

ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ
ІМЕНІ ІВАНА БОБЕРСЬКОГО

Кваліфікаційна наукова праця
на правах рукопису

НИКИГА ОКСАНА ВАСИЛІВНА

УДК 338.48 – 6:641/642:001.895(477.83)(043.5)

ДИСЕРТАЦІЯ

**ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В
РЕГІОНІ (НА ПРИКЛАДІ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ)**

Спеціальність 242 – «Туризм»

Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ / О. В. Никига

(підпис, ініціали та прізвище здобувача)

Науковий керівник:

доктор економічних наук,

професор Голод Андрій Петрович

Львів – 2022

АНОТАЦІЯ

Никига О. В. **Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в регіоні (на прикладі Львівської області)** – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 242 «Туризм» (галузь знань 24 – Сфера обслуговування). Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського, Львів, 2022.

Дисертаційна робота присвячена теоретико-методологічному обґрунтуванню факторів, напрямів та пріоритетів інноваційного розвитку гастрономічного туризму в регіоні на прикладі Львівської області.

Для досягнення цієї мети у першому розділі розглянуто теоретико-методологічні засади дослідження інноваційного розвитку гастрономічного туризму. Розглянуто теоретичні аспекти підходи трактування понять «інновації» та «гастрономічний туризм». Встановлено, що як у світовій, так і в українській науці досі немає єдності щодо поняттєво-термінологічних питань, що стосуються гастрономічного туризму. Визначено, що одним із важливих факторів розвитку гастрономічного туризму є саме інновації. Проаналізувавши визначення багатьох науковців «гастрономічний туризм», дало можливість сформулювати авторське трактування гастрономічного туризму, як спеціалізованого виду туризму, який спрямований на ознайомлення туристів з гастрономічними особливостями і культурою певної території. Встановлено, що гастрономічний туризм можна аналізувати як один із різновидів культурного туризму, адже гастрономія є визнаним елементом культури. Визначено, що 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. Представлено схему структури та зв'язків гастрономічного туризму. Охарактеризовано підходи до трактування

гастрономічного туризму та запропоновано напрями їх удосконалення, розширено та узагальнено структуру та зв'язки гастрономічного туризму. На підставі аналізу літературних джерел зроблено висновок, що інноваційний розвиток гастрономічного туризму доцільно аналізувати в рамках концепцій регіональних туристичних систем.

Другий розділ присвячений методиці дослідження інноваційного розвитку гастрономічного туризму в регіональному вимірі. Для вирішення поставлених завдань дисертаційного дослідження було використано загальнонаукові та спеціальні методи, серед яких: *аналізу та синтезу* (для деталізації об'єкта і предмету дослідження); *системний підхід* (для обґрунтування ролі гастрономічного туризму в структурі регіональної туристичної системи); *групування* (у процесі систематизації видів та форм організації гастрономічного туризму); *структурно-функціональний* (у процесі аналізу функціональних особливостей та інноваційних факторів розвитку гастрономічного туризму); *математико-статистичний* (для оцінювання сучасного стану розвитку гастрономічного туризму в регіоні); *картографічний* (для відображення просторової структури досліджуваних процесів і явищ); *моделювання* (у процесі розроблення моделі удосконалення функціональної та просторової структури розвитку гастрономічного туризму на регіональному рівні); *анкетне опитування* (для оцінювання сучасного стану і перспектив розвитку гастрономічного туризму у Львівській області); *графічні методи* (для відображення просторової структури досліджуваних процесів і явищ); *прогнозування* (для формування авторських рекомендацій подальшого інноваційного розвитку гастрономічного 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, результати опитування, а також науковий доробок українських і зарубіжних науковців за темою дослідження, інформаційні інтернет-ресурси.

Було здійснено бальну оцінку потенціалу розвитку гастрономічного туризму у нових адміністративних районах Львівської області, виявлено, що найвищим потенціалом розвитку гастротуризму характеризується Львівський район, а найнижчим – Червоноградський. Оцінювання проводилось за п'ятьма основними компонентами, серед яких: гастролокації, гастрономічні фестивалі, етногастрономічні ресурси, туристичні дестинації, природно-заповідні об'єкти.

Додавання балів за усіма компонентами потенціалу розвитку гастрономічного туризму в регіоні дало змогу розрахувати сумарний бал, який був нанесений на карту територіальної організації гастрономічного туризму у Львівській області способом картограми.

Застосування комплексу методів на підставі актуальної і достовірної інформаційної бази дослідження дало змогу не лише виконати поставлені завдання, а й сформуванню методу, яка може застосовуватися для аналізу проблем інноваційного розвитку гастрономічного та інших видів туризму в інших регіонах держави.

Третій розділ присвячений факторам розвитку гастрономічного туризму у Львівській області. На підставі аналізу наукових джерел узагальнено поняття «фактор». Визначено, що фактором називають причину, рушійну силу якогось процесу, явища, яка визначає його характер або окремі риси. Досліджено роль та структуру факторів розвитку гастрономічного туризму. Удосконалено концепцію факторів розвитку гастрономічного туризму на регіональному рівні. За результатами аналізу наявних підходів до класифікації факторів розвитку туризму, а також авторських узагальнень, виокремлено дві групи факторів розвитку гастрономічного туризму – статичні та динамічні. Здійснено класифікацію основних факторів розвитку гастрономічного туризму: групи факторів, види факторів, напрям впливу. Визначено основні фактори розвитку даного виду туризму: економічний, політико-правовий, екологічний, культурний, соціальний, інфраструктурний. З точки зору автора, сприятливими факторами розвитку гастрономічного

туризму в регіоні є кулінарна спадщина, розвинута інфраструктура, традиційні фермерські господарства, гастрономічні заходи, різноманітний вибір концептуальних закладів ресторанного господарства. У ході дослідження виокремлено інноваційні фактори розвитку гастрономічного туризму у Львівській області, серед яких: кластери, нові проєкти, нові технології, екобезпечна діяльність, концептуальні заклади, маркетинг у соцмережах. Для практичного застосування результатів дослідження укладено схему структури інноваційних факторів розвитку гастрономічного туризму. Обґрунтовано вплив інноваційних факторів на розвиток гастрономічного туризму. Висвітлено, що застосування факторів розвитку туризму буде сприяти розвитку регіону. Проведено дослідження внеску етногастрономічного туризму у регіональний туристичний брендинг Львівської області. Проаналізовано заклади у Львівській області, які спеціалізуються на етнічній культурі регіону. Встановлено, що важливим показником розвитку етногастрономічного туризму в регіоні є його історія, культура народу, кухня з багатим історичним минулим, регіональні страви національної кухні. Виявлено, що Львівська область має значний потенціал для розвитку етногастрономічного туризму.

У четвертому розділі з використанням концептуального підходу розроблено рекомендації щодо інноваційного розвитку гастрономічного туризму у Львівській області. Обґрунтовано стратегічні напрями інноваційного розвитку гастрономічного туризму у Львівській області. Визначено пріоритети інноваційного розвитку та розробку заходів і рекомендацій щодо удосконалення функціональної та просторової структури розвитку гастрономічного туризму в регіоні. Проаналізовано перспективи розвитку гастрономічного туризму у приміській зоні м. Львова. Висвітлено перспективні гастротуристичні об'єкти приміської зони м. Львова. На основі результатів досліджень представлено дві картосхеми: 1) гастротуристичні об'єкти приміської зони м. Львова; 2) дестинації гастротуристичних об'єктів приміської зони м. Львова. Проведено аналіз сучасного стану і перспектив

розвитку гастрономічного туризму у Львівській області. За результатами дослідження зроблено висновок, що Львівська область має значні перспективи для розвитку гастрономічного туризму. На підставі проведених досліджень та узагальнень розроблено модель стратегії інноваційного розвитку гастрономічного туризму в регіоні, яка може застосовуватися у практиці стратегічного управління регіональним розвитком туризму, підготовлено структурну схему. Встановлено, що першим пріоритетом, на якому має базуватися розвиток гастрономічного туризму у посткризовий період, є швидке відновлення туристичних потоків. Другим важливим пріоритетом є тісніша інтеграція ресторанного господарства та сільськогосподарських підприємств у межах гостротуристичної діяльності. Третім пріоритетом, з огляду на перспективність міжнародного в'їзного туризму, має бути зміщення акцентів з етнічних на національні особливості регіону. Представлено проєкт гастрономічного кластера, який буде сприяти інноваційному розвитку даного виду туризму у Львівській області. На основі матеріалу представлено картосхему з перспективними об'єктами гастрономічного кластера Карпатського регіону.

Ключові слова: туризм, гастрономічний туризм, рекреація, інноваційний розвиток, регіон, Львівська область, туристична інфраструктура, туристичний продукт, дестинація, індустрія гостинності, туристична індустрія, ресторанне господарство, кластери, інноваційні технології, інноваційне управління.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

1. Голод А. П., Никига О. В. Структура факторів розвитку гастрономічного туризму. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 49. Одеса, 2020. С. 174–178. *Особистий внесок автора: проведено класифікацію факторів розвитку гастрономічного туризму.*

2. Голод А. П., Гончаренко М. Ф., Никига О. В., Євдощенко О. В. Інноваційні засади сталого розвитку етногастрономічного туризму в регіоні. *Менеджер. Вісник ДонДУУ*. 2020. № 4 (89). С. 40–47. *Особистий внесок автора: визначено основні етногастрономічні локації регіону.*

3. Коркуна О. І., Никига О. В., Підвальна О. Г. Гастрономічний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територіальних громад. *Економічний простір*. 2020. № 155. С. 40–43. *Особистий внесок автора: розроблено схему структури та зв'язків гастрономічного туризму.*

4. Коркуна О. І., Никига О. В., Підвальна О. Г. Інноваційний розвиток як напрям функціонування регіональних туристичних систем. *Інноваційна економіка*. 2020. №3–4. С. 98–104. *Особистий внесок автора: виокремлено перспективні напрями інноваційної діяльності у функціонуванні регіональних туристичних систем України.*

5. Графська О. І., Головчук Ю. О., Никига О. В. Роль маркетингових інновацій у розвитку гастрономічного туризму в регіоні. *Економіка та суспільство*. 2022. № 39. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-9>. *Особистий внесок автора: обґрунтування ролі застосування маркетингових інновацій в гастрономічному туризмі.*

Наукові праці, що засвідчують апробацію матеріалів дисертації

6. Голод А. П., Никига О. В. Інноваційні фактори розвитку гастрономічного туризму у Львівській області. *Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення: матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції (23–24 квітня 2020 р., м. Львів)*. Львів, 2020. С. 279–282. *Особистий внесок автора: охарактеризовано інноваційні*

фактори, які впливають на розвиток гастрономічного туризму у Львівській області.

7. Голод А. П., Никига О. В. Основні чинники розвитку гастрономічного туризму. *Молода спортивна наука України*. 2020. Вип. 24, т. 4. Львів: ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2020. С. 110–111. *Особистий внесок автора: визначено основні чинники розвитку гастрономічного туризму.*

8. Голод А. П., Никига О. В. Проблеми модернізації індустрії гостинності Карпатського регіону. *Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності: зб. матеріалів наук.-практ. семінару (3 жовтня 2019 р., с. Гута)*. Львів, 2020. С. 8–10. *Особистий внесок автора: охарактеризовано проблеми модернізації індустрії гостинності).*

9. Никига О. В. Гастрономічний туризм як елемент туристичного брендингу регіону. *Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій. Матеріали III всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (30 жовтня 2020 р., м. Луцьк)*. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2020. С. 174–176.

10. Никига О. В. Підходи до класифікації чинників розвитку гастрономічного туризму. *Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності: зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (26–27 листопада 2020 р., м. Львів)*. Львів, 2020. С. 260–262.

11. Никига О. Інноваційні напрями розвитку етногастрономічного туризму в регіоні. *Молода спортивна наука України*. 2021. Вип. 25, т. 4. Львів: ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2020. С. 72–73.

12. Никига О. В. Гастрономічний туризм як перспективний напрям регіонального розвитку. *Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності: зб. тез доп. II Міжнар. наук.-практ. конф. (7–8 жовтня 2021 р.)*. Львів: ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2021. С. 222–224.

13. Никига О. В. Перспективи розвитку етногастрономічного туризму у Львівській області. *Туризм і молодь – 2020 [Електронний ресурс]: матеріали кафедрального круглого столу студентів та аспірантів (21 грудня 2020 р., м. Полтава)*. Полтава: ПУЕТ, 2021. С. 41–43.

14. Никига О. В., Голод А. П. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму у Львівській області. *Інноваційні тенденції розвитку туризму в Україні та світі. Зб. наук. праць.* Львів, 2021. С. 190–192. *Особистий внесок автора: окреслено інноваційні напрями розвитку гастрономічного туризму в регіоні.*

15. Никига О. В., Голод А. П. Фактори розвитку гастрономічного туризму у Львівській області. *Готельно-ресторанний і туристичний бізнес: теорія і практика: І-а Всеукраїнська науково-практична конференція студентів, аспірантів та молодих вчених (21–22 травня 2021 р., м. Одеса).* Одеса: Міжнародний гуманітарний університет, 2021. С. 43–45. *Особистий внесок автора: визначено фактори розвитку гастрономічного туризму у Львівській області.*

16. Голод А. П., Никига О. В. Гастрономічні фестивалі як чинник туристичної привабливості Львівської області. *Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика: зб. тез доп. II Всеукр. наук.-практ. конф. мол. учених, асп. і студ. (19 травня 2022 року, м. Львів).* Львів: ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2022. С. 356–358. *Особистий внесок автора: визначено роль гастрономічних фестивалів у формуванні туристичної привабливості Львівської області.*

Наукова праця, яка додатково розкриває результати дослідження

17. Holod A., Nykyha O. Tourism education as a sphere of intercultural communication. *Project approach in the didactic process of universities – international dimension.* 2021. № III (V). Łódź: PIKTOR Szlaski i Sobczak Spółka Jawna. P. 115–124. *Особистий внесок автора: обґрунтовано ефективність міжкультурних комунікацій у туризмі.*

ABSTRACT

Nykyha O. V. Regional innovative development of gastronomy tourism (case of Lviv region). — Qualification research paper. A manuscript.

Thesis for a Doctor of Philosophy degree: Speciality 242 «Tourism» (24 – Service Industry). — Ivan Boberskyi Lviv State University of Physical Culture, Lviv, 2022.

The dissertation is dedicated to theoretical and methodological substantiation of factors, directions and priorities of regional innovative development of gastronomy tourism taking Lviv region as an example.

To achieve this goal, the first chapter of the dissertation considers theoretical and methodological foundations of the study of innovative development of gastronomy tourism. Theoretical aspects of the approaches to interpretation of the concepts like “innovation” and “gastronomy tourism” are considered. The research has shown there is still no uniformity regarding the terminological as well as conceptual issues in gastronomy tourism in scientific community neither in Ukraine nor abroad. It is determined that one of important factors in the development of gastronomy tourism is innovation. Analysis of the definition of “gastronomy tourism” by many scientists has enabled to formulate our own interpretation of gastronomy tourism as a specialized type of tourism which aims to acquaint tourists with the gastronomic features and culture of a particular area. It has been established that gastronomy tourism can be studied as one of the varieties of cultural tourism, because gastronomy is a recognized element of culture. It is determined that gastronomy tourism is closely related to such types of tourism as cultural, event, ethnic, agrotourism, etc. Restaurant management is also an integral element of the gastronomy tourism infrastructure. A diagram of the structure and connections in gastronomy tourism is presented. Approaches to the interpretation of gastronomy tourism are characterized and the directions of their improvement are offered, the structure and connections of gastronomy tourism are being expanded and generalized. Based on the analysis of literature sources, it can be concluded that the innovative development of gastronomy tourism should be

analyzed within the framework of the concepts of regional tourism systems.

The second chapter is devoted to the research methodology of innovative development of gastronomy tourism in the regional dimension. To solve the set tasks of the research, general scientific and special methods were used, including: analysis and synthesis (for detailing the object and the subject of the research); systemic approach (to justify the role of gastronomy tourism in the structure of the regional tourism system); grouping (in the process of systematization of types and forms of gastronomy tourism organization); structural and functional (for analyzing the functional features and innovative factors of the development of gastronomy tourism); mathematical and statistical (to assess the current state of development of gastronomy tourism in the region); cartographic (to display the spatial structure of the studied processes and phenomena); modeling (for developing a model for improving the functional and spatial structure of the development of gastronomy tourism at the regional level); questionnaire survey (to assess the current state and prospects for the development of gastronomy tourism in Lviv region); graphic methods (to display the spatial structure of the studied processes and phenomena); forecasting (for the formation of the author's own recommendations for further innovative development of gastronomy tourism).

The information base of the study consisted of the Constitution of Ukraine, laws of Ukraine, decrees of the President of Ukraine, normative acts of the Verkhovna Rada of Ukraine and the Cabinet of Ministers of Ukraine, international legal documents, statistical data of the State Statistics Service of Ukraine and its regional units, survey results, as well as the works of Ukrainian and foreign scientists on the topic of the research, Internet resources.

A point assessment of the potential for the development of gastronomy tourism in the new administrative districts of the Lviv region was carried out. It was found that Lviv district is characterized by the highest potential for such development, while Chervonohrad one acquires the lowest. The assessment was carried out according to five main components: gastronomic locations, gastronomic festivals, ethno-gastronomic resources, tourist destinations, nature

reserve objects.

Adding points for all components of the development potential of gastronomy tourism in the region enabled to calculate the total score, which was plotted on the map of the territorial organization of gastronomy tourism in Lviv region using a cartogram.

The application of the mentioned set of methods based on the up-to-date and reliable information base made it possible not only to fulfill the set tasks, but also to form a methodology that can be used to analyze the problems of innovative development of gastronomy and other types of tourism in other regions of the country.

The third section is devoted to factors of development of gastronomy tourism in Lviv region. According to scientific sources, the concept of “factor” is generalized. It is determined that the factor is defined as the cause, the driving force of a process, the phenomenon that determines its nature or some features. The role and structure of factors of gastronomy tourism development are studied. The concept of factors of gastronomy tourism development at a regional level is improved. The results of the analysis of the available approaches to the classification of factors of tourism development, as well as author’s generalizations, two groups of factors of gastronomy tourism development are distinguished: static and dynamic. The classification of the main factors of gastronomy tourism development is carried out: groups of factors, types of factors, direction of influence. The main factors of development of this type of tourism are determined: economic, political and legal, ecological, cultural, social, infrastructural. We consider favorable factors for the development of gastronomy tourism in the region being culinary heritage, developed infrastructure, traditional farms, gastronomic activities, a variety of conceptual establishments of the restaurant industry. In the course of the research, innovative factors for the development of gastronomy tourism in Lviv region are identified, including: clusters, new projects, new technologies, environmentally friendly activities, conceptual establishments, social media marketing. For practical application of the

research results the scheme of innovative factors of gastronomy tourism development is structured. The influence of innovative factors on the development of gastronomy tourism is substantiated. It is highlighted that the application of tourism development factors will contribute to the development of the region. The study of the contribution of ethno gastronomy tourism to the regional tourism branding of Lviv region was conducted. Institutions in Lviv region that specialize in ethnic cultures of the region are analyzed. It is established that an important indicator of the development of ethno gastronomy tourism in the region is its history, culture of the people, cuisine with a rich historical past, regional dishes of national cuisine. It is investigated that Lviv region has significant potential for the development of ethno gastronomy tourism.

In the fourth chapter recommendations for innovative development of gastronomic tourism in Lviv region are developed by using conceptual approach. The strategic directions of the innovative development of gastronomy tourism in Lviv region are substantiated. The priorities of innovative development as well as measures and recommendations for improving functional and spatial structure of gastronomy tourism in the region are identified. Prospects for the development of gastronomy tourism in suburban Lviv are analyzed. Promising gastronomy tourism objects of suburban Lviv are highlighted. Based on the research results, two maps are presented: 1) gastronomy tourist objects of suburban Lviv; 2) destinations of gastronomy tourism objects of suburban Lviv. Analysis of the current state and prospects for the development of gastronomy tourism in Lviv region is conducted. According to the results of the study, it is concluded that Lviv region has significant prospects for the development of gastronomy tourism. The strategy model of innovative development of gastronomy tourism is developed, the structural scheme is prepared. It is established that in the post-crisis period the first priority of the development of gastronomy tourism should be based on the rapid recovery of tourist flows. The second important priority is closer integration of the restaurant industry and agricultural enterprises within the scope of gastronomic and tourism activities. The third priority, given the perspective of international inbound

tourism, should be to shift the emphasis from ethnic to national features of the region. The project of a gastronomic cluster which will promote innovative development of this type of tourism in Lviv region is presented. Based on the research data, a map with perspective objects of the gastronomic cluster of the Carpathian region is presented.

Key words: tourism, gastronomy tourism, recreation, innovative development, region, Lviv region, tourism infrastructure, tourism product, destination, hospitality industry, tourism industry, restaurant business, clusters, innovative technologies, innovation management.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	16
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ	24
1.1. Інноваційний розвиток як напрям функціонування регіональних туристичних систем	24
1.2. Гастрономічний туризм: сутність і структура	36
Висновки до першого розділу	55
РОЗДІЛ 2 МЕТОДИКА ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В РЕГІОНАЛЬНОМУ ВИМІРІ.....	57
Висновки до другого розділу	65
РОЗДІЛ 3 ФАКТОРИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ	67
3.1. Структура факторів розвитку гастрономічного туризму	67
3.2. Інноваційні фактори розвитку гастрономічного туризму в регіоні.....	85
3.3. Етногастрономічний туризм у Львівській області як елемент регіонального туристичного брендингу	101
Висновки до третього розділу	118
РОЗДІЛ 4 СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	121
4.1. Оптимізація територіальної організації гастрономічного туризму у Львівській області	121
4.2. Пріоритети інноваційного розвитку гастрономічного туризму у Львівській області в умовах нестабільності	144
4.3. Впровадження інноваційних кластерних моделей розвитку гастрономічного туризму в регіоні	156
Висновки до четвертого розділу	166
ВИСНОВКИ	170
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	174
ДОДАТКИ	194

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.

Проблеми інновацій та інноваційного розвитку на базі наукового доробку таких зарубіжних вчених як П. Друкер [165], Ф. Ніксон [179], Б. Санто [135], Г. Й. Шумпетер [160] та ін. досліджували українські автори, серед яких С. Васильчак [14], А. Голод [23], О. Графська [4], В. Зянько [56], І. Калганова [146], Ю. Коновал [65], А. Москалюк [85], Н. Ніронович [102], З. Пересунько [115], О. Підвальна [117], О. Собко [151], А. Третяк [146], І. Єпіфанова [50], П. Харів [150] та ін. У центрі їхньої уваги були й проблеми інноваційного розвитку туризму на різних територіальних та функціональних рівнях.

Теоретико-методологічні і практичні основи розвитку гастрономічного

туризму обґрунтовані у працях таких зарубіжних авторів як С. Кумар Діксіт [172], Л. Лонг [175], К. Холл [168], У. Сормаз [184], Х. Акмезе [184], С. Арас [184] та ін. Серед українських науковців проблеми розвитку гастротуризму перебували у фокусі уваги таких вчених як В. Антоненко [1], Д. Басюк [3], Т. Божук [10], Г. Вишнеvsька [16], І. Годя [21], А. Голод [28], О. Давидова [40], О. Дишкантюк [43], В. Корнілова [68], Т. Кукліна [72], Г. Кушнірук [75], В. Омельницька [105], М. Паска [111], А. Расулова [127], М. Рутинський [185], С. Саламатіна [134], Р. Скабара [4], В. Сливенко [137], Т. Трададенко [145] та ін.

Водночас у межах предметної області туризмознавчих досліджень гастрономічний туризм все ще є новим об'єктом наукових пошуків. Особливо це стосується регіональних досліджень, які в останні роки набули поширення на стику економічних та географічних наук. З огляду на кризові явища в соціально-економічній сфері, зумовлені пандемією COVID-19 і повномасштабною воєнною агресією росії в Україні, актуалізуються також питання інноваційного розвитку туристичної сфери у посткризовий період. Особливо це стосується таких відносно нових і перспективних видів туризму як гастротуризм.

З огляду на це, тема дисертаційного дослідження є актуальною, відповідає перспективним напрямам сучасних наукових пошуків і має важливе теоретико-методологічне і практичне значення.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Обраний напрям дисертаційного дослідження пов'язаний з темами науково-дослідної роботи, які виконувалися у Львівському державному університеті фізичної культури імені Івана Боберського, зокрема «Модернізація регіональних туристичних систем України» (номер державної реєстрації 0122U000731), де авторкою було обґрунтовано концептуальні засади інноваційного розвитку туристичних систем; а також із планами науково-дослідної роботи кафедр туризму та готельно-ресторанного бізнесу ЛДУФК ім. Івана Боберського у 2019-2021 рр.

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

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

- проаналізувати та узагальнити наукові підходи до дослідження інноваційного розвитку як напряму функціонування регіональних туристичних систем, сформулювати авторський підхід до трактування сутності і структури гастрономічного туризму;

- сформулювати методикку дослідження інноваційного розвитку гастрономічного туризму на регіональному рівні;

- виокремити фактори розвитку гастрономічного туризму, зокрема інноваційні, та охарактеризувати їх вплив на різних просторових і функціональних рівнях;

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

- здійснити оцінювання потенціалу розвитку гастрономічного туризму та проаналізувати особливості його територіальної організації в регіоні, зокрема на прикладі приміської зони міста Львова, а також запропонувати шляхи оптимізації просторового розвитку гастрономічного туризму 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.

Для вирішення поставлених завдань у дисертації використано відповідні загальнонаукові та спеціальні методи, серед яких: аналізу та синтезу (для деталізації об'єкта і предмету дослідження); системний підхід (для обґрунтування ролі гастрономічного туризму в структурі регіональної туристичної системи); групування (у процесі систематизації видів та форм організації гастрономічного туризму); структурно-функціональний (у процесі аналізу функціональних особливостей та інноваційних факторів розвитку гастрономічного туризму); математико-статистичний (для оцінювання сучасного стану розвитку гастрономічного туризму в регіоні); картографічний (для відображення просторової структури досліджуваних процесів і явищ); моделювання (у процесі розроблення моделі удосконалення функціональної та просторової структури розвитку гастрономічного туризму на регіональному рівні, проектування гастротуристичного кластера); анкетне опитування (для експертного оцінювання сучасного стану і перспектив розвитку гастрономічного туризму у Львівській області); прогнозування (для формування авторських рекомендацій щодо подальшого інноваційного розвитку гастрономічного 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, результати опитування, результати авторських спостережень та узагальнень, а також науковий доробок українських і зарубіжних науковців за темою дослідження, інформаційні інтернет-ресурси.

Наукова новизна результатів дослідження. Найбільш вагомими науковими результатами, які розкривають особистий внесок дисертантки у досліджувану

проблему та характеризують новизну роботи, полягають у тому, що:

уперше:

– проаналізовано особливості територіальної організації розвитку гастрономічного туризму у Львівській області, зокрема на прикладі приміської зони міста Львова, а також розроблено та апробовано методику оцінювання потенціалу розвитку гастрономічного туризму у розрізі адміністративних районів області, що дало змогу не лише запропонувати шляхи оптимізації просторового розвитку гостротуризму в регіоні, а й виокремити перспективні форми територіальної організації гостротуризму на досліджуваній території і розробити рекомендації щодо управління ними;

удосконалено:

– методику дослідження розвитку окремих видів туристичної діяльності в регіоні шляхом формування авторської методики дослідження інноваційного розвитку гастрономічного туризму на регіональному рівні;

– концептуальні засади аналізу факторів розвитку гастрономічного туризму, що дало змогу охарактеризувати специфіку їх впливу на сучасному етапі соціально-економічного розвитку регіону, а також виділити і проаналізувати окрему групу інноваційних факторів розвитку гостротуризму в регіоні з метою формування практичних підходів до обґрунтування стратегічних пріоритетів;

– підходи до аналізу розвитку окремих видів гостротуризму в регіоні, зокрема досліджено потенціал та перспективи розвитку етногастрономічного туризму у Львівській області, що дозволило обґрунтувати нові напрями розвитку туристичної діяльності в регіоні та удосконалити підходи до управління регіональним туристичним брендингом;

отримали подальший розвиток:

– наукові підходи до дослідження інноваційного розвитку як напряму функціонування регіональних туристичних систем, шляхом їх узагальнення та застосування системного підходу, а також підходи до трактування сутності і структури гастрономічного туризму, які на підставі аналізу наукових праць

та узагальнень дозволили сформулювати авторський підхід в контексті положень інноваційного розвитку та концепції регіональних туристичних систем;

– стратегічні пріоритети соціально-економічного розвитку Львівської області в сучасних умовах шляхом обґрунтування пріоритетів інноваційного розвитку гастрономічного туризму в умовах нестабільності;

– практичні підходи до впровадження інноваційних моделей розвитку туризму у Львівській області шляхом розроблення проєкту гастротуристичного кластера на базі гірської частини Стрийського району Львівщини.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що основні науково-теоретичні положення, викладені в дисертації, доведено до рівня практичного застосування.

Матеріали дисертаційного дослідження, зокрема основні положення розробленої авторкою концепції факторів розвитку гастрономічного туризму, а також запропонований проєкт гастротуристичного кластера у Львівській області, використані у діяльності управління туризму та курортів Львівської обласної державної адміністрації (довідка № 26-480/0/2-21 від 14.06.2022 року); розроблені у дисертації теоретико-методичні положення і практичні рекомендації щодо інноваційного розвитку гастрономічного туризму у Львівській області були використані у діяльності ТОВ «Відвідай» (довідка №15 від 13.06.2022 року), що дало змогу удосконалити проєкти нових екскурсійних маршрутів територією регіону та процеси організації внутрішнього туризму.

Окремі положення і висновки дисертаційної роботи впроваджено у навчальний процес Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського для забезпечення викладання вибіркової навчальної дисципліни «Гастрономічний туризм» (акт впровадження від 1.06.2022 року).

Особистий внесок здобувача. Усі результати наукових досліджень, викладені у дисертації, отримані авторкою особисто. У випадку

використання результатів наукових досліджень інших авторів наведені посилання на їхні праці. Наукові положення, висновки і рекомендації, які містяться в дисертації і виносяться на захист, одержані авторкою самостійно і є її особистим внеском у міждисциплінарні наукові дослідження в межах предметного поля спеціальності «Туризм».

Апробація результатів дисертації. Основні положення дисертації доповідались і обговорювались на всеукраїнських та міжнародних науково-практичних конференціях і семінарах, зокрема на II Всеукраїнській науково-практичній конференції «Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туризму в регіонах України» (Львів, 2017); Науково-практичній конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України» (Одеса, 2018); XII Міжнародній науково-практичній конференції «Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення» (Львів, 2020); XXIV Науковій конференції «Молода спортивна наука України» (Львів, 2020); Науково-практичному семінарі «Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності» (Львів, 2020); III Всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції «Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій» (Луцьк, 2020); Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності» (Львів, 2020); Кафедрального круглого столу студентів та аспірантів «Туризм і молодь – 2020» (Полтава, 2020); XXVI Науковій конференції «Молода спортивна наука України» (Львів, 2021); Всеукраїнській науково-практичній конференції в рамках святкування 75-річчя ЛДУФК «Інноваційні тенденції розвитку туризму в Україні та світі» (Львів, 2021); II Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності» (Львів, 2021); I Всеукраїнській науково-практичній конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Готельно-ресторанний і туристичний бізнес: теорія і практика» (Одеса, 2021); XXVI Науковій конференції «Молода спортивна наука України» (Львів, 2022); II Всеукраїнській науково-практичній конференції з міжнародною участю «Інноваційні тенденції

розвитку туризму в Україні та світі» (Львів, 2022).

Публікації. Основні результати дослідження викладені у 17 опублікованих наукових працях, з них 5 статей у наукових фахових виданнях України, 1 стаття в міжнародному періодичному науковому виданні та 11 публікацій у матеріалах наукових конференцій і семінарів.

Структура та обсяг дисертації. Основний зміст роботи викладено на 148 сторінках тексту. Дисертація складається із вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел із 191 найменувань, містить 10 таблиць, 26 рисунків, 5 додатків. Загальний обсяг дисертаційної праці – 213 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Інноваційний розвиток як напрям функціонування регіональних туристичних систем

Туризм є однією з найважливіших сфер національної економіки багатьох країн світу і забезпечує важливе джерело їх доходів. Найбільшого економічного успіху досягають країни, які надають велику увагу розвитку інноваційної сфери, що є основою створення нових наукових результатів. Створення й ефективне використання результатів інноваційної діяльності нині є найважливішими передумовами динамічного розвитку туристичної сфери. З огляду на це, у сучасних умовах розвиток туристичної галузі все більше потребує впровадження інноваційної діяльності, яка тепер стала одним із найважливіших факторів, що визначають рівень економічного розвитку та, відповідно, становища держави в міжнародному співтоваристві. Особливе значення для розвитку туризму в регіоні має розробка інноваційних стратегій, що дозволить створити якісний та конкурентоспроможний туристичний продукт, а також прискорити соціально-економічний розвиток. Для ефективного розвитку туризму в регіоні насамперед важливо розуміти сутність інновацій і можливі напрями їх застосування.

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 [59].

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 [108].

Роль інновацій в економічній системі, аналіз інноваційного розвитку економіки є предметом дослідження багатьох науковців та займають одне з провідних місць у дослідженнях економістів та вчених. Дослідженнями сутності інновацій в розвитку економічних, зокрема туристичних, систем займались багато як зарубіжних (П. Друкер [165], Ф. Ніксон [179], Б. Санто [135], Г. Й. Шумпетер [160] та ін.), так і українських (С. Васильчак [14], А. Голод [23], О. Графська [4], В. Зянько [56], І. Калганова [146], Ю. Коновал [65], А. Москалюк [85], Н. Ніронович [102], З. Пересунько [115], О. Підвальна [117], О. Собко [151], А. Третяк [146], І. Єпіфанова [50], П. Харів [150] та ін.) вчених.

Поняття інновації уперше було вжито на початку ХХ століття засновником теорії інновацій і інноваційного розвитку Й. Шумпетером. Австрійський і американський економіст розглядав інновації і інноваційну діяльність як рушійні сили економічного прогресу. Інновація (нововведення), за Й. Шумпетером, – це нова виробнича функція, яка приходить на зміну старій.

За теорією Й. Шумпетера інновація в буквальному перекладі означає

впровадження наукового відкриття, технологічного винаходу. В широкому ж розумінні до інновацій належать процедури та засоби, за допомогою яких наукове відкриття реалізується в економічних нововведеннях. Тобто виникає необхідність у тих видах діяльності, які забезпечують упровадження ідей нововведення, а також формування системи управління цим процесом [119].

Аналізуючи наукову літературу, можемо констатувати відсутність однозначного визначення поняття «інновація». Вчені використовують різні підходи до трактування і розглядають інновації як результат, процес чи зміни. Розглянемо деякі трактування поняття інновації, сформульовані відомими вченими. Роберт Мюллер сутність поняття «інновація» розумів як зміну (активну чи пасивну) конкретної системи щодо зовнішнього середовища [177]. Канадський соціолог Гарольд Барнет визначав поняття «інновація» як будь-яку думку, поведінку чи річ, яка є новою, якісно відрізняється від наявних [162].

За визначенням А. Пересади, інновація – це процес доведення наукової ідеї або технологічного винаходу до стадії практичного використання, що дає прибуток, а також пов'язані з цим процесом техніко-економічні та інші зміни у соціальному середовищі [114]. О. Осідач зазначає, що «інновація – це кінцевий продукт інноваційної діяльності підприємства, корисний ефект якого визначається величиною технічного і техніко-економічного ефекту, є товаром, що реалізується на ринку товарів і послуг у вигляді нового або удосконаленого продукту (технології)» [107].

Науковець А. Колот трактує поняття по-своєму: «інновація – це нові знання у вигляді більш досконалих чи принципово нових ідей, проєктів, результатів наукових досліджень тощо; це зміни творчого характеру, дещо нове у сфері діяльності людини; це новизна певних властивостей того, що виробляється чи продукується; це результат творчого процесу у вигляді нових споживчих вартостей; це різноманітні удосконалення, які забезпечують економію витрат, створюють умови для такої економії або задоволення нових потреб споживачів; це процес реалізації нових ідей в

діяльності людини, який сприяє задоволенню потреб і приносить економічну вигоду тим, хто ці ідеї продукує, поширює та запроваджує» [64].

В економічній енциклопедії інновація трактується як новий підхід до конструювання, виробництва, збуту товарів, завдяки чому інноватор та його компанія здобувають переваги над конкурентами [47].

Сучасні економічні словники тлумачать інновацію як:

- впровадження нової техніки технологій, організації виробництва та збуту товарів тощо, що дає змогу отримувати переваги над конкурентами;
- втілення нових форм організації праці та управління, що охоплює не тільки окреме підприємство, а й їх сукупність, галузь;
- новий підхід до конструювання, виробництва та збуту товарів, унаслідок якого керівник і його підприємство здобувають переваги над конкурентами;
- вкладення засобів в економіку, які забезпечать зміну техніки та технології [71].

