

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»
Кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу

ДО ЗАХИСТУ
завідувач кафедри світової
політики, дипломатії та
туристичного бізнесу
доц. Парфіненко А. Ю.

Кваліфікаційна бакалаврська робота

на тему: «Сучасний стан та перспективи розвитку
гастрономічного туризму у Львівській області»»

Виконала: студентка 4 курсу, групи УТМ-41

Спеціальності 242 «Туризм»

Крючатова Валерія Святославівна

(прізвище та ініціали)

Керівник:

канд. економ. наук Євтушенко О.В.

(прізвище та ініціали)

Рецензент:

канд.економ. наук Марчук К. О.

(прізвище та ініціали)

Підсумкова оцінка:

за національною шкалою: _____

кількість балів: _____

Голова Екзаменаційної комісії

(підпис)

Поколодна М.М.

(прізвище та ініціали)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна

ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу

Кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу

Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень) перший (бакалаврський)

Напрямок підготовки _____

Спеціальність 242 «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ

завідувач кафедри
світової політики,
дипломатії та
туристичного бізнесу
Доц. Парфіненко А.Ю.

“16” червня 2025 року

З А В Д А Н Н Я **НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ БАКАЛАВРСЬКУ РОБОТУ (ПРОЕКТ)**

Крючатова Валерія Святославівна
(прізвище, ім'я, по батькові студента)

Тема роботи: «Сучасний стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму на Львівщині»

керівник роботи Євтушенко Олена Віталіївна, к.е.н., доцент
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від 04.04.2025 № 4002-5/893

2. Строк подання студентом роботи 25.05.2025 р.

3. Перелік питань, які потрібно розробити:

- вивчити сутність поняття «гастрономічний туризм»
- проаналізувати розвиток, види та особливості гастрономічного туризму
- проаналізувати світовий досвід розвитку гастрономічного туризму
- проаналізувати ресурсний потенціал Львівщини

- оцінити сучасний стану розвитку гастрономічного туризму в регіоні
- надати пропозиції щодо розвитку гастротуризму на Львівщині

4. План роботи

№ /п	Назви етапів роботи
1	РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ
2	РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ РОЗВИТКУ ГАСТРОТУРИЗМУ НА ЛЬВІВЩИНІ

5. Дата видачі завдання 3.09.2024 р.

Студент

підпис

Крючатова В. С.

ініціали, прізвище

Керівник роботи

підпис

Євтушенко О.В.

ініціали, прізвище

Анотація

Крючатова В. С. Сучасний стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму у Львівській області. Дипломна робота присвячена дослідженню теоретичних основ і світового досвіду у сфері гастрономічного туризму, а також аналізу сучасного стану та перспектив розвитку цього виду туризму у Львівській області. У роботі розглянуто ключові поняття гастрономічного туризму, його історичний розвиток, класифікацію та особливості, а також міжнародні практики реалізації.

У першому розділі розкрито поняття гастрономічного туризму, його види, основні характеристики, переваги, а також світовий досвід реалізації цього напрямку у туристичних регіонах різних країн.

Другий розділ містить практичний аналіз розвитку гастрономічного туризму у Львівській області, зокрема вивчення туристичних ресурсів, гастрономічних фестивалів, закладів харчування та прикладів успішних ініціатив. Також представлено оцінку перспектив розвитку гастрономічного туризму в регіоні, визначено основні проблеми та запропоновано напрями удосконалення.

У висновках узагальнено результати дослідження та сформульовано практичні рекомендації щодо розвитку гастрономічного туризму у Львівській області.

Abstract

Kriuchatova V. S. The Current State and Prospects for the Development of Gastronomic Tourism in the Lviv Region. This thesis is devoted to the study of the theoretical foundations and global experience in the field of gastronomic tourism, as well as the analysis of the current state and development prospects of this tourism type in the Lviv region. The work examines key concepts of gastronomic tourism, its historical development, classification, features, and international practices.

The first chapter presents the theoretical framework of gastronomic tourism, including its types, characteristics, advantages, and global case studies from various countries and regions.

The second chapter focuses on the practical analysis of gastronomic tourism development in the Lviv region. It includes an overview of local tourism resources, gastronomic festivals, food establishments, and successful initiatives. The chapter also evaluates the prospects for further development, identifies existing challenges, and proposes strategies for improvement.

The conclusions summarize the findings and provide practical recommendations for the growth of gastronomic tourism in the Lviv region.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ	
ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ	6
1.1 Поняття ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ	6
1.2. Розвиток, види та особливості ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ	12
1.3. Світовий досвід країн світу в галузі ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ	27
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ РОЗВИТКУ ГАСТРОТУРИЗМУ НА	
ЛЬВІВЩЕНІ	33
2.1 АНАЛІЗ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ	33
2.2.Оцінка сучасного стану розвитку ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В	
РЕГІОНІ.....	38
2.3. Пропозиції щодо розвитку ГАСТРОТУРИЗМУ НА ЛЬВІВЩЕНІ	44
ВИСНОВКИ.....	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	55
ДОДАТКИ.....	60

ВСТУП

Актуальність теми дослідження: у сучасних умовах глобалізації та зростаючого інтересу до локальної ідентичності туристична галузь зазнає значних трансформацій. Одним з перспективних напрямів розвитку туризму є гастрономічний туризм, який поєднує в собі кулінарні традиції, культурну спадщину та емоційний досвід споживача. Гастрономічний туризм здатен не лише задовольнити гастрономічні потреби туристів, а й слугувати потужним інструментом соціально-економічного розвитку регіонів, особливо таких як Львівська область, яка має багату кулінарну спадщину, розвинену інфраструктуру та високий туристичний потенціал.

Львівська область уже зарекомендувала себе як важливий культурно-туристичний центр Західної України. Водночас у регіоні формується особливий туристичний продукт — гастрономічний туризм, який базується на автентичній кухні, фестивалях, фермерських господарствах, локальних ресторанах і крафтових виробництвах. Актуальність обраної теми зумовлена необхідністю дослідження сучасного стану гастрономічного туризму у регіоні, визначення його проблем та перспектив подальшого розвитку.

Також актуальність даної дипломної роботи обґрунтовується тим, що гастрономічний туризм є відносно новим, проте стрімко зростаючим сегментом туристичного ринку України. Його розвиток сприяє створенню нових робочих місць, підтримці локальних виробників, збереженню кулінарних традицій і популяризації регіонального бренду на міжнародному рівні. У цьому контексті Львівська область має всі шанси стати флагманом гастрономічного туризму в Україні.

Водночас виникає протиріччя: з одного боку, спостерігається зростаючий попит на гастрономічні туристичні послуги, а з іншого — відсутність системного підходу до їхнього розвитку та просування.

З протиріччя визначається проблема: необхідність наукового аналізу поточного стану та розробки стратегічних напрямів розвитку гастрономічного туризму у Львівській області.

Мета дослідження: проаналізувати сучасний стан гастрономічного туризму у Львівській області та визначити перспективи його розвитку.

Об'єкт дослідження: гастрономічний туризм у Львівській області.

Предмет дослідження: сучасні тенденції, чинники розвитку та перспективи гастрономічного туризму в регіоні.

Завдання дослідження:

- ✓ Розкрити сутність і специфіку гастрономічного туризму як окремого виду туризму
- ✓ Охарактеризувати туристичний потенціал Львівської області у гастрономічному аспекті
- ✓ Проаналізувати сучасний стан розвитку гастрономічного туризму у регіоні
- ✓ Визначити основні проблеми, що стримують розвиток гастрономічного туризму
- ✓ Вивчити досвід інших регіонів та країн у розвитку гастрономічного туризму
- ✓ Запропонувати практичні рекомендації щодо покращення інфраструктури, просування та управління гастрономічним туризмом у Львівській області
- ✓ Оцінити перспективи сталого розвитку гастрономічного туризму у контексті регіонального розвитку

Методологічна основа дослідження: у дослідженні використано праці вітчизняних та зарубіжних авторів, які розглядали теоретичні та практичні аспекти розвитку гастрономічного туризму, зокрема роботи таких дослідників як Е. Хансен, Е. Корріган, Л. Еллінгем, а також українських фахівців — І. Смаль, Л. Черниш, Т. Белявської. Зазначені дослідники підкреслюють роль гастрономічного туризму як інструменту територіального брендингу та

економічного зростання. Значний внесок в дослідження цієї теми склали роботи науковців кафедри світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна : Євтушенко О.В., Гапоненко Г.І., Парфіненка А.Ю, Шарами І.М. та інших.

Методи дослідження: теоретичні методи (аналіз, синтез, порівняння, узагальнення), емпіричні методи (спостереження, опитування, експертне оцінювання), а також статистичні методи аналізу та картографування туристичних ресурсів.

Структура роботи: дипломна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків і списку використаних джерел із 51 найменування. Текст роботи ілюстровано 13 рисунками та 8 таблицями.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1 Поняття гастрономічного туризму

Туризм сьогодні є однією з найбільш важливих і впливових галузей світової економіки [21]. Його розвиток має значний економічний ефект, адже він здатен безпосередньо та опосередковано стимулювати розвиток інших секторів економіки [6]. Це одна з небагатьох сфер, яка, незважаючи на пандемію та обмеження, продовжує розвиватися, а попит на туристичні продукти залишається високим [11]. Існує багато різновидів туризму, але гастрономічний вважається одним з найбільш цікавих [4]. Завдяки цьому виду туризму можна глибше пізнати культуру регіону: окрім відвідування різних локацій, турист може скуштувати місцеві страви та продукти, відкрити нові смаки й поєднання, зануритись в історію через традиційні страви або спостерігати за розвитком кухні народів [24].

Туризм визначається як подорож тривалістю понад 24 години, що включає транспорт, проживання, харчування та інші послуги. Отже, гастрономія є важливою складовою будь-якої подорожі. А коли мета поїздки полягає в дегустації місцевої їжі, це викликає ще більший інтерес. Кухня певного регіону або країни робить це місце унікальним, надаючи йому особливий характер [13].

Гастрономічний туризм є одним з найбільш розповсюджених напрямків, який тісно пов'язаний з бізнес-турами. Під час ділових подорожей туристи відвідують не лише підприємства, а й популярні заклади харчування – кафе, бари та ресторани, щоб пізнати гастрономічні традиції нового регіону. Метою подієвих та фестивальних турів є участь у заходах, пов'язаних з приготуванням чи споживанням їжі, зокрема на гастрономічних фестивалях, де учасники знайомляться з новими містами через особливості їхньої кухні. Освітній гастрономічний тур більше нагадує професійну подію, ніж просто подорож,

адже його основною метою є навчання в кулінарних закладах або участь у майстер-класах і курсах для здобуття практичних навичок. Спортивний туризм, як-от полювання і рибальство, також тісно пов'язаний з вживанням здобутих трофеїв. Культурно-пізнавальний тур має комбінований характер, оскільки включає знайомство як з історичними пам'ятками країни, так і з її кухнею, причому обидва аспекти мають рівнозначну вагу. Вивчення культури і традицій певного регіону в рамках гастрономічного туризму відбувається через його кухню, національні костюми та традиції подачі страв, тоді як в історичному туризмі знайомство з культурною спадщиною здійснюється через історію та відвідування пам'яток з гідами-істориками [18].

З розвитком людства прогресує і кулінарія: з'являються нові смакові комбінації, оригінальні страви та рецепти. Проводяться конкурси, на яких обирають нову страву, що стане символом міста, а згодом і всього регіону. Це викликає інтерес у мандрівників до дегустацій, ознайомлення з процесом приготування їжі та інших гастрономічних аспектів. Як результат, гастрономічний туризм стає все більш популярним серед різних категорій людей. Враження про країну часто формується через перше знайомство туриста з її кухнею, оскільки кулінарні традиції нації доступні і відкриті для сприйняття, навіть під час короткотривалого візиту [25].

Щоб зрозуміти, що таке гастрономічний туризм, важливо визначити саме поняття туризму. Існує безліч його визначень, одне з яких трактує туризм як тимчасові подорожі громадян, іноземців або осіб без громадянства з місця постійного проживання в різних цілях: оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових, спортивних, релігійних та інших, без здійснення оплачуваної діяльності в країні або місці тимчасового перебування [1; 41].

Відповідно до цього визначення, туристом вважається особа, яка перебуває в іншій країні або місці на період від 24 годин до 6 місяців, здійснюючи хоча б одну ночівлю, з метою відпочинку, пізнання, роботи або інших цілей, не займаючись оплачуваною діяльністю.

У свою чергу, екскурсант — це особа, яка відвідує країну чи місце на термін менше 24 годин і не ночує там, перебуваючи в тому ж діапазоні цілей, але без зайняття оплачуваною діяльністю.

Туризм можна поділити на такі основні види:

1. Внутрішній туризм – це подорожі в межах однієї країни, зокрема в межах України.
2. Виїзний туризм – це подорожі осіб, які постійно проживають в Україні, до інших країн.
3. В'їзний туризм – це подорожі в Україну осіб, які проживають за її межами.
4. Самодіяльний туризм – це подорожі, організовані самими туристами без допомоги туристичних агентств, із використанням активних способів пересування.

Організований туризм здійснюється через туристичні організації, де клієнт придбає готовий тур. Тур передбачає комплекс послуг, включаючи розміщення, транспорт, харчування, екскурсії, а також послуги гідів, перекладачів та інші, залежно від цілей подорожі.

Тури можна класифікувати за такими категоріями:

- оздоровчі тури – це тури, які спрямовані на оздоровлення та відпочинок, включаючи лікувальні процедури на курортах;
- пізнавальні тури – це подорожі з екскурсійною програмою, що передбачають відвідування музеїв, пам'яток, участь у культурних заходах;
- професійно-ділові тури – це подорожі, пов'язані з участю в засіданнях, конференціях, конгресах, виставках, торгових ярмарках, а також з проведенням лекцій, концертів, переговорами для укладання контрактів, професійними семінарами або курсами. Ці тури також можуть включати участь у заходах, що сприяють просуванню товарів і послуг на ринку;
- спортивні тури – це подорожі для заняття не професійним спортом, таким як пішохідний, кінний, лижний, гірський, велосипедний туризм, підводне плавання, водні види спорту, риболовля, мисливство тощо.

Також сюди входять тури, пов'язані з участю в спортивних змаганнях або їх відвідуванням;

- релігійні тури – це подорожі з паломницькою метою, участь у релігійних заходах, відвідування святих місць;
- тури з іншими цілями – це тури, що не входять до жодної з вищезазначених категорій і мають різноманітні інші цілі.

Щодо визначення гастрономічного туризму, єдиного тлумачення немає. В Україні в Законі «Про туризм» цей вид туризму не виділяється окремо, а відноситься до пізнавального туризму. Проте у світовій літературі можна зустріти різні терміни, такі як «кулінарний туризм», «гастрономічний туризм», «ресторанний туризм» та «винно-гастрономічний туризм». Зокрема, такі автори, як Г. Аллен, К. Албала, Л. Лонг, Б. МакКерчер, Е. Вольф, М. Холл та Р. Мітчел, використовують терміни «culinary tourism», «gastronomic tourism», «gourmet tour», «food tourism» [26].

Декілька визначень поняття «гастрономічний туризм» наведено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Тлумачення поняття «гастрономічний туризм», складено за [8].

