

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:

«Розроблення гастрономічного туру територією Львівської області
та організація його ефективної реалізації на ринку країн ЄС»

Студента 4 курсу, 21 групи,
освітнього ступеня «бакалавр»
спеціальності 242 «Туризм»
освітньої програми
«Міжнародний туризм»

Нанка Анна
Олександрівна

підпис студента

Науковий керівник
к.е.н.,
доцент

Жученко Валентина
Григорівна

підпис керівника

Гарант освітньої програми
канд. держ. упр.,
доцент

Кравцов Сергій
Станіславович

підпис керівника

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет
Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу

Кафедра туризму та рекреації

Освітній ступінь «бакалавр»

Спеціальність 242 «Туризм»

Освітня програма «Міжнародний туризм»

Затверджую

Зав. кафедри

Т.І. Ткаченко

«__» _____ 2023 р.

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу студентіві

Нанка Анна Олександрівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

Розроблення гастрономічного туру територією Львівської області та організація його ефективної реалізації на ринку країн ЄС

Затверджена наказом ДТЕУ від «01» листопада 2023 р. № 2900

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 02.06.2023 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

Мета роботи є розробка гастрономічного туру територією Львівської області та організація його ефективної реалізації на ринку країн ЄС з використанням теоретичних, методологічних та практичних положень та методів дослідження.

Об'єкт дослідження є гастрономічний туризм на території Львівської області.

Предмет дослідження є процес розроблення та ефективної реалізації гастрономічних турів на ринку країн ЄС.

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

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБЛЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЙОГО ЕФЕКТИВНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ НА РИНКУ КРАЇН ЄС

1.1. Нормативно-правове поле, понятійний апарат, класифікації та індикатори оцінки предметної області гастрономічного туризму

1.2 Аналіз ринку гастрономічного туризму та його сегментів

1.3. Аналіз ресурсного потенціалу Львівської області для розроблення гастрономічного туру

РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЙОГО ЕФЕКТИВНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ НА РИНКУ КРАЇН ЄС

2.1. Обґрунтування маршруту гастрономічного туру

2.2. Розробка програми гастрономічного туру

2.3. Маркетингові заходи для просування гастрономічного туру на цільових сегментах

2.4. Економічне обґрунтування розроблення гастрономічного туру

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

5. Календарний план виконання роботи

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1.	Вибір і затвердження теми випускної кваліфікаційної роботи	01.09.2022 – 01.11.2022	01.11.2022
2.	Оформлення і затвердження завдання на роботу	02.11.2022 – 02.12.2022	02.12.2022
3.	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	03.12.2022- 10.02.2023	10.02.2023
4.	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	11.02.2023 – 21.04.2023	21.04.2023
5.	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи	22.04.2023 – 08.05.2023	08.05.2023
6.	Представлення роботи на кафедру та попередній захист у комісіях	09.05.2023- 22.05.2023	22.05.2023
7.	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	23.05.2023 – 01.06.2023	01.06.2023
8.	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедру	до 02.06.2023	02.06.2023
9.	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	20.06.2023

6. Дата видачі завдання «01» листопада 2023 р.

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи _____ В.Г. Жученко

(підпис, прізвище, ініціали)

8. Гарант освітньої програми _____

С.С. Кравцов

(підпис, прізвище, ініціали)

9. Завдання прийняв до виконання студент _____

А. О. Нанка

(підпис, прізвище, ініціали)

10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи

Випускна кваліфікаційна робота Нанки Анни Олександрівни виконана на тему «Розроблення гастрономічного туру територією Львівської області та організація його ефективної реалізації на ринку країн ЄС» у терміни із запізненням, які визначені календарним графіком. Здобувач опрацювала масив інформаційних джерел, який має опосередковане відношення до теми дослідження та які розкривають сутність туризму, а саме його різновиду – гастрономічного туризму. Узагальнено підходи до його тлумачення та розкриті його особливі аспекти. Досліджено туристично-ресурсний потенціал Львівської області для розвитку гастрономічного туризму та запропоновано тур, обґрунтовано заходи щодо його реалізації для туристів країн Євросоюзу.

Робота частково відповідає вимогам, що висуваються до такого типу робіт, студентка не взяла до уваги всі рекомендації керівника, що могли б покращити роботу. Після перевірки роботи на унікальність тексту виявлені недоліки усунені. Електронну версію випускної кваліфікаційної роботи отримано для передачі до репозитарію ДТЕУ.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи _____ В.Г. Жученко
(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист _____

(підпис, дата)

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента А.О. Нанки може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми _____ С.С. Кравцов
(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____ Т.І. Ткаченко
(підпис, прізвище, ініціали)

« _____ » 2023 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБЛЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЙОГО ЕФЕКТИВНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ НА РИНКУ КРАЇН ЄС	9
1.1. Нормативно-правове поле, понятійний апарат, класифікації та індикатори оцінки предметної області гастрономічного туризму	9
1.2. Аналіз ринку гастрономічного туризму та його сегментів.....	13
1.3. Аналіз ресурсного потенціалу Львівської області для розроблення гастрономічного туру.....	25
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЙОГО ЕФЕКТИВНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ НА РИНКУ КРАЇН ЄС.....	311
2.1. Обґрунтування маршруту гастрономічного туру.....	311
2.2. Розробка програми гастрономічного туру.....	334
2.3. Маркетингові заходи для просування гастрономічного туру на цільових сегментах.....	446
2.4. Економічне обґрунтування розроблення гастрономічного туру	500
ВИСНОВКИ	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	55

ВСТУП

У сучасному світі туризм стає все більш важливим сектором економіки, що відкриває нові можливості для розвитку регіонів та підвищення життєвого рівня населення. Гастрономічний туризм, який поєднує в собі відвідування різноманітних місцевих ресторанів та закладів харчування, сприяє знайомству з традиційною кухнею та культурою країни. Львівська область має величезний потенціал для розвитку гастрономічного туризму, оскільки є володарем унікальної культурної спадщини та різноманітних кулінарних традицій.

Актуальність даної теми полягає у тому, що гастрономічний туризм стає все популярнішим напрямом для туристів, які шукають нових вражень та бажають поглибити своє розуміння культури країни через її кулінарні традиції. Львівська область має великий потенціал у галузі гастрономічного туризму, який досі не використовується на повну міру. Ця робота спрямована на виявлення можливостей для розвитку гастрономічного туризму в регіоні та розроблення стратегії його просування на ринку країн Європейського Союзу, що забезпечить підвищення конкурентоспроможності Львівської області в галузі туризму.

Такі вчені, такі як Бейдик О. О., Власенко І. В., Вовк К. М., Горшкова Л. О., Коротун С. І., Кравець О. М., Крупа І. М., Кудінова І. П., Мальська М. П., Ніколаєв Ю. О., Олійник В. В., Писарева І. В., Смаль І. В., Тищенко П. В. та інші вже зосередили свою увагу на гастрономічному туризмі та його розвитку в сучасних умовах. Однак, поряд зі зростанням інтересу до гастрономічного туризму у світі та в Україні, питання щодо внутрішнього механізму функціонування та організації на місцевому рівні в науковій літературі висвітлені недостатньо, що визначає актуальність даної кваліфікаційної роботи.

Об'єктом дослідження є гастрономічний туризм на території Львівської області.

Предметом дослідження – процес розроблення та ефективної реалізації гастрономічних турів на ринку країн ЄС.

Метою дослідження є розробка гастрономічного туру територією Львівської області та організація його ефективної реалізації на ринку країн ЄС з використанням теоретичних, методологічних та практичних положень та методів дослідження.

Для досягнення мети дослідження було поставлено такі завдання:

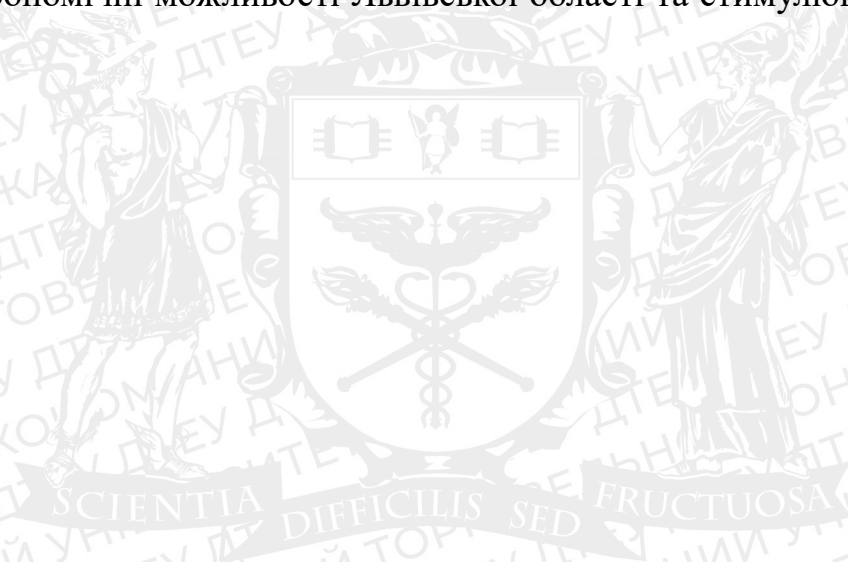
- Вивчити нормативно-правове поле, понятійний апарат, класифікації та індикатори оцінки предметної області гастрономічного туризму, що допоможе сформувавши теоретичну базу дослідження.
- Проаналізувати ринок гастрономічного туризму та його сегментів, щоб визначити найперспективніші напрямки та можливості розвитку гастрономічних турів.
- Здійснити аналіз ресурсного потенціалу Львівської області для розроблення гастрономічного туру, враховуючи географічні, культурні та інфраструктурні особливості регіону.
- Обґрунтувати маршрут гастрономічного туру, спираючись на аналіз ресурсного потенціалу та ринкових можливостей.
- Розробити програму гастрономічного туру, яка включатиме маршрут, дати проведення, розклад та опис дій та подій.
- Розробити маркетингові заходи для просування гастрономічного туру на цільових сегментах, забезпечуючи привабливість пропозиції для потенційних туристів та партнерів.
- Провести економічне обґрунтування розроблення гастрономічного туру, враховуючи витрати на організацію, просування та експлуатацію, а також очікувані доходи та економічні наслідки для регіону.

Для реалізації цих завдань у роботі використовувалися такі методи дослідження: аналіз наукової літератури, нормативно-правових документів, статистичних даних; порівняльний аналіз.

Теоретична значимість дипломної роботи полягає в аналізі сучасних наукових підходів до розробки та організації гастрономічних турів, а також вивченні специфіки гастрономічного туризму на території Львівської області.

Робота дасть можливість систематизувати наявні знання з цієї тематики, а також виявити прогалини в наукових дослідженнях, що вимагають подальшого вивчення.

Практична значимість дослідження полягає в розробці конкретного гастрономічного туру, який відображає особливості та потенціал Львівської області в галузі гастрономічного туризму. Результати роботи можуть бути використані туроператорами, агентствами та іншими зацікавленими сторонами для реалізації цього туру на ринку країн ЄС. Крім того, пропонувані маркетингові заходи допоможуть підвищити обізнаність потенційних клієнтів про гастрономічні можливості Львівської області та стимулювати попит на такі тури.



РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБЛЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЙОГО ЕФЕКТИВНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ НА РИНКУ КРАЇН ЄС

1.1. Нормативно-правове поле, понятійний апарат, класифікації та індикатори оцінки предметної області гастрономічного туризму

Гастрономічний туризм - це вид туризму, який зосереджується на відвідуванні різних країн і регіонів з метою вивчення їх кухонь, вина, місцевих продуктів і кулінарних традицій. Розглянемо основні поняття, пов'язані з гастрономічним туризмом [18]:

- Гастрономія: наука і мистецтво приготування їжі, включаючи вивчення різних кухонь, продуктів, кулінарних методів, рецептів та історії їжі.
- Кулінарний тур: організована подорож з метою відвідування ресторанів, ринків, фестивалів та інших гастрономічних заходів.
- Винний туризм: вид гастрономічного туризму, який фокусується на відвідуванні виноробів, дегустації вина та вивченні виноробних традицій.
- Місцеві продукти: харчові продукти, які характерні для певного регіону і зазвичай не доступні або рідкісні в інших місцях.
- Кулінарні традиції: способи приготування їжі, рецепти, інгредієнти та страви, які є характерними для певної культури або регіону.
- Гастрономічні маршрути: туристичні маршрути, які проходять через місця, де можна спробувати місцеві страви, відвідати ресторани, ринки або фестивалі.
- Кулінарні майстер-класи: навчальні сесії, де учасники навчаються готувати певні страви під керівництвом професійного кухаря або майстра кулінарії.
- Фуд-туризм: альтернативна назва гастрономічного туризму, яка також включає дослідження місцевих продуктів, ринків, ресторанів та кулінарних традицій.

