

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА  
ГЕОГРАФІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
КАФЕДРА КРАЇНОЗНАВСТВА ТА ТУРИЗМУ

## **Стан та розвиток гастрономічного туризму в м. Львів**

за спеціальністю: 242 Туризм  
галузі знань: 24 Сфера обслуговування  
на здобуття освітнього ступеню: Бакалавра  
за освітньо-професійною програмою: Міжнародний туризм

Кваліфікаційна робота бакалавра  
студента денного відділення  
IV курсу  
Потієнка Данила Олеговича

Науковий керівник:  
к.геогр. наук, доц. Сировець С.Ю

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b>	2
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПОНЯТТЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ</b>	4
1.1. Поняття гастрономічного туризму	4
1.2. Види гастрономічного туризму	10
1.3. Компоненти структури гастрономічного туризму	16
Висновок до розділу 1	18
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РИНКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ</b>	19
2.1. Тенденції ринку гастрономічного туризму	19
2.2. Аналіз трендів гастрономічного туризму	23
2.3. Особливості гастрономічного туризму в Україні	27
Висновок до розділу 2	31
<b>РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В МІСТІ ЛЬВІВ</b>	32
3.1. Особливості туризму в м. Львів та області	32
3.2. Гастрономічні традиції міста та області	37
3.3. Туристична пропозиція гастрономічного туризму у Львові	41
Висновок до розділу 3	46
<b>ВИСНОВКИ</b>	47
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	49
<b>ДОДАТКИ</b>	53

## ВСТУП

Гастрономічний туризм має значний економічний потенціал. Він сприяє розвитку малого та середнього бізнесу, створенню нових робочих місць, підвищенню доходів від туризму та зміцненню місцевих економік. У багатьох країнах гастрономічний туризм є важливим джерелом доходу, і Україна має великий потенціал для його розвитку завдяки своїм унікальним кулінарним традиціям.

Львівська кухня є унікальною завдяки багатокультурному впливу та історичним традиціям. Дослідження гастрономічного туризму сприяє збереженню та популяризації кулінарної спадщини міста. Це дозволяє не лише підтримувати місцеві традиції, але й знайомити туристів з багатою культурною історією регіону.

Гастрономічний туризм стимулює розвиток інфраструктури, необхідної для забезпечення комфортного перебування туристів. Це включає модернізацію існуючих та відкриття нових ресторанів, кафе, кав'ярень, а також покращення транспортної та готельної інфраструктури. Інвестиції в цей сектор допомагають створити привабливе туристичне середовище.

**Мета і завдання дослідження.** Метою дослідження є аналіз стану та розвитку гастрономічного туризму у м. Львів. Серед завдань, що допоможуть досягти поставленої мети можна виокремити:

- 1) провести аналіз поняття гастрономічного туризму та його видів;
- 2) проаналізувати закордонний досвід розвитку гастрономічного туризму та літератури, що висвітлює це питання;
- 3) здійснити аналіз сучасного стану гастрономічного туризму в Україні та м. Львів;
- 4) провести огляд об'єктів гастрономічного туризму в м. Львів;

5) розробити рекомендації щодо просування гастрономічного туризму у м. Львів.

**Об'єктом дослідження** є гастрономічний туризм у місті Львів. Це включає всі аспекти, пов'язані з кулінарною спадщиною, ресторанним бізнесом, організацією гастрономічних заходів та інфраструктурою, що підтримує та розвиває цей вид туризму. **Предметом дослідження** є процеси, механізми та фактори розвитку гастрономічного туризму у Львові.

**Наукова база дослідження.** Аналіз наукової та фахової літератури свідчить про помірне опрацювання теми гастрономічного туризму в Україні. В дослідженнях Басової В. [1], Голод А. [7], Басюк Д. [2], Вишневської Г. [3], Графської О [8], Іллященко С. [12], Марценюк Л. [16] розглядаються історико-культурний контекст розвитку цього виду туризму, особливості створення регіональних туристичних продуктів на основі національної кухні та кулінарних традицій.

**Практичне значення одержаних результатів.** Отримані результати можна надалі використовувати в розробці програм з покращення стану гастрономічного туризму в Україні та конкретних закладах в м. Львів.

**Наукова новизна одержаних результатів.** У роботі було проаналізовано ключові об'єкти гастрономічного туризму в м. Львів, що стало хорошою базою для подальших досліджень у сфері гастротуризму на прикладів конкретних об'єктів/міст або регіонів.

