

СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет агротехнологій та природокористування

Кафедра туризму

До захисту
Допускається
Завідувач кафедри

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

за бакалаврським рівнем вищої освіти

На тему: «ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ

НАПРЯМ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ»

Виконав:

Софія ФРАНЦЕВА

(підпис)

(Прізвище, ініціали)

Група: ТУР1901-1

(Науковий) керівник:

Микола БАШТОВИЙ

(підпис)

(Прізвище, ініціали)

Суми – 2024

АНОТАЦІЯ

Студентка Францева С.І., Кваліфікаційна робота за темою

«Гастрономічний туризм як перспективний напрям розвитку туристичної галузі Львівської області»,

ОПП «Туризм», спеціальність 242 «Туризм»,

Сумський національний аграрний університет, Суми, 2024 рік.

Кваліфікаційна робота на тему: «Гастрономічний туризм як перспективний напрям розвитку туристичної галузі Львівської області» складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури.

Актуальність теми дослідження полягає у тому, що успішність готельно-ресторанного бізнесу в сучасних умовах визначається не лише задоволенням матеріальних, а й духовних потреб клієнтів. Розвиток індустрії гостинності вимагає нових інноваційних підходів у взаємодії з клієнтами, працівниками, партнерами та конкурентами. Успішність підприємства залежить від сформованої місії, стратегії розвитку та цінностей організації. Тому потрібно створити особливі цінності, норми, правила і переконання, які допоможуть досягти місії та цілей підприємства та забезпечити задоволення потреб кожного туриста.

В першому теоретичному розділі досліджується теоретичні відомості про поняття гастрономічного туризму та основні його види.

В другому розділі дослідження проводиться аналіз економічний аналіз розвитку гастрономічного туризму у Львівській області як перспективний напрям розвитку туризму в регіоні

В третьому розділі проводиться дослідження перспектив розвитку гастрономічного туризму в Львівській області як перспективного напрямку туристичної галузі регіону.

Ми виявили, що основними проблемами, які стикається гастрономічний туризм в даний час, є наступні аспекти:

Недостатній рівень розвитку туристичної інфраструктури.

Економічна та політична нестабільність у країні.

Недосягнення ефективності у втіленні механізму, що забезпечує пріоритети державної політики у сфері організації експорту туристичних послуг.

Відсутність комплексного бачення країни як потенційної туристичної дестинації.

Низький рівень реклами українських туристичних центрів за кордоном та інші аналогічні проблеми.

Ключові слова: туризм, гастрономічний туризм, регіональний туризм, Львівська область.

ABSTRACT

The qualification work on the topic: "Gastronomic tourism as a promising direction for the development of the tourism industry in Lviv region" consists of an introduction, three sections, conclusions, and a list of references.

The relevance of the research topic lies in the fact that the success of the hotel and restaurant business in modern conditions is determined not only by the satisfaction of the material, but also the spiritual needs of customers. The development of the hospitality industry requires new innovative approaches in interaction with customers, employees, partners and competitors. The success of the enterprise depends on the established mission, development strategy and values of the organization. Therefore, it is necessary to create special values, norms, rules and beliefs that will help achieve the mission and goals of the enterprise and ensure the satisfaction of the needs of every tourist.

The first theoretical section examines theoretical information about the concept of gastronomic tourism and the main principles.

In the second section of the study, an economic analysis of the development of gastronomic tourism in the Lviv Oblast is carried out as a promising direction for the development of tourism in the region

In the third section, a study of the prospects for the development of gastronomic tourism in the Lviv region as a promising direction of the region's tourism industry is carried out.

We found that the main problems that gastronomic tourism is currently facing are the following aspects:

Insufficient level of development of tourist infrastructure.

Economic and political instability in the country.

Failure to achieve efficiency in the implementation of the mechanism that ensures the priorities of state policy in the field of organizing the export of tourist services.

Lack of a comprehensive vision of the country as a potential tourist destination.

Low level of advertising of Ukrainian tourist centers abroad and other similar problems.

Keywords: tourism, gastronomic tourism, regional tourism, Lviv region.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ВІДОМОСТІ ТА ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ. ІСТОРИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Система гастрономічного туризму: основні визначення та поняття

Гастрономічний туризм, що є новим напрямком у світовій туристичній індустрії, може виступати як ефективний інструмент розвитку економіки, культурної спадщини та сталого розвитку різних регіонів. Мета таких турів - ознайомлення з характеристиками місцевої кухні та рецептами, що протягом віків утверджували традиції та звичаї місцевого населення. Гастрономічна подорож може бути вважана "палітрою", за допомогою якої турист може отримати уявлення про культуру та менталітет країни через її кухню. Туроператори відзначають, що люди все частіше вибирають місця відпочинку, оцінюючи гастрономічну привабливість країни.

Популярними напрямками європейського і азіатського гастрономічного туризму є, зокрема, Індія, Таїланд, Японія та Китай. Гастрономічний тур як послуга включає в себе не лише подорожування, а й можливість спробувати традиційні страви та унікальні інгредієнти, які є унікальними для конкретного регіону.

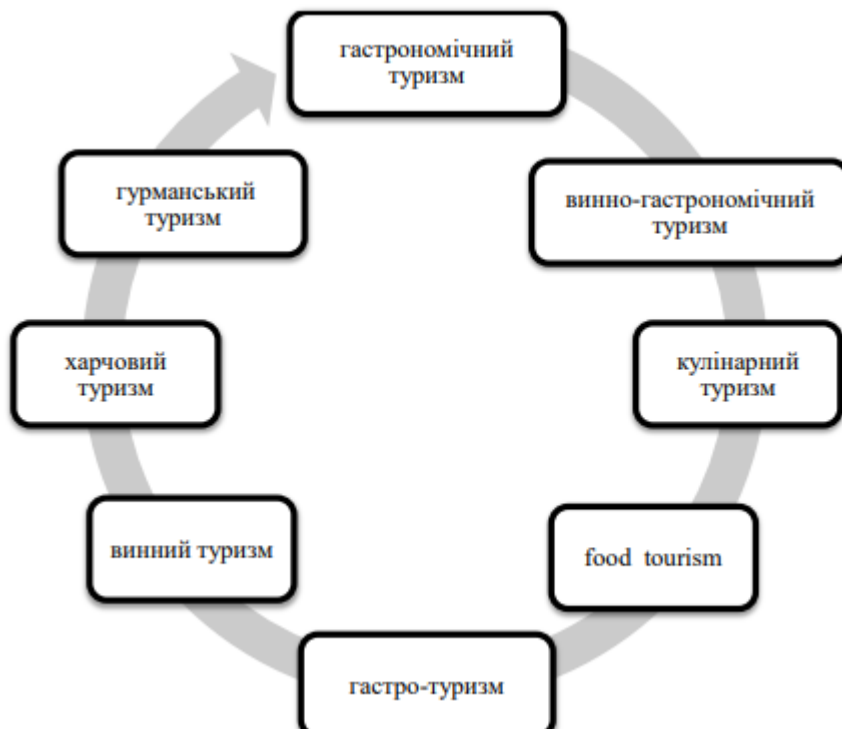


Рис.1.1. Терміни, які використовують для позначення гастрономічного туризму [11]

Зазвичай гастрономічні тури тривають від 6 до 8 днів. Крім відвідування найкращих ресторанів, вони можуть включати участь у приготуванні страв, участь у традиційних святах з культурною програмою, екскурсії на підприємства та навчання на кулінарних та винних курсах.

Для успішної організації гастрономічного туру необхідно чітко сформулювати його цілі та завдання, визначити наявні ресурси та можливості конкретної території. Це впливає на концепцію туру, об'єкти відвідування та форми взаємодії з туристами під час маршруту.

По-перше, організаторів та туристів цікавить обрана територія, де є необхідні продукти для гастрономічного туру. По-друге, увагу може привернути процес переробки цих продуктів, тобто технології, застосовувані на підприємствах для виготовлення кінцевого продукту. По-третє, важливо організувати дегустацію отриманих продуктів, що є однією з популярних форм взаємодії з екскурсантами. По-четверте, бажано мати точку продажу, де туристи можуть придбати ці продукти для особистого вживання та як сувеніри.