- Фестивали та ярмарки: заходи, на яких представлено місцеві страви, продукти та кухні, і де відбуваються дегустації, майстер-класи та конкурси.
- Сповідь смаку: процес дегустації їжі або напою з метою аналізу його смакових якостей, текстури, аромату та інших характеристик.
- Ферм-туризм: вид туризму, який включає відвідування фермерських господарств, вивчення методів вирощування продуктів, участь у кулінарних заходах та споживання продуктів безпосередньо на фермі.
- Заводський туризм: відвідування фабрик та заводів, де виробляють харчові продукти, з метою ознайомлення з процесами виробництва та історією компаній.
- Міжнародні стандарти: рекомендації та вимоги, які встановлені міжнародними організаціями, для підтримки якості та безпеки продуктів і послуг у гастрономічному туризмі.
- Екотуризм: вид туризму, який враховує вплив на навколишнє середовище, і забезпечує збалансоване співіснування туризму з природою, включаючи гастрономічні аспекти.

Ці поняття допомагають краще зрозуміти гастрономічний туризм, його різні аспекти та можливості для розвитку туристичної індустрії. Гастрономічний туризм сприяє місцевому розвитку, збереженню культурної спадщини, стимулює економічний ріст та сприяє обміну знаннями та досвідом між різними культурами. Він допомагає створювати нові робочі місця, просуває регіональні продукти на світовий ринок та підвищує якість туристичних послуг [19].

У гастрономічному туризмі можна виділити такі цілі:

- Ознайомлення з різними культурами через кулінарні традиції та продукти.
- Підтримка місцевих господарств, фермерів та рестораторів.
- Вивчення нових смаків, технік приготування їжі та рецептів.
- Участь у кулінарних фестивалях, майстер-класах та інших заходах.
- Знайомство з виноробними традиціями, сироварінням, пивоварінням та

іншими виробничими процесами.

– Сприяння сталому розвитку та екологічної відповідальності.

Таким чином, гастрономічний туризм має значний потенціал для розвитку місцевих економік, збереження культурної ідентичності та створення нових можливостей для міжкультурного обміну та співпраці.

Для оцінки предметної області гастрономічного туризму розглянемо ряд класифікацій та індикаторів, які допоможуть нам краще зрозуміти цю сферу.

Традиційні страви та продукти: одним з ключових індикаторів гастрономічного туризму є наявність традиційних страв та продуктів, які характерні для даного регіону. Визначення цих страв та продуктів допомагає туристам відчувати автентичність місцевої культури та смакувати її різноманітність. Оцінюючи наявність та якість традиційних страв, ми можемо перейти до аналізу різних закладів харчування [20].

Заклади харчування: різні типи закладів харчування, такі як ресторани, кафе, бари та винні погреби, є важливою складовою гастрономічного туризму. Вони можуть відрізнятися за атмосферою, меню, рівнем обслуговування та ціновою категорією. Вивчення того, як заклади харчування представляють місцеву кулінарну культуру та відповідають вимогам туристів, може допомогти нам оцінити розвиток гастрономічного туризму в регіоні.

Гастрономічні заходи та фестивалі: гастрономічні заходи та фестивалі, такі як кулінарні конкурси, виставки вина та фуд-фестивалі, також є важливим аспектом гастрономічного туризму. Вони дозволяють місцевим виробникам продуктів та шеф-кухарям представити свої таланти та створюють можливості для відвідувачів спробувати різноманітні страви та напої. Оцінка кількості та якості таких заходів може допомогти нам зрозуміти, наскільки активно регіон просуває свою гастрономічну культуру.

Екскурсійні програми з гастрономічним спрямуванням: екскурсійні програми, які зосереджуються на відвідуванні місцевих ринків, ферм, виробників продуктів, кулінарних майстер-класів та дегустацій, є іншим важливим аспектом оцінки гастрономічного туризму. Аналіз доступних турів та

їх популярності дозволяє нам оцінити, наскільки привабливими є такі програми для туристів та як вони сприяють розвитку гастрономічного туризму.

Маркетинг та просування гастрономічного туризму: цей індикатор включає в себе аналіз стратегій маркетингу та просування, які використовуються для популяризації гастрономічного туризму в регіоні. Наприклад, наявність інформаційних матеріалів, соціальних медіа, спеціалізованих сайтів та блогів, які просувають гастрономічні можливості регіону. Аналіз ефективності цих інструментів дає змогу виявити слабкі місця та вдосконалити стратегії просування гастрономічного туризму [21].

Задоволеність туристів та відгуки: задоволеність туристів та їх відгуки є важливим аспектом оцінки успіху гастрономічного туризму. Відгуки можуть надаватись через різні канали, такі як онлайн-платформи, опитування, соціальні медіа та інше. Враховуючи відгуки, можна визначити, наскільки добре регіон задовольняє очікування туристів, а також виявити можливі проблеми, над якими потрібно працювати.

Економічний вплив гастрономічного туризму: останнім, але не менш важливим аспектом оцінки гастрономічного туризму є його економічний вплив на регіон. Це може включати в себе аналіз прибутків від гастрономічних туристичних послуг, створення нових робочих місць, зростання інвестицій та ін. Вивчення економічних показників допомагає зрозуміти, наскільки гастрономічний туризм є важливим сектором для регіону та як він сприяє його загальному розвитку.

Сталість та екологічність гастрономічного туризму: Ще одним важливим аспектом оцінки гастрономічного туризму є його сталість та екологічність. Це включає в себе аналіз способів, якими гастрономічний туризм сприяє збереженню навколишнього середовища, підтримці місцевих господарств та зміцненню культурного різноманіття. Вивчення практик сталого розвитку та екологічних ініціатив у секторі гастрономічного туризму допомагає оцінити, наскільки регіон зосереджений на створенні довгострокового позитивного впливу на місцеві громади та навколишнє середовище.

Інфраструктура та транспорт: Інфраструктура та доступність транспортних засобів також відіграють значну роль у розвитку гастрономічного туризму. Важливо оцінити, наскільки легко туристи можуть дістатися до гастрономічних пунктів призначення, а також наявність різних видів транспорту, що сприяють комфортному пересуванню відвідувачів. Зручність пересування та доступність інформації про транспорт можуть суттєво покращити загальний досвід туристів.

1.2. Аналіз ринку гастрономічного туризму та його сегментів

Гастрономічний туризм в Україні не настільки поширений, як у багатьох інших країнах Європи, хоча українська кулінарія може похизуватися численними національними стравами, які відомі у всьому світі. Те, що гастрономічні тури пропонуються лише обмеженою кількістю, свідчить про те, що українці колись не були готові витратити кошти на такі подорожі. Однак, у часи військових дій в Україні, українська кухня набуває особливого значення і все більшої ролі.

Цікавість до української культури, традицій та національних кулінарних витворів посилюється серед місцевого населення та громадян інших країн. Це сприяє популярності та розвитку гастрономічного туризму в Україні, який з кожним днем набирає обертів. Відтак, українські кулінарні традиції все більше інтегруються у світову культуру, що підтверджується відкриттям закладів з українською кухнею у різних куточках світу [28].

Отже, гастрономічний туризм в Україні стає все більш актуальним і перспективним напрямком, забезпечуючи не лише знайомство із смачними стравами, а й збереження та популяризацію українських традицій та культурних цінностей.

Як і в будь-якій іншій країні, Україна може похизуватися своїми унікальними характеристиками гастрономічного туризму. По-перше, такий вид туризму сприяє відродженню туристичної галузі, приваблюючи іноземних туристів до України та спонукаючи українців повертатися на батьківщину з

метою відвідування знайомих рідних місць. Безсезонний гастрономічний туризм в Україні дозволяє організовувати такі тури протягом усього року.

Гастрономічні тури надають можливість відкрити для себе історію, культуру та зануритися в повсякденне життя українського народу, відчутти його смаки та стати частинкою процесу приготування страв. Відвідувачі можуть познайомитися з місцевими жителями, що з давніх-давен займалися виробництвом харчових продуктів або вирощуванням сировини та тварин.

В рамках гастрономічного туру, туристи можуть відвідати різні місця виробництва, прийняти участь у дегустаціях національних продуктів та напоїв, а також долучитися до майстер-класів з приготування страв. Це ще дає можливість стати учасниками та відвідати ярмарки, фестивалі та кулінарні шоу [29].

Кожен турист зможе знайти той гастрономічний продукт, який найбільше відповідає його смаку та потребам, пропонуючи при цьому прийнятну ціну.

Розширення туристичних потоків спостерігається особливо в місцях проведення різних державних свят, фестивалів та ярмарок національної кухні, які відображають місцеві традиції та обряди. Україна поступово розширює свій вплив на гастрономічний туризм, і чим більше заходів відбувається на її території, тим більшої уваги привертає ця сфера. Організація гастрономічних подій сприяє створенню нових підприємств та ресторанів, що позитивно підсилює економічний розвиток країни.

За останні роки спостерігається значне збільшення кількості подій, пов'язаних з гастрономією. Україна щорічно стає місцем проведення понад ста різноманітних гастрономічних свят, ярмарків та фестивалів протягом літнього та осіннього сезонів. Вони віддають перевагу виготовленню найвідоміших національних страв, таких як борщ, голубці, деруни, вареники, а також представленню традиційних напоїв: горілки, пива та вина. Більшість фестивалів також пропонують овочі та ягоди, мед, солодощі та інші страви, характерні для української кухні.

Враховуючи ці тенденції, можна стверджувати, що активне проведення

гастрономічних подій допомагає залучити увагу туристів та сприяти розвитку гастрономічного туризму в Україні, а також сприяє економічному зростанню країни.

Західна Україна вважається провідним регіоном у сфері проведення гастрономічних подій, зокрема Закарпатська, Львівська області та столиця країни - Київ. В Україні популярні різні кухні: від української до італійської, кавказької, японської, французької та інших. Однак, місцеві жителі найбільше віддають перевагу закладам національної української кухні.

Кожен регіон України може похизуватися своїми унікальними стравами, відображаючи історію, культурні звичаї та народні традиції. Це створює гастрономічну карту України, де кожна область представлена відповідними стравами [30].

Одним з провідних регіонів гастрономічного туризму, де можна познайомитися з національними традиціями та справжньою українською кухнею, є Закарпаття. Важко уявити візит до цього краю без спроби відтак місцевої кухні, яка вражає своїми різноманітними смаками та колоритними українськими ресторанами. Серед основних страв Закарпаття можна виділити бограч, банош, фрикадельки та інші ексклюзивні делікатеси. Крім того, Закарпаття славиться своїми сирами, особливо фермерськими овечими та козиними, які відрізняються екологічною чистотою, адже тварини пасуться на незабруднених гірських луках.

Львів, відомий як гастрономічна столиця, славиться своїми запашними кавовими напоями та апетитними десертами, такими як львівський шоколад, штрудель та чизкейк. Місцева кухня представляє собою унікальне поєднання українських традицій з польськими, румунськими, австрійськими та єврейськими впливами. Однією з найбільш улюблених страв у Львові є сирник, приготований за особливим рецептом із шоколадними, карамельними чи фруктовими додатками. Не можна не згадати про відмінне львівське пиво, яке користується великою популярністю.

Полтавщина славиться своїми неповторними традиційними варениками та

іншими національними стравами, які не зустрінеш у жодному іншому місті України. Туристи особливо цінують можливість пройти майстер-класи з приготування легендарних полтавських вареників [31].

Одеса вражає своїми смачними морепродуктами (наприклад, мідії) завдяки своєму розташуванню на березі моря. Особливо популярним є плов з мідіями, який подається у різних ресторанах та кафе. Крім того, відвідувачі Одеси можуть насолодитись багатством рибних страв, таких як фарширована риба з декількох видів риби, смажена риба, а також варені маленькі креветки, які тут традиційно називають "краби" та подають як закуску до пива.

Одним з особливостей української кулінарії є великий вибір страв, приготованих з картоплі, а також активне використання різноманітних ковбас, круп, грибів та свинини. Слід зазначити, що національна кухня України багата традиціями різних культур: слов'янської, балтійської, єврейської, а також частково німецької.

Цікаво, що деякі з цих страв спільні з польською та литовською кухнями, проте стародавні українські рецепти вдало збереглися до наших днів і продовжують привертати увагу туристів. У ресторанах, оформлених в національному стилі, відвідувачам пропонують не лише класичні страви, а й витончені дегустаційні меню.

Крім того, можна відвідати агротуристичні комплекси, де використовуються свіжі сільськогосподарські продукти для приготування страв. Тут можна спробувати замісити та спекти хліб за давніми рецептами і методами, приготувати домашні м'ясні делікатеси, зробити сир з коров'ячого чи козячого молока, а також насолодитись солодощами з меду, яблук та журавлини.

Унікальні кулінарні витвори та рецепти, які дійшли до нас із глибини століть, становлять частину нематеріальної культурної спадщини України. Однією з таких перлин є наш борщ [32].