**Структура дослідження.** Бакалаврська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури, що налічує 31 джерело. Загальний обсяг роботи – 60 сторінок, 8 рисунків, 3 таблиці, 6 додатки.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПОНЯТТЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

### 1.1. Поняття гастрономічного туризму

Гастрономічний туризм, також відомий як кулінарний туризм або фуд-туризм, є однією з найцікавіших і швидко зростаючих галузей туризму. Це вид подорожей, основною метою яких є знайомство з місцевою кухнею, традиціями приготування їжі та культурою харчування. Гастрономічний туризм включає відвідування ресторанів, ринків, виноробень, фермерських господарств та кулінарних фестивалів, де туристи можуть насолоджуватися місцевими стравами та напоями, а також дізнаватися про процеси їх виробництва. [29]

Гастрономічний туризм отримав часткову увагу в академічних колах, і більшість досліджень було проведено щодо виноробної промисловості в Австралії та Європі. Перевага туристів щодо місця все більше залежить від таких факторів, як якість місцевої кухні, місцева культура, релігія та бюджет. Проводиться все більше досліджень щодо того, як їжа, вино та «гастрономічний досвід» у цілому впливають на загальне задоволення та рівень мотивації людей. В результаті місцева кухня стала популярним туристичним об'єктом. Зараз це частина культурної спадщини регіонів, які часто відвідують туристи. Туризм і гастрономія пов'язані чотирма способами: як невід'ємний компонент місцевої культури, як джерело доходу для індустрії туризму і, нарешті, (3) у формі матеріальних благ, що продаються туристам. Багато туристичних місць покладаються на гастрономічний туризм. Їжа служить і привабливістю, і способом передачі образу місцевості. Важливість місцевих продуктів харчування створює перевагу для туристів відвідати пункт призначення. Основною мотивацією туристів (15% від загальної кількості) є вибір регіону, багатого місцевою їжею (FITUR), але Всесвітня туристична організація (ВТО) стурбована недостатньою популяризацією гастрономічного туризму. Після культури та

природних ландшафтів гастрономічний туризм посідає третє місце для відвідування туристами та споживання місцевої їжі. Гастрономічний туризм – вид туризму, основною метою якого є знайомство з кухнею тієї чи іншої країни. Цей вид туризму має великі перспективи, а розроблення подібних маршрутів сприятиме відродженню кулінарних традицій. [7, 30]

В даний час основною причиною розвитку туристичної мотивації є гастрономічний досвід. Гастрономічний досвід розвивається завдяки спробі місцевої їжі та кухні, враховуючи інші особливості, такі як ціна їжі та загальне середовище призначення, а також отримання високого рівня обслуговування клієнтів. У цьому дослідженні досліджується, що спонукає туристів відвідувати конкретне місце для участі в кулінарній діяльності. Гастрономічний досвід може бути отриманий з кількох мотиваційних точок зору, включаючи досвід регіональної їжі, відвідування гастрономічних заходів і відправлення в гастрономічні тури. Гастрономічний досвід приваблює та мотивує все більше відвідувачів туристичних місць. Незважаючи на те, що раніше це вважалося другорядною діяльністю, їжа визнається основною діяльністю або навіть фактором, що залучає туристів до місця. Гастрономічний туризм можна визначити як «тип туризму, коли туристи вважають місцеву їжу та кухню основною або другорядною мотивацією для відвідування гастрономічних зон, гастрономічних фестивалів та ресторанів або інших місць, де дегустація їжі та/або досвід, пов'язаний з гастрономією. ключові елементи». На додаток до гастрономії як мотиватора, існують різні інші фактори, кожен з яких є суб'єктивним для окремого туриста, що призводить до бажання відчувати гастрономічні визначні пам'ятки конкретного місця призначення. Данн класифікував мотиви відвідувачів, і існує дві основні класифікації туристичних мотивацій: бажання втекти та бажання досліджувати. Відвідувачі або подорожують через мотивацію або внутрішні фактори, або їх приваблюють особливості місць призначення. Люди все частіше подорожують з

гастрономічних мотивів, і існує позитивний зв'язок між їжею та місцем призначення, тому що кухня країни тісно пов'язана з її іміджем. Багато місць наголошують на їжі як на основі своїх туристичних пропозицій через підвищену мотивацію до місцевої кухні. [31]

Можна представити цільову аудиторію гастротуризму такими групами:

- туристи-гурмани;
- професіонали в ресторанній чи суміжній сферах: кухарі, сомельє, дегустатори, ресторатори;
- представники тур.фірм;
- туристи, що хочуть дізнатися про культуру певної країни через національну кухню [3].

Таким чином, під час гастрономічного туризму людина отримує змогу:

- Відвідувати заклади громадського харчування та інші місця, де можна скуштувати національну кухню;
- Брати участь у гастрономічних фестивалях;
- Відвідувати виробництва продуктів харчування та напоїв;
- Знайомитися з історією, рецептами та традиціями приготування та споживання страв національних кухонь;
- Брати участь у процесі приготування національних страв і напоїв.