Автор	Тлумачення поняття «гастрономічний туризм»
А. Расулова [10]	це спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з історією, технологією та культурою споживання національних страв і продуктів, а також навчанням і підвищенням рівня професійних знань у сфері кулінарії
Х. Ридван [17]	туризм, який розроблений місцевими громадами для підтримання сільського господарства
Г. Жеорге, П. Тудораче, П. Ністорену [5]	повна або часткова поїздка для того, щоб спробувати місцеві продукти або взяти участь в заходах, які пов'язані з гастрономією
Д. Дасілва [7]	будь-який досвід туризму, в якому високо цінується або споживається їжа і питво, яке відображає місцеву, регіональну та національну кухню, традиції, культуру, традиційні або кулінарні методи
Д. Басюк [13]	спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням і дегустацією національних кулінарних традицій країн світу, що є синтезом екології, культури і виробництва

С. Саламатіна [13]	вид діяльності, метою якої є знайомство з етнічною кухнею країни або регіону, основними продуктами, особливостями технології приготування страв, а також підвищення рівня знань із кулінарії
В. Глушко [17]	подорожі в країни або окремі місця для знайомства з особливостями національної кухні, кулінарними традиціями, з метою дегустації унікальних страв та вивчення властивих для її країни або її місцевості продуктів

Джерело: [8]

Термін «кулінарний туризм» був вперше введений Люсі Лонг у 1998 році. У 2001 році Ерік Вольф опублікував першу статтю про кулінарний туризм, а в 2003 році була заснована Міжнародна асоціація гастрономічного туризму (The International Culinary Tourism Association).

До 2001 року про кулінарний туризм як окрему галузь не говорили, доки Ерік Вольф, президент Міжнародної асоціації кулінарного туризму (ІСТА), не випустив Білу книгу кулінарного туризму. Хоча науковці раніше писали про кулінарний та винний туризм, їхні роботи рідко публікувались і не потрапляли в ділові журнали. У 2003 році під керівництвом Вольфа була заснована Міжнародна асоціація кулінарного туризму, а в 2006 році ІСТА створила Міжнародний інститут кулінарного туризму. Міжнародна асоціація кулінарного туризму визнана світовим лідером, який має ресурси та інформацію про їжу, напої та туристичну індустрію по всьому світу.

Всесвітня асоціація гастрономічного туризму (World Food Travel Association) визначає гастрономічний туризм як подорожі з метою отримання унікального досвіду, пов'язаного з культурою споживання їжі та напоїв, а також з відкриттям нових місць та їх культури через національну кухню [17].

В.С. Ковешніков та В.В. Гармаш під гастрономічним туризмом розуміють [20]:

- спеціалізовані тури, присвячені вину та гастрономії;
- відвідування об'єктів гастрономічного туризму, таких як музеї, сироварні, винокурні, броварні;
- знайомство з ресторанами, що пропонують регіональну кухню;

- участь у кулінарних курсах при готелях або у спеціалізованих кулінарних центрах та школах;
- відвідування фермерських господарств;
- знайомство з місцевими сільськогосподарськими (фермерськими) ринками;
- участь у продовольчих виставках та ярмарках;
- участь у гастрономічних та винних (пивних тощо) фестивалях.

Таблиця 1.2

Етапи розвитку гастрономічного туризму, складено за [22].

Етап	Зміст
I (1998–2000 рр.)	Зародження гастрономічного туризму (введення терміну «кулінарний туризм»)
II (2001–2002 рр.)	Перша стаття та перша книга про кулінарний туризм
III (2003–2011 рр.)	Заснована Міжнародна асоціація гастрономічного туризму – The International Culinary Tourism Association
IV (2012–2015 рр.)	Вдосконалення основних дефініцій (термін «кулінарний туризм» змінений на «гастрономічний туризм»)
V (2016 р. – до теперішнього часу)	Впровадження гастрономічного туризму у світових регіонах туризму (відкриття університетів, ресторанів тощо)

Джерело: [22]

Гастрономічний туризм – це вид туризму, який передбачає подорожі до різних країн з метою ознайомлення з національними стравами, продуктами та напоями. Він є похідним від терміна "гастрономія" (від грецького слова "шлунок") – науки, що вивчає зв'язок між харчуванням і культурою, і належить до сфери соціальних дисциплін.

Одне з найпоширеніших визначень гастрономічного туризму, яке зустрічається в закордонній літературі, було запропоноване Холлом і Шарплсом у 2003 році. Згідно з цим визначенням, гастрономічний туризм є подорожжю до гастрономічного регіону з метою відпочинку та розваг, що

включає відвідування виробників продуктів харчування, як первинних, так і вторинних, гастрономічних фестивалів, продовольчих ярмарків, подій, фермерських ринків, кулінарних шоу та демонстрацій, дегустацій високоякісних продуктів харчування або будь-якої іншої діяльності, пов'язаної з їжею.

Такий туризм також пов'язаний з певним способом життя, що включає пізнання різних культур, набуття знань і розуміння якості чи особливостей туристичних продуктів, а також знайомство з гастрономічними виробами (спеціалітетами) регіону через їх споживання. Отже, гастрономічний туризм передбачає, що всі ці елементи є основною метою або мотивацією подорожей для туристів, які відвідують певну туристичну дестинацію.

У своїх останніх працях Ф.Ф. Шандор і М.П. Кляп визначають гастрономічний туризм як один із видів туризму відповідно до класифікації за метою подорожі. Т.С. Куклін, у свою чергу, вважає, що гастрономічний туризм полягає в подорожах до різних куточків світу з метою ознайомлення з місцевими кулінарними традиціями та особливостями національної чи регіональної кухні [10].

1.2. Розвиток, види та особливості гастрономічного туризму

Гастрономічні тури не мають нічого спільного з «філософією набитого черева». Це не просто легковажне заняття, яке має розважити мандрівника. Насправді, це серйозна діяльність, що спрямована на вивчення світової культури та унікальності народів через їх національну кухню. Першими гастрономічними туристами були ще давні мандрівники. Відчуваючи тягу до нових відкриттів, дослідники, як-от Марко Поло чи Афанасій Нікітін, приділяли велику увагу дегустації місцевих страв у незнайомих поселеннях. Їхні враження від кухні часто ставали частиною опису народних традицій. Однак як окрема наука і галузь гастрономічний туризм сформувався лише набагато пізніше [8].

До нашого часу збереглися свідчення про те, як харчувалися наші предки. Їхнє меню залежало переважно від економічних умов, родючості земель та рівня розвитку скотарства. Поява нових продуктів і страв безпосередньо пов'язана зі змінами в суспільному житті, розширенням зв'язків з іншими країнами та розвитком зовнішньої торгівлі [7; 14].

У III столітті до н. е. в Римі почало розвиватися кулінарне мистецтво. Як і греки, римляни харчувалися тричі на день:

- рано вранці снідали хлібом, сирами, фруктами, молоком і невеликою кількістю вина;
- близько полудня мали другий сніданок, який часто проходив на ходу, стоячи;
- а ближче до вечора відбувалася головна трапеза — обід, що складався переважно з густої, міцно звареної каші з полби, проса, ячменю чи бобового борошна.

Їжу подавали до їдальні, яка називалася транкліній. Навколо столу ставили три обідніх лежа так, щоб одна сторона залишалася вільною для подачі страв слугами. За столом могли сидіти більше дев'яти осіб [13].

Обід у римлян складався з трьох частин. Спочатку подавали закуски, зокрема яйця. Звідси і пішла римська приказка «від яйця до яблук», оскільки яблука та інші фрукти завершували трапезу. Улюбленим напоєм був мус-вино — суміш вина з медом. Основна частина обіду включала різноманітні м'ясні чи рибні страви, які подавалися з овочами та зеленню. На розкішних бенкетах подавали також устриць, морських їжаків і молюсків. Завершував обід десерт, зазвичай це були фрукти. Овочі на столах римлян були більш різноманітними, ніж у греків, адже римляни не могли обійтися без овочів, приправ, коренів і прянощів.

Римляни найбільше любили свиняче та козяче м'ясо, високо цінували дичину, птахів і рибу. Багатії вирощували мурен, равликів та устриць. Римляни досягли високого рівня розвитку птахівництва.

У найдавніші часи римляни снідали і обідали, сидячи за столом. З часом чоловіки почали під час трапези напівлежати на обідніх лежах, тоді як жінки

продовжували сидіти, оскільки лежати за столом вважалося для них непристойним.

На столах ставили судини з вином, сільнички та оцтовики. Гості самі накладали їжу на тарілки — дрібні чи глибокі. Ножі використовували лише для нарізки м'яса на порції, а ложки були в пошані. Особливу увагу римляни приділяли приладам для приготування вина: для змішування, нагрівання та охолодження.

Кухня країни є яскравим відображенням характеру її народу, вона втілює всю палітру національного колориту. Їжа здатна розповісти про дух нації значно більше, ніж архітектурні пам'ятки чи твори живопису. Витончені мистецтва часто індивідуалізовані, тоді як національна кухня — це результат праці багатьох поколінь, як кажуть французи, «справа дрібок» численних і часто безіменних авторів [10; 26].

Розвиток гастрономічного туризму тісно пов'язаний з розвитком культурно-пізнавального туризму. Якщо регіон має багатий культурно-пізнавальний потенціал і приваблює туристів з цією метою, то є велика ймовірність того, що ці ж туристи з часом виявлять інтерес і до гастрономічних аспектів подорожей. Кулінарні традиції місцевості формуються під впливом не лише культурних, а й кліматичних і історичних чинників. Що стосується історії гастрономічного туризму, то вже перші мандрівники, як-от Льюїс і Кларк, Марко Поло та Афанасій Нікітін, окрім інших вражень, детально описували місцеві страви та їхній смак. Однак гастрономічний туризм як окрема галузь сформувався лише значно пізніше. Лише в середині XIX століття, з розвитком масового туризму завдяки поліпшенню економічних, соціальних та технологічних умов, туризм загалом став масовим явищем. Проте гастрономічний туризм як окрема індустрія почав активно розвиватися лише в кінці 1990-х років [20; 22].

Найбільшу популярність у світі гастрономії здобули європейські країни — Італія, Франція, Португалія, Іспанія, Австрія, Бельгія та інші, а також екзотичні, але добре відомі кухні Китаю, Індії, Японії, Мексики, Ізраїлю та арабських країн [14; 20].

Екзотичні країни приваблюють мандрівників насамперед незабутніми враженнями від місцевої кухні. Єврейські страви, такі як хумус, фалафель та фарширована риба, є лише невеликою частиною багатой кулінарної традиції Ізраїлю, тоді як гастрономія Індії — це поєднання десятків місцевих страв, спецій та приправ з різних штатів.

Не можна не відзначити, що кожна країна має потенціал для розвитку гастрономічного туризму, адже у кожному регіоні існують унікальні національні страви, напої чи продукти, що є гордістю місцевості. Цей потенціал можна ефективно використовувати для формування туристичного бренду міста, країни або регіону.

Кожна країна має свої унікальні особливості, які сприяють розвитку гастрономічного туризму. Джеймі Олівер виділяє кілька факторів, що впливають на цей процес:

- реакція на урбанізацію — прагнення повернутися до місцевих традицій і «коренів»;
- бажання споживачів більше дізнаватися про їжу, особливо про екологічно чисту продукцію;
- інтерес до культурних відмінностей у гастрономічних звичаях;
- пошук нових вражень (відвідування ферми, збір винограду, кулінарні майстер-класи);
- прагнення до індивідуальності та уникання масових форматів;
- розвиток сільського туризму (агротуризму) — використання місцевих ресурсів для створення туристичних продуктів.

Інші аспекти просування включають:

- зворотний зв'язок (дослідження) та «сарафанне радіо»;
- співпраця з медіа, лідерами думок та експертами (організація прес-турів);
- взаємодія зі стратегічними медіа-партнерами;
- просвітницька робота: формування нових цінностей;

- співпраця з туристичними офісами, прив'язка до великих кулінарних, культурних та гастрономічних подій регіону, використання інструментів просування;
- взаємодія з виробниками: залучення до комунікації з потенційними споживачами, інтерактивний зв'язок;
- робота з продуктом (постійне оновлення): диференціація;
- пряма реклама.

Гастрономічний туризм, як окремий вид, має кілька характерних особливостей [17]:

- гастрономічний туризм охоплює відвідування виробників продуктів харчування, фестивалів їжі, ресторанів та спеціалізованих місць, що пов'язані з певними продуктами чи стравами, а також спостереження за процесами їх виготовлення та приготування (М. Холл та Р. Мітчелл);
- це спеціалізований туризм, що передбачає ознайомлення з історією, технологією та культурними аспектами споживання національних страв і продуктів, а також навчання в галузі кулінарії (Расулова А.);
- важливою мотивацією гастрономічних подорожей є саме вивчення гастрономічних традицій та дегустація місцевих страв (Global Report on Food Tourism);
- гастрономічний туризм також є частиною культурного туризму, оскільки гастрономія є важливим елементом культури (Коркуна О. І.);
- гастрономічний туризм передбачає подорожі з метою здобуття унікального досвіду через культуру споживання їжі або напоїв, а також пізнання місцевої культури через національну кухню (Всесвітня асоціація гастрономічного туризму);
- він включає знайомство з виробництвом, технологією приготування та дегустацією національних страв і напоїв, а також кулінарними традиціями різних народів світу (Басюк Д.І.);

Особливості гастрономічного туризму:

1. Це складова частина будь-якого туру, основною метою якого є знайомство з гастрономічними традиціями та дегустація місцевих страв.

2. Будь-яка місцевість, будь то країна, регіон чи місто, має потенціал для розвитку гастрономічного туризму.
3. Гастрономічний туризм також сприяє просуванню та рекламі місцевих закладів харчування та виробників продовольчих товарів.

Основними споживачами гастрономічного туризму є звичайні туристи, які прагнуть спробувати нові страви та відвідати нові країни, справжні гурмани, а також професіонали, чиє життя пов'язане з кулінарією. Також до цієї категорії входять представники туристичної сфери, які організовують та просувають гастрономічні тури [24].

Таблиця. 1.3

Організаційні форми гастрономічного туризму та їх соціально-економічне значення

Форми	Приклади організації	Напрями впливу на територіальні громади
Гастротури, екскурсії	«Сировинні» тури, екскурсії на екоферми	Розвиток транспортної інфраструктури, розширення мережі закладів готельно-ресторанного господарства
Гастрономічні фестивалі	«Свято пампуха» (Львів), «Свято сиру і вина» (Львів), «День кавуна» (Херсон)	Стимулювання підприємницької активності, туристичний брендинг
Гастрономічні заходи	Майстер-класи, ярмарки, кулінарні конкурси	Соціально-культурний та освітній розвиток місцевих спільнот
Інші форми туризму в яких гастрономічний туризм є супутнім (або складовою частиною)	Культурні (пізнавальні) тури, екскурсії	Підвищення рівня зайнятості населення, посилення туристичної конкурентоздатності територій

Джерело: [24]

Гастрономічний туризм включає в себе різноманітні заходи, такі як спеціалізовані винні та гастрономічні тури, відвідування об'єктів гастрономічного туризму (наприклад, музеїв, сироварень, винокурень, броварень тощо), ресторанів з місцевою кухнею, кулінарних курсів при готелях та спеціалізованих кулінарних центрах і школах. Крім того, сюди входять візити на фермерські господарства та сільськогосподарські ринки, участь у продовольчих виставках і ярмарках, а також відвідування гастрономічних фестивалів, включаючи винні та пивні святкування.