Серед численних національних українських страв та напоїв є декілька, які стали своєрідним «кулінарним брендом» нашої країни, її візитною карткою:

- драники, відомі також як деруни;

- вареники з картоплею та м'ясним фаршем, які подаються з сметаною;
- картопляна бабка, смачна запіканка з тертої картоплі та грудки;
- бігос, страва з квашеної капусти та м'яса;
- мачанка, яка може бути молочною або м'ясною; молочна варіант готується з сиру, молока та вершків і використовується як соус для млинців чи відварених овочів, а м'ясна - це смачні м'ясні обрізки, які запікаються і подаються окремо;
- холодник, освіжаючий овочевий суп на основі кефіру;
- колдуни, схожі на маленькі равіолі;
- домашні ковбаси, відмінні від промислових;
- гомілка, яка складається з частини свинячої гомілки, вареної у спеціальному соусі;
- книш, пиріг зі смачним сиром, варенням чи шкварками;
- цепеліни, картопляні вареники з м'ясним фаршем або грибами;
- смаження, м'ясний пиріг зі соковитим начинкам;
- млинці, приготовані з вівсяних пластівців;
- кулага, солодка страва зі свіжими ягодами.

Проте, попри наявність численних національних страв, гастрономічний туризм в Україні досі не розвинений на відповідному рівні. Є великий потенціал для залучення туристичних потоків шляхом організації гастрономічних заходів, таких як фестивалі, майстер-класи та дегустації національних страв та напоїв у різних регіонах та областях України [33 с. 110-115].

Таким чином, кожен регіон та область має спеціалізуватися на власних унікальних стравах національної кухні, аби привернути увагу туристів та демонструвати багатство кулінарних традицій України. Це сприятиме не лише популяризації української культури, але й розвитку місцевої економіки та зміцненню позицій України на світовій гастрономічній арені [34 с. 112-119].

Для оцінки поточного стану ринку гастрономічного туризму та його

сегментів можна використовувати різні методи, такі як аналіз кількості туристів, що обслуговуються туроператорами та турагентами за видами туризму. Дані про кількість туристів представлені в табл. 1.1, яка допоможе визначити основні тренди та динаміку змін у галузі гастрономічного туризму.

Таблиця 1.1

Кількість туристів, обслугованих туроператорами та тур-агентами, за видами туризму, осіб.

	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, усього	У тому числі		
		в'їзні (іноземні) туристи	в'їзні туристи	внутрішні туристи
2000	2013998	377871	285353	1350774
2001	2175090	416186	271281	1487623
2002	2265317	417729	302632	1544956
2003	2856983	590641	344332	1922010
2004	1890370	436311	441798	1012261
2005	1825649	326389	566942	932318
2006	2206498	299125	868228	1039145
2007	2863820	372455	336049	2155316
2008	3041655	372752	1282023	1386880
2009	2290097	282287	913640	1094170
2010	2280757	335835	1295623	649299
2011	2199977	234271	1250068	715638
2012	3000696	270064	1956662	773970
2013	3454316	232311	2519390	702615
2014	2425089	17070	2085273	322746
2015	2019576	15159	1647390	357027
2016	2549606	35071	2060974	453561
2017	2806426	39605	2289854	476967
2018	4557447	75945	4024703	456799
2019	6132097	86840	5524866	520391

Аналізуючи дані таблиці 1.1, можна зробити наступні висновки щодо туристичного ринку в Україні:

– Ринок туризму в Україні продемонстрував стійкий розвиток протягом останніх двох десятиліть. Загальна кількість туристів, обслугованих

туроператорами та турагентами, зросла в п'ять разів з 2000 року (2 013 998 осіб) до 2019 року (6 132 097 осіб), що свідчить про зростання популярності туристичних послуг та збільшення обсягів ринку туризму в Україні.

– Іноземні туристи проявляють збільшений інтерес до України як туристичної країни. Кількість в'їзних (іноземних) туристів зросла з 377 871 осіб у 2000 році до 86 840 осіб у 2019 році. Це може свідчити про збільшення привабливості України для іноземних туристів.

– Виїзний туризм українців зазнав значного зростання, яке спостерігається з 285 353 осіб у 2000 році до 5 524 866 осіб у 2019 році. Це свідчить про підвищення життєвого рівня населення та збільшення можливостей для подорожей за кордон.

– На ринку гастрономічного туризму в Україні варто звернути увагу на внутрішній туризм. Кількість внутрішніх туристів в Україні зменшувалась протягом останніх двох десятиліть, з 1 350 774 осіб у 2000 році до 520 391 осіб у 2019 році. Причинами можуть бути соціально-економічні фактори та політична ситуація в країні.

Пандемія COVID-19 спричинила надзвичайні виклики для ресторанного бізнесу, змушуючи багато закладів впроваджувати соціальне дистанціювання, перехід на дистанційну роботу і, у деяких випадках, навіть закриватися. Втім, у 2021 році ресторанний сектор показав позитивну динаміку, в основному через підприємства, які успішно адаптувалися до нових умов та відновили свою діяльність після пошкоджень, завданих COVID-19.

Пандемія відчутно ударила по ринку ресторанів у 2020 році, коли влада вводила обмеження на внутрішні та міжнародні пересування, суттєво скорочуючи попит на послуги ресторанів. У 2020-2021 роках Україна стала однією з найбільш вразливих країн Європи щодо ефективності протидії пандемії COVID-19 та підтримки бізнесу. Зокрема, сектор туризму і галузь гостинності опинилися серед найбільш постраждалих від обмежень. Відтак, основні туристичні центри України зазнали значних збитків [35 с. 85-93].

Галузь гостинності України нараховує майже 100 тисяч комерційних

закладів - ресторани, кафе, готелі, туроператори та туристичні агентства. У березні 2020 року всі ці заклади були змушені закритися до літа на час загального карантину. Подальша робота галузі гостинності нагадує синусоїду, з ситуативними підйомами та спадами, які збігаються з послабленням чи посиленням карантинних обмежень, встановлених урядом.

Згідно офіційної інформації, український готельний бізнес за результатами 2020 року зазнав втрат на суму більше \$1,5 мільярда. Це призвело до втрати роботи для понад 400 000 працівників галузі HoReCa. На жаль, індустрія гостинності відомих туристичних міст України переживає складні часи через великі фінансові та інфраструктурні втрати.

У 2020 році, ресторанний бізнес України втратив близько 4 тисяч ресторанів, що становить 20,7% від загальної кількості. За даними на 1 січня 2021 року, в країні нараховувалося 14 786 ресторанів, кафе та барів, порівняно з 18 636 закладами у 2020 році [1]. Це свідчить про скорочення ресторанного ринку майже на 30% і зменшення його ємності до \$0,5 мільярда.

На початку 2020 року приблизно 550 тисяч людей працювали у ресторанному секторі. Однак сьогодні кількість працівників скоротилася на третину. Близько 150 тисяч осіб втратили роботу у ресторанному господарстві внаслідок локдаунів та карантинних обмежень, введених у зв'язку з пандемією COVID-19. Втрати зокрема стосуються кафе та ресторанів, які закрилися внаслідок пандемії, а також працівників, яких звільнили через зниження відвідуваності ресторанів.

Більшість із зазначених працівників не матимуть змоги повернутися до роботи в ресторанному господарстві, оскільки вони вже знайшли роботу в інших галузях. Це призводить до того, що ринок професійної праці, який формувався протягом багатьох років, зазнав значних втрат. У 2021 році це стало великою проблемою для ресторанної галузі, оскільки чимало закладів стикаються з відсутністю професіоналів у своїй сфері [36].

Відновлення ресторанного ринку та його стабільний розвиток потребує часу, зусиль та адаптації до нових реалій. Зокрема, ресторани заклади змушені

переглянути свої підходи до роботи, орієнтуючись на меншу кількість відвідувачів та надання послуг на відстані через додатки для доставки їжі.

Величезні фінансові та інфраструктурні збитки відчула індустрія гостинності в провідних туристичних містах України, таких як Київ, Львів та Одеса, оскільки вона була спрямована на обслуговування туристичних потоків, які постійно збільшувалися до 2020 року. Відзначимо, що після весняного локдауну в цих містах кожен сьомий ресторан (14% від загальної кількості) припинив своє існування. Тим часом, інші заклади харчування скоротились на 12%.

Львів, одне з найпопулярніших туристичних міст у Східній Європі, зокрема завдяки своєму історичному центру, внесеному до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО (Львів – Ансамбль історичного центру, 2021), зазнав значних втрат. Розташування міста біля східного кордону ЄС та доступність недорогих авіарейсів сприяли його інтеграції в пан'європейську міжнародну туристичну індустрію. Львів забезпечує зв'язок з понад сотнею великих міст Великої Британії, ЄС, Туреччини та інших країн Східного Середземномор'я, Кавказу та Аравійського півострова через мережу доступних маршрутів [23]. Враховуючи це, відновлення туристичної індустрії цього регіону має величезне значення для його економічного благополуччя.

За минуле десятиріччя можна спостерігати відбувається динамічний прогрес двох тенденцій світового визнання переваг української кулінарії:

- якісна трансформація громадського харчування з елементу локальної гостинності до потужної туристично-гастрономічної галузі, яка стала одним із ключових брендів (туристичних привабливостей) України на міжнародному туристичному ринку;
- активна глобалізація розвитку української ресторанної інфраструктури на кожному континенті світу.

Популяризація національної кухні та приготування українських страв зараз сприяється воєнними подіями в Україні, а також місцями концентрації масових туристичних потоків з усього світу.

Останніми часами ресторанний бізнес України показує тенденцію стабільного розвитку інфраструктури закладів усіх форматів: від фастфудів до традиційних ресторанів. Проте, через пандемію Covid-19 індустрія гостинності в Україні змушена була повністю призупинити роботу з березня до літа 2020 року на час повного карантину. Внаслідок цього та подальших перерв (вересень 2020 року, січень-лютий 2021 року) туристичні центри України зазнали значних руйнівних втрат. Зокрема, у 2020 році ресторанна галузь України втратила майже 4 тисячі ресторанів (20,7% від загальної кількості). На 1 січня 2021 року існувало 14 786 ресторанів, кафе та барів (на відміну від 18 636 закладів у 2020 році). Ємність ресторанного ринку скоротилася у 2020 році майже на 30% і склала \$0,5 млрд.

Ці числа підкреслюють величезний удар, який завдав пандемії українському ресторанному сектору, але одночасно вони свідчать про силу і відновлювальний потенціал даної галузі. Незважаючи на складні умови, українська кухня продовжує приваблювати туристів з усього світу, а ресторани адаптуються до нових реалій, використовуючи креативні підходи та інновації, щоб забезпечити безперервність своєї діяльності [37].

Під час повного карантину в період березня – травня 2020 року, туристичний сектор Києва зазнав втрат більше \$1,1 млрд. Однак, починаючи з квітня 2021 року, великі міста України, такі як Київ та Харків, виявили плавне відновлення ресторанної сфери. Що цікаво, статистичні дані виявляють новий культурно-гастрономічний тренд для України: на тлі зменшення ринкової частки традиційних ресторанів та кафе з українською та європейською кухнею, найбільше динамічне відродження та розвиток спостерігається у сегменті фастфуду та турецької кухні.

Сьогодні, успіх туристичного центру визначається не лише архітектурною спадщиною, а й різноманітням його гастрономічної культури, а також здатністю закладів ресторанного господарства відобразити етнографічні особливості кухні місцевих жителів.

Українську кухню можна віднести до одних з найбільш різноманітних та

найдавніших кухонь світу з власною історією та унікальними рецептами. Окрім того, новаторство та творчий підхід до української кухні дозволяють їй стати лідером гастрономічної моди серед етнічних кухонь Середземноморського регіону, тим самим забезпечуючи вірність молодого покоління споживачів і гурманів.

Однією з найбільш відчутних світових туристичних та гастрономічних тенденцій на сьогоднішній день є збільшення популярності української кухні та розвиток українських закладів харчування за межами України. Це стало можливим в результаті подій, що відбулись 24 лютого 2022 року, коли Росія почала повномасштабне вторгнення в Україну. Ці події також зумовили визнання споживчих цінностей української кухні на міжнародному рівні.

Україна не тільки займає важливе місце в європейському туристичному та гастрономічному різноманітті, але й має потенціал стати одним з найбільш популярних місць для туризму. Це особливо стосується міст-центрів масового туризму в Україні, де ресторанне господарство грає важливу роль у приваблюванні туристів та забезпеченні їх харчування. На жаль, криза Covid-19 стала великим викликом для ресторанної індустрії. Однак, великі міста України, зокрема Київ та Львів, відіграють важливу роль у подоланні негативних економічних та соціально-психологічних наслідків кризи Covid-19, що демонструється статистичною тенденцією активного зростання та відновлення [38].

Незважаючи на це, ресторанна індустрія України стикалася з кризою неодноразово. Найбільша криза сталася в 2014-2016 роках, але ще більш вразливою стала вона на початку 2022 року, 24 лютого, через гостру фазу континентальної українсько-російської війни та початок повномасштабного вторгнення Росії в Україну. Умови війни та серйозна військово-геополітична та макроекономічна криза стали причиною закриття безпрецедентної кількості закладів ресторанного господарства в більшості міст України, а деякі з них були зруйновані та ушкоджені.

