МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА

Факультет менеджменту
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Допущено до захисту
«____» _____2023 р.
Завідувач кафедри, д.е.н., професор
_____Людмила ТРАНЧЕНКО

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

РОЗВИТОК ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Виконав: здобувач вищої освіти
IV курсу, 41-тм групи
спеціальності 242 «Туризм»
освітньо-професійної програми «Туризм»
Анна Олександрівна БАРАНОВА

Науковий керівник: к.е.н., доцент
Валентина НЕПОЧАТЕНКО

Умань – 2023

ВСТУП

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Гастрономічний туризм: сутність і структура

1.2. Структура факторів розвитку гастрономічного туризму

РОЗДІЛ 2 РОЗВИТОК ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

2.1. Розвиток гастрономічного туризму у Львівській області за основними факторами

2.2. Інноваційні фактори розвитку гастрономічного туризму в регіоні

РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

3.1. Етногастрономічний туризм у Львівській області як елемент регіонального туристичного брендингу

3.2. Впровадження інноваційних кластерних моделей розвитку гастрономічного туризму в регіоні

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

ВСТУП

Актуальність. Упродовж останнього десятиріччя туризм зазнає інтенсивного розвитку, що призводить до перетворення туристичної сфери в один із найбільш швидко зростаючих секторів економіки у світі. Одним з перспективних напрямів розвитку ринку туристичних послуг є гастрономічний туризм (гастротуризм), Цей відносно новий вид туризму активно розвивається, але перебуває під впливом низки як загальних, так і специфічних інноваційних факторів, що зумовлюють перспективні напрями розвитку цього виду діяльності в процесі функціонування регіональних туристичних систем.

Сучасний гастрономічний туризм передбачає ознайомлення з оригінальними технологіями виготовлення місцевих харчових продуктів, традиціями їх споживання, опанування навичок кулінарного мистецтва, участь у фестивалях та тематичних культурно-масових заходах. Значну роль у розвитку гастрономічного туризму відіграють гастрономічні свята і тематичні фестивалі. Усі ці можливості притаманні для Львівської області, яка є одним з найбільш перспективних регіонів для розвитку гастрономічного туризму в Україні, щоб базується на інноваціях.

Мета та завдання дослідження. Метою дослідження є обґрунтування теоретико-методичних засад та практичних підходів щодо розвитку гастрономічного туризму в регіоні на прикладі Львівської області.

Досягнення поставленої мети зумовило необхідність вирішення таких **завдань**:

– проаналізувати та узагальнити наукові трактування сутності і структури гастрономічного туризму;

– виокремити фактори розвитку гастрономічного туризму;

– дослідити потенціал та перспективи розвитку етногастрономічного туризму у Львівській області як елемента регіонального туристичного брендингу;

– здійснити оцінювання потенціалу розвитку гастронічного туризму, а також запропонувати шляхи оптимізації просторового розвитку гастротуризму в регіоні;

– обґрунтувати пріоритети інноваційного розвитку гастрономічного туризму у Львівській області в умовах нестабільності;

– розробити практичні підходи до впровадження інноваційних кластерних моделей розвитку гастрономічного туризму в регіоні.

Об’єкт дослідження: процеси розвитку гастрономічного туризму в регіоні.

Предмет дослідження: теоретичні та прикладні засади інноваційного розвитку гастрономічного туризму у Львівській області.

Методологічною основою дослідження стали положення сучасного туризмознавства, регіональної економіки, суспільної географії, соціології, інноватики, наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених, в яких висвітлено проблеми інноваційного розвитку туризму.

Інформаційну базу дослідження становили Конституція України, закони України, укази Президента України, нормативні акти Верховної Ради України та Кабінету Міністрів України, міжнародно-правові документи, статистичні дані Державної служби статистики України та її регіональних підрозділів, а також науковий доробок українських і зарубіжних науковців за темою дослідження, інформаційні інтернет-ресурси.

Структура та обсяг. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел із 62 найменувань, містить 5 таблиць, 10 рисунків, додатків. Загальний обсяг дисертаційної праці – сторінки.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Гастрономічний туризм: сутність і структура

Туризм є одним із найважливіших і найбільш динамічних напрямів розвитку світової економіки. У туризмі зайнято близько 10% світових трудових ресурсів, які забезпечують майже 10% світового валового продукту. На туристичну сферу припадає 7% світових інвестицій, 5% всіх податкових надходжень, 30% від обсягу послуг світової торгівлі, 11% світових споживчих витрат. Крім того, туризм є одним із найважливіших чинників соціально-економічного розвитку, що вимагає використання сучасних форм і механізмів обслуговування клієнтів. Індустрія туризму настільки багатогранна, що включає в себе застосування найрізноманітніших технологій, перш за все інформаційних, починаючи від розробки спеціалізованих програмних засобів, що забезпечують автоматизацію роботи окремої туристичної фірми чи готелю і закінчуючи використанням глобальних комп'ютерних мереж. Тому розвиток туристичної сфери як в Україні, так і у світі загалом, вимагає активізації та значного розширення масштабів інноваційної діяльності туристичних підприємств [23].

Розвиток сучасного туризму багато в чому залежить від розробок та впровадження чогось нового, спрямованого на вдосконалення обслуговування клієнтів і розширення туристичних можливостей. Так, успішні інноватори туризму своїм досвідом доводять, що створення і впровадження інновацій є запорукою виживання в найжорстокішій конкуренції в умовах сьогодення [32].

До інновацій в туризмі слід віднести, перш за все, ті нововведення, які супроводжуються:

- відновленням та розвитком духовних і фізичних сил туристів;
- якісно новими змінами туристичного продукту;

– підвищенням ефективності функціонування інфраструктури туризму;

– збільшенням результативності управління, стійким функціонуванням і розвитком туристичної сфери країни;

– підвищенням ефективності процесів формування, позиціонування та споживання туристичних послуг;

– прогресивними змінами факторів виробництва;

– покращення іміджу і конкурентоздатності підприємств [22].

На підставі аналізу літературних джерел можемо зробити висновок, що в сучасних умовах інновації є важливим фактором, що може забезпечити прогресивний розвиток туризму, зокрема гастрономічного. Інноваційний розвиток туризму доцільно аналізувати в рамках концепцій регіональних туристичних систем.

Одним з перспективних напрямів розвитку сучасного ринку туристичних послуг є гастрономічний туризм, який ще іноді називають кулінарним. Цей вид туризму відносно новий і набуває все більшої популярності. Туристи замовляють гастрономічні тури з метою ознайомлення з кухнею і культурою певної країни, сегмент споживачів цього виду туризму – люди будь-якого віку та соціального стану, адже харчування є природною і базовою потребою. Гастрономічний туризм ґрунтується на розширенні знань про національну кухню і традиції певного регіону. Водночас елементи гастрономічного туризму в різній мірі властиві багатьом видам туризму.

Як зазначають фахівці, за останнє десятиріччя, справді, спостерігаємо значний розвиток гастрономічного туризму, який в наш час є одним з найбільш динамічних сегментів світового туризму. Суб’єкти туристичної діяльності відзначають важливість гастрономії, метою якої є диверсифікації туризму та стимулювання місцевого, регіонального та національного економічного розвитку. Крім того, об’єкти гастрономічного туризму включають в себе

дискурс етичних і етнічних цінностей, заснованих на території, місцевій культурі, локальних продуктах, автентичності, які є спільними з сучасними тенденціями культури споживання [29].

Цілі та методи гастрономічного туризму повною мірою відповідають соціально-гуманітарній місії туристичної діяльності як вагомого чинника «діалогу культур», поваги до загальнолюдських культурних цінностей, толерантності до способу життя, світогляду і традицій, оскільки національна кухня виступає невід'ємною частиною культурної спадщини кожної нації, оригінальним надбанням будь-якого етносу. Пригощання національними стравами і напоями є основою гостинності, а відтак сприяє налагоджуванню культурних контактів, взаємопізнанню та взаєморозумінню, масштабному спілкуванню між громадянами різних країн [1].

В останні десятиліття кулінарний туризм зміцнив чітко визначені позиції на туристичному ринку. Збільшення клієнтів, що віддають перевагу культурному туризму, зростаюча незалежність молодих добре освічених людей та збільшення потоку іноземних туристів в країнах, що володіють значними культурними цінностями, демонструють, що є сприятливі умови для того, аби кулінарний туризм розвивався [58].

Про кулінарний туризм як галузь не говорили до 2001 року, поки Erik Wolf, президент Міжнародної асоціації кулінарного туризму (International Culinary Tourism Association), не запропонував Білу книгу кулінарного туризму (White Book of Culinary Tourism) [58].

У 2003 році разом зі свою групою радників Erik Wolf заснував Міжнародну асоціацію кулінарного туризму, а в 2006 році ця організація відкрила Міжнародний інститут кулінарного туризму (International Culinary Tourism Institute) [58].

Керівники туристичної сфери в усьому світі зараз визнають потенціал кулінарного туризму як потужний інструмент, здатний робити промоцію місцям, регіонам або навіть цілим країнам. Світові тенденції демонструють, що люди, котрі віддають перевагу гастрономічному туризму, прагнуть ознайомитись протягом власних відпусток з новими для них стравами та напоями, що можуть посприяти їхньому особистому розвитку та соціальному статусу [58].

Цей унікальний вид туризму знайомить мандрівників з новими ароматами, смаками та традиціями, пов'язаними із приготуванням, подачею та споживанням їжі та напоїв [58].

Цікавим є дослідження Susanna Rachão, Zélia Breda, Carlos Fernandes та Veronique Joukes, де автори провели ґрунтовний аналіз сучасної наукової літератури, яка стосується гастрономічного туризму [60].

Їжа в якості важливого фактору для вибору туристами дестинації та впливу на їхні рішення про подорожі привертає увагу наукових кіл. Такі поняття як "кулінарний туризм" (culinary tourism), "продовольчий туризм" (food tourism) та "гастрономічний туризм" (gastronomy tourism) є взаємозамінними. Дослідження охопило 538 статей (з 1985 по 2017 роки), опублікованих в англомовних рецензованих академічних журналах, що індексуються у Scopus та Web of Science. Систематичний огляд показав, що до продуктів харчування і туризму підходили з різних точок зору, від взаємодії з традиційними стратегіями захисту відповідно Європейських марок якості харчових продуктів (European food quality labels), такими як Захищене зазначення походження (Protected Designation of Origin / PDO) і

Захищене зазначення географічного походження (Protected Geographical Indication / PGI), до інноваційних дій, де виклали реінжиніринг місць, перетворюючи їх у креативні харчові простори чи фуд-кластери [60].

Umit Sormaz, Halil Akmese, Eda Gunes та Sercan Aras визначають поняття гастрономічний туризм як перебування у гонитві за унікальними враженнями від їжі та напоїв. Гастрономічний туризм, який, як правило, стосується оригінальності страви та походження з певного місця, регіону чи країни, охоплює основні території поширення місцевих страв та винного туризму [61].

Гастротуризм включає відвідування виробників продуктів харчування, фестивалі їжі, ресторани та місця, пов'язані з окремими спеціальними стравами разом із дегустацією, спостереженням за процесом її приготування дуже відомим шеф-кухарем та споживанням [61].

Крім того, замість приготування їжі в ресторанах та готелях, туристичні подорожі сприяють отриманню досвіду знайомства з місцевими продуктами харчування та напоями, що також має на меті гастротуризм
[61].

Індустрія цього виду туризму, яка охоплює не лише гастрономічні гіди та ресторани, стосується будь-якого кулінарного досвіду. У зазначеній сфері функціонують кулінарні школи, книгарні, де можна придбати кулінарні книжки, туристичні оператори, які займаються організацією гастроподорожей, та гіди; ЗМІ, пов'язані із гастрономією, телевізійні програми та журнали, діяльність виноробів, виноградники, пивоварні, спиртогорілчані заводи, господарі полів та виробники продукції [61].

Гастрономічний туризм є дуже важливим у тому контексті, що він може перетворити подорож на справді унікальну, допомогти виблискувати певній дестинації та отримати добру репутацію серед інших, а також показати, що споживання їжі та напоїв може мати символічне значення, а не лише бути фізіологічною потребою [61].

Кулінарний туризм (culinary tourism) – це орієнтація на їжу як на засіб привабити, для дослідження та для дестинації, у туризмі. Термін "кулінарний туризм" ввела фольклорист Lucy M. Long [56].

Гастрономічний туризм – універсальне явище, яке активно розвивається та позитивно впливає на економіку, зайнятість населення та національну автентичну спадщину, оскільки туристи прагнуть не тільки продегустувати місцеву їжу, але й дізнатися історичне походження та технологічні особливості приготування [30].

Створення гастрономічних вражень стає частиною розвитку туристичних напрямків, оскільки гастрономія відіграє важливу роль у визначенні місця прибуття туристів. Гастрономія, характерна для місця призначення, впливає на вибір місця й навіть мотивує сам візит, адже гастрономічний туризм все більше визнається способом продемонструвати місцеві продукти та стимулювати попит на туризм [16].

За даними Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО, Глобальна доповідь із продовольчого туризму), 79% мандрівників вибудовує маршрут, попередньо вивчивши календар гастрономічних подій і особливість місцевої кухні. Кожен третій турист у світі розглядає національну кухню як важливу складову частину мотивації до подорожі, причому на харчування припадає близько 30% загальних витрат у поїздці.

Вважається, що уперше термін «гастрономічний туризм» було вжито у 1998 р. професоркою державного університету Bowling Green (Боулінг-Грін) в Огайо (США) Лусі Лонг, яка зазначала, що туристи цілеспрямовано прагнуть вивчити певну культуру через їжу на тій місцевості, де вона поширена.

Перша міжнародна асоціація гастрономічного туризму з’явилася у 2003 році в США під назвою «Міжнародна асоціація кулінарного туризму» (International Culinary Tourism Association). Згодом асоціація була перейменована і у 2012 р. отримала назву «Всесвітня асоціація гастрономічного туризму» (World Food Travel Association) після того, як американські дослідження показали, що англомовні люди по-різному розуміють термін «кулінарний туризм». Справді у зарубіжній англомовній літературі на

позначення цього виду туризму вживають паралельно терміни «food tourism», «culinary tourism», «gastronomic tourism».

Досі немає єдності щодо поняттєво-термінологічних питань, що стосуються гастрономічного туризму, і в українській науці. Визначення поняття гастрономічного туризму різних українських науковців досить різноманітні, як і терміни, що вживаються для його позначення (гастрономічний туризм, винно-гастрономічний туризм, кулінарний туризм).

Проаналізуємо трактування гастрономічного туризму у працях різних науковців.

На думку Т. Трададенко, гастрономічний туризм – це подорож по країнах і континентах для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями, з метою скуштувати унікальні для приїжджої людини страви або продукти [49].

Заслуговує на увагу також визначення А. Расулової, яка вважає, що гастрономічний туризм – спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з історією, технологією та культурою споживання національних страв і продуктів, а також навчання і підвищення рівня професійних знань у сфері кулінарії [41].

Науковці В. Ковешніков та В. Гармаш до гастрономічного туризму відносять відвідування гастрономінчих об'єктів; ресторанів з регіональною кухнею; кулінарних курсів при готелях, а також спеціалізованих кулінарних центрах і школах; фермерських господарств; сільськогосподарських (фермерських) ринків; продовольчі виставки та ярмарки; гастрономічні та винні (пивні тощо) фестивалі та ін. [26].

У трактуванні зарубіжних вчених М. Холла та Р. Мітчелла, гастрономічний туризм – це вид туризму, який включає відвідування виробників продуктів харчування, фестивалі їжі, ресторани та місця, пов'язані з деякими

продуктами та дегустацією певної страви, спостереження за її виготовленням та приготуванням або споживання страв відомого шефкухаря, а також спостереження за тим як готується певна страва [55].

Основні визначення поняття гастрономічного туризму наведені у хронологічній послідовності в табл. 1.1.

Отже, узагальнивши наявні визначення гастрономічного туризму, вважаємо, що його слід трактувати, як спеціалізований вид туризму який спрямований на ознайомлення туристів з гастрономічними особливостями і культурою певної території.

Таблиця 1.1

Підходи до визначення поняття «гастрономічний туризм»

Автор	Визначення	Рік публікації
Антоненко В. Г.	Спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням і дегустацією національних кулінарних традицій країн світу, що є синтезом екології, культури і виробництва [1]	2005
Кляп М. П., Шандор Ф. Ф.	Різновид туризму, пов'язаний з ознайомленням та дегустацією національних кулінарних традицій країн світу [61]	2011
Басюк Д. І.	Вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з виробництвом, технологією приготування та дегустацією національних страв та напоїв, а також кулінарними традиціями народів світу [3]	2012
Саламатіна С. Є.	Вид діяльності, метою якої є знайомство з етнічною кухнею країни або регіону, основними продуктами, особливостями технології приготування страв, а також підвищення рівня знань із кулінарії [134]	2014
Георгіча Г.	Поняття гастрономічного туризму стосується туристів та відвідувачів, які планують поїздку повністю або частково для того, щоб скуштувати місцеві страви або взяти участь у заходах, які пов'язані з гастрономією [167]	2014
ДаСілва Д.	Будь-який туристичний досвід, коли турист дізнається, цінує або вживає їжу та напої, що відображають місцеву, регіональну чи національну кухню, спадщину, культуру, традиції чи кулінарні прийоми [164]	2015

Омельницька В. О.	Спеціалізований вид туризму, що поєднує ознайомлення і дегустацію національних кулінарних традицій країн світу та відображає здатність людини пізнавати культуру країни через її національну кухню з метою отримання психологічного, естетичного або дослідницького задоволення [106]	2018
Жданова О., Кравченко Н.	Спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з історією, технологією та культурою споживання національних страв і продуктів, а також навчанням і підвищенням рівня професійних знань у сфері кулінарії [52]	2018
Фесенко Г. О.	Подорожі по країнах і континентах для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями, з метою відвідати унікальні для приїжджої людини страви або продукти [149].	2021

Складено за результатами аналізу літературних джерел

Гастрономічний туризм можна аналізувати як один із різновидів культурного туризму, адже гастрономія є визнаним елементом культури. На нашу думку, гастрономічний туризм має тісні зв'язки з такими видами туризму як культурний, подієвий, етнічний, агротуризм та ін. Також невід'ємним елементом інфраструктури гастрономічного туризму є ресторанне господарство (рис. 1.1).