У Законі України «Про інноваційну діяльність» зазначено, що інновації – це новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [122].

У свою чергу Державна служба статистики України виокремлює чотири основні типи інновацій:

- продуктові – впровадження товару або послуги, що є новими або значно поліпшеними за його властивостями або способами використання;
- процесові – впровадження нового або значно поліпшеного способу виробництва або доставки продукту;
- маркетингові – впровадження нового методу продажу, уключаючи значні зміни в дизайні або упаковці продукту, його складуванні, просуванні на ринок або в призначенні продажної ціни, що націлені на краще

задоволення потреб споживача, відкриття нових ринків або завоювання нових позицій для продукції підприємства на ринку з метою збільшення обсягу продажу;

– організаційні – впровадження нового організаційного методу в діяльності підприємства (організації), в організації робочих місць або зовнішніх зв'язків [87].

Марина Муллер, у свою чергу, виокремила чотири підходи до трактування категорії «інновація»: *об'єктний* – інновація трактується як певний результат у вигляді нової технології, нового товару, методу тощо; *процесний* – інновація як процес упровадження певних змін; *трансформаційний* – зміни в діяльності підприємства; *ресурсний* – інновація є способом більш ефективного використання ресурсів; *синергічний*, що поєднує всі названі підходи й посилює їх [86].

За охопленням сфер діяльності поняття «інновація» також має два трактування. Відповідно до одного з них інновація – це комплекс всіх етапів життєвого циклу нововведення, починаючи із відповідних (причетних до досягнення кінцевого результату) фундаментальних досліджень; за іншим – враховуються лише завершальні етапи цього циклу, що визначають освоєння і розповсюдження нової технології або нової наукоємної продукції [139].

Отже, підходи до трактування інновацій загалом є досить розрізненими, але переважно базуються на класичному розумінні цього поняття, що запропоноване Й. Шумпетером. Основні із них у хронологічній послідовності наведені у табл. 1.1.

Узагальнюючи, зазначимо, що у трактуванні інновацій простежується практикоорієнтований підхід та наявна чітка модернізаційна спрямованість на особистісному, організаційному, галузевому та техніко-економічному рівнях.

Інноваційний розвиток – це зміни, які спрямовані на оновлення та якісний ріст ефективності процесів або продукції, що супроводжується переходом на новий рівень системної організації. Основними підходами до

вивчення сутності інноваційного розвитку є предметно-технологічний та функціональний [34].

Таблиця 1.1

Порівняння підходів до визначення поняття «інновації»

Автор	Формулювання	Рік публікації
Друкер П.	Особливий засіб підприємців, за допомогою якого вони досліджують зміни, що відбуваються в економіці та суспільстві, з метою використання їх у бізнесі чи в інших сферах обслуговування [165]	1985
Санто Б.	Суспільно-техніко-економічний процес, який через практичне використання ідей та винаходів приводить до створення кращих за своїми якостями виробів, технологій [135]	1990
Бездудний Ф. Ф., Смирнова Г. А., Нечасва О. Д.	Процес реалізації нової ідеї в будь-якій сфері життєдіяльності людини, сприяючий задоволенню існуючої потреби на ринку і приносить економічний ефект [5]	1998
Харів П. С. Собко О. М.	Результат інноваційної діяльності, відображений у вигляді наукових, технічних, організаційних чи соціально-економічних новинок [151]	2003
Шумпетер Й.	Нова науково-організаційна комбінація виробничих факторів, мотивована підприємницьким духом [160]	2007
Керівництво Осло (Рекомендації щодо збору та аналізу даних стосовно інновацій)	Введення у вживання якого-небудь нового або значно поліпшеного продукту (товару або послуги) або процесу, нового методу маркетингу або нового організаційного методу в діловій практиці, організації робочих місць або зовнішніх зв'язках [132]	2010
Пересунько З. М.	Введений у практичну діяльність результат інноваційного процесу, втілений у новому чи модернізованому продукті, методі, підході, принципі, що створюється для вирішення певного завдання [115]	2013
Коновал Ю. В.	Нововведення, яке в процесі впровадження в сферу діяльності призводить до поліпшення виробничого процесу, підвищення якості послуг, розвитку галузі, підвищення ефективності, економічних показників, зростання прибутковості, кращого положення на ринку, підвищення іміджу господарюючого суб'єкта [65]	2014
Третяк А. М. Калганова І. Г.	Процес або результат процесу, в якому: використовуються частково або повністю результати інтелектуальної діяльності; або забезпечується випуск патентоспроможної продукції; і забезпечується випуск товарів (послуг), які за своєю якістю відповідають світовому рівню або перевищують його [146].	2016

Складено автором за результатами аналізу літературних джерел

На думку Н. Равлик, інноваційний розвиток – визначальний чинник ефективності діяльності підприємства, який базується на впровадженні і реалізації інновацій, які зумовлюють поліпшення його діяльності, забезпечують зміцнення його ринкових позицій та створюють сприятливі умови для його розвитку [126].

Інші науковці зазначають, що інноваційний розвиток – це вдосконалення системи (об'єкта) на основі інновацій. Інноваційний шлях розвитку країни можливий за умови повсюдного впровадження інновацій, інвестицій та впровадження інноваційних процесів, як основи ринкового господарювання, зокрема формування структури виробництва та його технічної бази, вдосконалення систем управління [17].

Водночас З. Пересунько наголошує, що інноваційний розвиток не може бути екстенсивним, так як «інновація» за своєю економічною суттю є результатом втілення нових знань, тому інноваційний розвиток розглядається нами як процес інтенсивного економічного зростання, який заснований на використанні в практичній діяльності інновацій [115].

Інновації в туризмі слід розглядати як системні заходи, які мають якісну новизну і призводять до позитивних зрушень, що забезпечує стале функціонування і розвиток галузі в регіоні [141]. За О. Давидовою, інновації в туризмі – це результат застосування новинки у туристичній індустрії з підвищенням її ефективності та отриманням, передусім, комерційного ефекту, що має забезпечити стійке функціонування та розвиток галузі [40]. Л. Маклашина розглядала інновації в туризмі як розробку, створення нових туристичних маршрутів, проектів і т.д. із застосуванням досягнень науки, техніки, ІТ-технологій [79].

Управлінські інновації в туризмі, сучасні технології його розвитку є основним джерелом прогресу, а тому потребують адекватних рішень, починаючи з розроблення регіональних технологій розвитку. Для цього опрацьовують рекреаційні програми, проекти, технології регіонального відродження, обирають моделі регіонального розвитку, які забезпечують

розвиток кадрового потенціалу і місцевого самоуправління [148].

Отже, 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 [54].

На думку М. Доценко, інноваційна діяльність в сфері туризму спрямована на створення нового або зміну існуючого продукту, на вдосконалення транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових інформаційних і телекомунікаційних технологій і сучасних форм організаційно-управлінської діяльності. Інновації та нові інформаційні технології стають визначальними факторами для конкурентоспроможності індустрії туризму та активізації обмінів з іншими секторами економіки, пов'язаних з ними [45].

Л. Шимановська-Діанич серед основних напрямів інноваційної діяльності у сфері туризму виділяла такі:

- впровадження нових туристичних маршрутів, випуск нового туристичного та ресторанного продукту, надання нових готельних послуг тощо;
- застосування нової техніки і технологій;
- використання нових туристичних ресурсів;
- застосування нових способів і методів організації бізнес-процесу;
- відкриття нових напрямів і нових ринків збуту та інше [159].

Науковці О. Підвальна, Ю. Феленчак іноваційну діяльність

запропонували аналізувати або на рівні регіону (чи окремих системних формувань такого рівня), або ж окремих просторових утворень, що сформовані у межах регіону під впливом туристичної діяльності. Такими елементарними просторовими утвореннями є туристичні дестинації, саме виникнення і розвиток яких є елементом інноваційного розвитку туризму в регіоні [118].

Інноваційна діяльність у регіоні може трактуватися як сукупність взаємозалежних наукововиробничих процесів, які призводять до появи, формування і використання системи нововведень у цілях проведення радикального оновлення виробничої системи території, що відбивається на життєдіяльності людини [117].

Ключовою основою розвитку туристичної галузі є створення конкурентоспроможного на національному та міжнародному ринках туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби, що є неможливим без залучення інновацій [82]. Застосування інновацій у туристичній сфері спрямовані на формування нового туристичного продукту, надання унікальних туристичних послуг, застосування нових маркетингових підходів, використовуючи новітні техніки та ІТ-технології, що підвищить конкурентоспроможність туристичного продукту на національному та міжнародному ринках, призведе до появи нових видів туризму [40].

Базуючись на положеннях Генеральної угоди з торгівлі послугами (GATS), у туристичній сфері інноваційна діяльність розвивається за трьома напрямками:

- впровадження нововведень (організаційні інновації), пов'язаних з розвитком підприємства і туристичного бізнесу у системі і структурі управління, включаючи реорганізацію, укрупнення, поглинання конкуруючих суб'єктів на основі новітньої техніки і передових технологій кадрової політики;

- маркетингові інновації, що дозволяють охопити потреби цільових

споживачів або залучати не охоплених на цей період часу клієнтів;

– періодичні нововведення (продуктові інновації), спрямовані на зміну споживчих властивостей туристичного продукту, його позиціонування і дають конкурентні переваги.

Таким чином, інноваційна діяльність у сфері туризму спрямована на створення нового або зміну наявного продукту, на вдосконалення транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових інформаційних і телекомунікаційних технологій і сучасних форм організаційно-управлінської діяльності [103].

Специфіка інноваційної діяльності в туризмі полягає в тому, що розробка окремих видів інновацій потребує спільних зусиль підприємств регіону та певної підтримки з боку місцевих органів державної влади та місцевого самоврядування. Зокрема, організація нової масштабної події, що забезпечує приплив туристів у місце її проведення, потребує злагодженої роботи всіх зацікавлених учасників – як туристичних підприємств, так і владних структур [153].

Отже, інновації – це нові ідеї та пропозиції, які вперше впроваджуються в певну сферу життєдіяльності в конкретних умовах або підходи до удосконалення наявних технологій, продуктів чи послуг на підставі прогресивних тенденцій світового науково-технічного та соціально-економічного розвитку. Основною характеристикою інновації є новизна а також її економічна ефективність. Інновації в туризмі є рушійною силою розвитку не лише туристичної сфери, а й чинником соціально-економічного розвитку держав та регіонів, засобом вирішення соціальних проблем. Інноваційний розвиток туризму можна трактувати як розвиток туристичних систем різних рівнів, що базується на інноваціях.

Аналіз сучасного інноваційного розвитку туризму неможливий без врахування положень системного підходу.

Цей підхід застосовується при вирішенні завдань за принципом «від загального до часткового», тобто розподілом об'єкта дослідження (систем) на

підсистеми й елементи, встановленням реальних і прогнозованих зв'язків. При цьому специфічність складного об'єкту не обмежується лише особливостями структурних компонентів, а полягає, насамперед, у характері взаємодії між цими компонентами. Таким чином, у процесі аналізу з'ясовуються не лише причини того чи іншого явища, але й вплив цих зв'язків на кінцевий результат [42]. Системний підхід в управлінні інноваційною діяльністю застосовують для того, щоб виконати такі першочергові завдання: встановлення чітких цілей функціонування системи інноваційного менеджменту, які повинні змінюватись в часі і не суперечити загальним цілям підприємства; визначення кількісних і якісних параметрів, які виражають цілі даної системи: величина прибутку, обсяг реалізації продукції (послуг), частка ринку, підвищення іміджу і конкурентоспроможності фірми загалом; вибір найкращих шляхів досягнення цілей; поширення достовірної інформації за малий проміжок часу; швидке пристосування елементів системи до змін у внутрішньому і зовнішньому середовищі системи інноваційного менеджменту і організації загалом; забезпечення прямого і зворотного зв'язку для виявлення і усунення відхилення в інноваційній діяльності та запобігати виникненню таких відхилень [62].

Перевагою системного підходу є спрямування на слабо структуровані проблеми, пошук оптимального варіанта їх вирішення. Такі проблеми виникають на рівні складних систем [88].

Водночас туристична діяльність має чітко виражений просторовий вимір, адже здійснюється на базі наявної територіальної концентрації туристичних ресурсів і об'єктів, а також інфраструктурних пунктів та мереж. З позицій публічного управління та адміністрування найоптимальнішим територіальним рівнем організації будь-яких видів господарської діяльності є регіон (насамперед у політико-адміністративному трактуванні). З огляду на це, а також на системний характер інноваційної діяльності в туризмі, на наш погляд, її варто аналізувати у структурі регіональних туристичних систем.

Науковець А. Голод трактує регіональну туристичну систему як сукупність взаємопов'язаних суб'єктів туристичної діяльності, DESTИНАЦІЙ, органів управління, закладів освіти та науки й інших організацій, що мають відношення до розвитку туризму на регіональному рівні, об'єктів інфраструктури, а також споживачів туристичних послуг [22]. Структура регіональної туристичної системи відображена на рис. 1.1.

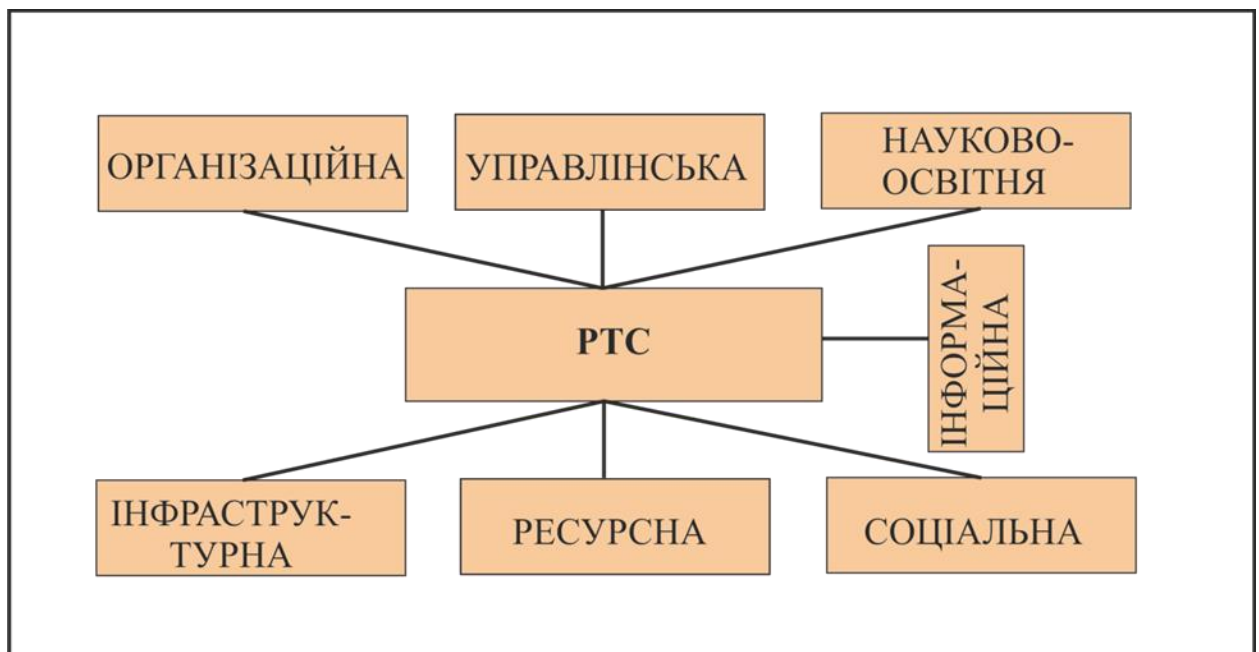


Рис. 1.1. Підсистеми регіональної туристичної системи
(за А. Голодом) [22]

Інноваційний розвиток як пріоритетний напрям підвищення конкурентоздатності туристичних підприємств, DESTИНАЦІЙ, регіонів та держав має також складну структуру та системний характер. Основними напрямками інноваційного розвитку регіональних туристичних систем є формування інноваційної інфраструктури (зокрема, у вигляді туристичних кластерів), активізація інноваційної діяльності на підприємствах, підвищення ефективності впровадження і використання інноваційних технологій, ширше залучення управлінської та науково-освітньої підсистем до процесів генерування та підтримки інновацій.

Отже, 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.

1.2. Гастрономічний туризм: сутність і структура

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 [104].

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].

Про актуальність проблем розвитку гастрономічного туризму свідчить публікація окремого наукового збірника «The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism» (2019), де представлено широкий спектр досліджень, які стосуються проблематики гастрономічного туризму. Науковці проаналізували трансформації, які вплинули на сфери гастрономії, туризму і сучасне суспільство, брендинг дестинацій, задоволеність відвідувачів, а також фактори, що зумовлюють рішення про покупки, замовлення тощо. Автори представили власне критичне бачення та рефлексії стосовно актуальних ідей, суперечностей та запитів, пов'язаних із ринком гастротуризму, який стрімко розвивається [187].

Книга поділена на шість частин. В першій розглянуто аналіз поняття “гастрономічний туризм”. У другій – питання гастрономічної поведінки туристів. Третя частина стосується проблематики сталого розвитку цього виду туризму. У четвертій частині висвітлено вплив цифрових технологій. У п'ятій представлено сучасні форми гастрономічного туризму. Врешті, шоста частина стосується роботи над новими парадигмами цієї галузі [187].

У цій книзі гармонійно поєднано знання і досвід понад ста науковців з тридцяти однієї країни світу. Найширша тематика досліджень у колективному збірнику (60 статей), робить його, фактично, одним із найважливіх ресурсів англійською мовою для фахівців у сфері гостинності, туризму, гастрономії, менеджменту, маркетингу, поведінки споживачів, бізнес-аналізу та культурології. Редактор цієї фундаментальної праці, Saurabh Kumar Dixit, є керівником кафедри туризму та готельного менеджменту в North-Eastern Hill University, що знаходиться в місті Шиллонг в Індії. Його наукові інтереси охоплюють проблематику, яка стосується маркетингу та

менеджменту у туризмі [187].

Підсумовують збірник висновки, які Saurabh Kumar Dixit назвав «Побудова програми дослідження глобального гастрономічного туризму». Тут акцентована увага на синтезі поглядів авторів стосовно гастрономічного туризму, а також запропоновано можливі перспективні напрями подальших досліджень [187].

Детальний аналіз змісту «The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism» (2019) дає змогу виокремити сучасні напрями наукових досліджень розвитку гастрономічного туризму на глобальному рівні.

У підрозділі «Структура гастрономії» мова йде про те, що гастрономія, включаючи в себе продукти та напої, знаходиться в центрі гостинності і є невіддільною від туризму. Відвідувачі прагнуть не лише задовольнити харчові потреби, але й використовують гастрономічний досвід для вивчення нової культури, місць та знайомства з людьми та локальними туристичними продуктами. У статтях «Gastronomic tourism: a theoretical construct» (Saurabh Kumar Dixit) та «Historical evolution of gastronomic tourism» (John D. Mulcahy) висвітлено теоретичний аспект та історичний розвиток гастрономічного туризму. У статті «Modern gastronomy: the science of flavor and tasting» (Peter R. Klose) представлено погляди на сучасну гастрономію з точки зору сприйняття ароматів та смаку. У статті «Having your cake and eating it: the problem with gastronomic tourism» (Roy C. Wood) досліджено промоцію гастротуризму. Зазначено, що індустрія винного туризму прекрасно доповнює гастрономічну ідентичність певної дестинації. У статті «Wine tourism and gastronomy: a natural partnership in regional development» (Marlene A. Pratt, Joan Carlini) описано, чому саме виноробні регіони потребують розвитку гастрономічного туризму. У статті «Synergies in food, wine, culture and tourism» (Roberta Garibaldi) розкрито взаємозв'язок між їжею, вином, культурою та туризмом [187].

У підрозділі «Культурна інтеграція» йдеться про те, що в основі гастрономічного туризму знаходиться уявлення про певні відмінності, про

страви, які відрізняються від звичних. Місцева культура і традиції посідають чільне місце в дослідженнях гастрономічного туризму. Поняття культури, яка включає в себе етнічну приналежність та національну ідентичність, є найбільш очевидним способом розрізнення систем харчування. Концепція гастрономічної ідентичності демонструє вплив навколишнього середовища (ландшафт і погода) та культури (історична та етнічна ідентичність) на смак, текстуру та аромат їжі та напоїв. У статтях «The role of gastronomic tourism in rural development» (Bernadett Csurgó, Clare Hindley, Melanie Kay Smith), «Sustainable supply chains in gastronomic tourism» (Paolo Corvo, Michele Filippo Fontefrancesco), «Roles of local food in sustainable development: evidence from Houston, TX, USA» (Tiffany S. Legendre, Melissa A. Baker), «Farmers' markets in gastronomic tourism: opportunities and challenges» (Michelle Thompson, Bruce Prideaux) і «Community development through gastronomic tourism» (Silvia Aulet, Dolors Vidal-Casellas, Joaquim Majó) проаналізовано цю проблематику за допомогою відповідних регіональних тематичних досліджень. Статті «Gastronomy, culture and tourism in Ecuador» (Tomás López-Guzmán, Ana Lucía Serrano López, Jesús Claudio Pérez Gálvez, Augusto Tosi Vélez) і «Exploring additional food and beverage activities of wine travelers» (Matthew J. Stone, Roberta Garibaldi, Andrea Pozzi) присвячені гастрономії, культурі та туристичній діяльності. У статтях «Gastronomic tourism: an opportunity to discover the diversity of local and regional cultures» (Janez Bogataj), «The roles of terroir, food and gastronomy in destination authenticity» (Willy Legrand, Philip Sloan, Mirja Fett, Theresa Manten), «Local knowledge transfer in Hong Kong through gastronomy, agriculture and tourism» (Sidney C. H. Cheung) мова йде про взаємозв'язок гастрономії, побуту місцевого населення, культурної спадщини, креативності та економіки. У статті «Heritage and authenticity in gastronomic tourism» (Melissa A. Baker, Kawon Kim) наголошено на ролі автентичності, а в статті «Sustainable restaurant system and gastronomy» (Paul Hellier) підкреслено важливість стабільності у ресторанній справі. У статті «Gastronomic tourism innovations»

(Dante Di Matteo) йдеться про те, що гастрономічний туризм дає можливість спробувати нові або ж екзотичні страви як в містах, так і в сільській місцевості, а в статті «Slow food movement» (Kuan-Huei Lee) розглянуто слоуфуд [187].

У підрозділі «Комплементарний маркетинг» окреслено потенціал гастротуризму для підтримки локальної, регіональної та національної економіки. Гастрономію асоціюють з конкретною дестинацією, регіоном чи країною, і вона виступає потужним інструментом туристичного маркетингу. У статті «Marketing destinations through gastronomy: Nordic perspectives» (Xiang Ying Mei) досліджено, яким чином скандинавські країни використовують даний вид туризму для власної реклами. У статті «Transforming the terroir into a tourist destination» (Rebecca Mackenzie) описані стратегії застосування гастрономічного туризму для підвищення привабливості певної дестинації. Стаття «Building a tourism destination using gastronomy through creative collaboration» (John D. Mulcahy) стосується співпраці як ключового елемента для успішного планування, управління та маркетингу. Стаття «Alternative food networks and gastronomy» (Maria del Pilar Leal Londoño) описує спільну роботу в умовах гібридної економіки виробництва та споживання [187].

У підрозділі «Гастрономічна поведінка відвідувачів» йдеться про можливість насолоджуватися місцевою кухнею як основним мотивом подорожі або ж як доповненням до інших туристичних заходів. Мотивація туристів до споживання їжі та напоїв є центральним елементом розвитку гастротуризму, на чому наголошено у статті «A foodie's perspective on gastronomic tourism» (Donald Getz, Richard N. S. Robinson). З метою досягнення найкращих результатів потрібно оптимально поєднувати їжу, культуру та сервіс відповідно до власних потреб та уявлень. У статті «The tourists' gastronomic experience: an embodied and spatial approach» (Sandhiya Goolaup, Cecilia Solér, Robin Nunkoo) зацентровано на розумінні значення незабутніх гастрономічних вражень. У статтях «Need recognition

and motivation for gastronomic tourism» (Brian Kee Mun Wong, Christy Yen Nee Ng), «Factors affecting tourists' food consumption» (Derong Lin, Ling Ding) і «Tourists' perceptions and expectations for gastronomic experience» (Mozard Mohtar, Thinaranjeneey Thirumoorthi) детально розглянуто гастрономічні мотиви туристів, їхні очікування щодо продуктів харчування та напоїв. Різноманітні аспекти поведінки туриста досліджені у статтях «Service quality and gastronomy» (Azni Zarina Taha, Christy Yen Nee Ng), «A foodie's perspective on gastronomic tourism» (Donald Getz, Richard N. S. Robinson), «Servicescape and gastronomic tourism» (Fabrizio Ferrari), «Malaysian gastronomic tourism: its importance, satisfiers, dissatisfiers and delighters» (Robert J. Harrington, Michael C. Ottenbacher, Byron Marlowe) і «Gastronomic trails as service ecosystems» (Namita Roy, Ulrike Gretzel, Gordon Waitt, Venkata Yanamandram) [187].

У підрозділі «Види гастрономічного туризму» наголошено на тому, що гастротуризм поширений у всьому світі. У статті «The “worlds approach” to gastronomic tourism: the case of wine tourism in Japan» (Chuanfei Wang) досліджено винний туризм в Японії, у статті «Food routes, trails and tours» (Brittany Dahl) – формування маршрутів та екскурсій, у статті «Organic foods and gastronomic tourism» (İge Pirnar, Duygu Çelebi) – органічні продукти, у статті «Edible insect gastronomy» (Melissa A. Baker, Tiffany S. Legendre, Young Wook Kim) – їстівних комах, у статті «Craft drinks tourism worldwide and in Northern Ireland» (Maria Teresa Simone-Charteris) – крафтові напої, у статті «Halal food and Muslim tourists» (Rafa Haddad, Salem Harahsheh, Ayman Harb) – халяльні продукти, у статті «Native foods and gastronomic tourism» (Freya Higgins-Desbiolles, Gayathri Wijesinghe, Tricia Vilkinas, Stuart Gifford) – значення місцевої кухні, у статті «Symbolic and sociocultural interpretation of tea tourism in India» (Ishan Singh, Péter Varga) – чайний туризм, у статті «Senior travelers: an Emerging Market Segment in Gastronomic Tourism» (Adela Balderas-Cejudo, Ian Patterson, George W. Leeson) – гастрономічний туризм для людей похилого віку, у статтях «Gastronomic

performativities during festivals in Sariaya, Philippines» (Shirley V. Guevarra), «Markets, festivals and shows: sustainable approaches to gastronomic tourism through collaboration» (Ann Hindley, Tony Wall), «Gastronomic festivals and events: future scenarios» (Keith Mandabach, Wu Chuanbiao) – івент-туризм [187].

У підрозділі «ЗМІ та соціальні мережі» описано роль інтернету та медіа у гастротуризмі. Огляди у всесвітній павутині, обмін цифровою інформацією відіграють важливе значення для формування намірів відвідати те чи інше місце. Багато закладів намагаються збудувати персоналізовані стосунки зі своїми клієнтами, зокрема, у віртуальній середовищі. У статті «Gastronomic tourism and media» (Jennifer Laing, Warwick Frost) досліджено зв'язок між ЗМІ та гастрономічним туризмом. У статті «Celebrity chefs and luxury hotels: the influence of personal branding on marketing strategies» (Girish Prayag, Valentine de Cellery d'Allens) проаналізовано діяльність шеф-кухарів та їх вплив на операційний та стратегічний маркетинг розкішного готелю. У статтях «Tourists' lifestyle and foodservice tendencies in social media» (Sandra Maria Correia Loureiro, Eduardo Moraes Sarmento), «Digital platforms for collaborative gastronomy» (Marios D. Sotiriadis, Lesedi T. Nduna), «Marketing decision and customer reviews in gastronomic tourism» (Sedigheh Moghavvemi, Brian Kee Mun Wong), «Culinary mapping: a gastronomic tourism planning tool» (Ingrid Booysen, Gerrie E. du Rand), «Digital marketing and gastronomic tourism» (Thinaranjney Thirumoorthim, Sedigheh Moghavvemi), «Mobile applications to promote gastronomic tourism» (Dayna Ortner), «Online reputation management for gastronomic tourism» (Velvet Nelsoni), «How do gastronomic blogs affect the consumer's decision?» (Orsolya Szakály, Ivett Sziva) проаналізовано роль медіа, мобільних технологій та геоінформаційних систем у гастротуризмі [187].

Врешті, стаття «Intellectual property rights in gastronomic tourism» (Trevor Jonas Benson) інформує про права інтелектуальної власності в гастрономічному туризмі, а в статті «Geographical indications and tourism

destinations: an overview» (Stefano Ciani, Michela C. Mason, Andrea Moretti) представлено аналіз зв'язку між зазначенням географічного походження та туристичними дестинаціями. “Гастродипломатія” перетворюється на потужний інструмент взаємодії між різноманітними спільнотами та культурами [187].

Ми погоджуємося з думкою Saurabh Kumar Dixit стосовно того, що пропонований збірник надає фундаментальні знання про гастрономічний туризм, створюючи основу для подальших досліджень, зокрема, його ролі у розвитку місцевої кухні та економіки [187].

Bogdan Gabriel Nistoreanu, Liliana Nicodim та Dan Mihnea Diaconescu пишуть про те, що сьогодні під поняттям “кулінарний туризм” (culinary tourism) розуміють мандрівки до певних місць або регіонів, де пропонують місцеву кухню та напої, що, власне, є основною мотивацією для подорожей. Споживачі є більш освіченими, мають добру фізичну форму, мандрують, довше живуть і турбуються про своє здоров'я та навколишнє середовище. У результаті цього їжа та напої стають більш важливими та пріоритетними для певних соціальних груп. Кулінарна культура зазнала впливу структурних змін, що відбулися у нашому суспільстві. Глобалізація, модернізація, урбанізація та міграція змодельовали і трансформували способи споживання їжі у сучасній цивілізації. На щоденний вибір продуктів харчування безпосередньо впливають такі фактори як смак, вартість, здоровий спосіб життя, задоволення, зручність [178].

Туристи, котрі віддають перевагу гастрономічним подорожам, виявляють помірний інтерес до їжі. Такий тип мандрівників поєднує споживання їжі з іншими видами активності в рамках програми подорожі [178].

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 [178].

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) [178].

У 2003 році разом зі своєю групою радників Erik Wolf заснував Міжнародну асоціацію кулінарного туризму, а в 2006 році ця організація відкрила Міжнародний інститут кулінарного туризму (International Culinary Tourism Institute) [178].

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 [178].

Цей унікальний вид туризму знайомить мандрівників з новими ароматами, смаками та традиціями, пов'язаними із приготуванням, подачею та споживанням їжі та напоїв [178].

Цікавим є дослідження Susanna Rachão, Zélia Breda, Carlos Fernandes та Veronique Joukes, де автори провели ґрунтовний аналіз сучасної наукової літератури, яка стосується гастрономічного туризму [183].

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 [183].

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 [184].

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 [184].

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 [184].

Індустрія цього виду туризму, яка охоплює не лише гастрономічні гідни та ресторани, стосується будь-якого кулінарного досвіду. У зазначеній сфері функціонують кулінарні школи, книгарні, де можна придбати кулінарні книжки, туристичні оператори, які займаються організацією гастро-подорожей, та гідни; ЗМІ, пов'язані із гастрономією, телевізійні програми та журнали, діяльність виноробів, виноградники, пивоварні, спиртогорілчані заводи, господарі полів та виробники продукції [184].

Гастрономічний туризм є дуже важливим у тому контексті, що він може перетворити подорож на справді унікальну, допомогти виблискувати

певній destinations та отримати добру репутацію серед інших, а також показати, що споживання їжі та напоїв може мати символічне значення, а не лише бути фізіологічною потребою [184].

Gayane Tovmasyan зазначає, що у 2002 році Erik Wolf визначив поняття “гастрономічний туризм” як подорож з метою пошуку та отримання насолоди від приготованої їжі та напоїв і незабутнього гастрономічного досвіду [188].

Науковиця вказує на те, що на думку Sajna S. Shenoy, існує три типи гастрономічних туристів. Перша група – це кулінарні туристи (culinary tourists), для котрих їжа відіграє важливу роль і вони мають особливий інтерес до різних видів активності, пов’язаних з харчуванням. Досвідчені туристи (experiential tourists) пробують місцеву їжу, але не виявляють до неї настільки особливого інтересу, як представники попередньої групи. Третя група охоплює загалом тих мандрівників (general tourists), котрі за власними гастрономічними інтересами є абсолютно протилежними кулінарним туристам [188].

Gayane Tovmasyan вважає, що люди споживають місцеву кухню, незважаючи на високу вартість, і для багатьох вона не відіграє вагомої ролі, оскільки вони віддають перевагу високоякісній їжі [188].

Книга «Culinary Tourism» (2010) є першою, де їжу розглядають як destination, так і засіб туризму. У ній досліджено лінії перетину між їжею, культурою і туризмом в суспільному та комерційному контекстах [175].

Кулінарний туризм (culinary tourism) – це орієнтація на їжу як на засіб привабити, для дослідження та для destination, у туризмі. Термін “кулінарний туризм” ввела фольклорист Lucy M. Long [174].

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 [105].

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 [43].

За даними Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО, Глобальна доповідь із продовольчого туризму), 79% мандрівників вибудовує маршрут, попередньо вивчивши календар гастрономічних подій і особливості 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 поїздки [89].

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 [145].

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 [127].

Науковці В. Ковешніков та В. Гармаш до гастрономічного туризму відносять відвідування гастрономічних 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. [63].

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 шеф-кухаря, а також спостереження за тим як готується певна страва [168].

Основні визначення поняття гастрономічного туризму наведені у хронологічній послідовності в табл. 1.2.

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.

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 приїжджкої 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. 1.2).

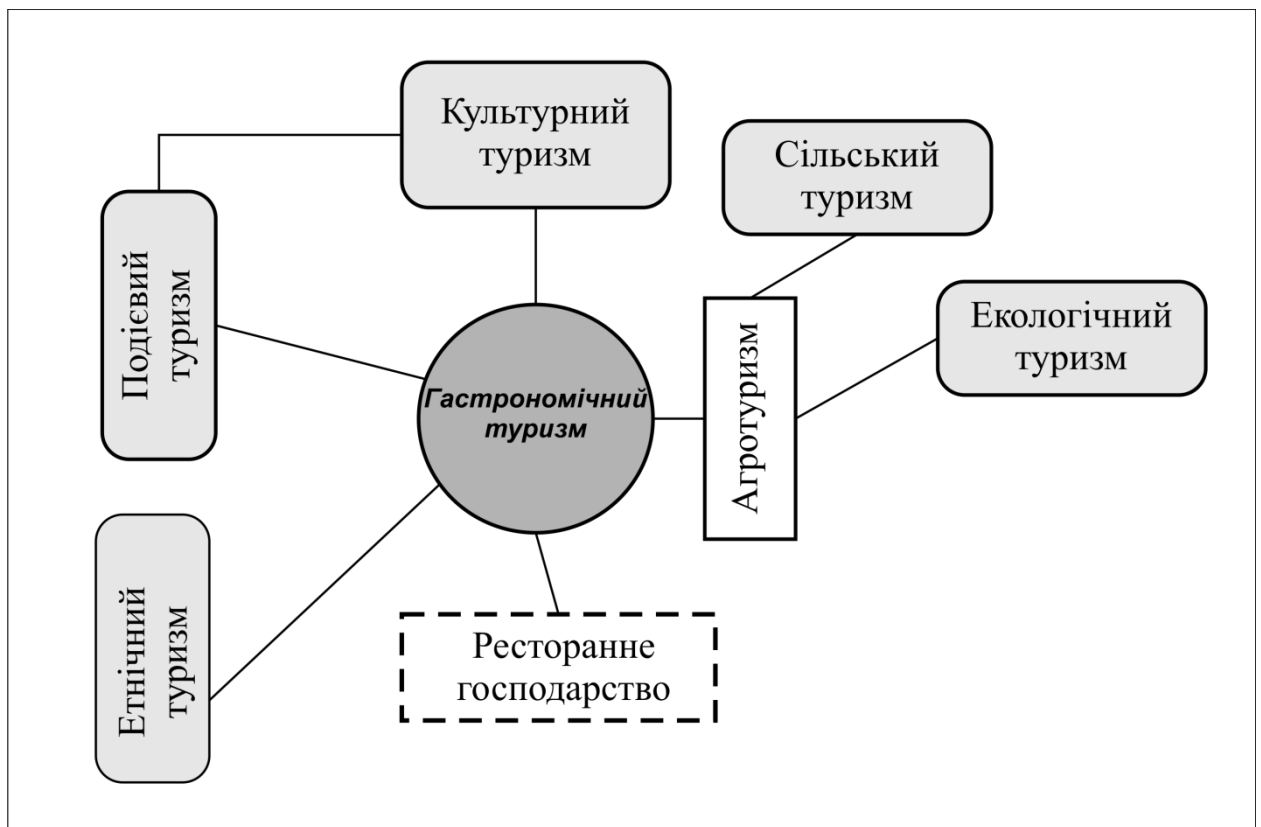


Рис. 1.2. Структура та зв'язки гастрономічного туризму

Оскільки у загальному сенсі метою гастрономічного туризму є саме ознайомлення з гастрономічною культурою певної території, регіону чи країни, варто детальніше проаналізувати трактування різними науковцями поняття гастрономічної культури.