Основними формами організації гастрономічного туризму є гастротури, екскурсії, гастрономічні фестивалі та інші заходи, в яких гастрономічна складова є однією з основних (або допоміжних) частин туризму. Метою гастрономічних турів є можливість насолодитися місцевими стравами, які відображають культурні традиції і вікові звичаї місцевих жителів, а також поглиблено ознайомитися з процесом приготування їжі.

Під час гастрономічних турів турист має можливість:

- відвідати ресторани та інші заклади, що пропонують національні страви;
- брати участь у гастрономічних фестивалях;
- відвідати виробництва продуктів харчування та напоїв;
- ознайомитися з історією, рецептами та традиціями приготування національних страв;
- спробувати власноруч приготувати національні страви та напої.

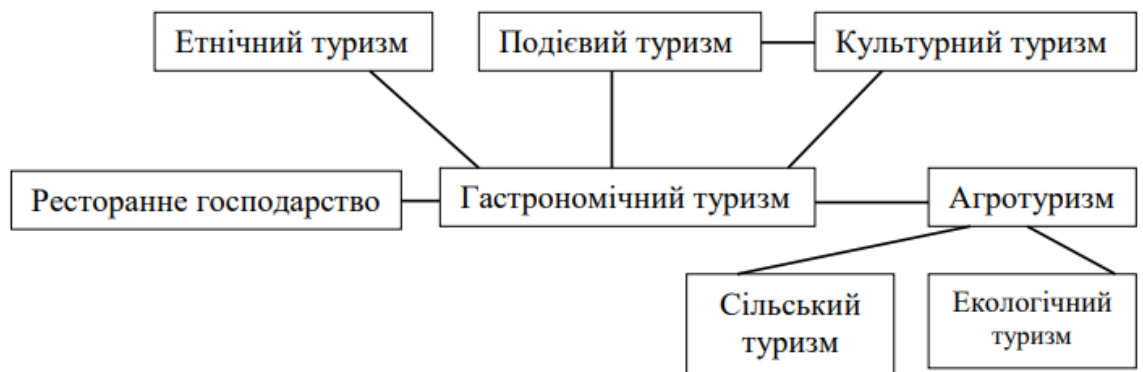


Рис. 1.4. Структура та зв'язки гастрономічного туризму, складено за [14]

Гастрономічний туризм можна розглядати як одну з форм культурного туризму, оскільки гастрономія є невід'ємною частиною культурної спадщини. Крім того, він тісно переплітається з іншими видами туризму, такими як подієвий, етнічний та агротуризм. Одним з важливих аспектів розвитку гастрономічного туризму є можливість його інтеграції з ресторанним бізнесом.

Гастрономічний туризм може поєднувати різні види туризму, такі як пізнавальний, подійний та діловий. Оскільки питання гастрономічного

туризму ще недостатньо досліджене, на сьогодні не існує єдиної класифікації гастрономічних турів. Проте, умовно їх можна поділити на дві основні групи:

1. За місцем перебування:

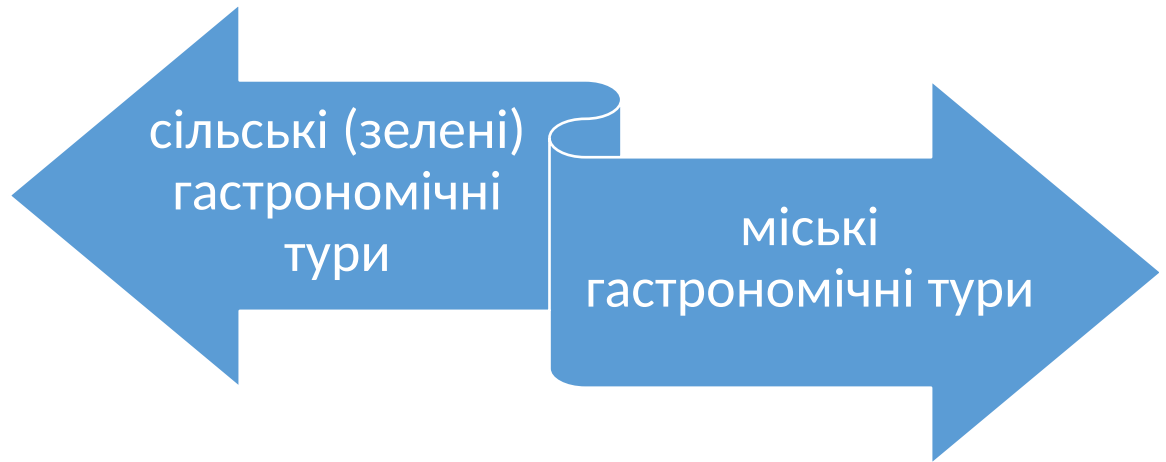


Рис.1.5. Гастрономічні тури за місцем перебування

- сільські («зелені») гастрономічні тури;

Ці тури спрямовані на знайомство з екологічно чистими продуктами місцевості. Вони включають участь у процесах збору дикорослих ягід у лісі, винограду на виноградниках, а також фруктів та овочів на фермерських господарствах. Такий тип турів дає можливість пізнати місцеву гастрономічну культуру через прямий контакт з природними ресурсами.

- міські гастрономічні тури.

У рамках цих турів туристи відвідують фабрики або цехи з виробництва продуктів харчування, де можна не лише ознайомитися з процесом виробництва, а й продегустувати готову продукцію. Крім того, у програму таких турів можуть входити візити до ресторанів, що спеціалізуються на національній кухні, де гостям подають місцеві делікатеси, часто приготовані відомими шеф-кухарями.

Обов'язковою вимогою для таких ресторанів є наявність хоча б однієї зірки Мішлен. В цих закладах акцент робиться на майстерному поєднанні різноманітних інгредієнтів.

2. За типом продукту споживання (цей поділ умовний, оскільки з'являються все нові гастрономічні тури):

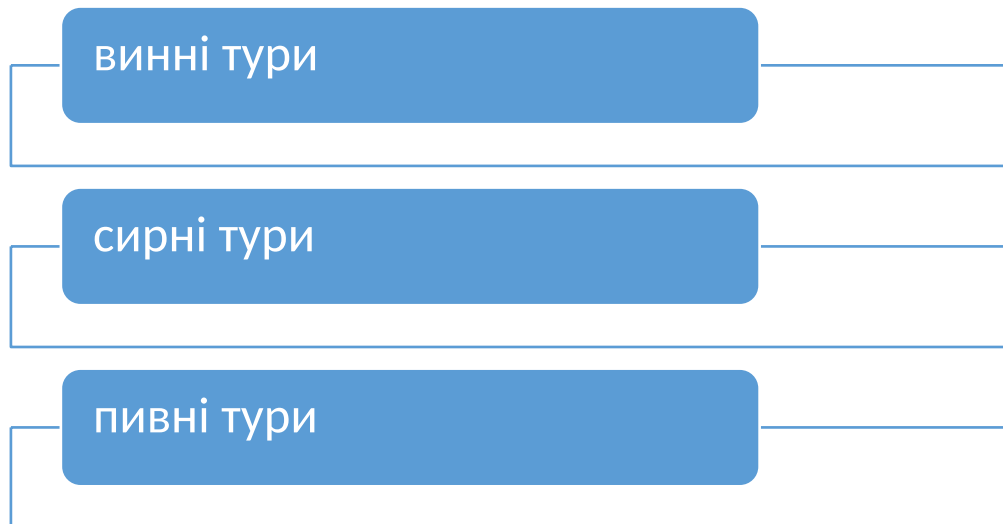


Рис.1.6. Гастрономічні тури за продуктом споживання

- винні тури — тури, спрямовані на дегустацію, споживання та придбання вина безпосередньо на виноробнях. Вони можуть включати відвідування виноробень, виноградників, ресторанів з винною спеціалізацією, винних фестивалів та інших тематичних заходів.

Види винного туризму:

1. Поїздки для туристів, які організовуються для тих, хто хоче присвятити частину своєї подорожі вивченню винних і гастрономічних традицій регіону. Зазвичай це короткий візит до виноробні з дегустацією вина та екскурсією по виноградниках. Основна мета такої поїздки — ознайомитися з винним регіоном та отримати загальне уявлення про місцеві традиції. Це також спосіб урізноманітнити звичну подорож.

Під час такої подорожі туристи часто потрапляють у групи незнайомих людей. Тому кожен може сам вирішити, що саме він хоче отримати від цієї подорожі та до якої категорії мандрівників він хоче приєднатися.

2. Подорожі для любителів вина. Ці тури призначені для людей, які не працюють у виноробній галузі, але мають великий інтерес до вина і здобули значні знання та досвід у цій сфері. Іноді вони знають про вино більше, ніж самі винороби, і можуть вважатися справжніми експертами. Для таких людей вивчення вина — це частина їхнього способу життя. Зазвичай вони люблять

приєднуватися до закритих винних клубів і ділитися своїм досвідом та знаннями з іншими. Винні подорожі для цієї групи — це ще один спосіб поглибити свої знання не тільки про вино, а й про гастрономічні традиції та місцеву культуру.

Поїздки для цієї категорії включають професійні дегустації, під час яких подають місцеві страви, приготовані найкращими кухарями; розміщення в елітних готелях; насичену культурну програму та релаксаційний відпочинок.

3. Поїздки для винних професіоналів. Ці тури призначені для людей, чия професійна діяльність безпосередньо пов'язана з вином, таких як:

- працівники компаній, що займаються купівлею та продажем вина;
- сомельє в ресторанах та барах;
- журналісти, що висвітлюють тему вина та виноробства.

Основною метою таких поїздок є вивчення вина. Професіонали дегустують нові вина, щоб оцінити їх якість та вирішити, чи заслуговують вони на увагу споживачів. Вони укладають угоди на закупівлю вина безпосередньо з виробниками та можуть знайти нових постачальників. Крім того, ці поїздки є чудовою можливістю для підвищення кваліфікації та отримання нових знань. Як правило, учасники таких турів — це вузьке коло фахівців, які добре знайомі між собою. Винні дегустації на таких заходах є дуже професійними, серйозними і, зазвичай, не містять розважальної складової [5; 8; 20].

- сирні тури — це тури, що проводяться у центрах виробництва сиру. У деяких країнах сироваріння є справжнім мистецтвом, а сир став важливою частиною національної гордості. Це стосується, зокрема, таких країн, як Швейцарія, Італія, Данія, Нідерланди та, звісно, Франція. Кожна провінція Франції — від Ельзасу до Нормандії і від Пікардії до Корсики — славиться своїм унікальним видом сиру.

У цих регіонах на численних малих підприємствах виготовляють сотні сортів сиру, що відрізняються не лише виглядом, а й смаком та запахом. Європейські туристичні бюро давно організовують екскурсії до підвалів, де

визріває сир. Такі поїздки дають можливість відвідувачам дізнатися, як виробляють високоякісний сир, зберігаючи традиційні методи.

Під час таких турів туристам рекомендується одягатися тепліше, оскільки температура в підвалах досить низька, а самі екскурсії можуть тривати кілька годин.

- пивні тури — це тури, що передбачають дегустацію, споживання та придбання пива безпосередньо на пивоварнях або в місцях його виробництва.

Отже, гастрономічний туризм включає різні види, які можна класифікувати за кількома критеріями: за місцем розташування туристичної локації, за типом продукту або напою, що вивчається, за метою подорожі та за напрямом туру [7; 13].

Деякі експерти в галузі кулінарії та ресторанного бізнесу вважають, що національна кухня є важливою складовою частиною загальної культури країни, тому гастрономічний туризм не завжди можна чітко відокремити від інших його видів.

Основною метою гастрономічних туристів є бажання пізнати країну через її кулінарні традиції та дослідити процес приготування і споживання їжі, а також відкрити для себе екзотичні продукти.

До об'єктів гастрономічного туризму належать [20; 22]:

- країни, чії кухні є найбільш відомими на міжнародній арені, наприклад, Франція, Італія, Іспанія, Японія, Китай;
- регіони, які славляться своєю специфічною продукцією, як, наприклад, Бордо, Бургундія та Шампань у Франції, відомі своїми винами, або міста Гауда та Едам у Голландії, відомі своїми сирами;
- "ресторанні міста", що характеризуються великою кількістю закладів, які пропонують різноманітні кухні та стилі приготування їжі (наприклад, Нью-Йорк, Лондон, Париж, Токіо, Гонконг).

Щоб отримати статус «ресторанного міста», місто повинно мати унікальну кухню, яка відображає місцеву харчову культуру, а також відповідати високим стандартам якості, декору та розкоші. Важливо, щоб

місцеві ресторани не викликали сумнівів щодо своєї репутації. Крім того, має бути достатня кількість людей (як місцевих мешканців, так і туристів), готових витратити кошти на ці заклади.

До основних характеристик такого міста можна віднести:

- ресторани, що вирізняються своєю високою якістю, унікальністю кухні або мають статус "кращих";
- підприємства, відомі своєю кулінарною продукцією;
- навчальні установи, що пропонують курси з кулінарії та гастрономії;
- кулінарні події: фестивалі, ярмарки, святкові заходи, дегустації, майстер-класи, виставки, конференції.

Щороку інтерес до гастрономічних подорожей зростає, що логічно призводить до збільшення кількості країн, які розробляють гастрономічні маршрути. Це зумовлено тим, що люди все частіше шукають оригінальні страви та прагнуть насолоджуватися ними безпосередньо там, де вони були вперше створені, замість продуктів напівфабрикатів.

Отже, потенційними споживачами гастрономічних турів можуть бути:

- туристи, які шукають нові враження поза звичайними туристичними маршрутами;
- люди, що прагнуть урізноманітнити свій раціон;
- гурмани, які цінують високоякісну їжу;
- фахівці, чия професійна діяльність пов'язана з приготуванням або вживанням їжі;
- представники туристичних компаній, які мають намір організувати власні гастрономічні тури.

При цьому, якщо середні витрати звичайного туриста складають €50, то середній витратний чек гастрономічного туриста на маршруті сягає €200 (Горова, 2020). Загальний обсяг світового ринку гастрономічного туризму оцінюється в 42 мільярди доларів США (Ковешніков & Гармаш, 2017) [20].

Гастрономічний туризм має ряд переваг, які суттєво вирізняють його серед інших видів (рис. 1.5).



Рис. 1.7. Переваги гастрономічного туризму, складено за [17]

При вивченні гастрономічного туризму важливо визначити фактори, які впливають на його розвиток. Серед основних чинників, що сприяють розширенню гастрономічного туризму в регіонах, можна виділити:

- розвинене сільське господарство, яке дозволяє організовувати гастрономічні тури у сільській місцевості, де туристи можуть дегустувати місцеві страви та продукти, вирощені в фермерських господарствах;
- можливість відвідати екологічно чисті господарства та виробництва, де туристи знайомляться з органічними продуктами та процесами їх виробництва;
- присутність корінних народів або їх нащадків, які зберігають традиції приготування їжі (наприклад, євреї, татари, поляки, чехи, німці), що може стати основою для унікальних гастрономічних турів;
- можливість збору дикорослих продуктів, таких як гриби та ягоди;
- створення нових робочих місць і залучення місцевих жителів до участі в гастрономічному туризмі;
- наявність різноманітного природно-рекреаційного потенціалу, який може доповнювати гастрономічний досвід;
- багата культурно-історична спадщина, що додає цінності гастрономічному туризму;

- зручна доступність для туристів (відстань до цільових споживачів туристичних послуг, зокрема на відстані 2-3 годин подорожі);
- зростаюча популярність кулінарних програм і шоу в медіа, що сприяє популяризації гастрономічних маршрутів;
- пропагування здорового способу життя, що підвищує інтерес до екологічно чистих і здорових продуктів.