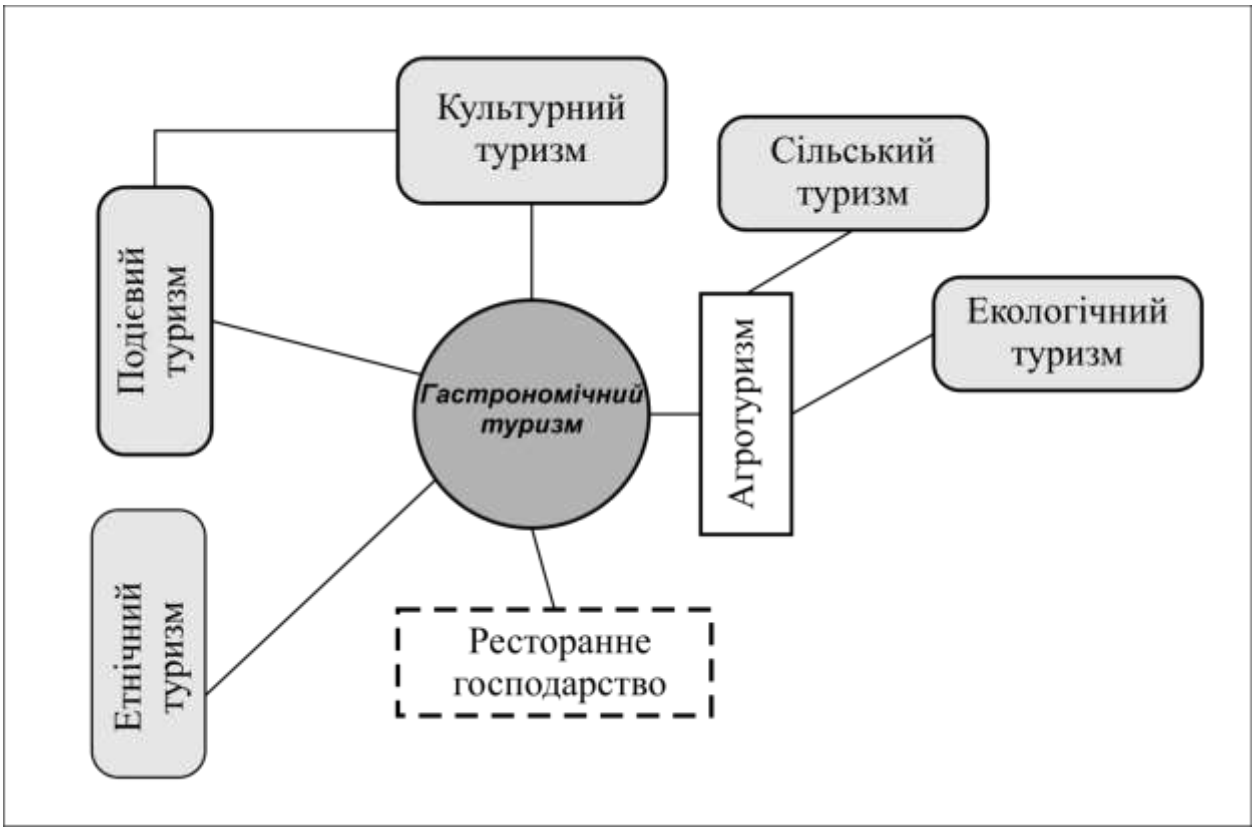


Рис. 1.1. Структура та зв’язки гастрономічного туризму

У сучасних наукових дослідженнях значна увага надається також проблемам організації гастротуризму, його переваг в контексті соціальноекономічного розвитку територій.

Зазначається, що як окремий вид туризму, гастрономічний туризм має свої особливі риси:

– умови для розвитку цього виду туризму мають абсолютно всі країни і це унікальна відмінна риса даного виду туризму;

– гастрономічний туризм не носить характер сезонного відпочинку, для будь-якого часу року можна підібрати відповідний тур;

– гастрономічний туризм в тій чи іншій мірі є складовим елементом всіх турів. Але на відміну від інших видів туризму знайомство з національною кухнею стає головним мотивом, метою та елементом

гастрономічної подорожі;

– просування місцевих господарств і виробників продовольчих товарів є невід'ємною частиною будь-якого гастрономічного туру [7].

Серед переваг гастрономічного туризму А. Расулова виділяла такі:

1) тією чи іншою мірою він є складовим елементом усіх турів. Але, на відміну від інших видів туризму, ознайомлення з національною кухнею стає головним мотивом, метою та елементом гастрономічної подорожі;

2) сприяє просуванню місцевих господарств і виробників продовольчих товарів, підприємства туристичної інфраструктури (готелів, закладів харчування тощо);

3) не носить характер сезонного відпочинку, для будь-якої пори року можна підібрати відповідний тур;

4) популяризує національні (місцеві) кулінарні традиції;

5) умови для його розвитку мають абсолютно всі країни та регіони, що є унікальною та відмінною рисою даного виду туризму [41].

До об'єктів гастрономічного туризму науковці Т. Мірзодаєва, С. Батиченко, В. Батун віднесли:

– країни, кухня яких є найбільш популярною;

– «ресторанні міста»;

– підприємства, відомі своєю кулінарною продукцією;

– регіони, відомі продуктами, що виробляються в цій місцевості;

– заклади ресторанного господарства;

– кулінарні заходи;

– установи, що надають освітні послуги з кулінарії та гастрономії;

– професійні виставки, конференції, салони;

– рекреаційні зони, відомі продуктами, що пропонуються в цій місцевості [28].

Узагальнюючи наявні підходи, до організаційних форм гастрономічного туризму можемо віднести гастротури, гастрономічні фестивалі, гастрономічні

заходи, інші форми туризму, в яких гастрономічний туризм буде супутнім (або складовою частиною) (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Організаційні форми гастрономічного туризму

Організаційні форми	Характеристика
Гастротури	Подорожі за визначеним маршрутом гастрономічними об'єктами (локаціями)
Гастрономічні фестивалі	Фестивалі присвячені певній страві, напою чи локальній кухні
Гастрономічні заходи	Заходи, на яких готують або дегустують певні страви чи напої
Інші форми туризму, в яких гастрономічний туризм буде супутнім (або складовою частиною)	Культурно-пізнавальний, сільський, етнічний, екологічний та ін. види туризму

Складено автором

Отже, гастрономічний туризм – доволі новий напрям туристичної діяльності, який уже став одним з найпопулярніших видів туризму у світі, адже ознайомлює туристів із все ще маловивченою гастрономічною культурою народів, регіонів та місцевостей.

1.2. Структура факторів розвитку гастрономічного туризму

Аналізуючи гастрономічний туризм, С. Саламатіна визначила фактори, які впливають на його розвиток:

1) соціально-економічні:

– економічний стан населення та країни в цілому;

– досконала законодавча, нормативно-правова база в галузі туристичної та готельно-ресторанної справи;

– наявність ресурсної бази;

– екологічний стан території;

– стан розвитку АПК, харчової переробної промисловості;

– національний склад, розвиток культури та народних традицій;

– статевий склад;

– віковий склад;

– професійний склад;

– розвиток інфраструктури (наявність транспортного сполучення, місць тимчасового розміщення, закладів харчування і т. д.);

2) політичні;

3) релігійні [45].

В Україні сьогодні можна виділити вісім основних груп факторів, що визначають можливості організації різних видів туризму.

1. Політичні фактори, які активно сприяють розширенню міжнародних туристичних зв'язків, тобто фактори внутрішньополітичної стабільності країни, яка приймає зарубіжних гостей. На окремих територіях в певні часові періоди може бути нестабільна політична ситуація, але все ж на основній частині планети відсутні дестабілізуючі фактори. А стабільність і безпека – основні умови розвитку туризму.

Політичні фактори включають в себе: стабільність внутрішньої політики та зовнішньополітичних відносин; розширення міжнародних політичних, економічних, наукових, культурних зв'язків та співробітництва; спрощення паспортного і митного режимів; соціальної політики держави.

2. Соціально-економічні чинники. На зміну індустріальній епосі, в якій основною цінністю було матеріальне благополуччя, приходить постіндустріальна епоха, де головною метою є враження і відчуття. Зростання економіки різних держав призвело до збільшення чисельності населення в деяких країнах. Підвищується психологічне навантаження на працюючих, через прискорення трудових процесів зросли доходи, а отже, купівельна спроможність населення, збільшилася і потреба працездатного населення у відпочинку.

Важливими чинниками, що впливають на еволюцію туризму, є розвиток транспорту, зв'язку, зростаюча мобільність, урбанізація, скорочення робочого часу, зростання суспільного багатства.

3. Демографічні чинники. У результаті нестабільної зміни населення планети збільшується світовий туристичний потенціал, в туристичну діяльність втягуються нові людські ресурси. До них належить чисельність, територіальний розподіл населення і його вікова структура, урбанізація.

4. Природні фактори характеризуються різноманітністю кліматичних, ландшафтних умов; екзотичністю флори і фауни; наявністю джерел мінеральних вод, родовищ лікувальних грязей та ін.

5. Культурно-історичні чинники відображають багатство матеріальної і духовної культури народів і включають: старовинні міста, пам'ятники архітектури; місцевості, пов'язані зі знаменними подіями історії; колекції історичних музеїв; місця археологічних розкопок і т. д.

6. Матеріально-технологічні фактори визначаються рівнем техніки і технології в галузях транспорту, будівництва, зв'язку, комунікацій; в засобах масової інформації; системі комунально-побутових служб, торгівлі та громадського харчування.

7. Екологічні та медико-біологічні чинники включають якість середовища постійного проживання та стан здоров'я населення.

8. Соціально-психологічні чинники, до яких належать ціннісні орієнтації; вплив традицій та наявність певних стереотипів поведінки; релігія; підвищення престижу і зростання соціального статусу індивіда; інформаційні засоби і реклама [6].

У контексті сучасних підходів до дослідження факторів розвитку туризму можемо також виокремити і охарактеризувати дві основні групи факторів розвитку гастрономічного туризму – статичні і динамічні

(табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Класифікація факторів розвитку гастрономічного туризму

Групи факторів	Види факторів	Напрям впливу
Статичні	Культурно-історичний	Історичне минуле Розвиток культури Народні традиції
	Географічний	Вигідне географічне положення Туристичні ресурси Комфортний клімат Екологічний стан території
Динамічні	Економічний	Економічна стабільність Фінансові доходи населення Розвиток інфраструктури
	Політично-правовий	Політична стабільність Міжнародні відносини Система візового режиму
	Соціальний	Туристична активність Підвищення рівня культури Зростання рівня добробуту населення
	Демографічний	Зростання чисельності населення Територіальний розподіл населення Урбанізація

Складено автором

Статичні фактори можна вважати також передумовами розвитку гастрономічного туризму. Їх основою є історико-культурна спадщина регіону, яка переважно є достатньо дослідженою.

З огляду на це пропонуємо передусім детальніше проаналізувати вплив динамічних факторів на розвиток гастрономічного туризму в регіоні.

До економічних факторів, які впливають на розвиток гастрономічного туризму, слід віднести економічний рівень розвитку країни та матеріальну спроможність туристів стати учасниками гастрономічного туризму і країни в цілому. Зростання доходів населення буде сприяти відвідуванню ним гастрономічних заходів.

До політико-правових факторів у гастрономічному туризмі можна віднести політичну ситуацію в країні, відкриття кордонів для іноземних громадян, зручність і швидкість в оформленні документів, політико-правове середовище. Важливим аспектом для іноземних туристів є внутрішня політична стабільність країни. Турист не відвідає гастрономічний захід, якщо в країні є небезпека (наприклад, воєнні дії). Тут треба також акцентувати увагу на особливостях законодавчої бази країни (наприклад, порядок оформлення документів на відкриття закладів харчування).

Політико-правові фактори охоплюють нормативно-правову базу, яка постійно змінюється і впливає на розвиток гастрономічного туризму. Нормативно-правові фактори можна поділити на дві групи: нормативна база розвитку туризму (зокрема, гастрономічного) і стратегічна документація (на рівні держави і регіону).

Одним із основних напрямів державної політики в цій сфері є створення та вдосконалення нормативно-правової бази в галузі туризму відповідно до чинного законодавства України, міжнародних стандартів і правил. До нормативно-правової бази можна віднести Конституцію України, Закон України «Про туризм», Закони України, що належать до даної галузі, укази Президента, акти і постанови Кабінету Міністрів України тощо. Основним документом, що регулює туристичну діяльність в Україні, є Закон України «Про туризм», який був прийнятий Верховною Радою у 1995 році. У цьому законі визначені основні правові, соціально-економічні, організаційні норми реалізації політики України в туристичній галузі [38].

До впливу екологічних факторів можна віднести те, що гастрономічний туризм тісно пов’язаний із локальним соціоприродним середовищем, місцевими традиціями та способом життя. У такому сенсі гастрономічний туризм цілком вписується в межі концепції сталого розвитку туризму, а також передбачає тісні взаємозв’язки з сільським та екологічним туризмом.

До культурних факторів розвитку гастрономічного туризму можна віднести збереження культурної спадщини дестинацій, поширення локальних, регіональних і національних культурних цінностей. Слід згадати про національну кухню, яка є одним з головних факторів залучення туристів.

До соціальних факторів, які впливають на розвиток гастрономічного туризму, можна віднести потреби людей у спілкуванні у процесі споживання їжі, навчанні, а також розвагах. Можливість збільшення вільного часу та бажання до покращення рівня життя призводить до відвідування гастрономічних заходів.

Інфраструктурні фактори є одними із визначальних. Адже важливу роль у формуванні та становленні гастрономічного туризму на територіях відіграє їх інфраструктура, зокрема заклади харчування, що і є часто основним елементом, що впливає на вибір гастротуру.

Туристи, які відвідують регіон, насамперед інвестують в економіку регіону, адже кошти частково надходять у місцевий бюджет і згодом дають можливість вдосконалювати туристичну інфраструктуру.

РОЗДІЛ 2 РОЗВИТОК ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

2.1. Розвиток гастрономічного туризму у Львівській області за основними факторами

Для туристичної індустрії Львівщини важливе значення має формування стратегії розвитку регіону. Стратегічне завдання розвитку туризму на Львівщині полягає у створенні гастрономічного туристичного продукту, конкурентоспроможного на туристичному ринку, який зможе максимально реалізувати потреби туристів. До стратегічної документації розвитку туризму на рівні держави можна віднести: державну цільову програму розвитку туризму

та курортів на період до 2022 року (схвалено розпорядженням КМУ від 1 серпня 2013 р. №638-р.), на рівні Львівської області: програми розвитку туризму, курортів і рекреації у Львівській області. Документація стратегічного розвитку розробляється окремо як галузева стратегія розвитку туризму в країні, а також у вигляді стратегій розвитку окремих регіонів або туристичних центрів, у вигляді окремих документів і програм [36].

На наш погляд, розвиток гастрономічного туризму у Львівській області зазнає сприятливого впливу всіх вищезазначених факторів, окрім політикоправових (карантинні обмеження в умовах пандемії з 2020 року і воєнний стан з лютого 2022 року). Зокрема, сприятливими факторами є багата кулінарна спадщина регіону, розвинута інфраструктура, фермерські господарства з харчовими продуктами місцевих виробників, гастрономічні заходи та щорічні фестивалі, різноманітний вибір закладів ресторанного господарства.

Із точки зору впливу економічних факторів гастрономічний туризм важливий для економічної системи Львівської області, адже дає можливість створювати інфраструктуру та нові робочі місця, дозволяє зберегти національні і локальні культурні надбання, а також відродити периферійні райони.

За даними управління туризму Львівської міської ради у 2019 році Львівщину відвідало близько 2,5 млн. туристів, у 2018 році турист в середньому витрачав 74 євро, у 2019 році цифра зросла до 94 євро, перебування туристів у регіоні – в середньому 3-4 дні [39]. У докризовий період (з 2014 до 2019 року) кількість туристів у регіоні постійно зростала (рис. 2.1).

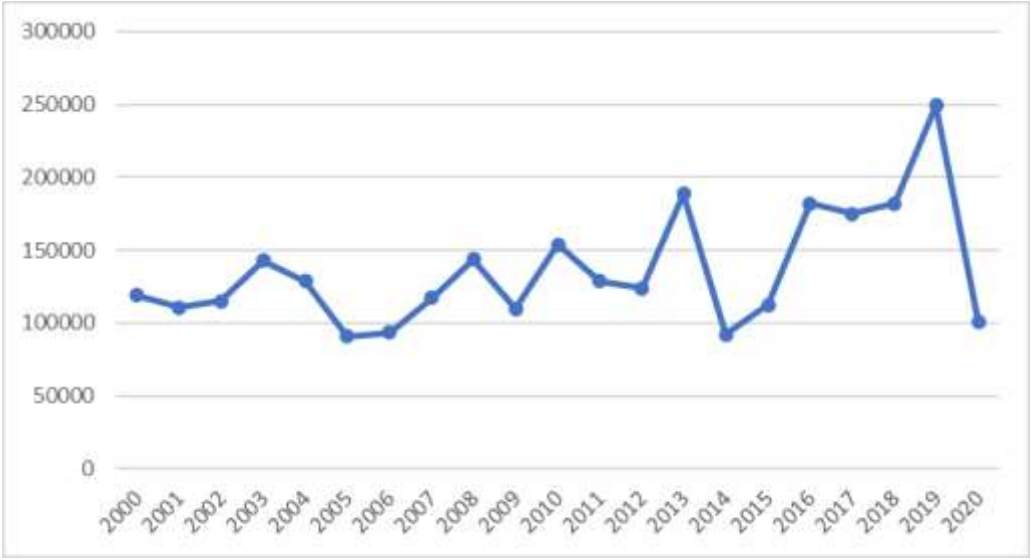


Рис. 2.1. Кількість туристів та екскурсантів, обслужених суб'єктами туристичної діяльності у Львівській обл. у 2000-2020 рр., осіб.