Далі представимо функції гастрономічного туризму:

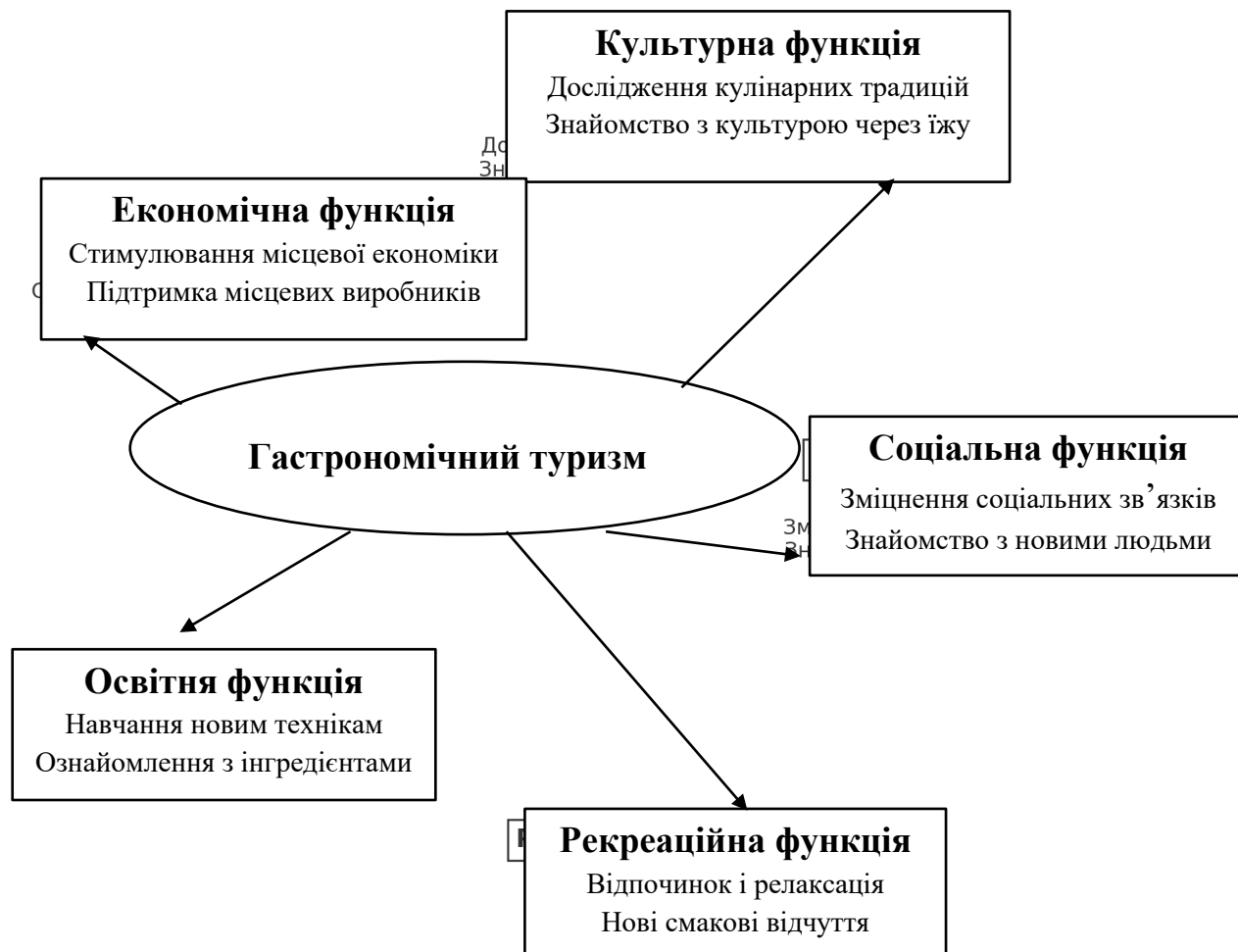


Рис. 1 Функції гастрономічного туризму

Джерело: створено автором на основі [17]

Гастрономічний туризм – яскравий, перспективний напрямок, який дозволяє поглянути на будь-яку державу крізь призму національних кулінарних традицій. Розвиток гастрономічного туризму призвело до створення спеціальних фірм, які організують тури для ознайомлення з іноземними національними кухнями. Найбільш поширеною формою є ресторанний тур, заснований на відвідуванні відомих ресторанів однієї або кількох країн. Сільський тур – вид туру, який передбачає тимчасове перебування туристів у сільській місцевості з метою скуштування місцевої

кухні та продуктів, вироблених у цьому регіоні, а також може включати участь у сільськогосподарських роботах. У «зелених» гастрономічних турах пропонують збір лісових ягід, овочів і фруктів на фермах, полювання на трюфелі або прогулянки виноробними стежками. Важливе місце в етнотурах займає дегустація різноманітних національних або регіональних страв. Освітні гастрономічні тури включають теоретичні та практичні заняття, майстер-класи та конкурси. Вони адресовані нинішнім або майбутнім фахівцям гастрономічної сфери. Особливою популярністю користуються фестивальні гастрономічні тури, в основі яких лежить ідея прославлення їжі, певного продукту чи бренду. Святкові програми передбачають не тільки дегустацію, а й активне споживання рекламованого продукту – сиру, вина, пива, ковбаси тощо. Такі свята беруть свій початок від народних ярмарків, їх особливістю є широкий асортимент продукції та розваги.