Проте, з травня 2022 року ресторанний бізнес почав показувати ознаки

відновлення від геополітичного шоку. Ресторани знову відкрили свої двері, щоб забезпечити місцеве населення та українську армію харчуванням. Це свідчить про сильний потенціал ресторанного бізнесу в Україні та його здатність адаптуватися до змінних умов і негативних ситуацій. Якщо ресторанна індустрія буде продовжувати розвиватися, то це буде великим кроком до підвищення рівня туристичної привабливості України та підтримки місцевої економіки.

1.3. Аналіз ресурсного потенціалу Львівської області для розроблення гастрономічного туру

За останні роки туризм заслуговує на лідерське місце серед найбільш прибуткових галузей бізнесу, пропонуючи безліч можливостей для інтенсивного розвитку. Важливим елементом рекреаційно-туристичного комплексу України є Львівська область, яка, не без підстав, потрапляє до топ-5 найбільш привабливих туристичних регіонів країни. Це підтверджується статистикою, за якою Львівська область посідає друге місце в Україні за кількістю туристів, які отримали послуги від суб'єктів туристичної діяльності у 2020 році (рис.1.2).

Львівська область продемонструвала свою привабливість для туристів завдяки ряду факторів. По-перше, регіон володіє величезним культурно-історичним потенціалом, що представляється в архітектурних шедеврах, музеях та історичних пам'ятках. По-друге, природні ресурси Львівської області також вражають своєю красою та різноманітністю, пропонуючи відвідувачам можливість насолодитися горами, лісами, озерами та річками.

Львівська область відрізняється своїм багатством не лише історичними та архітектурними пам'ятками, а також культурними скарбами, але й розмаїттям природних ресурсів: цілющими мінеральними водами, лікувальними грязями, сприятливим кліматом, багатими водними та лісовими ресурсами та захоплюючими ландшафтами.

РАНЖУВАННЯ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ У 2020 РОЦІ

КІЛЬКІСТЬ ТУРИСТІВ, ОБСЛУЖЕНИХ СУБ'ЄКТАМИ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

(тис. осіб)



Рис. 1.2 Кількість туристів, які отримали послуги від суб'єктів туристичної діяльності

Ця різноманітність та унікальність рекреаційних ресурсів стимулює активне дослідження області та проведення різноманітних видів діяльності, спрямованих на задоволення пізнавальних, лікувальних, спортивних та духовних потреб відвідувачів.

Тому дослідження сучасних проблем, потреб та можливостей розвитку туристично-рекреаційного сектора Львівської області є актуальним в наш час. Про ці питання багато дослідників, зокрема О. Бейдика, О. Любіцевої, В. Мацоли, С. Кузика, В. Стафійчука, І. Рожка та інших, писали у своїх наукових роботах. Деякі автори детальніше досліджували окремі види природних та історико-культурних ресурсів Львівщини. Наприклад, В. Кравців та його колеги аналізували рекреаційний потенціал Львівської області, визначали стратегію його освоєння та подальшого розвитку, а О. Клапчук у своїй монографії оцінював рекреаційно-туристичні ресурси Львівщини, досліджував їх структуру та територіальний розподіл.

Для оцінки поточного стану ринку гастрономічного туризму в львівській

області можна використовувати різні методи, такі як аналіз кількості туристів, що обслуговуються туроператорами та турагентами за видами туризму. Дані про кількість туристів представлені в табл. 1.2, яка допоможе визначити основні тренди та динаміку змін у галузі гастрономічного туризму в львівській області.

Таблиця 1.2

Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму в Львівській області, осіб

	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами	У тому числі		
		в'їзні (іноземні) туристи	виїзні туристи	внутрішні туристи
2000	118811	23759	28547	66505
2001	110433	27690	25883	56860
2002	115060	31767	23911	59382
2003	142607	34591	26145	81871
2004	128563	32020	28616	67927
2005	90756	11233	35068	44455
2006	93553	8427	40717	44409
2007	117242	9478	58250	49514
2008	143610	14062	76851	52697
2009	109947	9306	59040	41601
2010	153939	9894	102340	41705
2011	128709	12955	81000	34754
2012	124013	19033	63706	41274
2013	188520	16162	131530	40828
2014	92128	2015	61465	28648
2015	112472	3057	60830	48585
2016	181827	8370	74877	98580
2017	175150	6042	82653	86455
2018	182255	7617	112757	61881
2019	249442	7929	159164	82349

Таблиця 1.2 демонструє кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами в Львівській області з 2000 по 2019 рік. Дані подані за видами туризму: в'їзні (іноземні) туристи, виїзні туристи та внутрішні туристи.

Аналіз таблиці дозволяє виявити наступні тенденції:

1. Загальна кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, зазнала зростання протягом вивченого періоду, з 118 811 осіб у 2000 році до 249 442 осіб у 2019 році.

2. В'їзні (іноземні) туристи:

– Зростання кількості іноземних туристів спостерігалось до 2013 року, коли їх кількість досягла 16 162 осіб.

– У 2014 році було зафіксоване різке зниження кількості іноземних туристів до 2 015 осіб.

– Починаючи з 2015 року, кількість в'їзних туристів поступово зростала, досягаючи 7 929 осіб у 2019 році.

3. Виїзні туристи:

– Максимальна кількість виїзних туристів була зафіксована у 2019 році - 159 164 особи.

– Загалом, спостерігається тенденція до зростання кількості виїзних туристів, з деякими коливаннями в окремі роки.

4. Внутрішні туристи:

– Загалом, кількість внутрішніх туристів зазнала зростання з 66 505 осіб у 2000 році до 82 349 осіб у 2019 році.

– Водночас, спостерігаються коливання кількості внутрішніх туристів протягом аналізованого періоду, з піком у 2017 році, коли кількість внутрішніх туристів досягла 86 455 осіб.

Висновки з аналізу таблиці 1.2:

– Загальна кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами в Львівській області, зросла протягом 2000-2019 років, що свідчить про підвищення туристичної привабливості регіону.

– Іноземні туристи проявляють зростаючий інтерес до Львівської області,

хоча їхній відсоток у загальній кількості туристів є невеликим. Незважаючи на тимчасове зниження кількості в'їзних туристів у 2014 році, показник відновився та продовжує зростати.

– Кількість виїзних туристів із Львівської області значно зросла протягом розгляданого періоду, свідчать про збільшення мобільності населення та підвищення попиту на туристичні послуги за кордоном.

– Внутрішній туризм також відзначається зростанням кількості туристів. Це може відображати зміни у смаках та перевагах місцевого населення, а також підвищення якості туристичних послуг та інфраструктури в регіоні.

Загалом, аналіз таблиці 1.2 свідчить про позитивні зміни в розвитку туристичної галузі Львівської області та збільшення привабливості регіону для різних категорій туристів.

Туристична привабливість Львівської області ґрунтується на наступних аспектах:

– Природні туристичні ресурси: включають різноманітність кліматичних умов, бальнеологічні та ландшафтні особливості, а також водні ресурси. Вони створюють основу для активного відпочинку та оздоровлення туристів, сприяють розвитку екотуризму та спортивного відпочинку.

– Історико-культурні туристичні ресурси: охоплюють археологічні пам'ятки, сакральні споруди, історичні місця, архітектурні шедеври, мистецькі колекції та події заходи. Ці ресурси дозволяють відвідувачам познайомитися з багатою історією та культурою регіону, розширити свої знання та отримати незабутні враження.

– Туристична інфраструктура: включає широке різноманіття готельних, санаторно-курортних та ресторанних закладів, що задовольняють потреби навіть найвибагливіших туристів. Система транспорту спрощує пересування відвідувачів між різними місцями, а туристичні фірми надають повний спектр послуг для організації комфортного та цікавого відпочинку.

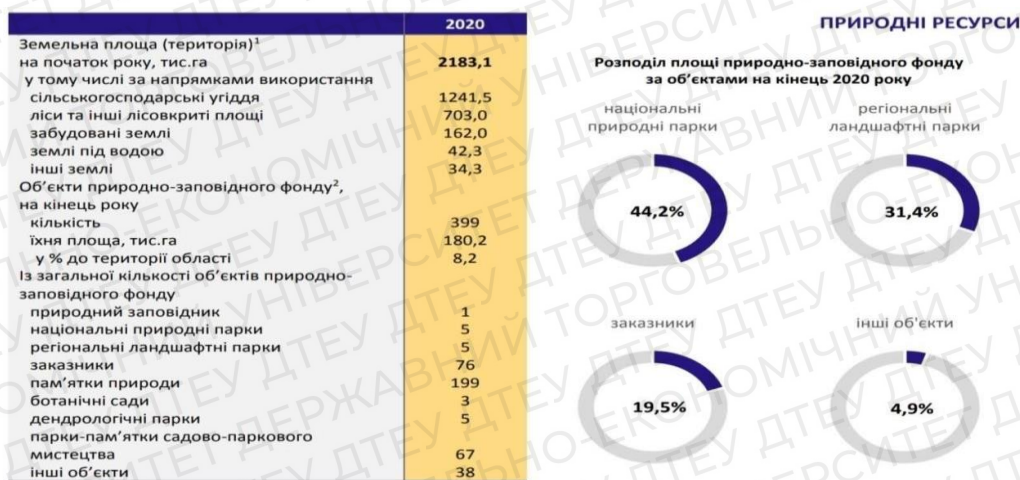
Кожен з цих аспектів доповнює та підсилює інший, створюючи унікальні умови для привабливості Львівської області як туристичного напрямку. Таким

чином, регіон пропонує відвідувачам різноманітні можливості для відпочинку, ознайомлення з культурою.

Завдяки доступним ресурсам, Львівська область створила різноманітні пропозиції для туристів, враховуючи їхні інтереси і потреби: від культурного та пізнавального до відпочинку та розваг. Цей регіон може пишатися своїми прекрасними природними ресурсами, такими як лікувальні мінеральні води, грязі, комфортний клімат та лісові та водні багатства. Львівщина має значну частку природно-рекреаційного потенціалу України - 5,4%, поступаючись лише Закарпатській області.

Що стосується природних ресурсів, то Львівська область відрізняється від інших регіонів України, маючи 14,6% середнього показника, тоді як в інших регіонах - 9,5%. Красиві ландшафти, багата річкова мережа, високий рівень лісистості (28,5%, 7 місце в Україні) та численні бальнеологічні ресурси (7 типів мінеральних вод із 8 відомих в бальнеології, понад 200 джерел) сприяють туристичній привабливості регіону.

На території Львівщини розташовано 330 об'єктів природно-заповідного фонду, включаючи 1 природний заповідник та 3 національних парки. Частка заповідних об'єктів становить приблизно 5,6% від загальної площі регіону (7 місце в Україні). Більш детальна інформація про розподіл площі заповідного фонду за об'єктами на 2020 рік, наведено у рис. 1.3



¹ За даними Державної служби України з питань геодезії, картографії та кадастру.

² За даними департаменту екології та природних ресурсів Львівської облдержадміністрації.

Рис. 1.3 Ресурсний потенціал Львівської області

Розкішне історичне минуле є ключовим фактором туристичної привабливості Львівщини. На її території розташовано більше 4 тисяч пам'яток архітектури та містобудування, включаючи 794 національного значення (19,3% від усієї кількості в Україні), 1817 релігійних споруд та церков (15%) та 56 історичних населених пунктів (13,8%). Все це робить Львівську область лідером України за різноманітністю та збереженістю історико-культурних та архітектурних ресурсів. Тут знаходяться найбільша кількість об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО в Україні, такі як історичний центр Львова, дерев'яні церкви в містах Жовкві, Дрогобичі, селах Потеличі та Маткові.

На території Львівщини створено 5 історико-культурних заповідників державного значення у Львові, Жовкві, Белзі, Нагуєвичах та Тустані, а також музеї-заповідники "Олеський замок" та "Золочівський замок". Туристичну та громадську діяльність у Львівській області підтримують також різні асоціації, зокрема Львівська асоціація розвитку туризму, Львівський обласний осередок Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму, Товариство власників осель "Галицькі оселі", Західноукраїнська туристична асоціація, Львівська Асоціація туристичних організацій та інші. Ці асоціації працюють на основі реалізації державної політики у сфері туризму, забезпечуючи права громадян на відпочинок, реабілітацію та охорону здоров'я, залучення інвестицій, а також пропаганду та популяризацію українського туристичного продукту.

Структура організованих туристичних потоків Львівщини за останні роки характеризується переважанням виїзного туризму. У 2019 році його частка становила 51% і була меншою, ніж в загальному по Україні (64%). Внутрішній та в'їзний туризм склали 34% і 15% відповідно. Частка внутрішнього туризму поступово зменшується (наприклад, через збільшення самодіяльних поїздок), тоді як частка іноземців, що користуються послугами львівських туристичних підприємств, має слабку тенденцію до зростання.

РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЙОГО ЕФЕКТИВНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ НА РИНКУ КРАЇН ЄС

2.1. Обґрунтування маршруту гастрономічного туру

При розробці маршруту гастрономічного туру варто врахувати такі аспекти:

- Аналіз туристичного потенціалу Львівської області, зокрема гастрономічних традицій та особливостей національної кухні.
- Врахування інтересів потенційних туристів з країн ЄС, їхніх культурних особливостей та смакових переваг.
- Визначення цільових груп туристів та розробка спеціальних пропозицій, адаптованих до їхніх потреб.
- Співпраця з місцевими підприємствами та організаціями для створення оптимального гастрономічного туру.