Складено за [15]

Із точки зору впливу політико-правових чинників слід зауважити, що у зв'язку з глобальними проблемами все більшої актуальності набувають питання безпеки туристів. Для прийому туристів, особливо іноземних, державі та регіону потрібно здійснювати відповідні заходи для гарантування безпеки туристів. Особливо це стосується до місць відпочинку, закладів розміщення та транспортних перевезень. Наприклад, в Україні з 2014 року тривають воєнні дії, що становить загрозу для розвитку туризму, зокрема гастрономічного, і у Львівській області. На внутрішній туризм воєнний стан безпосередньо суттєво не впливає, але ситуація з іноземними туристами значно складніша. Починаючи із лютого 2022 року після початку повномасштабної війни туристичні потоки в'їзного міжнародного туризму повністю зупинилися. Подібна ситуація спостерігалася також під час обмеження в'їзду в Україну під час пандемії COVID-19 у 2020 році.

Політична стабільність загалом є актуальним питанням для України, адже економіка країни залежить від розвитку туристичної сфери, котра приносить значну частку доходів в бюджет країни, зокрема в бюджет регіону.

Важливу роль у формуванні та становленні гастрономічного туризму відіграє інфраструктура. Львівщина є лідером у західній частині України за кількістю підприємств ресторанного господарства, закладів розміщення, а також підприємств і організацій, які сприяють розвитку туризму.

Львівщина пропонує достатню кількість закладів розміщення для туристів – готелі, мотелі, хостели, садиби тощо. Іноземці в більшості випадків проживають в готелях, українські туристи надають перевагу хостелам. Житло туристи бронюють через сайт Booking.com або безпосередньо на сайті закладу розміщення. Протягом 2005-2017 років спостерігалася тенденція до зростання кількості закладів розміщення і за підсумками головного управління статистики Львівської області на 2017 рік цей показник становив 277 закладів розміщення, тоді як у 2000 їх було лише 55. Водночас після 2017 року відслідкувати зміну кількості закладів розміщення складно через зміну особливостей ведення статистичного обліку у цій сфері (рис. 2.2).



	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Усі колективні заклади розміщування	317	328	342	340	331	343	337	129	130	111
Готелі та аналогічні заклади розміщування	228	250	272	273	273	287	277	104	106	92

Рис. 2.2. Кількість закладів розміщування Львівської області у 2011-2020 рр. Складено за [15]

Згідно з даними Головного управління статистики у 2007-2017 рр. помітно зменшились офіційні показники кількості спеціалізованих закладів розміщування. Якщо у 2007 р. функціонували 124 заклади, то у 2017 р. – 60 закладів розміщування. Очевидно, це пов’язано з економічною кризою 20082009 рр. та тимчасовою окупацією окремих територій у 2014 рр. (рис. 2.3).

Результати досліджень показують зростання показників щодо кількості осіб, які перебували у закладах розміщування протягом 2011-2017 рр. Однак, у 2014 р. спостерігаємо значне зниження числа осіб, що пов’язуємо з війною на сході України та економічною кризою в державі (рис. 2.4.). Зокрема, у 2011 р. показник кількості осіб, які перебували у закладах розміщування, становив – 627246 осіб, у 2014 р. – 620007 осіб, а вже у 2017 р. – 987866 осіб.

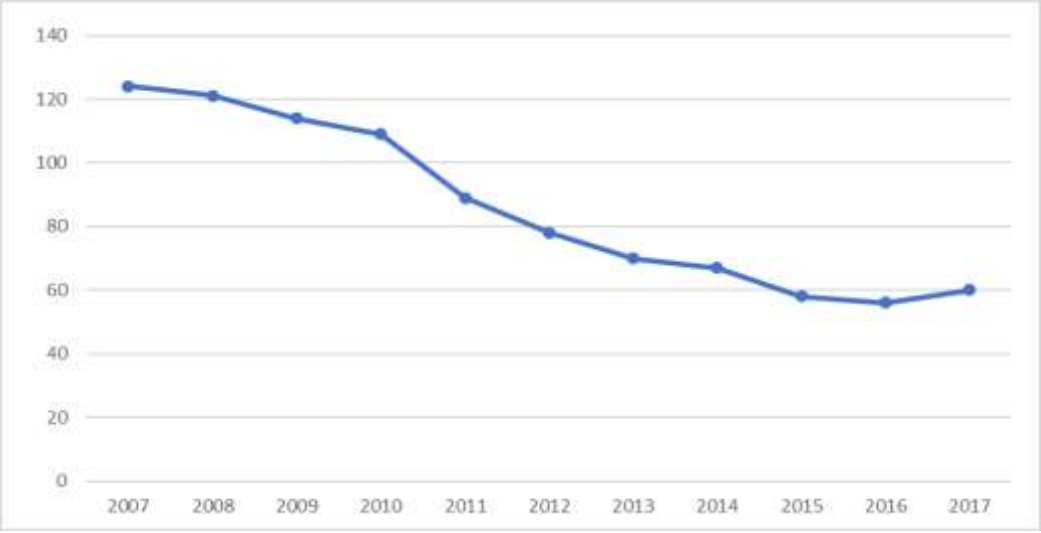


Рис. 2.3. Спеціалізовані заклади розміщування Львівської області у 2007- 2017 рр. Складено за [15]

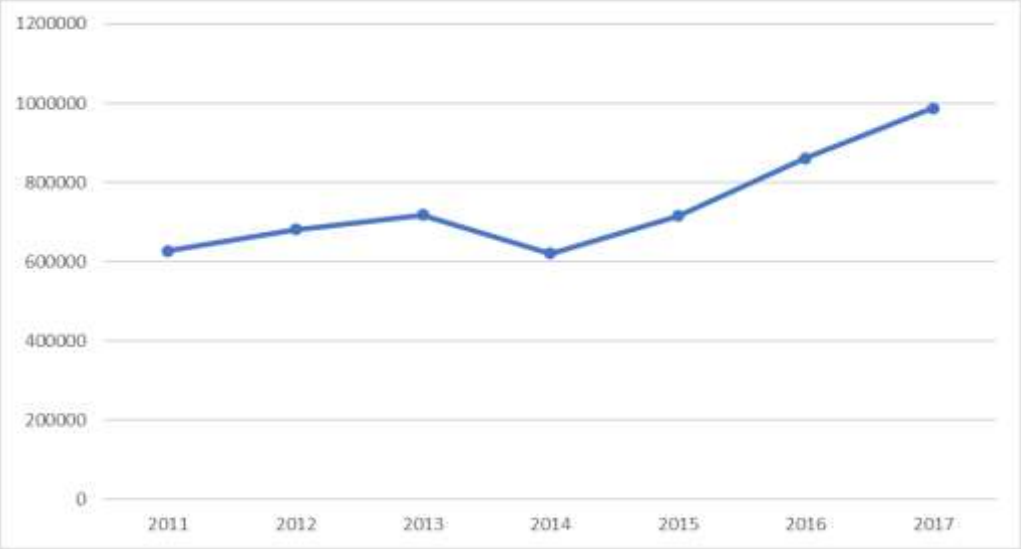


Рис. 2.4. Кількість осіб, що перебували у закладах розміщування Львівської області у 2011-2017 рр. Складено за [15]

Не менш важливим компонентом інфраструктури гастрономічного туризму є транспортне сполучення. У Львівській області загалом добре розвинута транспортна система. Більшість туристів прибувають до регіону на потягах, менше на літаках, автобусах, і все менше туристів обирають автомобілі. Спостерігається тенденція, що українські туристи надають перевагу добиратись до регіону потягом, а іноземні – літаком. Львівщина не може похвалитись великою кількістю бюджетних авіаліній, не вистачає лоукостерів, хоча аеропорт у Львові може приймати велику кількість літаків. Бюджетні авіалінії є важливим чинником активізації туристичних потоків, особливо в контексті розвитку гастрономічного туризму на Львівщині. Та разом з тим, за останні роки спостерігається розвиток транспортної системи в регіоні, що позитивно впливає на розвиток туризму, зокрема гастрономічного. Авіасполучення розширює кількість напрямків, на ринок заходять нові авіакомпанії, які пропонують туристам привабливі пропозиції щодо подорожей до регіону. Також розширює географію залізничне сполучення, відкриваються нові залізничні маршрути. Важливим фактором є те, що Львів знаходиться в межах двохгодинного

авіапольоту до більшості європейських міст. Водночас припинення авіасполучення у період пандемії COVID-19 та з початку повномасштабної війни, поряд із політико-правовими факторами, стало вагомим несприятливим чинником розвитку туризму у регіоні, зокрема міжнародного.

За офіційними даними туристичну діяльність у 2018 році проводили 342 організації а саме: 58 туроператорів, 233 турагенти, 51 екскурсійна фірма. Суб'єкти туристичної діяльності Львівської області у 2018 році обслужили 182 тис. осіб, що порівняно з 2010 та 2000 роками є більшим на 28% та 63%. Зростання кількісних і якісних показників розвитку туристичної інфраструктури на Львівщині, призводить до збільшення кількості туристів, насамперед іноземних.

Культурні фактори розвитку гастрономічного туризму на Львівщині є досить сприятливими. Насамперед на території області є велика кількість архітектурних, історичних і культурних пам'яток. Також Львівська область має свою унікальну гастрокультуру, що сформована поєднанням різних європейських кухонь на базі місцевих етногастрономічних традицій.

Важливим фактором є те, що на Львівщині традиційно зберігаються і підтримуються українські культурні цінності, що позитивно впливає на розвиток гастрономічного туризму, який для багатьох туристів стає допоміжним інструментом у пізнанні культури регіону, оскільки саме страви локальної кухні є тим елементом, який відображає культуру і спосіб життя місцевості.

Відомі місцеві ресторани, кафе, гастрономічні заходи та фестивалі регіону, кулінарна історія й гостинність є основою туристичної привабливості регіону. Зокрема, на Львівщині було започатковано гастрономічні заходи, фестивалі з представленням національних страв і їх дегустацією, на які з'їжджаються тисячі туристів. Серед найпопулярніших – «Свято пампуха», «Спалах Різдвяної зірки», «Фестиваль шоколаду», «Львів на тарілці», «На каву до Львова», «Свято сиру і вина», «Фестиваль їжі» тощо (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Гастрономічні фестивалі м. Львова

Назва фестивалю	Час проведення	Місце проведення
Свято пампуха	Зима (Січень)	Площа Ринок
Фестиваль шоколаду	Осінь (Жовтень)	Львівський Палац мистецтв (вул. Коперника, 17)
Львів на тарілці	Літо (Червень)	Площа Ринок, галерея-тераса Львівського Палацу мистецтв (вул. Коперника, 17)
На каву до Львова	Осінь (Вересень)	Площа Ринок
Свято сиру і вина	Осінь (Жовтень)	Двір Львівського Палацу мистецтв (вул. Коперника, 17)
Фестиваль їжі	Весна (Травень)	Парк культури та відпочинку ім. Богдана Хмельницького
Фестиваль вегетаріанської вуличної їжі «So Green Fest»	Літо (Липень)	Парк культури та відпочинку ім. Богдана Хмельницького
Міжнародний Форум Галицької Кухні	Осінь (Листопад)	Італійський дворик, площа Ринок, 6 (локація змінюється)

Складено автором

Варто зазначити, що у Львівській області фестивальна культура загалом добре розвинена, адже тематика популярних фестивалів не тільки гастрономічна, а також музична, театральна, етнічна, кінематографічна тощо.

Такі заходи роблять значний внесок у формування туристичного бренду Львівщини.

Як бачимо, протягом досліджуваного періоду (2010-2020 рр.) у різний час спостерігається зростання і спад показників туристичних потоків у Львівській області. Зокрема, у 2000 р. показник туристів становив 118811 осіб, у 2005 р. – 90756 осіб, у 2010 р. – 153939 осіб. Очевидно, це пов’язано з тим, що Львівська

область приваблива для туристів, однак економічні кризи, революції в країні та інші нестабільні ситуації негативно впливають на розвиток туризму. Динаміка туристичних потоків Львівської області відображена на рис. 2.5.

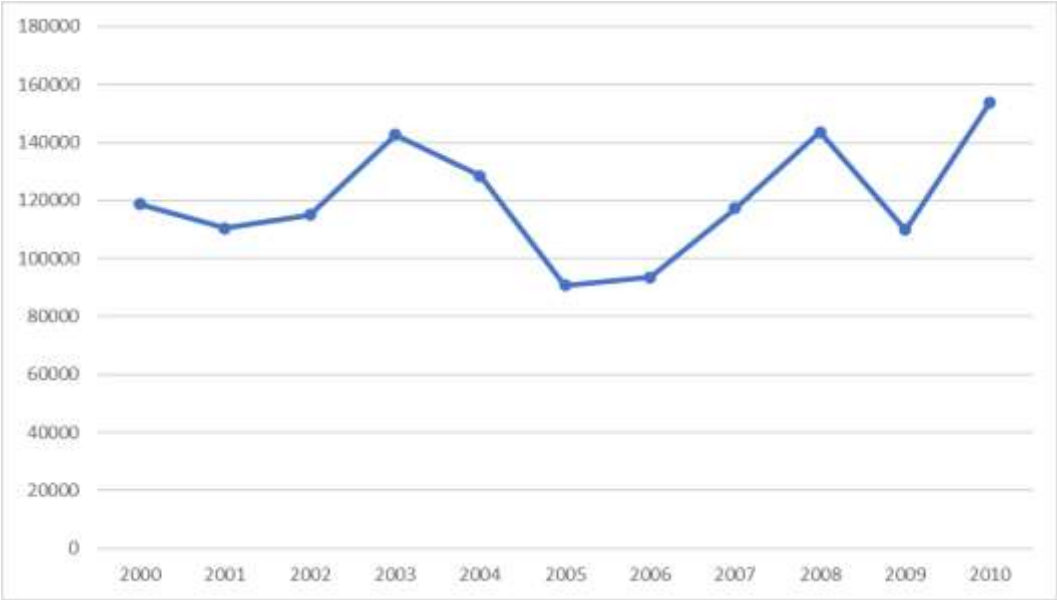


Рис. 2.5. Туристичні потоки Львівської області у 2000-2010 рр.

Складено за [15]

Цілі та методи гастрономічного туризму певною мірою відповідають *соціальній* місії туристичної діяльності. Через гастрономію відбувається діалог культур, виявляється повага до культурних цінностей, до способу життя, традицій і світогляду мешканців певного регіону чи країни. Під час проведення гастрономічних заходів на Львівщині, де туристи пригощаються національними стравами і напоями, відбувається налагоджування культурних контактів між громадянами різних національностей. Завдяки таким заходам мешканці Львівщини мають можливість виявляти свою гостинність до представників інших народів та регіонів.

Львівську область відвідують туристи більше ніж з 100 країн світу, найчастіше з Польщі, Німеччини, Угорщини, Туреччини, Італії, США тощо. Організація та проведення гастрономічних заходів на Львівщині дає можливість ефективного налагодження міжнародних відносин, а також формування іміджу

регіону. Відвідуючи гастрономічні фестивалі у регіоні, туристи розуміють, що Львівська область має свої цінності, традиції і особливості у харчуванні.

На основі статистичних даних Головного управління статистики Львівської області, можемо зробити висновок про відвідування Львівщини туристами з різних країн світу. Для іноземних туристів перебування у Львівській області – це можливість якісного відпочинку за відносно невеликі кошти (для прикладу, у 2017 р. Львів в деяких рейтингах посів перше місце серед найдешевших туристичних міст світу). З-поміж іноземних туристів, які найчастіше відвідували Львівщину у 2019 році – представники Польщі (3288), Азербайджану (997), Білорусі (950), Австрії (945), Молдови (294), Німеччини (217) та інших країн (рис. 2.6). Важливим мотиваційним фактором відвідування Львівщини туристами з Польщі є географічна близькість (для молоді) та сентиментальні подорожі (для людей старшого покоління).

Аналізуючи дані щодо кількості іноземних туристів, можемо зробити висновок, що потік відвідувачів у 2020 р. значно зменшився у порівнянні з попереднім роком внаслідок пандемії COVID-19. Якщо у 2019 р. показник кількості іноземних туристів складав 7929 осіб, то у 2020 р. – лише 357 осіб. У 2020 р. Львівщину відвідували туристи з Азербайджану (122), Польщі (88), Молдови (67) та деяких інших країн (рис. 2.7). Як бачимо, будь-яка нестабільна ситуація в нашій державі має негативний вплив на розвиток туризму в Україні, зокрема у Львівській області.