Кухня народів світу різноманітна, а її особливості пов'язані з кліматом, природними умовами, харчовими ресурсами, релігійними традиціями, культурними контактами та інші фактори. Кулінарний тур - це спеціально підібрана програма кулінарного відпочинку, що включає дегустацію страв і напоїв, ознайомлення з технологією і процесом їх приготування, а також навчання у професійних кухарів. Залежно від мети поїздки, тур може включати все перераховане вище, кілька заходів або один певний сегмент кулінарного туру. Щоб кваліфікуватись як «місто-ресторан», місто має відповідати ряду критеріїв: -місто має мати унікальну кухню, яка визначає культуру харчування; статус кращих ресторанів не повинен викликати сумнівів; найкращі ресторани міста мають бути справді найкращими у світі; у міському класі повинна бути певна кількість ресторанів найвищої якості, стандарти якості, декор і розкіш яких настільки високі, наскільки це можливо; окремі ресторани, що відрізняються якістю

та ексклюзивністю кухонь, оригінальним меню або мають статус «найкращий».

Цільова аудиторія гастрономічних турів: туристи, які бажають долучитися до культури країни через її національну кухню; туристи з високими вимогами до їжі та вишуканим смаком. туристи, які використовують кулінарний тур з метою проходження навчання та отримання професійних навичок (кухарі, сомельє, бариста, дегустатори, ресторатори); представники турфірм, які подорожують з метою вивчення даного туристичного напрямку. Можна зробити висновок, що гастрономічний туризм є досить популярним видом туризму в сучасному світі. Гастрономічний туризм дозволяє людині через кулінарні дегустації пізнати кулінарну культуру даної країни або регіону. [25]

## 1.2. Види гастрономічного туризму

Гастрономічний туризм є одним із нових видів туризму, але вже має поділ на підвиди. Представимо ці види гастрономічного туризму в таблиці:

Таблиця 1.

Види гастрономічного туризму

Ознака класифікації	Вид	Характеристика
За розташуванням туристичного місця	Сільський	Збір лісних ягід, овочів і фруктів, полювання
	Міський	Відвідування ресторанів чи історичних пам'яток в місті
За видом продукту/напою	Винний	Відвідування виноградників та екскурсій на виноробні
	Пивний	Відвідування пивоварень
	Сирний	Відвідування сирних заводів, підприємств
	Шоколадний	Візит на шоколадні фабрики, заводи, участь у майстер-класах
	Чайний	Відвідування чайних плантацій, фабрик з розфасовування продуктів збирання, заводів
	Кавовий	Відвідування кавових плантацій, фабрик з розфасовування продуктів, збирання, виробничого цеху кав'ярень, долучення до майстер-класів
	Агро	Візит до агро-комплексів, фермерських угідь
	Фруктово-ягідний	Дегустація фруктів, овочів, які притаманні для даної місцевості, країни – може бути у рамках відвідування локальних ринків
За метою подорожі	Змішаний	Поєднання кількох видів
	Культурно-пізнавальний	Відвідування музеїв, театрів та інших об'єктів, з якими можна продумати культурну взаємодію та екскурсійну частину програми
	Оздоровчий	Різні види терапій через взаємодію з продукцією, відвідування релаксаційних процедур, санаторіїв, спа-комплексів тощо
	Фестивальний	Поїздка на фестиваль

Джерело: створено автором на основі [3]

Гастрономічний туризм ідеально підходить для задоволення потреб вікових і культурно різноманітних людей. Їжа унікально підходить для

популяризації окремих культур і об'єднання людей з різних верств населення. Наприклад, відвідувачі Познані, Польща, щороку в жовтні та листопаді можуть відчувати свято круасанів Святого Мартіна. Протягом цього часу пекарні по всьому місту виготовляють круасани, покриті цукровою глазур'ю. Ця подія хвилює місцевих жителів і відвідувачів принаймні з 1860 року. Відвідувачі можуть не лише побачити польську культуру, але й придбання круасанів підтримує економіку та створює робочі місця для місцевих жителів.

Де б ви не жили, ви можете розробити гастрономічний тур. Можливо, ви почнете з висвітлення ресторанів їжі та напоїв у вашому районі. Ви навіть можете створити конкретну дату кожного місяця, щоб збирати місцеві вантажівки з їжею разом із живою музикою. Все, що ви можете уявити, ви можете створити. Гастрономічний туризм дає можливість перетворити вашу пристрасть до їжі, спиртних напоїв і культури на захоплюючу та корисну кар'єру.