Як вважає В. Ніколенко, гастрономічна культура є поліфонічним суспільним феноменом та містить у собі евристичний (дозволяє вивчати особливості організації людського універсуму), символічний (репрезентує важливі процеси та події суспільного життя, актуальні варіанти соціальної

взаємодії тощо) і ціннісно-нормативний контексти (регулює міжособистісну та міжгрупову інтеракції) [101].

На думку Г. Толок, гастрономічна культура – це система правил, приписів і зразків, що визначають спосіб приготування їжі, набір прийнятих у даній культурі продуктів і їх поєднання, практики споживання їжі, а також рефлексія над перерахованими вище феноменами [144].

Науковець І. Нестерчук вважає, що гастрономічна культура – культурно специфічна система норм, принципів і зразків, яка втілюється в способах приготування їжі, в наборі прийнятих в даній культурі продуктів та їх поєднань, практиці споживання їжі, рефлексії над процесами приготування та споживання їжі [93].

Отже, до гастрономічної культури як об'єкта гастрономічного туризму можна віднести кулінарні традиції, рецепти, культуру прийняття їжі, а також звичаї та обряди, котрі пов'язані з гастрономією.

У сучасних наукових дослідженнях значна увага надається також проблемам організації гастротуризму, його переваг в контексті соціально-економічного 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 [20].

Туристи можуть цілеспрямовано відвідувати певні місця, щоб

спробувати страви місцевої кухні. У міру зростання туристів, які шукають гастрономічних вражень через пізнання нових смаків та відчуттів, зарубіжні науковці, відзначали різницю між туристами для яких їжа є головним мотивом для відвідування, та іншими мандрівниками, які куштують страви місцевої кухні лише під час подорожі, де їжа не є основним їх мотивом [170].

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 [127].

Існує значна кількість досліджень присвячених проблемам класифікації гастрономічного туризму.

Науковці Т. Трададенко та К. Верес включали до гастрономічного туризму програмне забезпечення туру, гастрономічні заходи, кулінарні свята, фестивалі [145].

Науковець В. Омельницька гастрономічний туризм класифікувала за декількома ознаками, такими як спрямованість, вид конкретного продукту або напою, мета подорожі, розташування туристичного місця та особливості організації [106].

За Г. Вишневською гастрономічний туризм класифікується за розташуванням туристичного місця, за видом конкретного продукту або напою, за метою подорожі [16].

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 [83].

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. 1.3).

Таблиця 1.3

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

З огляду на системний характер туристичної діяльності в регіоні, в цьому контексті також можна аналізувати структуру гастрономічного туризму як галузевої підсистеми регіональної туристичної системи (рис. 1.3).

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.

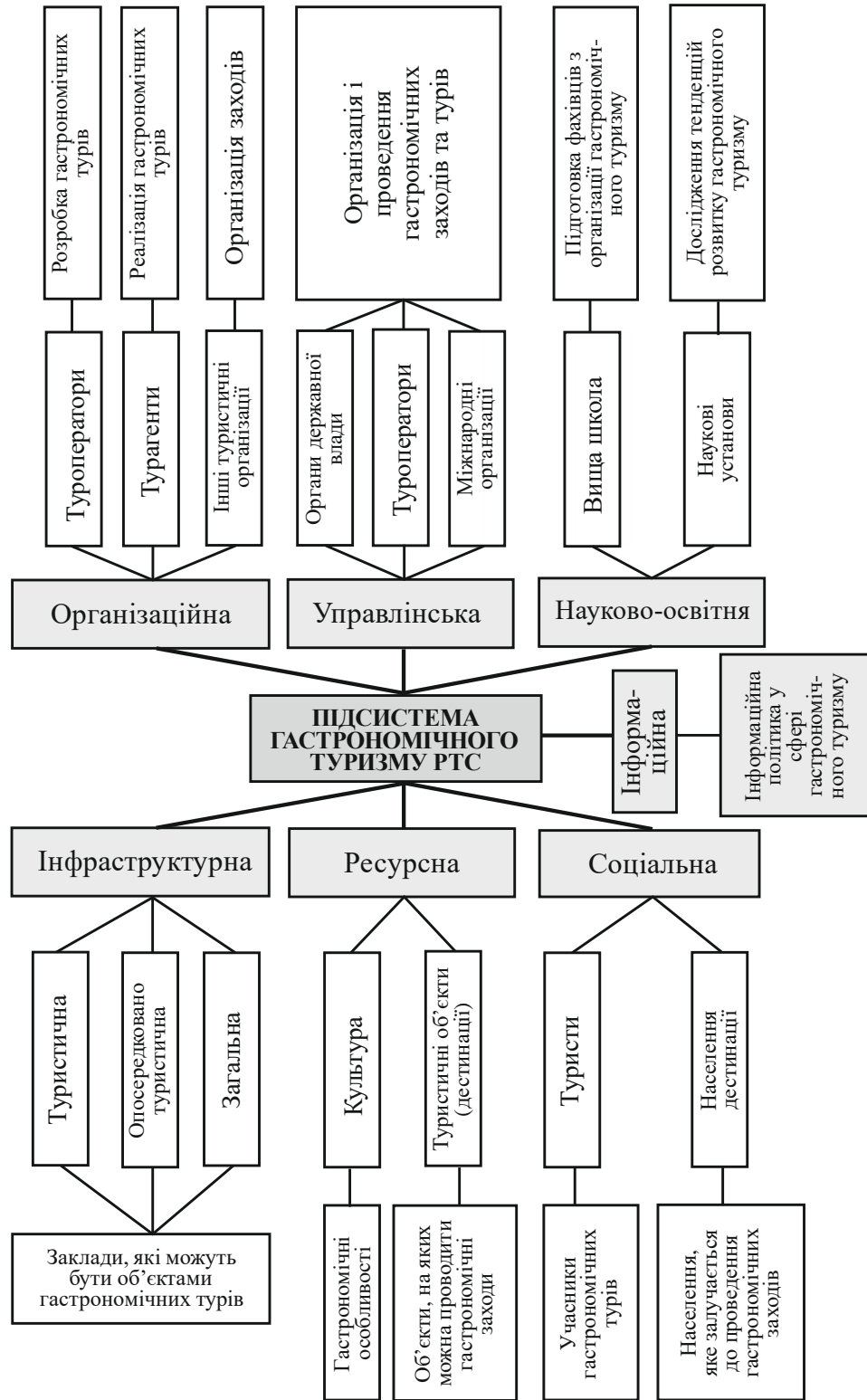


Рис. 1.3. Підсистема гастрономічного туризму у структурі регіональної туристичної системи (РТС). Складено автором на основі [22]

Світова практика показує, що в результаті впровадження гастротуризму у регіонах та державах, можна суттєво інтенсифікувати в'їзні туристичні потоки. Гастротуризм може стати тією рушійною силою, котра пожвавить туристичний рух в тих регіонах, де він знаходиться у стадії спокою. За допомогою цього виду туризму можна досить ефективно підвищити туристичну привабливість територій.

Висновки до першого розділу

1. За результатами аналізу наукових підходів у світовій та українській науці виявлено, що у трактуванні поняття «інновація» простежується практикоорієнтований підхід та наявна чітка модернізаційна спрямованість на особистісному, організаційному, галузевому та техніко-економічному рівнях. Інновацію слід трактувати як нововведення, яке вперше впроваджується в певну сферу життєдіяльності або як розробку нових технологій, продуктів чи послуг більш високої якості. Основною характеристикою інновації є новизна а також її економічна ефективність.

2. Інноваційний розвиток в туризмі – це створення нового або покращеного варіанту наявного туристичного продукту шляхом якісних змін на різних етапах його розробки і реалізації. Туристична діяльність має чітко виражений просторовий вимір, адже здійснюється на базі наявної територіальної концентрації туристичних ресурсів і об'єктів, а також інфраструктурних пунктів та мереж. З позицій публічного управління та адміністрування найоптимальнішим територіальним рівнем організації будь-яких видів господарської діяльності є регіон. З огляду на це, а також на системний характер інноваційної діяльності в туризмі її варто аналізувати у структурі регіональних туристичних систем.

3. Інноваційний розвиток як пріоритетний напрям підвищення конкурентоздатності туристичних підприємств, дестинацій, регіонів та

держав має складну структуру та системний характер. Основними напрямками інноваційного розвитку регіональних туристичних систем є формування інноваційної інфраструктури, активізація інноваційної діяльності на підприємствах, підвищення ефективності впровадження і використання інноваційних технологій, ширше залучення управлінської та науково-освітньої підсистем до процесів генерування та підтримки інновацій. На підставі аналізу літературних джерел зроблено висновок, що в сучасних умовах інновації є важливим фактором, що може забезпечити прогресивний розвиток туризму, зокрема гастрономічного.

4. Встановлено, що як у світовій, так і в українській науці досі немає єдності щодо поняттєво-термінологічних питань, що стосуються гастрономічного туризму. Визначення поняття гастрономічного туризму досить різноманітні, як і терміни, що вживаються для його позначення. 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.

5. Гастрономічний туризм можна аналізувати як один із різновидів культурного туризму, адже гастрономія є визнаним елементом культури. 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. До гастрономічної культури як об'єкта гастрономічного туризму віднесено кулінарні традиції, рецепти, культуру прийому 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, в яких гастрономічний туризм буде супутнім (або складовою частиною).

Основні результати розділу опубліковано в наукових працях: [28, 33, 66, 67, 94, 95, 99].

РОЗДІЛ 2

МЕТОДИКА ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В РЕГІОНАЛЬНОМУ ВИМІРІ

Розвиток індустрії туризму тісно пов'язаний з економічним та соціальним розвитком країни чи регіону. У сучасних умовах важливою умовою для динамічного розвитку туризму є впровадження інновацій. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму значною мірою залежить від інноваційних рішень, які спрямовані на створення нового або оновлення наявного продукту.

Важливим завданням наукового дослідження є вибір методів дослідження для пізнання об'єкта.

Для вирішення поставлених завдань нашого дисертаційного дослідження було використано загальнонаукові та спеціальні методи, серед яких:

- аналізу та синтезу (для деталізації об'єкта і предмету дослідження);
- системний підхід (для обґрунтування ролі гастрономічного туризму в структурі регіональної туристичної системи);
- групування (у процесі систематизації видів та форм організації гастрономічного туризму);
- структурно-функціональний (у процесі аналізу функціональних особливостей та інноваційних факторів розвитку гастрономічного туризму);
- математико-статистичний (для оцінювання сучасного стану розвитку гастрономічного туризму в регіоні);
- картографічний (для відображення просторової структури досліджуваних процесів і явищ);
- моделювання (у процесі розроблення моделі удосконалення функціональної та просторової структури розвитку гастрономічного туризму на регіональному рівні, проектування гастротуристичного кластера);
- анкетне опитування (для експертного оцінювання сучасного стану і

перспектив розвитку гастрономічного туризму у Львівській області);

– прогнозування (для формування авторських рекомендацій щодо подальшого інноваційного розвитку гастрономічного туризму).

Розглянемо детальніше зміст кожного із застосованих методів.

Аналіз і синтез. Аналіз передбачає роздроблення цілого на складові елементи, тобто виділення ознак предмету для вивчення їх окремо як частини єдиного цілого.

Аналіз і синтез можуть бути результативними методами пізнання лише тоді, коли використовуються в тісній єдності. Для того, щоб став можливим аналіз того чи іншого об'єкта, він повинен бути зафіксованим у свідомості як деяке ціле, тобто попередньою умовою аналізу є цілісне, систематичне її сприйняття. І, навпаки, синтез можливий тоді, коли здійснений аналіз, виділені ті або інші сторони й елементи деякого цілого. Отже, синтез є поєднанням отриманих при аналізі частин у єдине ціле [36].

Системний підхід – це категорія, що не має єдиного визначення. Водночас загалом це один із головних напрямів методології спеціального наукового пізнання та соціальної практики, мета і завдання якого полягає у дослідженнях певних об'єктів як складних систем (сукупності взаємопов'язаних елементів). Системний підхід сприяє формуванню відповідного адекватного формулювання суті досліджуваних проблем у конкретних науках і вибору ефективних шляхів їх вирішення [12].

Групування – метод дослідження масових явищ, найважливіший етап статистичного зведення, який здійснюється шляхом об'єднання одиниць сукупності в однорідні групи за істотними ознаками [147].

Структурно-функціональний метод пов'язаний із системним підходом і визначається як підхід до опису і пояснення системи, при якому досліджуються її елементи і залежності між ними в рамках єдиного цілого [55].

Математична статистика – розділ прикладної математики, який розробляє методи виявлення та аналізу статистичних закономірностей на

основі математичних моделей, що описують досліджувані дані [78]. Серед методів математичної статистики – *статистичний аналіз* (аналіз статистичних даних про масові явища та процеси в соціально-економічній сфері, природі, науці, техніці з метою встановлення закономірностей стану та розвитку цих явищ та процесів, зв'язку між ними, структурних зрушень, їх прогнозування) [19].

Картографічний – один із сучасних наукових методів, пов'язаних з використанням карт як найповніших джерел інформації про зображення на карті, об'єкти для опису, аналізу та пізнання картографованих явищ для здобуття нових знань і характеристик, вивчення їх просторових взаємозв'язків та прогнозу їх розвитку [130].

Моделювання – це вивчення певного об'єкта за допомогою спостережень або експериментів, проведених з його моделлю [133]. Також моделі, зокрема графічні, можуть бути підставою для подальших наукових пошуків та узагальнень, організації практичного впровадження наукових результатів.

Анкетне опитування – це метод здобуття експертної інформації опосередковано через спеціальний інструментарій – анкету (впорядкований певним методом перелік запитань, за допомогою яких збирається первинна експертна інформація). *Анкетування* може застосовуватися у процесі *експертного опитування*, яке є найбільш поширеним і незамінним способом отримання експертної інформації з певної сфери відносин [158].

Прогнозування – це спосіб наукового передбачення, в якому використовується як минулий накопичений досвід, так і поточні припущення на рахунок майбутнього з метою його визначення [70].

Дослідження інноваційного розвитку гастрономічного туризму в регіоні є багатоетапним процесом, який передбачає підбір правильної методики.

Наше дисертаційне дослідження проводилось у вісім етапів.

Перший етап (вересень 2019 р. – грудень 2019 р.) передбачав аналіз

сутності інноваційного розвитку як напряму функціонування регіональних туристичних систем. На цьому етапі основою досліджень були збір та опрацювання літературних джерел щодо теоретико-методологічних засад дослідження інноваційного розвитку. Проаналізовано вітчизняну і зарубіжну наукову літературу, публікації в засобах масової інформації, які характеризують інноваційний розвиток.

Проведена на першому етапі дослідницька робота дозволила визначити тему, мету, об'єкт, предмет та методи дослідження, сформулювати завдання, узагальнити наукові підходи до предмету дослідження.

Другий етап (січень 2020 р. – березень 2020 р.) передбачав обґрунтування сутності і структури гастрономічного туризму. Із застосуванням системного підходу було обґрунтовано роль гастрономічного туризму в структурі регіональної туристичної системи. Проаналізовано теоретичні аспекти визначення сутності поняття «гастрономічний туризм», визначено структуру та зв'язки гастрономічного туризму, а також структуру організації гастрономічного туризму. На цьому етапі роботи для відображення схем структури та зв'язків гастрономічного туризму використовувався графічний редактор CorelDRAW.

Третій етап (квітень 2020 р. – червень 2020 р.) передбачав аналіз структури і особливостей впливу факторів розвитку гастрономічного туризму. На цьому етапі дослідження було проаналізовано передмови, основні фактори розвитку гастрономічного туризму, проведено їх класифікацію. Аналіз факторів дозволив сформулювати методи їх впливу на розвиток гастрономічного туризму в сучасних умовах на прикладі Львівської області та України.

За допомогою математико-статистичного методу було визначено кількість туристів та екскурсантів обслужених суб'єктами туристичної діяльності у 2011-2018 рр.; кількість закладів розміщення у Львівській області у 2000-2017 рр.; кількість іноземних туристів, обслужених суб'єктами туристичної діяльності у Львівській області у 2018 р. Застосовано графічні

прийоми для відображення динаміки вищезазначених показників у вигляді графіків та діаграм.

На *четвертому етапі* (вересень 2020 р. – грудень 2020 р.) дослідження було здійснено аналіз інноваційних факторів розвитку гастрономічного туризму у Львівській області. Було обґрунтовано виокремлення окремої групи інноваційних факторів та описано їх вплив на розвиток гастрономічного туризму в регіоні.

У процесі аналізу функціональних особливостей та інноваційних факторів розвитку гастрономічного туризму, було використано структурно-функціональний метод, за допомогою якого розроблено структуру інноваційних факторів. Із застосуванням графічних прийомів відображено схему структури інноваційних факторів розвитку гастрономічного туризму.

На *п'ятому етапі* (січень 2021 р. – березень 2021 р.) проведено дослідження ролі етногастрономічного туризму у Львівській області як елемента регіонального туристичного брендингу. Шляхом виокремлення етногастрономічних та ресурсів було визначено потенціал розвитку етнічного та етногастрономічного туризму у Львівській області, а також перспективи розвитку цього напрямку гастрономічного туризму. На основі опрацьованого матеріалу запропоновано концепцію етнічних ресторанів Львівщини.

На *шостому етапі* (квітень 2021 р. – червень 2021 р.) було проаналізовано просторові особливості розвитку гастрономічного туризму у Львівській області, зокрема, на прикладі приміської зони м. Львова. На основі застосування методу групування проведено класифікацію гастротуристичних об'єктів приміської зони. На цьому етапі роботи за допомогою методів прогнозування та моделювання було передбачено перспективи створення нових форм просторової організації гастрономічного туризму на досліджуваній території.

Із застосуванням картографічного методу за допомогою програми ArcGis були розроблені картосхеми для відображення гастротуристичних об'єктів та дестинацій приміської зони м. Львова.

Під час шостого етапу дослідження для оцінювання потенціалу розвитку гастрономічного туризму в регіоні нами була сформована методика його бальної оцінки. Оцінювання здійснювалося на базі загальної методики оцінювання рекреаційно-туристичного потенціалу території, запропонованої О. Бейдиком [6], а також з урахуванням науково-методичних підходів оцінювання потенціалу туристичних ресурсів регіону розроблених П. Кучером [74], Д. Цесьців [152], методики оцінювання потенціалу гастрономічного туризму в регіоні, запропонованої І. Нестерчук [92].

Оцінювання потенціалу розвитку гастрономічного туризму у Львівській області здійснювалося нами у розрізі нових адміністративних районів (із 2020 року) за п'ятьма основними компонентами, кожному із яких присвоювалося від 0 до 10 балів за визначеними критеріями.

1. *Гастролокації*. Із метою оцінювання територіальної концентрації гастролокацій в межах адміністративних районів Львівської області було розраховано їх коефіцієнти локалізації (K_l) за формулою:

$$K_l = \frac{A_x}{A_p} \quad (1.1),$$

де A_x – частка гастролокацій району у загальній їх кількості в регіоні, A_p – частка площі відповідного району у загальній площі території регіону. Отримані коефіцієнти локалізації ранжувалися за принципом: нижче 0,10 – 0 балів; 0,11-0,40 – 2 бали; 0,41–0,80 – 4 бали; 0,81-1,00 – 6 балів; 1,01-3,00 – 8 балів; понад 3,01 – 10 балів.

2. *Гастрономічні фестивалі*, як важливий компонент потенціалу розвитку гастрономічного туризму в регіоні, оцінювалися за таким принципом: за проведення у районі одного щорічного фестивалю виставлявся 1 бал; відповідно, за проведення 10 і більше фестивалів оцінка досягала максимальних 10 балів.

3. *Етногастрономічні ресурси* оцінювалися на основі аналізу двох

критеріїв: кількості (наявності) етногастрономічних локацій на території району і наявності локальної етнічної гастрокультури, що зберігається і використовується населенням окремих територій району. Максимальний бал (10) отримав район, де концентрується найбільша кількість етногастрономічних локацій та існують осередки гастрокультури різних етнічних груп. Мінімальні 2 бали отримали райони, де немає етногастрономічних локацій і слабо виражена місцева гастрокультура.

4. *Туристичні дестинації* є важливим складником будь-яких турів, у тому числі й гастрономічних. Їх наявність на території району дає змогу організувати маршрути різних видів туризму у поєднанні із гастротуристичною тематикою. За наявність однієї сформованої туристичної дестинації району присвоювався 1 бал, причому максимальна оцінка не перевищувала 10 балів.

5. *Природно-заповідні об'єкти*, на наш погляд, треба аналізувати як окремий компонент потенціалу розвитку гастрономічного туризму з огляду на тісні сутнісні та організаційні взаємозв'язки між екотуризмом та гастротуризмом. За наявність на території району одного об'єкта природно-заповідного фону загальнодержавного або регіонального значення присвоювалося 5 балів. Мінімально можлива оцінка – 1 бал, оскільки на території кожного із районів є значна кількість об'єктів природно-заповідного фонду місцевого значення, які також можуть використовуватися під час організації гастротуризму, а, отже, цей компонент не може бути оціненим у 0 балів.

Додавання балів за усіма компонентами потенціалу розвитку гастрономічного туризму в регіоні дало змогу розрахувати *сумарний бал*, який був нанесений на карту територіальної організації гастрономічного туризму у Львівській області способом картограми.

Сьомий етап (вересень 2021 р. – січень 2022 р.) передбачав обґрунтування пріоритетів інноваційного розвитку гастрономічного туризму у Львівській області. За допомогою методу опитування ми створено анкету

експертного оцінювання сучасного стану і перспектив розвитку гастрономічного туризму у Львівській області. Застосування математико-статистичного методу надало можливість опрацювати результати анкетування та проаналізувати сучасний стан та перспективи інноваційного розвитку гастрономічного туризму у Львівській області.

Слід зауважити, що метод опитування у своєму дослідженні перспектив удосконалення управління розвитку подієвого туризму в регіоні застосовувала К. Вовк (2020). Авторка, зокрема, використала метод опитування для визначення мотивів споживача івент-послуги. За допомогою анкетування було сформувано психологічний портрет споживача туристичної події в регіоні, а також визначено пріоритетні за тематикою подієві заходи. Використання такого підходу надало можливість авторці визначити найбільш затребувані туристичні подієві заходи, визначати частоту проведення певного типу події, що в свою чергу буде сприяти розвитку подієвого туризму в регіоні [18].

На *восьмому етапі* (лютий 2022 р. – травень 2022 р.) дослідження передбачено розробку заходів і практичних рекомендацій щодо удосконалення функціональної та просторової структури розвитку гастрономічного туризму в регіоні. Застосування методу моделювання дозволило розробити модель стратегії інноваційного розвитку гастрономічного туризму. Також, застосовуючи методи групування і моделювання розроблено проєкт гастротуристичного кластера, який буде сприяти інноваційному розвитку цього виду туризму в регіоні на основі кластерного підходу. На цьому етапі також застосовувався картографічний метод дослідження для відображення об'єктів проєктованого гастротуристичного кластера.

На цьому етапі також було підготовано практичні пропозиції та рекомендації для впровадження у практику туристичної діяльності в регіоні, зокрема гастрономічні екскурсії та тури.

Отже, застосування комплексу методів на підставі актуальної і

достовірної інформаційної бази дослідження дало змогу не лише виконати поставлені завдання, а й сформуванати методику, яка може застосовуватися для аналізу проблем інноваційного розвитку гастрономічного та інших видів туризму в інших регіонах держави.

Висновки до другого розділу

1. Для вирішення поставлених завдань дисертаційного дослідження використано загальнонаукові та спеціальні методи, серед яких аналіз та синтез, системний підхід, метод групування, структурно-функціональний, математико-статистичний, картографічний методи, метод моделювання, анкетне опитування та метод прогнозування.

2. Методика дисертаційного дослідження містить вісім етапів.

Перший етап передбачає аналіз сутності інноваційного розвитку як напряду функціонування регіональних туристичних систем.

Другий етап включає обґрунтування сутності і структури гастрономічного туризму.

Третій етап передбачає обґрунтування концепції факторів розвитку гастрономічного туризму.

На *четвертому етапі* здійснюється аналіз інноваційних факторів розвитку гастрономічного туризму у регіоні.

На *п'ятому етапі* проводиться дослідження ролі етногастрономічного туризму у досліджуваному регіоні як найбільш перспективного з точки зору наявного потенціалу та можливостей для інноваційного розвитку.

На *шостому етапі* із застосуванням картографічного методу аналізуються просторові особливості розвитку гастрономічного туризму в регіоні загалом і на прикладі окремих територій, проводиться бальна оцінка потенціалу розвитку гастрономічного туризму нових адміністративних районів Львівської області.

Сьомий етап передбачає обґрунтування пріоритетів інноваційного розвитку гастрономічного туризму у Львівській області із застосуванням методу експертного опитування відповідно до розробленої анкети.

На *восьмому етапі* дослідження передбачається розробка заходів і практичних рекомендацій щодо удосконалення функціональної та просторової структури розвитку гастрономічного туризму в регіоні, зокрема шляхом застосування кластерних інноваційних моделей, розробки маршрутів та програм.

Основні результати розділу опубліковано в наукових працях [28, 33, 66, 67, 94, 95, 99].

РОЗДІЛ 3

ФАКТОРИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

3.1. Структура факторів розвитку гастрономічного туризму

Туристична сфера з кожним роком посідає все більш важливе місце у світовому господарстві, а туризм стає основним джерелом прибутків у багатьох країнах світу. Усе частіше з'являються нові види, напрями чи різновиди туризму, одним з яких є гастрономічний туризм. Вивчення розвитку гастрономічного туризму – актуальна тема, тому що сам термін є відносно новим і цікавим. Найкращі можливості для розвитку гастрономічного туризму мають регіони із давньою історією заселення та багатою і різноманітною історико-культурною спадщиною. До таких регіонів належить і Львівська область, яка в останні роки активно залучена до формування гастрономічних тур-продуктів як для внутрішнього, так і міжнародного ринку. Цей вид туризму має значні перспективи розвитку а гастрономічні заходи сприяють відродженню національних традицій. Вивчення основних факторів розвитку гастрономічного туризму призведе до покращення іміджу країни чи регіону та збільшення туристичних потоків.

Як зазначають фахівці, розвиток будь-якого виду туризму залежить від комплексу умов (природно-географічних, історико-політичних, соціально-економічних, демографічних), що склалися у суспільстві і факторів, які їх визначають [84].

Розглянемо детальніше поняття «фактор». У «Великому тлумачному словнику сучасної української мови» фактор трактується як умова, рушійна сила будь-якого процесу, явища, чинник [11].

Заслуговує на увагу трактування цього поняття В. Корсаком, котрий вважає, що фактор – це причина, чинник, основна рушійна сила, яка визначає природу і побудову об'єкта або обумовлює певне явище, підвищує рівень його якості та призводить до тих чи інших результатів і підлягає корекції або

регуляції у межах певного процесу [69]. За О. Дубасенюк, фактор трактується як чинник, що визначає природу і побудову шуканого об'єкта дослідження [46]. На думку В. Панчук, фактор є основною внутрішньою та зовнішньою причиною, що зумовлює певне явище [110].

Отже, фактором називають причину, рушійну силу якогось процесу, явища, яка визначає його характер або окремі риси. Як зазначає Е. Алаєв, кожному процесу відповідає певна сила, сукупність сил, необхідних для його здійснення; звичайно ці сили називають факторами. Фактори, ланцюжок причинно-наслідкових зв'язків, умови, що регулюють кількісні та якісні характеристики процесу, складають у сукупності механізм цього процесу. Але фактори завжди виступають як рушійна сила процесу [24].

З огляду на необхідність класифікації факторів можна виділити підхід, пропонує А. Голодом, котрий виділяє групи факторів за ступенем впливу; за внутрішнім змістом; за тривалістю дії; за ступенем деталізації; за територіальним охопленням; за способом дії; за характером дії; за відношенням до певного середовища; за якісними характеристиками [24].

Фактор у туризмі – це момент, суттєва обставина туристичної практики. Зовнішні (екзогенні) фактори впливають на туризм за допомогою демографічних і соціальних змін; економічного і фінансового розвитку; змін політичного і правового регулювання; технологічних змін; торгового розвитку; транспортної інфраструктури і безпеки подорожей [138].

Фактори, що впливають на розвиток туризму, різноманітні й багатогранні. Наявність сприятливих факторів приводить до лідерства окремих регіонів і країни у світовому туризмі, і навпаки, небажані фактори знижують туристичний потік [73].

Питання класифікації факторів, що діють на туристичну сферу, розглядається багатьма авторами наукових публікацій. Фактори розвитку ринку туристичних послуг розділяють на зовнішні та внутрішні.

До зовнішніх факторів розвитку туризму можна віднести географічне положення регіону, політичні відносини між країнами, міжнародний

розподіл праці, рівень цін на міжнародному ринку та в різних країнах, співвідношення валют тощо [13].

Визначальними є внутрішні фактори розвитку ринку туристичних послуг. Серед них – природно-географічні особливості й кліматичні умови країни, наявність та якість природних ресурсів і можливість їх зручного використання, економічна ситуація в країні, внутрішня політика країни, політична стабільність; суспільний лад, рівень розвитку продуктивних сил, структура і рівень добробуту населення; можливість отримання пільг і знижок на туристичні послуги за рахунок держави й громадських організацій, підприємств та установ; стан розвитку туристичної інфраструктури, транспортних мереж, рівень життя в суспільстві, освітній та культурний рівень населення [84].

Основні фактори, що впливають на розвиток туризму, Т. Момонт розподілив на дві групи: статичні і динамічні.

Статичні мають незмінне в часі значення (природно кліматичні, географічні, культурно-історичні фактори). До динамічних факторів відносяться:

– *демографічні* (загальне зростання народонаселення, урбанізація, тобто збільшення частки міського населення за рахунок скорочення чисельності сільських жителів, зміна вікової структури населення (збільшення в багатьох країнах середньої тривалості життя призводить до того, що все більше людей мають вільний час і засоби, що дозволяють їм здійснювати закордонні подорожі));

– *соціальні* (зростання добробуту населення розвинутих країн, що активно приймають участь в туристичному обміні, збільшення тривалості оплачуваних відпусток і скорочення тривалості робочого тижня, збільшення числа працюючих жінок і збільшення доходу на кожну родину (домогосподарство), зростання частки самотніх людей, тенденція до більш пізнього шлюбу і створення родини, надзвичайно швидке зростання числа бездітних пар у складі населення, зменшення імміграційних обмежень, більш

ранній вихід на пенсію, зростання усвідомлення туристичних можливостей.);

– *економічні* (полягають у зміні структури споживання товарів і послуг у бік збільшення в споживчому кошику населення частки різних послуг, у тому числі й туристичних);

– *культурні* (зростання культурного рівня населення багатьох країн і в зв'язку з цим прагнення людей до ознайомлення із закордонними культурними цінностями);

– *науково-технічний прогрес* (зумовлює швидкий розвиток матеріально-технічної бази туристичної індустрії, що створює необхідні умови для масового туризму);

– *міжнародні фактори* (пом'якшення міжнародного клімату, перехід з конфронтації між окремими державами до співробітництва і взаєморозуміння, процеси глобалізації, рішення спірних міжнародних питань шляхом переговорного процесу) [84].

На думку зарубіжних фахівців, основними факторами, що визначають привабливість туристичного регіону, є: доступність регіону; його природа і клімат; відношення місцевого населення до приїжджого; інфраструктура регіону; рівень цін; стан роздрібною торгівлі; спортивні, рекреаційні й освітні можливості; культурні і соціальні характеристики. Останній фактор, у свою чергу, залучає туристів з наступних причин: робота, національний одяг, архітектура, ремесла, історія, мова, релігія, освіта, традиції, відпочинок, живопис, музика, гастрономія [84].

Класифікацію факторів впливу на туризм представила О. Чеченя, а саме: за характером дій; за характером впливу; за впливом на розвиток галузі; за впливом на територіальну організацію; за виникненням та задоволенням рекреаційних потреб, за тривалістю дії [154].

В свою чергу, М. Жукова запропонувала увесь комплекс факторів, які впливають на розвиток туристичної галузі, поділити на дві групи:

- 1) фактори, діючі незалежно від діяльності організацій туризму;
- 2) фактори, що сприяють розвитку туризму, активно використовувані

туристичними організаціями у своїй діяльності [53].

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 [134].

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 [15].

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. 3.1).

Таблиця 3.1

Класифікація факторів розвитку гастрономічного туризму

Групи факторів	Види факторів	Напряв 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 [124].

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 [121].

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.

На наш погляд, розвиток гастрономічного туризму у Львівській області зазнає сприятливого впливу всіх вищезазначених факторів, окрім політико-правових (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.

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

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 [125]. У докризовий період (з 2014 до 2019 року) кількість туристів у регіоні постійно зростала (рис. 3.1).

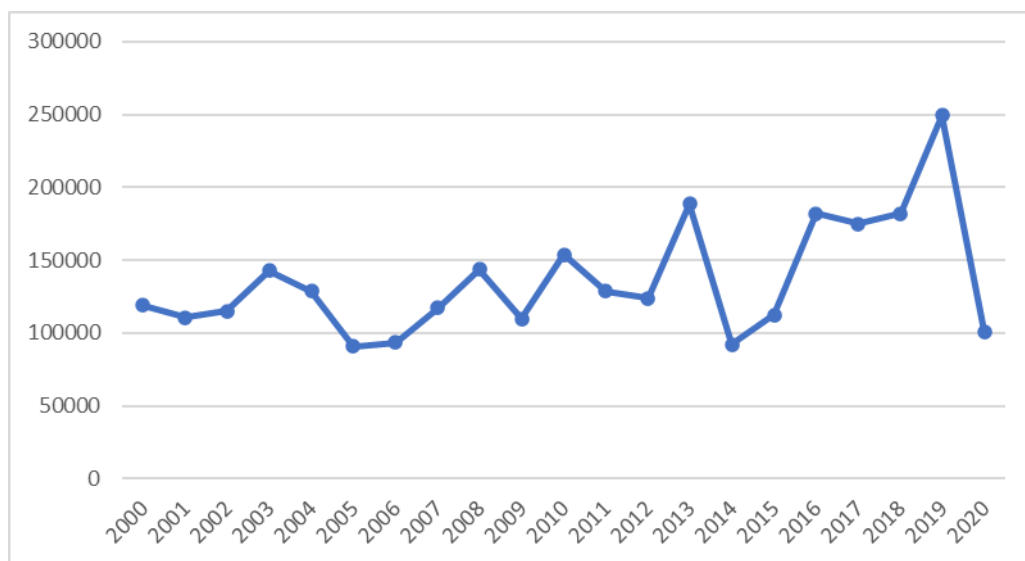


Рис. 3.1. Кількість туристів та екскурсантів, обслужених суб'єктами туристичної діяльності у Львівській обл. у 2000-2020 рр., осіб.

Складено за [41]

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. 3.2).