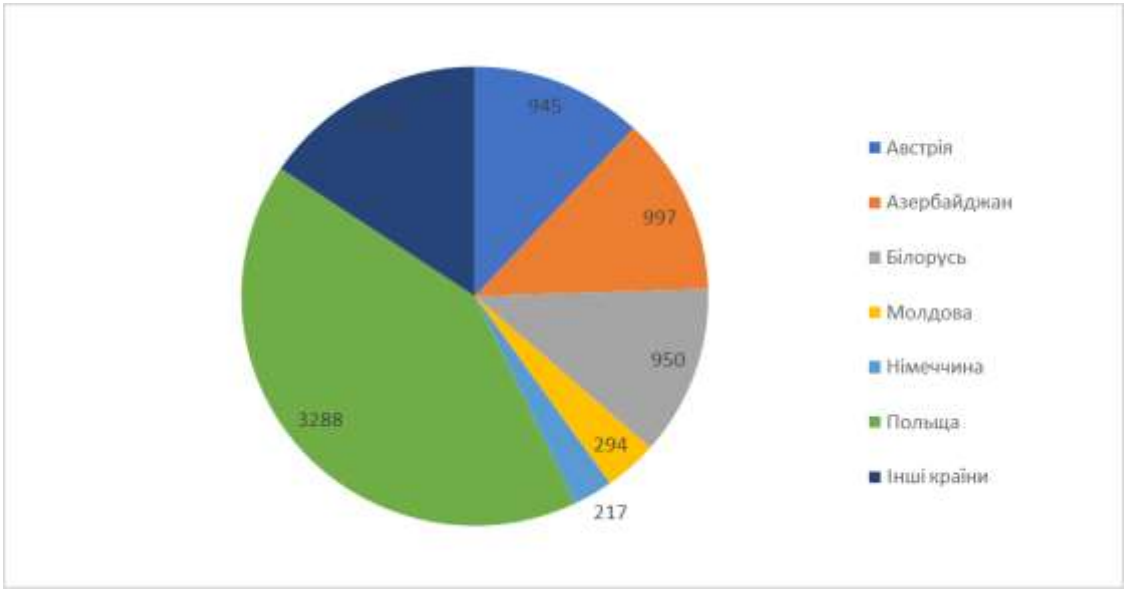


Рис. 2.6. Структура іноземних туристів у Львівській області за країнами світу у 2019 р. Складено за [15]

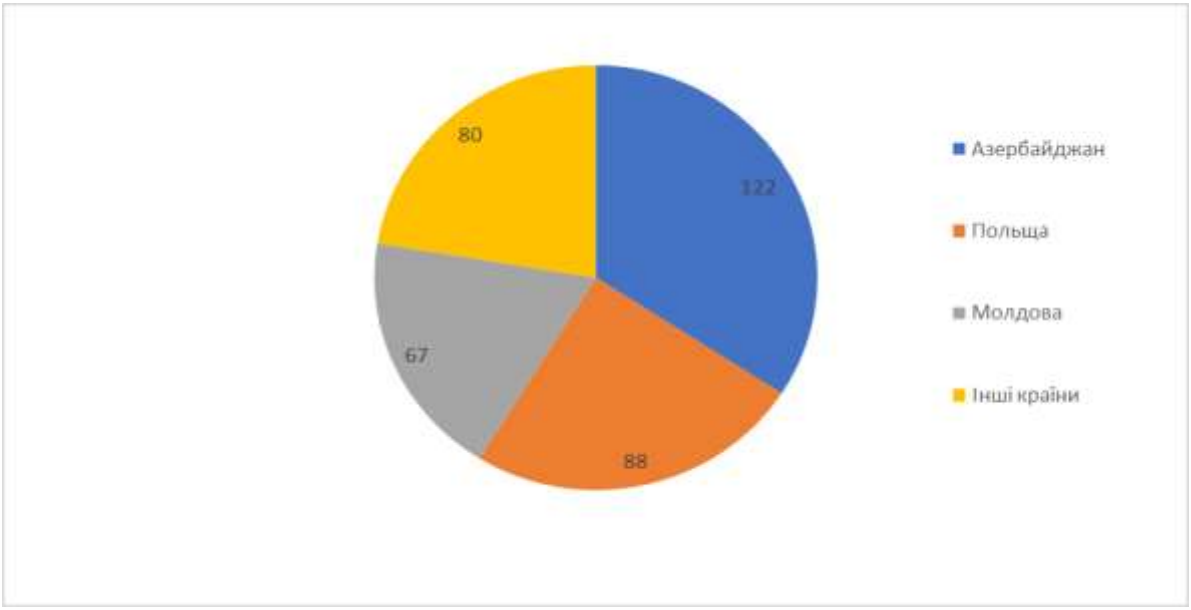


Рис. 2.7. Структура іноземних туристів у Львівській області за країнами світу у 2020 р. Складено за [15]

Львівська область має сприятливі *екологічні* умови для розвитку гастрономічного туризму. Для гастрономічних туристів важливе походження продуктів, їх безпечність і користь для здоров'я. Із цією метою в регіоні виробляється достатня кількість натуральних продуктів, а саме овочі, фрукти,

риба, м’ясо, молочні продукти та інше. Багато продукції виготовляється в горах, що є не менш важливо з екологічної точки зору. На Львівщині є фермерські угіддя, де можна придбати екологічно безпечну та свіжу продукцію.

Для розвитку гастрономічного туризму сприятливим моментом є те, що Львівщина багата на території, де можна організовувати гастрономічні фестивалі, заходи тощо, і які мають сприятливий клімат та екологічну ситуацію для їх проведення. Природні умови, території і багатство екологорекреаційних ресурсів області створюють сприятливі умови для розвитку гастрономічного туризму.

Отже, об’єктивно оцінюючи сучасні напрями впливу чинників розвитку гастрономічного туризму у Львівській області, можна зробити висновок, що регіон має сприятливі передумови для перспективного розвитку цього виду туризму. Львівщина характеризується багатою історією, а також значним культурно-історичним потенціалом, зокрема й найбільшою кількістю гастрономічних фестивалів у західній частині України.

2.2. Інноваційні фактори розвитку гастрономічного туризму в регіоні

Туризм у сучасних умовах є важливою сферою та рушієм розвитку економіки багатьох країн. Важлива соціальна місія туризму полягає у максимальному задоволенні різнопланових потреб суспільства. Із цією метою постійно диверсифікуються не лише напрями, а й види туризму, серед яких як дуже специфічні, так і доступні для широкого кола споживачів. Саме до другої категорії належить гастрономічний туризм – достатньо новий і цікавий вид туристичної діяльності, вивчення розвитку якого є загалом актуальною темою. Однак, враховуючи динамічну зміну умов зовнішнього середовища, пріоритетним стає дослідження саме факторів розвитку гастрономічного туризму.

Гастрономічний туризм є перспективним видом туристичної діяльності, який використовує особливості харчування туристів не лише як базовий елемент надання послуг у місці тимчасового перебування, а й як окремий атрактивний складник дестинацій. Найкращі можливості для розвитку гастрономічного туризму мають регіони із давньою історією заселення та багатою і різноманітною історико-культурною спадщиною.

Гастрономічний туризм є перспективним видом туристичної діяльності, який використовує особливості харчування туристів не лише як базовий елемент надання послуг у місці тимчасового перебування, а й як окремий атрактивний складник дестинацій. Найкращі можливості для розвитку гастрономічного туризму мають регіони із давньою історією заселення та багатою і різноманітною історико-культурною спадщиною.

Сфера інновацій всеосяжна, вона не тільки охоплює практичне використання науково-технічних розробок і винаходів, але й включає зміни в продукті, процесах, маркетингу, організації. Інновація виступає як явний фактор зміни, як результат діяльності, втілений у новий або вдосконалений продукт, технологічні процеси, нові послуги й нові підходи до задоволення соціальних потреб. Туризм постійно розвивається, незважаючи на різні перешкоди політичного, економічного й соціального характеру [52].

Дослідження інноваційних факторів розвитку гастрономічного туризму дає змогу ефективно планувати та реалізовувати заходи щодо формування та зростання відповідних дестинацій.

Багато українських науковців детально вивчають передумови та фактори розвитку гастрономічного туризму на різних територіальних рівнях із соціально-економічних, організаційних та історико-культурних позицій. Водночас питання інноваційних факторів гастрономічного туризму, зокрема на загальноукраїнському рівні, перебувало в центрі уваги лише Д. Басюк [3]. Варто

зауважити, що питання структури інноваційних факторів розвитку гастрономічного туризму також наразі малодосліджене.

Гастрономічний туризм сам по собі є інновацією для багатьох країн та регіонів, однак навіть на тих територіях, де цей напрям діяльності не є новим, актуальною є проблема визначення напрямів його інноваційного розвитку.

Одним із регіонів України, що володіє значним потенціалом інноваційного розвитку гастрономічного туризму, є Львівська область.

Важливим інноваційним напрямом розвитку гастрономічного туризму в регіоні є розвиток фермерських господарств, що не лише виробляють традиційну і екологічно безпечну сільськогосподарську продукцію, а й пропонують відвідувачам екскурсії, дегустації продуктів, сільський відпочинок.

У 2018 році Львівською обласною державною адміністрацією було представлено гастрономічний проєкт «Гастромандри Львівщиною», випущено відповідний гастрономічний путівник з інформацією про кращих виробників локальних продуктів, фермерські господарства, садиби, магазини з місцевими продуктами. Окрім різноманітних локацій, путівник пропонує готові тури для гастрономічних мандрів Львівщиною. Зокрема на Львівщині планують створити гастрономічний туристичний маршрут «Дороги смаку Львівщини», який буде представляти регіональні традиційні страви регіону. Такий проєкт буде сприяти розвитку потенціалу гастрономічного туризму, виробництву місцевих продуктів, збереженню регіональних культурних особливостей.

Основним центром гастрономічного туризму у Львівській області є Львів, культурна спадщина якого пов’язана з традиційною кухнею не лише українців, а й вірмен, австрійців, поляків, євреїв. На основі взаємодії різних культурних традицій сформувалася своєрідна львівська кухня, яка може трактуватися як частина галицької кухні, однак, на відміну від неї, базується на приготуванні і споживанні більш вишуканих та дорогих страв і напоїв.

У Львові серед великої кількості закладів ресторанного господарства є окремий сегмент тих, які спеціалізуються на національній та етнічній кухні («Кумпель», «Голодний Микола», «Ресторація Бачевських», «Підпільний Кіндрат», «Трапезна ідей», «Під Золотою Розою», «Бойківська гостина», «Єреван» та ін.). Для збереження гастрономічної культури регіону слід розширювати мережу саме ресторанів галицької кухні, що дасть змогу більш ефективно залучати туристів.

Водночас для туристів цікавими будуть не лише тематичні заклади, а й відповідні заходи, зокрема гастрономічні фестивалі. На Львівщині вже традицією стало проводити щорічні гастрономічні фестивалі («Львів на тарілці», «Свято пампуха», «Свято сиру і вина», «На каву до Львова», «Міжнародний Форум Галицької Кухні», «Куховарня RadoFest», «Гомін Лемківщини», «Надбужанські медобори» та ін.). Проведення фестивалів є інноваційним форматом організації та популяризації гастрономічного туризму, а також потужним засобом налагодження міжкультурних відносин.

Інновації, що можуть впроваджуватися на різних рівнях розробки та надання спеціалізованих гастротуристичних послуг, мають позитивний ефект не лише на реалізацію конкретних тур-продуктів, а й на туристичну конкурентоздатність дестинацій і регіону загалом [11]. На регіональному рівні конкретним об’єктом впливу інноваційних факторів є регіональна туристична система [8].

Досліджуючи розвиток гастрономічного туризму в регіоні, важливо визначити фактори, які впливають на його розвиток. У свою чергу, на підставі аналізу ринку туристичних послуг Д. Басюк запропонувала пропозиції щодо інноваційного розвитку гастрономічного туризму в нашій державі:

1. З метою популяризації національних гастрономічних традицій при підтримці Міністерства культури і туризму та фахових професійних об’єднань

на часі є доречним розпочати національний проект «Українська національна кухня», в рамках якого створити Національний реєстр етноресторанів, які б відповідали європейським стандартам обслуговування та пропонували страви національної кухні, гастрономічний путівник українськими регіонами, календар гастрономічних фестивалів, семінари та конференції, майстер-класи національних гастрономічних традицій для науковців та практиків, створити тематичний сайт.

2. Для забезпечення ефективного розвитку винного та гастрономічного туризму необхідно розпочати підготовку фахівців на основі бакалаврських та магістерських програм у спеціалізованих вищих навчальних закладах. Змістова компонента підготовки таких фахівців має включати як культурологічні, гастрономічні, технологічні аспекти, так і практичні навички вибору та дегустації кулінарної, винно-горілчаної та гастрономічної продукції, організації спеціалізованих гурман-турів.

3. Вивчення кращого міжнародного досвіду розвитку гастрономічного туризму є основою для співпраці з кращими виробниками Італії, Іспанії, Франції, Швейцарії в галузі виноробної, харчової та переробної промисловості, впровадження сучасних екологічно чистих технологій вирощування сільськогосподарської сировини та виготовлення харчової продукції. Гастрономічний туризм є важливим елементом комплексу маркетингових комунікацій для популяризації продукції місцевих товаровиробників.

4. Місцеві органи влади та органи місцевого самоврядування в рамках розробки та реалізації регіональних програм сталого розвитку туризму повинні підтримувати створення об’єктів гастрономічного туризму, етноресторанів, дегустаційних залів, музеїв гастрономії, етнічних селищ та містечок, а також спеціалізованих атракційних заходів та туристичноекскурсійних маршрутів, що будуть сприяти створенню

конкурентоспроможного місцевого туристичного продукту, підвищенню туристичної привабливості регіону [3].

Усі ці заходи, безумовно, будуть сприяти створенню конкурентоспроможного гастрономічного туристичного продукту, підвищенню туристичної привабливості регіону загалом.

Науковці В. Сливенко, А. Долгієр, К. Хрулькова у своєму дослідженні дійшли висновку, що з метою активізації розвитку гастротуризму, створення конкурентоспроможного продукту та його просування на міжнародному туристичному ринку, доцільною є організація комплексу таких заходів, що зможуть ефективно підтримувати та удосконалювати сферу гастротуризму в країні:

– розширення інфраструктури гастрономічного туризму, тобто збільшення кількості етнокафе та ресторанів, дегустаційних залів, створення музеїв гастрономії та інших гастрономічних приміщень;

– удосконалення системи освіти, підготовки та перепідготовки фахівців, розробка спеціалізованих курсів, обов’язкової практики в процесі навчання фахівців для гастротуризму;

– активне просування гастрономічного туризму на світовому туристичному ринку шляхом видання спеціалізованої літератури, путівників, буклетів та календарів, ініціювання гастрономічних фестивалів, проведення семінарів, конференцій, майстер-класів національних гастрономічних традицій, розповсюдження реклами про країну через інтернет-мережі;

– організація та проведення тематичних культурно-оздоровчих та культурно-освітніх заходів, фестивалів, виставок, свят щодо підтримання гастротуризму [47].

Необхідним є розроблення та вживання системи заходів, що сприяли би рівномірному і стабільному розвитку досліджуваного виду туризму по всій території регіону [2].

З огляду на аналіз сучасних тенденцій інноваційної діяльності, можемо виокремити такі актуальні напрями інноваційного розвитку гастрономічного туризму на регіональному рівні:

– підготовка фахівців у закладах вищої освіти (для ефективного розвитку і організації гастрономічного туризму) з використанням інноваційних методів та форм;

– міжнародний обмін досвідом у сфері гастрономії та туризму;

– розробка гастрономічних турів та організація тематичних заходів, які сприяють підвищенню туристичної привабливості області;

– створення гастрономічних закладів, що орієнтовані на туристів з використанням інноваційних елементів;

– PR-технології та сучасні форми реклами у сфері гастрономічного туризму;

– смарт-технології;

– підвищення транспортної доступності дестинацій;

– інноваційні методи менеджменту і маркетингу гастрономічного туризму.

Однозначно, інноваційний розвиток гастрономічного туризму в регіоні може стати поштовхом для підвищення соціально-економічного потенціалу територіальних громад. Сприятливими чинниками розвитку гастрономічного туризму в регіоні є кулінарна спадщина, розвинута інфраструктура, фермерські господарства з продуктами місцевих виробників, гастрономічні заходи та фестивалі.

Інноваційний розвиток гастрономічного туризму на регіональному рівні повинен базуватися на поєднанні процесів територіальної диференціації і концентрації, врахуванні впливу глобальних і регіональних чинників, а також локальних соціально-культурних особливостей, а також може стати поштовхом для підвищення соціально-економічного потенціалу територіальних громад.

На підставі проведеного аналізу, до інноваційних факторів, що впливають на розвиток гастрономічного туризму у Львівській області, можемо віднести: формування кластерів, розробку нових проєктів, впровадження нових технологій, екобезпечну діяльність, створення концептуальних закладів, маркетинг у соцмережах (рис. 2.8).

Охарактеризуємо детальніше особливості впливу названих інноваційний чинників на прикладі Львівської області.

Кластери. Для туристичної індустрії регіону важливе значення має створення кластерів. Туристичний кластер передбачає об'єднання усіх суб'єктів туристичної галузі на певній території для подальшого спільного розвитку. Одним з найкращих варіантів розвитку гастрономічного туризму в регіоні є кластеризація, що формується на об'єднанні виробників гастропродукції та органів влади. Найбільш сприятливим у створенні туристичного кластеру гастрономічного туризму є взаємодія учасників кластера, яка спрямована на створення якісного туристичного продукту. Таким чином, такі об'єднання дозволять створювати привабливі туристичні пропозиції щоб залучати туристів відвідати регіон.



Рис. 2.8. Структура інноваційних факторів розвитку гастрономічного туризму. Розроблено автором

Одним із основних завдань кластера є стимулювання розвитку гастрономічного туризму в регіоні. Більшість туристів вибирають Львівщину через гарну архітектуру, однак регіон славиться не тільки найбільшою кількістю пам'яток архітектури, а й смачною регіональною кухнею. Тому для задоволення гастрономічних інтересів туристів необхідно створювати туристичні кластери гастрономічного туризму.

На думку науковців, кластерна модель розвитку туризму в регіоні має базуватися на принципах інтегративності, системності, ресурсоорієнтованості, соціалізації, самоорганізації [9]. Ефективність туристичного кластера в регіоні полягає у збільшенні кількості туристів, додаткових фінансових надходженнях у бюджет регіону, розвитку інфраструктури кластера, розвитку виробництва, збільшення кількості робочих місць.