Варто додати, що у виді туризму, коли відвідувачів екскурсійної програми знайомлять із якоюсь продукцією найчастіше включає також дегустації – вони є певною особливістю заводу, фабрики чи іншого місця виробництва товару та надають гостям цих фабрик чи заводів одразу ж оцінити якість продукції, скуштувавши її. Для фабрик ця активність з дегустаціями також найчастіше прибуткова – адже на фабриці для туристів продається набагато більший асортимент за нижчими цінами, ніж в магазинах, тому в таких навіть маленьких закладах, як правило, високий оборот і попит.

Для багатьох напрямків виробництво їжі, а також виноробство є невід'ємною частиною їхньої історії та ідентичності та стали ключовим елементом іміджу національного бренду. Гастрономічний та винний туризм — це можливість оживити та диверсифікувати туризм, сприяти місцевому економічному розвитку, залучити багато різних професійних секторів і

привнести нові види використання в первинний сектор. Таким чином, гастрономія та винний туризм сприяють просуванню та брендингу напрямків, підтримці та збереженню місцевих традицій та різноманітності, а також використанню та винагороді за автентичність.

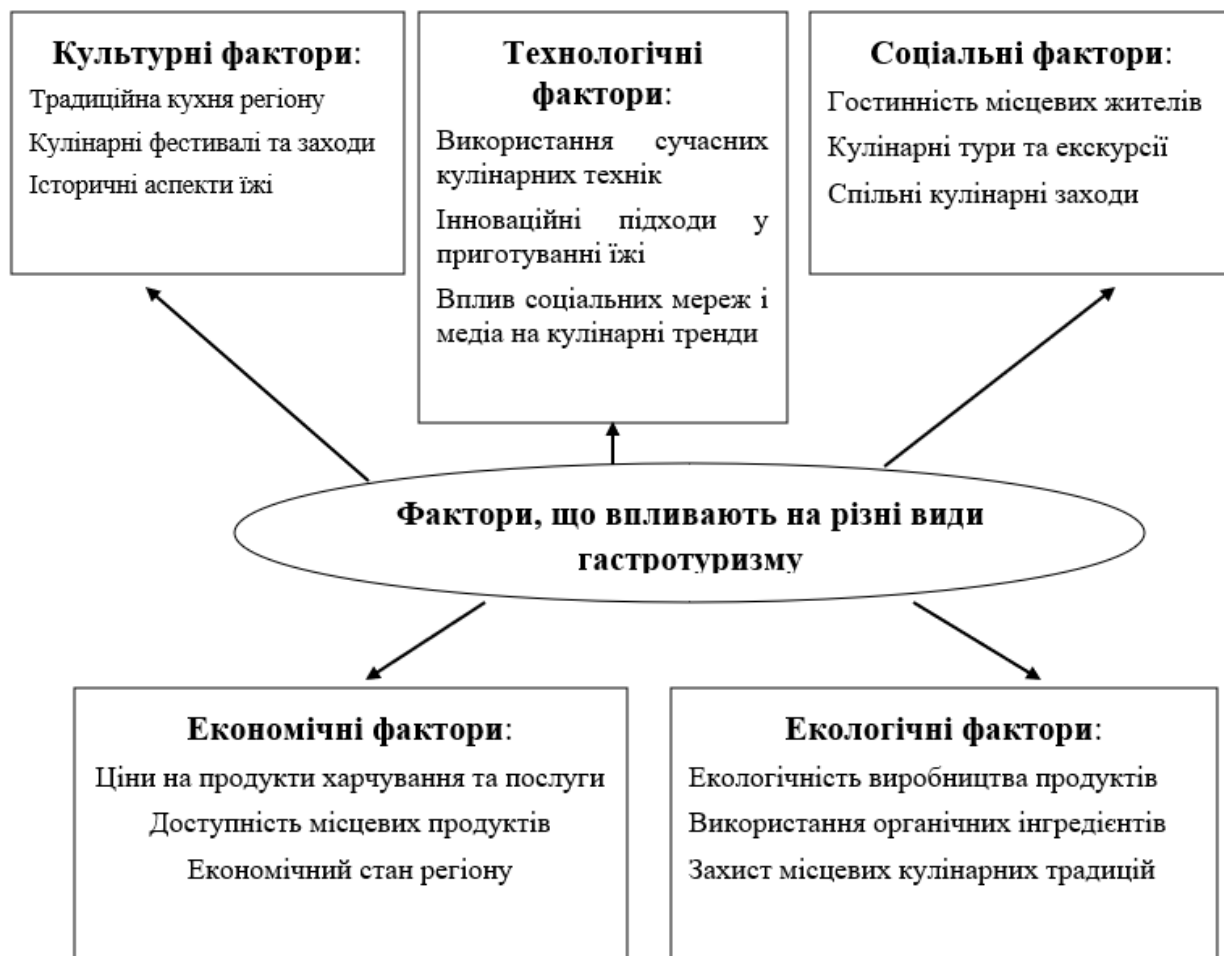


Рис. 2. Фактори, що впливають на різні види гастротуризму

Джерело: створено автором на основі [21]