Одним із способів роботи є музей, який може знаходитися на території підприємства або бути окремим комплексом. Цей музей розповідає про історію виробництва продукту, розвиток технологій збору та обробки сировини. Окрім цього, він може мати майданчик для проведення майстер-класів, дегустацій та тематичних свят.

Гастрономічний туризм може бути частиною комплексного туру або мати характеристики інших видів туризму. Існують такі види гастрономічного туризму, як сільський («зелений»), діловий (міський), подієвий (фестивальний) та культурно-пізнавальний.

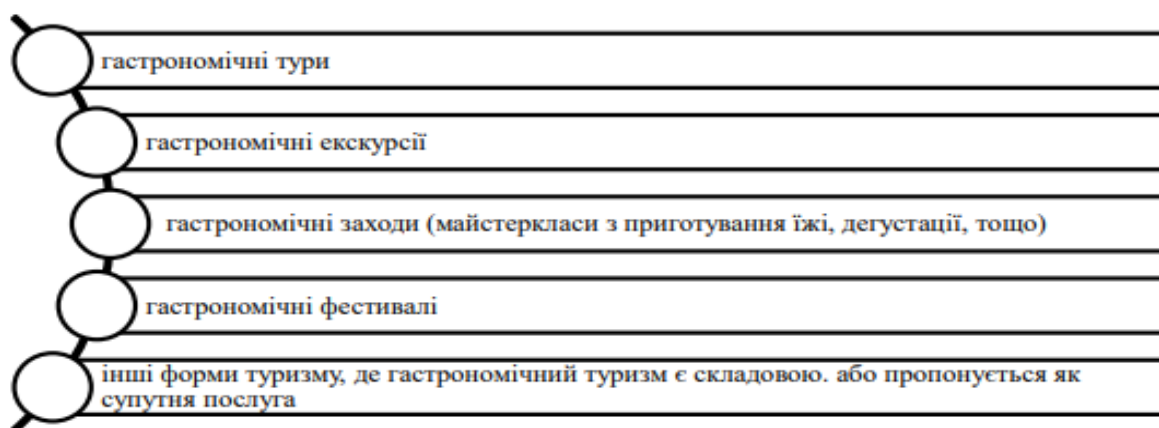


Рис.1.2. Основні форми організації гастрономічного туризму [15]

Фестивальний або подієвий гастрономічний тур організовується для відвідування певної події або гастрономічного фестивалю, які регулярно проводяться у різних країнах світу та мають велику популярність. Наприклад, в Ірландії у вересні відбувається Устричний фестиваль, а в Мюнхені – Октоберфест. У липні в Іспанії святкують іспанську національну їжу на фестивалі Сан-Фермін, а в Італії – Бонгон, фестиваль тунця, а у листопаді у Франції відзначають Божоле Нуво та фестиваль білих трюфелів у Сан-Мініато.

Поняття "культурно-пізнавальний гастрономічний туризм" є досить абстрактним, оскільки передбачає комбінований тур. Це може бути подорож до країни з багатими кулінарними традиціями, де туристи ознайомлюються з визначними місцями та випробовують місцеві страви в традиційних ресторанах.

Роль їжі у туризмі можна розглядати на різних етапах подорожі:

Попередній період (pre-visit): туристи вже вдома споживають страви з майбутнього регіону як пробу перед подорожжю.

Подорож до місця призначення: туристи зустрічають місцеві продукти під час подорожі до місця призначення, наприклад, у літаках або поїздах.

Перебування на місці: це головний етап, під час якого туристи досліджують місцеву кухню та споживають страви у ресторанах.

Подорож від місця призначення.

Після відвідування (post-visit): на цьому етапі туристи продовжують насолоджуватися їжею та враженнями від кулінарних вражень після повернення додому.

Кожне кулінарне враження стає пам'яттю про місце, де воно було здобуто, і кожен аромат та смак викликає згадки про подорож. Їжа і місце нерозривно пов'язані, створюючи основу для сучасного розвитку індустрії вражень та відкриваючи нові можливості використання територій і середовища. Виробники продуктів харчування використовують різні стратегії, щоб привернути увагу споживачів до страв, пов'язаних з профілем конкретного регіону, іноді приховуючи певні аспекти, а іноді навпаки, роблячи акцент на інші. Таким чином, виникає поняття "бренд території".

Брендінг територій - це стратегія підвищення конкурентоспроможності міст, регіонів, та інших географічних зон з метою привертання інвесторів, туристів та інших зацікавлених сторін. Розширене розуміння гастрономічного бренду передбачає просування території як виробника унікальних високоякісних продуктів. Вузьке розуміння гастрономічного бренду означає виявлення особливостей регіональної кухні, які часто виражаються у наявності унікальних страв, що характерні лише для даного регіону або мають особливий автентичний смак.

Елементи гастрономічного бренду включають:

Розвинуту гастрономічну індустрію;

Активну гастрономічну спільноту з традиційними ресторанами та кухарями;

Місцеві інгредієнти, що використовуються в місцевій кухні або мають особливість місцевого виробництва;

Традиційні продовольчі ринки та гастрономічні фестивалі;

Увага до екології та збереження навколишнього середовища;

Промоція гастрономічних знань у школах та університетах.

На даний момент різноманітність тлумачень поняття "гастрономічний туризм" є широкою через те, що це нова галузь у туристичній сфері, яка тільки починає набирати популярність на міжнародному рівні. Світова асоціація гастрономічного туризму визначає його як подорожі, спрямовані на отримання автентичного досвіду через культуру харчування та відкриття унікальних місць та їхньої культури через місцеву кухню [11].

Гастрономічний туризм стає все більш важливим явищем як у соціокультурному, так і у соціально-економічному плані. Це включає подорожі, спрямовані на вивчення місцевої кухні, відвідування місць з кулінарними традиціями та дослідження харчових промислів. Різні автори надають різноманітні визначення гастрономічного туризму, але вони всі вказують на його зв'язок з культурою, традиціями та місцевою кухнею.

Українські дослідники також приділяють велику увагу вивченню гастрономічного туризму. Наприклад, Д. Басюк розглядає його як форму туризму, що включає ознайомлення із національними кулінарними традиціями країн світу та синтез екології, культури та виробництва. С. Саламатіна визначає гастрономічний туризм як спосіб діяльності, спрямований на вивчення етнічної кухні країни або регіону та підвищення рівня знань із кулінарії. Інші автори, такі як С.Ю. Гатауліна та Т. Трададенко, також розглядають гастрономічний туризм як засіб ознайомлення з кухнею різних країн та регіонів. Існують різні типи гастрономічного туризму, включаючи винний, рибний, сирний, кавовий, медовий та інші, які можуть бути спеціалізованими залежно від програми або цілей подорожі.

Д.О. Стешенко, А.Ю. Парфіненко мають іншу точку зору і розділяють гастрономічний туризм на кілька видів: сільський, ресторанний, освітній та подієвий. Зокрема:

Сільський гастрономічний туризм включає дегустацію місцевої кухні та продуктів, вироблених у даному регіоні;

Ресторанний гастрономічний туризм передбачає відвідування найвідоміших та популярних ресторанів з високою якістю кухні та національною спрямованістю;

Освітній гастрономічний туризм охоплює навчання у спеціалізованих освітніх закладах з кулінарною спеціалізацією, а також курси та майстер-класи;

Подієвий гастрономічний туризм включає відвідування регіону під час проведення громадських та культурних заходів з гастрономічною тематикою.

Отже, класифікація гастрономічного туризму може бути здійснена за різними критеріями, такими як місце розташування, вид конкретного продукту чи напою та мета подорожі. Також варто враховувати особливості гастрономічних турів, які роблять їх відмінними від інших видів туризму.

У гастрономічних турах турист отримує глибше розуміння повсякденного життя, історії та культури країни порівняно з традиційними екскурсіями. • Під час туру він спілкується з сім'ями, що працюють на виноградниках, займаються сироварінням або виробляють м'ясні продукти. Ці люди мають різні соціальний статус і походження, їх предки можуть бути аристократами, підприємцями або фермерами [7].

Туристи відвідують виноробні, пивоварні, невеликі ферми та інші місця виробництва, де пробують місцеві страви та напої. Вони також відвідують місцеві ринки, беруть участь у кулінарних майстер-класах з шеф-кухарями та господарями господарств.