Ці фактори взаємопов'язані і разом створюють умови для розвитку гастрономічного туризму, який сприяє популяризації місцевих кулінарних традицій, розвитку місцевої економіки та туристичної інфраструктури [17].

Через свою специфіку гастрономічні тури не є масовим продуктом. Не кожен турист готовий вирушити до Франції лише для того, щоб скуштувати жаб'ячі лапки. Однак це не заважає багатьом країнам залучати мандрівників за допомогою унікальних методів ознайомлення з місцевими кулінарними традиціями. Оскільки географія кулінарних вишукань практично безмежна, популярність таких турів, без сумніву, зростатиме [10; 13; 17].

Поглиблене вивчення побуту, звичаїв і кулінарних традицій інших народів, у яких виявляються національні особливості, дедалі більше приваблює наших співвітчизників. Причинами цього є:

- активні контакти з країнами як ближнього, так і далекого зарубіжжя,
- збільшення ділових зв'язків між підприємствами,
- зростання потоку туристів за кордон, а також приїзд іноземних делегацій та приватних осіб.

Для фахівців, чия діяльність пов'язана з розміщенням, обслуговуванням, організацією харчування та прийомом туристів, важливо володіти знаннями законів гостинності, а також культурними та кулінарними традиціями різних народів світу.

Існує кілька ключових факторів, які визначають потенціал для розробки гастрономічних маршрутів у країні:

1. Велика різноманітність кухонь та можливість поєднання кількох гастрономічних традицій в одному маршруті створює сприятливі умови для розробки унікальних гастрономічних турпродуктів.

2. Розвинене сільське господарство та висока продуктивність агропромислового комплексу. Така інфраструктура дозволяє виробляти не лише різноманітні, але й екологічно чисті сільськогосподарські продукти. Країна має потенціал стати лідером у виробництві біопродуктів, а давні аграрні традиції сприяють розвитку подієвого гастрономічного туризму.
3. Сприятливі природні умови, зокрема ґрунтово-кліматичні, відкривають можливості для вирощування винограду. Це створює потенціал для розвитку енотуризму, який може зайняти важливе місце в туристичному секторі країни.

Для стимулювання розвитку гастрономічного туризму необхідно розробити відповідну маркетингову стратегію, яка включатиме:

- брендування регіонів і туристичних дестинацій з урахуванням потенціалу для організації гастрономічних турів;
- створення інформаційних онлайн-ресурсів, що висвітлюють гастрономічні можливості регіону;
- інтеграцію гастрономічного туризму як важливого елементу туристичної інфраструктури в стратегії та програми регіонального розвитку;
- посилення міжнародного співробітництва для розвитку гастрономічного туризму.

Впровадження таких підходів у вигляді рекомендацій для органів влади, місцевого самоврядування та туристичних компаній дозволить значно активізувати розвиток гастрономічного туризму. Однак варто зазначити, що для забезпечення конкурентоспроможності туристичних дестинацій необхідна їхня диверсифікація. Тому, хоча гастрономічний туризм може відігравати важливу роль, він не здатен вирішити всі соціально-економічні проблеми місцевих громад та не зможе сам по собі привернути значні туристичні потоки. Для досягнення сталого розвитку потрібна комплексна програма соціально-економічного розвитку місцевих територій, що враховує їх потенціал та регіональні особливості [22; 26].

1.3. Світовий досвід країн світу в галузі гастрономічного туризму

Створення гастрономічних вражень стає важливим елементом розвитку туристичних напрямків, оскільки гастрономія відіграє ключову роль у формуванні вибору туристами місця для подорожі. Кулінарні традиції та страви, що характеризують певну місцевість, значно впливають на рішення щодо призначення подорожі і можуть навіть стати основним мотивом для відвідування. Гастрономічний туризм дедалі більше визнаний як ефективний спосіб представлення місцевих продуктів і стимулювання попиту на туристичні послуги [17].

Гастрономічний туризм набуває популярності в усіх країнах світу, однак кожна країна має свої унікальні гастрономічні традиції та власний підхід до просування цього виду туризму. Як і в інших сферах туризму, є певні країни, які приваблюють найбільшу кількість гастрономічних туристів у своїх регіонах [16]. Згідно з раніше згаданою класифікацією, гастрономічний туризм можна охарактеризувати за наступними географічними регіонами:

1. Європейський;
2. Азійсько-Тихоокеанський;
3. Американський;
4. Африканський.

Особливості кухні Європейського регіону зумовлені низкою чинників, що формують гастрономічні традиції та стратегії харчування в різних країнах і районах. Ось основні фактори, які впливають на розвиток кухні в Європі [16; 18]:

1. Географія та клімат. Кліматичні умови та природні ресурси значною мірою визначають типи сільськогосподарської продукції, доступної в регіоні, а отже, і страви, які можна приготувати. Наприклад, в південній Європі, з її теплим середземноморським кліматом, популярні оливки, цитрусові, виноград, а на півночі – картопля, капуста, риба.

2. Історія та культурні традиції. Кожен регіон Європи має свою унікальну історію, яка відображається в харчових звичаях. Наприклад, кухня Італії розвивалась під впливом античної Римської імперії та середземноморської культури, а кухня Франції була сформована під впливом королівських та аристократичних традицій, де велика увага приділялась вишуканим кулінарним технікам.

3. Етнічний склад населення. Різноманіття національних меншин у різних країнах Європи також суттєво впливає на кухню. Наприклад, кухня Бельгії та Нідерландів відображає вплив французької та німецької гастрономії, а в Східній Європі великою популярністю користуються страви, характерні для слов'янських та турецьких культур.

4. Культури та релігійні традиції. Релігійні практики також накладають відбиток на гастрономічні традиції. Наприклад, в Італії і в країнах з переважанням католицизму важливими є пости, що обумовлює особливості святкових страв, у той час як в мусульманських країнах південного Середземномор'я, таких як Туреччина або Алжир, поширена культура халяльної їжі.

5. Економіка та сільське господарство. Різні економічні умови в країнах Європи призводять до різних підходів у виробництві продуктів. У країнах з розвиненим сільським господарством, таких як Франція, Іспанія, Італія, існує багатий вибір місцевих продуктів, що визначає основу національних кухонь. В інших країнах, де сільське господарство менш розвинене, кухня може базуватись на імпортованих продуктах або традиціях, що збереглися в умовах урбанізації [18].

6. Туризм та гастрономічні традиції. Європа є однією з найбільш відвідуваних туристами частин світу, що стимулює розвиток гастрономічного туризму. Стани, як Франція, Італія та Іспанія, використовують свої кулінарні традиції як важливу частину туристичної індустрії, що сприяє популяризації місцевих страв на міжнародній арені.

7. Політична ситуація та вплив сусідніх країн. Взаємодія між країнами Європи через політичні та торгові зв'язки також формує

гастрономічні особливості. Наприклад, на кухню Британії значно вплинули колоніальні зв'язки, а на кухню Швейцарії – відносини з сусідніми Францією та Італією, що призвело до формування унікальних страв, які поєднують французькі та італійські впливи.

8. Гастрономічні інновації та тренди. В Європі відзначається постійний розвиток та адаптація кухні під впливом нових гастрономічних трендів, таких як здорове харчування, стійкість до змін клімату, впровадження новітніх технологій у приготуванні їжі. Тренди можуть змінювати кулінарні уподобання населення та туристів, а також впливати на розвиток гастрономічного туризму.

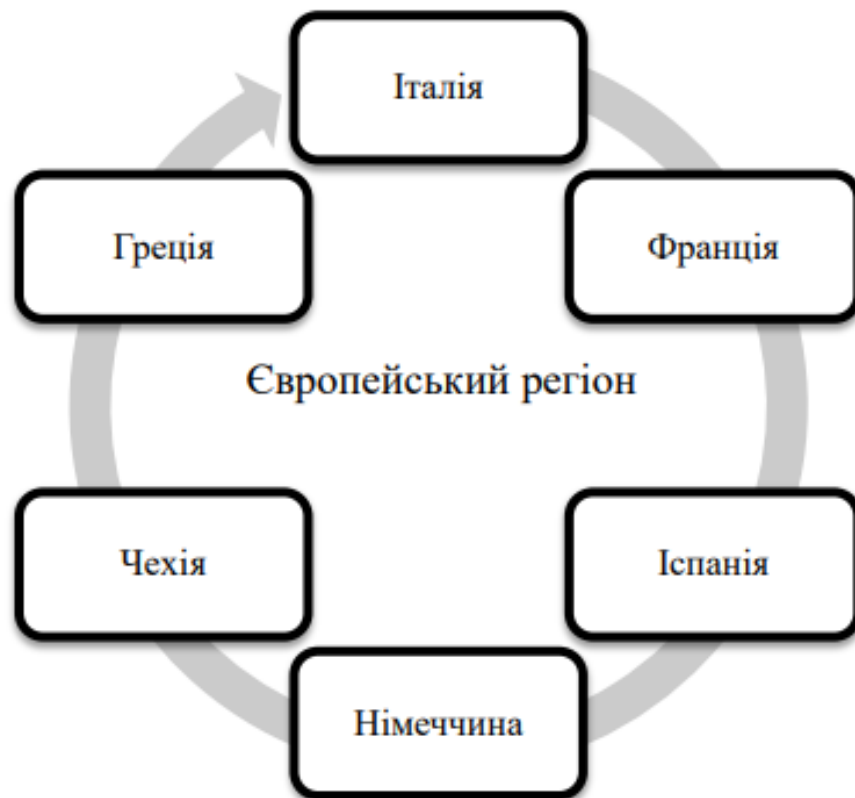


Рис. 1.8. Найбільш відвідувані країни в Європейському регіоні

Найбільш популярною країною Азійсько-Тихоокеанського регіону є Японія, кухня якої значно відрізняється від інших національних кухонь світу. Для жителів інших азійських країн японська кухня сприймається так само, як для європейців — французька. Секрет її унікальності полягає в ретельному виборі інгредієнтів, естетиці подачі та особливому ставленні до продуктів. Лише найкращі дари природи, землі та води потрапляють на японський стіл, а

основне завдання кухаря — зберегти їх природні властивості. Ще однією характерною рисою японської кухні є те, що приготовані страви обов'язково відображають пору року. Кожен сезон приносить свої унікальні делікатеси, і вони неодмінно знаходять своє місце в японському меню [16; 17].

На другому місці серед популярних країн знаходиться Китай. Китайська кухня базується на концепції здорового харчування, що досягається завдяки поєднанню різноманітних інгредієнтів у стравах. Основні компоненти страв завжди дрібно нарізані і майстерно приготовані. Комбінація 30–40 інгредієнтів дає можливість створити тисячі різних страв. Китайська кулінарна традиція охоплює величезну кількість страв, характерних для різних регіонів країни, що знаходяться в різних кліматичних зонах та часових поясах.

Ще одним яскравим представником азіатської кухні є Таїланд. Ця країна набирає популярності з кожним роком завдяки зростаючому туристичному інтересу. Основу тайської кухні складають рис, локшина, морепродукти і тропічні фрукти.

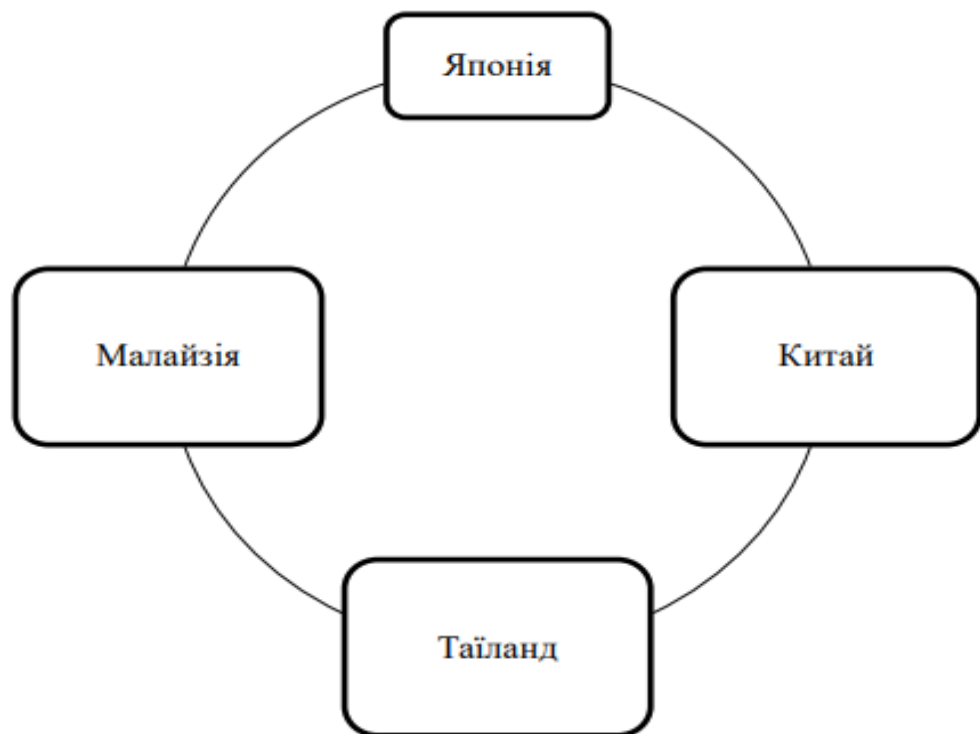


Рис. 1.9. Найбільш відвідувані країни в Азійсько-Тихоокеанському регіоні

На першому місці серед країн Американського регіону стоїть США. Для розвитку гастрономічного туризму в цій країні є одна ключова умова – велике різноманіття кухонь. США простягаються через чотири кліматичні зони, і тому в кожному штаті розвиваються власні кулінарні традиції, зокрема різні набори продуктів, які можуть суттєво відрізнятися від регіону до регіону. Проте найпомітнішою особливістю американської кухні є BBQ. Барбекю – це приготування їжі на грилі, таких продуктів як овочі, м'ясо з соусами, а також національна американська страва – гамбургери, які складаються з булочок та м'ясної котлети. Саме в США в 1940 році був відкритий перший фастфуд-ресторан McDonald's у Каліфорнії [17].

Бразилія, розташована в Південній Америці, славиться своєю кулінарною різноманітністю, яка обумовлена кліматичними умовами країни. Тут можна спробувати широкий асортимент овочів і фруктів, м'ясо екзотичних диких тварин, а також морські й річкові делікатеси. Туристи мають можливість відвідати кращі бразильські кулінарні школи та навчитися готувати традиційні бразильські страви, такі як фейжоада, фарофа з маніоки, ватапа з молюсків.



Рис. 1.10. Найбільш відвідувані країни в Американському регіоні

Останнім розглянемо Африканський регіон. Він вирізняється тим, що тут можна спробувати страви, яких неможливо знайти в інших частинах світу. Африка залишалася менш впливовою в кулінарному аспекті від інших регіонів, завдяки чому тут збереглися унікальні традиції приготування м'яса

екзотичних тварин, таких як мавпи, антилопи, крокодили та броненосці. Крім того, цікавість у туристів викликають страви з бамії, кореня імбиру та маніоки, які часто використовуються в африканській кухні [18].