На основі вказаних аспектів пропонується:

1. Маршрут гастрономічного туру (рис. 2.1):

- Львів - стартова точка туру. Зустріч з гідом, екскурсія по історичному центру міста з відвідуванням кафе та ресторанів з традиційною українською кухнею. Хронометраж: 3 години. Ночівля в готелі у Львові.
- Золочів - відвідування Золочівського замку та майстер-клас з приготування місцевих страв. Відстань від Львова: 75 км. Хронометраж: 3 години. Зупинка на парковці біля замку.
- Буськ - огляд міста та дегустація місцевих продуктів на базарі. Відстань від Золочева: 54 км. Хронометраж: 1,5 години. Ночівля в готелі у Буську. Зупинка на парковці біля готелю.
- Жовква – день другий, огляд історичних пам'яток міста та перекус у ресторані з традиційною українською кухнею. Відстань від Буська: 69 км. Хронометраж: 2,5 години. Зупинка на громадській парковці.
- Немирів - відвідування музею традиційної української кухні та

дегустація страв. Відстань від Жовкви: 55 км. Хронометраж: 2 години. Зупинка біля музею, де є громадський туалет.

– Львів - кінцева точка туру. Повернення до Львова та відпочинок у готелі. Відстань від Немирів: 68 км. Хронометраж: 1,5 години. Зупинка на парковці біля готелю.

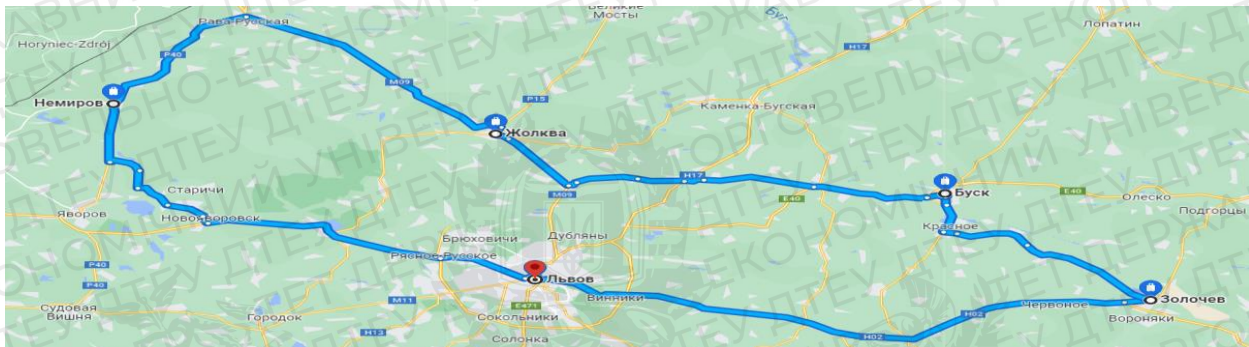


Рис. 2.1 Карта маршруту

Цей дводенний гастрономічний тур з акцентом на українську культуру, історію та традиційну кухню пропонує багато можливостей для туристів, дозволяючи їм дослідити різні аспекти українського життя.

Загальний хронометраж туру становить більше 14 годин активної програми, розподіленої на два дні. Це дає туристам достатньо часу на огляд визначних пам'яток, дегустацію місцевих продуктів та страв, а також забезпечує зручність у відпочинку завдяки ночівлям у готелях у Львові та Буську.

Щодо інфраструктури, увага приділена зручностям для туристів, таким як парковки, стоянки та громадські туалети.

Цей тур ретельно спланований, щоб врахувати потреби туристів у комфорті, відпочинку та розвагах. Розподіл активностей на два дні забезпечує збалансованість між дослідженням нових місць, відпочинком та насолодженням українською культурою та кухнею. Такий формат туру робить його привабливим для європейських туристів, які прагнуть отримати якісний відпочинок та пізнати нові культури в короткий період часу.

2. Цільова аудиторія туру

Цей гастрономічний тур розрахований на цільову аудиторію, яка включає:

– Європейських туристів, особливо тих, хто націлені на країни Європейського Союзу. Вони цікавляться пізнанням нових культур, традицій, історії та гастрономії України, зокрема Львівської області. Такі туристи часто шукають автентичний культурний досвід, який відрізняється від масового туризму.

– Любителів гастрономії, які хочуть відкрити для себе унікальні смаки та рецепти традиційної української кухні. Ці особи цікавляться вивченням місцевих продуктів, методів приготування страв та взаємодією з місцевими шеф-кухарями.

– Історії та культурному туризму. Такі туристи прагнуть відвідувати історичні пам'ятки та музеї, що розкривають історію Львівської області та України загалом. Вони також зацікавлені в особливостях місцевого способу життя, традиціях та звичаях.

– Групи туристів, сімей або друзів, які хочуть відправитися у спільний тур, щоб провести час разом, досліджуючи нові місця та насолоджуючись унікальними смаками української кухні.

Цей тур, організований з акцентом на українську культуру, історію та традиційну кухню, буде корисним для організації його ефективного реалізації на ринку країн ЄС з кількох причин:

– Зростання інтересу до культурного туризму: Європейські туристи все більше цікавляться культурним насліддям та традиціями інших країн. Цей тур розкриває унікальні аспекти української культури та історії, що може привернути увагу європейських клієнтів.

– Автентичність та ексклюзивність: Тур пропонує відвідування менш відомих місць, які відрізняються своїми особливостями. Це може стати сильним конкурентним перевагою для туристів, які прагнуть пізнати щось нове та незвичайне.

– Смачна традиційна українська кухня: Європейські туристи цінують гастрономічний туризм, а досвід смакування традиційних українських страв може стати незабутнім для них. Майстер-класи з приготування місцевих

страв також можуть стати привабливими для гостей з-за кордону.

– Економічна ефективність: Тур розрахований на короткий період - лише 2 дні, що робить його доступним для більш широкої аудиторії туристів, а також підходить для вікенд-відпочинку. Крім того, він включає переважно відвідування місцевих ресторанів та базарів, що може бути економічно ефективним для туристів, оскільки вони споживають продукти та послуги безпосередньо від місцевих виробників та підприємців.

– Екологічна відповідальність: Тур розрахований на малі групи туристів, що зменшує навантаження на навколишнє середовище та місцеві історичні та культурні пам'ятки. Крім того, зосередження на місцевих продуктах та стравах сприяє розвитку місцевого сільського господарства та підтримці сталого розвитку регіону.

– Піар та маркетинг: Цей тур може стати чудовим інструментом для популяризації української культури та історії серед європейських туристів. Задоволені клієнти можуть рекомендувати тур своїм знайомим та друзям, а також публікувати свої враження в соціальних мережах, що сприятиме просуванню турів на ринку ЄС.

– Розвиток міжнародного співробітництва: Організація таких турів може відкрити нові можливості для співпраці з туристичними агентствами та іншими партнерами в ЄС. Це сприятиме розвитку українського туристичного бізнесу та зміцненню ділових зв'язків між країнами.

Цей гастрономічний тур було спеціально розроблено для того, щоб привернути увагу туристів з країн ЄС до різноманітності та багатства української культури.

2.2. Розробка програми гастрономічного туру

Розробка програми гастрономічного туру є важливим кроком у створенні ефективної туристичної пропозиції, яка відповідає інтересам та потребам цільової аудиторії. Програма туру повинна бути чітко структурованою,

зрозумілою та привабливою, щоб зацікавити потенційних клієнтів та забезпечити позитивний туристичний досвід.

У процесі розробки програми гастрономічного туру необхідно врахувати ряд важливих аспектів, таких як визначення цільової аудиторії, створення оптимального маршруту, забезпечення культурно-історичних елементів, організація гастрономічних майстер-класів та дегустацій, вибір ресторанів та готелів, а також логістика та транспортні засоби.

Таким чином, програма гастрономічного туру має бути ретельно спланованою, з урахуванням всіх відповідних деталей, щоб забезпечити успішну реалізацію туру на ринку країн ЄС.

Назва нашого туру - "Смакуємо Львівщиною: дводенний гастрономічний тур з культурно-історичним приводом". Назва "Смакуємо Львівщиною: дводенний гастрономічний тур з культурно-історичним приводом" відображає суть та основні аспекти запропонованого туру.

По-перше, фраза "Смакуємо Львівщиною" акцентує увагу на головній ідеї туру - гастрономії. Учасники туру зможуть відкрити для себе традиційні українські страви та спробувати місцеві продукти, навчаючись їх приготуванню в майстер-класах та дегустаціях.

По-друге, "дводенний" вказує на тривалість туру, що дозволяє туристам насолодитись всіма запропонованими активностями та відпочити після напруженого дня, перебуваючи на ночівлі в готелях у Львові та Буську.

По-третє, "з культурно-історичним приводом" підкреслює, що тур не обмежується лише кулінарією, а також пропонує туристам зануритись в культурне та історичне життя Львівської області. Відвідування Золочівського замку, огляд історичних пам'яток Жовкви та міста Буськ, а також музей традиційної української кухні в Немиріві доповнюють гастрономічний аспект туру та роблять його ще більш цікавим та насиченим для туристів.

Отже, назва "Смакуємо Львівщиною: дводенний гастрономічний тур з культурно-історичним приводом" логічно та точно відображає зміст та особливості запропонованого туру, акцентуючи увагу на гастрономії, тривалості

туру та культурне та історичне життя Львівської області.

Таблиця 2.1

Програма туру «Смакуємо Львівщиною: дводенний гастрономічний тур з культурно-історичним приводом»

День	Часові рамки	Активність
1	09:00 - 09:30	Зустріч групи з гідом у Львові на площі Ринок, невеликий інструктаж
	09:30 - 10:15	Сніданок в кафе "Дуже висока кухня"
	10:15 - 11:00	Відвідування Вірменської катедри та площі Вірменської
	11:00 - 11:45	Екскурсія по Аптеці Музей (старовинній аптеці)
	11:45 - 12:30	Відвідування ресторану "Мазох кафе" та перекус
	12:30 - 13:15	Обходження Королівського арсеналу та Палацу Потоцьких
	13:30 - 14:00	Відправлення з Львова до Золочева
	14:00 - 14:45	Відвідування Золочівського замку та парку
	14:45 - 15:30	Майстер-клас з приготування місцевих страв у ресторані "Старий Замок"
	15:30 - 16:15	Обід у ресторані "Старий Замок"
	16:15 - 17:00	Відправлення з Золочева до Буська
	17:00 - 18:00	Огляд міста Буськ: відвідування церкви Петра і Павла та парк імені Івана Франка
	18:00 - 18:45	Дегустація місцевих продуктів на базарі Буська
	18:45 - 19:30	Заселення в готель "Holiday Stay Nika Буськ" та відпочинок
2	09:00 - 09:45	Сніданок у готелі "Holiday Stay Nika Буськ "
	09:45 - 10:30	Виписка з готелю та відправлення з Буська до Жовкви
	10:30 - 11:15	Відвідування Жовківського замку та парку

2	11:15 - 12:00	Огляд місцевих пам'яток: Ринкова площа, Велика Жовківська синагога
	12:00 - 13:00	Обід у ресторані "Ukrainian cuisine restaurant "Tavern" з традиційною українською кухнею
	13:00 - 13:45	Відправлення з Жовкви до Немирів
	13:45 - 14:30	Відвідування Історико-етнографічний музей «Яворівщина»
	14:30 - 15:15	Дегустація страв української кухні в ресторані «Український двір»
	15:15 - 15:30	Коротка прогулянка селом, відвідування Свято-Покровський храму
	15:30 - 16:15	Відправлення з Немирів до Львова
	16:15 - 17:00	Зупинка на заправці для короткого перекусу та відвідування туалету
	17:00 - 18:30	Прибуття до Львова, заселення в готель "Львівський дворик"
	18:30 - 19:15	Вільний час для відпочинку
	19:15 - 20:30	Вечеря в ресторані "Кумпель" з традиційною українською кухнею та музичною програмою
	20:30 - 21:00	Прогулянка Львовом, завершення туру та прощання з гідом

Програма туру створена з акцентом на відвідування історичних місць та смачних перекусів з традиційною українською кухнею. Туристи познайомляться з культурою та історією України через різноманітні місця та екскурсії.

День 1:

– Сніданок у кафе "Дуже висока кухня" допоможе туристам відчутися частинкою атмосфери старого Львова, а страви традиційної української кухні дадуть сили на цілий день.

– Вірменська катедра та площа Вірменська - місця, пов'язані з вірменською спільнотою у Львові, яка внесла значний вклад у розвиток міста. Туристи дізнаються про вірменську історію та культуру.

– Аптека Музей - одна з найдавніших аптек Європи, яка демонструє, як змінювалися медичні знання та аптечне мистецтво протягом століть. Цікаво для тих, хто цікавиться історією медицини.