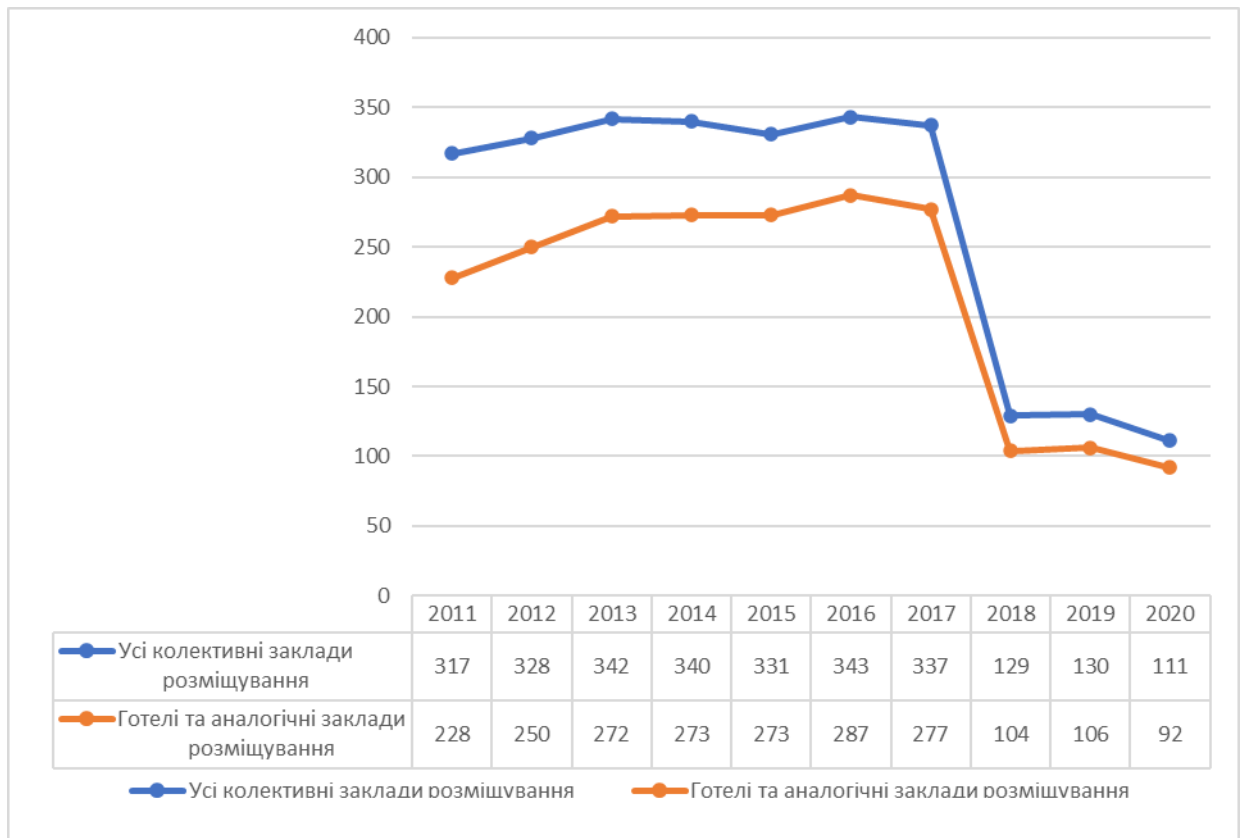


Рис. 3.2. Кількість закладів розміщування Львівської області у 2011-2020 рр.

Складено за [41]

Згідно з даними Головного управління статистики у 2007-2017 рр. помітно зменшилися 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 2008-2009 рр. та тимчасовою окупацією окремих територій у 2014 рр. (рис. 3.3).

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. 3.4.). 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.

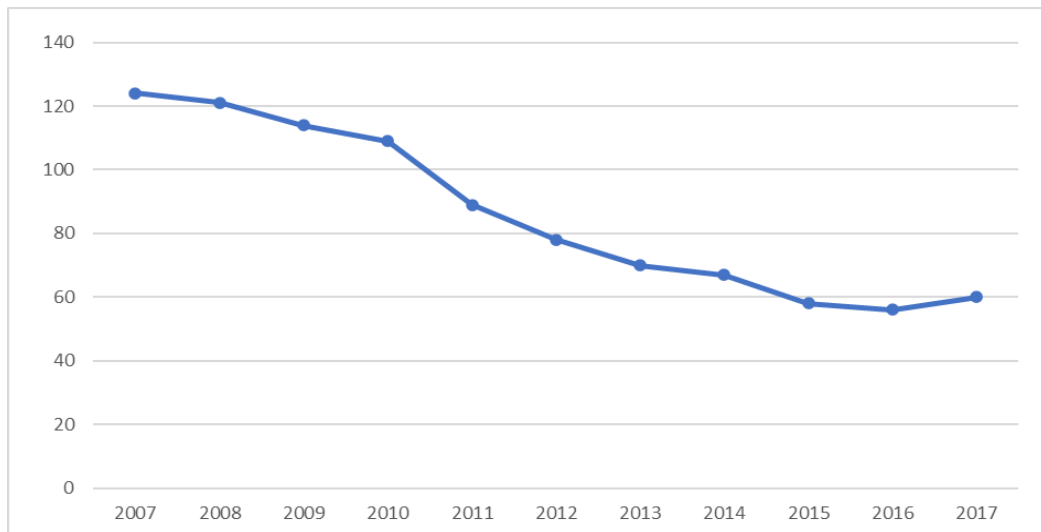


Рис. 3.3. Спеціалізовані заклади розміщування Львівської області у 2007-2017 рр. Складено за [41]

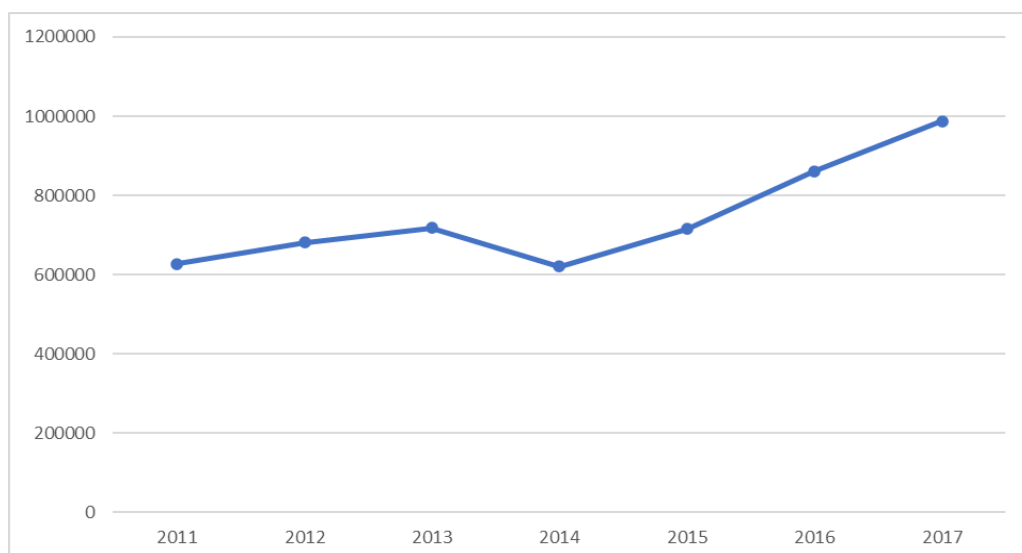


Рис. 3.4. Кількість осіб, що перебували у закладах розміщування Львівської області у 2011-2017 рр. Складено за [41]

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. 3.2).

Таблиця 3.2

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. 3.5.

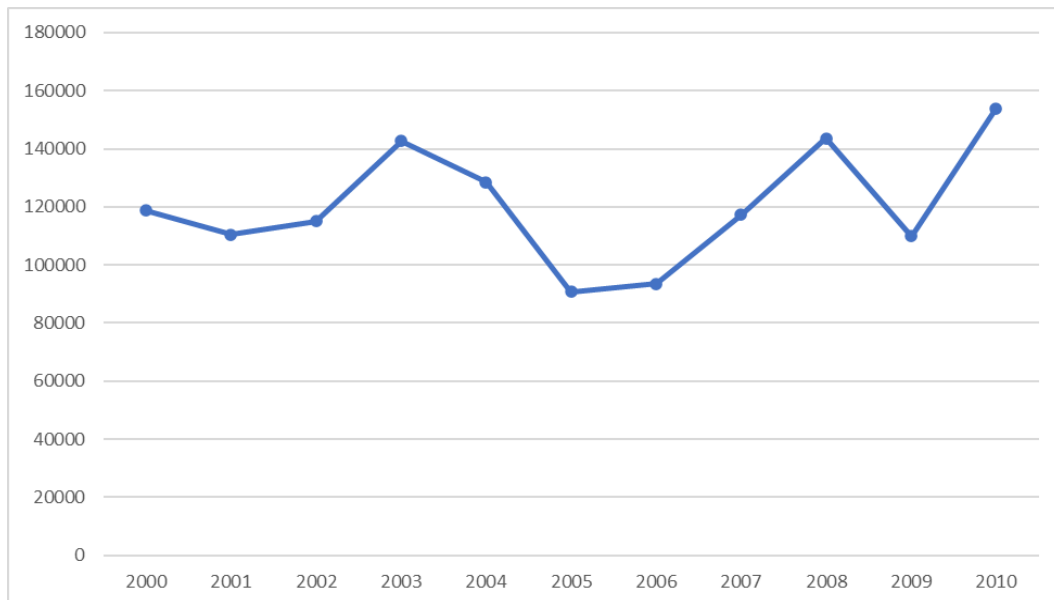


Рис. 3.5. Туристичні потоки Львівської області у 2000-2010 рр.

Складено за [41]

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). 3-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. 3.6). 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. 3.7). Як бачимо, будь-яка нестабільна ситуація в нашій державі має негативний вплив на розвиток туризму в Україні, зокрема у Львівській області.

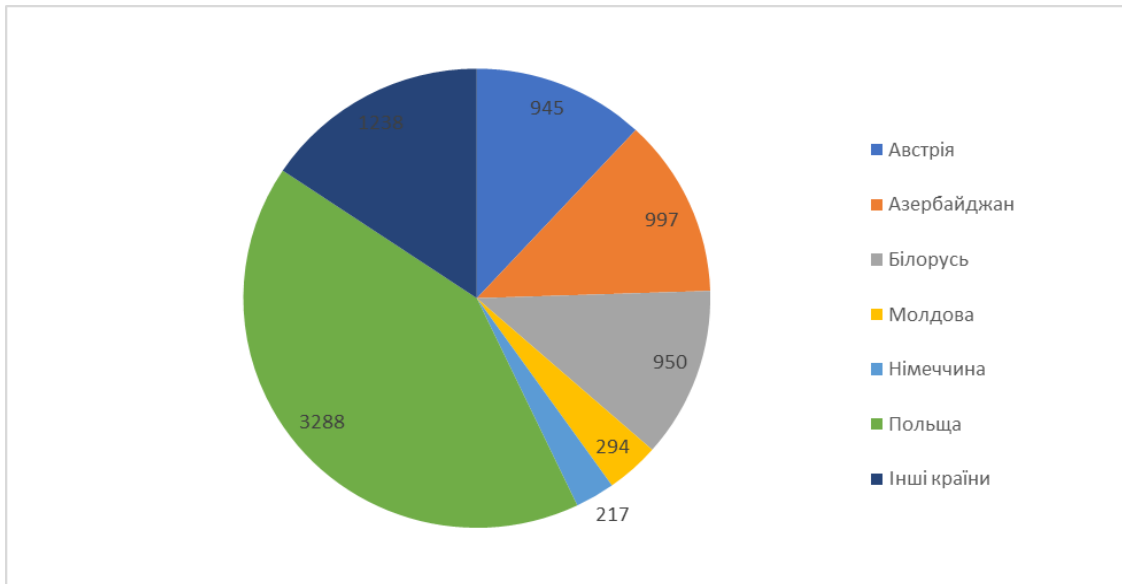


Рис. 3.6. Структура іноземних туристів у Львівській області за країнами світу у 2019 р. Складено за [41]

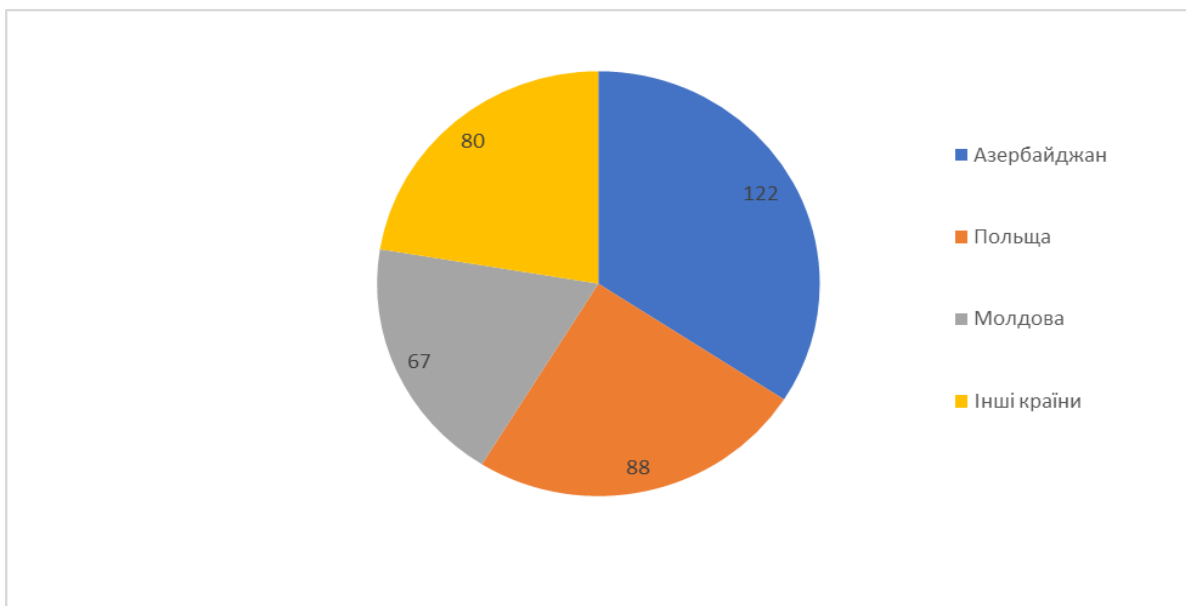


Рис. 3.7. Структура іноземних туристів у Львівській області за країнами світу у 2020 р. Складено за [41]

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 еколого-рекреаційних 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.

3.2. 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 [155].

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 DESTИНАЦІЙ І РЕГІОНУ ЗАГАЛОМ [28]. На регіональному рівні конкретним об'єктом впливу інноваційних факторів є регіональна туристична система [23].

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 туристично-екскурсійних 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 [137].

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 DESTИНАЦІЙ;
- 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. 3.8).

Охарактеризуємо детальніше особливості впливу названих інноваційних 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 дозволяють створювати привабливі туристичні пропозиції щоб залучати туристів відвідати регіон.

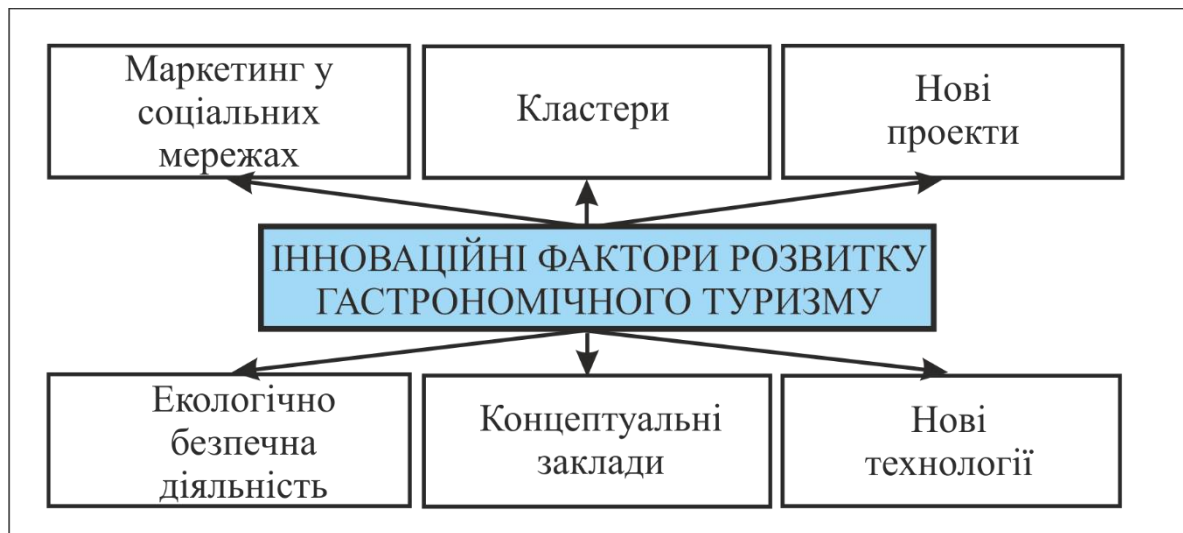


Рис. 3.8. Структура інноваційних факторів розвитку гастрономічного туризму. Розроблено автором

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, ресурсорієнтованості, соціалізації, самоорганізації [25]. 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 [35].

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

До прикладу, на Львівщині реалізується проект «Гастромандри Львівщиною», в якому під егідою Львівської обласної державної адміністрації об'єднались фермерські господарства області та локальні виробники гастропродукції. Створення таких проектів 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 проекту ЄС «Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні» на Львівщині планують створити проект «Дороги смаку Львівщини», який передбачає впровадження географічного зазначення локальних гастропродуктів, вироблених на Львівщині. Також такий проект

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 проекти є підтримкою для розвитку фермерів і локальних виробників гастропродукції та налагодження співпраці з туристичним бізнесом. Участь в таких проектах 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 [39].

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 впровадження 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 [189].

Отож, виходячи із обставин, пов'язаних із розповсюдженням COVID-19, 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 азійської 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 [48].

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 афинами, 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 [136].

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 природних 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'являться 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 [129].

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, капустак, задимлений бограч, різноманітні ковбаси власного виробництва, пироги, капустакні завиванці, макітри з варениками, пательні з баношами та бігусами, плячки, 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 [128].

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 [155].

Отже, головним рушієм інноваційного розвитку гастрономічного туризму є інноваційні фактори. Гастрономічний туризм, розвиток якого доцільно аналізувати в рамках концепції регіональних туристичних систем, в сучасних умовах, серед інших, зазнає впливу й інноваційних чинників. Інновації, що можуть впроваджуватися на різних рівнях розробки та надання

спеціалізованих гастротуристичних послуг, мають позитивний ефект не лише на особливості реалізації конкретних тур-продуктів, а й на туристичну конкурентоздатність дестинацій і регіону загалом. Однак, на нашу думку, оптимальне регулювання впливу інноваційних факторів має базуватися на засадах сталого розвитку. Адже варто пам'ятати, що основою гастротуристичної привабливості територій є їх багата і різноманітна історико-культурна спадщина, яка жодним чином не повинна постраждати під впливом туристичної акультурації.

3.3. 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 [60].

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 DESTИНАЦІЙ [26].

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 [116].

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 прямиї 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 відчутти 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) [120].

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%) [123]. 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 садово-паркового мистецтва (з них 5 – національного значення) [77]. 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 формувалася 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 XVII-XVIII 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 [49].

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 [49].

Зважаючи 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 культурно-пізнавальну, що пов'язане з потребою мандрівників у знанні традицій інших народів, їх культурно-історичних цінностей та особливостей життєдіяльності,

через національну кухню в тому числі [8].

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 культурно-пізнавальним видами туризму.

У контексті розвитку етногастрономічного туризму в регіоні особливості технології приготування місцевих харчових продуктів, автентичні продукти гастрономічного туризму, історію та традиції їх споживання вивчали М. Паска та інші науковці [181].

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» [111].

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 [9].

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, фарширована 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.

На Львівщині багато уваги надають відновленню старовинних рецептів, адже туристи, які відвідують область все частіше надають перевагу саме автентичним стравам регіону. Старовинна львівська кухня є важливим фактором розвитку етногастрономічного туризму в регіоні. Незважаючи на постійний вплив різних культур та народів, львівська кухня продовжує базуватися на українських традиціях.

Водночас національна і регіональна кухня безпосередньо пов'язані з історією і внутрішніми процесами в країні. У межах Львівської області одну і ту ж страву в кожному районі можуть готувати по-різному.

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.

Для прикладу, у селі Зимна Вода, що у Львівському районі, проводять обласний фестиваль «Гомін Лемківщини», який був започаткований у 2014 році. Учасниками фестивалю є місцеві жителі, туристи і самі лемки з різних регіонів. Особливістю даного фестивалю є відтворення автентичної культури, унікальних традицій та звичаїв, майстер класи з приготування лемківських страв. Учасників і гостей свята пригощають лемківськими стравами. Метою фестивалю є збереження лемківських традицій, адже майже 30% населення с. Зимна Вода є вихідцями з Лемківщини. Згідно з рішенням Всеукраїнського товариства «Лемківщина», фестивалю планують змінити статус на Всеукраїнський. Такі фестивалі нададуть туристам можливість впізнати культуру лемків, а самим лемкам об'єднатись, після всім відомої операції «Вісла». Сьогодні ця етнічна група українців особливо гордиться автентичністю лемківської культури.

Починаючи з 2003 року, у с. Нагірному Самбірського району проводять етнічний фестиваль лемківської культури під назвою «До тебе лину, рідна земле». На фестиваль традиційно приїжджають відвідувачі, які примусово були виселені з Лемківщини. У рамках фестивалю проводять заходи, які спрямовані на відродження національних традицій і розвиток лемківської творчості.

Яскравим прикладом організації етногастрономічних фестивалів є фестиваль «Куховарня RadoFest», що у м. Радехові Червоноградського

району. Метою фестивалю є відновити забуті автентичні переписи господинь та навчити усіх охочих готувати забуті страви. Захід проводять у самому центрі міста, а у 2019 р. локацією заходу був музей просто неба «Вишиванкова країна», що і стало особливістю заходу. Однак, є і значні проблеми в організації заходу, такі як засоби розміщення. Проблема полягає в тому, що в районі практично відсутні засоби розміщення. Учасників і гостей фестивалю не було де розміщувати на ночівлю, бракувало місць в готелях. Організатори заходу просили місцевих жителів прийняти гостей у себе вдома.

Проте, поряд зі знаними фестивалями, виникають нові. Фестиваль бойківської культури «БойЄ», що у с. Урич Стрийського району, заснований у 2019 році. Цей фестиваль розкриває маловідому культуру бойків і місцеву спадщину, занурюючи відвідувача в автентичну атмосферу багатогранної бойківської культури. У програмі фестивалю туристи знайомляться з історією бойків, обрядами, співами і танцями, архітектурою і кухнею. Від дослідників культури бойків можна дізнатись про особливості календарної обрядовості, кухні та вірувань однієї з найзагадковіших етнографічних груп Львівщини. Такий фестиваль дає можливість на розвиток самобутній спадщині, що поступово зникає з носіями культури, і розвивати етногастрономічний туризм, оскільки кухня бойків є автентична.

Фестиваль «Різдво у Львові» – наймасовіший та етнічно найкolorитніший різдвяний захід не тільки Львівщини, а й України, учасниками якого є понад сотня тисяч туристів з усього світу щорічно. На даному фестивалі проводять різноманітні етно-вечірки, фестивалі та майстер-класи, безліч забав та частувань місцевими смаколиками для туристів, зокрема і для місцевих жителів. Серед перших організаторів даного фестивалю був етнограф Мирослав Решетило, який у 1990 році створював перші сценарії і організовував перші вертепи для фестивалю.

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 [176].

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.

Доречним прикладом є ферма «У родини Комарницьких», що у смт. Бориня Самбірського району, яка пропонує кулінарні послуги для рекреантів. Для відвідувачів ферми проводять дегустацію автентичних продуктів, а також їх виготовлення в домашніх умовах. Гостям пропонують скуштувати бездріжджовий хліб, бринзу, гусянку, вареники та інші продукти і страви. Родзинкою для туристів на фермерському господарстві є приготування «Бойківського» сиру на відкритому вогні. Цей вид продукту в смт. Бориня виготовляється понад 100 років, і може зберігатись десятками років. Фермерське господарство відкрите для туристів в літній період, де можна дізнатись історію краю і сироварні. Такі господарства є ключем для розвитку маловідомих регіонів, і потребують підтримки від органів державної влади та влади місцевого самоврядування для подальшого розвитку.

У селі Тухля на Львівщині розташоване фермерське господарство козяча ферма «Двох Катерин». На фермі вирощують понад 60 кіз та козенят, овець, а також свійських птахів. Господині пропонують відвідувачам взяти

участь у роботі ферми, погодувати тварин та навіть подоїти кіз. На території господарства працює дегустаційний зал, де можна скуштувати їхню продукцію, зокрема сири з козячого молока, домашні м'ясні вироби, домашнє вино, мариновані гриби, чаї з карпатських трав, а також взяти участь у майстер-класах. Усю продукцію ферми можна придбати на місці або зробити онлайн-замовлення. У теплу пору року на фермі проводять пікнік або обід на сїні, де господині пропонують відвідувачам страви, які готують власноруч в казанку на вогні. У 2021 році продукція козячої ферми «Двох Катерин» увійшла в ТОП-12 найкращих сирів України за версією ProCheese Awards 2021.

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 ХІХ – на початку ХХ 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.

Ресторан «Купол» також спеціалізується на польській кухні. У меню

ресторану пропонуються традиційні страви польської кухні, а також європейські страви з галицьким присмаком. Такий заклад буде цікаво відвідати туристам з Польщі, львівським полякам, та й іншим туристам, для ознайомлення з польською культурою. Інтер'єр закладу свідчить про те, що тут присутня польська кухня, атмосферу закладу доповнює польська музика.

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. 3.3.

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 3.3.

Етногастрономічні локації Львівської області

№	Назва локації	Тип	Розташування
Галицька			
1	Кумпель	Ресторан	м. Львів, вул. Чорновола, 26
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 справедливості	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 [51]. 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 проектів на території Львівської області поки не розроблено, хоча у період виходу із кризи їх наявність буде дуже доречною.

Висновки до третього розділу

1. На підставі аналізу і узагальнення наукових підходів здійснено класифікацію факторів розвитку гастрономічного туризму, серед яких виокремлено дві основні групи – статичні і динамічні. Серед статичних факторів проаналізовано культурно-історичний та географічний, серед динамічних – економічний, політично-правовий, соціальний, демографічний.

2. Встановлено, що розвиток гастрономічного туризму у Львівській

області зазнає сприятливого впливу всіх вищезазначених факторів, окрім політико-правових (карантинні обмеження в умовах пандемії з 2020 року і воєнний стан з лютого 2022 року). 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.

3. Із точки зору впливу *політико-правових чинників* слід зауважити, що у зв'язку з глобальними проблемами все більшої актуальності набувають питання безпеки туристів, які на сучасному етапі характерні для усієї території України. Важливу роль у формуванні та становленні гастрономічного туризму відіграє *інфраструктура*. Львівщина є лідером у західній частині України за кількістю підприємств ресторанних господарства, закладів розміщення, а також підприємств і організацій, які сприяють розвитку туризму. Не менш важливим компонентом інфраструктури гастрономічного туризму є транспортне сполучення. *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. 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. Львівська область також має сприятливі *екологічні* умови для розвитку гастрономічного туризму.

4. За результатами аналізу сучасних тенденцій інноваційної діяльності, виокремлено такі актуальні напрями інноваційного розвитку гастрономічного туризму на регіональному рівні: підготовка фахівців у закладах вищої освіти 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 DESTINAЦІЙ; інноваційні методи менеджменту і маркетингу гастрономічного туризму.

5. Встановлено, що 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, і може стати поштовхом для підвищення соціально-економічного потенціалу територіальних громад. 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.

6. Проаналізовано взаємозв'язки між етнічним та гастрономічним туризмом і обґрунтовано доцільність розвитку на території Львівської області перспективного виду гастротуризму – етногастрономічного. У 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 та її історичним минулим.

Основні результати розділу опубліковано в наукових працях: [27, 28, 29, 31, 33, 37, 66, 67, 94, 96, 97, 98, 99, 100, 169].

РОЗДІЛ 4

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

4.1. Оптимізація територіальної організації гастрономічного туризму у Львівській області

Територіальна організація гастрономічного туризму є важливою передумовою його інноваційного розвитку, однак для реалізації поставлених цілей потребує якісних змін та оптимізації. Варто зауважити, що основою територіальної організації будь-якого виду туризму є не лише наявність і взаєморозташування туристичних об'єктів і інфраструктури, а й система органів місцевого самоврядування, що визначається структурою територіальних громад, що починаючи з 2020 року в Україні об'єднані в нові укрупнені адміністративні райони. Саме на основі нового адміністративно-територіального поділу нами було створено карту розміщення гастролокацій Львівської області.

Окрім того, з метою аналізу територіальних відмінностей потенціалу розвитку гастрономічного туризму у розрізі нових адміністративних районів Львівської області із застосуванням методики, описаної у 2 розділі дисертації, було здійснено бальне оцінювання на основі чотирьох показників (розраховані коефіцієнти локалізації гастролокацій; кількість фестивалів, що проводяться в районі станом на 2022 рік; кількість сформованих туристичних дестинацій – центрів; кількість природно-заповідних об'єктів загальнодержавного і регіонального значення) та узагальнення результатів аналізу передумов і факторів розвитку гастротуризму в регіоні (табл. 4.1).

Відповідно до визначених критеріїв було здійснено оцінку п'ятих компонентів потенціалу розвитку гастрономічного туризму у кожному із районів області (табл. 4.2). Також розраховано сумарні бали, які дали змогу виявити відмінності у потенціалі розвитку гастрономічного туризму, що також було відображено на карті (рис. 4.1).

Таблиця 4.1

**Інформаційна база бального оцінювання потенціалу розвитку
гастрономічного туризму у районах Львівської області**

Райони	Площа території, км кв., 2020	Кількість гастролокацій, одиниць, 2022	Коефіцієнт локалізації гастролокацій	Кількість фестивалів, 2022	Кількість сформованих туристичних дестинацій	Природно- заповідні об'єкти
Дрогобицький	1493,4	4	0,85	1	3	0
Золочівський	2887,9	1	0,11	1	5	0
Львівський	4976,2	52	3,31	12	10	1
Самбірський	3247,1	3	0,29	1	2	2
Стрийський	3854	5	0,41	0	8	1
Червоноградський	2996,8	1	0,11	2	3	0
Яворівський	2373,2	3	0,40	1	2	2
<i>Всього</i>	<i>21828,6</i>	<i>69</i>		<i>18</i>	<i>33</i>	<i>6</i>

Складено автором

Таблиця 4.2

**Результати бальної оцінки потенціалу розвитку гастрономічного
туризму у районах Львівської області**

Райони	Оцінки за компонентами потенціалу розвитку гастрономічного туризму, балів від 0 до 10					Сумарні бали
	Гастролокації	Гастрономічні фестивали	Етногастрономічні ресурси	Туристичні дестинації	Природно- заповідні об'єкти	
Дрогобицький	6	1	6	3	1	17
Золочівський	2	1	4	5	1	13
Львівський	10	10	10	10	5	45
Самбірський	4	1	8	2	10	25
Стрийський	4	0	8	8	5	25
Червоноградський	2	2	4	3	1	12
Яворівський	4	1	6	2	10	23

Розраховано автором

Виявлено, що найвищим потенціалом розвитку гастрономічного туризму володіє Львівський район (45 балів), значно нижчі сумарні бали обчислені для Самбірського та Стрийського районів (по 25). Найнижчий потенціал розвитку гастрономічного туризму характерний для Золочівського (13 балів) і Червоноградського районів (12 балів). Результати оцінювання можуть бути підставою розробки диференційованих заходів щодо розвитку гастротуризму в окремих районах Львівської області, а також матеріал для подальших досліджень.

З огляду на початковий етап формування територіальної структури гастротуристичних локацій і мереж на території регіону, ми проаналізували сучасний стан і напрями оптимізації просторового компонента інноваційного розвитку гастрономічного туризму у Львівській області на прикладі, на наш погляд, дещо недооціненої з точки зору розвитку туристичної діяльності, але достатньо перспективної у гастротуристичному відношенні території – приміської зони міста Львова.

Як бачимо із картосхеми на рис. 4.1, саме у Львові і на прилеглих територіях спостерігається висока концентрація гастролокацій, які з огляду на хорошу транспортну доступність можуть успішно поєднуватися у туристичні маршрути.

Погоджуючись із А. Голодом (2017), можемо констатувати, що найбільше значення для рекреаційної діяльності має територія, яка безпосередньо прилягає до міста і є найбільш доступною у транспортному відношенні. На прикладі м. Львова до цієї території входять рекреаційно-туристичні об'єкти, які віддалені від центру міста не більше, ніж на 20 км. [22].

У приміській зоні Львова знаходяться архітектурні комплекси, сакральні об'єкти, історичні пам'ятки, а також етнографічні поселення. Слід також зауважити, що культурні пам'ятки приміської зони представляють історію польської та німецької культури: місця поховання видатних осіб.

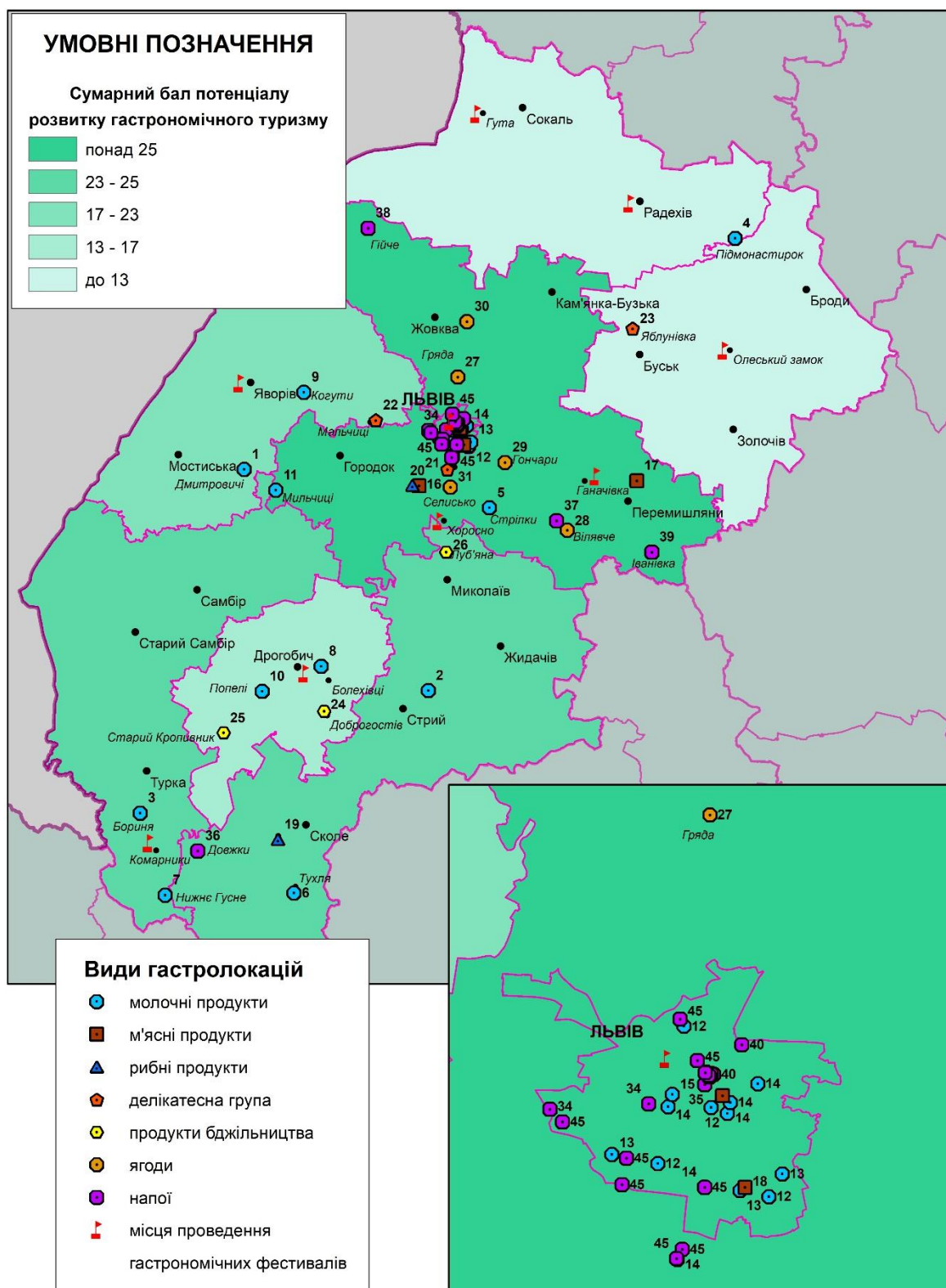


Рис. 4.1. Територіальна організація гастрономічного туризму у Львівській області. Розроблено автором

Легенда до рис. 4.1.