Традиційними стравами Центральної Африки є бамбара (солодка рисова каша з арахісовою олією), арахісовий суп і суп з маніоки з м'ясом або рибою, відомий як фуфу. Ці унікальні страви, приготовлені з місцевих інгредієнтів, можна скуштувати як у місцевих жителів, так і в ресторанах цієї території.

В інших африканських регіонах традиційними є страви з бананів (як зелених, так і жовтих), різноманітні коржики, лаваші, рис і гранати. Якщо ж говорити про кулінарний вплив інших культур на африканську кухню, то можна відзначити, що з арабської кухні в Африку потрапили численні спеції, а з європейської – оливкова олія та вино. Завдяки цим інгредієнтам африканські страви стали більш смачними та з вираженішими смаками.

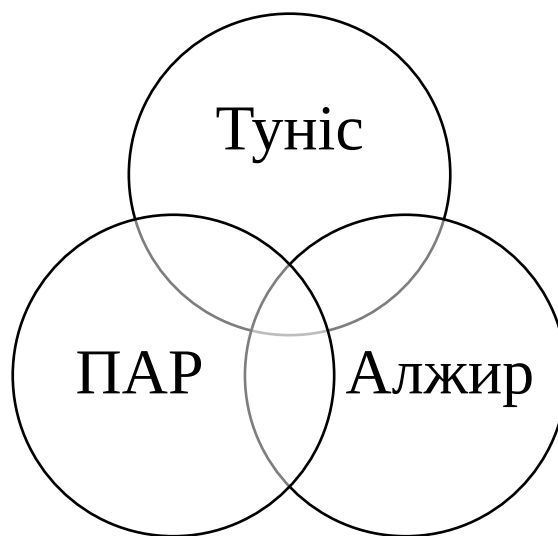


Рис. 1.11. Найбільш відвідувані країни Африканського регіону

Отже, можна зробити висновок, що найбільший досвід у розвитку гастрономічного туризму має саме Європейський регіон, оскільки він є найпопулярнішим і найвідвідуванішим. Однак кожен регіон має свої унікальні гастрономічні особливості, власну кухню та підхід до розвитку гастрономічного туризму, що робить його привабливим для туристів [16; 17; 18].

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ РОЗВИТКУ ГАСТРОТУРИЗМУ НА ЛЬВІВЩЕНІ

2.1 Аналіз ресурсного потенціалу регіону

Розвиток сучасного туризму повинен враховувати не лише матеріальні передумови, але й глибоке розуміння унікальних переваг регіону. Туристи шукають не просто подорожей, а досвіду, вражень та сенсу. У цьому сенсі кулінарний туризм є видом культурного дослідження, а їжа — не просто товар, а сховище історії, традицій та ідентичності.

Львівська область, як регіон вишуканих кулінарних традицій та наявної потужної туристичної інфраструктури, має всі необхідні умови для розвитку сильного гастрономічного туризму. Комплексний аналіз ресурсів цього напрямку включає не лише природний та економічний потенціал, а й соціокультурні процеси, що відбуваються в регіоні.

Одним з напрямів гастрономічного туризму у Львівській області є своєрідна етнокультурна палітра. У ній разом жили українці, поляки, євреї, німці, вірмени, угорці та інші, що відобразилося у кухні, яка не схожа на інші. Ці історичні фактори створили ґрунт для розвитку унікальної галицької кухні, яка зовсім не є занадто гострою і акцентує увагу на сезонності продуктів і комбінації селянських та міських шляхетських страв.

На відміну від східноукраїнської традиції вживання їжі зі Сходу України, галицька кухня походить з католицької Європи, тому вона має свідомий підхід до смаків і кислоти в подачі разом з європейською кухнею по суті. Вареники з капустою і грибами, банош, капустняк, печені ребра, смажена форель,

домашні ковбаси, сирники, мариновані продукти — це не лише окраса місцевої кухні, але і бренд туризму.

Екологічний та кліматичний потенціал регіону сприяє розвитку багатопотокового сільського господарства, особливо в культивації органічних продуктів, які є однією зі складових елементів гастрономічного туризму. Багато ферм, сироварень, пасік та ягідних ферм у регіоні вже готові приймати гостей, пропонувати дегустації, проводити майстер-класи та екскурсії.

Таблиця 2.1

Загальний туристичний потенціал Львівської області.

Тип ресурсу	Кількість (орієнтовна, 2023 р.)	Приклади / Географія	Роль у розвитку туризму
Історико-культурні пам'ятки	4000+	Замки: Олеський, Підгорецький, Золочівський	Формують основу культурного туризму, приваблюють іноземних і внутрішніх туристів
Природні об'єкти та ландшафти	200+	Карпати, Сколівські Бескиди, Шацький національний парк	Сприяють розвитку екотуризму, активного відпочинку
Музеї та галереї	120+	Львівський історичний музей, Музей Пінзеля, етнографічні музеї	Просвітницький і пізнавальний туризм, культурна спадщина
Готельно-ресторанна інфраструктура	1000+	Готелі у Львові, Трускавці, Моршині	Забезпечення якісного обслуговування туристів
Санаторно-курортні ресурси	30+	Трускавець, Моршин, Східниця	Розвиток медичного й оздоровчого туризму
Гастрономічні ресурси	600+	Кафе, ресторани, фермерські господарства	Розвиток гастрономічного і подієвого туризму
Події, фестивалі	100+/рік	Фестиваль класичної музики, кавові, винні фестивалі	Сезонне пожвавлення туризму, іміджевий вплив
Туристичні маршрути	50+	Шлях Золотої підкови, етномаршрути, гастротури	Систематизація відвідувань, розвиток турпродукту
Етнокультурні ресурси	20+ громад	Бойківські, лемківські села	Розвиток етно- та сільського туризму
Інфраструктура транспорту і логістики	розвинена	Львівський аеропорт,	Доступність і мобільність для туристів

		залізниця, автошляхи	
--	--	-------------------------	--

Розроблено авторкою

Ремісничі сироварні, такі як ті, що знаходяться в Золочівському, Стрийському та Дрогобицькому районах, є прекрасними прикладами, і вони пропонують дегустації, поєднані з декількагодинними візитами для спостереження за виготовленням сирів. Це підхід, який відповідає сучасним трендам в гастротуризмі, де важливі як результат, так і шлях від поля до столу.

Таблиця 2.2

Загальний гастрономічний потенціал Львівського регіону.

Тип ресурсу	Кількість (орієнтовна, 2023 р.)	Приклади / Географія	Вплив на гастротуризм
Гастрономічні заклади (ресторани, кафе)	230+	Львів, Дрогобич, Трускавець	Створюють туристичну гастрокультуру, забезпечують сервіси та досвід
Фермерські господарства з дегустаціями	55+	Меденичі, Урич, Стрийщина	Розвиток агротуризму, локальні продукти, дегустації
Гастрофестивалі	10–12/рік	Львів, Сколе, Золочів	Подієвий туризм, сезонне залучення туристів
Історико- кулінарні заклади	20+	«Криївка», «Дім Легенд», «Гасова Лямпа»	Тематичний досвід, емоційна привабливість
Кав'ярні та кондитерські	300+	Центр Львова, Площа Ринок	Кавова культура, щоденне споживання, туристичний бренд
Освітні/культурні ініціативи	~15	Кулінарні школи, майстер-класи	Залучення до традицій, гастрономічна просвіта
Етнічна гастрономія	10+	Кафе «Єрусалим», «Маестро», ін.	Розмаїття культур, гастрономічна толерантність
Музеї їжі	1	Музей сала	Унікальність, гастроарт

Розроблено авторкою

Львівський регіон також має значний інфраструктурний потенціал, який активно розвивається останніми роками. Сам Львів перетворився в лабораторію гастрономічного маркетингу, завдяки десяткам тематичних ресторанів і кафе, концепції яких базуються на переосмисленні історії, фольклору та легенд.

Поїздки до закладів, таких як "Криївка", "Гасова лампа", "Мазох-кафе" та "Ресторан Бачевського", стають перформансом з інтерактивним та етнографічним контекстом. Львів вдало поєднав кулінарні продукти та культурні події, що є унікальною формою туризму в Україні.

Навколо центральної частини регіону розвиток відбувається більш впевнено, але не менш привабливо. Наприклад, у сільських поселеннях у Меденичах, Уричі, Тухлі тощо розвиваються гастрономічні заклади у форматі "slow food" (культури повільної їжі з урахуванням місцевих продуктів, сезонності та майстерності). Тут відвідувачі мають можливість не лише скуштувати класичні страви, але й допомогти в їх приготуванні. Все це особливо приваблює європейських туристів, які зацікавлені в більш автентичному досвіді взаємодії з культурою пункту призначення.

Варто згадати і про подієву складову гастрономічного туризму Львова. Під час року у Львові та деяких інших містах області проводяться десятки гастрономічних фестивалів, такі як "Фестиваль сиру та вина", "Кавовий фестиваль", "Свято шоколаду", "Вулична їжа So Good", "Медовий Спас", "Фестиваль вареників" та багато інших. Такі заходи не тільки приваблюють туристів до регіону, але й сприяють створенню позитивного іміджу регіону, роблячи його гастрономічним центром України.

Проте, при всьому цьому, існує необхідність згадати про низку проблем. Першою проблемою є відсутність цілісного регіонального плану для гастрономічного туризму. Є окремі проекти, ініціативи та фестивалі, але вони не організовані в єдиний інформаційний, логістичний і комерційний простір.

Додатковою важливою проблемою є велика різниця в туристичному потоці: більше ніж 80% відвідувачів регіону приходять до Львова, з іншими населеними пунктами регіону мало або не відомими туристам, або через проблеми з доступністю їх важко відвідати. Це призводить до надмірного скупчення у внутрішній частині міста і втрати можливостей для сільських територій.

Існує також проблема кадрового забезпечення. У багатьох сільських домах немає кваліфікованого персоналу для обслуговування туристів, подачі

страв або дегустацій. Кулінарний туризм — це не лише їжа; це сервіс, історія та атмосфера. Без освічених професіоналів таке середовище неможливо створити. У цьому сенсі регіональні ініціативи з навчання, курси для власників агротуристичних об'єктів та навчання молоді, зацікавленої у роботі в гастрономічному секторі, є доречними.

Попри всі ці виклики, майбутнє розвитку гастрономічного туризму у Львові виглядає досить перспективним. Цей глобальний рух до таких речей, як локалізм, стійкість, культурна автентичність та споживчий досвід, саме ті формати туризму, які розвиває регіон. Елементи успіху вже є у Львові: традиції, сировинна база, географічна досяжність, цікава історія та готовність до сприйняття туристами. Залишається лише упакувати ці інгредієнти у єдине ціле, що привертатиме увагу як місцевих, так і іноземних відвідувачів.

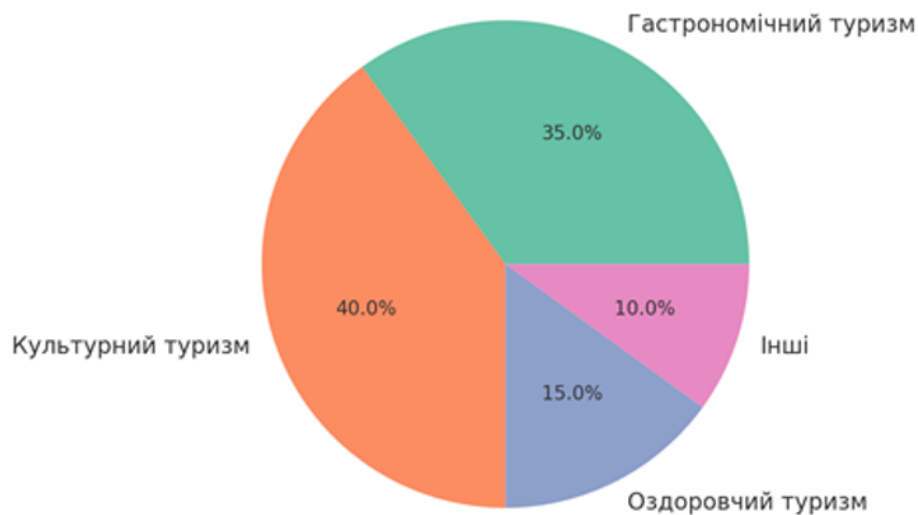


Рис. 2.1. Розподіл видів туризму у Львівській області.

В цілому, гастрономічний туризм Львівської області останніми роками демонструє стійке зростання. Цей регіон є одним із лідерів в Україні за кількістю гастрономічних подій, тематичних ресторанів та локальних виробників продуктів харчування. Нижче представлено аналіз основних ресурсів гастрономічного туризму регіону, їх динаміки та розвитку за останні роки.

Протягом 2019–2023 років спостерігається позитивна динаміка розвитку гастрономічного туризму у Львівській області. Попри падіння у 2020 році, спричинене пандемією COVID-19, регіон продемонстрував відновлення та зростання майже за всіма ключовими показниками. Зростання кількості фестивалів, ресторанів і фермерських локацій сприяє підвищенню туристичної привабливості Львівщини. Збільшення частки іноземних гастротуристів свідчить про міжнародне визнання гастрономічного бренду регіону.

Таблиця 2.3

Гастрономічний ресурсний потенціал регіону протягом років.

Показник	2019	2020	2021	2022	2023
Кількість гастрономічних ресторанів	185	190	200	215	230
Кількість гастрофестивалів	6	4	7	9	11
Фермерські господарства з дегустаціями	35	38	42	47	55
Участь у гастротурах (тис. осіб)	12	9	14	18	24
Рівень іноземних гастротуристів (%)	18	12	15	20	23

Розроблено авторкою

Таким чином, ресурсне забезпечення Львівщини у сфері гастрономічного туризму є комплексним і багатогранним. Його ефективне застосування вимагає стратегічного підходу, партнерства спільнот, бізнесу та держави, а також поваги до унікальної цінності того, що вже є в ареалі. Якщо застосувати це на регіональному рівні у формі інтегрованого туристичного продукту, Львів може стати впливовим прикладом нового покоління регіонального туризму.

2.2. Оцінка сучасного стану розвитку гастрономічного туризму в регіоні

Гастрономічний туризм у Львові вже приваблює не лише українських гостей, а й іноземних відвідувачів з різних країн світу. Це пояснюється не лише довгою історією та кулінарними традиціями міста, а й вмінням Львова поєднувати старі рецепти з новими способами приготування їжі. Сучасний Львів — це місто, де кожне місце представляє не лише їжу, а й всю атмосферу.

Кулінарний туризм у Львові — унікальна обстановка, що поєднує історію, еко-продукти, креативні ідеї та кулінарні інновації.

Протягом всього дня атмосферні кав'ярні Львова запрошують відвідувачів та місцевих жителів, допомагаючи їм не лише насолоджуватися чудовим смаком кави, а й зрозуміти особливий дух цього міста. Кава у Львові — це не напій, а символ старовинного європейського життя.