Прикладом подібного кластера у Львівській області є агротуристичний кластер «ГорбоГори», в який об'єдналися місцеві фермери для виготовлення екологічної сільськогосподарської продукції та розвитку туризму. Метою кластера є розвиток малого та середнього бізнесу та залучення туристів у регіон [13].

Отже, важливою умовою для розвитку гастрономічного туризму в регіоні є створення інноваційних кластерів гастрономічного туризму. При формуванні гастрономічного кластера відбувається об'єднання місцевої влади, виробників гастрономічної та сувенірної продукції, підприємств готельного та ресторанного бізнесу. Завдання туристичних кластерів в регіоні полягає у створенні гастрономічного туристичного продукту конкурентоспроможного на туристичному ринку, який зможе максимально задовольнити потреби туристів.

Нові проєкти. Для розвитку та популяризації дестинацій важливим є створення нових гастрономічних проєктів, які б приваблювали більше туристів в регіон. Метою подібних проєктів є промоція локальної продукції та створення інноваційних туристичних пропозицій, співпраця з туристичним бізнесом.

До прикладу, на Львівщині реалізується проєкт «Гастромандри Львівщиною», в якому під егідою Львівської обласної державної адміністрації об'єднались фермерські господарства області та локальні виробники гастропродукції. Створення таких проєктів дає можливість фермерським господарствам розповісти про свою торговельну марку, завоювати прихильність клієнтів та збільшувати прибутки. Фермерські господарства пропонують відвідувачам здорову екологічну та крафтову продукцію, екскурсії, майстер-класи, відпочинок на природі.

За підтримки проєкту ЄС «Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні» на Львівщині планують створити проєкт «Дороги смаку Львівщини», який передбачає впровадження географічного зазначення локальних гастропродуктів, вироблених на Львівщині. Також такий проєкт сприятиме значному розвитку гастрономічного туризму в регіоні, виробництву місцевої продукції, збереженню місцевої кухні і гастрокультури. Створення маршруту «Дороги смаку Львівщини» дасть учасникам змогу об'єднатись та масштабуватись, сприяти розвитку гастрономічного туризму. Гастрономічний

туристичний маршрут планують інтегрувати у Європейську мережу гастрономічних маршрутів.

У рамках програми «Купуй львівське», співорганізаторами якої є ТзОВ «Львівські ярмарки» та Сільськогосподарський дорадчий центр «Фермерська Країна», за ініціативою міста було створено «Львівський фермерський ярмарок» з фермерською локальною продукцією.

Ярмарок проводять у центрі міста Львова у літній період, на площі Ринок, де свою продукцію представляють понад 20 фермерів не тільки зі Львова, а й з області. Тут продавці спілкуються з покупцями, допомагаючи вибрати певний продукт з дегустацією. Учасники ярмарку мають можливість навести між собою партнерські відносини. Відвідувачі ярмарку можуть придбати такі продукти, як: молочні, різні види сирів, м'ясні вироби, рибу, овочі, зелень, фрукти та багато іншого.

Отже, такі проєкти є підтримкою для розвитку фермерів і локальних виробників гастропродукції та налагодження співпраці з туристичним бізнесом. Участь в таких проєктах дає можливість представити та розрекламувати бренд, збільшити базу клієнтів, отримати додатковий дохід, розвивати індустрію гостинності регіону.

Нові технології. Туристична діяльність все більше переходить на нові технологічні методи роботи. Як не дивно, але саме COVID-19 став сильним поштовхом у розвитку технологій в індустрії туризму, зокрема і в гастрономічному. Сфера гостинності як на глобальному, так і на національному рівнях сильно постраждала від кризи, пов'язаної з поширенням COVID-19. Глобальні наслідки цієї кризи вплинули на поведінку споживача, а саме виникли нові звички та очікування [14].

До прикладу, COVID-19 суттєво вплинув у 2020-2021 рр. на функціонування закладів харчування. Виходи з умов карантинного обмеження ресторанний бізнес почав шукати ще під час обмежень. Під час карантину

заклади харчування запровадили доставку страв клієнтам додому, розробили безконтактне меню. В закладах громадського харчування розробили QR-меню, відвідувачі мають тепер можливість переглядати меню з телефона, вибираючи самостійно страви та напої із мінімізацією міжособових контактів. Загальною метою впровадження нових технологій у гастрономічному туризмі є підвищення якості послуг та ефективності функціонування суб'єкту господарювання.

Розвиток Інтернету позитивно впливає на роботу закладів харчування, все частіше з'являються нові напрями і можливості. Одним із таких напрямів у сфері громадського харчування стали мобільні додатки для доставки їжі з закладів харчування та продуктів з супермаркетів, що є зручним рішенням у сучасних умовах життя.

У зв'язку з пандемією інтенсивно почали розвиватися служби доставки їжі, які вже стали частиною повсякденного життя. Вибравши в гаджеті певні страви чи продукти, можна замовити їх кур'єрську доставку під двері у зручний час для клієнта, а за бажанням є можливість і безконтактної доставки.

Унаслідок вровадження нових технологій виникли онлайн гастрономічні тури. Львівська туристична компанія Ukraine Travel Lab під час карантину COVID-19 запровадила онлайн дегустації. Компанія пропонує онлайн дегустацію кращих українських вин з сомельє, кави, вечерю зі стравами галицької кухні, дегустацію питних алкогольних медів та мандрівку у світ бортників, дегустацію ягідних вин зі сімейної виноробні з околиць Львова. До прикладу, для дегустації кави онлайн компанія завчасно доставляє замовнику дегустаційний сет із трьох видів кави та 2 дріп-пакети з кавою, попередньо повідомляють про те, що необхідно підготувати для дегустації кави. Згодом в узгоджений час група зустрічається на онлайн лекцію з експертом на віртуальну екскурсію, дізнаються цікаві факти про каву, як на смак кави впливає вода та

температура заварювання, про правильні способи домашнього приготування, про феномен кавової культури Львова та іншу цікаву і корисну інформацію [62].

Отож, виходячи із обставин, пов'язаних із розповсюдженням COVID19, набуло поширення багато нових технологій, які застосовуються у різних сферах життя суспільства. Ці технології дають нові можливості, спрощують процеси організації гастрономічного туризму, покращують якість управління ними. Зокрема, йдеться про створення мобільних додатків, QR-меню, служб доставки, що є складовою успішної роботи закладів громадського харчування в умовах нестабільності.

Екобезпечна діяльність. Важливим інноваційним фактором розвитку гастрономічного туризму в регіоні є розвиток фермерських господарств, що не лише виробляють традиційну і екологічно безпечну сільськогосподарську продукцію, а й пропонують відвідувачам екскурсії, дегустації продуктів, сільський відпочинок. Відвідавши екоферми, можна домовитися про регулярну доставку фермерських продуктів в заклади харчування чи додому, що є корисним та актуальним сьогодні. Крім того, розвиток екоферм в регіоні сприяє розвитку територіальних громад, створенню робочих місць і розвитку інфраструктури регіону.

Для прикладу, у селі Климець на Львівщині розташоване одне із найбільших в Європі еко-фермерських господарств «Плай», яке приймає туристів та виготовляє локальну продукцію. Ферма побудована у 2020 році, тут проживають альпійські та зааненські кози, буйволи азіатської водяної породи, корови симентальської породи. На еко-фермі «Плай» молоко

переробляють на власній сироварні, де виготовляють екологічно чистий сир, збагачений корисними елементами. Під час екскурсії фермерським господарством відвідувачам пропонують дегустацію сирів з козячого молока, коров'ячого та буйволиного молока і сироватки. Усю продукцію ферми можна придбати на місці або зробити онлайн-замовлення. Також пропонуються

екскурсії, під час яких можна побачити умови проживання тварин, особливості їх харчування, ознайомитись із процесом виробництва сирів [18].

На Львівщині останнім часом також активно розвиваються і набувають популярності сімейні сироварні, одна з яких – «Гарбузовий рай» – розташована 35 км від Львова у селі Мильчиці.

Сімейна сироварня пропонує відвідувачам екскурсії, під час яких можна не лише ознайомитися з технологічним процесом виготовлення сирів у спеціально обладнаних кімнатах, дізнатися цікаві факти про сири, спробувати себе у ролі сировара і отримати сертифікат з проходження курсу «Сировара-початківця». Після екскурсії гостям запропонують
продегустувати різноманітні натуральні сири власного виробництва, а також придбати ті продукти, що найбільше припали до смаку.

Камамбер, сир з грецьким горіхом, літній з афінами, Халумі, Рікота, Говерла, сирні кульки – усі ці сири виготовляють на сироварні «Гарбузовий рай». Окрім самої сироварні, продукцію можна придбати в Інтернет-магазині на офіційному сайті сироварні. На сироварні також проводять майстер-класи з сироваріння для дорослих і окремо для дітей [46].

Такі фермерські господарства можуть вирощувати та виготовляти продукцію спеціально для закладів харчування, а також бути окремою туристичною локацією.

Слід відзначити, що еко-ферми є безпечними для навколишнього середовища. На таких господарствах заборонено використання хімічних речовин чи препаратів штучного походження. Однак організація органічної ферми вимагає від фермера дотримання певних вимог, щоб забезпечити тваринам відповідні умови. До прикладу, при органічному вирощуванні тварин профілактично використовують спеціальні добавки, які покращують засвоюваність натуральних кормів та здоров’я тварин, що згодом дасть

можливість отримати корисні та безпечні продукти. Однозначно, що в подальшому якість споживаних кормів впливає на якість м'яса чи молока чи іншого продукту.

Тваринам на органічних фермах забезпечуються сприятливі умови проживання, вони перебувають у природних умовах, випасаються на закритих територіях, їм ретельно підібраний раціон, що складається з натуральних кормів, створені усі умови для природніх потреб. Важливо, що тварини на фермах знаходяться під постійним наглядом ветеринарів. Зокрема, на еко-фермах Львівщини створені усі необхідні умови для тварин – не лише чистота і простір, а в окремих випадках навіть масаж і музика.

Концептуальні заклади. У сучасному світі існує велика кількість різноманітних закладів харчування, адже вже недостатньо гостям пропонувати тільки якість, безпеку продукту й гостинність. У теперішній час в заклади громадського харчування йдуть не тільки щоб поїсти, а й за новими емоціями, щоб відпочити у гарному атмосферному закладі за смачною їжею, комфортно провести ділові зустрічі тощо. Щоб залучити відвідувачів в заклад харчування йому необхідно постійно розвиватись, розробляти нові шляхи для залучення клієнтів, впроваджувати інновації. Оптимальним є поєднання таких засобів у межах цілісної концепції.

Колись територія Львова в основному була заселена польським та єврейським населенням, українці проживали на околицях міста. На основі поєднання української, польської та єврейської кухні у Львові почали з'являтись ресторани галицької кухні.

До прикладу, одним із відомих закладів галицької кухні є «Ресторація Бачевських». Кухня закладу до сьогодні зберегла рецепти галицької, української, польської, єврейської та європейської кухні. Відома родина Бачевських ще із 1782 року, коли відкрили першу у світі фабрику виробництва

горілки, сьогодні у ресторації гостям пропонують наливки та настоянки, виготовлені за власним рецептом закладу.

У ресторації подають гостям традиційні галицькі страви – борщок з вушками, журек по-львівськи, банош з бринзою, пироги з капустою та грибами або з м’ясом, лазанки з грибами, шийки по-єврейськи, ковбаски власного виробництва, шніцель з курки, фермерські або європейські сири, десерти та напої. Традиційні регіональні страви у ресторані подають у сучасних авторських інтерпретаціях.

Упродовж довгого часу існування ресторація галицької кухні залишається відомою та є улюбленим закладом як серед львів’ян, так і серед гостей міста [43].

У Львові також розташований один з найбільших закладів галицької кухні з власною пекарнею та пивоварнею, крамницею гастрономічної та авторської сувенірної продукції – ресторан «Голодний Микола». Усередині закладу є ставок, де гість може власноруч зловити рибу, а кухарі ресторану одразу її приготують за обраним рецептом гостя, що і буде власне емоцією.

У ресторані подають традиційні галицькі страви – флячки, капусняк, задимлений бограч, різноманітні ковбаси власного виробництва, пироги, капустяні завиванці, макітри з варениками, пательні з баношами та бігусами, пляцки, андрути. На нашу думку, назва ресторану «Голодний Микола» повністю відповідає його концепції.

Також тут розроблене спеціальне дитяче меню, всередині ресторану є велика дитяча зона з іграшками та розмальовками. За дітьми тут доглядають професійні няні [42].

Отже, у сучасних умовах, особливі вимоги висуваються до закладів харчування. Концептуальні заклади, безумовно, більш ефективно залучають туристів, сприяють створенню конкурентоспроможного гастрономічного

туристичного продукту, підвищенню туристичної привабливості Львівської області загалом.

Маркетинг у соцмережах. Соціальні мережі надають великі можливості для суб'єктів туристичної діяльності. Маркетинг у соціальних мережах вважається найефективнішим інструментом для просування туристичного продукту, зокрема гастрономічного. Найбільш ефективними соціальними мережами в контексті розвитку гастрономічного туризму в регіонах України є Facebook та Instagram. Ці платформи дуже зручні, надають можливість подати рекламу у різних форматах (фото, відео, текст, покликання), виставляти пропозиції, ділитись новинами про події, реалізовувати продукцію, а також залучати аудиторію та спілкуватись з підписниками. Слід відзначити, що пандемія значно прискорила перехід до цифрової реклами, зокрема у сфері гостинності.

Сучасна гастрономічна культура базується не лише на приготуванні і вживанні їжі, але й на її спогляданні та створенні тематичних фото і відео. До прикладу, сьогодні фотографування їжі перед її споживанням стало певним ритуалом, що активно поширюється за посередництвом соціальних мереж. Потенційні споживачі хочуть не тільки почитати про страву чи побачити професійні фото, а й глянути на неї очима інших споживачів, які зробили і поширили відповідні авторські зображення чи відео у соцмережах.

Доречним прикладом є функція соцмереж – хештег, за допомогою якої у соцмережах просувають офіційні сторінки, а користувачі соцмереж використовують для пошуку певної події, продукту, закладу тощо.

Важливим процесом, до якого залучені різноманітні маркетингові інновації, у регіональному розвитку гастрономічного туризму є брендинг, зокрема територіальний. Гастрономічна культура територій закономірно є одним із найбільш виразних аспектів брендингу дестинацій, і має приклади успішного використання, зокрема у Львові («Місто кави»).

Інновації у сфері туризму іноді виникають зовсім несподівано і навіть непередбачувано під впливом подій у суспільстві. Тому вивчення інноваційних процесів, причин появи нововведень, розробка методів їх впровадження представляє значний і практичний науковий інтерес. Також важлива роль держави в розвитку інновацій у сфері туризму, а розробка та реалізація механізмів державної підтримки цих напрямів актуальна [52].

РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

3.1. Етногастрономічний туризм у Львівській області як елемент регіонального туристичного брендингу

Туризм як потенційний ресурс розвитку економіки країни характеризується позитивними тенденціями щодо задоволення попиту на туристичні послуги. Туристична діяльність відіграє все більш важливу роль у історичному, духовному, культурному, економічному та політичному житті держави і перетворюється на засіб досягнення порозуміння і толерантності у відносинах між численними етнічними спільнотами та культурами. Врахування потреб і мотивацій різних категорій туристів сприяє більш повному використанню культурного потенціалу території країни. Важливим напрямом розвитку сучасної туристичної діяльності є етнічний туризм.

Метою етнічного туризму є відвідування етнографічних об’єктів для пізнання культури народу, етносу, що проживає зараз або проживав на певні території, традицій, етнічних особливостей, національної кухні тощо. Можна сказати, що етнічний туризм виступає формою історико-культурної спадщини регіону. Подібний вид туризму здатний задовільнити цілий ряд духовних потреб

людини. Головною цінністю етнічного туризму є громади, культура яких відрізняється від культури туристів.

Етнічний туризм дає можливість дізнатися більше про своє походження або вивчити історію певного народу не лише туристам, а й науковцям.

Завдяки розвитку етнічного туризму можуть відновлюватись родинні зв'язки. Туристи часто шукають своїх предків, хочуть встановити спорідненість і підтримувати контакт з родиною. У зв'язку з глобалізацією, що пов'язано з спрощеним режимом перетину кордону, етнічний туризм також набирає популярності. Люди стали все більше емігрувати з метою кращого заробітку, працевлаштування, освітніх та інших програм. Спрощений режим перетину кордону також вплинув на туристів, які емігрували давно. Для мігрантів цей вид туризму є актуальним, адже дає змогу підтримувати контакт з країною їхнього походження. Етнічний туризм допомагає підтримувати духовні та культурні національні цінності в інших державах, за рахунок мови, релігійних і культурних традицій.

Етнічний туризм особливо популярний у прикордонних регіонах, де в зв'язку з історичними обставинами змінювалися державні кордони, відповідно відбувалося переселення народів.

Популярність етнічного туризму зумовлена також тим, що в сучасному світі, проблеми збереження, розвитку і відродження народної культури набувають щоразу більшої актуальності. Все більше людей переїжджають до мегаполісів, де з часом втрачаються багаторічні звичаї і традиції народу. Поєднання відпочинку з пізнанням особливостей історії та культури іншого народу – одне із завдань, яку повною мірою здатний вирішити етнічний туризм.

Поняття «етнічний туризм» все частіше з'являється в працях науковців, а також в дискурсі організаторів туристичних послуг. Водночас серед українських науковців немає єдиної думки щодо розуміння терміну «етнічний туризм».

За В. Кифяком, етнічний туризм – поїздки з метою побачень з рідними та близькими, форма туризму пов’язана з відвідуванням і виїздом у віддалені регіони або інші країни [24].