1. Фермерське господарство «Шеврет», с. Дмитровичі (Мостиський р-н)
2. Фермерське господарство «Добра корівка» (с. Угерсько, Стрийський р-н)
3. Фермерське господарство «У родини Комарницьких» (сmt. Бориня, Турківський р-н)
4. Фермерське господарство «Князівство» (с. Підмонастирок, Радехівський р-н)
5. Фермерське господарство «Агротем» (с. Селисько, Пустомитівський р-н)
6. Козяча ферма «Двох Катерин» (с. Тухля, Сколівський р-н)
7. Підприємство «Еко-Газда», ТМ «Магур» (с. Нижнє Гусне, Турківський р-н)
8. Фермерське господарство «Меринос Захід» (с. Почаєвичі, Дрогобицький р-н)
9. Сімейне господарство «Cozy Farm» (с. Когути, Яворівський р-н)
10. Фермерське господарство «Техас» (с. Попелі, Дрогобицький р-н)
11. Сироварня «Гарбузовий рай» (с. Мильчиці, Городоцький р-н)
12. Магазин з місцевими продуктами «Сирні Мандри» (м. Львів)
13. Магазин з місцевими продуктами Львівської сироварні «Джерсей» (м. Львів)
14. Магазин з місцевими екологічними продуктами «Дідо» (м. Львів)
15. Магазин з місцевими продуктами «Еко-лавка» (м. Львів)
16. Фермерський магазин з місцевими продуктами «ГорбоГори», (м. Пустомити, Пустомитівський р-н)
17. Еко-ферма «Василь.ко» (с. Унів, Перемишлянський р-н)
18. Магазин з місцевими продуктами «Сусіди» (м. Львів)
19. Форельне господарство «Золота форель» (с. Коростів, Сколівський р-н)
20. Рибне господарство «Карпатський водограй» (м. Пустомити, Пустомитівський р-н)
21. Фермерське господарство «Західний равлик» (с. Солонка, Пустомитівський р-н)
22. Фермерське господарство «Органічний Равлик» (с. Мальчиці, Яворівський р-н)
23. Фермерське господарство «Tante Snails» (с. Яблунівка, Буський р-н)
24. Пасіка «Бджолина хата» (с. Доброгостів, Дрогобицький р-н)
25. Фермерське господарство «Петрова пасіка» (с. Старий Кропивник, Дрогобицький р-н)
26. Фермерське господарство «Медовий блюз» (с. Луб'яна, Миколаївський р-н)
27. Фермерське господарство «Малиновий рай» (с. Гряда, Жовківський р-н)
28. Фермерське господарство «Галицька сорока» (с.Вілявче, Перемишлянський р-н)
29. Фермерське господарство «ФайнаBerry» (с. Гончари, Пустомитівський р-н)
30. Фермерське господарство «Лохина» (с. Блищиводи, Жовківський р-н)

31. «Бананове фермерське господарство» (с. Липники, Пустомитівський р-н)
32. Кав'ярня «Львівська копальня кави», (м. Львів, площа Ринок, 10)
33. Кав'ярня, крамниця «Світ кави» (м. Львів, площа Катедральна, 6, площа Ринок, 30)
34. Кав'ярня «Палярня Чехович» (м. Львів, вул. Героїв УПА, 72, вул. Данила Апостола, 14 б)
35. Львівська кавова фабрика «Галка» (м. Львів, вул. Ковжуна, 6)
36. Сільськогосподарський обслуговуючий кооператив «Бескид» (с. Довжки, Сколівський р-н)
37. Виноробня «Edem Resort winery» (с. Стрілки, Перемишлянський р-н)
38. «Виноробня Віталія Маланчука» (с. Гійче, Жовківський р-н)
39. Виноробня «Yanchyn hills family winery» (с. Іванівка, Перемишлянський р-н)
40. Бар «П'яна вишня» (м. Львів, вул. Арсенальна 3, вул. Краківська 1/3, пл. Ринок, 11, вул. Старознесенська, 24-26)
41. Магазин-кафе «Наливки зі Львова» (м. Львів, вул. Руська, 8, вул. Староєврейська, 24)
42. Крамниця-кафе «Галицька Малинівка» (м. Львів, вул. Староєврейська, 24)
43. Пивний ресторан «Королівська пивоварня» (м. Львів, вул. Староєврейська, 9)
44. Пивоварня «Правда» (м. Львів, площа Ринок, 32)
45. Крамниця з місцевими продуктами «Кумпель» (м. Львів, вул. Кульпарківська, 200 А, вул. Кульпарківська, 226а, вул. Патона, 37, вул. Стрийська, 352, вул. Хуторівка, 4, просп. Чорновола, 93, с.Сокільники, вул. Стрийська, 30)

Одним із важливих факторів розвитку гастрономічного туризму в приміській зоні м. Львова є велика база закладів розміщення і харчування. Заклади розміщення представлені різними типами закладів нічного перебування (готелі, мотелі, бази відпочинку, готельно-відпочинкові комплекси). Варто зауважити, що за останні роки спостерігається швидкий розвиток готельно-відпочинкових комплексів.

Заклади харчування у приміській зоні м. Львова представлені різними їх типами – ресторани, бари, кафе, їдальні, піцерії, кав'ярні тощо. На нашу думку, така гастрономічна база дає можливість повноцінно задовольняти потреби гастрономістів.

Більшість туристів асоціюють Львівщину передусім з історико-культурною спадщиною Львова і закладами ресторанного господарства.

Однак за межами міста є чимало інших цікавих туристичних локацій, де можна відпочити, оздоровитися і смачно поїсти. Серед таких місць – фермерські господарства приміської зони міста Львова. Фермерські господарства є відкриті для відвідувачів і пропонують відвідувачам екскурсії, дегустації власної фермерської продукції. У населених пунктах приміської зони також проводять щорічні фестивалі з ярмарком локальних продуктів, на яких проводять кулінарні конкурси з приготування традиційних страв.

Одним із відкритих і цікавих фермерських господарств є сімейна ферма «Західний равлик», яка знаходиться у селі Солонка. Господарство вирощує їстівних равликів виду *Helix*, делікатес постачають як роздрібним, так і гуртовим споживачам в Україні та за кордон. На фермі проводять шкільні екскурсії, сімейні гастротури, майстер-класи для дітей та дегустації страв з равликів. Сімейне фермерське господарство проводить навчальні семінари для бажаючих започаткувати якісне ведення цієї справи.

Перспективним гастротуристичним об'єктом приміської зони міста Львова є фермерське господарство «Агротем», яке знаходиться у селі Селисько. Господарство займається вирощуванням великої рогатої худоби, виробництвом твердих та м'яких сирів з коров'ячого молока. Згодом, з екологічно чистого молока корів сири реалізують у магазинах, через ТМ «Джерсей». На фермерському господарстві приймають туристів, пропонують аеротерапію, погодувати тварин та продегустувати йогурти, сири, молоко та інші натуральні молочні продукти.

Ще однією цікавою туристичною локацією приміської зони м. Львова є рибне господарство «Карпатський Водограй», яке знаходиться у місті Пустомити. Господарство займається вирощуванням та реалізацією живої риби понад 14 років. В ставках фермерського господарства, яких на даний час 32 водяться: короп, карась, білий амур, окунь, товстолоб, щука, лин, стерлядь, судак, яку реалізують у Львівські ресторани. Відвідувачам пропонують власноруч зловити рибу і приготувати її на мангалі. Фермерське господарство пропонує спокійний відпочинок і можливість зупинитись в

готельному комплексі.

Неподалік від міста Львова у селі Липники знаходиться бананова ферма, на якій вирощується близько 30 видів екзотичних рослин. Серед найпопулярніших: банани, лимони, лайми, гранати тощо. На фермерському господарстві проводять дегустації лікерів власного виробництва, а також екскурсії за попереднім записом. На банановій фермі можна придбати саджанці екзотичних фруктів і рослин.

На нашу думку, у приміській зоні Львова потрібно розвивати нові відкриті для туристів фермерські господарства. Слід зазначити, що поступово набирає обертів процес створення малих сімейних ферм, однак таким малим фермам потрібна допомога і підтримка з боку державної і місцевої влади. Як приклад, можна взяти проєкт сусідньої Рівненської області, де з метою розвитку молочного тваринництва у селі у 2017 році розпочали кластерний проєкт «Натуральне молоко», за підтримки засновника ТОВ «УкрМілкІнвест». Проєкт пропонує підтримку тим, хто хоче відкрити міні-ферму з 10 корів, і тим самим створити сприятливе бізнес-середовище для інших інвесторів, зокрема для уряду Канади, чи інших іноземних проєктів. Головним завданням проєкту є зупинити занепад села і молочної галузі саме через створення сімейних молочних ферм, із залученням власних фінансів та коштів канадського уряду. Подібні проєкти дадуть змогу розвивати у селах аграрне виробництво, подолати відсутність джерел доходів та обезлюднення територій, популяризувати гастрономічні локації на території приміської зони.

Фермерські господарства дають не тільки екологічну продукцію, а також незабутні емоції і приємну атмосферу для відвідувачів. Існує категорія туристів, які хочуть відпочити від міського способу життя занурившись у традиційну культуру та природне середовище. Фермерські господарства дадуть можливість організувати для туристів відпочинки на фермі, подалі від міста і людей, відвідати цікаві екскурсії, майстер-класи пов'язані з приготуванням виробничих продуктів. Такі господарства однозначно

необхідно включати не тільки в гастротури приміською зоною, а й в інші програми турів. Наприклад, туристи їдуть оглядати історико-культурні об'єкти приміської зони, і такі господарства варто включати у програму туру. У такому випадку, у туристів спрацює ефект емоцій, котрий у туризмі є ключовим після туру.

Фермерські господарства слід просувати також серед іноземних туристів, найкраще серед поляків, зважаючи на географічну близькість до кордону.

Загалом, на нашу думку, відвідування фермерських господарств можна пропонувати таким категоріям туристів:

- школярі (вивчають види рослин і тварин);
- студенти (практика для готельно-ресторанного спрямування);
- сімейний тур (батьки і діти разом проводять час);
- хобі-тур (наприклад, для рибалок);
- туристам, які проживають у місті в багатоповерхівках (ознайомлення з сільським способом життя);
- корпоративні тури (для спільного відпочинку працівників підприємств).

У межах гастротури приміською зоною міста Львова також доречно відвідати магазин «ГорбоГори», який знаходиться у м. Пустомити. У магазині представлений широкий асортимент фермерської продукції: молоко, сир, м'ясо, паштети, жива риба, равлики, джеми, мед, хліб тощо. Зараз глобальний тренд культури здорового харчування і такі магазини все більше набирають популярності. Вони дають змогу привернути увагу споживачів до традиційних продуктів місцевих виробників, слугуючи гарантією їхньої якості.

У приміській зоні міста Львова для виготовлення органічної продукції та розвитку туризму, місцеві фермери об'єднались в агротуристичний кластер «ГорбоГори». Метою кластеру є розвиток малого та середнього бізнесу, а також залучати туристичні потоки у приміську зону.

Агротуристичний кластер «ГорбоГори» заснований в 2017 році з ініціативи місцевих фермерів, органів місцевої і обласної влади, наукових і навчальних установ. Група учасників кластеру постійно розширюється, на даний момент (2021 р.) є 33 учасника, які ведуть агротуристичну діяльність на території приміської зони м. Львова.

Варто пам'ятати, що для туристів цікавими будуть не лише гастрономічні заклади, а й відповідні заходи, зокрема гастрономічні фестивалі. Агротуристичний кластер «ГорбоГори» заснував фестиваль «ГорбоГори», складовою якого є дегустація продукції «Добрі традиції Галичини», приготування страв української кухні, кулінарні конкурси, дегустація продукції регіонального виробництва. Щороку у серпні-вересні проходить фестиваль «ГорбоГори» неподалік с. Хоросно. Основною метою фестивалю є створення агротуристичних кластерів, як платформи сталого розвитку сільських територій. Проведення таких фестивалів дозволить популяризувати виробництво локальних продуктів і кулінарні традиції, збільшити туристичні потоки. Також, у м. Пустомити заснували фестиваль «Кольорове місто», метою якого є популяризація сіл та пізнання їхньої історії. Подібні фестивалі, ярмарки з локальними продуктами можна проводити у більшості сіл приміської зони, адже організація заходів не потребує специфічної інфраструктури і значних фінансів. Відтворити побут минулого часу дозволять етногастрономічні фестивалі, що приверне, увагу туристів до села.

У селі Липники у 2020 році агротуристичний кластер «ГорбоГори» розпочав будівництво інформаційно – туристичного центру для туристів, з магазином і кав'ярнею, де буде представлена місцева фермерська продукція. У сусідньому селі Раковець планують побудувати туристичний кемпінг «Агросадиба», де туристи зможуть не тільки відвідати територію, а й взяти участь у сільськогосподарській діяльності. У селі Виняви передбачається будівництво туристичного кемпінгу «Місто майстрів». На реалізацію такого проєкту у 2020 році були виділені кошти з державного бюджету – близько

25 млн. гривень. Такі проєкти є важливими для розвитку туризму, зокрема і для гастрономічного, адже це створення нових робочих місць, що також сприятиме розвитку малого та середнього бізнесу, підвищенню туристичної привабливості території.

Неподалік Львова знаходиться село Раковець, яке відоме джерелом і місцевим медом. Джерело розташоване у селі Новосілки, однак через географічну близькість, більш відоме як джерело у селі Раковець. Населення села Раковець близько 200 осіб, однак село є достатньо відомим і щодня сюди прибувають сотні відвідувачів. Люди приїжджають для зцілення у джерелі, яке за переказами лікує від різноманітних хвороб. Поблизу джерела облаштована територія для відпочинку, де можна пообідати, а також придбати продукти харчування місцевого виробництва, такі як: хліб, сир, м'ясні вироби, мед тощо. Територія добре доглянута і має усе необхідне для відпочинку.

Село Раковець називають ще «столицею меду». Щорічно літом в селі проводять свято меду «Медовий спас», на яке з'їжджається багато відвідувачів. Асортимент медової продукції, який пропонують на ярмарку свята досить великий – від традиційного та квіткового меду до продукції з бджолиного підмору. Проведення таких свят, відкриті пасіки для туристів, висока якість медової продукції може стати поштовхом для масового розвитку гастрономічного туризму на території.

У приміській зоні міста є виробництва власних локальних продуктів, де б можна було туристів знайомити з продукцією, зокрема процесом виготовлення.

Як приклад, у селі Борщовичі є сироварня «Лепта», яка виготовляє адигейський класичний сир та сир з зеленню. Господарство може приймати туристів, знайомити з процесом виготовлення сирів, провести дегустацію безпосередньо у місці виробництва, запропонувати відвідувачам долучитись до виробництва. За згодою керівництва сироробних підприємств варто було б включати відвідування таких закладів до програмних турів, що й сприяло би

розвитку самих підприємств, зокрема додаткових фінансових надходжень підприємству.

Окремі села приміської зони мають багату історію, на основі якої можна створити туристичний продукт, відновлювати культуру, побут, старовинні кулінарні рецепти, створюючи таким чином бренд села. Наприклад, відкривати садиби, етно-садиби, організовувати гастрономічні, етногастрономічні фестивалі, що буде сприяти розвитку туризму у приміській зоні міста Львова, зокрема гастрономічного. В садибах та етно-садибах для туристів можна готувати місцеві і автентичні страви, проводити гастрономічні заходи. На нашу думку, розвивати туризм в приміській зоні потрібно починати саме з гастрономії, так як роблять це в країнах Європи.

На території приміської зони є сільські будинки, які не використовуються, перспективно було б їх використовувати саме для розвитку гастрономічного туризму. Однак для цього їх потрібно відновити і модернізувати до стандартних вимог. Місцеві жителі (родина) можуть власними силами відкрити садибу і приймати туристів, провести їм екскурсію, запропонувати місцевий тематичний обід, зокрема, приготування місцевої традиційної страви, ознайомити з історією села, культурою і традиціями. Приміську зону м. Львова можна презентувати не тільки місцевими стравами, а також українськими традиційними смаколиками, використовуючи при цьому власні способи приготування.

До прикладу, можна готувати найбільш розповсюджену старовинну страву України борщ, який готувався в давнину, без картоплі і в печі, чи галицький борщ за рецептом Ольги Франко (невістка Івана Франка). Страву відвідувачам подати в одному й тому ж посуді, в якому вона готується або у глиняному старовинному посуді, адже давні традиції приготування та подачі їжі збереглися і до сьогодні. Також в селах можна регулярно проводити майстер-класи з приготування традиційних страв. Як варіант, приготування страв у печі, що було б цікаво для туристів і незвичним. Серед туристів сьогодні дуже актуально є смакувати саме етно-страви із екологічно чистих

продуктів.

Приміська зона Львова характеризується атрактивними ландшафтами, на яких є можливість проводити гастрономічні заходи, фестивалі. Розкрити увесь колорит території туристам дозволять прогулянки лісом з збиранням грибів чи ягід, прогулянки екологічними стежками, катання на конях, чи просто спостереження за тваринами у природному середовищі.

Важливим початковим етапом розвитку гастрономічного туризму у селі є реклама, встановлення креативних інформаційних табличок у відповідних місцях. Наприклад, якщо на території приміської зони є гастрономічні ярмарки, магазини з фермерськими продуктами, фермерські господарства, які відкриті для відвідувачів, необхідно поширити інформацію, зокрема і серед туристичних фірм. Важливим, для прикладу, є розробити рекламу, створити відеоролик про туристичну привабливість певного села, про виробництво сирів та іншої продукції, поширювати цю інформацію через соціальні мережі. Варто також встановити інформаційні таблиці на дорогах, близьких до гастрономічних локацій, що дасть змогу більш активно поширити інформацію про них; наводити вагомні аргументи на користь вибору відвідування певної місцевості, адже люди прагнуть побачити і відчути щось цікаве і нове.

Розвиток гастрономічного туризму у приміській зоні Львова суттєво вплине на розвиток сільських господарств, на виробництво товарів народного споживання, на розвиток інфраструктури. Також, з розвитком гастротуризму буде покращуватися соціальний і матеріальний стан населення, збільшиться кількість зайнятих у сільській місцевості, виникне можливість залучити додаткові ресурси для розвитку місцевих спільнот. Однак для успішності до цих заходів потрібно залучати місцеву владу, громаду, представників бізнесу, які разом будуть працювати, створюючи якісні туристичні продукти.

Окрім описаних об'єктів, на території приміської зони міста Львова ще достатньо локацій, що можуть використовуватися для розробки і реалізації

гастротуристичних маршрутів. На основі опрацювання картографічних матеріалів, інформаційних джерел та авторських спостережень сформовано розширений перелік гастротуристичних об'єктів приміської зони міста Львова, структурований за такими групами локацій як історико-культурна спадщина, фермерські господарства, ресурси для розвитку етнічного і ностальгійного туризму, заклади ресторанного господарства і торгівлі, ресторани та ін. (табл. 4.3).

Таблиця 4.3

Гастротуристичні об'єкти приміської зони м. Львова

№	Населений пункт	Гастрономічна локація	Перспективні об'єкти
Історико-культурна спадщина			
1	Брюховичі		Музей модерної скульптури Михайла Дзіндри
2	Винники		Історико-краєзнавчий музей міста Винники
3	Вовків		-давньоруське селище XI – XIII століть -костел Св. Марії Магдалини -художньо-меморіальний музей Устияновичів
4	Годовиця		костел Всіх Святих XVIII ст.
5	Завадів		Археологами зафіксовано перебування племен шнурової кераміки (II тис. р. до н. е. – епоха міді)
6	Зашків		історико-меморіальний музей Є. Коновальця
7	Звенигород		-давньоруське селище XI – XIII ст. -музей історії давньоруського міста Звенигород
8	Зимна Вода		костел св. Катерини XVII ст.
9	Куликів		Миколаївський костел XVI ст.
10	Наварія		костел Вознесіння Діви Марії XVII ст.
11	Оброшине		Палац-резиденція архієпископів XVIII ст.
12	Старе Село		руїни Старосільського замку
13	Страдч		Святе місце
14	Чишки		костел святого Миколая XVст.

Продовження таблиці 4.3

15	Черепин		давньоруський період XII – XIII ст., розкопане науковцями
Фермерські господарства			
16	Борщовичі		домашня сироварня «Лепта»
17	Брюховичі	домашня сироварня «Наші кізоньки»	
18	Вислобоки	ФГ «Львівська равликова ферма»	
19	Віняви	ФГ «Добре діло»	
20	Гончари	ФГ «Файна berry»	
21	Куликів	ФГ «Лелик»	
22	Липники	ФГ «Бананова ферма»	
23	Мальчиці	ФГ «Органічний равлик»	
24	Милошевичі		ФГ «Радвань Нова» (вівчарство, виробництво бринзи) (планують приймати туристів)
25	Містки		ФГ Малинівка (вирощування товарної сільськогосподарської продукції)
26	Пустомити	ФГ «Карпатський Водограй»	
27	Рудне		сімейна сироварня «Саргіна» (Козяче молоко)
28	Селисько	ФГ «Агротем»	сироварня «Джерсей»
29	Солонка	ФГ «Західний равлик»	«АТ Зелений кошик» вирощує зелень
30	Шоломинь		ФГ «Флорина» (яблука, персики, груша)
31	Ямпіль		сімейне фермерське господарство «Поле щастя»
32	Ямпіль		ФГ «Барком», звідки поступає на український ринок молочна продукція (Родинна ковбаска)
Ресурси для розвитку етнічного і ностальгійного туризму			
33	Борщовичі	проживали поляки	
34	Винники	проживали поляки	
35	Верхня Білка	проживали поляки	
36	Виннички	проживали поляки	
37	Віднів	проживали поляки	
38	Воля-Гомулецька	проживали поляки, євреї, русини	
39	Гамаліївка	проживали поляки	
40	Гончари	проживали поляки	

Продовження таблиці 4.3

41	Зарудці	проживали поляки	
42	Зашків	проживали поляки	
43	Зимна Вода	проживали лемки (поляки, німці, євреї)	
44	Зубра	проживали поляки	
45	Конопниця	проживали поляки (98%)	
46	Кротошин	проживали поляки	
47	Костеїв	проживали поляки	
48	Мервичі	Проживали поляки, німці, євреї	
49	Пасіки-Зубрицькі	проживали поляки	
50	Перемивки	проживали поляки	
51	Пикуловичі	проживали поляки	
52	Підбірці	проживали поляки, євреї	
53	Підгірне	німецьке поселення (колонія)	
54	Семенівка	проживали поляки	
55	Сокільники	проживали поляки, євреї	
56	Ставчани	проживали поляки	
57	Сулимів	проживали поляки, німці	
58	Холодновідка	проживали поляки	
59	Чишки	проживали поляки	
Заклади ресторанного господарства і торгівлі			
60	Дубляни	виробництво WakoMeat сиров'яленої продукції	
61	Оброшине	етно-ресторан «Комора»	
62	Поршна	Остерія на Озерній (ресторан, готель, тварини, територія, молоко)	
63	Пустомити	магазин екопродуктів «ГорбоГори»	
64	Пустомити	Озерний край (риболовля, приготування риби)	
Фестивалі			
65	Винники	фестиваль сиру і вина	
66	Зимна Вода	фестиваль «Гомін Лемківщини»	
67	Карачинів	свято «Великі обжинки», встановили рекорд України – «Найдовший яворівський пиріг»	

Продовження таблиці 4.3

68	Куликів	фестиваль-ярмарок «Свято ковбаси і хліба»	
69	Пустомити	фестиваль «Кольорове місто»	
70	Раковець	«Медовий спас»	
Інше			
71	Виннички	-заміський котедж -проект туристичного кемпінгу Центр «Місто майстрів»	
72	Гончари	Фазенда на Гончарах	
73	Липники	туристично-інформаційного центру «ГорбоГори» з фермерською кав'ярнею та магазином (розпочато будівництво)	
74	Малі Підліски	фермерський будинок «Наша оселя»	
75	Підбірці	хлібопекарня «Родинна пекарня» (Родинної ковбаски, є екскурсії) «Барком»	
76	Раковець	ВК «Раковецька поляна»	
77	Раковець	туристичний кемпінг «Агросадиба» (розпочато будівництво)	
78	Соснівка	еко-садиба «Тихе плесо»	
79	Холодновідка	садиба «Friday / П'ятниця»	

Складено автором

Як бачимо з таблиці, наявних об'єктів для розвитку гастрономічного туризму в районі небагато. Водночас, на нашу думку, саме у селах приміської зони міста Львова є перспективи для розвитку гастрономічного туризму, зокрема на базі наявних історико-культурних ресурсів і фермерських господарств.

Розташування об'єктів гастрономічного туризму на території приміської зони міста Львова зображено на картосхемі (рис. 4.2).

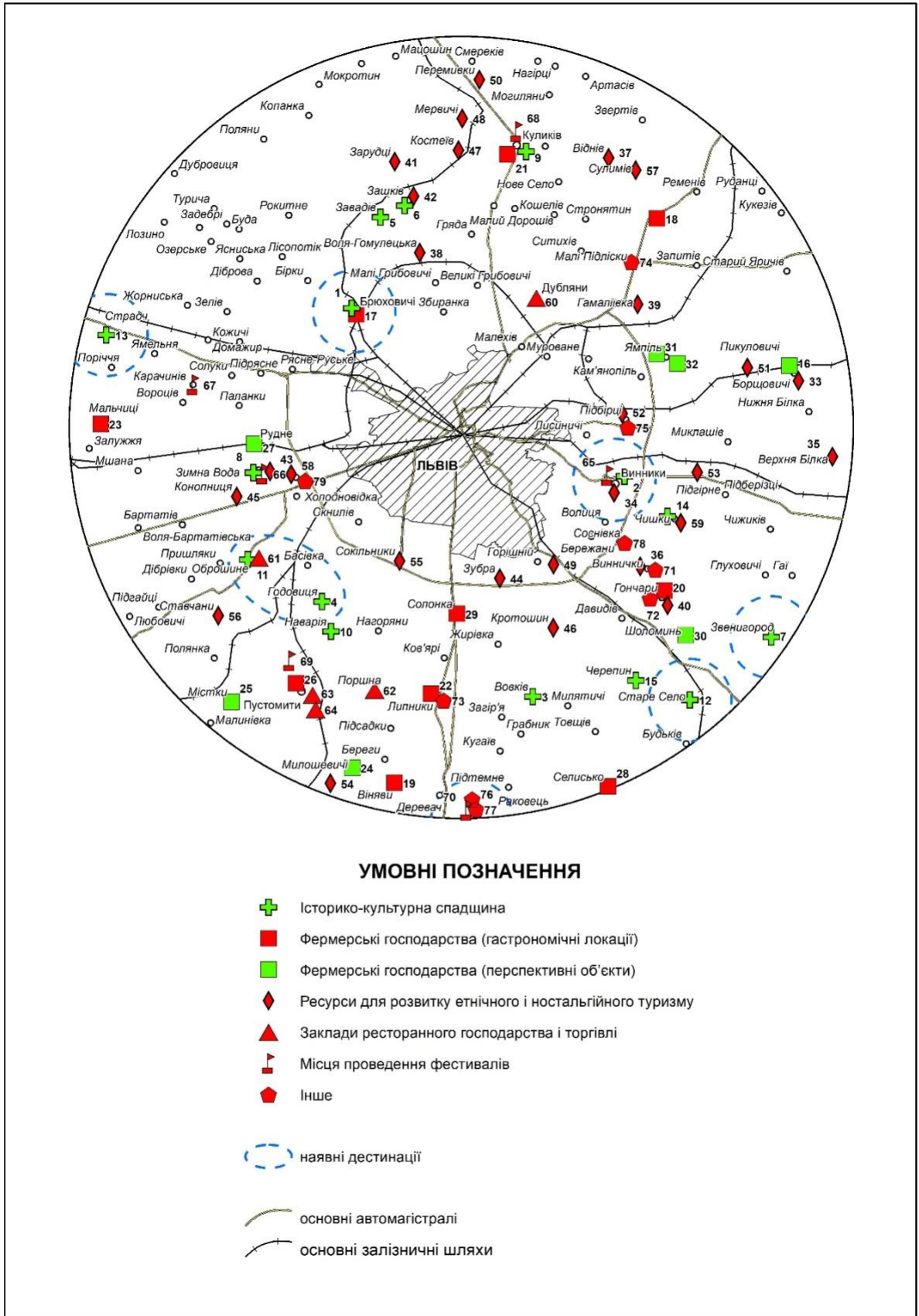


Рис. 4.2. Гастротуристичні об'єкти та дестинації приміської зони м. Львова.

Розроблено автором

На підставі узагальнення результатів досліджень виявлено, що приміська зона міста, має великий потенціал як об'єкт гастрономічного туризму. Сприятливими факторами розвитку гастротуризму у приміській зоні є історико-культурна спадщина, фермерські господарства, створення агрокластерів, щорічні фестивалі, садиби, близьке розташування до історичного міста Львова, зручне транспортне сполучення, красива природа і території для проведення гастрономічних заходів. Важливо, що тут також функціонують дестинації інших видів туризму, зокрема культурно-пізнавального, релігійного, рекреаційного.

У межах приміської зони м. Львова гастролокації та об'єкти історико-культурної спадщини розміщені нерівномірно. Зокрема, у північній частині приміської зони м. Львова переважають ресурси для розвитку етнічного і ностальгійного туризму. Саме на цих територіях проживали поляки, євреї, німці.

У північно-західній частині приміської зони міста Львова гастрономічні локації практично відсутні. На наш погляд, це пов'язано з відсутністю перспективних земельних ділянок для ведення фермерського господарства. Також тут спостерігається відсутність об'єктів історико-культурної спадщини.

Найкраще забезпеченою ресурсами для розвитку гастрономічного туризму є південно-східна частина приміської зони.

У перспективі на території приміської зони міста Львова доцільним є формування нових форм територіальної організації розвитку гастрономічного туризму (ядер) на базі концентрації придатних для організації гастротурів локацій, ресурсів та інфраструктури (рис. 4.3). Також слід виділити перспективну зону на північний захід від обласного центру, де наразі немає виокремлених гастротуристичних локацій, але природні умови і ресурси сприяють рекреаційно-туристичній діяльності, що у майбутньому слід було би використати для формування нових об'єктів гастрономічного туризму.

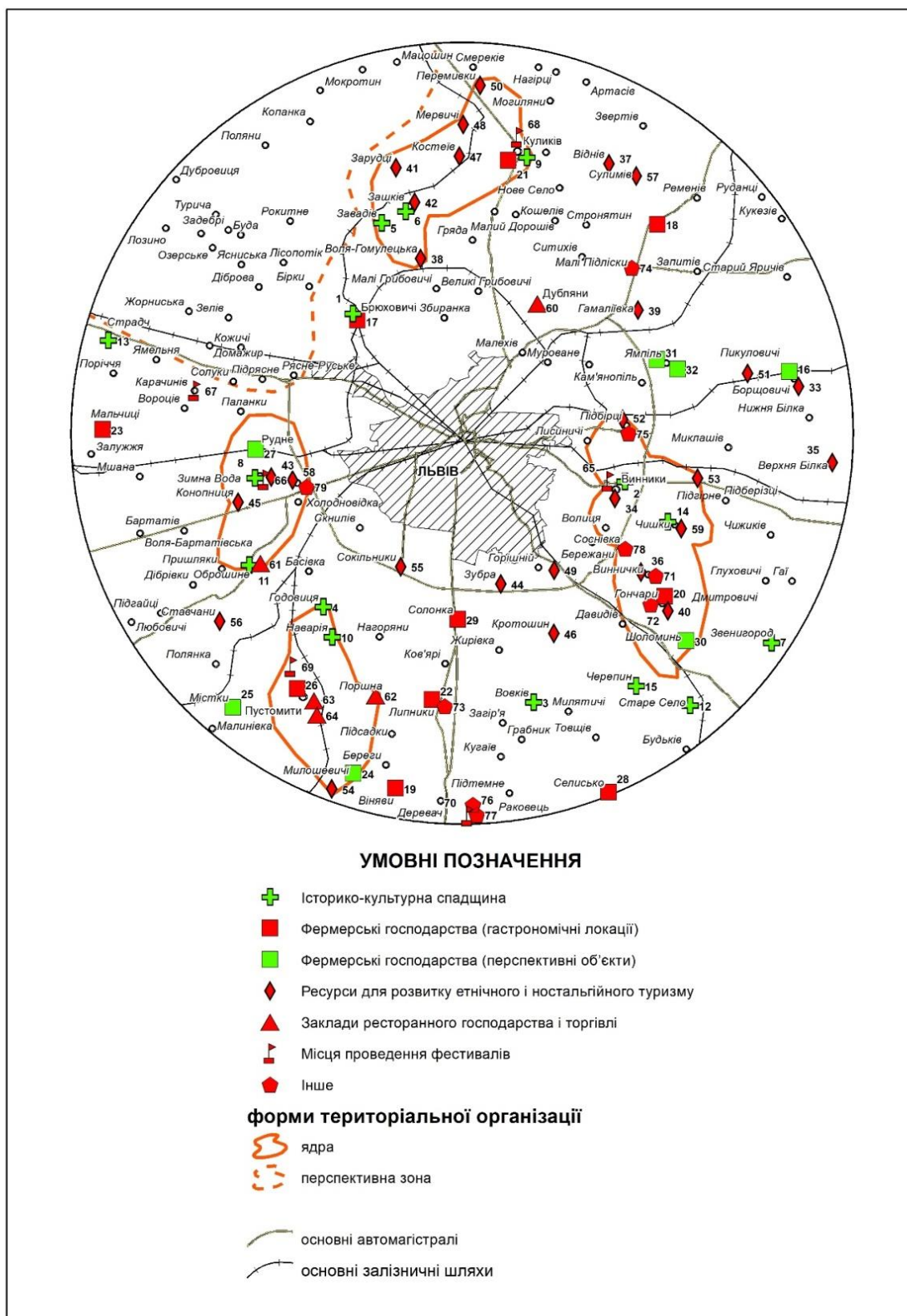


Рис. 4.3. Гастротуристичні об'єкти та перспективні форми територіальної організації розвитку гастрономічного туризму на території приміської зони міста Львова. Розроблено автором

Характеристика пропонованих форм територіальної організації гастрономічного туризму у приміській зоні міста Львова, а також рекомендації щодо їх розвитку наведені у табл. 4.4.

Таблиця 4.4

Нові форми територіальної організації гастрономічного туризму у приміській зоні міста Львова

Назва територіальної структури	Особливості	Рекомендації
1. Перспективна зона	Практично відсутні туристичні та гастрономічні перспективні об'єкти. На території спостерігається значна лісистість.	<ul style="list-style-type: none"> - створення передумов для розвитку гостротуризму; - удосконалювати та розвивати інфраструктурну базу території; - сприяти розвитку об'єктів гостротуризму; - засновувати фермерські господарства, зокрема сімейні; - вивчати та популяризувати місцеву рецептуру та автентичні страви;
2. Північне ядро	Наявність ресурсів для розвитку етнічного туризму та об'єкти історико-культурної спадщини.	<ul style="list-style-type: none"> - удосконалювати та розвивати інфраструктурну базу території; - сприяти розвитку об'єктів гостротуризму; - розробити етнотуристичні маршрути, включаючи гастрономічні об'єкти з галицькою кухнею; - вивчати та популяризувати місцеву рецептуру та автентичні страви; - раціонально використовувати кулінарну спадщину; - відкривати гостромuzeї, етноресторани; - започаткувати етнічний фестиваль з дегустацією місцевих страв; - розробити унікальний місцевий туристичний; - підвищувати привабливість туристичної дестинації;
3. Південне ядро	Наявність гастрономічних локацій, а саме закладів ресторанного господарства і торгівлі.	<ul style="list-style-type: none"> - удосконалювати та розвивати інфраструктурну базу території; - сприяти розвитку об'єктів гостротуризму; - розробити гастрономічні тури з відвідуванням історико-культурної спадщини; - створювати і розповсюджувати рекламу через соціальні мережі, путівники, фестивалі і міжнародні заходи;

Продовження таблиці 4.4		
		<ul style="list-style-type: none"> - підвищувати і контролювати якість у різних сферах (продукція, заходи, захист прав споживачів); - підвищувати привабливість туристичної дестинації; - організовувати риболовлю на базах відпочинку; - залучати відвідувачів до участі у культурних програмах дестинації; - на фестивалі готувати традиційні страви використовуючи локальну продукцію; - запровадити фестиваль галицької кухні; - розробити проекти гастротуристичних кластерів;
4. Західне ядро	Наявність ресурсів для розвитку етнічного туризму.	<ul style="list-style-type: none"> - удосконалювати та розвивати інфраструктурну базу території; - розробити унікальний місцевий туристичний продукт; - підвищувати і контролювати якість у різних сферах (продукція, заходи, захист споживачів); - підвищувати привабливість туристичної дестинації; - залучати відвідувачів до участі у культурних програмах дестинації; - розробити етногастрономічні тури; - запровадити фестиваль галицької кухні;
5. Східне ядро	Наявність ресурсів для гастрономічних маршрутів з відвідуванням екскурсії на хлібопекарні «Родинна пекарня». На території також знаходяться садиби де б можна було проводити гастрономічні (тематичні) заходи традиційної кухні і локальної продукції. Можливість створення гастротуристичного кластера.	<ul style="list-style-type: none"> - удосконалювати та розвивати інфраструктурну базу території; - підвищувати і контролювати якість у різних сферах (продукція, заходи, захист прав споживачів); - розробити унікальний місцевий туристичний продукт; - створювати і розповсюджувати рекламу через соціальні мережі, путівники, фестивалі і міжнародні заходи; - проводити тематичні гастрономічні заходи на приватних садибах; - запровадити фестиваль з давньоруської кухні; - розробити проекти гастрономічних кластерів; - розробити гастрономічний маршрут; - залучати іноземних туристів.

Складено автором

Отже, гастрономічний туризм у приміській зоні Львова є досить перспективним, дозволяє привернути додаткову увагу туристів, однак потребує подальшого розвитку.