Комітет з туризму та конкурентоспроможності (СТС) туризму ООН визначає гастрономічний туризм як вид туристичної діяльності, який характеризується досвідом відвідувача, пов'язаного з їжею та супутніми продуктами та діяльністю під час подорожі. Разом із автентичними, традиційними та/або інноваційними кулінарними враженнями гастрономічний туризм може також включати інші пов'язані заходи, такі як

відвідування місцевих виробників, участь у фестивалях їжі та відвідування курсів кулінарії. У той час як ено-туризм (винний туризм) , як підтип гастрономічного туризму, відноситься до туризму, метою якого є відвідування виноградників, виноробень, дегустація, споживання та/або придбання вина, часто біля джерела або поблизу нього. [9]

До факторі розвитку гастрономічного туризму можна віднести

1. *Кулінарна спадщина та традиції*: Наявність багатих кулінарних традицій та унікальних місцевих страв. Збереження та популяризація традиційних рецептів і способів приготування їжі.

2. *Якість та різноманітність продуктів*: Виробництво високоякісних місцевих продуктів. Різноманітність продуктів, що пропонуються туристам, включаючи сезонні та органічні продукти.

3. *Інфраструктура*: Розвинена мережа ресторанів, кафе, ринків та фермерських господарств. Наявність транспортних засобів для зручного переміщення між гастрономічними об'єктами.

4. *Кулінарна освіта та професіоналізм*: Наявність кулінарних шкіл та майстер-класів. Високий рівень професіоналізму шеф-кухарів та обслуговуючого персоналу.

5. *Кулінарні події та фестивалі*: Регулярне проведення кулінарних фестивалів, ярмарків, тематичних вечорів та дегустацій. Організація подій, що приваблюють як місцевих жителів, так і туристів.

6. *Маркетинг та просування*: Активне просування регіону як гастрономічної дестинації через рекламу, соціальні мережі, блоги та інші медіа. Розробка брендингу, що підкреслює унікальність місцевої кухні.

7. *Співпраця та партнерства*: Співпраця між ресторанами, фермерськими господарствами, виноробнями та туроператорами. Створення інтегрованих гастрономічних турів та програм.

8. *Інновації та креативність*: Впровадження нових гастрономічних концепцій та продуктів. Використання сучасних технологій у кулінарії та обслуговуванні.

9. *Сталий розвиток*: Використання екологічно чистих та місцевих продуктів. Підтримка місцевих виробників та фермерів.

10. *Історико-культурний контекст*: Наявність історичних та культурних об'єктів, що пов'язані з кулінарними традиціями регіону. Включення гастрономічних об'єктів до загальної туристичної програми регіону.

Таблиця 2.

*Класифікація факторів розвитку гастрономічного туризму*

Групи факторів	Види факторів	Напрями впливу
Статичні	Культурно-історичні	Історичне минуле Розвиток культури Народні традиції
	Географічні	Вигідне географічне положення Туристичні ресурси Комфортний клімат
Динамічні	Економічні	Економічна стабільність Доходи населення Розвиток інфраструктури
	Політико-правові	Політична стабільність Міжнародні відносини Візовий режим
	Соціальні	Туристичні потреби Рівень освіти і культури Якість життя населення Поширення небезпечних хвороб
	Демографічні	Відтворення населення Система розселення населення Склад населення

Джерело: створено автором на основі [1, 2, 9]

Ці фактори разом створюють комплексну та привабливу пропозицію для туристів, сприяючи розвитку гастрономічного туризму та підвищенню економічного потенціалу регіонів.

Гастрономічна ідентичність будь-якої локації надзвичайно важлива для розвитку туризму та залучення туристів. Особлива увага приділяється дедалі популярнішому гастрономічному туризму, який приваблює туристів з купівельною спроможністю, готових платити за високу якість та унікальний гастрономічний досвід. Діяльність, яка включає цю вибіркочу форму туризму, включає відвідування різних виробників їжі, закладів громадського харчування, заходів та кулінарних шкіл, де їжа є основним мотивом туристичного руху, різновиди якого часто називають гастрономічним туризмом, дегустаційний туризм, гурман-туризм тощо.