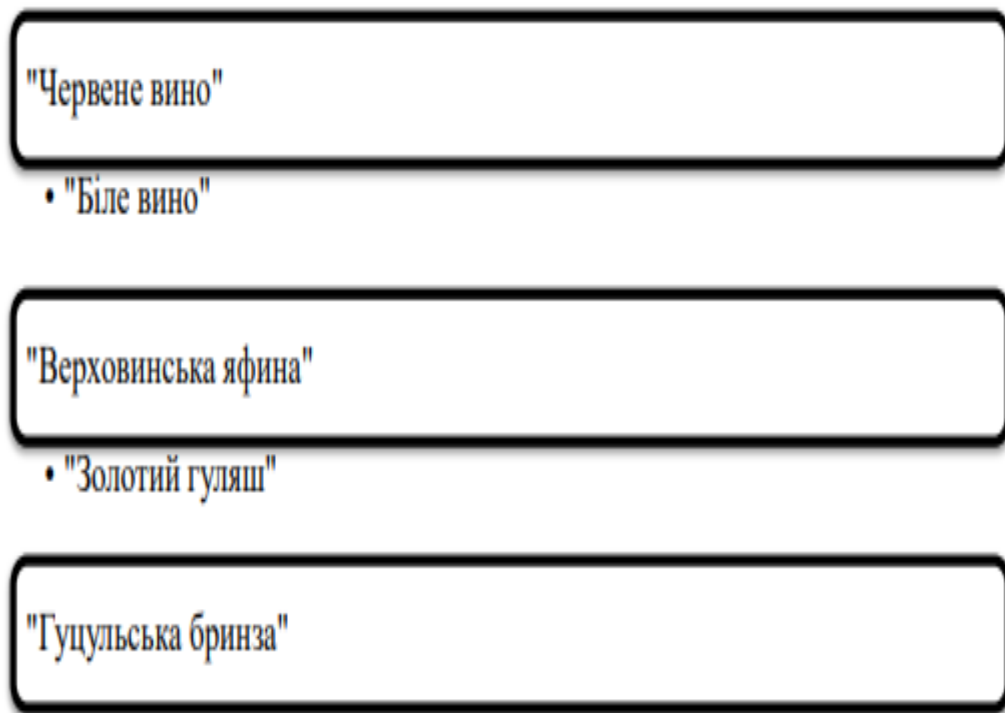


Рис.1.3. Найвідоміші гастрономічні фестивалі Закарпаття [14]

Тривалість гастрономічного туру може бути від вікенду до двох тижнів.

Ціни на гастрономічні тури можуть значно відрізнятися.

Такі тури не завжди є найбільш доступними, немає поняття "найнижча ціна".

Отже, хоча гастрономічний туризм є молодого галуззю, багато науковців вже мають свою точку зору на цей вид туризму. Існує багато визначень "гастрономічного туризму", і складно визначити, яке є єдине правильне. Проте, орієнтуючись на думку науковців, можемо визначити гастрономічний туризм як вид подорожей, який задовольняє культурні та гастрономічні потреби через ознайомлення з кухнею країни, проникнення в її побут та звичаї.

1.2. Історичні та регіональні особливості розвитку гастрономічного туризму

Протягом розвитку гастрономічного туризму не тільки відбувалися зміни у його концепціях, але й у назвах, які його описують. Тут подано кілька варіантів:

culinary tourism - туризм, що пов'язаний з кулінарією;

gastronomic tourism - гастрономічний туризм;

food tourism - туризм, який спрямований на продукти харчування.

У 1998 році Люсі Лонг, яка є професором в Університеті Боулінг-Грін в Огайо, США, вперше ввела поняття "кулінарний туризм". Основна її думка полягає у тому, що місцева кухня допомагає людині краще зрозуміти культуру країни, а готування страв дозволяє відчувати себе частиною місцевого життя. У 2001 році Ерік Вульф, засновник Міжнародної асоціації кулінарного туризму (ICSTA), опублікував перший офіційний документ про цей вид туризму, де пояснив, що "гастрономічний туризм - це пошук та насолода унікальною, незабутньою їжею як на іншому кінці світу, так і на сусідній вулиці". У 2003 році він заснував Міжнародну асоціацію гастрономічного туризму (The International Culinary Tourism Association), яка надає своїм членам різноманітні переваги, такі як освітні програми та розвиток.

Місія асоціації полягає у сприянні розвитку людей, суспільства та бізнесу шляхом встановлення взаємовигідних відносин, що базуються на спільному інтересі до їжі та напоїв. Маніфест Міжнародної асоціації кулінарного туризму відображає можливість вивчення культури країни через її національну кухню: "Їжа - це вираз нації, її характеру та історії". У 2006 році був заснований Міжнародний інститут кулінарного туризму, який відповідає за освітні та навчальні аспекти програм Міжнародної асоціації гастрономічного туризму. Розвиток гастрономічного туризму призвів до з'яви турфірм, спеціалізованих на міжнародних гастрономічних турах, таких як "Gourmet on Tour" (США), "The International Kitchen" (Великобританія), "Gourmet Getaways" (Італія).

Проте в 2012 році термін "кулінарний туризм" був змінений на "гастрономічний туризм". Це сталося через те, що більшість туристів вважали кулінарний туризм привілеєм еліти і вважали, що це не для них, тоді як гастрономічні тури були недооцінені. Однак справжня ситуація виявилася іншою. Гастротуризм не обмежується елітними клієнтами та гурманами. Лише 18% гастротуристів обирають цей вид подорожей виключно через висококласну кухню. Натомість 46% обирають гастротуризм для того, щоб скуштувати автентичні страви (що доступно для всіх), ще 35% - для того, щоб побачити місцеві продукти. При цьому 22% опитаних обирають гастротуризм для відпочинку з невеликим бюджетом.

Гастрономічний туризм є поєднанням екології, культури та виробництва, і його добре розвинуто в країнах, таких як Франція, Італія, Іспанія, Японія та Німеччина, де існує розвинена інфраструктура винногастрономічних турів. Потенційним покупцям гастрономічних турів варто заздалегідь визначити свої цілі подорожі. Вони можуть просто поїхати до країни з відомими кулінарними традиціями, щоб ознайомитися з видатними кулінарними пам'ятками, або ж відвідати яскраві та смачні гастрономічні фестивалі, які регулярно проводяться в різних куточках планети.

Основні тенденції розвитку гастрономічного туризму включають у себе такі країни: Франція (22%) - вона славиться активним використанням вина, лікерів та коньяку у стравах, а також багатством соусів, серед яких близько 3000 різних видів. Французи також відомі своїми супами, зокрема супами-пюре та провансальським густим рибним супом-буйабез.

Таїланд (20%) - ця країна просувається завдяки своїм смаженим в макашніц кохам, які викликають апетит у багатьох туристів. Крім того, тайська кухня славиться супом том-ям та багатством спецій, а також нюансів у смаках. Таїланд також відомий своїм різноманітним фруктовим столом.

Ці країни є лідерами у гастрономічному туризмі, пропонуючи туристам унікальні кулінарні враження та можливість пізнати культуру через страви та продукти харчування [22].

1.3. Методи наукового дослідження гастрономічного туризму

Загальні підходи до вивчення гастрономічного туризму в основному відповідають загальним науковим методам дослідження. Метод, у широкому розумінні, описується як спосіб аналізу конкретної проблеми або завдання, що включає систему правил, принципів і прийомів для дослідження явищ і закономірностей у розвитку природи, суспільства і мислення, або для практичної діяльності людини. До загальних наукових методів, які використовуються як для емпіричного, так і для теоретичного дослідження, відносяться абстрагування, аналіз, синтез, аналогія, індукція, дедукція, абдукція, моделювання, історичний і логічний метод, а також метод графів.

Абстрагування полягає у відокремленні неважливих ознак, зв'язків або властивостей досліджуваних об'єктів і явищ для виділення та фіксації істотних сторін об'єкта. Аналіз та синтез передбачають розкладання цілого на складові елементи та подальше об'єднання їх у єдине ціле. Індукція - це формально-логічний метод, що ґрунтується на виведенні загальних висновків з окремих фактів.

Дедукція - це рух знань від загального до конкретного, виведення наслідку з припущень.