– Ресторан "Мазох-кафе" - оригінальний ресторан з нестандартним інтер'єром та атмосферою, присвячений письменнику Леопольду фон Захер-Мазоху. Тут можна перекусити смачною українською кухнею, а також насолодитися неординарним середовищем.

– Королівський арсенал та Палац Потоцьких - ці пам'ятки архітектури та історії демонструють вплив аристократичних родів на розвиток Львова. Відвідуючи їх, туристи зможуть зануритись в історію міста та його архітектурні особливості.

– Золочівський замок та парк - відвідування цього замку дозволить туристам побачити приклад оборонної архітектури, пов'язаної з історією Речі Посполитої. Замок розповідає про відносини між українською, польською та литовською історією та культурою.

– Майстер-клас з приготування місцевих страв у ресторані "Старий Замок" - туристи зможуть самі спробувати готувати традиційні українські страви, дізнатися про рецепти та інгредієнти, а також насолодитися смаком страв, приготованих власноруч.

– Обід у ресторані "Старий Замок" - після майстер-класу туристи зможуть насолодитися приготованими стравами та продовжити ознайомлення з українською кухнею.

– Буськ - відвідування церкви Петра і Павла та парку імені Івана Франка допоможе туристам дізнатися про релігійну і культурну історію місцевого регіону. Екскурсія по місту також допоможе зрозуміти архітектурні та історичні особливості міста.

– Дегустація місцевих продуктів на базарі Буська - цей захід дозволить туристам спробувати традиційні місцеві продукти, оцінити їх смак та якість, а також зрозуміти, які продукти використовуються в українській кухні.

– Заселення в готель "Holiday Stay Nika Буськ" та відпочинок - після

напруженого дня, наповненого враженнями, туристи зможуть відпочити в комфортних умовах готелю та підготуватися до наступного дня.

День 2:

- Сніданок у готелі "Holiday Stay Nika Буськ": початок нового дня із смачним сніданком, що дасть енергію на майбутні відвідування.
- Виписка з готелю та відправлення з Буська до Жовкви: перехід до наступного міста на маршруті туру, де туристи зможуть побачити нові пам'ятки.
- Відвідування Жовківського замку та парку: огляд історичного замку та насолодження красою прилеглого парку.
- Огляд місцевих пам'яток: Ринкова площа, Велика Жовківська синагога: знайомство з архітектурою та історією Жовкви через її основні пам'ятки.
- Перекус у ресторані "Ukrainian cuisine restaurant "Tavern" з традиційною українською кухнею: смачний обід, де туристи зможуть спробувати різноманітні місцеві страви.
- Відправлення з Жовкви до Немирів: подорож до історичного села Немирів на маршруті туру.
- Відвідування Історико-етнографічний музей «Яворівщина»: ознайомлення з культурою та традиціями регіону через експозиції музею.
- Дегустація страв української кухні в ресторані «Український двір»: насолодження смачними стравами від місцевих кухарів у затишній атмосфері.
- Коротка прогулянка селом, відвідування Свято-Покровський храм: огляд села та відвідування місцевого храму, що дозволить туристам краще зрозуміти релігійну сторону життя в Україні.
- Відправлення з Немирів до Львова: повернення до Львова після насиченого дня, сповненого відвідуваннями та враженнями.
- Зупинка на заправці для короткого перекусу та відвідування туалету: коротка зупинка для того, щоб дати туристам можливість перекусити та зробити коротку перерву перед прибуттям до Львова.

- Прибуття до Львова, заселення в готель "Львівський дворик": туристи заселяться в готель, що розташований у центрі міста, де вони зможуть відпочити після довгого дня.
- Вільний час для відпочинку: можливість для туристів розслабитися та зібрати сили перед вечірньою програмою.
- Вечеря в ресторані "Кумпель" з традиційною українською кухнею та музичною програмою: насолода смачними стравами української кухні в атмосфері затишку та гостинності, а також насолодження музичною програмою.
- Прогулянка Львовом, завершення туру та прощання з гідом: останній етап туру, протягом якого туристи мають можливість побачити захоплюючі вечірні пейзажі Львова та попрощатися зі своїм гідом.

Підсумовуючи програму дводенного туру, можна зазначити, що він надає туристам цікавий та насичений досвід відвідування різних історичних, культурних та гастрономічних пам'яток Західної України. Тур організований таким чином, що враховує потреби та інтереси різних вікових груп та вподобань туристів.

Основні моменти туру включають:

- Екскурсія по історичному центру Львова та відвідування його відомих пам'яток, таких як Вірменська катедра, Аптеці Музей та Королівський арсенал.
- Відвідування ресторанів з традиційною українською кухнею, що дозволить туристам скуштувати смачні страви та познайомитися з місцевою культурою.
- Екскурсії до Золочева, Буська, Жовкви та Немирів, де туристи побачать замки, музеї та інші пам'ятки, які розкривають історію та культуру регіону.
- Майстер-класи та дегустації, які допоможуть туристам зрозуміти сутність української кухні та місцевих продуктів.
- Цей тур надає відмінну можливість для туристів поринути в атмосферу Західної України, познайомитися з її історією, культурою та традиціями. Крім

того, комфортабельні готелі, відпочинок та вечірні програми забезпечать приємне та затишне завершення кожного дня туру.

Постачальники послуг туру:

- Заклади розміщення:

1. Готель "Holiday Stay Nika Буськ".

Міні-готель Holiday stay Nika розташований у місті Буськ. До послуг гостей ресторан, бар, сезонний відкритий басейн та загальний лаундж. На території влаштований сад та тераса. У міні-готелі працює цілодобова ресепшн та пункт обміну валют, а також здійснюється доставка їжі та напоїв у номер. У номерах встановлено телевізор із супутниковими каналами. Щоранку в міні-готелі Holiday stay Nika подається сніданок за меню. На території облаштовано дитячий ігровий майданчик. Відстань від міні-готелю Holiday stay Nika до міста Золочів становить 29 км, а до міста Броди — 40 км. Найближчий міжнародний аеропорт Львів знаходиться в 59 км. За додаткову плату організується трансфер від/до аеропорту.

2. Готель "Львівський дворик"

Апартаменти "Львівський дворик" розташований в місті Львів, на відстані 1,4 км від Львівського національного університету імені Івана Франка та 1,7 км від Палацу Потоцьких, в районі, де можливо насолодитись активним відпочинком у вигляді пішохідних прогулянок. Об'єкт розташований на відстані 700 метрів від Собору Святого Юра і пропонує безкоштовний Wi-Fi, а також цілодобову рецепцію.

Апартаменти складаються з однієї спальні, телевізора з плоским екраном та повністю обладнаної кухоньки, що забезпечує гостей необхідною технікою, включаючи мікрохвильову піч, холодильник, пральну машину та кухонну плиту. Також у апартаментах передбачено постільну білизну та рушники.

Серед популярних місць інтересу поблизу апартаментів можна виділити Львівський державний академічний театр опери та балету, театр імені Марії Заньковецької та Костел святого Петра і Павла Єзуїтського ордену. Найближчий аеропорт - міжнародний аеропорт Львів, який знаходиться на

відстані 4 км від "Львівського дворика", при цьому готель пропонує безкоштовний трансфер від/до аеропорту.

Заклади харчування:

1. Кафе "Дуже висока кухня"

Ресторан "Дуже висока кухня" - це заклад харчування у Львові, що належить холдингу емоцій !FEST. Він знаходиться на п'ятому поверсі Венеційської кам'яниці на площі Ринок. Це унікальне місце, яке порадує відвідувачів відкритою кухнею, особистою увагою шеф-кухаря до кожного гостя, неперевершеними смаковими комбінаціями та оригінальним інтер'єром. Послуги: європейська та українська кухні; відсутність меню; авторські страви від кухарів; винна карта; асортимент закусок та десертів; відсутність офіціантів. Кожен клієнт зможе насолодитися смаком улюблених продуктів або спробувати щось нове та екзотичне, якщо забажає.

2. Кафе "Мазох-кафе"

Мазох-Café — ресторан мережі концептуальних авторських закладів «!FEST», розміщений на вулиці Сербській, 7, у центрі Львова, навпроти будівлі, де мешкав майбутній письменник-новеліст та доктор права Леопольд фон Захер-Мазох. Мазох-Café відтворює інтимну атмосферу в стилі творів Леопольда фон Захер-Мазоха, із цитатами та предметами, які асоціюються з мазохізмом, на стінах. Вхід до ресторану оформлений у вигляді замкової щілини, символізуючи вуайєризм.

Перед входом до закладу зведено перший у світі монумент письменнику Леопольду фон Захер-Мазоху (скульптор — Володимир Цісарик. Висота пам'ятника — 170 см, виготовлений з бронзи). Особливість пам'ятника полягає у кишені на правому боці штанів, на дні якої розміщені латунні чоловічі геніталії, які можна відчутти, вставивши руку в кишеню, віруючи, що це приносить удачу.

Особливості кулінарії: страви з афродизіаками, індивідуальні екстремальні коктейлі, атракційне обслуговування, тематичні атрибути та сувеніри. Мазох-Café активно бере участь у культурному та туристичному житті Львова,

організовуючи тематичні заходи та презентації книг.

28 листопада 2019 року відбулося урочисте відкриття Мазох-готелю та оновленого Мазох-Café. На першому поверсі будинку №7 по вулиці Сербській розташовані Мазох-Café та сувенірний магазин

3. Ресторан "Старий Замок"

Ресторан "Старий замок" є місцем, де можна поїсти в урочистій обстановці. Його інтер'єр оформлений у вишуканому стилі з елементами антикваріату, створюючи атмосферу елегантності та загадковості. Заклад пропонує великі порції страв з європейської та української кухні, а також можливість організації тематичних вечорів з історичними елементами. Ресторан забезпечує зручні умови для гостей, включаючи зал на 200 осіб, танцювальний майданчик, літню терасу та обслуговуючий персонал.

4. Ресторан Ukrainian cuisine restaurant "Tavern"

У ресторані української кухні "Таверна" відвідувачам пропонують страви, характерні для українського кулінарного мистецтва, які представлені в меню закладу. Цей ресторан приваблює численних гостей, бажаючих насолодитися смачним супом.

У ресторані "Таверна" особливу увагу приділяють дотриманню автентичних технік приготування, що дозволяє гостям відчувати справжній смак та аромат українських страв. Зокрема, одним із найбільш популярних супів, що подають у закладі, є традиційний борщ, який має глибокий смак завдяки використанню свіжих овочів, м'яса та спеціального бульйону.

Крім супів, ресторан пропонує різноманітні українські страви, такі як вареники, голубці, деруни та пампушки. Тут відвідувачі можуть скуштувати традиційні салати, зокрема вінегрет та капустиану салату з морквою, а також насолодитися смачними десертами, зокрема сирниками та пиріжками з яблуками.

5. Ресторан «Український двір».

Ресторан "Український Двір" у селі Немирів Львівської області пропонує гостям відчувати справжній колорит української кухні, з базою на традиційних

рецептах та місцевих інгредієнтах. Заклад розташований в мальовничому куточку, що сприяє атмосфері тепла та затишку.

6. Ресторан Кумпель

Ресторан-пивоварня «Кумпель» розташована на Митницькій площі. У закладі є два рівні. На верхньому рівні знаходиться власна міні-пивоварня, де варять непрофільтроване живе фірмове пиво "Кумпель". В меню представлені страви інтернаціональної кухні, яка поєднує рецепти італійської, галицької, австрійської, польської та угорської кулінарій. Серед фірмових ласощів можна виділити метрову ковбасу, м'ясну дефіляду, тушковану капусту на меду, ковбаски власного приготування. Усі страви готуються з натуральних продуктів локального походження, акцентуючи науковий підхід до вибору інгредієнтів та традицій різних кухонь.

- Перевізник та транспортна компанія, оренда авто:

Iviv-tourist.info - Компанія пропонує послуги з оренди комфортабельного транспорту різного класу. У її автопарку є легкові автомобілі, мінівени, мікроавтобуси та автобуси, які можна орендувати з водієм.

Компанія допомагається забезпечити своїм клієнтам відповідний транспорт для екскурсій по Львову, для бізнес-поїздок або трансферу групи з вокзалу/аеропорту до готелю в місті.

Серед послуг компанії:

- Оренда автомобіля/мінівена/автобуса з водієм;
- Екскурсії по Львову та Україні;
- Зустріч/супровід бізнес-партнерів в аеропорту або вокзалі;
- Організація трансферу для клієнта з будь-якого міста України чи Європи;
- Корпоративні виїзди;
- Зустріч клієнтів в аеропорту, залізничному вокзалі, автовокзалі Львова з подальшим трансфером в будь-яке місто України чи Європи;
- Трансфери в аеропорт та на залізничний вокзал для великої групи людей;
- Обслуговування урочистих та розважальних заходів;

- Оренда автомобіля з водієм на тривалий термін;
- Замовлення мікроавтобусів з Львова по Україні або Європі.

Сайт компанії: <https://lviv-tourist.info/>

- Підприємства екскурсійного обслуговування:

Туристична фірма "L-travel" - Компанія "L-Travel" є фахівцем у сфері туризму та організації ділових поїздок до Львова та Західної України. Вона забезпечує різноманітні послуги, серед яких можна виділити виготовлення та продаж турпакетів, екскурсії, поселення, транспортне обслуговування та місе-туризм.