Однією з найпопулярніших кав'ярень є "Світ Кави" в центрі міста. Тут кава обсмажується прямо на місці, і вибір сортів не розчарує жодного любителя кави. Кожна чашка в цьому закладі приносить не лише насолоду від смаку, а й своє маленьке оповідання — від походження зерен до технік обсмаження. Відвідувачі також можуть взяти участь у майстер-класах з приготування кави, щоб дізнатися все про це мистецтво.

"Львівська Копальня Кави", стилізована під шахту, — ще одне популярне кафе. Таким чином, це місце стало не лише туристичною пам'яткою, а й цінністю для місцевих жителів, які цінують історію та традицію приготування кави. А ще є підземний антураж, який робить сам акт приготування кави чимось на зразок шоу. Поки ви насолоджуєтеся своєю чашкою, ви не лише скуштуєте смачний смак, але й відчуєте шматочок історії.

Але гастрономічні особливості Львова полягають не лише в традиціях та ритуалах пиття кави, а й у вражаючій різноманітності ресторанів, кафе та гастропабів, які подають страви різних етнічних кухонь.

Одним з найвражаючих є "Криївка", ресторан з тематикою підземного бункера, присвячений українським партизанам. Тут ви скуштуєте страви повоєнної традиції української кухні: борщ, вареники, сало з часником, печену свинину.

Гості закладу відчують себе частиною історії та традиції, і це підкріплюється дещо бункерним інтер'єром. Це поєднання гастрономії та історії робить кожен обід та вечерю незабутньою.

Ресторан "Гасова Лампа" також представляє свого роду кулінарну подорож. Відвідувачі відчують, ніби вони повернулися у минуле серед

старовинних газових ламп, що стали візитівкою віку, представленого в цьому середовищі.

Кожен дюйм цього простору насичений історією, а меню містить традиційні українські страви — грильоване м'ясо, домашня ковбаса, запечена риба та деруни. Це місце також підійде для всіх, хто хоче спробувати більше традиційних львівських страв та скуштувати страви, які зберігають секрети століть.

Неподалік розташована ще одна чудова знахідка — "Дім Легенд", ресторан, який розповідає туристам казки про міфи, легенди та епічні історії Львова просто через атмосферу в своїх кімнатах. Кожна кімната закладу базується на одній львівській легенді, а страви мають історичний відтінок, втілюючи автентичні рецепти, збережені в пам'яті міста. Тут ви отримуєте можливість скуштувати справжні галицькі страви: банош, борщ та широкий асортимент вареників, а також запечену качку.

Якщо ваші переваги схиляються до нових фірмових страв, ми рекомендуємо вам відвідати "З6По". Цей заклад пропонує страви, приготовані за традиційними галицькими рецептами з тонким натяком на сучасну кухню.

Автентичні супи, м'ясні делікатеси, солодощі та навіть коктейлі в оригінальних інтерпретаціях роблять кожную з них неповторною, а до автентичної атмосфери сучасних дизайнерських рішень у інтер'єрі додані елементи старовинного Львова.

І гастрономічний Львів також відомий своїм вином, не пропустіть "Винний Підвал" та скуштуйте місцеве вина. Львівський регіон не лише гастрономічна столиця, а й значний виноробний центр, і його вино по праву вважається одним з найкращих в Україні.

У "Винному Підвалі" ви можете не лише спробувати різні сорти вина, вам покажуть стадії виробництва та дозрівання, ви побачите виноградники і в деяких випадках проведуть дуже особливі екскурсії по винних підвалах.

Для тих, хто віддає перевагу більш експериментальному харчуванню чи просто насолоджується пишною та модною кухнею, львівські ресторани мають дюжину закладів, які пропонують найновіші гастрономічні тренди.

"Музей Сала" — це не що інше, як ресторан, де все намащується свинячим жиром. Тут можна спробувати не лише сало зі смаком хрону, але й такі екзотичні види, як сало-морозиво, шоколадне сало, сало з фруктами. Це місце користується попитом не лише через свою оригінальність, а й через незвичайний вигляд традиційної української їжі.

Львів також може похвалитися кількома ресторанами націй, які жили і живуть у місті, такими як ресторан вірменської громади. Наприклад, грузинський ресторан "Маестро", відомий своїми смачними хінкалі, хачапурі та найкращими традиційними грузинськими стравами. А також "Єрусалимське кафе", яке спеціалізується на єврейській їжі, зокрема на фалафелі, форшмаку та шакшуці.

Ось чому сьогодні гастрономічний туризм у Львові — це не лише справа економіки, але й частина культури міста. Це не лише про скуштування старих рецептів, але й про спробу старого міста та переживання історії через смаки та аромати! Ресторани у Львові — це простори для відродження культурних історій, розробки нових протоколів харчування, зберігання та винайдення перерослих традицій. І цей процес формування гастрономічного туризму лише починається, так що туристи матимуть що відкривати та чим дивуватися.

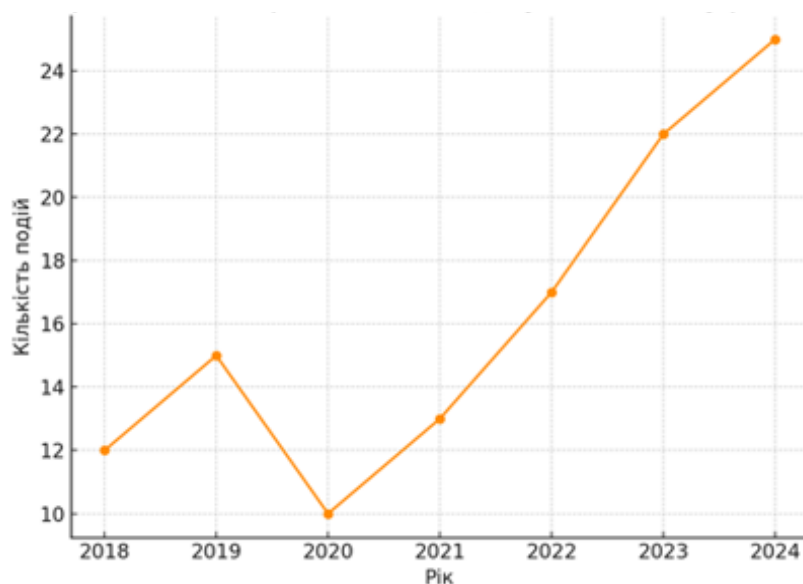


Рис. 2.2. Зростання гастрономічних подій у Львівській області протягом років.

Таким чином, сучасний етап формування гастрономічного туризму у Львові є динамічним, інтегративним і конкурентоспроможним у національному контексті. Львів уже був визнаний провідною гастрономічною столицею України, гармонійно поєднуючи культурну свідомість, локальні кулінарні традиції, ініціативи оригінальних ресторанів та креативні способи створення туристичного продукту.

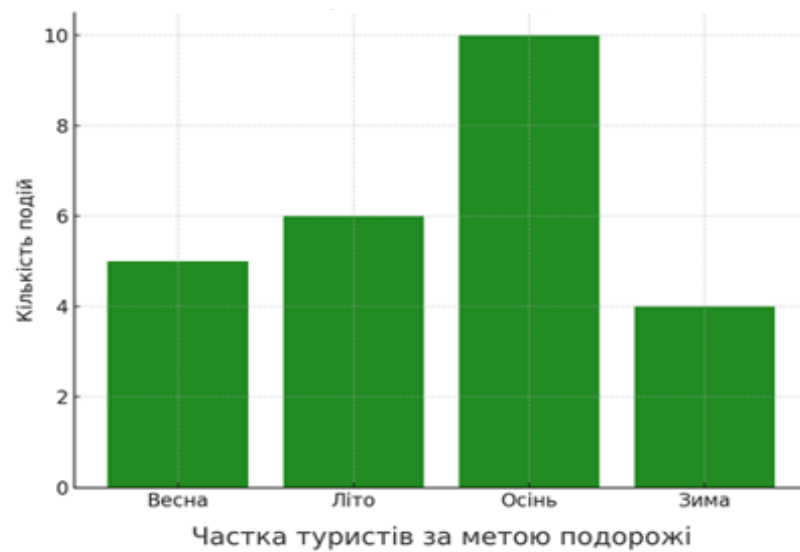


Рис. 2.3. Кількість гастрономічних подій за сезонами.

Нині гастрономічна сцена міста включає заклади на будь-який смак – від атмосферних таверн з історичною тематикою, дорогих ресторанів з авторською кухнею до гастропабів, затишних кафе і концептуальних дегустаційних місць. У Львові виросло покоління сильних і успішних рестораторів, які вміють не лише дбайливо зберігати дорогоцінні перлини традиційного галицького столу, але й успішно інтегрувати сучасні світові тенденції, підлаштовуючи їх під свої умови. Постійна увага до регіональних продуктів, чарівності локальних ферм і сезонності свідчить про дозрівання кулінарної культури.

Львів і його гастрономія переплітаються з культурою, архітектурою та історією міста. Заклади харчування тепер подвоюються як цілісні туристичні спрямування: коли ви обідаєте в одному з них, ви прагнете не лише смаку, але й особливої емоційної подорожі. Загалом, створюється цілісний продукт,

заснований на гастрономії, театрі, екскурсійній частині, музейній презентації та дизайні інтер'єру, що підсилює загальну історію міста з туристичної точки зору.

Львів також інтенсивно розвиває гастрономічний туризм свого регіону шляхом просування місцевих виробників, популяризує зразки фермерської продукції та створює гастрокластери. У місті проводяться фестивалі, ярмарки та дегустаційні маршрути, що дедалі більше стають частиною привабливості регіону і об'єднують не лише внутрішній туризм, а й туристичний потік.

Таблиця 2.4

Туристичні показники Львівської області.

Показник	Значення
Кількість гастрономічних ресторанів	230
Кількість гастрофестивалів	11
Фермерські господарства з дегустаціями	55
Участь у гастротурах (тис. осіб)	24
Частка іноземних туристів серед гастровідвідувачів	23%
Кількість тематичних гастротурів (пропозицій)	40+
Кількість міст та ОТГ, залучених до гастромаршрутів	25
Середня тривалість гастротура	2–3 дні
Підприємства, що проводять майстер-класи	понад 70
Кількість кав'ярень та концептуальних кафе	більше 300

Розроблено авторкою

Сучасний стан гастрономічного туризму у Львівській області свідчить про активний розвиток галузі. На регіональному рівні реалізується низка ініціатив, спрямованих на популяризацію локальної кухні, підтримку подієвих заходів, покращення інфраструктури і формування туристичного бренду. Нижче подано ключові кількісні показники, що характеризують розвиток галузі.

Львівська область демонструє високий рівень розвитку гастрономічного туризму, що підтверджується кількісними показниками. Регіон активно інтегрує гастрономічні ресурси у туристичну інфраструктуру, що сприяє зростанню туристичних потоків, збільшенню кількості подій і розвитку сільських територій. Подальший розвиток галузі потребує системного

маркетингу, підтримки локальних ініціатив і просування регіону як гастрономічного бренду на міжнародному рівні.

Отже, гастрономічний туризм у Львові є одним з ключових елементів туристичного продукту міста. Його еволюція є методичною, але автентичною, з одного боку, через сучасні інструменти просування, з іншого – через формування туристичного досвіду. Місто відповідає всім вимогам для більш активної участі в міжнародній гастрономічній мережі і може вважатися напрямком, здатним конкурувати з деякими ключовими гастрономічними напрямками Центральної та Східної Європи.

2.3. Пропозиції щодо розвитку гастротуризму на Львівщині

На сьогодні Львів має чудові перспективи для розвитку кулінарного туризму, однак цей напрямок ще не був повністю розвинений і залишається на етапі формування досить завершеного, добре структурованого туристичного продукту. Кулінарний туризм має апетитні можливості / туристичні ресторани між ризиками обслуговування і створенням хорватського туристичного продукту. Хоча місцева кухня дуже приваблива як для внутрішніх, так і для міжнародних туристів, гастрономічний туризм у місті досі є більше додатковою частиною загальної туристичної пропозиції, ніж самостійною атракцією.

Однією з головних унікальних особливостей львівської кухні є наявність міцного історичного та культурного підґрунтя, яке надає їй ідентичності. Місто має неперевершене мультикультурне походження, яке передається у рецептах, стилях приготування та харчових звичках, а також культурних нормах гостинності. Тут, польська, австро-угорська, єврейська, вірменська кухні так гарно співіснують, що існує широкий асортимент страв, приправлених місцевою культурою, що додає їм унікального смаку.

Помірно хіпстерський Львів насолоджується високою концентрацією концептуальних закладів харчування з яскравими концепціями, авторським

подаванням і винахідливим обслуговуванням. Десятки ресторанів і кафе — це більше, ніж просто заклади харчування, вони виступають культурними осередками, де їжа зустрічається з театром, художніми виставками, музикою, навіть з інтелектуальними подіями. У наш час такі заклади, як «Криївка», «Газова лампа», «Мазох-кафе», «Дім Легенд», «Львівська шоколадна майстерня» та «Копальня кави» стали частиною бренду міста: вони пропонують відвідувачам не просто вечерю, а унікальний досвід, більше ніж просто їжу на тарілках. Усе це сприяє створенню позитивного образу Львова як гастрономічного центру з оригінальним емоційним виразом.

Незважаючи на ці успіхи в кулінарному туризмі Львова, існує ряд проблем. Зазвичай немає цілісної стратегічної програми, яка б могла інтегрувати кулінарний компонент у систему загального розвитку туризму в місті та прилеглому регіоні. Відсутність чітко визначених державних стимулів для підтримки малого та середнього гастро-бізнесу, приватного бізнесу та туристичних структур у регіоні не дозволяє створити стійкі ланцюги, які включають не тільки міське обладнання, але й ферми, сироварні, пивоварні, винні льохи та інші виробництва, що входять до гастрономічного ланцюжка цінностей.

Інфраструктура також залишається під загрозою. Поганий стан доріг, не всі з яких доступні для автомобільних маршрутів, і незручні засоби транспорту до сільської місцевості, де переважно зосереджені виробники натуральних продуктів (мед, сир, вино, м'ясо та кондитерські вироби), не дозволяють гурманам охопити регіональний гастрономічний простір. Відсутність сучасних зручностей та бездоріжжя заважають створенню тематичних гастрономічних маршрутів на один або декілька днів.

Також відсутня маркетингова стратегія на національному та міжнародному рівні. Хоча Львів добре відомий серед внутрішніх туристів, його статус як гастрономічної столиці України ще не відомий у всьому світі. Місто не має промоції через гастрономічні путівники, бренд-фестивалі на міжнародному рівні, ми не маємо реклами на міжнародних туристичних платформах. Переважна більшість рекламних кампаній мають місцевий,

епізодичний контент і спрямовані на існуючу (місцеву) базу клієнтів, тоді як нові туристи (особливо іноземні туристи) мають небагато шансів бути привабленими.

Проте зростання кількості закладів громадського харчування у Львові, орієнтованих на туристів, свідчить про тенденцію до активного розвитку кулінарного туризму. Збільшується кількість спеціалізованих фестивалів (Фестиваль сиру і вина, Шоколадний фестиваль, Свято кави); організовуються гастрономічні тури, дегустації, кулінарні майстер-класи, туроператори виявляють інтерес до висвітлення гастрономічних атракцій у туристичних продуктах. Все більше рестораторів, які вміють цінувати місцеві продукти, автентичні страви, блюда, які є екологічними та сезонними, що є надійною ознакою того, що ринок вже не на початковій стадії, а зрілий і готовий до більш глибокого діалогу з їхньою цільовою аудиторією.