Абдукція - це міркування на основі даних з метою створення гіпотези, що пояснює факти краще за інші гіпотези. Моделювання - це метод створення й дослідження копії об'єкта для його вивчення. Історичний і логічний методи використовуються там, де предметом дослідження є історія об'єкта. Вивчення гастрономічного туризму включає в себе не лише методи, а й певні принципи дослідження [31].

Ведучі принципи дослідження у галузі туризму, зокрема гастрономічного, включають:

Принцип об'єктивності вимагає об'єктивного підходу до вибору та оцінки фактів, а також використання методів, які гарантують максимальну достовірність даних.

Принцип врахування неперервних змін передбачає урахування постійного розвитку досліджуваних явищ від одного стану до іншого.

Принцип виділення основних факторів, що визначають кінцевий результат, з великої кількості важливих факторів, що впливають на гастрономічний туризм.

Принцип єдності історичного та логічного враховує історію та сучасний стан об'єкта дослідження.

Принцип концептуальної єдності досліджень передбачає пояснення явищ на основі загальних підходів та розуміння сутності туристичного процесу.

Принцип співвідношення досягнутого рівня з метою оцінює результати дослідження з позицій поставлених цілей.

Принцип єдності дослідницького і практичного туристичного процесу передбачає взаємодію між дослідженням та реальним туристичним досвідом.

Принцип поєднання аспектного і цілісного підходів дозволяє розглядати об'єкт з різних точок зору.

Принцип системного підходу визнає системну природу процесів у туристичній галузі і спрямований на вивчення їх характеру та взаємодії.

РОЗДІЛ 2.

ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ЯК ПЕРСПЕКТИВНОГО НАПРЯМКУ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

2.1. Сучасний стан гастрономічного туризму Львівщини

Львівська область має значні можливості для відпочинку, перш за все, завдяки різноманітним джерелам мінеральних вод та лікувальних грязей. Тут можна знайти джерела, такі як слабо мінералізована «Нафтуса» у Трускавці, Шклі та Східниці, хлоридно-сульфатна і натрієво-магнієва у Моршині, сірководневі сульфатно-гідрокарбонатні кальцієві у Немирові, торфові лікувальні грязі у Немирові, Шклі, Любіні, та озокерит у Моршині та Трускавці.

Незважаючи на минулу несистемну експлуатацію, Львівська область залишається важливим джерелом для економічного розвитку регіону, завдяки своїм різноманітним ресурсам і сприятливим умовам. Помірний континентальний клімат та близько 2100 годин сонячного світла на рік сприяють розвитку сільськогосподарських культур і садівництву. Крім того, густа річкова система забезпечує область водними ресурсами.

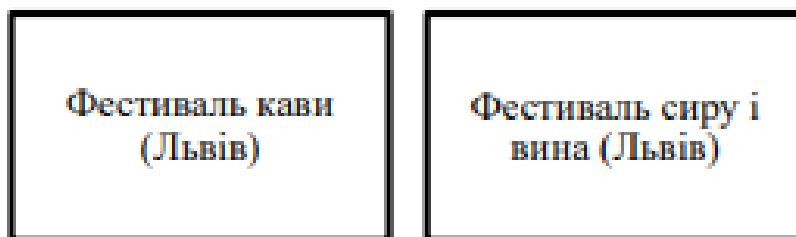


Рис.2.1. Найбільш відомі гастрономічні події Львова [5]

Гастрономічна культура представляє собою унікальну систему правил, звичаїв і традицій, пов'язаних з готуванням та споживанням їжі. Вона включає в себе вибір продуктів, способи їхнього поєднання, традиції вживання їжі та роздуми над цим процесом. Використання цього поняття у географічних дослідженнях дозволяє систематизувати харчові норми та їхнє історичне,

культурне та соціальне значення, а також вивчити механізми їх поширення та функціонування в різних культурно-історичних контекстах.

Структура гастрономічної культури складається з трьох основних елементів: кулінарної культури, культури споживання їжі та гастрономічної рефлексії. Гастрономічна культура виконує ряд функцій, серед яких регулююча, маркування соціального і культурного статусу особи, комунікативна, трансляційна, а також функції ідентифікації і інтеграції. Найважливішими з них є регулятивна функція та функція маркування соціального і культурного статусу.

Народна кухня представляє собою культурний конструкт епохи нового часу, який сформувався під час формування національних держав і відображає національну культуру та ідентичність у повсякденному житті. Представлення національної кухні визначається головними принципами поєднання інгредієнтів та визначає різноманітні страви. Це ритуалізоване підтвердження та закріплення норм гастрономічної культури, яке стає основою для їх узагальнення у повсякденній практиці.

Характеристика представлення гастрономічної культури в Україні виокремлюється значною відмінністю цих форм від соціокультурних умов українського суспільства. Основні протиріччя, що вплинули на розвиток представлення норм гастрономічної культури, полягають у розробці простору спілкування, який спрямований на зменшення соціальних розбіжностей, та збереженні строгої соціальної структури, а також у несформованості нової моделі гастрономічної культури і потребі в легітимації та передачі її норм.

У всьому світі гастрономічний туризм набуває швидкої популярності серед туристів. Це вид туризму, який спрямований на подорожі по різних країнах для вивчення місцевої кухні, кулінарних традицій та спроби автентичних страв або продуктів.

Цей тип туризму має великий потенціал, а розробка подібних маршрутів сприятиме відродженню кулінарних традицій.

Гастрономічні подорожі відкривають перед туристом можливість зануритися у культуру та менталітет країни через її кухню.

Зростаючий інтерес до гастрономічного туризму призвів до появи туристичних компаній, спеціалізованих на організації міжнародних гастрономічних подорожей, наприклад, "Gourmet on Tour" (США), "The International Kitchen" (Великобританія), "Gourmet Getaways" (Італія).

Гастрономічний туризм поділяється на два типи: сільський (відомий також як "зелений") і міський. Основне відмінність між ними полягає в тому, що під час сільського туру турист бажає спробувати органічний продукт без будь-яких хімічних домішок. Наприклад, "зелені" тури можуть включати збирання диких ягід у лісі, овочів та фруктів на фермах, полювання на трюфелі або прогулянку виноградниками. У міському гастротурі можуть бути відвідання кондитерських фабрик або невеликих ковбасних цехів та ресторанів, де зі сировини, виготовленої на фабриці або у цеху, готуються вишукані страви; ресторанний; освітній; інтерактивний; комбінований тури.

Характеристики гастрономічного туризму:

Всі регіони України мають потенціал для розвитку гастрономічного туризму.

Гастрономічний туризм не обмежений сезонністю.

Кулінарний туризм стає основною метою та елементом гастрономічної подорожі, відрізняючись від інших видів туризму.

Продвиження місцевих господарств та виробників їжі є невід'ємною складовою будь-якого гастрономічного туру.

Фактори, що сприяють розвитку гастрономічного туризму в Львівській області, включають:

Розвинене сільське господарство, що надає можливість туристам відвідувати сільські місцевості для дегустації місцевої кухні та продуктів від фермерських господарств.

Можливість відвідування фермерських господарств і виробництв, які спеціалізуються на органічних продуктах та їх виробництві. Присутність

корінних народів або їх нащадків (наприклад, євреї, поляки, вірмени), які зберігають традиції своєї кухні, що може послужити основою для створення унікальних гастрономічних турів. Можливість збору дикоросів, таких як гриби та ягоди, для подальшого використання. Створення нових робочих місць і залучення місцевого населення до виробничих процесів. Різноманітні можливості для відпочинку в природному середовищі. Наявність багатой культурно-історичної спадщини.

Близькість потенційних споживачів туристичних ресурсів до об'єктів подорожі. Зростання популярності кулінарних програм і телевізійних шоу. Пропаганда здорового способу життя та харчування.

Україна тільки починає розвивати цей вид туризму, і поки не має чистих гастрономічних турів, тому елементи гастрономічних турів включаються в основні туристичні програми.