Клієнти можуть скористатися послугами компанії для планування своєї подорожі до Львова та Західної України, незалежно від того, чи це буде туристична або ділова поїздка. Компанія "L-Travel" пропонує різноманітні турпакети, що включають в себе перебування в готелях різного рівня комфорту та різні види екскурсій.

Транспортне обслуговування забезпечує зручний перехід клієнтів від пункту відправлення до місця призначення. Крім того, компанія "L-Travel" надає послуги з організації місе-туризму, що дозволяє підприємствам проводити наукові конференції, зустрічі та інші події.

- Страхувальники:

Брокбізнес - Страхова компанія «БРОКБІЗНЕС» має 46 ліцензій, які дозволяють їй займатися різними видами страхування. Зокрема, 20 ліцензій дозволяють компанії займатися добровільним страхуванням, що означає, що клієнти можуть самостійно вибирати, яке майно або яку ризикову подію вони хочуть застрахувати. 16 ліцензій дозволяють компанії займатися обов'язковим страхуванням, яке є обов'язковим для громадян або підприємств згідно з законодавством. І нарешті, 10 ліцензій дозволяють компанії займатися обов'язковим державним страхуванням, що стосується певних видів ризиків, які визначає держава.

Компанія надає повний спектр страхових послуг, що означає, що вона страхує різні види майна та ризиків, що можуть виникнути від підприємницької

діяльності або життєдіяльності громадян. Портфель страхових продуктів компанії включає понад 50 продуктів, які допомагають клієнтам забезпечити захист свого майна та майбутнього.

2.3. Маркетингові заходи для просування гастрономічного туру на цільових сегментах

Щоб залучити туристів з країн ЄС до гастрономічного туру територією Львівської області, необхідно розробити ефективні маркетингові заходи. Вони мають спрямовуватись на просування туру в цільових сегментах та створення позитивного іміджу.

Застосування сучасних інтернет-ресурсів, соціальних мереж та інших каналів комунікації дозволяє досягти широкої аудиторії та забезпечити високу видимість гастрономічного туру. Інтеграція онлайн-та офлайн маркетингових інструментів забезпечить узгодженість комунікацій та синергію в підходах до просування. При цьому важливо враховувати особливості країн ЄС, їх культурні та мовні особливості, а також інтереси цільових груп.

Для реалізації маркетингових заходів необхідно розробити комплексний план, який буде включати як традиційні, так і новітні методи просування. Основним завданням такого плану є забезпечення максимальної ефективності та взаємодії між різними каналами просування.

З огляду на зазначені вище аспекти, використовуємо наступні маркетингові заходи для просування гастрономічного туру на цільових сегментах:

– Створення лендингу для сайту туру: Лендинг-сторінка відіграє важливу роль в онлайн-просуванні гастрономічного туру. Вона допомагає надати потенційним клієнтам інформацію про тур, включаючи маршрут, ресторани, страви та історію місцевої кухні. Сайт містить можливість онлайн-оплати, що спрощує бронювання туру. Лендинг дозволяє відстежувати відгуки та відповідати на запитання користувачів, що поліпшує взаємодію з аудиторією.

– Сторінка в Instagram для просування туру: Соціальна мережа

Instagram дозволяє донести візуальний контент до широкої аудиторії. Завдяки публікації фото та відео з туру, можна підкреслити унікальність гастрономічних вражень. Це допомагає залучити інтерес потенційних клієнтів, а також забезпечує зворотний зв'язок від вже здійснивших тур туристів.

– Група в Facebook для просування туру: Група на Facebook сприяє формуванню спільноти, яка об'єднує людей, зацікавлених у гастрономічному туризмі. Тут можна організовувати події, ділитися новинами, досвідом учасників турів та отримувати відгуки. Група також дозволяє проводити таргетовану рекламу для просування туру серед цільової аудиторії.

– Аккаунт TikTok для просування туру: TikTok – популярна платформа для коротких відео, що можуть стати вірусними завдяки рекомендаціям. Відео з гастрономічного туру можуть демонструвати атмосферу, кулінарні шедеври та унікальні моменти турів. Зацікавивши аудиторію, можна залучити нових клієнтів та підвищити відомість про тур.

– Реклама Google: Використання Google Ads та банерної реклами дозволяє просувати лендинг-сторінку туру на різних платформах і серед релевантної аудиторії. Це сприяє залученню нових клієнтів, підвищенню видимості та популярності гастрономічного туру.

– Реклама у Facebook та Instagram: Застосування різних форматів реклами, таких як Stories, пости, каруселі та інші, дозволяє донести інформацію про гастрономічний тур до цільової аудиторії. Це допомагає залучати потенційних клієнтів та підтримувати комунікацію з існуючими.

– Реклама у блогерів: Співпраця з інфлюенсерами у Instagram, TikTok та YouTube може розширити охоплення аудиторії та підвищити довіру до гастрономічного туру. Блогери можуть рекомендувати тур, ділитися своїми враженнями та привертати увагу своїх шанувальників.

– Реклама на YouTube: Розміщення реклами в роликах на YouTube, в тому числі перед роликами, протягом відео або в кінці, може забезпечити високу видимість гастрономічного туру. Це дозволяє показати відео-контент, що

розкриває атмосферу туру, та залучити зацікавленість аудиторії.

– Реклама в Twitter: Реклама в Twitter дозволяє просувати тур серед широкої аудиторії, а також вести таргетовану рекламу на основі інтересів та демографічних характеристик. Це допомагає залучити нових клієнтів, розширити охоплення та підвищити бренд-відомість гастрономічного туру.

– Реклама на Reddit: Реклама на Reddit може бути корисною для просування гастрономічного туру, оскільки платформа відрізняється активною спільнотою користувачів, які обговорюють різні теми. Розміщуючи рекламу на підходящих сабреддитах, можна досягти цільової аудиторії та залучити їх участі в турі.

– Банерна реклама на сайтах ресторанів-партнерів, готелів-партнерів: Розміщення банерної реклами на сайтах партнерів, таких як ресторани та готелі, може бути здійснено на основі бартерних угод або безкоштовно. Це допомагає розширити охоплення аудиторії, привернути увагу потенційних клієнтів та підтримувати співпрацю з партнерами у галузі гастрономічного туризму.

Загальні параметри рекламної компанії щодо просування гастрономічного туру територією Львівської області:

Період проведення рекламної компанії – 2 місяці; бюджет – 200 000 грн.
(табл. 2.2)

Таблиця 2.2

Графік рекламних звернень та бюджет просування туру

Назва витрат	Сума, грн.	Виконавець	Частота виходу	Тип реклами
Створення лендингу	20 000	Фрілансер з сайту freelancehunt.com	Одноразово	Веб-сайт з інформацією про тур та онлайн-оплатою
Просування в Instagram	20 000		Щодня	Сторіз, пости, карусель, рекламні пости
Просування у Facebook	20 000		Щодня	Сторіз, пости, карусель, рекламні пости

Просування в TikTok	20 000	Щодня	Відео в рекомендаціях, хештег-виклики
Реклама в Google Ads	30 000	Щодня	Текстові оголошення, банерна реклама, ремаркетинг
Реклама у блогерів (інфлюенсери)	48 000	2 рази на тиждень	Співпраця з інстаграм-, тікток-, ютуб-інфлюенсерами
Реклама на YouTube	20 000	Щотижня	Відео-оголошення, спонсоровані відео, рекламні пости
Реклама в Twitter	10 000	Щодня	Промовлені твіти, хештеги
Реклама на Reddit	10 000	Щотижня	Спонсоровані пости, рекламні банери
Банерна реклама на сайтах партнерів	2 000	Щотижня	Банери на сайтах ресторанів та готелів-партнерів

Отже, загальний бюджет на рекламу гастрономічного туру територією Львівської області складає 200 000 грн. Рекламний бюджет розподілено між різними каналами з метою досягнення максимальної ефективності та охоплення цільової аудиторії.

Створення лендингу вимагає значних одноразових витрат (20 000 грн.), але він дозволить представити інформацію про тур, залучати клієнтів та приймати онлайн-оплату. Це необхідний інструмент для просування туру.

Просування в соціальних мережах Instagram і Facebook потребує рівномірного розподілу бюджету (20 000 грн. на кожен платформу) для щоденного охоплення аудиторії через різні формати реклами (сторіз, пости, каруселі тощо).

Витрати на просування в TikTok (20 000 грн.) дають можливість використовувати відео в рекомендаціях та хештег-виклики для залучення молоді аудиторії.

Google Ads (30 000 грн.) допоможуть досягти високої видимості та охопити аудиторію, зацікавлену в гастрономічних турах, завдяки текстовим оголошенням, банерній рекламі та ремаркетингу.

Співпраця з блогерами-інфлюенсерами (48 000 грн.) дозволить використовувати їхню популярність для просування туру та досягнення широкого охоплення аудиторії.

Реклама на YouTube (20 000 грн.) передбачає відео-оголошення, спонсорвані відео та рекламні пости, що робить цей канал ефективним для відео-маркетингу.

Twitter (10 000 грн.) використовується для просування гастрономічного туру через промовлені твіти та хештеги, забезпечуючи охоплення активної аудиторії цієї платформи.

Reddit (10 000 грн.) допоможе досягти зацікавленої аудиторії через спонсорвані пости та рекламні банери, що забезпечать високий рівень взаємодії з користувачами цього сервісу.

Банерна реклама на сайтах партнерів (2 000 грн.) дозволить підвищити свідомість про гастрономічний тур серед потенційних клієнтів, які відвідують сайти ресторанів та готелів-партнерів. Це спосіб залучити додаткову аудиторію без значних витрат.

Таким чином, розподіл бюджету на рекламу між різними каналами забезпечує максимальний охоплення цільової аудиторії та використання переваг кожного інструменту для ефективного просування гастрономічного туру територією Львівської області.

2.4. Економічне обґрунтування розроблення гастрономічного туру

На основі зібраних матеріалів було проведено калькуляцію вартості туру «Смакуємо Львівщиною: дводенний гастрономічний тур з культурно-історичним приводом» на одну особу та на групу з 8 осіб (таблиця 2.3). Заплановане розміщення туристів у готелях Holiday stay Nika та Львівський

дворик. В разі здійснення індивідуального туру турист може або викупити двомісний номер, або розраховувати на підселення. Якщо споживач – зі Львова, то обумовлюються індивідуальні умови надання послуг, з яких виключається вартість проживання. У вартість туру включене переміщення Львівською областю, харчування, та всі заплановані екскурсії.

Передбачено, що комісійна винагорода за реалізацію даного туру через агенціям становитиме 8% до прямих витрат.

Таблиця 2.3

Собівартість розробленого туру

Назва статті витрат	Вартість, грн	
	На групу з 20 осіб	На особу
Проживання		
готель "Holiday Stay Nika Буськ"	13800	960
готель "Львівський дворик"	20800	1040
Харчування		
Сніданок в кафе "Дуже висока кухня"	5200	260
Відвідування ресторану "Мазох кафе"	8000	400
Обід у ресторані "Старий Замок"	7200	360
Сніданок у готелі "Holiday Stay Nika Буськ "	3200	160
Обід у ресторані "Ukrainian cuisine restaurant "Tavern"	7000	350
Вечеря в ресторані "Кумпель"	9000	450
Екскурсійне обслуговування		
Екскурсія Львів	7000	350
Екскурсія Золочев	7000	350
Екскурсія Буськ	7000	350
Екскурсія Жовква	7000	350
Екскурсія Немирів	7000	350
Переміщення:		
Внутрішні перевезення + водій	8000	400
Витрати на керівника-гіда	5000	250
Рекламне забезпечення:		
Маркетинг	200000	10000
Страховання:		
Страховка	2000	100
Разом	329600	16480
Оплата комісійних турагентам (8%)	26368	1318,4
ВСЬОГО	355968	17798,4

Обчислимо вартість туру для клієнта, враховуючи, що реалізатор отримує 5000 гривень прибутку від кожного проданого туру.

Для того, щоб виконавець отримав 5000 гривень прибутку з кожного проданого туру, нам потрібно врахувати цю суму у розрахунках.

Спочатку розрахуємо суму безпосередніх витрат на тур: вартість туру без комісійних турагентам: 329600 грн (група) / 16480 грн (особа).

Тепер розрахуємо вартість туру з урахуванням прибутку в 5000 гривень: вартість туру з прибутком: $(329600 \text{ грн} + 5000 \text{ грн} * 20 \text{ осіб}) = 429600 \text{ грн}$ (група) / $(16480 \text{ грн} + 5000 \text{ грн}) = 21480 \text{ грн}$ (особа).