Етнічний туризм науковці В. Рожнова, Н. Терес трактують як засіб ознайомлення з культурними та побутовими особливостями різних народів світу, що використовується в багатьох країнах для підтримки економічного та культурного розвитку сільських регіонів і надання допомоги у збереженні культурної спадщини [131].

Водночас А. Голод та О. Мисяк, етнічний туризм аналізують як один із різновидів культурного туризму, що пов’язаний із ознайомленням з традиційними культурно-побутовими особливостями життя населення дестинацій [10].

На думку Н. Петрик та Т. Олексійчук, зміст етнічного туризму полягає у відвідуванні будь-якого етнографічного регіону задля задоволення своїх матеріальних та духовних потреб. Науковці зазначали, що етнічні особливості виявляються у культурі та побуті того чи іншого народу, зокрема національному одязі, традиціях, мові, національній кухні, мистецтві, менталітеті [34].

Науковцями часто здійснюються спроби виокремлювати певний вид туризму, але насправді більшість видів туризму тісно поєднані між собою. Для прикладу, з етнічним туризмом пов’язані етнографічний, пізнавальний, релігійний, сільський, гастрономічний та ін. Аналізуючи наукові публікації, можна помітити, що до етнічного туризму інколи відносять також сентиментальний туризм, який однак має часто зовсім відмінну мету.

Одним з головних ресурсів для організації етнічного туризму, є етнографічні об’єкти, адже для пізнання культури, побуту, традицій народу, туристи відвідують місцеві етнографічні об’єкти.

Пізнавальний туризму є схожим до етнічного. Цей вид туризму з етнічним поєднують подорожі з пізнавальною метою (екскурсійні тури) як форма організації. Основною причиною участі в етнічних турах є пошук автентичності і прямий контакт із громадами, етнічне та культурне походження яких відрізняється від стилю життя туристів.

Багато спільного етнічний туризм має з релігійним. Зокрема, турист, який мандрує на свою історичну батьківщину або цікавиться культурою певної території у більшості випадків відвідає старовинні поховання, церкви, що і буде формою етнічного туризму.

Етнічний туризм може включати в себе елементи сільського туризму, за рахунок поєднання відпочинку в сільській місцевості з пізнанням культури, традицій, кухні, звичаїв етносів, які проживають в цьому селі.

Безперечно, етнічний туризм успішно поєднується і з гастрономічним туризмом. Місцева кухня буде більш сприяти ознайомленню туристів з певною туристичною дестинацією. Турист може продегустувати страви локальної кухні певної етнічної території, поспілкуватися з місцевим населенням, взяти участь у традиційних святах, тобто відчути повсякденне життя певного народу чи етнічної групи.

Україна має достатньо ресурсів для розвитку етнічного туризму, що базуються на історико-культурних туристичних ресурсах. На території України знаходиться близько 130 тис. об’єктів культурної спадщини, які перебувають на державному обліку, серед них: понад 57 тис. – пам’ятки археології (з них 418 – національного значення), понад 51 тис. – пам’ятки історії (з них 142 – національного значення), майже 6 тис. – пам’ятки монументального мистецтва (з них 44 – національного значення), понад 16 тис. – пам’ятки архітектури, містобудування, садово-паркового мистецтва та ландшафтні (з них 3541 – національного значення) [35].

Одними із регіонів, для яких характерна велика кількість пам'яток культури є Львівська, Київська, Чернігівська області.

За даними Всеукраїнського перепису населення, на території Львівської області проживають представники понад 100 національностей і народностей. Найбільш чисельними національностями є українці (94,8%), росіяни (3,6%), поляки (0,7%), євреї (0,2%), білоруси (0,1%) [37]. Регіональні особливості побуту і культури Львівщини, функціонування етнографічних музеїв, проведення фестивалів, та інших подій на основі етнічної спадщини, є важливим краєзнавчо-туристичним ресурсом області і створюють можливості для розвитку етнотуризму в регіоні. Розвиток етнотуризму визначається національним складом населення регіону.

Територія Львівської області має давню історію заселення, що і створює сприятливі умови для розвитку етнотуризму.

На державному обліку на території Львівської області перебуває 8453 пам'яток культурної спадщини (з них 816 пам'яток національного значення): 3755 пам'яток архітектури (з них 794 – національного значення), 3833 пам'ятки історії (з них 14 – національного значення), 306 пам'яток монументального мистецтва (з них 5 – національного значення), 500 пам'яток археології (з них 15 – національного значення), 59 пам'яток садовопаркового мистецтва (з них 5 – національного значення) [27]. На території Львівщини розташовано найбільше пам'яток історії та архітектури в Україні, проте вони не в повній мірі використовуються для розвитку туризму, зокрема і етнічного.

Центральна частина Львова з ансамблем собору Святого Юра та горою Високий замок загальною площею близько 120 га була внесена до всесвітньої культурної спадщини ЮНЕСКО. До цього реєстру також належать дерев'яні церкви Львівської області, зокрема Церква Святого Духа (с. Потелич, Жовківський р-н), Церква Собору Пресвятої Богородиці (с. Матків, Турківський р-н), Церква Святої Трійці (м. Жовква), Церква святого Юра (м. Дрогобич).

Територія Львівської області характеризується наявністю різноманітних діаспор: польської, російської, білоруської, єврейської та ін., що також є передумовою розвитку етнічного туризму. Львівщина – етнічна територія на якій у різні періоди формувався український етнос. На території області проживають такі етнічні групи як бойки і лемки.

Бойківщина – етнографічний район на заході, що займає центральну частину Українських Карпат. Назва бойки зафіксована у джерелах XVIIXVIII ст. Її походження має різні пояснення. Сучасний дослідник М. Худаш вважає, що ця назва походить від антропоніма (власні імена людей) “бойко”. Бойки здавна були землеробами. На Бойківщині також розвивалися різні ремесла і промисли. Регіональні особливості є характерними для різних галузей традиційної духовної культури жителів бойківського краю. У календарних і сімейних звичаях та обрядах, віруваннях, міфології, народних знаннях, звичаєвому праві простежуються нашарування різних епох і уявлень, передусім тісний зв’язок із житейськими справами людини. Бойківська фольклорна традиція донесла до нашого часу цінні пам’ятки давніх верств усної поетичної творчості і українського народу [19].

Лемківщина – найдалі висунутий на захід історичний край української землі. Займає західну частину Карпат по обох схилах так званих Низьких Бескидів. Назву лемки подають джерела з XVI ст. Як вважає частина дослідників, вона надана сусідами лемків від поширеної у народній мові останніх діалектної частки “лем” (у значенні “лише”, “тільки”). Давніми предками лемків, як і бойків, вважається слов’янське плем’я білі хорвати, яке проживало в Карпатах і Прикарпатті. На Лемківщині було поширено землеробство, різні домашні промисли: обробки дерева, каменю, вовни, гончарство, виготовлення посуду тощо. Локальні культурно-побутові риси лемків позначені впливами дуже різних за походженням і національним характером культур сусідів лемків – поляків, словаків, угорців, чехів [19].

Зважаюче на вищесказане, можемо зробити висновок, що Львівська область достатньо багата на етнотуристичні ресурси. Розвиток етнічного туризму в регіоні може стати поштовхом для розвитку територій і громад. В області варто проводити більш детальні дослідження етнічного туризму, а також проводити перспективні проєкти, які можуть вивести етнічний туризм на новий рівень розвитку. Необхідно розробляти нові програми турів, які би зацікавили внутрішнього туриста та іноземного.

Традиційно в системі туристичного обслуговування етнічні та гастрономічні особливості території поєднувалися в межах окремих турів. Саме активне поширення етнічного туризму розпочалося в останні роки, коли туризм перетворився з виключно економічної категорії в культурнопізнавальну, що пов'язане з потребою мандрівників у знанні традицій інших народів, їх культурно-історичних цінностей та особливостей життєдіяльності, через національну кухню в тому числі [4].

У вітчизняній науковій літературі *етногастрономічний туризм* не виділяється окремо, хоча попит на подорожі з елементами ознайомлення з гастрономічними особливостями окремих етнічних чи національних груп або територій зростає.

У нашому розумінні, етногастрономічний туризм – це один із нових напрямів туризму (на межі етнічного і гастрономічного), який знайомить туристів з автентичними особливостями кухні певної території або національних (етнічних) спільнот, які традиційно на ній проживають.

Метою етногастрономічного туризму є знайомство з особливостями традиційних страв і напоїв, які готуються за місцевою рецептурою століттями, а також культурою споживання їжі. Найбільш тісно етногастрономічний туризм пов'язаний із етнічним та культурнопізнавальним видами туризму.

У контексті розвитку етногастрономіного туризму в регіоні особливості технології приготування місцевих харчових продуктів, автентичні продукти гастрономічного туризму, історію та традиції їх споживання вивчали М. Паска та інші науковці [59].

Варто зауважити, що етнічний гастротуризм передбачає, як правило, не лише ознайомлення з історією і традиціями споживання, а також технологіями приготування місцевих харчових продуктів, а й їх безпосередню участь у «діяльності місцевої кухні» [33].

Як і будь-яка кухня з багатим історичним минулим, українська кухня є в значній мірі регіональною, інтегруючи кулінарні традиції інших народів. Так, західноукраїнська кухня помітно відрізняється від східноукраїнської: відчувається вплив польської кухні на подільську, турецької кухні на буковинську, угорської на гуцульську [5].

Важливим показником розвитку етногастрономічного туризму в регіоні є його історія, культура народу, кухня з багатим історичним минулим, регіональні страви національної кухні. Необхідно зауважити про те, що кожна країна, регіон мають потенціал для проведення етногастрономічного туризму на своїй території, адже в кожному регіоні є свої народні традиції, культура народу, місцеві кулінарні традиції, звичаї, національні і регіональні страви, форми гостинності. Однак існують регіони, які є лідерами у цьому напрямі.

Львівська область – одна з найбільш відвідуваних областей України, яка приваблює туристів не тільки архітектурою, віковою історією а й локальною кухнею. Гастрономічні тури ресторанами регіону користуються величезною популярністю, а в програми екскурсій часто включено відвідування найбільш відомих кав’ярень, ресторанів і львівських кнайп.

У Львові крім українців проживали представники різних народностей: вірмени, австрійці, поляки, євреї, які залишили у меню кухні такі страви, як

форшмак, бігос, журек, ковбаски у різних формах приготування, фаршированa риба, андрути та інше. Також у Львові проживали італійці, від яких залишилися в меню помідорові зупи, лазанки, марципани тощо.

Часто виникає дискусія щодо традиційної кухні Львова. Слід її називати власне львівською чи галицькою? На наш погляд, львівська кухня має вивчатися окремо, але як частина галицької кухні. Формування львівської кухні мало ті ж передумови, що й галицької, однак львівська завжди була більш «панською», адже включала багато десертів, фруктів і ягід.

В контексті галицької кухні, яка залишила свій слід у гастрокультурі сучасного Львова, слід згадати, про етнографічні групи, які проживають на території Львівської області і сформували свої кулінарні традиції – лемки і бойки.

Основними продуктами лемків були картопля, галушки, каші, капуста, квасоля, молочні продукти, яйця, зрідка споживали м’ясо. Картопля була щоденною стравою у різних формах приготування, часто вживаною була каша, і популярними були страви з тіста. Серед супів була популярна киселиця, яка є найдавнішою і найвідомішою лемківською стравою, частіше її готували зимою. У піст в більшості готували страви з тіста, грибів і капусти. Лемки споживали натуральні продукти і прості в приготуванні. Винахідливість лемків допомагала зі звичайних продуктів готувати смачну й поживну їжу. Однозначно, традиційна лемківська кухня є актуальною і доречною у сучасному світі.

Серед основних продуктів бойків були картопля, капуста, гриби, квасоля, горох, кукурудза, жито, лляна олія, молочні продукти, зрідка м’ясо. Традиційними стравами бойків були страви з картоплі, грибів і капусти, мачанка, колочений горох, затирка, стиранка, гуляш, випічки з медом, горіхами і ягодами. Улюбленою стравою бойків були пироги з картоплею, сиром, капустою і чорницею.

Отже, кухня вищеназваних етнічних груп вирізняється простотою і базується на продуктах, які вирощувались і виготовлялись на місці. Кухня цих етнічних груп і до сьогодні залишається важливою складовою гастрономічної етнокультури Львівської області.

Різноманітний етнічний склад населення Львівської області зі своєю культурою та традиціями, історичне минуле регіону, велика кількість історичних, архітектурних, природних об'єктів, а також кулінарна культура області – все це є важливими складниками потенціалу розвитку етногастрономічного туризму в регіоні.

Однак, для сучасних туристів лише їжі і напоїв замало, потрібні також видовища. У цьому випадку задоволенню потреб туристів сприятиме проведення етногастрономічних фестивалів. На Львівщині вже традицією стало проводити щорічні гастрономічні та етнічні фестивалі, які дають можливість учасникам ознайомитись з національними етногастрономічними традиціями. Такі фестивалі забезпечують популяризацію туристичного бренду області, сприяють активному розвитку цільових туристичних поїздок.

Особливої популяризації набувають етнічні фестивалі, які в свою чергу можуть називатись етногастрономічними, оскільки в таких фестивалях зазвичай присутні елементи автентичної кухні.

Мета гастрономічних фестивалів – підняти культуру харчування поза межами родини, залучаючи звичайних людей та популярну індустрію [90].

Гастрономічні фестивалі та заходи – це про занурення людей у реальні та захоплюючі заходи, які пов'язані із куштуванням їжі та напоїв, а також інших культурних подій. Такі події зазвичай організовуються для того, щоб привернути увагу до страв місцевої кухні, вин та спиртних напоїв, які є частиною гастрономічної історії регіону. Гастрономічні події мають великий вплив на імідж певної туристичної місцевості та розвиток сталого туризму, а для організаторів таких подій це є можливістю віднайти нові ідеї [57].

На нашу думку, до основних проблем розвитку етногастрономічних фестивалів у Львівській області слід віднести низький економічний рівень територій, відсутність розроблених програм для розвитку фестивалів, малу кількість засобів розміщення, особливо не в туристичних районах, а також відсутність комфортного транспорту.

Варто також відзначити, що розвиток фермерських господарств суттєво вплинув на гастротуристичний потенціал Львівської області. За рахунок таких господарств можна розвивати й етногастрономічний туризм.

У Львові, на площі Ринок для розвитку малого бізнесу вперше (2020 р.) від міської ради було організовано фермерський ярмарок. На ярмарку свою продукцію представляли безпосередньо місцеві виробники, двадцять фермерських господарств Львівщини. Такі ярмарки можна спостерігати у європейських країнах, для місцевих жителів можливість придбати натуральні продукти, посмакувати чогось вишуканого, для туристів чогось нового. Подібні ярмарки можна організовувати також в районах, що дасть змогу більшій кількості підприємців взяти участь у ярмарках та розказати про себе, а туристам пізнати колорит місцевих страв та гарно провести час. Це гарна можливість просувати локальні продукти, створювати і підтримувати імідж кухні, розвивати регіон як бренд і створювати етногастрономічні маршрути.

У Львові є заклади, які спеціалізуються на національній та етнічній кухні. Відвідування таких закладів можна поєднати з вивченням культурних особливостей не лише українців, а й поляків, вірменів, євреїв.

Одним із найстаріших закладів ресторанного господарства Львова вважається ресторан «Атляс», який має багату історію, та розташований у самому серці міста – на площі Ринок.

Із рестораном «Атляс» пов’язано багато цікавих історичних подій. Зокрема, наприкінці XIX – на початку XX століття, тут полюбляли збиратися

митці (художники, поети, музиканти), а також місцеві професори та чиновники. У закладі влаштовувалися акторські та ораторські конкурси, тут завжди лунали дискусії та інтелектуальні жарти.

Ресторан «Атляс» – атмосферний заклад з вишуканим інтер'єром, складається з п'яти залів: Лицарського, Бочкового, Білого, Сірого та Зеленого. Лицарський зал є найбільш вражаючим. Тут можна побачити десятки портретів галицьких монархів, князів, лицарів.

У меню ресторану гостям пропонують автентичну галицьку кухню в авторській подачі, традиційні страви української, європейської та польської кухонь, страви угорської кухні та єврейської, а саме – борщ, журек, помідорову зупу, картоплю по-домашньому зі шкварками, хумус, бограч, андрути тощо. Особливістю ресторану є приготування свіжого м'яса на розпеченому лава-камені.

Першим рестораном бойківської кухні у Львові є «Бойківська гостина». Тут представлені традиційні страви бойків, серед яких: дзяма, тарчаники, лиганці з сиром і шкварками, книші з картоплею, картопляники з капустою.

Ресторан «Українське подвір'я» характеризується, як етнічний ресторан, де збереглися українські традиції в самому центрі міста. Елементи інтер'єру закладу нагадують про українську історію та звичаї, а туристів знайомить з культурою країни. В ресторані можна посмакувати стравами власного приготування: варениками і дерунами, маринованими грибочками, м'ясними і рибними стравами, різноманітною квашениною.

Одним із перших закладів з автентичною галицькою кухнею у Львові є ресторан-пивоварня «Кумпель». У меню представлені фірмові страви, серед яких: галицький борщок, м'ясна дефіляда, метрова ковбаса, тушкована капуста на меду, бульба печена в салі, різні ковбаски власного виробництва, які готуються з натуральних продуктів місцевого походження, великий вибір пива.

Особливістю закладу є власна міні-пивоварня. Також в ресторані присутня інтернаціональна кухня, яка об'єднує рецепти австрійської, галицької, польської та угорської кухні.

На одній з найдовших вулиць історичного центру міста, знаходиться найвідоміший ресторан єврейської кухні «Під Золотою Розою». Колоритний дизайн інтер'єру оформлений у стилі справжньої єврейської оселі – скатертини ручної роботи, семисвічники, антикварні скрипки, раритетні праски й швейні машинки. У меню пропонують традиційні галицькі єврейські страви, серед яких є фірмові: гефілте фіш, хумус, мацу, цимес, форшмак, та інші смаколики єврейської кухні. Особливістю закладу є й те, що за вартість страви можна з офіціантами торгуватись. Через ознайомлення з кухнею закладу, оформленням інтер'єру, обслуговуванням офіціантів, можна дізнатись про історію євреїв Львова.