Отже, вивчення соціокультурних аспектів та характеристик репрезентації гастрономічної культури дозволяє поглибити наше розуміння процесів, що відбуваються в сфері культури повсякдення, розкрити загальні питання теорії та історії гастрономічної культури та гастрономічного туризму. Аналіз гастрономічної культури дозволяє висвітлити більш глибокі аспекти формування ідентичності, передачі норм та цінностей, особливостей культури України, які відображають повсякденність як сферу розкриття основних значень епохи. Дальші дослідження пов'язані, з одного боку, з поглибленням розуміння гастрономічної культури України та розвитку гастрономічного туризму в регіонах з унікальними етнокультурними явищами, а з іншого - з розширенням сфери досліджень. Очікуваним результатом цих досліджень є конкретизація виявлених закономірностей [20].

Зміна соціокультурної парадигми, розвиток інформаційного суспільства та медіатизація культури створюють нові виклики, на які має бути знайдена відповідь у вигляді розроблення нових форм представлення гастрономічної культури та гастрономічного туризму в цілому.

Національна кухня є важливим елементом культури нації, що відображає історію народу через кулінарію. Формування української гастрономії було вплинуте такими чинниками:

розміщення країни на перехресті торгових маршрутів з Півночі на Південь та зі Сходу на Захід;

сприятливий клімат і різноманітні біологічні ресурси;

вплив різних етнічних груп, які проживали на території України: греки, турки, німці, угорці.

Незважаючи на те, що багато продуктів та страв є загальновідомими по всій Україні, кожен регіон має свої унікальні гастрономічні особливості. Вивчивши кулінарні традиції різних частин України, можна визначити спільні та відмінні риси, виділити вісім гастрономічних регіонів: Карпатський, Західно-Поліський, Подільський, Центральнo-Столичний, Північно-Східний, Донецько-Придніпровський, Причорноморський та Кримський. На мапі України зображено розташування цих гастрономічних регіонів [15].

У Західно-Поліському регіоні головним продуктом є картопля, яка використовується у таких стравах як деруни, картопляники, зрази. Однією з популярних страв є борщ, який може бути червоним, щавлевим або з капустиком. Традиційною стравою є каші, зазвичай готовані з пшона або гречки, подаються з молоком чи шкварками, а також приготують кашу-розмазну на сироватці або маслянці.

Гастрономічний аспект Карпатського регіону включає в себе широкий асортимент страв, що відображають культурні та кулінарні традиції цієї місцевості. Тут можна знайти різноманітні борщі, тістечка, м'ясні та рослинні страви, а також напої на основі трав та меду.

М'ясні страви, такі як крученики, завиванці, та фаршировані страви з птиці та овочів, відзначаються складним процесом приготування, який включає кілька етапів термічної обробки. Особливо визначні м'ясні страви, подані в порційних горщиках, для яких використовують м'ясо від овець, кіз, корів, свиней та птицю, а також здійснюють полювання.

Сало є популярним продуктом у цьому регіоні, його можна знайти у різних варіантах: сире, смажене, солоне, варене або копчене. Карпати також славляться своєю рибною кухнею, де поширені страви як запечений карась у сметані, тушкована щука з хрінном, або короп з цибулею.

Характерним для страв Карпат є використання багато прянощів та приправ, таких як селера, анісу, любистку, кмину, м'яти, перців і часнику.

Найвідомішою стравою цього регіону є мамалига - густа каша з кукурудзяного борошна або крупи, яку подають у різних варіаціях, з різними додатками та приправами, як самостійну страву чи як суп, а також смажену або варену.

У Карпатах розвинена виробництво сиру, особливо популярною є бринза, яку виготовляють з молока овець, кіз, а іноді і корів. Крім того, у цьому регіоні сприятливі умови для вирощування винограду, що сприяє виробництву червоного сухого вина. На Поділлі варто звернути увагу на використання м'яса дичини, такої як оленина або свинина, яке консервується для тривалого зберігання шляхом в'ялення, засолення або варіння з подальшим заливанням витопленим салом.

Кожен замок на Поділлі мав власну пивоварню, тому пиво використовувалося як основний інгредієнт для багатьох страв, таких як пивні супи та борщі, а також для випічки.

Наприклад, на Поділлі борщ може готуватися не лише на свинячих реберцях, але й на буряковому квасі, а популярними є також борщі з карасями, для яких рибу можуть сушити або смажити. Крім того, в регіоні відомі рецепти борщу з пшоняною кашею, яка вариться на раковій юшці, і може включати сушені фрукти, такі як вишні або чорнослив.

Додатково, на Поділлі популярні такі страви, як фруктовий чи ягідний холодний суп, оладки з кульбаби, пиріжки з калиною, коцюруби (страва з товченої картоплі з галушками) та манзаріки (пиріжки з сиром та зеленню).

Хоча сало є поширеною стравою по всій Україні, на Поділлі воно відоме як "мармурове" через тонкі шари м'яса та його ніжність.

Його часто подають з міцним вінницьким хлібом. Крім того, на Поділлі варто звернути увагу на такий цікавий делікатес, як чорна ковбаса ("зіньківська ковбаса"), яку перед випіканням натирають кров'ю. Традиційні страви Поділля включають ведерей (картопляна ковбаса), шюпініс (горохова каша з картоплею та свининою), бігос (змішані види м'яса з квашеною капустою).

У Північно-Східному регіоні гастрономічної культури панує різноманіття та поживність. Серед м'ясних продуктів переважає свинина, з якої готують різноманітні страви, такі як душене м'ясо, ковбаса, кров'янка, начинені кишки та смажені поросята. Цікавим є те, що раніше великі бенкети влаштовували з цілими тушами овець та волів. У цьому регіоні також поширені різні види птахів та курятини, які готують у різних способах, зокрема варення, смаження та пекінг. Серед круп популярні пшоно, гречка, ячмінь та овес, які використовують для приготування кулішу та інших страв. Червоний буряк, часник, цибуля, капуста, редька та огірки - серед найпопулярніших овочів у регіоні, які використовують у різних варіантах приготування, включаючи сирі салати, начинку для пирогів та гарячі страви. Фрукти та ягоди споживають у свіжому, сушеному та солоному вигляді, а також використовують для приготування різноманітних напоїв, таких як кисіль, кваси та узвари. Алкогольні напої, такі як брага, горілка, медовуха та пиво, також популярні у цьому регіоні, і використовуються для виготовлення настоянок на травах та сушених ягодах і фруктах.

У Львівській області зростає популярність туристичних подорожей до контактних ферм, виноробень і сироварень, де відвідувачі можуть брати участь у виробничих процесах та смакувати створені продукти.

Львівська область входить до переліку найбільш захопливих і популярних туристичних напрямків України, маючи високий туристичний потенціал і перспективний ринок відпочинку. Більшість гастрономічних заходів проводяться в Західній Україні, зокрема в Закарпатській та Львівській областях, а також в місті Києві.

У той час, у Донецькій, Луганській областях (через воєнні дії) та Черкаській області гастрономічні заходи майже не проводяться, проте там активно відбуваються інші фестивалі.

В різних регіонах України улюблені страви та продукти нерідко увіковічують у вигляді скульптур та пам'ятників. Наприклад, у Полтаві є пам'ятник полтавській галушці, у Ніжині - ніжинському огірку, а у Кам'янці-Дніпровському є пам'ятник «Слава помідору». Такі ж скульптури знаходяться у Коростені, Гукливому, Бердянську, Кременчуку та інших містах України. Також у країні існують музеї, присвячені різним продуктам і напоям, такі як музеї пива, шоколаду та салу, що розташовані у Львові.

Характер Львівської області у сфері туризму визначається такими особливостями:

зручне та вигідне географічне положення, яке робить Львівщину воротами до країн Європи для України;

національно-етнічна різноманітність регіону, що відображається у різноманітній етнографічній культурі, яка охоплює не лише українську, а й польську, вірменську та австрійську спадщину;

сприятлива екологічна ситуація;

невисокий рівень промислової розвиненості території, що створює потенційні можливості для розвитку туристичної галузі;

обсяг території, що дозволяє організовувати туристичні подорожі на 1-2 дні з врахуванням виїзду в сусідні області.

Львів є значним туристичним центром. У місті та області зберігаються цінності культури минулого і одночасно впроваджуються сучасні тенденції. На Львівщині спробували новий підхід до святкування свят та запровадили різноманітні тематичні фестивалі.

Львів завжди відомий як місто кав'ярень і навіть отримав титул кавової столиці Галичини. Кава і кав'ярні стали символами та туристичним брендом міста, де проводяться різноманітні святкування, включаючи свято "На каву до Львова".