Розвиток гастрономічного туризму дозволить урізноманітнити програми для туристів, збільшити термін їх перебування, зокрема на території Львова. На нашу думку, важливим у розробці гастрономічного туру є поєднання кулінарії та культурно-пізнавальної програми в одному турі. Приклади пропонованих нами гастротуристичних маршрутів приміською зоною Львова наведені у додатках.

Інноваційний розвиток гастрономічного туризму у приміській зоні Львова є необхідною передумовою для розвитку туристичної сфери регіону загалом і обласного центру зокрема. Вважаємо, що в подальшому необхідно проводити більш детальні дослідження розвитку гастрономічного туризму, а також реалізовувати перспективні проєкти, які можуть вивести гастрономічний туризм на новий рівень розвитку. Потрібно досліджувати місцеві кулінарні традиції та адаптувати їх для масового споживача.

За результатами аналізу територіальної організації розвитку гастрономічного туризму у Львівській області можемо запропонувати такі напрями модернізації просторового розвитку гастротуризму в регіоні:

1. Формування інноваційних просторово-функціональних утворень – гастротуристичних кластерів на основі наявних ядер концентрації гастротуристичних локацій та інших туристичних об'єктів і дестинацій.

2. Об'єднання форм територіальної організації гастротуристичної діяльності у мережі із залученням транспортної інфраструктури та туристичних маршрутів.

3. Інтеграція гастротуристичних локацій приміської зони міста Львова у єдину організаційно-просторову систему.

4. Вирівнювання просторових відмінностей соціально-економічного розвитку за рахунок активізації підприємницької активності у сфері гастрономічного туризму на сільських і периферійних територіях.

4.2. Пріоритети інноваційного розвитку гастрономічного туризму у Львівській області в умовах нестабільності

Гастрономічний туризм є об'єднуючою ланкою між туристичною індустрією та індустрією гостинності регіону. Водночас гастротуризм тісно взаємодіє із агропромисловим комплексом регіону. З огляду на це, а також у зв'язку із забезпеченням у межах гастрономічних турів базових потреб людини у харчуванні, роль цього виду туризму у формуванні стратегічних напрямів розвитку туристичної сфери регіону надзвичайно важлива.

Сучасна мережа гастротуристичних пунктів формується закладами ресторанного господарства, а також підприємствами харчової промисловості та сільського господарства, які залучені до спеціалізованих туристичних продуктів або потенційно можуть бути включені до гастрономічних турів територією регіону.

З огляду на наведені положення слід особливо наголосити також на соціальному значенні гастрономічного туризму, який, забезпечуючи базові потреби туристів, поєднує їх із виконанням пізнавальних, освітніх та рекреаційних функцій. Гастрономічний туризм також позитивно впливає на збереження і відтворення культурного надбання як регіону загалом, так і окремих дестинацій.

На прикладі Львівської області варто також наголосити на цінності для формування потенціалу розвитку гастрономічного туризму не лише культурних ресурсів пов'язаних із етнічною спадщиною місцевого населення, а й з національними та етнічними кухнями інших народів, які проживали на цій території у минулі історичні періоди або просто є популярними серед споживачів (наприклад, італійська, азіатська кухні).

Характерною рисою гастротуристичної привабливості дестинації є можливість поєднання у межах спеціалізованих турів різних функцій туристичної діяльності. Передусім йдеться про пізнавальну та рекреаційну функції, які є базовими для різних видів туризму. Однак у межах гастрономічних складників програми турів успішно виконується також

функція забезпечення харчування туристів під час подорожі, а також у випадку включення до такої програми не лише дегустацій, а й майстер-класів з приготування певних страв та напоїв, виконується і освітня функція. Певним чином гастрономічні тури можна, отже, трактувати і як етнічні, освітні, сільські, екологічні, пригодницькі і навіть екстремальні.

З огляду на тривалий кризовий період, в якому перебуває регіональна туристична система Львівської області, особливо важливим є виокремлення стратегічних пріоритетів розвитку туризму, і гастротуризму зокрема, на території регіону.

З цією метою нами, поряд із результатами авторського аналізу факторів та сучасного стану розвитку гастрономічного туризму в регіоні, було розроблено і проведено також експертне опитування методом анкетування.

Для соціологічного дослідження була сформована анкета для експертів, які стикались у професійній діяльності з гастрономічним туризмом (дод. А), зокрема у межах досліджуваного регіону. Загальною метою проведення опитування було оцінювання сучасного стану і перспектив розвитку гастрономічного туризму у Львівській області.

За результатами проведеної роботи було надіслано і отримано 22 заповнені анкети. Опитування проводилось у мережі Інтернет за допомогою сервісу Google Docs і розповсюджено шляхом надсилання приватних повідомлень обраним респондентам.

Учасникам опитування було запропоновано анкету, яка складалась з 10 запитань.

З метою визначення сфери професійної діяльності експертам було запропоновано відповісти на питання “Вкажіть, будь ласка, сферу Вашої професійної діяльності”. За критерієм діяльності респонденти розділились таким чином: 23% (3) органи державної влади; 18% (4) туристичний бізнес; 18% (4) готельно-ресторанний бізнес; 14% (3) освіта і наука; 14% (3) органи місцевого самоврядування; 13% (5) інше (громадські організації, івент організації, сироварні) (рис. 4.4).

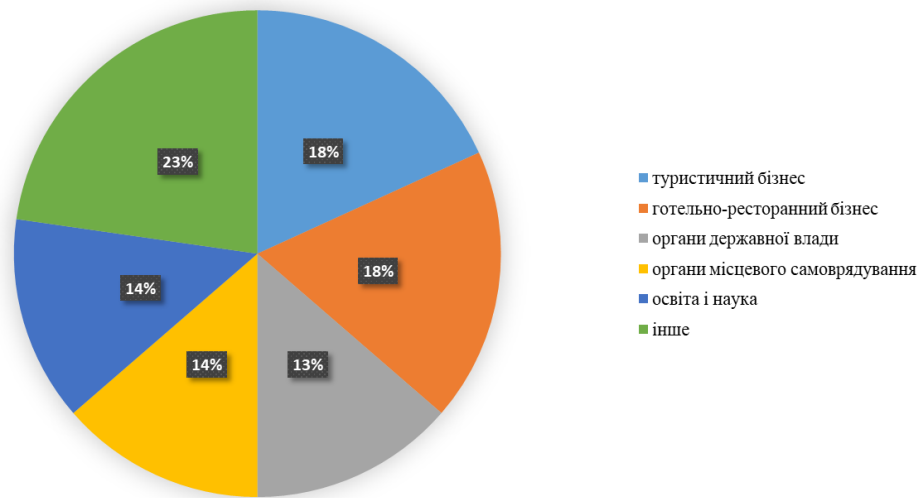


Рис. 4.4. Сфера діяльності респондентів

Аналізуючи відповіді на запитання “Яким чином Ви стикались у професійній діяльності з гастрономічним туризмом?”, було визначено, що 50% експертів брали участь в організації та проведенні гастротуристичних заходів (фестивалі, ярмарки, дегустації та ін.), очевидно, це пов’язано з специфікою досліджуваного нами виду туризму, адже гастрономічні послуги використовуються у багатьох сферах туристичної індустрії. 40,9% респондентів надавали послуги у сфері гастрономічного туризму; 40,9% опитаних вибрали варіант маркетингове забезпечення гастрономічного туризму; 27,3% опитаних розробляли гастрономічні тури; розробкою програм розвитку гастрономічного туризму стикались 22,7% респондентів. 22,7% експертів були задіяні у розробці гастротуристичних проектів; 22,7% займались науковими дослідженнями розвитку гастрономічного туризму; 22,7% експертів висвітлювали проблеми розвитку гастрономічного туризму у засобах масової інформації та на Інтернет-ресурсах. 13,6% експертів були задіяні у створенні гастротуристичних закладів; 9,1% експертів у своїй професійній діяльності займались впровадженням гастрономічного туризму в освітні програми та навчальні плани закладів освіти (рис. 4.5).

Експертам також було запропоновано питання “Оцініть сучасний стан розвитку гастрономічного туризму у Львівській області?” (у балах від 1 до 5, де 1 – найнижча оцінка, а 5 – найвища), 45,5% респондентів оцінили

сучасний стан розвитку гастрономічного туризму у 4 бали, очевидно це пов'язано з тим, що в останні роки приділяється особлива увага розвитку гастрономічного туризму у Львівській області, 31,8% оцінили у 3 бали. Менша кількість респондентів 13,6% оцінили найвищою оцінкою 5 балів і лише 4,5% оцінили на 2 бали і 4,5% оцінили найнижчим балом – 1 (рис. 4.6).



Рис. 4.5. Відповіді респондентів на питання “Яким чином Ви стикались у професійній діяльності з гастрономічним туризмом?”

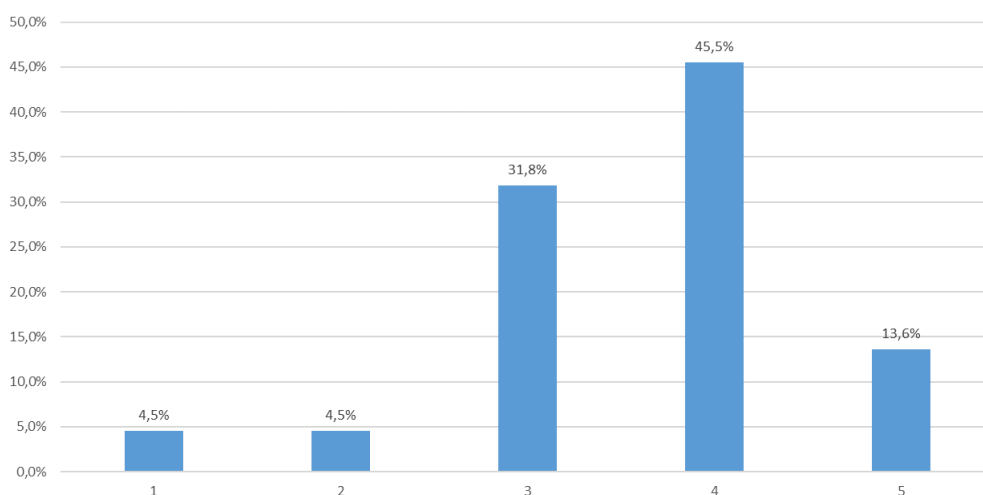


Рис. 4.6. Відповіді респондентів на питання “Оцініть сучасний стан розвитку гастрономічного туризму у Львівській області?”

На запитання “Які об’єкти (події), на Вашу думку, є найбільш перспективними для розвитку гастрономічного туризму у Львівській області?”, абсолютна більшість експертів відповіли, що найбільш перспективними об’єктами (подіями) є гастрономічні фестивалі та заходи 90,9%; 86,4% опитаних відповіли, що перспективними є фермерські господарства; 45,5% вважають, що заклади ресторанного господарства є не менш важливі для розвитку гастрономічного туризму; 45,5% відзначили ярмарки з продукцією місцевих виробників і 27,3% вибрали варіант кулінарні майстер-класи локальної кухні (рис. 4.7).

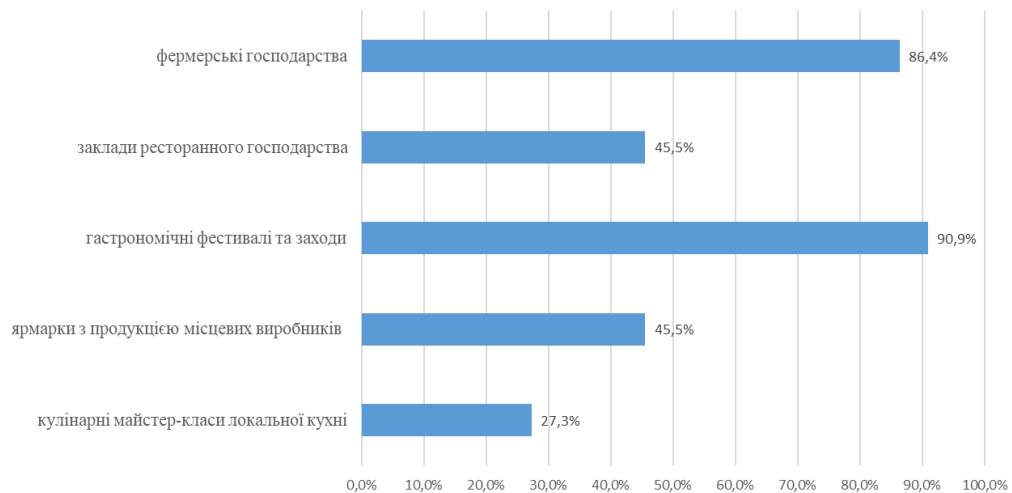


Рис. 4.7. Відповіді респондентів на питання “Які об’єкти (події), на Вашу думку, є найбільш перспективними для розвитку гастрономічного туризму у Львівській області?”

В результаті аналізу відповідей на питання “Які проблеми, на Вашу думку, характерні для сучасного етапу розвитку гастрономічного туризму у Львівській області?”, експертами 86,4% було визначено, що найвагомішою проблемою для сучасного етапу розвитку гастрономічного туризму є пандемія Covid-19 і це закономірно, оскільки це велика світова криза, яка внесла значні зміни карантинними обмеженнями не лише у туристичній індустрії. 59,1% респондентів відповіли, що недостатнє маркетингове забезпечення, адже сучасний туристичний ринок потребує нового підходу

для розвитку гастрономічного туризму. Характерною проблемою також є недостатня кількість гастрономічних маршрутів 45,5%, 31,8% респондентів відзначили відсутність розроблених на регіональному та державному рівнях програм розвитку гастрономічного туризму. На сучасному етапі розвитку гастрономічного туризму на думку експертів проблемою також є 22,7% невелика кількість ресторанних закладів локальної кухні і 22,7% недостатня кількість закладів харчування та розміщення на території регіону (за межами обласного центру). На відповідь “інше” відповіли 18% респондентів і найменшою проблемою експерти 13,6% вважають низький рівень соціально-економічного розвитку територій (рис. 4.8).



Рис. 4.8. “Які проблеми, на Вашу думку, характерні для сучасного етапу розвитку гастрономічного туризму у Львівській області?”

Аналізуючи відповіді експертів на запитання “Які заходи, на Вашу думку, необхідно вживати для інноваційного розвитку гастрономічного туризму у Львівській області?”, можна зробити висновок, що одним найбільш перспективним заходом 59,1%, який потрібно вжити для інноваційного розвитку гастрономічного туризму є “популяризація місцевих (національних) кулінарних традицій за кордоном”, також велику кількість

голосів 50,0% набрала відповідь “проведення тренінгів, семінарів щодо розвитку гастрономічного туризму на рівні територіальних громад”, 40,9% відповіли на відповідь “розроблення гастрономічних маршрутів/турів регіоном”, 40,9% вибрали варіант “підготовка кваліфікованих кадрів з організації гастрономічного туризму”, 31,8% респондентів відповіли “формування нових гастрономічних туристичних локацій”, 27,3% експертів вибрали варіант “розроблення гастрономічних екскурсій”, 22,7% респондентів вибрали варіант “сприяння створенню гастротуристичних кластерів” і 18% відповіли “інше” (рис. 4.9).



Рис. 4.9. Відповіді респондентів на питання “Які заходи, на Вашу думку, необхідно вживати для інноваційного розвитку гастрономічного туризму у Львівській області?”

На питання “Які фактори, на Вашу думку, найсуттєвіше впливають на розвиток гастрономічного туризму?”, більшість респондентів 72,7% відповіли, що найсуттєвішим фактором для розвитку гастрономічного туризму є “маркетинг у соцмережах”, слід зауважити, що маркетинг у соціальних мережах, на сьогодні вважається найефективнішим інструментом для просування туристичного продукту, зокрема гастрономічного. 63,6%

вибрали відповідь “підвищення транспортної доступності destinations”, 50% відповіли, що важливим фактором є “розроблення і впровадження регіональних проектів розвитку гастрономічного туризму”, для 40,9% респондентів важливим фактором є “розвиток фермерських господарств”, 31,8% вибрали варіант “відкриття концептуальних закладів ресторанного господарства”, для 22,7% важливим фактором є “створення гастротуристичних кластерів” і лише 4,5% обрали варіант “інше” (рис. 4.10).



Рис. 4.10. Відповіді респондентів на питання “Які фактори, на Вашу думку, найсуттєвіше впливають на розвиток гастрономічного туризму?”

Аналізуючи відповіді на питання “Оцініть, будь ласка, наскільки розвиток гастрономічного туризму впливає на формування сучасного туристичного бренду Львівської області?” (у балах від 1 до 5, де 1 – найменш суттєво впливає, а 5 – найсуттєвіше впливає), більшість респондентів 54,5% оцінили оцінкою у “4 бали”, трохи менше респондентів 36,4% оцінили у “5 балів” і лише 9,1% опитаних дали найменшу оцінку “3 бали” (рис. 4.11).

Із відповідей експертів на запитання “Які з перелічених гастрономічних подій можуть бути найбільш перспективними для використання у розвитку гастрономічного туризму у Львівській області?” можна зробити висновок, що

найбільш перспективною подією для використання у розвитку гастрономічного туризму у Львівській області є фестиваль “Різдво у Львові”.

Очевидно це пов’язано з тим, що Львів займає перше місце в рейтингу найпривабливіших міст для святкування Різдва в Україні, де збереглися автентичні українські традиції. Також перспективними подіями для розвитку гастрономічного туризму є свято “Сиру та Вина у Львові” 59,1%, міжнародний форум “Галицька кухня” 54,5% і фестиваль “На каву до Львова” 45,5%. Меншу кількість голосів 31,8% набрали фестиваль “Львів на тарілці” і “Свято пампуха”. 27,3% респондентів відповіли на фестиваль “Street Food So Good Festival”. Менш значну увагу експерти надали для свята “Національне свято шоколаду” 18,2%, фестиваль “БойЄ” 18,2%, фестиваль “Гомін Лемківщини” 13,6%, фестиваль “Куховарня RadoFest” 13,6%. Найменшу кількість відповідей набрав фестиваль “So Green Fest” 4,5% респондентів. На відповідь “інше” відповіли 4,5% респондентів (рис. 4.12).

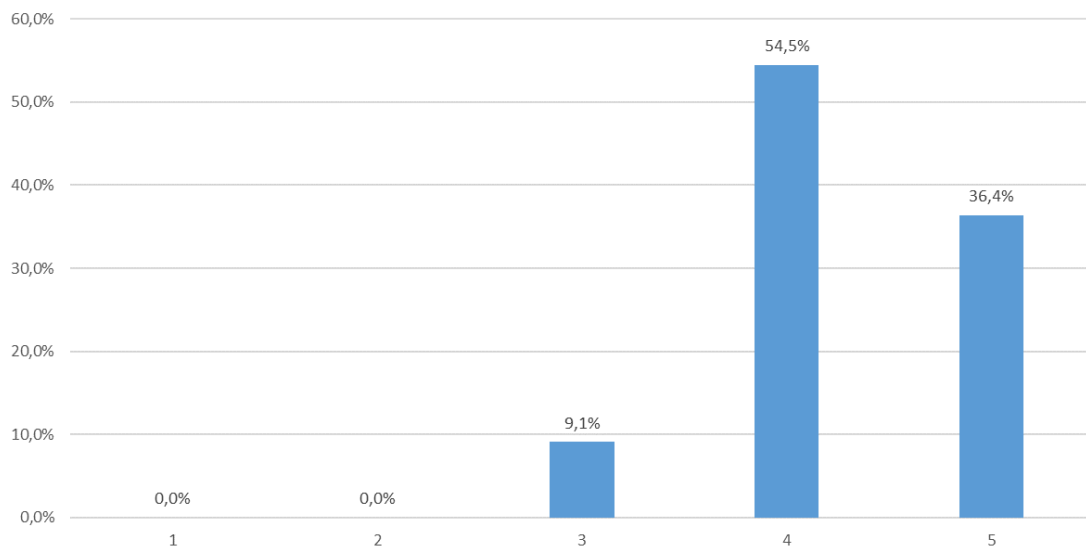


Рис. 4.11. Відповіді респондентів на питання “Оцініть, будь ласка, наскільки розвиток гастрономічного туризму впливає на формування сучасного туристичного бренду Львівської області?”

Отже, за результатами проведеного соціологічного опитування за різними категоріями респондентів можна зробити висновок, що Львівська

область має великі перспективи для розвитку гастрономічного туризму. Однак існують проблеми, які перешкоджають розвитку гастрономічного туризму у Львівській області. Проаналізувавши результати опитування, можна виокремити такі проблеми розвитку цього виду туризму: найвагомішою проблемою для сучасного етапу розвитку гастрономічного туризму є пандемія COVID-19; недостатнє маркетингове забезпечення; недостатня кількість гастротуристичних маршрутів; відсутність розроблених на регіональному та державному рівні програм розвитку гастрономічного туризму.

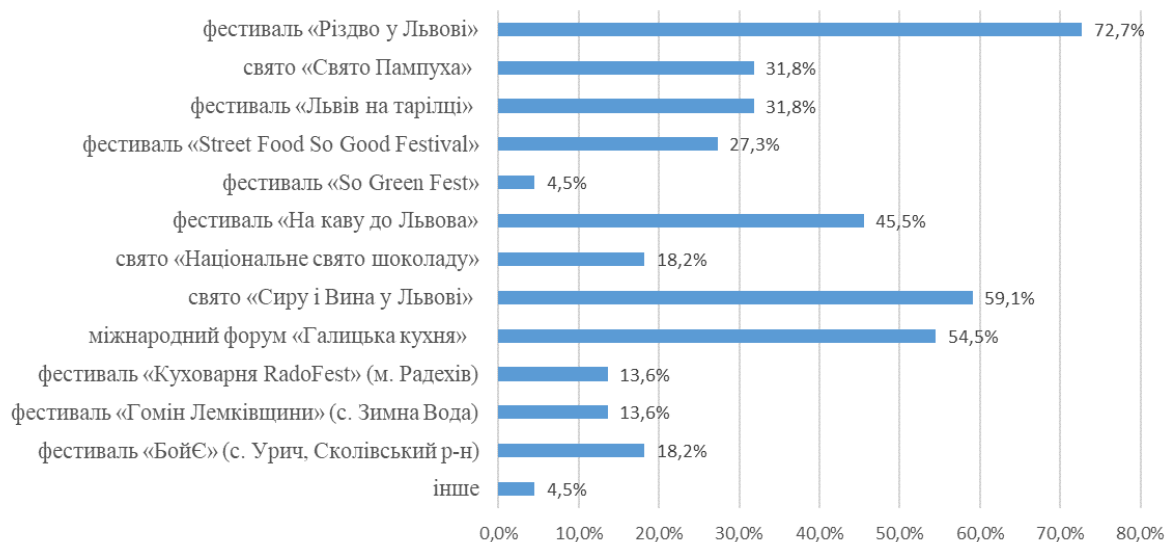


Рис. 4.12. Відповіді респондентів на питання “Які з перелічених гастрономічних подій можуть бути найбільш перспективними для використання у розвитку гастрономічного туризму у Львівській області?”

Для інноваційного розвитку цього виду туризму потрібно проводити більшу кількість гастрономічних фестивалів та заходів; розвивати у області фермерські господарства і заклади ресторанного господарства; організовувати ярмарки з продукцією місцевих виробників та проводити кулінарні майстер-класи локальної кухні.

На підставі проведених досліджень та узагальнень сформовано модель стратегії інноваційного розвитку гастрономічного туризму в регіоні, яка

може застосовуватися у практиці стратегічного управління регіональним розвитком туризму (рис. 4.13).

Першим пріоритетом, на якому має базуватися розвиток гастрономічного туризму у посткризовий період, є швидке відновлення туристичних потоків. З цією метою необхідно, по-перше, навіть у кризовий період підтримувати на елементарному рівні туристичну діяльність на території області за рахунок внутрішнього, зокрема соціального туризму; по-друге, зберігати сформовані у докризовий період тенденції щодо розробки і реалізації гастротуристичних проєктів в регіоні з фокусом на майбутнє їх використання у гастротуристичній діяльності; по-третє необхідно розробити концепцію безпеки Львівської області для туризму у посткризовий період, яка обов'язково передбачала би систему маркетингових інструментів спрямованих на міжнародний ринок.

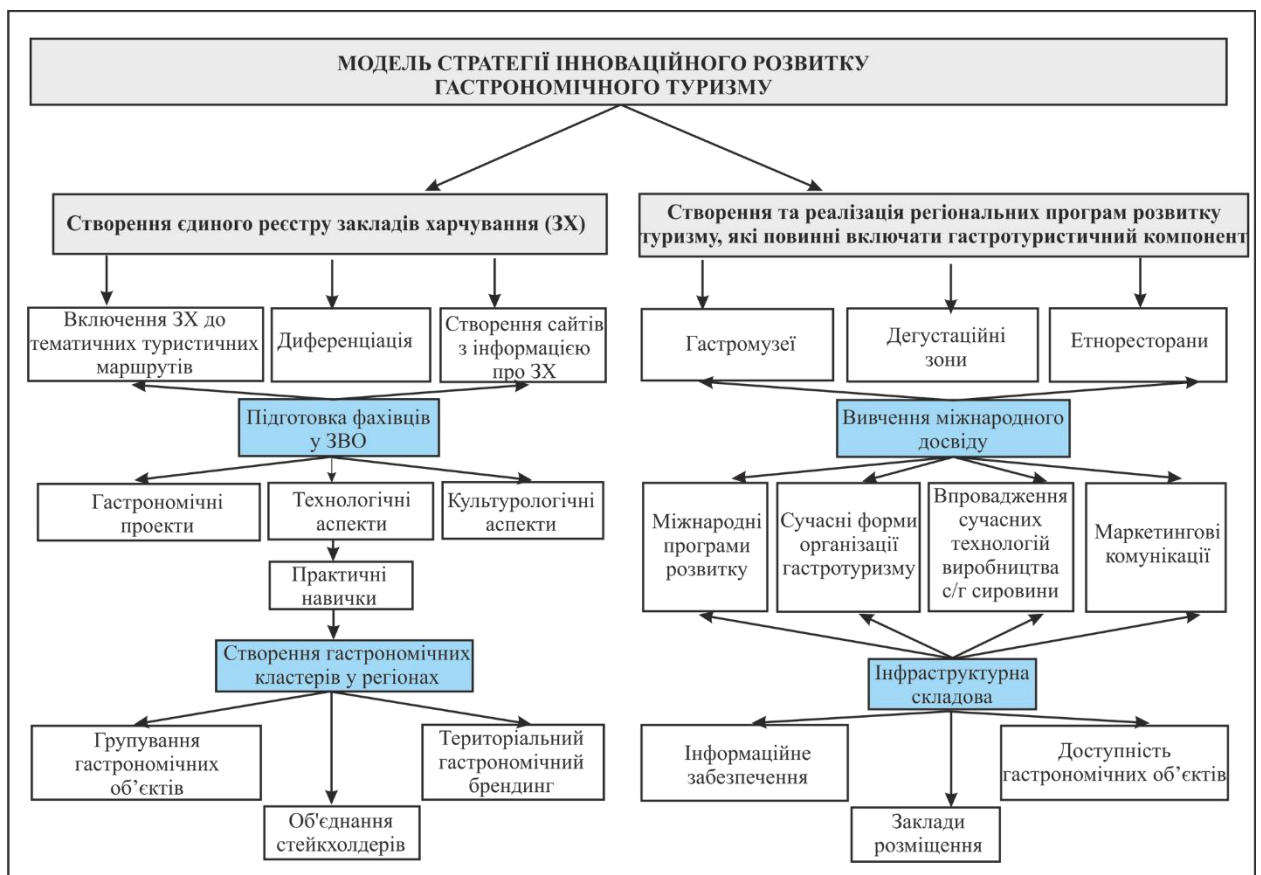


Рис. 4.13. Модель стратегії інноваційного розвитку гастрономічного туризму.

Розроблено автором

Саме міжнародний в'їзний туризм у посткризовий період може відігравати провідну роль у забезпеченні економічної ефективності організації гастрономічних творів. Адже внутрішній туризм, очевидно, ще впродовж тривалого часу може залишатися малорентабельним і здійснюватися у формі соціального туризму.

Другим важливим пріоритетом є тісніша інтеграція ресторанного господарства та сільськогосподарських підприємств у межах гастротуристичної діяльності. Зважаючи на наявність у регіоні успішних проєктів, пов'язаних із організацією гастрономічного туризму на базі фермерських господарств, реалізація цього стратегічного напрямку має хороші перспективи.

Третім пріоритетом, з огляду на перспективність міжнародного в'їзного туризму, має бути зміщення акцентів з етнічних на національні особливості регіону. Тобто, тоді як для внутрішнього туризму традиційно привабливими є регіональні та локальні особливості гастрокультури, то для іноземних туристів більше впізнаваними є власне українські етнокультурні особливості. Вдале поєднання у межах гастрономічних турів української національної та локальної етнічної культури разом із відвідуванням історико-культурних туристичних об'єктів дасть змогу успішно реалізовувати оновлений туристичний продукт для іноземних туристів. Розширення потребує також вдала практика поєднання дегустацій страв локальної кухні із їх реалізацією споживачем у формі інтернет-магазинів. У цьому контексті особливої уваги буде потребувати вирішення проблеми доставки відповідних продуктів, зокрема за кордон.

Для практичного втілення реалізації пропонованих пріоритетів у процесах управління розвитком туризму у Львівській області запропоновано додати до Програми розвитку туризму та курортів у Львівській області на 2021-2025 рр. такий напрям її реалізації як «Впровадження інноваційних моделей та технологій у розвиток гастрономічного туризму в регіоні». У межах цього напрямку пропонується виконання таких завдань як модернізація

просторової структури розвитку гастрономічного туризму (кластеризація, мережоутворення), удосконалення організаційних форм гостротуристичної діяльності (поєднання з пізнавальним, екологічним, сільським, оздоровчим та ін. видами туризму), впровадження інноваційних технологій виробництва гастрономічної продукції та обслуговування туристів (контроль якості, мультимедійні технології, доставка продуктів локальної кухні, віртуальні дегустації та ін.), активізація наукових досліджень спрямованих на вивчення локальної кухні, гастрокультури регіону, можливостей для їх інтеграції у туристичні продукти для внутрішніх та іноземних туристів, використання інноваційних технологій маркетингу гостротуристичних продуктів регіону (соціальні мережі, мультимедійні технології в рекламі та ін.).

4.3. 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 [126].

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 [153].

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 [44].

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 [44].

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.

На думку професора Гарвардської школи бізнесу М. Портера, кластер – це група географічних сусідніх взаємопов'язаних з ними організацій, що діють у певній сфері і характеризуються спільністю діяльності та взаємодоповнюють одна одну [182].

За Д. Стеченко, кластер – це група близьких, географічно взаємозв'язаних компаній та співробітничуючих з ними організацій, які спільно діють у певному виді бізнесу (в даному разі – туристичному) та характеризуються спільністю напрямів діяльності та взаємодоповненням однією іншою [140].

Туристичний кластер розглядається як система інтенсивної виробничо-

технологічної 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 [142].

На думку Л. Гонтаржевської, туристичний кластер – це спільнота різних підприємств і організацій на певній території, що напряду або опосередковано пов'язані із наданням туристичних послуг [32].

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'єднанні туристичних підприємств, виробників гастропродукції та органів влади для надання комплексних туристичних послуг.

На думку А. Голода, кластеризація – це власне та стадія, під час якої на базі дестинацій формується туристичний кластер із відповідним інституційним та організаційно-правовим забезпеченням [22].

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 destinations, 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. 4.14, 4.15).

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.

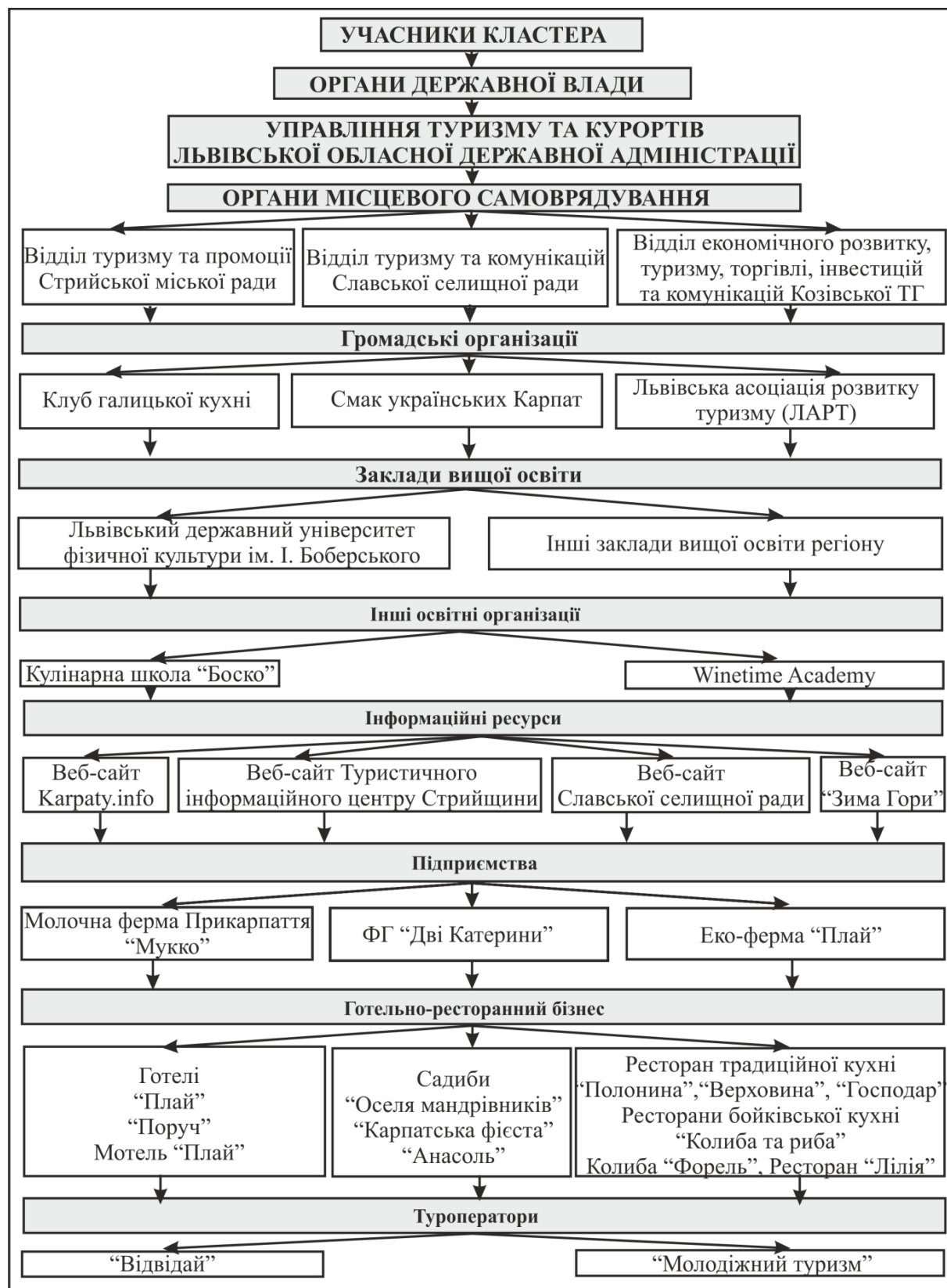


Рис. 4.14. Проект структури Карпатського гастротуристичного кластера.