Серед ресторанів вірменської кухні на сьогодні популярним є «Mangal Garden», що знаходиться у ТРЦ «Victoria Gardens». В меню ресторану присутні страви вірменської і європейської кухні, серед яких: шашлик з свинини, курятини, телятини, різноманітні стейки, люля-кебаб з яловичини і баранини, долма з мацоні й часником. Особливістю ресторану є приготування страв на живому вогні за допомогою мангалу.

Ресторан вірменської кухні «Єреван» знаходиться в Галицькому районі Львова. У меню ресторану представлений великий вибір страв з м'яса, приготованих за класичними вірменськими рецептами, хачапурі, плов та інше. Колоритний інтер'єр виконаний у традиційному вірменському стилі – цегляне мурування стін, меблі з натурального дерева, текстиль у візерунчастій гамі.

Вищеназвані ресторани представляють кухні народів з особливими культурними традиціями, що відрізняються від інтернаціональних. Завдяки таким тематичним ресторанам туристи мають можливість познайомитись з іншими культурами. Наприклад, відвідавши ресторан польської кухні,

відвідувач знайомиться з культурою сусідньої країни, яка зрештою для України є близькою.

Однак, для того, щоб не втрачати етнічну і гастрономічну культуру регіону, слід розвивати саме ресторани львівської і галицької кухні. Розвиток етнічних ресторанів – це досить ефективний метод залучення відвідувачів. Наприклад, завдяки ресторанам з бойківськими і лемківськими стравами, туристи мали би можливість дізнатись про існування та особливості таких етнічних груп як лемки і бойки. Необхідно залучати також фахівців для розвитку етнічних закладів, наприклад для створення меню певного етносу, оформлення відповідного інтер'єру закладу, відображення національних традицій. Також варто розробляти етнічні тури, які знайомлять з львівською і галицькою кухнею.

Перелік основних етногастрономічних локацій Львівської області подано у табл. 3.1.

Отже, проаналізувавши заклади харчування в регіоні, можна зробити висновок про те, що тут досить мала кількість ресторанів з галицькою кухнею, поряд із тим, що існує велика кількість ресторанів італійської, азіатської, грузинської кухні. Однак, у розвитку галицької кухні великі перспективи, адже в регіоні виготовляють локальні продукти за місцевими рецептами. З огляду на це, необхідно розвивати галицьку кухню з використанням саме локальних продуктів, наприклад, ресторанам співпрацювати з фермерськими господарствами, що буде також сприяти розвитку малого підприємництва у сільській місцевості.

Варто популяризувати галицьку кухню також і серед місцевих жителів, за рахунок проведення тематичних вечорів у ресторанах, майстер-класів серед кухарів, організовувати інші проекти.. Адже існує тенденція, що ресторани галицької кухні функціонують переважно для туристів. Потрібно брати приклад

з сусідніх держав, наприклад, Польщі, де багато ресторанів саме локальної кухні користуються попитом серед місцевих мешканців.

Таблиця 3.1.

Етногастрономічні локації Львівської області

№	Назва локації	Тип	Розташування
Галицька			
1	Кумпель	Ресторан	м. Львів, вул. Чорновола, 2б
2	Підпільний Кіндрат	Ресторан	м. Львів, вул. Валова, 25
3	Голодний Микола	Ресторан	м. Львів, вул. Стрийська, 352
4	Ресторація Бачевських	Ресторація	м. Львів, вул. Шевська, 8
5	Перша львівська грильова ресторація м'яса та справедливости	Ресторація	м. Львів, вул. Валова, 20
6	Трапезна ідей	Ресторан	м. Львів, вул. Валова, 18А
7	Кентавр	Ресторан	м. Львів, пл. Ринок, 34
Єврейська			
8	Під Золотою Розою	Ресторан	м. Львів, вул. Староєврейська, 37
9	Ієрусалим	Кафе	м. Львів, вул. Мечникова, 39
Бойківська			
10	Бойківська гостина	Ресторан	м. Львів, вул. Митрополита Андрея, 8,
11	Карпатська сироварня Комарницьких	Фермерське господарство	смт. Бориня, Турківський р-н
Вірменська			
12	Mangal Garden	Ресторан	м.Львів, вул. Кульпарківська, 226а
13	Єреван (до 2020 року)	Ресторан	м. Львів, вул. Митрополита Андрея, 8

Польська			
14	Кумпель	Ресторан	м. Львів, вул. Винниченка, 6
15	Ратуша	Кафе	м. Львів, пл. Ринок 1
16	Купол	Ресторан	м. Львів, вул. Чайковського, 37
17	Трапезна	Ресторан	с. Волосянка, Сколівський р-н

Складено автором

Популяризувати галицьку кухню можна також через гастрономічні та етногастрономічні тури в регіон. При розробці подібних турів потрібно розуміти, що це завдання дуже креативне. Гастротуристичний тур повинен бути розробленим так, щоб сформувати максимально позитивне враження у туриста. Для цього туриста потрібно здивувати і запропонувати унікальний локальний туристичний продукт.

Отже, в етногастрономічні тури слід включати відвідування місцевих виробників продуктів, гастрономічні і етнічні фестивалі, тематичні ярмарки, ринки з фермерськими продуктами місцевих виробників. Етногастрономічні ресурси регіону повинні містити не тільки національну кухню, а також регіональні гастрономічні і культурні традиції, страви, які пов’язані з місцевістю і її історичним минулим.

Наявні у Львівській області туристичні ресурси є достатньою базою для розробки та втілення у життя нових гастрономічних маршрутів регіоном [20]. Завдання туроператорів – розробляти нові етногастрономічні маршрути, використовуючи багатий ресурсний потенціал Львівської області і вести роботу щодо просування і популяризації етногастрономічних туристичних ресурсів. Однак значних етногастрономічних проєктів на території Львівської області поки не розроблено, хоча у період виходу із кризи їх наявність буде дуже доречною.

3.2. Впровадження інноваційних кластерних моделей розвитку гастрономічного туризму в регіоні

В умовах ринкової економіки конкуренція та загроза банкрутства спонукають удосконалювати виробництво, підвищувати якість продукції, знижуючи її собівартість. Рушійною силою зростання конкурентоздатності підприємства є також впровадження інновацій. Саме на їх основі розробляються сучасні технології, нові підходи до організації виробництва, управління якістю продукції, які обумовлюють успіх і ефективність діяльності підприємства. Конкуренція лише створює ситуацію необхідності пошуку конкурентних переваг фірми і конкурентоспроможності товару, тобто лише спонукає удосконалювати увесь процес: від виробництва до збуту і споживання [40].

Упровадження продуктових, ресурсних, техніко-технологічних, організаційних та маркетингових інновацій у практику вітчизняних підприємств індустрії туризму не тільки дозволить залучити додатковий туристичний потік, поліпшити економічні показники діяльності туристичних підприємств і підвищити їх конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і зовнішньому туристичному ринках, але й забезпечить підвищення якості обслуговування гостей, більш повне задоволення їх потреб з урахуванням специфічних запитів окремих груп споживачів [51]. Можливість впровадження інновацій на підприємствах визначається рядом факторів, які акумулюють внутрішні і зовнішні можливості та загрози. Інноваційна спроможність підприємств знаходиться на досить низькому рівні, що здебільшого зумовлюється неефективним управлінням інноваційними процесами та неготовністю до інноваційних змін [17].

Вирішення цих проблем у процесі реалізації стратегії інноваційного розвитку може успішно забезпечуватися через організаційну культуру як

готовність і здатність управлінської команди забезпечувати динамічно-ефективне функціонування організації шляхом створення адаптивно-розвиваючих інноваційних змін в усіх підсистемах на принципах упереджувальної дії [17].

Одним із інструментів інноваційного розвитку на регіональному рівні, що здобув загальне визнання у багатьох сферах економічної діяльності, вважається кластерний підхід.

У літературі наводять велику кількість трактування терміну «кластер», і часто використовують цей термін під час обговорення розвитку економіки регіону.

Туристичний кластер розглядається як система інтенсивної виробничотехнологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових та додаткових послуг з приводу створення основного продукту кластера – туристичного продукту. До туристичних кластерів відносяться групи підприємств, сконцентрованих географічно в межах регіону, які спільно використовують спеціалізовану туристичну інфраструктуру, локальні ринки праці та інші функціональні структури господарства [48].

На думку Л. Гонтаржевської, туристичний кластер – це спільнота різних підприємств і організацій на певній території, що напряму або опосередковано пов’язані із наданням туристичних послуг [12].

Туристичний кластер передбачає об’єднання усіх суб’єктів туристичної галузі на певній території для подальшого спільного розвитку. Отже, одним з найкращих варіантів розвитку гастрономічного туризму в регіоні є кластеризація, що базується на об’єднані туристичних підприємств, виробників гастропродукції та органів влади для надання комплексних туристичних послуг.

На території Львівської області, незважаючи на наявність перспективних проєктів, досі не функціонує жоден власне гастротуристичний кластер, хоча є кластери сільського туризму, гастротуристичні кластери, які одним із своїх завдань мають туристичне використання місцевої гастрокультури.

З метою реалізації практичних напрямів інноваційного розвитку гастрономічного туризму в регіоні нами запропоновано формування першого власне гастротуристичного кластера на території окремих територіальних громад гірської частини Стрийського району Львівської області.

На наш погляд, ці території є, хоча і віддаленими від обласного центру, однак перспективними в контексті інноваційного розвитку гастротуризму. Функціонування гастрокластера позитивно буде впливати на розвиток економіки Стрийського району, підвищення добробуту населення, створення нових робочих місць, збільшення виробництва місцевої гастропродукції, покращення якості туристичних послуг.

На основі появи нових відвідуваних дестинацій, відповідно буде активно розвиватись гастрономічний туризм у районі. У центрі уваги даного виду кластера будуть гастрономічні елементи, етнокультура та традиції.

Основна мета пропонованого нами «Карпатського гастротуристичного кластера» – забезпечення ефективного розвитку гастрономічного туризму у Козівській, Славській, Стрийській об’єднаних територіальних громадах, створення нових гастротуристичних пропозицій, підвищення конкурентоспроможності території на туристичному ринку, а також індивідуальний розвиток усіх організацій, що входять до гастротуристичного кластера, формування гастротуристичного іміджу, популяризація окремих територій громад Стрийського району, як гастротуристичного регіону, збільшення фінансових інвестицій в район. Гастрономічний кластер буде саме тією рушійною силою, котра пожвавить туристичні потоки у Козівській,

Славській, Стрийській територіальних громадах, де вони все ще є недостатньо активними. Також даний вид кластера буде сприяти вирішенню ряду проблем, які є характерні для сільської місцевості.

Основою для створення такого кластера є особливі можливості на території об’єднаних територіальних громад Стрийського району, а саме: гастрономічні особливості, фермерські господарства, готелі, тематичні заклади харчування, історичні села, традиції, культура, красива природа тощо (рис. 3.1).

Завдяки кластерній ініціативі для туристів можна запропонувати більш багату і водночас конкурентоспроможну гастротуристичну пропозицію, ніж може запропонувати до прикладу, одна ферма чи сироварня. Крім того, такий кластер створить особливо сприятливі умови для функціонування малих туристичних суб’єктів.

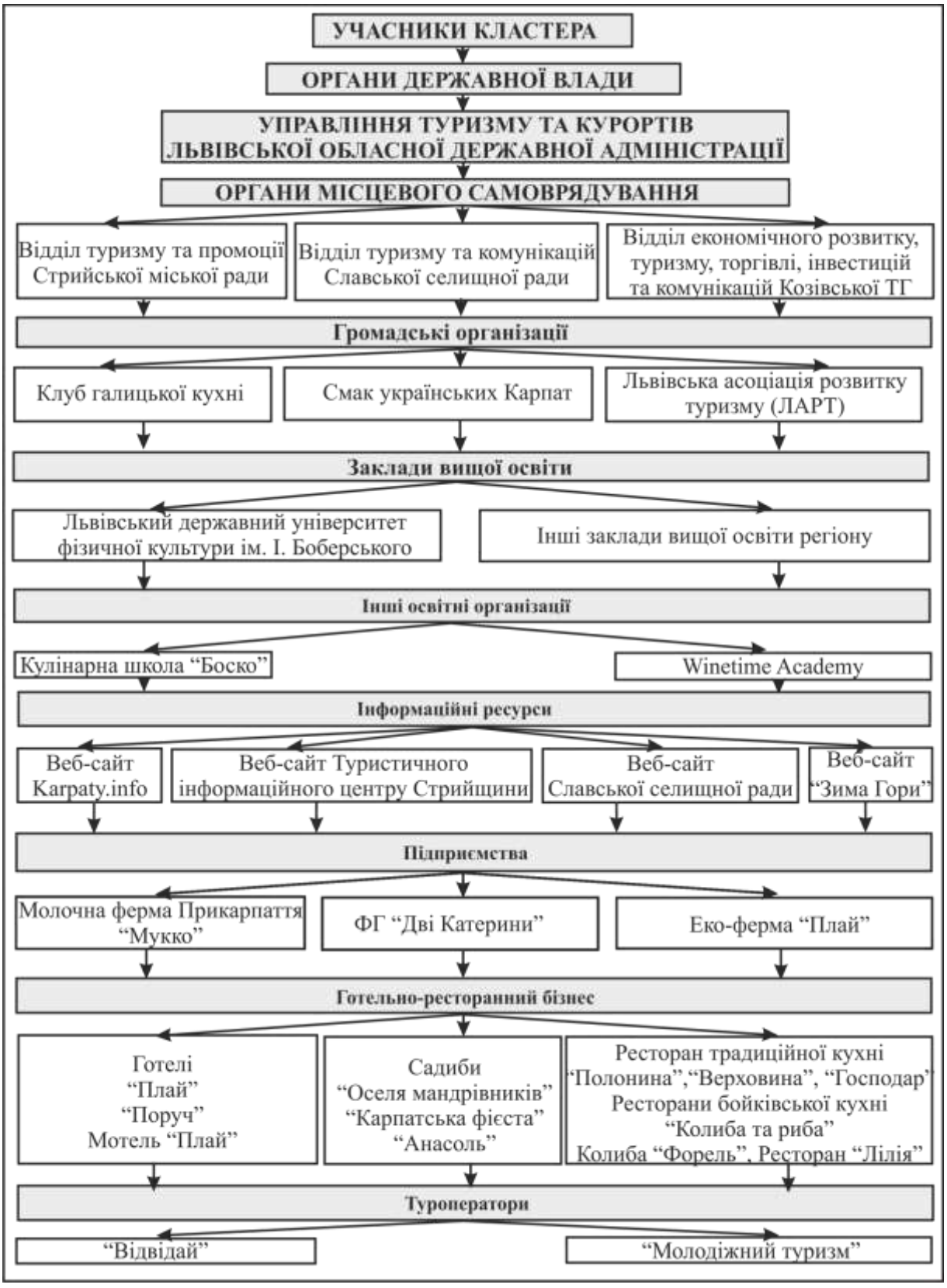


Рис. 3.1. Проєкт структури Карпатського гастротуристичного кластера.

Розроблено автором

Найбільш сприятливим у створенні туристичного кластера

гастрономічного туризму є взаємодія учасників кластера, яка спрямована на створення якісного туристичного продукту. Таким чином, такі об'єднання дозволять створювати привабливі гастротуристичні пропозиції щоб залучати туристів відвідати регіон.

Карпатський гастротуристичний кластер об'єднає малі та середні приватні підприємства. Гастрокластер буде взаємодіяти з державними органами на рівні держави, області і району, громадськими організаціями, з установами вищої освіти та освітніми організаціями з метою підвищення конкурентоспроможності гастротуристичних послуг на ринку. Слід відзначити, що таке об'єднання різних представників буде більш успішним для функціонування кластера. До прикладу, органи місцевого самоврядування нададуть можливості, для більш ширшого просування гастрономічних і туристичних господарств. Важливо при роботі учасники кластера мають працювати на основі принципів партнерства та співпраці, а не бути конкурентами.

Важливим завданням є підтримання діючих та створення нових об'єктів гастрономічного туризму в регіоні: фермерських господарств, підприємств харчової промисловості, гастромузеїв, дегустаційних залів, тематичних закладів харчування тощо. Не менш важливим завданням для учасників кластера є необхідність підвищувати і контролювати якість гастрономічної продукції.

Також об'єднуючи заклади ресторанного та готельного господарства, фермерські господарства та інші туристичні суб'єкти дозволить вийти на міжнародний ринок, що дасть можливість отримати додаткові кошти в бюджет ОТГ, зацікавити іноземних інвесторів, залучити сучасні технології у сфері харчової промисловості, впровадження сучасних екологічних стандартів.

Учасники кластера, зокрема виробники гастропродукції, мають розробити карту кластера та один спільний сайт для зручності сучасного вимогливого

туриста. Адже варто пам’ятати про те, що турист завжди хоче доступно знайти інформацію про регіон, як зручно доїхати, де зупинитись а також дізнатись, як отримати ряд інших додаткових послуг. Для сучасних туристів актуально було б також розробити мобільний додаток, який дозволить швидко знайти необхідну інформацію.

Потрібно розробити гастрономічні тури у регіон, які будуть передбачати відвідування об’єктів гастрономічного туризму: заклади ресторанного господарства, магазини з локальними гастрономічними продуктами, гастрономічні фестивалі та заходи, ярмарки, кулінарні майстеркласи, фермерські господарства, а також включити відвідування історичних і природних дестинацій. Під час туру туристам необхідно запропонувати продегустувати страви та напої традиційної місцевої кухні, ознайомитись з самим процесом приготування локальних страв, придбати гастрономічну продукцію.