Обговорюючи значення впровадження гастрономії та покращення гостинності та туризму, дуже важливо підкреслити всі економічні та соціальні переваги, що досягаються покращенням та підвищенням туристичної привабливості території. Цей потенціал був визнаний у різних напрямках, які були проаналізовані з точки зору найважливіших елементів, що сприяють цьому, таких як гастрономічна спадщина, довіра та оригінальність у туризмі. Співробітники індустрії гостинності є незамінними у сприйнятті відповідних факторів, які можуть бути корисними для розвитку гастрономічного туризму. Тим не менш, недостатньо досліджень на цю тему з точки зору працівників, хоча вони є ключовими творцями пропозиції, орієнтованої насамперед на туристів і місцеве населення. Тому це головна причина проведення даного дослідження. [17, 21]

### 1.3. Компоненти структури гастрономічного туризму

Структура гастрономічного туризму складається з кількох основних компонентів, які разом створюють цілісний і привабливий продукт для туристів. Ці компоненти включають об'єкти гастрономічного інтересу, послуги, події та організаційні аспекти, що забезпечують комфорт і задоволення потреб туристів.

*Основні компоненти структури гастрономічного туризму:*

1. *Об'єкти гастрономічного інтересу: ресторани та кафе* - заклади харчування, які пропонують місцеві страви та напої; *ринки та ферми* – місця, де можна купити свіжі продукти та познайомитися з місцевими виробниками; *виноробні та пивоварні* - підприємства, де виробляють місцеві вина та пиво, часто з можливістю дегустації; *кулінарні школи та майстер-класи* - місця, де туристи можуть навчитися готувати традиційні страви; *фуд-холи та гастрономічні вулиці* - місця з концентрацією різноманітних закладів харчування.

2. *Послуги для гастрономічних туристів: гідів та екскурсоводів* - професіонали, які проводять тури по місцевих гастрономічних локаціях; *транспортні послуги* - трансфер та транспорт для зручного пересування між об'єктами гастрономічного туризму; *проживання* - готелі, гостьові будинки та інші заклади, які можуть включати в себе гастрономічні пропозиції (наприклад, сніданки з місцевих продуктів).

3. *Події та активності: кулінарні фестивалі та ярмарки* - регулярні події, присвячені їжі, де туристи можуть спробувати різноманітні страви та напої; *тематичні вечори та дегустації* - спеціальні заходи, що включають дегустацію вин, сирів або інших продуктів; *агротуризм* - відвідування сільськогосподарських підприємств, де можна побачити процес виробництва продуктів харчування.

4. *Організаційні аспекти: туроператори та агенції* - організації, що спеціалізуються на розробці та продажу гастрономічних турів;

*маркетинг та просування* – активності з просування гастрономічних турів, включаючи рекламу, соціальні мережі, блоги тощо; *партнерства та співпраця* – співпраця між різними учасниками ринку для створення комплексних гастрономічних продуктів (наприклад, партнерство між ресторанами, виноробнями та туроператорами).

Важливі аспекти для успішного розвитку гастрономічного туризму: *культура та традиції* – збереження та популяризація місцевих кулінарних традицій; *якість обслуговування* – високий рівень сервісу в закладах харчування та під час проведення екскурсій; *інновації та креативність*: Розробка нових гастрономічних продуктів і послуг для залучення туристів; *сталий розвиток* – використання екологічно чистих продуктів і підтримка місцевих виробників.

Акценти, які мають передбачати майбутні тенденції та промоцію гастрономічного напрямку з акцентом на екологічну стійкість для економіки:

- Введення в гастрономічний туризм
- Економіка досвіду
- Тенденції та впливи
- Гастрономічні туристи
- Постачальники та інноватори у гастрономічному туризмі
- Маркетинг і розвиток напрямків
- Регуляторні, законодавчі та політичні міркування
- Вплив на довкілля, культуру та суспільство
- Цифрова революція та гастрономічний туризм
- Майбутні напрямки та етичні міркування[28]

Всесвітня туристична організація ООН (UNWTO) визначає гастрономічний туризм як «вид туристичної діяльності, який характеризується досвідом відвідувача, пов'язаного з їжею та супутніми

продуктами і активностями під час подорожі». Гастрономічний туризм може охоплювати винні тури, відвідування винокурень, кулінарні тури та тури на ферми. Цей вид туризму стрімко набирає популярність у всьому світі. Згідно з дослідженням 2013 року, майже 39 мільйонів туристів із США обирають напрямок подорожі на основі наявності кулінарних розваг. Ті, хто не обирає напрямок з урахуванням кулінарної діяльності, все одно шукають конкретні кулінарні заходи після визначення місця призначення.

Гастрономічний туризм ідеально підходить для задоволення потреб людей різного віку та культурного походження. Їжа унікально підходить для популяризації окремих культур і об'єднання людей з різних верств населення. Наприклад, відвідувачі Познані, Польща, щороку в жовтні та листопаді можуть насолодитися святом круасанів Святого Мартіна. У цей час пекарні по всьому місту виготовляють круасани, покриті цукровою глазур'ю. Це свято, яке захоплює місцевих жителів і туристів з 1860 року, дає можливість відчутти польську культуру, а також підтримати економіку та створити робочі місця для місцевих жителів через придбання круасанів.