Розроблено автором

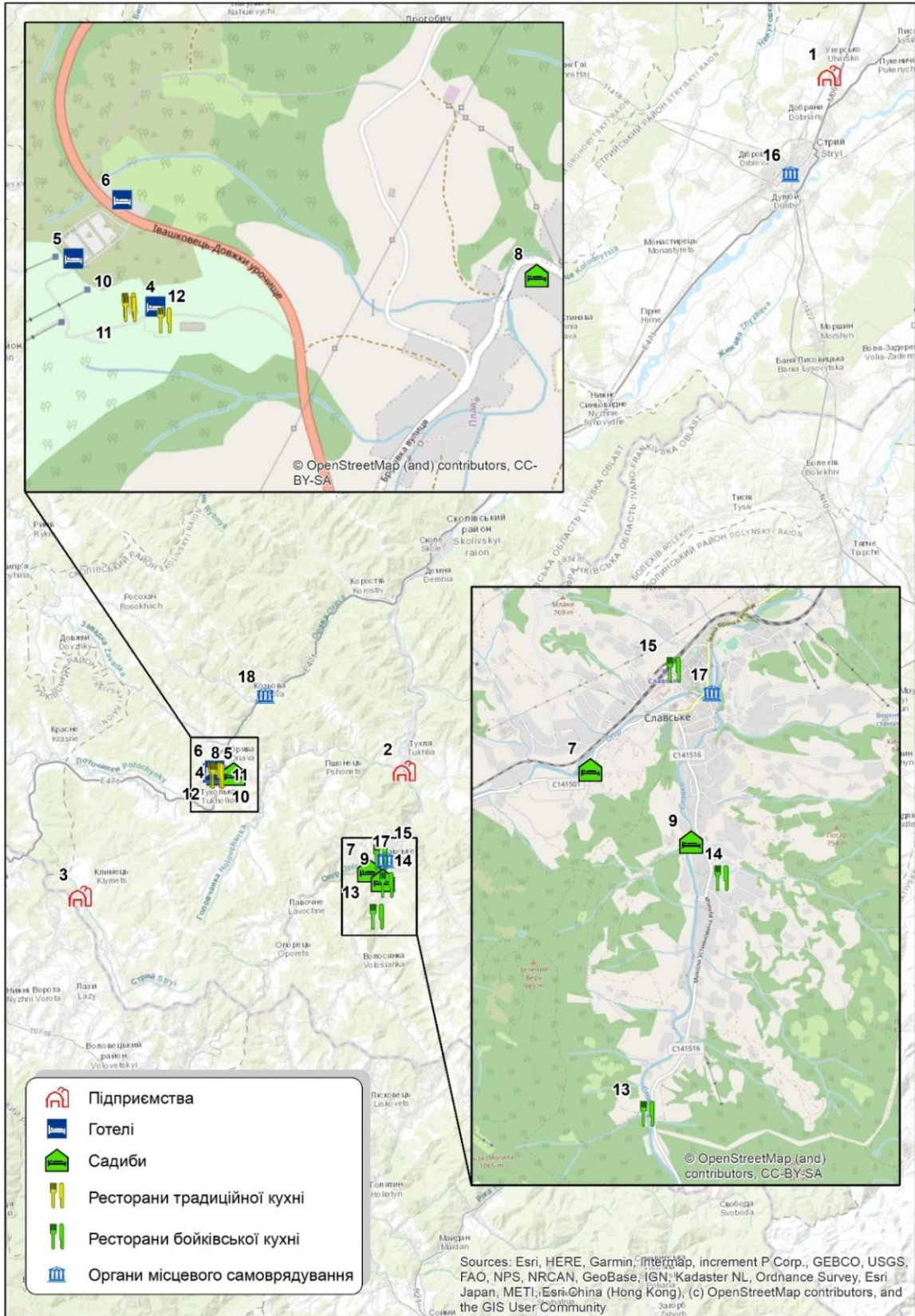


Рис. 4.15. Розташування основних об’єктів Карпатського гастротуристичного кластера. Розроблено автором

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 майстер-класи, 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

організувати 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 до четвертого розділу

1. Територіальна організація гастрономічного туризму є важливою передумовою його інноваційного розвитку, однак для реалізації поставних цілей потребує якісних змін та оптимізації. Здійснено бальну оцінку потенціалу розвитку гастрономічного туризму у нових адміністративних районах Львівської області, результати якої поряд із розміщенням основних гастролокацій відображено на карті.

2. На території приміської зони міста Львова достатньо локацій, що можуть використовуватися для розробки і реалізації гастротуристичних маршрутів. На основі опрацювання картографічних матеріалів, інформаційних джерел та авторських спостережень сформовано розширений перелік гастротуристичних об'єктів приміської зони міста Львова, структурований за такими групами локацій як історико-культурна спадщина, фермерські господарства, ресурси для розвитку етнічного і ностальгійного туризму, заклади ресторанного господарства і торгівлі, ресторани та ін. Розташування об'єктів гастрономічного туризму на території приміської зони міста Львова відображено на авторській картосхемі.

3. На підставі узагальнення результатів досліджень виявлено, що приміська зона міста, має великий потенціал як об'єкт гастрономічного туризму. Сприятливими факторами розвитку гастротуризму у приміській зоні є історико-культурна спадщина, фермерські господарства, створення агрокластерів, щорічні фестивалі, садиби, близьке розташування до історичного міста Львова, зручне транспортне сполучення, красива природа і території для проведення гастрономічних заходів.

4. Для розвитку гастрономічного туризму в регіоні, важливе значення має територія, яка прилягає до обласного центру, зокрема, є доступною у транспортному сполученні. Тут також функціонують дестинації інших видів туризму, зокрема культурно-пізнавального, релігійного, рекреаційного. У межах приміської зони м. Львова гастролокації та об'єкти історико-

культурної спадщини у приміській зоні міста Львова розміщені нерівномірно. Зокрема, у північній частині приміської зони м. Львова переважають ресурси для розвитку етнічного і ностальгійного туризму. Основна частина фермерських господарств зосереджена у південній та південно-східній частині приміської зони, зокрема тут розміщені об'єкти історико-культурної спадщини. У північно-західній частині приміської зони міста Львова гастрономічні локації практично відсутні. Найкраще забезпеченою ресурсами для розвитку гастрономічного туризму є південно-східна частина приміської зони. Встановлено, що у перспективі на території приміської зони міста Львова доцільним є формування нових форм територіальної організації розвитку гастрономічного туризму на базі концентрації придатних для організації гастротурів локацій, ресурсів та інфраструктури.

5. За результатами аналізу територіальної організації розвитку гастрономічного туризму у Львівській області запропоновано такі напрями модернізації просторового розвитку гастротуризму в регіоні як формування інноваційних просторово-функціональних утворень – гастротуристичних кластерів на основі наявних ядер концентрації гастротуристичних локацій та інших туристичних об'єктів і дестинацій; об'єднання форм територіальної організації гастротуристичної діяльності у мережі із залученням транспортної інфраструктури та туристичних маршрутів; інтеграція гастротуристичних локацій приміської зони міста Львова у єдину організаційно-просторову систему; вирівнювання просторових відмінностей соціально-економічного розвитку за рахунок активізації підприємницької активності у сфері гастрономічного туризму на сільських і периферійних територіях.

6. Виявлено, що характерною рисою гастротуристичної привабливості дестинації є можливість поєднання у межах спеціалізованих турів різних функцій туристичної діяльності. У межах гастрономічних складників програми турів успішно виконується також функція забезпечення харчування

туристів під час подорожі, а також у випадку включення до такої програми не лише дегустацій, а й майстер-класів з приготування певних страв та напоїв, виконується і освітня функція.

7. Із метою виокремлення стратегічних пріоритетів розвитку туризму, і гастротуризму зокрема, на території регіону поряд із результатами авторського аналізу факторів та сучасного стану розвитку гастрономічного туризму в регіоні, було розроблено і проведено також експертне опитування методом анкетування. Для дослідження була сформована анкета для експертів, які стикались у професійній діяльності з гастрономічним туризмом. Надіслано і отримано 22 заповнені анкети. Опитування проводилось у мережі Інтернет за допомогою сервісу Google Docs і розповсюджено шляхом надсилання приватних повідомлень обраним респондентам. За результатами проведеного соціологічного опитування можна зробити висновок, що Львівська область має великі перспективи для розвитку гастрономічного туризму. Однак існують проблеми, які перешкоджають розвитку гастрономічного туризму в регіоні, серед яких були пандемія COVID-19; недостатнє маркетингове забезпечення; недостатня кількість гастротуристичних маршрутів; відсутність розроблених на регіональному та державному рівні програм розвитку гастрономічного туризму.

8. Із метою інноваційного розвитку гастротуризму обґрунтовано необхідність проведення більшої кількості гастрономічних фестивалів та заходів; розвитку нових фермерських господарств і закладів ресторанного господарства; організації ярмарки з продукцією місцевих виробників та проведення кулінарних майстер-класів локальної кухні. На підставі проведених досліджень та узагальнень сформовано модель стратегії інноваційного розвитку гастрономічного туризму в регіоні, яка може застосовуватися у практиці стратегічного управління регіональним розвитком туризму

9. Обґрунтовано три стратегічні пріоритети розвитку гастрономічного

туризму в регіоні у посткризовий період. Першим пріоритетом, на якому має базуватися розвиток гастрономічного туризму у посткризовий період, є швидке відновлення туристичних потоків. Другим важливим пріоритетом є тісніша інтеграція ресторанного господарства та сільськогосподарських підприємств у межах гастротуристичної діяльності. Третім пріоритетом, з огляду на перспективність міжнародного в'їзного туризму, має бути зміщення акцентів з етнічних на національні особливості регіону. Для практичного втілення реалізації пропонованих пріоритетів у процесах управління розвитком туризму у Львівській області запропоновано додати до Програми розвитку туризму та курортів у Львівській області на 2021-2025 рр. такий напрям її реалізації як «Впровадження інноваційних моделей та технологій у розвиток гастрономічного туризму в регіоні» із відповідним змістовим наповненням.

10. Обґрунтовано роль кластерного підходу у формуванні інноваційних моделей просторово-функціонального розвитку гастрономічного туризму. Розроблено проект Карпатського гастротуристичного кластера на гірській частині сучасного Стрийського району, метою якого є 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 регіону, залучення інвестицій в туристичну сферу.

Основні результати розділу опубліковано в наукових працях: [27, 28, 30, 37, 95, 99].

ВИСНОВКИ

1. Сформульовано визначення інноваційного розвитку в туризмі як створення нового або покращеного варіанту наявного туристичного продукту шляхом якісних змін на різних етапах його розробки і реалізації. Основними напрямками інноваційного розвитку регіональних туристичних систем є формування інноваційної інфраструктури, активізація інноваційної діяльності на підприємствах, підвищення ефективності впровадження і використання інноваційних технологій, ширше залучення управлінської та науково-освітньої підсистем до процесів генерування та підтримки інновацій.

Встановлено, що у наукових працях досі немає єдності щодо поняттєво-термінологічних питань, що стосуються гастрономічного туризму. 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.

2. Для вирішення поставлених завдань дисертаційного дослідження використано загальнонаукові та спеціальні методи (аналізу та синтезу, системний підхід, метод групування, структурно-функціональний підхід, математико-статистичний, картографічний методи, метод моделювання, анкетне опитування, графічні методи та метод прогнозування). Усі ці методи об'єднані у методіку дослідження інноваційного розвитку туризму в регіоні, яка складається із восьми послідовних етапів.

3. 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 політико-правових. 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. Встановлено, що 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, і може стати поштовхом для підвищення соціально-економічного потенціалу територіальних громад. 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.

4. Обґрунтовано доцільність розвитку на території Львівської області перспективного виду гастротуризму – етногастрономічного. Охарактеризовано 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.

5. Здійснено бальну оцінку потенціалу розвитку гастрономічного туризму у нових адміністративних районах Львівської області, виявлено, що найвищим потенціалом розвитку гостротуризму характеризується Львівський район, а найнижчим – Червоноградський. На прикладі приміської зони міста Львова детально проаналізовано сучасні особливості територіальної організації гостротуристичної діяльності, виокремлено наявні дестинації, а також окреслено перспективні форми територіальної організації розвитку гостротуризму на досліджуваній території. Сприятливими факторами розвитку гостротуризму у приміській зоні є історико-культурна спадщина, фермерські господарства, створення агрокластерів, щорічні фестивалі, агросадиби, близьке розташування до туристичного центру (міста Львова), зручне транспортне сполучення, привабливі локації для проведення гастрономічних заходів. За результатами аналізу територіальної організації розвитку гастрономічного туризму у Львівській області запропоновано напрями модернізації просторового розвитку гостротуризму в регіоні.

6. Із метою виокремлення стратегічних пріоритетів розвитку туризму, і гостротуризму зокрема, на території регіону було розроблено і проведено експертне опитування методом анкетування. За результатами проведеного дослідження можна зробити висновок, що Львівська область має значні перспективи для розвитку гастрономічного туризму. Виокремлено також проблеми, які перешкоджають розвитку гастрономічного туризму в регіоні, серед яких – пандемія COVID-19; недостатнє маркетингове забезпечення; недостатня кількість гостротуристичних маршрутів; відсутність розроблених на регіональному та державному рівні програм розвитку гастрономічного туризму. На підставі проведених досліджень та узагальнень сформовано модель стратегії інноваційного розвитку гастрономічного туризму в регіоні, яка може застосовуватися у практиці стратегічного управління регіональним розвитком туризму. Обґрунтовано три стратегічні пріоритети розвитку гастрономічного туризму в регіоні у посткризовий період – швидке відновлення туристичних потоків; тісніша інтеграція ресторанного

господарства та сільськогосподарських підприємств у межах гастротуристичної діяльності; зміщення акцентів в організації гастротуризму з етнічних на національні особливості регіону. Запропоновано доповнення Програми розвитку туризму та курортів у Львівській області на 2021-2025 рр. напрямом «Впровадження інноваційних моделей та технологій у розвиток гастрономічного туризму в регіоні».

7. 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. Басюк Т. О., Романів О. Я., Скабара Р. М. Обґрунтування розвитку нової дестинації пивного туризму в Україні. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2021. №11. URL: <https://www.inter-nauka.com/issues/2021/11/7468>. (дата звернення: 25.05.2022).
5. Бездудный Ф. Ф., Смирнова Г. А., Нечаева О. Д. Сущность понятия «инновация» и его классификация. *Инновации*. 1998. № 2–3 (13). С. 3–13.
6. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, районування: монографія. Київ: КНУ ім. Тараса Шевченка, 2001. 395 с.
7. Белуха О. М., Павліш Л. В. Розвиток туристичної галузі Львівської області в контексті реалізації регіональної туристичної політики. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2012. № 7. С. 38–43.
8. 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.
9. 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.

10. Божук Т. І. Сучасний стан і перспективи розвитку винного туризму (на прикладі Закарпатської області). *Туристична індустрія: сучасний стан та пріоритети розвитку. Матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. (28–29 квітня 2011 р., м. Луганськ).* Луганськ, 2011. С. 171–177.

11. Бусел В. Т. Великий тлумачний словник сучасної української мови. Київ; Ірпінь: Перун, 2005. VIII, 1728 с.

12. Важинський С. Е., Щербак Т. І. Методика та організація наукових досліджень: навч. посіб. Суми: СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2016. 260 с.

13. Валінкевич Н. В., Орлова К. Є. Удосконалення економічного механізму оцінки стану розвитку туризму в регіоні. *Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки.* 2010. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2010_1_4. (дата звернення: 20.05.2021).

14. Васильчак С. В., Галаченко О. О., Гринів Ю. О., Дубина М. П. Державне регулювання інституційного середовища ділової активності в контексті інноваційного розвитку малого підприємництва. *Формування ринкових відносин в Україні: зб. н аук. праць.* 2019. № 10 (221). С. 26–33.

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

16. Вишневська Г. Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму. *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури.* 2013. № 31. С. 112–118.

17. Вишняков Я. Д., Киселева С. П. Эколого-ориентированное инновационное развитие национальной экономики: монография. Москва: Техномаш, 2009. 290 с.

18. Вовк К. М. Управління розвитком подієвого туризму в регіоні: дис. ... д-ра філософії: 242 «Туризм» (24 – Сфера обслуговування). Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця. Харків, 2020. 264 с.

19. Геллер М. І. Аналіз статистичний. Енциклопедія Сучасної України. URL: https://esu.com.ua/search_articles.php?id=44037. (дата звернення: 29.05.2022).
20. Глушко В. О. Гастрономічний туризм як окремий вид у туризмі: поняття, сутність, класифікація. *Торгівля і ринок України*. 2016. № 39–40. С. 166–175.
21. Годя І. М. Гастрономічний туризм Закарпаття: сучасний стан і перспективи. *Географія та туризм*. 2018. Вип. 45. С. 78–89.
22. Голод А. П. Безпека регіональних туристичних систем: теорія, методологія та проблеми гарантування: монографія. Львів: ЛДУФК, 2017. 340 с.
23. Голод А. П. Інноваційні фактори безпеки регіональних туристичних систем. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2016. № 15. С. 160–163.
24. Голод А. П. Політична поведінка населення регіону: монографія. Ужгород, 2012. 212 с.
25. 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.
26. 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.
27. Голод А. П., Никига О. В. Гастрономічні фестивалі як чинник туристичної привабливості Львівської області. *Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика: зб. тез доп. II Всеукр. наук.-практ. конф. мол. учених, асп. і студ. (19 травня 2022 року, м. Львів)*. Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2022. С. 356–358.
28. 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.

29. Голод А. П., Никига О. В. Основні чинники розвитку гастрономічного туризму. *Молода спортивна наука України*. 2020. Вип. 24, т. 4. Львів: ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2020. С. 110–111.

30. Голод А. П., Никига О. В. Проблеми модернізації індустрії гостинності карпатського регіону. *Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності: зб. матеріалів наук.-практ. семінару (3 жовтня 2019 р., с. Гута)*. Львів, 2020. С. 8–10.

31. Голод А. П., Никига О. В. Структура факторів розвитку гастрономічного туризму. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 49. Одеса, 2020. С. 174–178.

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

33. Гончаренко М. Ф., Голод А. П., Никига О. В., Євдощенко О. В. Інноваційні засади сталого розвитку етногастрономічного туризму в регіоні. *Менеджер. Вісник ДонДУУ*. 2020. № 4 (89). С. 40–47.

34. Горбач Л. М., Кобук А. Л. Інноваційний розвиток у сучасному світі: основні підходи до вивчення. *Економіка і менеджмент: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку*. Зб. наук. пр. № 10. Дніпро, 2017. С. 19–22.

35. ГорбоГори. Агротуристичний кластер. URL: <https://www.horbohory.com.ua/>. (дата звернення: 20.05.2021).

36. Грабченко А. І., Федорович В. О., Гаращенко Я. М. Методи наукових досліджень: навч. посіб. Харків: НТУ «ХП», 2009. 142 с.

37. Графська О. І., Головчук Ю. О., Никига О. В. Роль маркетингових інновацій у розвитку гастрономічного туризму в регіоні. *Економіка та суспільство*. 2022. № 39. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-9>.

38. Гринюк В. І. Гастротуризм як метод популяризації нематеріальної культурної спадщини. *Нематеріальна культурна спадщина як*

сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації. Тези доп. IV Міжнар. наук.-практ. конф.-фестивалю. Київ: КНУКіМ, 2021. С. 222–224.

39. 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.

40. Давидова О. Ю. Інноваційне управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства: методологія, теорія і практика: монографія. Харків: Вид-во Іванченка І. С., 2018. 448 с.

41. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. (дата звернення: 19.05.2022).

42. Дибкова Л. М. Системний підхід при проведенні оцінювання результатів навчальної діяльності студентів ВНЗ. *Наукові записки НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія: Педагогічні та історичні науки*. № 122. Київ, 2014. С. 34–43.

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

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

45. Доценко М. С. Інновації в туризмі України. *Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку туризму»*. Ч. II. Миколаїв: ВП «МФ КНУКІМ», 2015. С. 31–34.

46. Дубасенюк О. А. Психолого-педагогічні фактори професійного становлення вчителя: монографія. Житомир: Житомирський державний педагогічний інститут, 1995. 260 с.

47. Економічна енциклопедія: у трьох томах. Том 1. Київ: Академія, 2000. 864 с.

48. Еко-ферма «Плай». URL: <https://ecofarm-play.com/>. (дата звернення: 20.05.2021).

49. Етнографія України / за ред. С. А. Макарчука. Львів: Світ, 2004.

518 с.

50. Єпіфанова І. Ю. Інноваційна діяльність підприємств як фактор економічного розвитку. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2011. № 6, Т. 1. С. 191–194.

51. 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.

52. 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.

53. Жукова М. А. *Індустрія туризму: менеджмент організації*. Москва: Финансы и статистика, 2014. 200 с.

54. 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.

55. Заруцька О. П. Метод структурно-функціонального аналізу банківської системи як інструмент відновлення її фінансової стійкості. *Економічний вісник Донбасу*. 2016. № 2 (44). С. 95–99.

56. Зянько В. В., Єпіфанова В. В. Інноваційна діяльність підприємств та її фінансове забезпечення в умовах трансформаційних змін економіки України: монографія. Вінниця: ВНТУ, 2015. 172 с.

57. Каламбет С. В. *Методологія наукових досліджень: конспект лекцій*. Дніпродзержинськ, 2015. 91 с.

58. Кампов Н. С., Медвідь Л. І., Касинець О. В., Махлинець С. С. Роль інновацій для розвитку туризму. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Економічні науки*. 2017. №23 (18). С. 246–255.

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

60. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.
61. Кляп М. П., Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму. Київ: Вища освіта ХХІ століття, 2011. 334 с.
62. Князь С. В., Комарницька Н. М. Системний підхід в управлінні інноваційною діяльністю підприємства. *Економічний простір*. 2014. № 83. С. 186–194.
63. Ковешніков В. С., Гармаш В. В. Винний та гастрономічний туризм: важливий потенціал розвитку економіки. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 4. С. 32–37.
64. Колот А. М. Інноваційна праця та інтелектуальний капітал у системі факторів формування економіки знань. *Формування ринкової економіки: зб. наук. пр. Спец. вип.: Управління людськими ресурсами: проблеми теорії та практики: в 2 т. Т. 2, Ч. І*. Київ: КНЕУ, 2007. С. 350–365.
65. Коновал Ю. В. Економічна сутність поняття “інновація”. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2014. № 1 (1). С. 336–341.
66. Коркуна О. І., Никига О. В., Підвальна О. Г. Гастрономічний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територіальних громад. *Економічний простір*. 2020. № 155. С. 40–43.
67. Коркуна О. І., Никига О. В., Підвальна О. Г. Інноваційний розвиток як напрям функціонування регіональних туристичних систем. *Інноваційна економіка*. 2020. №3–4. С. 98–104.
68. Корнілова В. В., Корнілова Н. В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. *Ефективна економіка*. № 2. 2018. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6112>. (дата звернення: 20.05.2021).
69. Корсак В. І. Фактори впливу на формування регіональних роздрібних мереж торгових закладів. *Агросвіт*. 2013. № 4. С. 45–51.
70. Кривда О. В., Сидоренко Ю. В., Романова Д. П. Прогнозування

динаміки економічних процесів за допомогою методів фрактальної геометрії. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2017. № 14. С. 483–490.

71. Крикуненко Д. О. Проблеми впровадження інновацій на підприємстві. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 4 (1). С. 45–49.

72. Кукліна Т. С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України. *Современные направления теоретических и прикладных исследований – 2013. Материалы междунар. науч.-практ. конф.* Одесса, 2013. С. 1–6.

73. Кулич І. Б. Вплив валютних коливань на туристичний сектор економіки України. *Науково-інформаційний вісник Івано-Франківського університету права імені Короля Данила Галицького. Зб. наук. пр.* № 11. Івано-Франківськ, 2015. С. 345–352.

74. Кучер П. В. Рекреаційно-туристичні ресурси Волинської області: сучасний стан, оцінка, оптимізація: дис. ... канд. геогр. наук: 11.00.11 – конструктивна географія і раціональне використання природних ресурсів. Луцьк, 2021. 264 с.

75. Кушнірук Г. В., Дорош Ю. С. Сучасний стан і перспективи розвитку кавового туризму у Львові. *Вісник Львівського інституту економіки і туризму: збірник наукових статей*. 2018. № 13. С. 56–64.

76. Литвин Т. П., Леbedько А. А. Гастрономічний туризм в Україні. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання. Матеріали XI Міжнар. наук.-практ. конф.* Черкаси: ЧДТУ, 2020. С. 67–69.

77. Львівська обласна рада. URL: <https://lvivoblrada.gov.ua/>. (дата звернення: 19.05.2022).

78. Майборода Р. Є. Математична статистика. Енциклопедія Сучасної України. URL: https://esu.com.ua/search_articles.php?id=66933 (дата звернення: 29.05.2022).

79. Маклашина Л. Р. Роль інновацій в розвитку туризму.

Креативная экономика. 2011. № 12 (60). С. 130–136.

80. Мальська М. П., Філь М. І., Пандяк І. Г. Гастрономічний туризм: навч. посіб. Київ: Каравела, 2021. 304 с.
81. Миронов Ю. Б., Свидрук І. І. Туризм як чинник економічного розвитку країни. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2016. № 26.6. С. 255–262.
82. Мізюк Б. М., Полотай Б. Я. Особливості запровадження інновацій у туристичній індустрії. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2016. № 51. С. 45–49.
83. Мірзодаєва Т. В., Батиченко С. П., Батун В. Є. Вітчизняна практика розвитку гастрономічного туризму. *Часопис картографії*. 2019. № 1. С. 100–110.
84. Момонт Т. В. Основні фактори розвитку ринку туристичних послуг. *Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки*. 2012. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2012_1_35. (дата звернення: 20.05.2021).
85. Москалюк А. М. Суть педагогічних інновацій і їх сучасна класифікація. *Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання в підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми*. 2013. Вип. 35. С. 355–359.
86. Муллер М. В. Особливості формування інноваційного розвитку гастрономічного туризму Полтавської області. *Економіка і регіон*. 2017. № 1. С. 101–104.
87. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: зб. стат. Київ: Держкомстат, 2015. 251 с.
88. Немченко А. Б., Ніраз І. В. Методологія системного підходу в управлінні організацією. *Наукові записки КНТУ. Зб. наук. пр.* № 10. Кіровоград, 2010. С. 275–279.
89. Нестерчук І. К. Гастрономічний туризм: історія, теорія і сучасні практики. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Географічні науки*. 2017. № 6. С. 193–199.
90. Нестерчук І. К. Гастрономічний фестиваль та його значення для

брендингу території у контексті вірменської культури. *Актуальні проблеми туризмології та туристичної практики. Збірник матеріалів науково-практичної конференції, присвяченої 25-річчю Інституту туризму Федерації профспілок України*. Київ, 2019. С. 47–49.

91. Нестерчук І. К. Гастрономічні події як драйвер розвитку малих міст. *Збірник матеріалів VIII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Сучасний рух науки» (3–4 жовтня 2017 р., м. Дніпро)*. Т. 2. Дніпро, 2019. С. 609–613.

92. Нестерчук І. К. Методи та інструменти оцінки потенціалу гастрономічного туризму. *Географія та туризм*. 2021. Вип. 66. С. 18–28. <https://doi.org/10.17721/2308-135X.2021.66.18-28>.

93. Нестерчук І. К. Специфіка і просторові особливості гастрономічного туризму: теоретичний конструкт. *Часопис картографії*. 2016. Вип. 16. С. 203–213.

94. Никига О. В. Гастрономічний туризм як елемент туристичного брендингу регіону. *Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій. Матеріали III всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (30 жовтня 2020 р., м. Луцьк)*. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2020. С. 174–176.

95. Никига О. В. Гастрономічний туризм як перспективний напрям регіонального розвитку. *Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності: зб. тез доп. II Міжнар. наук.-практ. конф. (7–8 жовтня 2021 р.)*. Львів: ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2021. С. 222–224.

96. Никига О. Інноваційні напрями розвитку етногастрономічного туризму в регіоні. *Молода спортивна наука України*. 2021. Вип. 25, т. 4. Львів: ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2020. С. 72–73.

97. Никига О. В. Перспективи розвитку етногастрономічного туризму у Львівській області. *Туризм і молодь – 2020 [Електронний ресурс]: матеріали кафедрального круглого столу студентів та аспірантів (21 грудня 2020 р., м. Полтава)*. Полтава: ПУЕТ, 2021. С. 41–43.

98. Никига О. В. Підходи до класифікації чинників розвитку

гастрономічного туризму. *Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності: зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (26–27 листопада 2020 р., м. Львів)*. Львів, 2020. С. 260–262.

99. Никига О. В., Голод А. П. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму у Львівській області. *Інноваційні тенденції розвитку туризму в Україні та світі*. Зб. наук. пр. Львів, 2021. С. 190–192.

100. Никига О. В., Голод А. П. Фактори розвитку гастрономічного туризму у Львівській області. *Готельно-ресторанний і туристичний бізнес: теорія і практика: І-а Всеукраїнська науково-практична конференція студентів, аспірантів та молодих вчених (21–22 травня 2021 р., м. Одеса)*. Одеса: Міжнародний гуманітарний університет, 2021. С. 43–45.

101. Ніколенко В. В. Гастрономічна культура суспільства: підсумки соціологічних розвідок. *Грані*. 2014. № 4. С. 122–127.

102. Ніронович Н. І. Теоретичні аспекти інновацій. *Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2001. № 436. С. 385–390.

103. Новиков В. С. *Инновации в туризме: учебник*. Москва: Академия, 2010. 208 с.

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

105. 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.

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

107. Осідач О. О. Понятійно-термінологічне осмислення етапу підготовки та освоєння виробництва як складової інноваційного процесу. *Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка»*. № 576. Львів, 2007. С. 210–214.

108. Осьмьоркіна Н. М. Особливості інновацій у розвитку туристичної галузі України. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/osmiorkina.htm. (дата звернення: 20.05.2021).
109. Павліш Л. В. Львівщина як перспективний регіон України для розвитку туризму та рекреації. *Торгівля, комерція, підприємництво*. 2013. № 15. С. 124–128.
110. Панчук В. В. Психолого-педагогічні фактори підвищення професіоналізму викладача вищої школи: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти. Луцьк, 1996. 200 с.
111. 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.
112. Паска М. З., Радзімовська О. В. Ресторанний туризм як новий напрям на туристичному ринку Львівщини. *Наукові записки Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка. Географічні науки*. 2022. № 2 (3). С. 65–70.
113. Патійчук В. О. Особливості організації гастрономічних турів. *Рекреаційно-туристичний потенціал регіонів України: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку. Матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф.* Луцьк, 2017. С. 26–34.
114. Пересада А. А. Управління інвестиційним процесом: монографія. Київ: Лібра, 2002. 472 с.
115. Пересунько З. М. Теоретичні аспекти розвитку інноваційної теорії. *Ефективна економіка*. 2013. № 7. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_7_39. (дата звернення: 20.05.2021).
116. 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.*

117. Підвальна О. Г. Формування механізму управління інноваційною діяльністю компаній індустрії туризму в регіоні. *Підприємництво та інновації*. 2019. № 10. С. 107–113.
118. Підвальна О. Г., Феленчак Ю. Б. Соціальні аспекти інноваційного розвитку туризму в регіоні. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2020. № 2 (58). С. 152–158.
119. Поліщук Н. В. Теоретичні підходи до визначення сутності інновацій. *Галицький економічний вісник*. 2009. № 1. С. 20–23.
120. 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>. (дата звернення: 19.05.2022).
121. 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. (дата звернення: 19.05.2022).
122. Про інноваційну діяльність: Закон України від 18 лютого 2002 р. Відомості Верховної Ради України, 2002, № 36, ст. 266. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>. (дата звернення: 26.02.2022).
123. Про кількість та склад населення Львівської області за підсумками Всеукраїнського перепису населення 2001 року. URL: <http://2001.ukrcensus.gov.ua/results/general/nationality/lviv/>. (дата звернення: 19.05.2022).
124. Про туризм: Закон України від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>. (дата звернення: 19.05.2022).
125. Рабійчук О. Львів, як потужний конкурент для Праги, Відня чи Кракова. Аналітика 2019. URL: <https://lviv.travel/ua/news/infografika-turisti-u-lvovi-protiagom-2019-roku>. (дата звернення: 20.05.2021).
126. Равлик Н. В. Поняття інновацій та їх роль у розвитку

підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 4. С. 215–219.

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

128. Ресторан «Голодний Микола». URL: <https://golodnyimykola.com.ua/>. (дата звернення: 20.05.2021).

129. Ресторация Бачевських. URL: <https://baczewski.com.ua/>. (дата звернення: 28.05.2022).

130. Рогозян Ю. С. Карта-схема регіональної інфраструктури (на прикладі Луганського регіону). *Ефективна економіка*. 2016. № 6. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5564>. (дата звернення: 20.05.2021).

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

132. Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям. Совместная публикация ОЭСР и Евростата. 3-е изд. Москва, 2006. 192 с.

133. Саєнко М. С. Моделювання як метод наукового пізнання, типи моделей. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/227429813.pdf>. (дата звернення: 20.05.2021).

134. 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.

135. Санто Б. Инновация как средство экономического развития. Москва: Прогресс, 1990. 295 с.

136. Сироварня «Гарбузовий рай». URL: <https://www.garbuzovujraj.com/>. (дата звернення: 20.05.2021).

137. Сливенко В. А., Долгієр А. І., Хрулькова К. А. Шляхи активізації вітчизняного гостротуризму на міжнародному туристичному ринку. *Ефективна економіка*. 2019. № 5. URL:

http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2019/50.pdf. (дата звернення: 20.05.2021).

138. Смолій В. А., Федорченко В. К., Цибух В. І. Енциклопедичний словник-довідник з туризму. Київ: Слово, 2006. 372 с.

139. Соловійов В. П., Кореняко Г. І., Головатюк В. М. Інноваційний розвиток регіонів: питання теорії та практики: монографія. Київ: Фенікс, 2008. 224 с.

140. Стеченко Д. М. Інноваційні форми регіонального розвитку. Київ: Вища школа, 2002. 254 с.

141. Тайгибова Т. Т. Инновации в туризме как один из важнейших факторов повышения уровня социально-экономического развития Республики Дагестан. *Проблемы современной экономики. Материалы междунар. науч. конф.* Челябинск, 2011. С. 153–156.

142. 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.

143. Тищук І. В. Регіональні механізми стимулювання підприємництва у сфері сільського зеленого туризму: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка. Мукачівський державний університет. Мукачево, 2018. 292 с.

144. Толок Г. А. Гастрономічна культура та її соціально-культурне призначення. *Культура і мистецтво у сучасному світі*. 2013. № 14. С. 94–100.

145. 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.

146. Третяк А. М., Калганова І. Г. До питання про економічну сутність поняття інновацій та інноваційної діяльності у сфері землеустрою. *Землеустрій, кадастр і моніторинг земель*. 2016. № 3. С. 54–64.

147. Тютченко С. М. Конспект лекцій з дисципліни «Методи багатомірної статистики в психології». URL: <https://dduvs.in.ua/wp-content/uploads/files/Structure/library/student/lectures/2020/eib/re/z015.doc>. (дата звернення: 25.05.2022).
148. Федорченко В. К. Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму: монографія. Київ: Академія, 2013. 368 с.
149. Фесенко Г. О. Гастротуризм як актуальний тренд сучасного розвитку сфери туризму в Україні. *Ефективна економіка*. 2021. № 5. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/5_2021/202.pdf. (дата звернення: 28.05.2022).
150. Харів П. С. Інноваційна діяльність підприємства та економічна оцінка інноваційних процесів: економічна думка: монографія. Тернопіль: ТАНГ, 2003. 326 с.
151. Харів П. С., Собко О. М. Активізація інноваційної діяльності промислових підприємств регіону: монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2003. 184 с.
152. Цесьців Д. С. Геопросторова організація туристичних ресурсів Вінницької області: дис. ... канд. геогр. наук: 11.00.11 – конструктивна географія і раціональне використання природних ресурсів. Луцьк, 2021. 212 с.
153. Чернікова В. І. Особливості інновацій у туризмі. *Вісник ДІТБ*. 2012. № 16. С. 89–94.
154. Чеченя О. В. Фактори впливу на галузь туризму. *Географія та туризм*. 2011. № 16. С. 116–122.
155. Шаповалова О. М. Інноваційний розвиток підприємств сфери послуг: туризму. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2013. № 4 (193). Ч. 2. С. 241–246.
156. Шевчук В. О. Знання як чинник виробництва: дискусійні питання теорії. *Водний транспорт*. 2016. № 1. С. 130–138.
157. Шелеметьєва Т. В. Компоненти методології управління

розвитком туризму. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія “Міжнародні економічні відносини та світове господарство”*. 2016. № 8. Ч. 1. С. 142–146.

158. Шершньова О. Експертне опитування в системі прийняття рішень у галузі регіонального управління туризмом. *Ефективність державного управління*. Вип. 14/15. Київ, 2008. С. 349–356.

159. Шимановська-Діанич Л. М. Сутність і специфічні особливості впровадження інноваційного напрямку розвитку у сфері туризму. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2018. № 6. С. 105–109.

160. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. Москва: Эксмо, 2007. 864 с.

161. Aulet S., Vidal-Casellas D., Majó J. Community development through gastronomic tourism. *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*. London, New York, 2019. P. 242–251.

162. Barnett H. Innovation: the Basis of Cultural Change. New York, 1953.

163. Czarniecka-Skubina E. Innowacje w sektorze turystycznym w zakresie żywienia. *Nauki Inżynierskie i Technologie = Engineering Sciences and Technologies*. 2017. Nr 2 (25). S. 20–34.

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

165. Drucker P. F. Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles. New York: Harper and Row Publishers, 1985.

166. Ellis A., Park E., Kim S., Yeoman I. What is food tourism? *Tourism Management*. 2018. № 68. P. 250–263.

167. 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.