Креативним завданням для кластера буде розробити розважальні програми у сільських місцевостях для туристів. До прикладу, проводити гастрофестивалі чи гастрозаходи, важливо щоб схожі заходи проводились регулярно а не один раз на рік.

Крім того, не менш важливим завданням для кластера є розробка екскурсійних програм тематичного спрямування по території об’єднаних територіальних громад, а також по різних цікавих місцях, адже екскурсія являє собою додатковий вид відпочинку. Автентична національна традиційна кухня, давні способи приготування їжі, мальовнича природа та багата історія регіону лише сприяє розвитку екскурсій, зокрема гастрономічних, а туристам це дає можливість залишитись відпочивати на довший час.

Для розвитку гастрономічного туризму потрібна якісна реклама. В сучасному світі важливою є реклама в соціальних мережах, створення відеороликів і фотографій місць відпочинку. Необхідно створити якісний

рекламний продукт кластера, висвітлюючи гастрономічні особливості району. Для представлення туристичного потенціалу регіону можна організовувати презентації, семінари та зустрічі у інших містах чи країнах. Створення легенд (наприклад, кожна назва села має свою легенду) і тематики сільських місцевостей, з залученням до цього мешканців, дасть змогу туристам поглянути на село з більш цікавішого і привабливішого ракурсу. Потрібно відзначити, що для учасників кластера буде ефективніше разом рекламувати спільну продукцію, також це значно зменшить витрати. Активна маркетингова діяльність і багато якісної реклами призведе до збільшення кількості туристів в районі.

Основним завданням гастрономічного кластера є розвиток гастрономічного туризму в регіоні. Важливо є розробити програми стратегій розвитку гастрономічного туризму в районі на державному та регіональному рівні. Розвивати і підтримувати розвиток фермерських господарств, що не лише виробляють традиційну і екологічно безпечну сільськогосподарську продукцію, а й пропонують відвідувачам екскурсії, дегустації продуктів, сільський відпочинок.

Ключовим завданням учасників кластера є співробітництво та взаємодовіра, відповідальність, підтримка розвитку певної галузі, підтримка один одного, проведення спільних тренінгів, спільна маркетингова діяльність а також обмін інформацією між учасниками кластера для інноваційного розвитку гастрономічного туризму в регіоні.

Для розвитку гастрономічного туризму в районі важливо звернути увагу на функціонування туристичної інфраструктури. Необхідно покращити умови проживання за доступною ціною для туристів на територіях об’єднаних територіальних громад. Також покращити та підтримувати якість сервісу, для забезпечення відпочинку і харчування відвідувачів, оскільки туристи

потребують комфорту. Розвивати тематичні заклади харчування щоб приваблювати туристів різними місцевими гастрономічними пропозиціями.

Важливим завданням є створення нового туристичного бренду регіону як гастротуристичного. Необхідно розробити стратегію створення гастротуристичного бренду окремих об'єднаних територіальних громад Стрийського району. Адже у сучасному світі бренд необхідний кожному регіону, який розвивається у сфері туризму. Говорячи про просування гастротуристичної дестинації, важливим фактором є формування та просування бренду регіону. Для формування бренду регіону слід використовувати культуру місцевості, історію, розташування, національні особливості території та ін. Брендинг є найкращим способом формування конкурентоспроможності регіону, дозволяє за умови використання сучасних інструментів маркетингу звернути на нього увагу потенційних споживачів туристичних послуг. На нашу думку, особливості гастрономічного туризму можуть ефективно використовуватися і у процесі туристичного брендингу регіону.

Подальшим завданням гастрономічного кластера є розвиток туризму, привертаючи увагу туристів до місцевості, а також пошук суб'єктів туристичного і гастротуристичного бізнесу, які зацікавлені у розвитку гастрономічного туризму в регіоні з використанням міжнародного досвіду.

Важливо щоб у цьому напрямі розвитку кластера була підтримка від місцевих органів влади та органів місцевого самоврядування, що дасть можливість для кластера постійно розвиватись і вдосконалюватись.

Отже, створення Карпатського гастрокластера на території окремих об'єднаних територіальних громад Стрийського району буде одним із важливих напрямів інноваційного розвитку гастрономічного туризму у Львівській області. Крім того, кластерне співробітництво дасть можливість суттєвого розвитку усім суб'єктам кластера. Отримати ефективний результат

розвитку гастротуристичного кластера можливе лише за умови об’єднання між різними суб’єктами туристичної інфраструктури, науковими установами і органами державної влади. Як показує світовий досвід за допомогою створення гастрономічного кластера можливо суттєво підвищити туристичну привабливість дестинації.

ВИСНОВКИ

Проаналізувавши наявні визначення гастрономічного туризму, зроблено висновок, що його слід трактувати, як спеціалізований вид туризму, який спрямований на ознайомлення туристів з гастрономічними особливостями і культурою певної території. Гастрономічний туризм має тісні зв’язки з такими видами туризму як культурний, подієвий, етнічний, агротуризм та ін. Невід’ємним елементом інфраструктури гастрономічного туризму є ресторанне господарство. До гастрономічної культури як об’єкта гастрономічного туризму віднесено кулінарні традиції, рецепти, культуру прийняття їжі, а також звичаї та обряди, котрі пов’язані з гастрономією. До організаційних форм гастрономічного туризму належать гастротури, гастрономічні фестивалі, гастрономічні заходи, інші форми туризму.

Обґрунтовано концепцію факторів інноваційного розвитку гастрономічного туризму в регіоні, здійснено їх класифікацію. Встановлено, що розвиток гастрономічного туризму у Львівській області зазнає сприятливого впливу всіх вищезазначених факторів, окрім політикоправових. Сприятливими факторами є багата кулінарна спадщина регіону, розвинута інфраструктура, фермерські господарства з харчовими продуктами місцевих

виробників, гастрономічні заходи та щорічні фестивалі, різноманітний вибір закладів ресторанного господарства.

За результатами аналізу сучасних тенденцій інноваційної діяльності, виокремлено актуальні напрями інноваційного розвитку гастрономічного туризму на регіональному рівні. До інноваційних факторів, що впливають на розвиток гастрономічного туризму у Львівській області, віднесено формування кластерів, розробку нових проєктів, впровадження нових технологій, екобезпечну діяльність, створення концептуальних закладів, маркетинг у соцмережах.

Обґрунтовано доцільність розвитку на території Львівської області перспективного виду гастротуризму – етногастрономічного. Охарактеризваоно потенціал та окреслено напрями розвитку етногастрономічного туризму в регіоні. Рекомендовано включати в етногастрономічні тури відвідування місцевих виробників продуктів, гастрономічні і етнічні фестивалі, тематичні ярмарки, ринки з фермерськими продуктами місцевих виробників. Етногастрономічні ресурси регіону повинні базуватися не тільки на національній кухні, а також і на регіональних гастрономічних і культурних традиціях, стравах, які пов’язані з місцевістю та її історичним минулим.

Обґрунтовано роль кластерного підходу у формуванні інноваційних моделей розвитку гастрономічного туризму. Розроблено проєкт гастротуристичного кластера, метою якого є забезпечення ефективного розвитку гастрономічного туризму в окремих об’єднаних територіальних громадах Стрийського району, створення нових гастротуристичних пропозицій, підвищення конкурентоспроможності території на туристичному ринку, а також індивідуальний розвиток усіх організацій, що входять до кластера, формування гастротуристичного іміджу регіону загалом, залучення інвестицій в туристичну сферу області.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антоненко В. Г. Міжнародний туризм як чинник взаємодії та взаємозбагачення культур. *Філософські нариси туризму*. Київ, 2005. С. 223– 233.

2. Басова В., Голод А. Проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму у Західному регіоні України. *Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туризму в регіонах України. Матеріали*

III Всеукр. наук.-практ. конф. (19–20 жовтня 2018 р., м. Львів). Львів, 2018. С. 62–64.

3. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2012. № 45. С. 128–132.

4. Бірічевська Л. В., Крайнюк Л. М. Етно-гастрономічний туризм: перспективи розвитку в Україні. *Сталий розвиток міст: матеріали XI Всеукр. студ. наук.-техн. конф. (24–26 квітня 2018 р., м. Харків)*. Харків, 2018. С. 47–49.

5. Блищак І. О., Ярмолюк Д. І. Сучасний стан гастрономічного туризму в Україні. *Актуальні проблеми туристичного країнознавства та туристичного краєзнавства. Зб. наук. пр.* Житомир, 2021. С. 606–607.

6. Величко В. В. Дослідження факторів розвитку туристської індустрії України. *Комунальне господарство міст*. 2012. № 102. С. 470–475.

7. Глушко В. О. Гастрономічний туризм як окремий вид у туризмі: поняття, сутність, класифікація. *Торгівля і ринок України*. 2016. № 39–40. С. 166–175.

8. Голод А. П. Інноваційні фактори безпеки регіональних туристичних систем. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2016. № 15. С. 160–163.

9. Голод А. П., Іжевська О. П., Коркуна О. І. Кластерна модель розвитку індустрії гостинності регіону. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління.* 2019. Вип. 4 (21). С. 375–380.

10. Голод А. П., Мисяк О. М. Сучасні проблеми розвитку бальнеологічних курортів Львівської області. *Актуальні питання економічних наук. Зб. матеріалів VII Міжнар. наук.-практ. конф.* № 1. Запоріжжя, 2015. С. 102–103.

11. Голод А., Никига О. Інноваційні фактори розвитку гастрономічного туризму у Львівській області. *Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення. Матеріали XII Міжнар. наук.практ. конф. (23–24 квітня 2020 р., м. Львів).* Львів, 2020. С. 279–282.

12. Гонтаржевська Л. Г. Ринок туристичних послуг в Україні: навч. посібн. Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. 180 с.

13. ГорбоГори. Агротуристичний кластер. URL: https://www.horbohory.com.ua/.

14. Гузар У. Є., Голод А. П., Паска М. З., Феленчак Ю. Б., Стахів І. М. Проблеми формування іміджу підприємств індустрії гостинності в умовах пандемії. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice.* 2021. Vol. 3 (38). P. 447–455.

15. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/.

16. Дишкантюк О. В., Власюк К. В. Гастрономічний туризм: підручник. Одеса: ОЛДІ-ПЛЮС, 2021. 136 с.

17. Добіжа Н. В., Гончаренко А. І. Актуальні питання впровадження інновацій на підприємстві. *Економіка та держава.* 2016. № 8. С. 35–37.

18. Еко-ферма «Плай». URL: https://ecofarm-play.com/.

19. Етнографія України / за ред. С. А. Макарчука. Львів: Світ, 2004. 518 с.

20. Єрко І. В., Адамавич І. О. Перспективи розвитку гастрономічного туризму на Поліссі. *Наукові записки Тернопільського національного*

педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Географія. 2016. № 1. С. 150–155.

21. Жданова О., Кравченко Н. Гастрономічний туризм в європейських країнах. *Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення. Матеріали XI Міжнар. наук.-практ. конф. (10–11 травня 2018 р., м. Львів)*. Львів, 2018. С. 248–252.

22. Зайцева В. М., Гурова Д. Д., Корнієнко О. М., Кукліна Т. С., Журавльова С. М. Використання інноваційних технологій в галузі туризму: монографія. Запоріжжя, 2015. 144 с.

23. Карюк В. І. Інновації як фактор розвитку сучасного туризму в Україні. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. 2016. № 2. С. 108–118.

24. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.

25. Кляп М. П., Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму. Київ: Вища освіта XXI століття, 2011. 334 с.

26. Ковешніков В. С., Гармаш В. В. Винний та гастрономічний туризм: важливий потенціал розвитку економіки. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 4. С. 32–37.

27. Львівська обласна рада. URL: https://lvivoblrada.gov.ua/.

28. Мірзодаєва Т. В., Батиченко С. П., Батун В. Є. Вітчизняна практика розвитку гастрономічного туризму. *Часопис картографії*. 2019. № 1. С. 100–110.

29. Омельницька В. О. Аналіз світового ринку послуг гастрономічного туризму. *Молодий вчений*. 2018. № 9 (2). С. 506–511.

30. Омельницька В. О. Об’єкти світового ринку послуг гастрономічного туризму. *Сталий розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика. Матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф.* Львів, 2018. С. 301–303.

31. Омельницька В. О. Сутність та класифікація видів гастрономічного туризму. *Приазовський економічний вісник*. 2018. № 1 (6). С. 15–20.

32. Осьмьоркіна Н. М. Особливості інновацій у розвитку туристичної галузі України. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/osmiorkina.htm.

33. Паска М. З., Боратинський О. В. Особливості страв автентичної кухні – основа розвитку етнічного туризму. *Україна-Литва: історичні, мовно-культурні та туристські паралелі. Матеріали міжнар. наук.-практ. конф.* Київ, 2021. С. 147–150.

34. Петрик Н. А, Олексійчук Т. В. Етнічний туризм: зміст, особливості та форми. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Географія. Зб. наук. пр. № 20. Вінниця, 2010. С. 210–214.*

35. Про затвердження Загальнодержавної програми збереження та використання об’єктів культурної спадщини на 2004–2010 роки: Закон України від 20 квітня 2004 року № 1692-IV. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1692-15#Text.

36. Про затвердження Програми розвитку туризму, курортів і рекреації у Львівській області на 2018–2020 роки: Рішення 558. URL: https://archive.lvivoblrada.gov.ua/document.php?doc_id/1394.

37. Про кількість та склад населення Львівської області за підсумками Всеукраїнського перепису населення 2001 року. URL: http://2001.ukrcensus.gov.ua/results/general/nationality/lviv/.

38. Про туризм: Закон України від 15 вересня 1995 року № 324/95ВР. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text.

39. Рабійчук О. Львів, як потужний конкурент для Праги, Відня чи Кракова. Аналітика 2019. URL: https://lviv.travel/ua/news/infografika-turisti-ulvovi-protiagom-2019-roku.

40. Равлик Н. В. Поняття інновацій та їх роль у розвитку підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 4. С. 215–219.

41. Расулова А. М. Потенціал ресторанного бізнесу у розвитку гастрономічного туризму України. *Економіка і держава*. 2015. № 5. С. 78–83.

42. Ресторан «Голодний Микола». URL: https://golodnyimykola.com.ua/.

43. Ресторація Бачевських. URL: https://baczewski.com.ua/.

44. Рожнова В., Терес Н. Проблеми та перспективи розвитку етнотуризму: зарубіжний та український досвід. *Етнічна історія народів Європи.* 2013. № 39. С. 35–44.

45. Саламатіна С. Є. Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму на півдні Одещини. *Наукові праці Одеської національної академії харчових технологій.* № 46. Одеса, 2014. С. 325–329.

46. Сироварня «Гарбузовий рай». URL: https://www.garbuzovyjraj.com/.

47. Сливенко В. А., Долгієр А. І., Хрулькова К. А. Шляхи активізації вітчизняного гастротуризму на міжнародному туристичному ринку. *Ефективна економіка*. 2019. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2019/50.pdf.

48. Тимчишин-Чемерис Ю. В. Туристичний кластер – форма розвитку та успіху туристичної діяльності регіону. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2015. Вип. 4 (87). С. 44–57.

49. Трададенко Т., Верес К. Гастрономічний туризм: перспективні напрями. *Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у*

XXI столітті. Матеріали 80 Міжнар. наук. конф. мол. учених, асп. і студ. Ч. 3. Київ: НУХТ, 2014. С. 563–564.

50. Фесенко Г. О. Гастротуризм як актуальний тренд сучасного розвитку сфери туризму в Україні. *Ефективна економіка.* 2021. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2021/202.pdf.

51. Чернікова В. І. Особливості інновацій у туризмі. *Вісник ДІТБ*. 2012. № 16. С. 89–94.

52. Шаповалова О. М. Інноваційний розвиток підприємств сфери послуг: туризму. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2013. № 4 (193). Ч. 2. С. 241–246.

53. DaSilva-Glasgow D. Assessing The Economic Potential For Culinary Tourism In Suriname: A Value Chain Approach. 2015. 59 p.

54. Gheorghe G., Tudorache P., Nistoreanu P. Gastronomic tourism a new trend for contemporary tourism?? *Cactus Tourism Journal.* Vol. 9, Is. 1/2014. P. 12–21.

55. Hall M., Mitchell R. Gastronomic tourism: comparing food and wine tourism experiences. *Niche Tourism, Contemporary Issues, Trends and Cases*. Oxford, 2005. P. 89–100.

56. Long L. M. Culinary Tourism. Encyclopedia of Food and Agricultural Ethics. Thompson P., Kaplan D. M. (eds). 2014. P. 452–458.

57. Mandabach K., Chuanbiao W. Gastronomic festivals and events: future scenarios. *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism.* London, New York, 2019. P. 491–498.

58. Nistoreanu B. G., Nicodim L., Diaconescu D. M. Gastronomic tourism – stages and evolution. *Proceedings of the International Conference on* Business Excellence. 2018. Vol. 12. № 1. 2018. P. 711–717. https://doi.org/10.2478/picbe-2018-0063.

59. Paska M., Korkuna O., Kyluk O. Current development trends of rawsmoked sausages in the context of gastronomic tourism. *Trends in the development*

of international tourism in the current context of globalization: Collective Scientific Monograph. Opole, 2020. P. 152–158.

60. Rachão S., Breda Z., Fernandes C., Jouqes V. Food tourism and regional development: A systematic literature review. *European Journal of T*ourism Research. 2019. № 21. P. 33–49. https://doi.org/10.54055/ejtr.v21i.357.

61. Sormaz U., Akmese H., Gunes E., Aras S. Gastronomy in Tourism. *3rd* Global Conference on Business, Economics, Management and Tourism (26–28 November, 2015, Rome, Italy). Procedia Economics and Finance. 2016. № 39. P. 725–730.

62. Ukraine Travel Lab. URL: https://ukrtravellab.com.ua/