Для подальшого стратегічного розвитку кулінарного туризму у Львові буде необхідно об'єднати зусилля місцевої влади та бізнесового середовища. Ключовою ініціативою могло б стати створення кулінарного кластеру, який об'єднає виробників, рестораторів, туроператорів, логістику і культурні проекти в одній екосистемі. Створення цифрових туристичних карт, тематичних маршрутів, ініціювання мобільних додатків, заснування туристичних сервісів і дегустаційних зал допоможе Львову покращити якість туристичного продукту, що пропонується містом, та вийти на новий рівень туристичної привабливості.

Насамперед доцільно розробити та затвердити Регіональну програму розвитку гастрономічного туризму у Львівській області на період 2025–2030 років. Такий документ повинен враховувати культурно-історичні особливості регіону, етнокулінарну спадщину, сучасні гастрономічні тренди та вимоги до сталого розвитку туризму. Основними складовими програми мають бути: формування інтегрованих маршрутів гастрономічного туризму, підтримка локальних виробників, запровадження системи добровільної сертифікації фермерських господарств і закладів харчування, що працюють у традиційній кулінарній парадигмі.

Одним із першочергових завдань є створення централізованого цифрового ресурсу — спеціалізованого онлайн-порталу, присвяченого гастрономічному туризму Львівщини. Цей портал має стати інформаційним та комунікаційним майданчиком для туристів, бізнесу й органів місцевого самоврядування. Він повинен включати інтерактивну мапу гастромаршрутів, базу даних закладів харчування, фермерських господарств, виробників локальних продуктів, календар подій, можливість бронювання майстер-класів, екскурсій, дегустацій тощо.

Варто також звернути увагу на нерівномірний просторовий розподіл гастрономічної туристичної активності. У той час як Львів як обласний центр вже має сформовану гастрокультуру та сталу інфраструктуру, сільські громади області мають недостатню представленість у туристичних продуктах. У зв'язку з цим доцільно активізувати розвиток сільського гастрономічного туризму шляхом розширення маршрутів до малих громад (зокрема, Меденичі, Урич, Тухля), які мають значний ресурсний потенціал — фермерські господарства, традиційну кухню, етнокультурні особливості. Необхідно впровадити механізми пільгового фінансування логістичної та інформаційної інфраструктури, щоб підвищити доступність цих локацій для туристів.

Паралельно із цим слід передбачити систему грантової підтримки для мікропідприємців, які провадять діяльність у сфері гастрономічного туризму. Це можуть бути субсидії для розвитку дегустаційних залів, створення мобільних кухонь, організації кулінарних шкіл, гастрофестивалів, народних ярмарків тощо. Такий підхід сприятиме підвищенню економічної активності в громадах та стимулюватиме збереження й популяризацію кулінарної спадщини.

З метою стимулювання якості обслуговування та мотивації учасників ринку можна ініціювати щорічне проведення регіонального конкурсу “Смак Львівщини”, в рамках якого будуть визначатись найкращі гастрономічні продукти, сервіси, тури, фермерські ініціативи. Впровадження такого заходу не лише підвищить престиж локального бізнесу, але й сприятиме створенню позитивного інформаційного поля навколо регіону.

Також слід посилити професійну підготовку кадрів у сфері гастрономічного туризму. Доцільно розробити спеціальні освітні програми та тренінги для гідів, кухарів, організаторів гастроподій з акцентом на історико-культурну цінність регіональної кухні, сучасні маркетингові інструменти та клієнтоорієнтований сервіс.

Нарешті, важливо забезпечити активну зовнішню промоцію Львівщини як гастрономічного регіону. Залучення до промокампаній іноземних гастрономічних блогерів, учасників діаспори, партнерів з Європи допоможе популяризувати регіон не лише в Україні, а й за її межами. Особливо ефективними можуть стати гастрономічні тури для інфлюенсерів, участь у міжнародних кулінарних виставках, форумах, фестивалях.

Таким чином, розвиток гастрономічного туризму у Львівській області потребує цілісного підходу, який поєднує інфраструктурні, маркетингові, освітні та культурні складові. Реалізація запропонованих заходів дозволить суттєво підвищити конкурентоспроможність регіону на туристичному ринку, сприятиме збереженню культурної спадщини та забезпечить додаткові джерела доходів для місцевого населення.

Також, однією з пропозицій хочу представити розроблений власноруч тур по Львову на декілька днів. Щоб повністю відчувати смак Львова і познайомитися з гастрономічною культурою міста, варто влаштувати тематичний міні-тур містом, який включатиме найвідоміші та атмосферні місця. Такий тур чудово компактний і триває один або два дні, що дозволяє не лише скуштувати традиційні та сучасні страви, але й дізнатися, наскільки їжа у Львові пов'язана з культурним образом міста.

День перший: автентичний Львів — кава, підпілля та елегантна класика

08:30 – Ранкове пробудження у ритмі міста

12:30 – Обід у «Криївці»: де гастрономія зустрічає спротив

15:00 – Пізній обід у «Гасовій Лямпі»

17:00 – Десерт з легендою

19:00 – Вечеря в «Бачевських»

День другий: сучасний Львів — креатив, контрасти та культура смаку

09:00 – Домашній сніданок у «Кумпелі»

10:30 – Мистецтво сала

13:00 – Обід у «36По»: гастрономія майбутнього

17:00 – Етнічна крапка туру

Перший день варто почати з ранкової кави у «Світ кави» — одному з найавтентичніших місць у Львові, де аромат свіжообсмаженої кави змішується з тишею старого міста. Ранок у цій кав'ярні здається ввічливим введенням у ритм Львова. Після кави прогуляйтеся до Площі Ринок, де знаходиться «Копальня Кави». Тут можна побачити, як з львівської кави створили цілу міфологію: спуститися під землю, побачити реконструкцію видобутку кави і скуштувати найкращу львівську каву, яка запалає просто над вогнем!

Буде доцільно почекати ближче до обіднього часу, щоб зайти до «Криївки». Після того, як ви скажете пароль, місце відчиняється для вас, і тут починається ваша гастро-подорож у тематику військової тематики. Тут варто спробувати ситні страви країни: борщ, печеню, вареники та сало з хроном. Інтер'єр, у поєднанні з подачею страв, створює справжнє середовище історії та духу опору!

Якщо у вас є час, прогуляйтесь і зайдіть у «Гасову Лямпу», чудове місце для пізнього обіду або банки самогону. Тут рекомендується замовити м'ясні страви та закуски, і обов'язково піднятися на терасу з чудовим видом на Львів.

Вдень зайдіть у «Дім Легенд». Це чудове місце для десерту, невеликої трапези і фото на даху поряд з «драконом», який викидає вогонь. Гумор-бурулька всередині, підроблені легенди та релікти не лише пропонують смачні емоції; вони постачають приємні спогади у вигляді цікавих історій.

Вечеря першого дня в «Ресторані Бачевських». Тут подають галицьку кухню з ноткою елегантності — від качки з яблуками до штруделів та домашніх настоянок. Це місце чудово підходить для неспішного вечора з добрими смаками та теплою атмосферою живої музики та релаксу.

Другий день може початися за сніданком у ресторані «Кумпель». Це демократичне місце і комфортне в домашньому розумінні. Сніданок тут —

Така вечеря буде метафоричним фінішем вашої кулінарної пригоди по Львову — місту, яке розкривається не лише завдяки архітектурним витворам та історії, а й глибині своїх смаків, культури та теплоти.

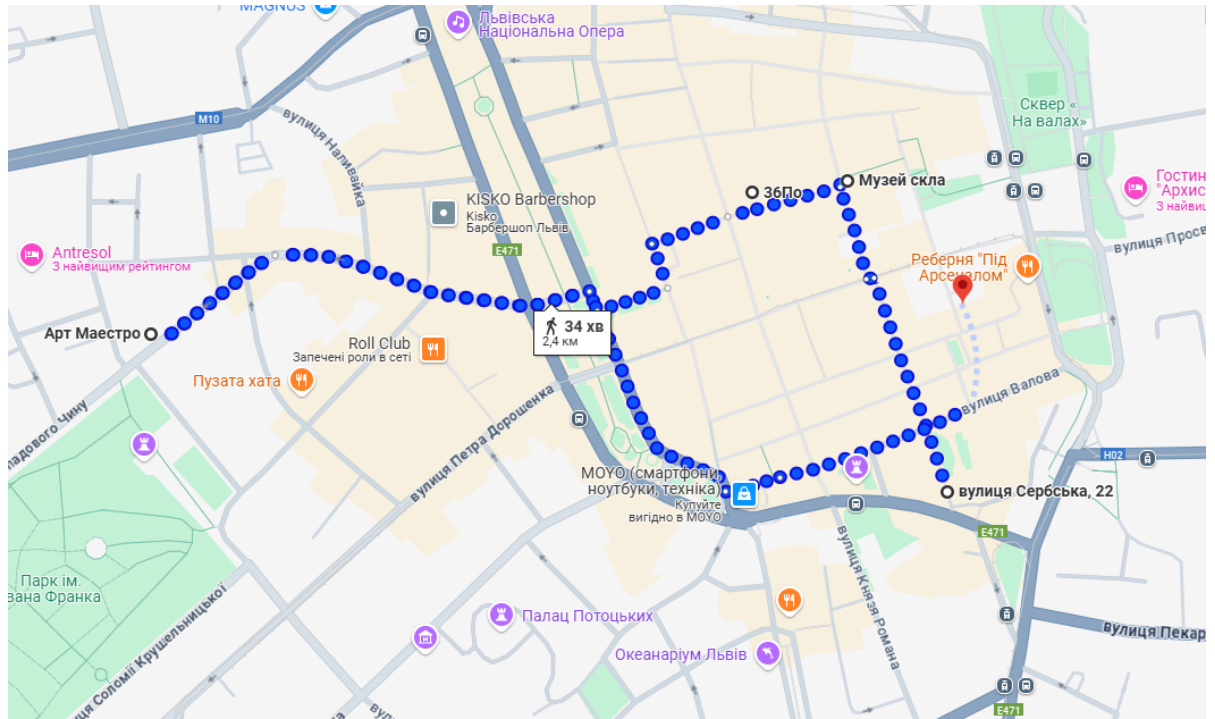


Рис. 2.5. Пішохідний маршрут між закладами другого дня туру.

Цей маршрут не переповнений, але насичений у всьому. Це два дні дегустації найкращого у Львові, але також про розуміння, як гастрономія тут була прийнята як частина ідентичності міста. Кожне місце є історією, кожна страва — емоцією, кожна кімната — часточкою великої гастрономічної картини, яку це велике місто дарує кожному гостю в повноті.

Львівський регіон має багатий потенціал для розвитку туризму, і все більшу стратегічну вагу в регіональному іміджі та економіці починає набирати кулінарний туризм. Погоня за потужним ресторанным брендингом є ефективним засобом залучення широкої уваги споживачів, формування впізнаваності туристичного продукту і створення фонових умов для стійкого зростання туристичних потоків. Активне вивчення місцевих гастрономічних традицій, зокрема, справжніх рецептів національної галицької кухні, також впливає на створення конкурентоспроможного продукту зі специфічним культурно-історичним і товарознавчим значенням. Львів має все для того, щоб стати гастрономічною столицею не лише України, а й центральної та східної

Європи. Достатньо лише знати напрям руху, здійснювати системний менеджмент у галузі кулінарного туризму та підсилювати культурну економіку туризму в унісон.

ВИСНОВКИ

Аналізуючи теоретичні засади гастрономічного туризму, можна дійти висновку, що цей напрям є самостійною формою спеціалізованого туризму, яка базується на інтересі до національних кухонь, локальних продуктів, кулінарних традицій та гастрономічної спадщини. У сучасних умовах гастрономічний туризм не обмежується лише харчуванням як базовою потребою, а трансформується у цілісне культурне переживання, що поєднує споживання їжі з пізнанням місцевої культури, історії, соціального контексту. Світовий досвід підтверджує, що гастротуризм може виступати важливим чинником сталого розвитку територій, інструментом підтримки малого підприємництва, засобом формування позитивного іміджу регіонів і туристичних дестинацій.

Проведений аналіз ресурсного потенціалу та поточного стану розвитку гастрономічного туризму у Львівській області підтверджує наявність суттєвих передумов для формування сильного гастрономічного бренду регіону. Львів вирізняється високою концентрацією закладів харчування з оригінальними концепціями, широким спектром гастрономічних фестивалів, розвитком кавової культури та локальної кухні. Водночас гастрономічний туризм у місті вже не обмежується традиційними відвідинами ресторанів — дедалі частіше він набуває інтерактивного й емоційного характеру: театралізовані обіди, історичні реконструкції, дегустації, які супроводжуються розповідями, перформансами та культурним контекстом. За останні роки Львів демонструє стабільне зростання туристичного потоку, у тому числі завдяки популяризації гастрономічних заходів як серед українських, так і серед іноземних туристів. Водночас існують проблемні аспекти, серед яких — недостатня участь локальних виробників у подієвих ініціативах, слабкий розвиток інфраструктури поза межами центральної частини міста та фрагментарність просування на міжнародному туристичному ринку.

У процесі формування пропозицій щодо розвитку гастрономічного туризму у Львові було підкреслено необхідність інтеграції нових, креативних та інтерактивних форматів у туристичну практику. Майстер-класи з приготування традиційних галицьких страв, гастрономічні квести, тематичні дегустації, кулінарні ігри та співтворчість між кухарями й туристами здатні значно розширити емоційне наповнення гастротуру. Водночас розвиток гастрономії повинен відбуватися у взаємозв'язку з міською політикою, стратегією туризму та культурною сферою. Львів має потенціал стати прикладом інтегрованого підходу до гастрономічного туризму, де кулінарна спадщина є не лише туристичним продуктом, а й засобом відновлення локальної ідентичності, інструментом соціального капіталу та інноваційним ресурсом економіки.

Отже, Львів перебуває на етапі активного становлення як потужний центр гастрономічного туризму. Поєднання історичної кулінарної традиції, зростаючої ресторанної інфраструктури, брендування подій і залучення до культурного контексту створює міцну основу для подальшого розвитку. Надання стратегічної підтримки з боку міста, залучення локальних спільнот і просування гастрономічної пропозиції на міжнародному рівні здатні перетворити Львів на приклад успішного гастрономічного кластера у масштабах України та Центрально-Східної Європи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Асоціація сприяння розвитку гастрономічного та винного туризму в Україні : сайт. URL: <http://agvt.nuft.edu.ua> (дата звернення: 24.09.2022).
2. Басова В., Голод А. Проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму у Західному регіоні України. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туризму в регіонах України : матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції (19-20 жовтня 2018 р., м.Львів). Львів, 2018. С. 62–64.
3. Басюк Д. Еногастрономічний туризм в Україні: тенденції та перспективи розвитку. Сталий розвиток України: проблеми і перспективи: Збірник матеріалів за результатами IV науково-практичної конференції студентів та молодих вчених. Кам'янець-Подільський: Медобори-2006, 2016. С.121-123.
4. Басюк Д. І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. Наукові праці Національного університету харчових технологій. 2012. № 45. С.128-132.
5. Бідзіля Ю. Проблема міжкультурної комунікації в поліетнічному інформаційному просторі (на прикладі Закарпаття). Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: філологія. 2009. Вип.21. С.125-134.
6. Богатирьова, Г.А., Головань М.Г., Горіна Г.О., Літвінова-Головань О.П., Коптева Т.С., Снігур К.В. Спеціалізований туризм [Текст]: навч. посіб. / Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. туризму та країнознавства. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2021. 173 с.
7. Васюк І. Гастрономічні особливості Франції. Світ мандрівників: сайт. URL: <http://svitmandr.com.ua/гастрономічні-особливості-франції>
8. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики: монографія / [колектив авторів] за наук. ред. Д.І. Басюк. Вінниця: ПП «ТД «Едельвейс і К», 2017. 316 с.