Популярність цього напою серед широкого загалу, включаючи футбольних уболівальників, та досвід організації подібних свят гарантують високий рівень професіоналізму при проведенні кавових екскурсій для футбольних фанатів.

Львівські кав'ярні пропонують широкий вибір унікальних сортів кави та ексклюзивних рецептів приготування, а також багато неповторних кавових ласощів. У Львові сформувалася особлива культура кави, що відображається у власній "кавовій філософії". Для львів'ян кава це не лише можливість зустрічей та спілкування з друзями, але й час для внутрішніх роздумів під музичний супровід. Таке неповторне відчуття атмосфери львівських кав'ярень можуть відчуті і туристи. Досвідчені баристи готові провести майстер-класи з приготування кави для кавових гурманів. Кавові екскурсії доповнюються презентаціями історії поширення кави у Львові, яка налічує майже триста років, а також розповідями про формування традицій "ходіння на каву" [30].

Львівщина відома своїми гастрономічними подіями, до яких належать "Дні глінтвейну у Львові", "Львів на тарілці", "Свято Хліба", "На каву до Львова", Свято сиру і вина та інші. Фестиваль "На каву до Львова", який проводиться щорічно з 2006 року, привертає увагу кавових ентузіастів з різних країн. Кавові майстерні пропонують ароматні напої за рецептами з різних куточків світу, а на Кавовому ярмарку можна скуштувати різноманітні вишукані десерти. Результатом цього фестивалю є визначення найкращої кав'ярні міста. З 2008 року у Львові проводиться Національне свято шоколаду, на якому збираються найкращі виробники цукерок та шоколадних виробів з усієї України. Учасники свята можуть насолодитися різноманітними ласощами, а також побачити виставку шоколадних скульптур та інсталяцій.

За даними Державної статистичної служби, станом на початок 2020 року в Україні було зареєстровано 57 712 закладів ресторанного господарства. Найбільше з них розташовано в Київській області, а найменше - у Тернопільській, де їх кількість становить 4505 і 769 відповідно. У чотирьох областях кількість закладів перевищує середній показник по Україні в цілому,

зокрема в Київській, Одеській, Харківській та Львівській. Це може бути пояснено високою туристичною привабливістю цих регіонів та великою кількістю туристичних потоків, особливо у Львівській, Одеській та Київській областях. Крім того, значним фактором є чисельність населення адміністративних центрів областей, де сконцентрована більшість закладів ресторанного господарства.

Станом на 2020 рік, Київ, Одеса та Харків нараховували понад мільйон мешканців. В Україні активно розробляється концепція гастрономічного туризму, яка включає в себе дорожню карту та буде введена до загальнодержавної стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Згідно з Національною туристичною організацією України, 2018 рік був проголошений Роком гастротуризму, і було проведено безліч тематичних заходів. Експерти та ресторатори вважають, що гастрономічний туризм є одним з найперспективніших видів туризму в Україні, який може привернути увагу світового ринку. Дослідження показують, що туристичні потоки збільшуються саме в тих регіонах, де проводяться тематичні ярмарки, тури, народні свята і фестивалі [41].

На сьогоднішній день українські фестивалі борщу користуються популярністю серед туристів, зокрема найбільш відомий з них відбувається у селищі Борщів на Тернопільщині.

У Поліссі славляться врожаями картоплі та стравами з неї, в Коростені щороку влаштовують фестиваль Деруна, на Закарпатті відомий фестиваль "Берлибаський банош", у Полтаві регулярно проводять фестиваль галушок, а у Луцьку щорічно організовують фестиваль національної кухні з варениками в головній ролі. Навіть у Канаді, у місті Альберта, встановлено дев'ятиметровий пам'ятник варенику, завдяки зусиллям української діаспори.

Це лише частина заходів, які проводяться в Україні для розвитку гастрономічного туризму. Регіони країни можна поділити на три групи за кількістю гастрономічних фестивалів та подій:

Українські гастрономи активно просувають українську кухню через створення власних ресторанів, таких як "Остання Барикада", "Сто років тому вперед", "Батьківська хата", "Грибова хата" та інші.

Позитивним трендом є те, що багато з цих ресторанів не лише пропонують страви української кухні взагалі, але також враховують внутрішньорегіональні особливості. Наприклад, ресторани гуцульської кухні популярні не лише в Карпатах, але й у інших частинах України, таких як ресторани "Кіфлик" і "Барви" у Києві. Мережа ресторанів "Чорноморка" пропонує Причорноморську кухню у великих містах України.

Українські ресторани також привертають міжнародних шеф-кухарів, що стає все популярнішим явищем. Однак, національні страви краще всього готують власні представники культури. Наприклад, у ресторані японської кухні San Tori працює шеф-кухар із Японії Такаши Кобаяші. Французький шеф Жан-Луї Дюжер працює у ресторані "Прованс" у Черкасах. Також грузинські кухарі Тимур Гомурашвілі та Трістан працюють у ресторанах національної грузинської кухні.

Світова тенденція до здорового способу життя також відзначається у ресторанному бізнесі України, де багато закладів пропагують здорове харчування. Прикладами таких закладів можуть бути мережеві ресторани Fresh Line, Salateira, Salatnik.

Впровадження новітніх тенденцій у галузі гостинності вказує на необхідність гармонійного розвитку ресторанного сектору, що є актуальним на майбутнє. Підвищення якості ресторанних послуг починається з використання місцевих страв, приготованих за традиційними рецептами, що сприяє створенню ресторанного бренду регіону. Ці інновації дозволять ресторанним брендам не лише займати високі позиції на ринку, а й відповідати світовим стандартам обслуговування. Тому розуміння потреб та уподобань туристів у харчуванні місцевими стравами має велике значення для ресторанного бізнесу через формування їхнього бренду [46].

Сьогодні галузь гостинності є важливою складовою нашого життя. Кожен день тисячі людей подорожують та користуються послугами готелів та ресторанів. Туризм став важливою галуззю економіки, яка приносить значні доходи. Одним з видів туризму є гастротуризм, який набирає все більшого популярності, і розвиваються нові форми гастрономічного туризму. Наразі існує багато гастрономічних турів, під час яких туристи можуть скуштувати національні страви, брати участь у фестивалях та ознайомитись з історією та рецептами кухні.

Існують п'ять ключових напрямків розвитку інновацій у ресторанній галузі, які варто відзначити:

Розширення асортименту сировини (використання біологічно активних добавок, вторинних продуктів переробки, екзотичних продуктів та інше).

Використання передових технологій у галузі.

Впровадження автоматизованих систем контролю та управління, високоефективної контрольної-вимірювальної апаратури.

Впровадження новітніх кулінарних технологій та напрямків (креативна, еклектична, вегетаріанська кухня тощо), які відповідають сучасним тенденціям у ресторанному бізнесі.

Розробка асортименту конкурентоспроможної продукції з високими стандартами якості та обслуговування [50].

Потреба у впровадженні та розвитку цих напрямків обумовлена, по-перше, сучасними модними тенденціями у галузі ресторанного бізнесу для створення конкурентоздатних підприємств. По-друге, вони відповідають потребам сучасного споживача. Ці інновації не лише забезпечують вигоду виробникам, а й задовольняють потреби споживачів у якісному харчуванні та розвагах, що сприяє збільшенню прибутку. Вивчення цього питання є актуальним для популяризації нового підвиду гастрономічного туризму - ресторанного.

Аналізуючи питання харчування туристичних груп, ми звернули увагу на пропозиції ресторанів. Зокрема, Львів та Львівська область є добре розвиненими у цьому напрямку, пропонуючи широкий вибір страв, від національних до екзотичних, що задовольняють різноманітні смаки.

"Кумпель" - це перший у Львові ресторан-пивоварня, де пропонується широкий вибір місцевого пива, що вариться безпосередньо на місці, а також традиційні галицькі страви. Цей заклад відомий своєю аутентичною кухнею та атмосферою пивоварні 19-20 століть.

"Голодний Микола" - найбільший у світі ресторан галицької кухні, де можна скуштувати різноманітні галицькі страви та ковбаси виробництва власного. Заклад відомий також своїм унікальним ставком, де можна самостійно виловити рибу для приготування.