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

169. Holod A., Nykyha O. Tourism education as a sphere of intercultural communication. *Project approach in the didactic process of universities – international dimension*. 2021. № III (V). Łódź: PIKTOR Szlaski i Sobczak Spółka Jawna. P. 115–124.
170. Kee Mun Wong B., Yen Nee Ng Ch. Need recognition and motivation for gastronomic tourism. *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*. London, New York, 2019. P. 109–117.
171. Klosse R. P. Modern gastronomy: the science of flavor and tasting. *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*. London, New York, 2019. P. 32–38.
172. Kumar Dixit S. Gastronomic tourism: a theoretical construct. *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*. London, New York, 2019. P. 13–23.
173. Lin D., Ding L. Factors affecting tourists' food consumption. *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*. London, New York, 2019. P. 118–126.
174. Long L. M. Culinary Tourism. *Encyclopedia of Food and Agricultural Ethics*. Thompson P., Kaplan D. M. (eds). 2014. P. 452–458.
175. Long L. M. *Culinary Tourism*. 2010. 320 p.
176. Mandabach K., Chuanbiao W. Gastronomic festivals and events: future scenarios. *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*. London, New York, 2019. P. 491–498.
177. Muller R. *Das Management der Innovation*. Frankfurt am Main, 1973.
178. 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>.
179. Nixon F. *Managing to achieve quality and reliability*. 1971. 290 p.
180. Paska M., Konokh A., Kiptenko V. The Influence of the Third Parties Organizations Activities on the Efficiency of the Tourism Services Market Entities.

The Importance of New Technologies and Entrepreneurship in Business Development: In The Context of Economic Diversity in Developing Countries. Vol. 194. Turkey, 2021. P. 731–741.

181. Paska M., Korkuna O., Kyluk O. Current development trends of raw-smoked 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.

182. Porter M. E. On competition. 2008. 544 p.

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

184. 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.

185. Rutynskyi M., Kushniruk H. Coffee tourism in Lviv in the context of world coffee tourism. *Annales universitatis Mariae Curie-Skłodowska*. 2020. Vol. LXXV, Sectio B. P. 87–113.

186. Sparks B., Bowen J., Klag S. Restaurants and the tourist market. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2003. 15 (1). P. 6–13.

187. *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism* / S. Kumar Dixit (ed.). London, New York, 2019.

188. Tovmasyan G. Exploring The Role of Gastronomy in Tourism. *SocioEconomic Challenges*. 2019. Vol. 3, Is. 3. P. 30–39. [https://doi.org/10.21272/sec.3\(3\).30-39.2019](https://doi.org/10.21272/sec.3(3).30-39.2019).

189. Ukraine Travel Lab. URL: <https://ukrtravellab.com.ua/> (дата звернення: 20.05.2021).

190. Umit S., Halil A., Eda G., Sercan A. Gastronomy in Tourism. *3rd Global conference on business, economics, management and tourism (26–28*

November, 2015). Rome, 2015. P. 725–730.

191. Zahari M. S. M., Jalis M. H., Zulfifly M. I., Rodzi S. M., Othman Z. Gastronomy: An Opportunity for Malaysian Culinary Educators. *International Education Studies*. 2009. 2 (2). P. 66–71.

ДОДАТКИ

Додаток А. Зразок анкети експертного опитування

АНКЕТА

Шановний(а) експерте!

Запрошуємо Вас узяти участь в експертному оцінюванні сучасного стану і перспектив розвитку гастрономічного туризму у Львівській області.

Результати анкетування будуть використані при підготовці дисертаційної роботи на тему «Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в регіоні (на прикладі Львівської області)».

З повагою,
здобувач кафедри туризму
ЛДУФК ім. І. Боберського
Оксана Никига

1. Вкажіть, будь ласка, сферу Вашої професійної діяльності.

- а) туристичний бізнес
- б) готельно-ресторанний бізнес
- в) органи державної влади
- г) органи місцевого самоврядування
- д) освіта і наука
- е) громадські організації
- є) свій варіант _____

2. Чи стикались Ви у професійній діяльності з гастрономічним туризмом?

- а) так
- б) ні
- в) важко відповісти

3. Якщо так, то яким чином (можна вказати кілька відповідей)?

- а) розробка гастрономічних турів;
- б) розробка програм розвитку гастрономічного туризму;

- в) розробка гастротуристичних проектів;
- г) впровадження гастрономічного туризму в освітні програми та навчальні плани закладів освіти;
- д) наукові дослідження розвитку гастрономічного туризму;
- е) надання послуг у сфері гастрономічного туризму;
- є) створення гастротуристичних закладів;
- ж) організація та проведення гастротуристичних заходів (фестивалі, ярмарки, дегустації та ін.);
- з) маркетингове забезпечення гастрономічного туризму;
- й) висвітлення проблем розвитку гастрономічного туризму у засобах масової інформації та на Інтернет-ресурсах;
- к) свій варіант _____

4. Оцініть сучасний стан розвитку гастрономічного туризму у Львівській області? (у балах від 1 до 5, де 1 – найнижча оцінка, а 5 – найвища).

5. Які об'єкти (події), на Вашу думку, є найбільш перспективними для розвитку гастрономічного туризму у Львівській області? (позначте не більше 3-х відповідей)

- а) фермерські господарства
- б) заклади ресторанного господарства
- в) гастрономічні фестивалі та заходи
- г) ярмарки з продукцією місцевих виробників
- д) кулінарні майстер-класи локальної кухні
- е) свій варіант _____

6. Які проблеми, на Вашу думку, характерні для сучасного етапу розвитку гастрономічного туризму у Львівській області? (позначте не більше 5-х відповідей)

- а) низький рівень соціально-економічного розвитку територій
- б) відсутність розроблених на регіональному та державному рівні програм розвитку гастрономічного туризму
- в) невелика кількість ресторанних закладів локальної кухні
- г) недостатня кількість гастротуристичних маршрутів

- д) невелика кількість гастрономічних екскурсій
- е) недостатня кількість закладів харчування та розміщення на території регіону (за межами обласного центру)
- є) недостатнє маркетингове забезпечення
- ж) пандемія Covid-19
- з) свій варіант _____

7. Які заходи, на Вашу думку, необхідно вживати для інноваційного розвитку гастрономічного туризму у Львівській області? (позначте не більше 3-х відповідей)

- а) популяризація місцевих (національних) кулінарних традицій за кордоном
- б) розроблення гастрономічних маршрутів/турів регіоном
- в) формування нових гастрономічних туристичних локацій
- г) розроблення гастрономічних екскурсій
- д) підготовка кваліфікованих кадрів з організації гастрономічного туризму
- е) сприяння створенню гостротуристичних кластерів
- є) проведення тренінгів, семінарів щодо розвитку гастрономічного туризму на рівні територіальних громад
- ж) свій варіант _____

8. Які фактори, на Вашу думку, найсуттєвіше впливають на розвиток гастрономічного туризму? (позначте не більше 3-х відповідей)

- а) створення гостротуристичних кластерів
- б) розвиток фермерських господарств
- в) відкриття концептуальних закладів ресторанного господарства
- г) підвищення транспортної доступності дестинацій
- д) розроблення і впровадження регіональних проектів розвитку гастрономічного туризму
- е) маркетинг у соцмережах
- є) свій варіант _____

9. Оцініть, будь ласка, наскільки розвиток гастрономічного туризму впливає на формування сучасного туристичного бренду Львівської області? (у балах від 1 до 5, де 1 – найменш суттєво впливає, а 5 –

найсуттєвіше впливає).

10. Які з перелічених гастрономічних подій можуть бути найбільш перспективними для використання у розвитку гастрономічного туризму у Львівській області? (можна відзначити декілька відповідей)

- а) фестиваль «Різдво у Львові»
- б) свято «Свято Пампуха»
- в) фестиваль «Львів на тарілці»
- г) фестиваль «Street Food So Good Festival»
- д) фестиваль «So Green Fest»
- е) фестиваль «На каву до Львова»
- є) свято «Національне свято шоколаду»
- ж) свято «Сиру і Вина у Львові»
- з) міжнародний форум «Галицька кухня»
- й) фестиваль «Куховарня RadoFest» (м. Радехів)
- к) фестиваль «Гомін Лемківщини» (с. Зимна Вода)
- л) фестиваль «БойЄ» (с. Урич, Сколівський р-н)
- м) свій варіант _____

Дякуємо за участь у дослідженні!

Додаток Б. Перелік гастролокації Львівської області

Таблиця Б.1

Гастролокації Львівщини

№	Продукція (або вид продукції)	Тип (назва підприємства)	Локація	Додаткові послуги
I. Продукція тваринного походження				
Молочні продукти				
1	Козині сири, молоко	Фермерське господарство «Шеврет»	с. Дмитровичі, Яворівський р-н	Експерсія. Дегустація
2	Сир «Мукко»	Фермерське господарство «Добра корівка»	с. Угерсько, Стрийський р-н	Експерсія у «Царство сирів»
3	Бойківські сири	Фермерське господарство «У родини Комарницьких»	с. Бориня, Самбірський р-н	Дегустація автентичних продуктів та їх виготовлення
4	Сир (бринза)	Фермерське господарство «Князівство»	с. Підмонастирок, Червоноградський р-н	Експерсія. Катання на віслюку або коні. Майстер-класи з виготовлення бринзи
5	Сир, масло та інші продукти переробки з молока	Фермерське господарство «Агротем»	с. Селисько, Львівський р-н	Експерсія з дегустацією. Аеротерапія. Можливість погодувати тварин
6	Сири, козине молоко, лісові сиропи	Козяча ферма «Двох Катерин»	с. Тухля, Стрийський р-н	Експерсія з дегустацією сирів. Майстер-клас. Можливість погодувати кіз
7	Сири (сулугуні домашній, моцарела, гуснянський, рікота)	Підприємство «Еко-Газда», ТМ «Магур»	с. Нижнє Гусне, Самбірський р-н	-
8	Козячі та овечі сири	Фермерське господарство «Меринос Захід»	с. Почаєвичі, Дрогобицький р-н	Експерсія з дегустацією сирів. Можливість зупинитись в готелі

Продовження таблиці Б.1				
9	Сир, молоко	Сімейне господарство «Cozy Farm»	с. Когути, Яворівський р-н	Дегустація. Розваги. Фотосесія. Пікнік
10	Сири (бринза класична, сир козиний з прованськими травами, з пажитником, з кмином, козиний сир Гауда), молоко	Фермерське господарство «Техас»	с. Попелі, Дрогобицький р-н	Екскурсія. Дегустація
11	Сири, молоко, йогурти	Сироварня «Гарбузовий рай»	с. Мильчиці, Львівський р-н	Екскурсія. Майстер-клас
12	Сири з цвіллю, напівтверді, витримані, в'ялені ковбаски, вино	Магазин з місцевими продуктами «Сирні Мандри»	м. Львів, вул. В. Великого, 59в просп. В. Чорновола, 67, вул. Сихівська, 16, вул. Франка, 81	
13	Сири з натурального коров'ячого, овечого та козячого молока, молоко, масло, йогурти	Магазин з місцевими продуктами Львівської сироварні «Джерсей»	м. Львів, вул. Пасічна, 175 просп. Червоної Калини, 36 вул. Щирецька, 36	
14	Молочні продукти, сири, м'ясні вироби, м'ясні продукти	Магазин з місцевими екологічними продуктами «Дідо»	м. Львів, вул. Горбачевського, 15, вул. Зелена, 69а вул. Личаківська, 112 вул. Тарнавського, 104б вул. Стрийська, 30 вул. Хуторівка, 46	
15	Сири, молоко, м'ясні вироби	Магазин з місцевими продуктами «Еко-лавка»	м. Львів вул. Бандери, 47	
М'ясні продукти				
16	Різні продукти: від овочів, молока чи м'яса до домашніх паштетів чи равликів із соусами	Фермерський магазин з місцевими продуктами «ГорбоГори»	м. Пустомити, Львівський р-н	
17	Сиров'ялені ковбаси	Еко-ферма «Василь.ко»	с. Унів, Львівський р-н	Екскурсія фермою з дегустацією. Риболовля

Продовження таблиці Б.1				
18	Ковбаски, бургери і стейки для грилю	Магазин з місцевими продуктами «Сусіди»	м. Львів вул. Дороша, 12; пр. Червоної Калини, 51	
Рибні продукти				
19	Форель, стерлядь, щука, карась, короп	Форельне господарство «Золота форель»	с. Коростів, Стрийський р-н	Риболовля. Приготування риби
20	Короп, білий амур, товстолоб, лин, сом, лящ	Рибне господарство «Карпатський водограй»	м. Пустомити, Львівський р-н	Риболовля. Приготування риби на мангалі
Делікатесна група				
21	Равлики	Фермерське господарство «Західний равлик»	с. Солонка Львівський р-н	Екскурсія з дегустацією равликів на фермі
22	Равлики	Фермерське господарство «Органічний Равлик»	с. Мальчиці, Яворівський р-н	Екскурсія Навчання по розведенню равликів
23	Українські равлики	Фермерське господарство «Tante Snails»	с. Яблунівка, Золочівський р-н	Екскурсія з дегустацією равликів
Продукти бджільництва				
24	Мед, пилок, прополіс, пергу, лікувальні настоянки	Пасіка «Бджолина хата»	с. Доброгостів, Дрогобицький р-н	Апітерапія
25	Мед	Фермерське господарство «Петрова пасіка»	с. Старий Кропивник, Дрогобицький р-н	Екскурсія з дегустацією. Лікування на вуликах. Відпочинок в альтанках
26	Мед, медова продукція	Фермерське господарство «Медовий блюз»	с. Луб'яна, Стрийський р-н	Екскурсія. Майстер-клас з виробництва меду. Сон на вуликах Прогулянка на тракторі
II Ягоди				
27	Малина, порічки, смородина	Фермерське господарство «Малиновий рай»	с. Гряда, Львівський р-н	Екскурсія з дегустацією всіх видів малини
28	Ружа, малина, ожина, малинове та ожинове вино	Фермерське господарство «Галицька сорока»	с. Вілявче, Львівський р-н	Дегустація

Продовження таблиці Б.1				
29	Полуниця	Фермерське господарство «ФайнаBerry»	с. Гончари, Львівський р-н	Збір полуниці
30	Лохина	Фермерське господарство «Лохина»	с.Блищиводи, Львівський р-н	Збір лохини
31	Банани, домашні бананові лікери, саджанці екзотичних фруктів та рослин	«Бананове фермерське господарство»	с. Липники, Львівський р-н	Екскурсія
III Напої				
32	Кава	Кав'ярня «Копальня кави»	м. Львів, площа Ринок, 10	Майстер-класи: як правильно заварювати каву
33	Кава	Кав'ярня, крамниця «Світ кави»	м. Львів, площа Катедральна, 6 площа Ринок, 30	
34	Кава	Кав'ярня «Палярня Чехович»	м. Львів, вул. Героїв УПА, 72 вул. Данила Апостола, 14б	
35	Кава, чай	Львівська кавова фабрика «Галка»	м. Львів вул Ковжуна 6	
36	Трав'яний чай, фіточаї	Сільськогосподарський обслуговуючий кооператив «Бескид»	с. Довжки, Стрийський р-н	Можливість ознайомитись з процесом виробництва чаю. Консультація щодо лікувальних трав
37	Біле вино	Виноробня «Edem Resort winery»	с. Стрілки, Самбірський р-н	Збір винограду
38	Вина	Виноробня Віталія Маланчука	с. Гійче, Львівський р-н,	
39	Сухе біле, сухе червоне, сухе рожеве вино	Виноробня «Yanchyn hills family winery»	с. Іванівка, Львівський р-н	
40	Львівська настоянка	Бар «П'яна вишня»	м. Львів, вул. Арсенальна 3 вул. Краківська 1/3 пл. Ринок, 11 вул. Старознесенська, 24-26	

Продовження таблиці Б.1				
41	Наливки, лікери, граппа, кальвадос	Магазин-кафе «Наливки зі Львова»	м. Львів, вул.Руська, 8 вул. Староєврейська, 24	Безкоштовна дегустація
42	Малинові, настоянки, лікери, малинове вино, горілка малинова,	Крамниця-кафе «Галицька Малинівка»	м. Львів, вул. Староєврейська, 24	
43	Живе пиво	Пивний ресторан «Королівська пивоварня»	м. Львів, Галицький р-н, вул. Староєврейська, 9	
44	Мануфактурне пиво	Пивоварня «Правда»	м. Львів площа Ринок, 32,	
45	Пиво, наливки та настоянки, закрутки, фермерські сири, м'ясні вироби	Крамниця з місцевими продуктами «Кумпель»	м. Львів, Кульпарківська, 200А вул. Кульпарківська, 226а вул. Патона, 37 вул. Стрийська, 352 вул. Хуторівка, 4 просп. Чорновола, 26 ппосп. Чорновола, 93 с. Сокільники, вул. Стрийська, 30	

Складено автором за матеріалами інтернет-ресурсів та власних спостережень

Таблиця Б.2

Гастрономічні фестивалі Львівської області

№	Назва фестивалю	Місце проведення
	ЛЬВІВ	
1	Свято пампуха	площа Ринок
2	Фестиваль шоколаду	Львівський Палац мистецтв (вул. Коперника, 17)
3	Львів на тарілці	площа Ринок , галерея-тераса Львівського Палацу мистецтв (вул. Коперника, 17)
4	На каву до Львова	площа Ринок
5	Свято сиру і вина	двір Львівського Палацу мистецтв (вул. Коперника, 17)
6	Фестиваль їжі	парк культури та відпочинку ім. Богдана Хмельницького
7	Фестиваль вегетаріанської вуличної їжі "So Green Fest"	парк культури та відпочинку ім. Богдана Хмельницького
8	Міжнародний Форум Галицької Кухні	Італійський дворик, площа Ринок,6 (локація змінюється)
9	Фестиваль крафтового пива	м. Львів, вул. Старознесенська 24-26.
10	Фестиваль морозива Lviv Ice Cream Market	Парк культури та відпочинку імені Богдана Хмельницького
ЛЬВІВСЬКА ОБЛАСТЬ		
11	Куховарня RadoFest	Червоноградський р-н (м. Радехів)
12	ГутаFest	Червоноградський р-н (с. Гута)
13	Яворівський пиріг	Яворів
14	Фестиваль Сала	Самбірський р-н (с. Комарники)
15	ГорбоГори	Львівський р-н (с.Хоросно)
16	Медова забава	Львівський р-н (с. Ганачівка)
17	Міжнародний фестиваль меду «Надбужанські медобори»	Золочівський р-н (с. Олесько)
18	Заковбасимо Дрогобич	Дрогобицький р-н (м. Дрогобич)

Складено автором за матеріалами інтернет-ресурсів та власних спостережень

Додаток В. Проекти гастротуристичних маршрутів

1. Гастрономічна екскурсія «Куликівські традиційні смаки»

Категорія туристів: внутрішні та іноземні (головним чином з Польщі)

Тривалість: 08:10 хв.

Харчування: дегустація

Час та місце збору: 07:40 год., залізничний вокзал

Час виїзду зі Львова: 08:00 год.

Тип транспорту: автобус

Орієнтовний час прибуття: 15:10 год.

Основні об'єкти показу в хронологічній послідовності:

Приїзд на локацію (30 хв).

– історико-краєзнавча екскурсія, музей «Куликівщина», Миколаївський костел XVI ст., смт. Куликів (1 год.);

Переїзд до наступного об'єкта (10 хв).

– відвідування фермерського господарства «Лелик», смт. Куликів (1 год.);

Переїзд до наступного об'єкта (10 хв).

– дегустація «Куликівської ковбаси» і «Куликівського хліба», смт. Куликів (30 хв);

Переїзд до наступного об'єкта (20 хв).

– відвідування історико-меморіального музею Є. Коновальця, с. Зашків (30 хв.);

Переїзд до наступного об'єкта (30 хв).

– відвідування музею модерної скульптури Михайла Дзиндри, смт. Брюховичі, (30 хв);

Переїзд до наступного об'єкта (10 хв).

– відвідування сироварні (козяча ферма, дегустація сирів) «Наші кізоньки», смт. Брюховичі – с. Малі Грибовичі (на межі) (2 год.)

Вільний час (20 хв).

Переїзд до Львова (30 хв).

(* Час приїзду та від'їзду може несуттєво змінюватися, залежно від обставин та побажань відвідувачів).

2. «Гастрономічна екскурсія на каву з ведмедями»

Категорія туристів: внутрішні та іноземні (головним чином з Польщі)

Тривалість: 08:10 хв.

Харчування: дегустація

Час та місце збору: 08:40 год., залізничний вокзал

Час виїзду зі Львова: 09:00 год.

Тип транспорту: автобус

Орієнтовний час прибуття: 17:10 год.

Основні об'єкти показу в хронологічній послідовності:

Приїзд на локацію (30 хв).

– історико-краєзнавча екскурсія, музей с. Зимна Вода, костел св.

Катерини XVII ст., Храм Воздвиження Чесного Хреста XVII ст., с. Зимна Вода, (1 год.);

Переїзд до наступного об'єкта (20 хв).

– відвідування сімейної сироварні «Саргіна», смт. Рудне (1 год.);

Переїзд до наступного об'єкта (30 хв).

– відвідування будівлі палацу-резиденції архієпископів XVIII ст., с.

Оброшине (1 год.);

Переїзд до наступного об'єкта (50 хв).

– відвідування фермерського господарства (дегустація равликів)

«Органічний равлик», с. Мальчиці (1 год.);

– відвідування ведмежого притулку (кава/чай з ведмедами)

«Домажир», с. Домажир (2 год.);

Вільний час (30 хв).

Переїзд до Львова (50 хв).

3. Гастрономічно-екскурсійний тур на равликову ферму «Західний равлик»

Категорія туристів: внутрішні та іноземні (головним чином з Польщі)

Тривалість: 8 год

Харчування: дегустація

Час та місце збору: 09:40 год., залізничний вокзал

Час виїзду зі Львова: 10:00 год.

Тип транспорту: автобус

Орієнтовний час прибуття: 18:00 год.

Основні об'єкти показу в хронологічній послідовності:

Приїзд на локацію (40 хв).

– історико-краєзнавча екскурсія, костел Всіх Святих XVIII ст., с.

Годовиця (30 хв.);

Переїзд до наступного об'єкта (20 хв).

– історико-краєзнавча екскурсія, костел Вознесіння Діви Марії XVII ст., с. Наварія (30 хв.);

Переїзд до наступного об'єкта (30 хв).

– відвідування фермерського господарства (дегустація лікерів)

«Бананова ферма», с. Липники (1 год.);

Переїзд до наступного об'єкта (10 хв).

– відвідування «Музей-садиба Устияновичів», с. Вовків (30 хв.);

– обід з натуральних домашніх продуктів в агрооселі, с. Вовків (30 хв.);

Переїзд до наступного об'єкта (20 хв).

– відвідування фермерського господарства (дегустація равликів)

«Західний равлик», с. Солонка (2 год.).

Вільний час (30 хв).

Переїзд до Львова (30 хв).

4. «Львівські сирні смаки»

Категорія туристів: внутрішні та іноземні (головним чином з Польщі)

Тривалість: 8 год

Харчування: дегустація

Час та місце збору: 08:40 год., залізничний вокзал

Час виїзду зі Львова: 09:00 год.

Тип транспорту: автобус

Орієнтовний час прибуття: 17:00 год.

Основні об'єкти показу в хронологічній послідовності:

Приїзд на локацію (50 хв).

– історико-краєзнавча екскурсія, «Старосільський замок», с. Старе Село (30 хв.);

Переїзд до наступного об'єкта (20 хв).

– історико-краєзнавча екскурсія, «Музей історії давньоруського міста Звенигород», м. Звенигород (30 хв.);

Переїзд до наступного об'єкта (40 хв).

– відвідування фермерської сироварні «Джерсей», с. Селисько (1 год.);

Переїзд до наступного об'єкта (30 хв).

– відвідування фермерського господарства «Файна бергу», с. Гончари (1 год.);

Переїзд до наступного об'єкта (40 хв).

– відвідування домашньої сироварні (дегустація) «Лепта», с. Борщовичі (1 год.);

Вільний час (20 хв).

Переїзд до Львова (40 хв).

1. Гастрономічно-пізнавальний маршрут приміською зоною міста Львова (гастрономічний, пізнавальний)

Категорія туристів: внутрішні та іноземні (головним чином з Польщі).

Тривалість: 3 дні (2 ночі).

Проживання: готель «Osteria на Озерній», «Карпатський водограй», «Озерний край».

Харчування: ресторани при готелях «Osteria на Озерній», «Карпатський водограй», «Озерний край», магазин «ГорбоГори», де можна придбати продукцію місцевих фермерів, обід під час дегустації.

Програма перебування може включати такі види діяльності:

День 1

– оглядова екскурсія в м. Пустомити (орієнтовна тривалість 2 год.);

– історико-краєзнавча екскурсія до с. Наварія (орієнтовна тривалість 2 год.), с. Годовиця (орієнтована тривалість 2 год.);

– відвідування фермерського господарства (дегустація свіжого сиру і бринзи) «Радвань Нова», с. Милошевичі;

День 2

– водна рекреація (рибальство, змагання зі спортивної риболовлі, відпочинок на пляжі);

- приготування власноруч риби на мангалі;
- відпочинок на природі;
- піші прогулянки околицями;

День 3

- відвідування магазину «ГорбоГори», де можна придбати продукцію місцевих фермерів;
- відвідування фермерського господарства (дегустація равликів) ФГ «Західний равлик», с. Солонка.

2. Приміський відпочинок вихідного дня з дегустацією страв з равликів

Категорія туристів: внутрішні та іноземні (головним чином з Польщі).

Тривалість: 3 дні (2 ночі).

Проживання: готель «Фазенда на Гончарах» (с. Гончари), еко-садиба, «Тихе-плесо» (с. Соснівка), «Заміський котедж» (с. Винники).

Харчування: ресторани при готелі «Fazenda», замовлення страв за домовленістю з господарями еко-садиби «Тихе-плесо», доставка продуктів господарями «Заміський котедж», обід під час дегустації.

Програма перебування може включати такі види діяльності:

День 1

- екскурсія по хлібопекарні і участь у майстер-класі з випікання хліба (дегустація), с. Підбірці (орієнтовна тривалість 2 год.);
- відвідування сімейного фермерського господарства «Поле щастя», с. Ямпіль (орієнтовна тривалість 2 год.);
- відвідування домашньої сироварні (дегустація) «Лепта», с. Борщовичі (1 год.);

День 2

- водна рекреація (рибальство, відпочинок на пляжі);
- приготування власноруч страв на мангалі;
- відпочинок на природі;
- піші прогулянки околицями;

День 3

- відвідування фермерського господарства (дегустація равликів) «Західний равлик», с. Солонка (орієнтовна тривалість 2 год.);
- історико-краєзнавча екскурсія, «Костел Святого Валентина», «Храм Покрови Пресвятої Богородиці», с. Раковець (орієнтовна тривалість 1 год.);
- відвідування цілющого джерела, с. Новосілки (орієнтовна тривалість 30хв.).

Додаток Г

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ***Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:***

1. Голод А. П., Никига О. В. Структура факторів розвитку гастрономічного туризму. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 49. Одеса, 2020. С. 174–178. *Особистий внесок автора: проведено класифікацію факторів розвитку гастрономічного туризму.*
2. Голод А. П., Гончаренко М. Ф., Никига О. В., Євдощенко О. В. Інноваційні засади сталого розвитку етногастрономічного туризму в регіоні. *Менеджер. Вісник ДонДУУ*. 2020. № 4 (89). С. 40–47. *Особистий внесок автора: визначено основні етногастрономічні локації регіону.*
3. Коркуна О. І., Никига О. В., Підвальна О. Г. Гастрономічний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територіальних громад. *Економічний простір*. 2020. № 155. С. 40–43. *Особистий внесок автора: розроблено схему структури та зв'язків гастрономічного туризму.*
4. Коркуна О. І., Никига О. В., Підвальна О. Г. Інноваційний розвиток як напрям функціонування регіональних туристичних систем. *Інноваційна економіка*. 2020. №3–4. С. 98–104. *Особистий внесок автора: виокремлено перспективні напрями інноваційної діяльності у функціонуванні регіональних туристичних систем України.*
5. Графська О. І., Головчук Ю. О., Никига О. В. Роль маркетингових інновацій у розвитку гастрономічного туризму в регіоні. *Економіка та суспільство*. 2022. № 39. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-9>. *Особистий внесок автора: обґрунтування ролі застосування маркетингових інновацій в гастрономічному туризмі.*

Наукові праці, що засвідчують апробацію матеріалів дисертації

6. Голод А. П., Никига О. В. Інноваційні фактори розвитку гастрономічного туризму у Львівській області. *Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення: матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції (23–24 квітня 2020 р., м. Львів)*. Львів, 2020.

С. 279–282. *Особистий внесок автора: охарактеризовано інноваційні фактори, які впливають на розвиток гастрономічного туризму у Львівській області.*

7. Голод А. П., Никига О. В. Основні чинники розвитку гастрономічного туризму. *Молода спортивна наука України*. 2020. Вип. 24, т. 4. Львів: ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2020. С. 110–111. *Особистий внесок автора: визначено основні чинники розвитку гастрономічного туризму.*

8. Голод А. П., Никига О. В. Проблеми модернізації індустрії гостинності Карпатського регіону. *Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності: зб. матеріалів наук.-практ. семінару (3 жовтня 2019 р., с. Гута)*. Львів, 2020. С. 8–10. *Особистий внесок автора: охарактеризовано проблеми модернізації індустрії гостинності).*

9. Никига О. В. Гастрономічний туризм як елемент туристичного брендингу регіону. *Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій. Матеріали III всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (30 жовтня 2020 р., м. Луцьк)*. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2020. С. 174–176.

10. Никига О. В. Підходи до класифікації чинників розвитку гастрономічного туризму. *Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності: зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (26–27 листопада 2020 р., м. Львів)*. Львів, 2020. С. 260–262.

11. Никига О. Інноваційні напрями розвитку етногастрономічного туризму в регіоні. *Молода спортивна наука України*. 2021. Вип. 25, т. 4. Львів: ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2020. С. 72–73.

12. Никига О. В. Гастрономічний туризм як перспективний напрям регіонального розвитку. *Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності: зб. тез доп. II Міжнар. наук.-практ. конф. (7–8 жовтня 2021 р.)*. Львів: ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2021. С. 222–224.

13. Никига О. В. Перспективи розвитку етногастрономічного туризму у Львівській області. *Туризм і молодь – 2020 [Електронний ресурс]: матеріали кафедрального круглого столу студентів та аспірантів*

(21 грудня 2020 р., м. Полтава). Полтава: ПУЕТ, 2021. С. 41–43.

14. Никига О. В., Голод А. П. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму у Львівській області. *Інноваційні тенденції розвитку туризму в Україні та світі. Зб. наук. праць*. Львів, 2021. С. 190–192. *Особистий внесок автора: окреслено інноваційні напрями розвитку гастрономічного туризму в регіоні.*

15. Никига О. В., Голод А. П. Фактори розвитку гастрономічного туризму у Львівській області. *Готельно-ресторанний і туристичний бізнес: теорія і практика: I-а Всеукраїнська науково-практична конференція студентів, аспірантів та молодих вчених (21–22 травня 2021 р., м. Одеса)*. Одеса: Міжнародний гуманітарний університет, 2021. С. 43–45. *Особистий внесок автора: визначено фактори розвитку гастрономічного туризму у Львівській області.*

16. Голод А. П., Никига О. В. Гастрономічні фестивалі як чинник туристичної привабливості Львівської області. *Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика: зб. тез доп. II Всеукр. наук.-практ. конф. мол. учених, асп. і студ. (19 травня 2022 року, м. Львів)*. Львів: ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2022. С. 356–358. *Особистий внесок автора: визначено роль гастрономічних фестивалів у формуванні туристичної привабливості Львівської області.*

Наукова праця, яка додатково розкриває результати дослідження

Holod A., Nykyha O. Tourism education as a sphere of intercultural communication. *Project approach in the didactic process of universities – international dimension*. 2021. № III (V). Łódź: PIKTOR Szlaski i Sobczak Spółka Jawna. P. 115–124. *Особистий внесок автора: обґрунтовано ефективність міжкультурних комунікацій у туризмі.*

Додаток Д. Документи, що підтверджують впровадження результатів дослідження



Товариство з обмеженою відповідальністю «ВІДВІДАЙ»

ЄДРПСУ: 39091341 | Ліцензія туроператора № 272817 серія АЕ від 23.07.2014

79019, м. Львів, вул. Замарстинівська, 34 | vidviday.com.ua@gmail.com,

+38-(032)-255-36-55, +38-(063)-670-55-87 (Viber / Telegram) | www.vidviday.ua

Вих. №15 від «13» червня 2022 р.

Довідка

*про впровадження результатів дисертаційної роботи Никиги О.В.
«Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в регіоні (на прикладі Львівської області)»*

Основні науково-практичні результати дослідження Никиги Оксани Василівни «Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в регіоні (на прикладі Львівської області)», а саме розроблені авторкою теоретико-методичні положення і практичні рекомендації щодо інноваційного розвитку гастрономічного туризму у Львівській області були використані у діяльності ТОВ «Відвідай».

Зокрема, розроблені у дисертації підходи до інноваційного розвитку гастрономічного туризму в області та отримані Оксаною Никигією практичні результати дали змогу удосконалити проекти нових екскурсійних маршрутів територією регіону, а авторські рекомендації зраховуватимуться під час організації внутрішнього туризму. Цінними для оптимізації діяльності підприємства є також результати проведеного О.В. Никигією експертного оцінювання сучасного стану і перспектив розвитку гастрономічного туризму у Львівській області.

Директор
ТОВ «Відвідай»



(Губіліт І. В.)



ЛЬВІВСЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ
УПРАВЛІННЯ ТУРИЗМУ ТА КУРОРТІВ

вул. В.Винниченка, 18, м. Львів, 79008, тел./факс: 261-39-19
E-mail: tourism@loda.gov.ua

ДОВІДКА

*щодо впровадження теоретичних і практичних положень
дисертаційної роботи Никити Оксани Василівни на тему
«Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в регіоні (на прикладі
Львівської області)» поданої на здобуття наукового ступеня доктора
філософії зі спеціальності 242 – Туризм*

Теоретичні та прикладні результати дисертаційного дослідження Никити О.В. «Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в регіоні (на прикладі Львівської області)», а саме основні положення розробленої авторкою концепції факторів розвитку гастрономічного туризму, а також запропонований проєкт гастрономічного кластера у Львівській області, були використані у діяльності управління туризму і курортів.

Гастрономічний туризм був і залишається одним із пріоритетних напрямів розвитку туристичної сфери Львівської області. У посткризовий період процеси відновлення стабільного функціонування регіональної туристичної системи вимагають науково обґрунтованих рішень. З огляду на це дисертаційна робота О.В. Никити є актуальною та має велике методичне і практичне значення. Результати глибокого аналізу територіальної організації гастрономічного туризму у Львівській області, виокремлені у дисертації пріоритети інноваційного розвитку гастрономічного туризму у регіоні та запропоновані напрями удосконалення функціональної та просторової структури розвитку гастрономічного туризму, зокрема у формі кластерів, є цінними науково-практичними здобутками, що сприятимуть модернізації туристичної сфери регіону в нових умовах.

Начальник управління



Наталя ТАБАКА



Львівська ОДА
№25-480/02-22 від 15.06.2022
КФП-ТАБАКА Н.М. 14.06.2022 17:16
2B(C7DF5A3891DA104000000209E2700C29F3503

№26_480/02-22 від 15.06.2022



П Р О К Т В Е Р Д Ж У Ю

Проректор

Львівського державного університету

фізичної культури і спорту

імені Івана Боберського

Ф.В. Музика

1» 06 2022 р.

**про впровадження результатів дисертаційної роботи
Никиги Оксани Василівни
«Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в регіоні
(на прикладі Львівської області)»
у навчальний процес Львівського державного університету фізичної культури
імені Івана Боберського**

Ми, ті що підписалися нижче, склали цей акт про те, що результати дисертаційної роботи Никиги Оксани Василівни «Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в регіоні (на прикладі Львівської області)» впроваджено автором у навчальний процес у вигляді таких практичних пропозицій:

Назва пропозицій, форма впровадження і коротка характеристика	Наукова новизна та її значення, рекомендації з подальшого використання	Ефект від впровадження
Навчально-методичне забезпечення нової вибіркової навчальної дисципліни «Гастрономічний туризм» для студентів III курсу факультету туризму.	Сформовано та науково обгрунтовано теоретичні засади і концептуальні підходи до трактування гастрономічного туризму, його структури та особливостей організації, удосконалено методіку дослідження інноваційного розвитку гастрономічного туризму в регіоні. Теоретичні та прикладні результати дослідження рекомендовані до використання у навчальному процесі для розширення фахових компетентностей студентів факультету туризму.	У 2021-2022 навчальному році удосконалено фахову теоретичну і практичну підготовку студентів III курсу спеціальності 242 «Туризм» факультету туризму, які вивчали вибіркочну навчальну дисципліну «Гастрономічний туризм», розроблено навчально-методичне забезпечення цієї дисципліни.

Декан факультету туризму

В.З. Холявка

Керівник навчального відділу

В.М. Стефанишин

Доцент кафедри туризму

В.В. Худоба