська М. П., Гришук А. М., Масюк Ю. О. Впровадження зарубіжного досвіду стратегічного управління розвитком туризму:

можливості та перспективи для України. *Економічний часопис – XXI*. 2015. № 155 (11-12). С. 78-81. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecchado\\_2015\\_155\\_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecchado_2015_155_18)

27. Смочко Н.М. Інноваційні технології в туризмі: навчальний посібник. МДУ. 2012. 253 с.

28. Герман І., Криворучко Т. Застосування інноваційних технологій в створенні туристичного продукту. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні. Проблеми розвитку та регулювання: Міжнародна науково-практична конференція. м. Черкаси*. 19 берез. 2020 р. С. 226-228.

29. Бондаренко Л.А. Застосування проектного підходу в управлінні інноваційною діяльністю сфери гостинності. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економічні науки)*. Харків: НТУ «ХПІ». 2024. № 1. С. 126-129. DOI: <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2024.1.126>

30. Bondarenko L. Directions for strengthening the competitive-ness of the dnipro city through the development of the tourist product. *Modern engineering and innovative technologies*. 2024. № 36. С.21-32. DOI: <https://doi.org/10.30890/2567-5273.2024-36-00-010>

31. Корнієнко О.М. Стратегічні пріоритети розвитку туристичних підприємств. *Економіка. Управління. Інновації*. 2013. Вип. 2 (10). С. 15-27. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2013\\_2\\_42](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2013_2_42)

32. Сагалакова Н. О. Методичні аспекти ціноутворення в туризмі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2016. Вип. 16. С. 87-91. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu\\_eim\\_2016\\_16\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2016_16_21)

33. Всесвітня асоціація гастротуризму URL: <https://worldfoodtravel.org/>