Ці заклади створюють максимальні умови для комфортного відпочинку, пропонуючи широкий вибір страв і розваг для дорослих та дітей.

Ресторація Бачевських є відданою спадкоємицею родини Бачевських, відомих меценатів і громадських діячів Львова, які мешкали у місті з кінця 18 до першої половини 20 століття. Вони заснували одну з перших у світі фабрик горілки у 1782 році та експортували її з Львова по всьому світу.

Кухня у Ресторані Бачевських - це синтез смаків та кулінарних традицій різних етносів, які проживали у Галичині: українців, поляків, євреїв, вірмен та впливів Австро-Угорської імперії.

Гастрономія тут - це нова галицька кухня, де традиційні рецепти переосмислюються у сучасних авторських інтерпретаціях.

"Підпільний Кіндрат" - це ресторан галицької кухні з найбільшою кількістю настоянок. Це єдине місце, де можна насолодитися "самогоном" з "самогонного апарату" та спробувати різноманітні страви, які приготовані зі свіжих інгредієнтів.

"Трапезна ідей" - це сімейний ресторан української кухні, розташований у пивницях колишнього монастиря отців Бернардинів.

Тут можна смакувати традиційні галицькі страви та насолоджуватися атмосферою спокою та затишку.

"Бойківська гостина" є закладом, який пропонує здорову та смачну карпатську кухню, приготовану з місцевих продуктів. Це особливе місце, яке з радістю зустріне, нагодує та зачарує своїми стравами і привабливістю Бойківщини та її культурою! Ресторан розповідає про історію найбільшої групи українців-горян, які мешкають серед чарівних карпатських гір у Середніх Бескидах. Вони були відомі своєю простою та надзвичайно смачною кухнею, готуючи страви зі своїх власних продуктів. Ми поважаємо та бережемо ці традиції, тому використовуємо лише місцеві продукти, щоб створити автентичний смак!

Одним із заходів для популяризації та розвитку гастрономічного туризму в Україні є створення додатка, що містить опис страв, їх рецепти, перелік закладів гостинності, де їх можна спробувати, та інформацію про фестивалі їжі. Цей додаток може бути доступний у Google Play або App Store. Співпраця з відомими кухарями з усього світу, зокрема замовлення реклами на приготування традиційних українських страв у прямому ефірі, допоможе розповісти про смачні українські страви широкому загалу.

Проаналізовано можливості закладів ресторанного господарства, виділено окремі сегменти, які спеціалізуються на національній та етнічній кухні: «Кумпель», «Голодний Микола», «Ресторація Бачевських», «Підпільний Кіндрат», «Трапезна ідей», «Бойківська гостина» та інші [54].

«Кумпель» - перший у Львові ресторан-пивоварня з великим вибором якісного пива, вареного на місці, де кожен гість може відчутти атмосферу варіння пива та батярської культури. Крім того, «Кумпель» славиться своєю аутентичною галицькою кухнею, яка поєднує в собі регіональні рецепти, такі як флячки, часникова зупа, карманадля, банош, андрути та інші, з вишуканим сервіруванням.

Велика увага приділяється також пивному виробництву, що робить цей заклад особливо привабливим для любителів пива. Інтер'єр ресторану відповідає класичним традиціям пабу 19-20 століття, де на стінах представлена колекція пивних костерів з різних броварень [46].

"Голодний Микола" - найбільший ресторан галицької кухні у світі. Тут гостей чекає широкий вибір страв: від традиційних галицьких зуп до м'ясних, рибних страв, ковбас власного виробництва, закусок, пирогів, баношів та бігусів.

Завдяки ресторанній пивоварні "Кумпель" завжди можна насолодитися свіжим пивом, а також великим вибором вин та горілки "Бачевські". Особливістю закладу є подвійний ставок з фореллю, де кожен може спробувати свої сили у риболовлі. Рибу можна приготувати за різними рецептами - смаженою, вареною, печеною на відкритому вогні чи на мангалі.

Для гостей з іменем Микола є особливі зручності та компліменти, а їхні портрети можуть стати частиною Музею Микол. Зручності для відпочинку з дітьми включають великий дитячий майданчик, міні-зоопарк та дитячу кімнату всередині ресторану зі зручними меблями та іграшками. Крім того, є спеціальне дитяче меню, яке задовольняє смаки дітей та корисне для їхнього здоров'я.

Ресторація Бачевських присвячена відомій родині Бачевських - меценатам та громадським діячам Львова, які проживали у місті від кінця до першої половини 20 століття. Вони були засновниками однієї з перших у світі фабрик горілки у 1782 році та експортували її з Львова по всьому світу.

2.2. Економічні засади організації розвитку гастрономічного туризму в Львівській області

Нами було розроблено SWOT – аналіз економічної ефективності розвитку гастрономічного туризму в Львівській області (таблиця 2.1.)

SWOT-аналіз економічної ефективності розвитку
гастрономічного туризму в Львівській област

Сильні сторони	Слабкі сторони
Багатий культурно-історичний потенціал (музеї, пам'ятки, фестивали тощо)	Недостатня розробка та просування гастрономічних турпродуктів
Розвинена транспортна та туристична інфраструктура (аеропорти, дороги, готелі тощо)	Низька якість обслуговування та стандартизація гастрономічних послуг
Наявність регіональних особливостей у національній кухні (пироги, узвар, сало тощо)	Обмежений асортимент та доступність сировини для гастрономічних послуг
Високий рівень інтересу до гастрономічного туризму серед внутрішніх і зовнішніх гостей	Недостатня кваліфікація персоналу і низький рівень інноваційності
Можливості	Загрози
Розширення асортименту та якості гастрономічних турпродуктів з урахуванням потреб та очікувань гостей	Зростання конкуренції з боку інших регіонів і країн
Використання сучасних технологій та маркетингових інструментів для просування гастрономічного туризму	Негативний вплив пандемії COVID-19 на туристичну галузь та загрози, спричинені повномасштабної війни
Залучення державної підтримки та сприяння розвитку гастрономічного туризму	Зміна споживчих уподобань та цінностей гостей
Співпраця з місцевими громадами та стейкхолдерами для створення унікального гастрономічного досвіду	Погіршення екологічної ситуації в регіоні

РОЗДІЛ 3.

ПРАКТИЧНІ ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Наша думка полягає в тому, що кожен регіон має потенціал для розвитку, але не всі здійснюють дії для його поліпшення. Однак, ми можемо визначити певні області, які активно розвиваються і вже мають певні досягнення.

Наприклад, у Львові відбувся круглий стіл на тему "Тенденції та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Львівській області". Гастрономічний туризм визнаний як ключовий аспект стратегії розвитку туризму у Львівській області до 2025 року. Учасники обговорили різноманітні проекти з розвитку гастрономічного туризму в регіоні, включаючи ініціативу "Гастро-гід Львівська область", яка презентувала свій потенціал та досягнення за перші три місяці. Один з ініціаторів проекту підкреслив, що "місцева кухня відкриває безмежні можливості для дослідження та відкриття нового і невідомого". Вони висловили бажання розширити внутрішній ринок туристичних послуг у Львівській області та закликали представників сектору ручного виробництва, туристичного бізнесу та рестораторів долучитися до їхньої ініціативи. Також обговорювалися можливості включення закладів гастрономії та виробництва унікальних продуктів до туристичних маршрутів та включення проекту "Гастро-гід Львівська область" до Стратегії розвитку туризму.

У майбутньому також слід розглядати можливості стимулювання будівництва та реконструкції туристичних об'єктів, зокрема гастрономічних закладів. Особливу увагу потрібно звертати на якість туристичних послуг, особливо у сегменті спеціалізованого туризму, де більший акцент робиться на якість, а не на ціну.

Основні стратегічні напрями розвитку гастрономічного туризму в Україні включають загальнодержавну та регіональну підтримку туризму, розвиток

туристичної інфраструктури, пріоритетність внутрішнього та іноземного туризму, інформаційно-рекламну та маркетингову діяльність, а також підготовку кваліфікованих кадрів.

Також варто звернути увагу на села та малі міста України, де збереглися давні традиції. Проект розвитку малих міст вже існує, але його потенціал у гастрономічному туризмі ще не повністю використаний.