10. Вишнеvsька Г.Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму. Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. 2013. Вип.31. С. 112-118.
11. Вінниця запозичуватиме досвід Діжона в розвитку гастротуризму. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2815776-vinnica-zapozicuvatimedosviddizona-v-rozvitku-gastroturizmu.html>
12. Всесвітня туристична організація. Офіційний веб-сайт. URL: <http://unwto.org/>.
13. Галушак І. Гастрономічний туризм: карпатська агроновація. URL: <https://trubyna.org.ua/novyny/hastronomichniy-turizm-karpatska-ahrono-vatsiia/>.
14. Гастрономічний тур по Закарпаттю від Ференца Гукливчика. URL: <http://www.okraina.com.ua/tours/karpaty/gastronomichniy-tur-po-zakarpattyu-vidferentsa-guklivchika.html>.
15. Гастрономічний туристичний шлях. URL: http://hof.net.ua/touristroutes/gastronomic_tourism/
16. Гастрономічні фестивалі українців: інф. вид. / упоряд. С.Ю. Колодій. Львів, 2016. URL: www.liet.lviv.ua/filemanager/files/file.php?file=2374
17. Глушко В. Вектор розвитку туризму в Україні. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2019. №2. С.64-75.
18. Глушко В. О. Гастрономічний туризм як окремий вид у туризмі: поняття, сутність, класифікація. Торгівля і ринок України. 2016. Вип. 39-40. С.166-175.
19. Годя І. М. Гастрономічний туризм Закарпаття: сучасний стан і перспективи. Географія та туризм. 2018. Вип.45. С. 36-41.
20. Головне управління статистики у Закарпатській області. URL: <http://uz.ukrstat.gov.ua/>.
21. Горова, Д. Гастрономічний туризм в Україні та світі: чим цікавий та як все влаштовано. <https://lowcost.ua/what-is-food-tourism/>.
22. Державна служба статистики України. Офіційний сайт URL: www.ukrstat.gov.ua.

23. Дишкантюк О. В., Власюк К. В. Гастрономічний туризм: підручник. Одеса: ОЛДІ-ПЛЮС, 20121. 136 с.
24. Дорога вина та смаку Української Бесарабії: URL: <https://zruchno.travel/Tours/Entry?lang = ua&extId =c487196a-d2a3-56ae-a558-5cfe35ce1310>
25. Коркуна О.І., Никига О.В., Підвальна О.Г. Гастрономічний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територіальних громад. Економічний простір. 2020. № 155. С. 40-43.
26. Hall M., Mitchell R. Gastronomic tourism: comparing food and wine tourism experiences. Niche Tourism, Contemporary Issues, Trends and Cases. 2005. P. 89-100.
27. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР. Відомості Верховної Ради України. 1995. № 31. Ст. 241.
28. Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 № 270/96-ВР. Відомості Верховної Ради України. 1996. № 39. Ст. 181.
29. Лук'янець Т. І. Гастрономічний туризм як напрям сталого розвитку регіонів. Регіональна економіка. 2021. № 2. С. 45–53.
30. Котлярова І. Сучасні формати гастрономічних подій у туристичних містах України. Туризмознавчі студії. 2020. № 12. С. 62–68.
31. Яценко О. Ю. Гастрономічна культура як складник туристичної привабливості регіонів. Культура і сучасність. 2020. № 1. С. 91–95.
32. Мазур Л. А. Маркетингове просування локальних продуктів через гастрономічний туризм. Економіка та держава. 2021. № 9. С. 87–90.
33. Бойко І. О. Етногастрономія як чинник розвитку сільського туризму. Географія та туризм. 2022. № 57. С. 34–38.
34. Процик О. М. Розвиток гастрономічного туризму як інструмент соціально-економічного розвитку сільських територій. Економіка АПК. 2021. № 10. С. 111–117.
35. Костюк С. В. Фестивальний туризм у Львівській області: сучасний стан і перспективи. Наукові записки. Серія: Економіка. 2020. № 48. С. 25–29.

36. Ковальчук О. Гастрономічні бренди як елемент формування туристичного іміджу території. Вісник ХНУ. Серія: Географія. 2021. № 56. С. 44–49.
37. Аналітичний звіт Департаменту туризму Львівської ОДА за 2023 рік. URL: <https://loda.gov.ua>
38. Львів туристичний: офіційний портал міста. URL: <https://lviv.travel>
39. Інститут культурної політики України. Аналітичні дослідження. URL: <https://icps.com.ua>
40. UNWTO. Guidelines for the Development of Gastronomy Tourism. Madrid: World Tourism Organization, 2019. 46 p.
41. Richards G. Culinary Tourism. In: Cultural Tourism: Global and Local Perspectives. Binghamton: Haworth Press, 2007. P. 165–181.
42. World Bank. Sustainable Tourism in Eastern Europe. Washington: The World Bank Group, 2020. 102 p.
43. Lane B., Kastenholtz E. Rural tourism: the evolution of practice and research approaches. Journal of Sustainable Tourism. 2015. Vol. 23(8–9). P. 1133–1156.
44. European Travel Commission. Food Tourism in Europe: Trends and Opportunities. Brussels: ETC, 2020. 56 p.
45. Войтович І. С. Потенціал Львівщини для розвитку гастрономічного туризму. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. 2022. № 64. С. 58–63.
46. Путівник «Гастрономічна карта Львова». Туристичний інформаційний центр Львова, 2023.
47. Воробець В. М. Гастрономічні події як туристичний ресурс. Молодий вчений. 2022. № 6(106). С. 145–149.
48. Дубенко А. В. Урбаністичний туризм та його вплив на гастрономічну культуру міст. Архітектурний вісник НУ «Львівська політехніка». 2021. № 9. С. 88–94.
49. Програма розвитку туризму у місті Львові на 2021–2025 рр. Львівська міська рада. URL: <https://city-adm.lviv.ua>

50. Баран В. С. Львівська гастрономічна спадщина: від середньовіччя до сьогодення. Львів: Літопис, 2022. 212 с.

51. Visit Ukraine. Гастрономічний туризм в Україні: огляд 2023. URL: <https://visitukraine.today>

ДОДАТКИ

Додаток А

Класифікація кулінарних турів

Ознака класифікації	Підвид	Особливості	Вид туристської діяльності, характер відвідуваних підприємств	Країна
Спрямовані на сільське або міське середовище	Сільський або «зелений»	Вирушаючи в сільську місцевість, турист прагне спробувати екологічно чисті продукти, що не мають хімічних добавок	Збір лісних ягід, овочів і фруктів, полювання на трюфелі або прогулянки по доглянутих виробництвах	Всі країни, де є кулінарний туризм
	Міський	Відвідування ресторанів з дегустацією традиційних делікатесів і вишуканих страв	Відвідування промислових або сервісних підприємств: великих комбінатів, маленьких кав'ярень і ресторанів при них	Всі країни, де є кулінарний туризм
За видом конкретного продукту або напою	Винні	Під час туру турист знайомиться з різними сортами одного і того самого продукту в різних регіонах місцевості	Відвідування сільських господарств з дегустацією вин	Австрія, Україна, Грузія, Угорщина, Швейцарія
	Пивні	Відвідування пивоварень, як великих так і домашніх, дегустації	Відвідування пивоварень	Німеччина, Австрія, Чехія, Бельгія, Україна (Чернігів, Львів, Харків)
	Сирні	Відвідування заводів і сирних льохів, дегустації	Відвідування заводів і сирних льохів	Голландія, Швейцарія, Італія, Україна (Закарпаття)
	Шоколадні	Відвідування шоколадних фабрик, дегустації	Відвідування шоколадних фабрик	Швейцарія, Франція, Англія, Бельгія, Нідерланди,

				Україна (Львів, Київ)
	Чайні	Відвідування чайних плантацій, фабрик з розфасовування і зберігання	Відвідування чайних підприємств	Індія, Китай, Шрі Ланка, Японія, Абхазія, Грузія, Азербайджан, Україна (Харків)
	Кавові	Відвідування кавових плантацій, фабрик з розфасовування продукції	Відвідування кавових підприємств	Бразилія, Індія, В'єтнам, Колумбія, Перу, Ефіопія
За ціллю подорожі	Культурно-пізнавальні	Турист їдуть з пізнавальною і розважальною метою	Відвідування різних закладів	Всі країни, де є кулінарний туризм
	Оздоровчі	Дегустації чайних зборів і напоїв на основі спецій, меду з додаванням цілющих трав	Оздоровчі програми	Всі країни, де є кулінарний туризм
За напрямом подорожі	Фестивальні	Турист їдуть з розважальною метою	Відвідування участі у гастро-фестивалях	Всі країни, де є кулінарний туризм
	Святковий		Відвідування участі у гастрофестах	Всі країни, де є кулінарний туризм
	Фестивальний			Всі країни, де є кулінарний туризм
Особливі	Гастродипломатія	Туристи їдуть по робочим питанням	Відвідування заходів з кулінарною особливістю країни та країни-організатора	Країни де розвинений діловий і науковий туризм

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна
ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»
Кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу

ВІДГУК НАУКОВОГО КЕРІВНИКА

на кваліфікаційну бакалаврську роботу
за спеціальністю 242 – «Туризм»
освітня програма «Міжнародний туристичний бізнес»

Крючатова Валерія Святославівна

на тему: «Сучасний стан та перспективи розвитку гастрономічного
туризму у Львівській області»»

Дипломна робота присвячена актуальній темі — дослідженню сучасного стану та перспектив розвитку гастрономічного туризму у Львівській області. Робота є комплексним аналітичним дослідженням, яке поєднує теоретичні засади туристичної діяльності з практичними аспектами розвитку гастрономічного туризму в конкретному регіоні України.

У першому розділі авторка детально висвітлює теоретичні основи гастрономічного туризму, дає його визначення, класифікацію, описує види та особливості, а також аналізує світовий досвід у цій галузі. У другому розділі виконано глибокий аналіз ресурсного потенціалу Львівщини, сучасного стану гастрономічного туризму та запропоновано практичні рекомендації щодо його подальшого розвитку.

Робота має чітку структуру, логічну послідовність викладення матеріалу, достатню кількість статистичних та картографічних даних, які свідчать про високий рівень аналітичних здібностей автора. Особливо слід відзначити практичну значущість запропонованих заходів щодо розвитку гостротуризму, враховуючи регіональні особливості.

Працюючи над темою «Сучасний стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму у Львівській області», Крючатова Валерія проявила самостійність, наполегливість, вміння збирати, опрацьовувати та аналізувати значний обсяг інформації. Вміло поєднала теоретичні підходи з практичним аналізом туристичного потенціалу регіону.

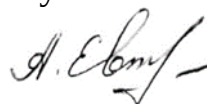
У процесі співпраці студентка показала себе як комунікабельна, організована та цілеспрямована особа, яка вміє працювати з науковими джерелами, адекватно реагує на зауваження та ефективно їх враховує.

Вважаю, що мету дослідження було досягнуто, завдання, які поставлено на початку розв'язано в повній мірі. Дипломна робота повністю відповідає вимогам до кваліфікаційних робіт та рекомендується до захисту в екзаменаційній комісії.

Науковий керівник:

Кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу

Харківського національного
університету імені В.Н. Каразіна



Олена ЄВТУШЕНКО

Харківського національного
університету ім. В.Н. Каразіна
61077, Харків, пл.Свободи,6
25 квітня 2025 року

Екзаменаційній комісії
із захисту кваліфікаційних робіт
за спеціальністю 242 – «Туризм»

ЗОВНІШНЯ РЕЦЕНЗІЯ

на кваліфікаційну бакалаврську роботу
студентки 4 курсу групи УТ-41
спеціальності 242 «Туризм»
освітня програма « Міжнародний туристичний бізнес»
ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та факультету
туристичного бізнесу»
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

Крючатова Валерія Святославівна

**на тему: «Сучасний стан та перспективи розвитку гастрономічного
туризму у Львівській області»»**

Дипломна робота присвячена комплексному вивченню одного з найперспективніших напрямів сучасного туризму — гастрономічного туризму, зосередженого на регіональному прикладі Львівської області. Актуальність обраної теми зумовлена зростаючим інтересом до культурно-гастрономічних практик як однієї з рушійних сил розвитку туризму в регіонах, особливо в контексті післяпандемічного переформатування туристичних потоків та посилення ролі локального туризму.

Структура дипломної роботи логічна, послідовна, відповідає сучасним вимогам до наукових кваліфікаційних робіт. Вона складається з двох розділів, кожен із яких виконує чітку функцію:

У першому розділі студентка розкриває теоретико-методологічні основи гастрономічного туризму. Огляд понятійного апарату, характеристика основних форм і видів гастротуризму, а також аналіз світового досвіду

демонструють широку обізнаність у темі та здатність системно мислити. Особливу цінність становить зіставлення українського та закордонного досвіду, що дозволяє окреслити перспективні напрями розвитку даної сфери в Україні.

Другий розділ є аналітичним і практикоорієнтованим. Авторка зібрала та опрацювала великий масив інформації щодо гастрономічного потенціалу Львівщини: локальні продукти, традиційні страви, існуючі гастрономічні маршрути та заходи (фестивалі, ярмарки, кулінарні тури). Проведено оцінку сучасного стану гастрономічного туризму в регіоні, виявлено сильні й слабкі сторони, а також запропоновано низку обґрунтованих заходів щодо його подальшого розвитку, включаючи маркетингові стратегії, покращення інфраструктури, розвиток брендингу регіону тощо.

Робота вирізняється грамотним стилем викладу, аргументованістю висновків, наявністю авторських ідей та практичних рекомендацій. Студентка продемонструвала аналітичне мислення, уміння працювати з різноманітними джерелами інформації (зокрема статистичними, науковими, офіційними регіональними звітами), володіння методами дослідження та вміння робити логічні узагальнення.

До недоліків, які носять радше рекомендаційний характер, можна віднести:

Доцільність більш глибокого використання іноземних джерел для порівняльного аналізу.

Варто було б доповнити дослідження SWOT- або PEST-аналізом середовища гостротуризму в регіоні.

У роботі є поодинокі стилістичні неточності, які не впливають на загальну якість змісту.

Загалом, дипломна робота є самостійним, завершеним, системним дослідженням, що поєднує теоретичне осмислення теми з практичною орієнтацією на регіональний розвиток.

Робота відповідає вимогам до кваліфікаційних робіт освітнього рівня бакалавр та допускається до захисту в ЕК з оцінкою «відмінно» (90

(дев'яносто) балів), а її авторка присвоєння кваліфікації « бакалавр з туризму, міжнародний туристичний бізнес» .

Рецензент:

канд. екон. наук, доцент,

доцент кафедри

міжнародних економічних відносин

та логістики

Харківського національного

університету імені В.Н. Каразіна



Катерина МАКАРЧУК