Оплата комісійних турагентам (8%): $429600 \text{ грн} * 8\% = 34368 \text{ грн}$ (група) / $21480 \text{ грн} * 8\% = 1718,4 \text{ грн}$ (особа)

ВСЬОГО: $(429600 \text{ грн} + 34368 \text{ грн}) = 463968 \text{ грн}$ (група) / $(21480 \text{ грн} + 1718,4 \text{ грн}) = 23198,4 \text{ грн}$ (особа)

Отже, враховуючи всі витрати, комісійні турагентам та прибуток в 5000 гривень для виконавця, загальна вартість туру для групи з 20 осіб становить 463968 гривень, а для однієї особи - 23198,4 гривень.

ВИСНОВКИ

Львівська область володіє великим туристичним потенціалом, особливо в сфері гастрономічного туризму. Регіон може запропонувати унікальні кулінарні традиції, які відрізняються від інших кухонь країн Європейського Союзу.

Цей туристичний потенціал Львівщини може стати привабливим для багатьох туристів, які шукають нові враження та хочуть спробувати щось нове. Крім того, гастрономічний туризм може стати додатковим джерелом доходу для місцевих підприємців та підтримати розвиток регіону.

Львівська область може запропонувати туристам багату культурну спадщину, незабутні враження та смакові відкриття. Місцева гастрономічна культура, яка відрізняється своєю неповторністю, має великий потенціал для розвитку туризму.

Львівська кухня відрізняється від інших кухонь країн Європейського Союзу своєю неповторністю, якістю та використанням місцевих продуктів. Вона базується на стародавніх рецептах та традиціях, які зберігаються від покоління до покоління. Відвідувачі можуть скуштувати такі страви, як вареники з картоплею, галушки, борщ, ковбаси, сирники та багато іншого.

Унікальний смак та вишуканість місцевих страв привертають увагу туристів з різних країн світу, що забезпечує популярність гастрономічного туризму у регіоні. Крім того, гастрономічний туризм може стати додатковим джерелом доходу для місцевих підприємців та підтримати розвиток регіону.

Гастрономічний туризм є важливим елементом розвитку туристичної галузі Львівської області. Унікальні кулінарні традиції регіону можуть зацікавити багатьох туристів, а якість та вишуканість місцевих страв можуть забезпечити незабутні враження та позитивні емоції від подорожі.

Розроблена концепція гастрономічного туру, яка передбачає не тільки смакування місцевих страв та напоїв, а й відвідування культурно-історичних пам'яток, може зацікавити туристів з різних країн світу. Важливою умовою успішної реалізації цієї концепції є організація ефективного маркетингу та

продажу туру на ринку країн ЄС.

Вивчення нормативно-правового поля, понятійного апарату, класифікацій та індикаторів оцінки предметної області гастрономічного туризму допомогло розробити відповідний тур. Аналіз ринку гастрономічного туризму та його сегментів показав, що є попит на подібні послуги як серед місцевих мешканців, так і серед іноземних туристів. Виявлено значний ресурсний потенціал Львівської області для створення гастрономічного туру, що включає різноманітні ресторани, кафе, регіональні продукти та місцеві спеціальності.

Було обґрунтовано маршрут гастрономічного туру, що охоплює найбільш цікаві і привабливі місця Львівської області. Розроблена програма туру передбачає відвідування різних закладів харчування, майстер-класи з приготування місцевих страв, екскурсії та знайомство з культурою та історією регіону.

Для ефективного просування гастрономічного туру на цільових сегментах ринку країн ЄС, було розроблено маркетингові заходи. Вони включають рекламні кампанії, інтеграцію з соціальними медіа. Застосування цих маркетингових інструментів сприятиме привабленню більшої кількості іноземних туристів та збільшенню популярності гастрономічного туризму в Львівській області.

Економічне обґрунтування розроблення гастрономічного туру демонструє, що реалізація такого проекту є доцільною та може принести значний прибуток. Подані розрахунки включають аналіз витрат на організацію туру, прогнозування доходу.

У підсумку, розроблення гастрономічного туру територією Львівської області та організація його ефективної реалізації на ринку країн ЄС є актуальним і перспективним напрямком розвитку туристичної галузі. Впровадження такого проекту сприятиме залученню нових туристичних потоків, збільшенню доходів місцевих господарств та підвищенню рівня життя населення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991 р. № 959-XII
2. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. № 1023-XII
3. Про охорону навколишнього природного середовища: Закон України від 25.06.1991 р. № 1264-XII
4. Про господарські товариства: Закон України від 19.09.1991 р. № 1576-XII
5. Про державний кордон України: Закон України від 04.11.1991 р. № 1777-XII
6. Про природно-заповідний фонд України: Закон України від 16.06.1992 р. № 2456-XII
7. Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України: Закон України від 21.01.1994 р. № 3857-XII
8. Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті: Закон України від 23.09.1994 р. № 185/94-ВР
9. Про страхування: Закон України від 07.03.1996 р. № 85/96-ВР
10. Про рекламу: Закон України від 03.07.1996 р. № 270/96-ВР
11. Про курорти: Закон України від 05.10.2000 р. № 2026-III
12. Про туризм: Закон України від 18.11.2003 р. № 1282-IV
13. Про міжнародні договори України: Закон України від 29.06.2004 р. № 1906-IV
14. Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності: Закон України від 05.04.2007 р. № 877-V
15. Про правовий статус іноземців та осіб без громадянства: Закон України від 22.09.2011 р. № 3773-VI
16. Про внесення змін до Закону України 'Про туризм' щодо надання туристичних послуг: Закон України від 9.02.2012 р. № 4385-VI

17. Про ліцензування видів господарської діяльності: Закон України від 02.03.2015 р. № 222-19
18. Бабіна, В. Є. (2021). Проблеми та перспективи організації гастрономічного туризму в Україні.
19. Бабіна, Є. С. (2022). Розвиток сільського (зеленого) туризму у Хмельницькій області: стан та перспективи.
20. Бабюк, А. Д. (2023). Розвиток туристичного бізнесу в умовах конкурентного середовища.
21. Бакало, Н. В. (2021). Організація гастрономічного туризму (на прикладі Полтавської області).
22. Башловка, Д. С. (2021). Туристичні кластери як інноваційна форма розвитку туризму в Україні.
23. Галкіна, О. О. (2021). Організація та розвиток сфери туризму в Карпатському регіоні.
24. Грибов, М. О. (2022). Розробка туристично-інформаційної політики Хмельниччини за матеріалами КП «Туристичний інформаційний центр», м. Хмельницький.
25. Грушевська, К. Р. (2021). Внутрішній туризм в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку.
26. Губа, О. М. (2022). Особливості розвитку гастрономічного туризму в Закарпатському регіоні.
27. Губченко, Каріна Юріївна. "Перспективи післявоєнного розвитку подієвого туризму в Рівненській області." (2023).
28. Дарія, Л. (2021). Туристичні ринки Туреччині та України: реалії та перспективи розвитку.
29. Дерезький, М. М. (2022). Удосконалення технології і організація харчування подієвого (спортивного, культурного) туристського заходу (Doctoral dissertation).
30. Живиця, О. Д. (2022). Розвиток рекреаційного потенціалу Львівської області.

31. Казіонна, А. К. (2020). Структура і організація гастрономічного туризму в Одеській області.
32. Калініченко, Є. О. (2022). Туристсько-рекреаційний потенціал Чернігівської області.
33. Клочковська В. О. Стан та перспективи розвитку подієвого туризму у Вінницькій області / В. О. Клочковська, О. В. Клочковський // Економіка іорганізація управління. –2019. – № 1 (33). – С. 110-115.
34. Корнілова Н. В. Подієвий туризм в Україні / Н. В. Корнілова // Географія та туризм. – 2012. – Вип. 22. – С. 112–119.
35. Корнілова Н. В. Подієвий туризм в Україні / Н. В. Корнілова // Коротун С. І. Подієвий туризм на Рівненщині: проблеми та перспективи розвитку / С. Коротун, М. Яковишина, М. Шевчук // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2017. – № 8 (357). – С. 85–93.
36. Королюк, С. Р. (2023). Перспективи післявоєнного відновлення внутрішнього туризму в Україні.
37. Кравець О. М. Організація анімаційних послуг в туризмі: навч. посібник / О. М. Кравець, С. І. Байлик. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. – 335 с.
38. Круль, Г. Я. (2020). Аналіз розвитку ринку ресторанних послуг України в пострадянський період.
39. Крушельницька, Д. В. (2022). Розвиток туристичного потенціалу Херсонського району (Херсонська область).
40. Лагодієнко, В. В., Павлов, К. В., Павлова, О. М., & Саркісян, Г. О. (2022). Інноваційна діяльність на регіональних туристичних ринках: модернізація та регулювання.
41. Левченко, І. В. (2023). Перспективи післявоєнного розвитку гірськолижного туризму в регіонах України.
42. Лінецький, П. С. (2022). ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ.

43. Мартинова, Н. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПОДІЄВО-ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В ОДЕСІ ЯК ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ. НАУКОВИЙ ВІСНИК, 121.

44. Мельник, А. В., Мельник, О. В., & Качаровський, Р. Є. (2020). Рекреаційно-туристичний потенціал Павлівської ОТГ Іваничівського району Волинської області.

45. Мироненко, В. В. (2022). Тенденції та перспективи розвитку туризму Закарпатської області.

46. Москаленко, Д. О. (2022). Розробка портфелю еногастрономічних екскурсій Україною.

47. Новикова, В. І., Пасека, С. Р., Босецька, Н. Г., Грабевник, С. М., Дроботова, М. В., Костюкова, О. М., ... & Щолокова, В. А. (2019). Рекреаційні ресурси та послуги гостинності в регіонах України: матер. II Всеукр. Інтернет-конф.(24 травня 2019 р., м. Черкаси).

48. Пангелов Б. П. Організація і проведення туристсько-краєзнавчих подорожей : навч. посіб. / Б. П. Пангелов. – К.: Академвидав, 2010. – 248 с.

49. Паньків Н. Є. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму в Україні на прикладі розробленого івент-туру «Відкрий для себе покуття» / Н. Є. Паньків, В. Р. Мороз // Науковий вісник НЛТУ України. – 2018. – Т. 28. – № 5. С. 78–82.

50. Паньків Н. М. Туристичне ресурсознавство: навчальний посібник / Н. М. Паньків. – Львів: Українській бестселер, 2011. – 238 с.

51. Патійчук, В. О., Маковецька, Л. О., Слащук, А. М., & Ціпошук, С. А. (2022). Перспективи розвитку туристично-рекреаційної діяльності Волинської області. Луцький національний технічний університет.

52. Петрушенко Ю. М. Чинники розвитку міжнародного туризму // Ю. М. Петрушенко, І. С. Мареха, М. О. Новгородцева // Вісник Хмельницького національного університету Економічні науки. – 2021. – № 3. – С. 203–208.

53. Писарева І. В. Розвиток подієвого туризму та його вплив на просування території / І. В. Писарева, О. М. Радіонова, М. Д. Приходько // Економічний простір. – 2020. – № 161. – С. 104–109.

54. Поліщук В. Л. Івентивний туризм як актуальна сфера економічної активності в регіоні та його класифікація / В. Л. Поліщук, З. В. Герасимчук //

55. Стратегія розвитку Рівного на період до 2040 року. – Рівне: [б, в], 2020. – 65 с.

56. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon2.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p.

57. Тищенко П. В. Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму регіону / П. В. Тищенко // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка. – 2011. – Спецвип. 33. – Ч. 4. – С.124–128.

58. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Т. І. Ткаченко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 537 с.

59. Топорницька М. Я. Територіальна організація та перспективи розвитку етнофестивального туризму у Львівській області / М. Я. Топорницька // Географія та туризм. – 2012. – Вип. 21. – С. 89–96.

60. Устименко Л. М. Освітній туризм як історико-культурне явище / Л. М. Устименко // Культура і сучасність. – 2013. – № 1. – С. 88–92.

61. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія / Н. В. Фоменко. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 312 с.

62. Цьома, Т. С. (2020). Регіональні особливості гастрономічного туризму в Україні.

63. Шевченко А. Прогнозування розвитку рекреації в Україні: соціально-економічний еквілібріум / А. Шевченко. – К.: Університетська книга, 2017. – 336 с.

64. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії: навч. посібник / І. М. Школа. – Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2005. – 596 с.
65. Lyubarov, Y. Y. (2020). Sarkisyan AO. Redaktor naczelny-Adam Barczuk, 63(part 1), 66.
66. Brent Ritchie J. R. Hallmark events : an evaluation of a strategic response to seasonality in the travel market. The evolution of event tourism : concepts and approaches / J. R. Brent Ritchie, D.Beliveau. – London: Routledge, 2010, p. 414–426.
67. Dunn K.M. «Hallmark events», in «Staging the Olympic: the event and its impact» / K. M. Dunn, P. M McGuirk, edited by Cashman R. and Hughes A. – Sydney: University of New South Wales Press, 1999. – P. 18–32.
69. Getz D. Event management and event tourism / D. Getz. – New York : Cognizant, 2005.
70. Getz D. Event tourism: Definition, evolution, and research / D. Getz // Tourism Management. – 2008. – № 2.
71. Jago L. Optimising the potential of mega-events: An overview / L. Jago, L. Dwyer, G. Lipman, S. Vorster // International Journal of Event and Festival Management. – 2010. – № 1(3). – P. 220–237.