Щодо варіантів розширення гастрономічної сфери, можна запропонувати створення туристичного продукту, що відображатиме природні та культурні особливості України. З урахуванням вигідного географічного положення країни, можна розробити маршрут, де основним засобом пересування буде водний транспорт, а головними атракціями - гастрономічні враження. Це дозволить поєднати різноманітні види туризму, зосередившись переважно на гастрономічних експеріенсах.

В якості місць надання послуг можуть виступати річкові та морські судна, що пропливають по водних шляхах України, зокрема, по головній водній артерії країни - Дніпру, з використанням гастрономічних та виноробних елементів. Такий продукт, порівняно з традиційним круїзом, дозволить розширити програму подорожі та врахувати потреби різних груп туристів за віком.

Однак головні виклики полягають у сезонності та фінансуванні. Для подолання цих перешкод можна презентувати продукт як частину міжнародного туризму, поєднуючи водний та морський туризм з відвіданням сусідніх країн через море, наприклад, Болгарію, або навіть по суші - Румунію. Таким чином, на борту судна можна презентувати українську кухню з елементами культурних особливостей регіонів, куди направляється судно.

Отже, очевидно, що гастрономічний туризм має значний потенціал для розвитку та популяризації як серед місцевого населення, так і на міжнародному рівні.

Нам потрібно лише пропонувати нові ідеї для розвитку та активно залучати інвесторів, які створять нові кластери та платформи в галузі туризму загалом і, зокрема, в гастрономічному туризмі.

Експерти туристичної галузі виокремлюють такі сучасні глобальні тенденції розвитку гастрономічного туризму: Ринок гастрономічного туризму є динамічно зростаючим сегментом туристичного ринку. "Гастрономічні" туристи - це особи, які відкривають для себе автентичність відвідуваних місць через кулінарні враження. Основою гастрономічних пропозицій є територія, що відрізняється і створює локальну ідентичність через екологічні, культурні та історичні особливості.

Ключовим елементом гастрономічного туризму є продукт, який дозволяє ідентифікувати територію та створювати унікальні туристичні пропозиції.

Гастрономічний туризм сприяє стійкому розвитку, вирішуючи проблеми культури та середовища. Ці пункти не передбачають простої комерціалізації кулінарної спадщини, але спрямовані на створення нових пропозицій та збільшення існуючих з огляду на стійкість та збереження автентичності.

Стандарти якості грають важливу роль у розвитку гастрономічного туризму. Туристичні місця повинні працювати над різними аспектами якості, такими як захист та визнання місцевих продуктів, конкурентність пропозицій, професіоналізм персоналу, захист прав споживачів та задоволення потреб.

Важливим елементом в рекламі гастрономічного туризму є достовірний опис пропозицій туристичних місць. Туристичний досвід починається задовго до самої подорожі, коли мандрівник шукає інформацію, порівнює варіанти та готується до поїздки. Цей процес завершується лише після подорожі, коли турист оцінює свої враження та ділиться ними через соціальні мережі. Ключову роль у створенні гастрономічного іміджу туристичного місця відіграють шеф-кухарі, засоби масової інформації, туристичні гіді, гастрономічні блоги та соціальні мережі.

Співпраця між всіма учасниками туристичного місця (виробниками продуктів, фермерами, кухарями, рестораторами, готельєрами, представниками державних органів тощо) є ключовим елементом у створенні гастрономічного туристичного продукту.

В результаті впровадження нових технологій виникли онлайн гастрономічні тури, які організуються за допомогою служб доставки їжі, мобільних додатків і програм для організації відеоконференцій. Наприклад, під час карантину туристична компанія Ukraine Travel Lab з Львова впровадила онлайн дегустації напоїв і страв. Соціальні мережі відкривають широкі можливості для суб'єктів туристичної галузі в організації гастрономічного туризму. Маркетинг у соціальних мережах розглядається як найбільш ефективний інструмент просування туристичного продукту, включаючи гастрономічний. Facebook та Instagram є найбільш ефективними платформами для розвитку гастрономічного туризму в Україні. Пандемія значно прискорила перехід до цифрової реклами, зокрема в галузі гостинності.

Сучасна гастрономічна культура не обмежується лише приготуванням і споживанням їжі, але також охоплює спостереження та створення тематичних фото і відео. Фотографування їжі перед споживанням стало ритуалом, який активно поширюється через соціальні мережі. Потенційні споживачі хочуть не лише прочитати про страву або побачити професійні фотографії, але й подивитися на неї очима інших споживачів, які зробили і поширили відповідні авторські зображення або відео у соцмережах.

Важливою стадією у розвитку гастрономічного туризму на регіональному рівні є створення бренду, зокрема територіального. Гастрономічна культура регіонів є одним з найяскравіших аспектів брендування туристичних напрямків, і є приклади успішного застосування цього підходу, зокрема в Львові («Місто кави»).

ВИСНОВКИ

Отже, у цьому дослідженні ми розглянули основні напрями, можливості та проблеми розвитку гастрономічного туризму як у світі, так і в Україні. Ми розглянули різноманітні концепції та класифікації цього виду туризму та встановили, що поняття "гастрономічний туризм" не має однозначного визначення через його новизну та різноманітність підходів у наукових дослідженнях. Основуючись на дослідах українських вчених, ми пропонуємо нашу власну дефініцію гастрономічного туризму. Згідно з нею, гастрономічний туризм - це форма подорожі, під час якої туристи задовольняють свої культурні та гастрономічні інтереси, вивчаючи кухню та культуру певної країни, в тому числі й своєї власної, та пізнаючи її звичаї та традиції.

Крім того, ми провели аналіз динаміки розвитку гастрономічного туризму у світі та в Україні і визначили, що цей вид туризму є найбільш популярним у таких країнах, як Франція, Таїланд, Італія, Греція, Китай, Японія та Німеччина. Щодо України, гастрономічний туризм на сьогодні не є пріоритетним напрямом туристичної сфери і має обмежену мережу розвитку. Найбільш популярними серед іноземних туристів регіонами на сьогоднішній день є: місто Київ, Львівська область, Івано-Франківська область та Одеська область.

Основними викликами, що ускладнюють розвиток гастрономічного туризму в наш час, є: недостатньо розвинута туристична інфраструктура; економічна та політична нестабільність у країні; неефективне втілення механізму пріоритетів державної політики в сфері організації туристичних послуг; відсутність системного погляду на країну як перспективного туристичного напрямку; недосконала реклама українських туристичних центрів за кордоном та інші проблеми.

З урахуванням цих негативних аспектів гастрономічний туризм в Україні, а також загалом туристична галузь, затримується у своєму розвитку. Це не лише

стосується міжнародного туризму, а й внутрішнього, який зустрічає багато перешкод. Серед них: недосконалість нормативно-правової бази; обмежений вибір доступних послуг; відсутність явища масового туризму в Україні та низька платоспроможність основної частини населення.

Виявили тенденції та майбутні перспективи розвитку гастрономічного туризму наступним чином:

Гастрономічний туризм є динамічно розвиваючимся сегментом туристичного ринку, привертаючи увагу все більшої кількості туристів.

"Гастрономічні" туристи цінують нові форми культурного досвіду, що включають у себе відчуття місцевості через їжу.

Ключовим елементом гастрономічних пропозицій є терруар, що відрізняється у кожній локації та стає джерелом місцевої ідентичності.

Ефективність гастрономічного туризму залежить від вибору продуктів, які визначають туристичний продукт та характеризують територію.

Гастрономічний туризм може сприяти розв'язанню культурних та екологічних проблем, створюючи збалансовані економічні рішення.

Якість є ключовим фактором для гастрономічних туристичних місць, що вимагає захисту місцевих продуктів, розвитку конкурентоспроможних пропозицій та професіоналізму персоналу.

Пов'язаність. Туристичні місця повинні створити автентичний та достовірний опис своїх пропозицій на ринку гастрономічного туризму. В сучасному світі досвід подорожі не обмежується лише фактичними днями подорожі, а починається набагато раніше - з підготовки до подорожі (тут турист збирає інформацію, порівнює, робить покупки).

Ключову роль у формуванні гастрономічного іміджу туристичного місця у Львівській області відіграють відомі кухарі, ЗМІ, туристичні гіді, гастрономічні блоги та активні соціальні мережі.