Гастрономічний туризм є багатогранною сферою, яка потребує інтегрованого підходу для створення унікальних і привабливих пропозицій для туристів. [26]

### **Висновок до розділу 1**

Гастрономічний туризм має значний економічний потенціал. Він сприяє розвитку малого та середнього бізнесу, створенню нових робочих місць, підвищенню доходів від туризму та зміцненню місцевих економік. У багатьох країнах гастрономічний туризм є важливим джерелом доходу, і Україна має великий потенціал для його розвитку завдяки своїм унікальним кулінарним традиціям.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РИНКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

### 2.1. Тенденції ринку гастрономічного туризму

Очікується, що ринок гастрономічного туризму становитиме 999 033,40 мільйонів доларів США в 2023 році та 4 112 489,40 мільйонів доларів США до 2033 року. З 2023 по 2033 рік галузь гастрономічного туризму розвиватиметься на рівні 15,20% CAGR. [25]

Зі збільшенням попиту з боку мандрівників, які шукають унікальні кулінарні враження, сектор гастрономічного туризму має сильні ринкові перспективи. Споживачі все більше цінують автентичну місцеву кухню і прагнуть відвідувати нові місця, щоб задовольнити свої гастрономічні інтереси.

Ця тенденція збільшила кількість туристичних фірм, орієнтованих на їжу, кулінарних турів, кулінарних майстерень і фестивалів їжі. Платформи соціальних медіа та онлайн-огляди допомогли просувати гастрономічний туризм, дозволяючи мандрівникам ділитися своїм досвідом і рекомендаціями.

Оскільки все більше напрямків бачать економічний потенціал своїх місцевих кулінарних пропозицій і беруть участь у інфраструктурі та маркетингових ініціативах для залучення туристів, які люблять їсти, галузь гастрономічного туризму може продовжувати зростати.

Історичне порівняння ринку гастрономічного туризму з 2018 по 2022 та з 2023 по 2033 роки. Очікується, що сектор гастрономічного туризму значно зросте протягом прогнозованого періоду. Гастрономічний туризм додає новий вимір бізнесу, значно розширюючи його. Головною метою сектору гастрономічного туризму є популяризація регіональних особливостей різних туристичних напрямків і залучення більшої кількості туристів до цих напрямків.

Зараз галузь приваблює 5382,3 мільйона туристів щороку, і очікується, що ця цифра різко зросте в наступні роки. Уряди багатьох країн намагаються заохочувати туризм у своїх країнах шляхом реклами та маркетингу своєї регіональної кухні; Очікується, що це значно збільшить бізнес сектору гастрономічного туризму. Як наслідок, перспективи сектору гастрономічного туризму виглядають оптимістичними. [29]

Збільшення домашньої їжі та обміну їжею сприятиме розвитку сектору гастрономічного туризму

Основним мотивом вибору напрямків для туризму не є харчування, але воно залишається другорядним і одним із найважливіших факторів при плануванні подорожі. Серед туристів зростає тенденція скуштувати страви місцевої кухні.

Це зробило такі варіанти, як домашня їжа та спільна їжа, дуже популярними. Туристи раді пообідати з місцевими сім'ями, і туроператори також почали пропонувати ці варіанти у своїх туристичних пакетах. Очікується, що це сприятиме розвитку ринку гастрономічного туризму.

Кулінарні курси набувають популярності серед туристів. У той час як гастрономічний туризм насамперед полягав у дослідженні різних смаків і розвитку сенсорного досвіду в різних напрямках, останнім часом він також став способом для туристів зануритися в місцеву культуру та дізнатися більше про місце, яке вони відвідують.

Найпопулярнішим способом цього були місцеві кулінарні курси; ці заняття пропонують туристам спеціальні кулінарні уроки. Заняття найчастіше проводить місцевий житель, який має глибокі знання про місцеву кухню і може поділитися ними з туристами. Ці заняття надзвичайно допомогли у розвитку ринку гастрономічного туризму.

Географія гастрономічного туризму. Сектор гастрономічного туризму в Північній Америці переживає значне зростання і став процвітаючою галуззю гастрономічного туризму. Завдяки різноманітним

кулінарним пропозиціям і багатим гастрономічним традиціям регіон приваблює любителів їжі з усього світу. Північна Америка пропонує широкий вибір варіантів для туристів, які шукають захоплюючих гастрономічних вражень, від фестивалів їжі та фермерських ринків до екскурсій від ферми до столу та кулінарних турів.

На ринку гастрономічного туризму спостерігається збільшення кількості маршрутів, орієнтованих на кухню, кулінарних курсів і тематичних заходів, що задовольняють зростаючий попит на кулінарні пригоди. Цей процвітаючий сектор стимулював місцеву економіку та сприяв культурному обміну та повазі до різноманітних кухонь на всьому континенті.

Як динамічна кухня та гостинність місцевих жителів стимулюють цей сектор в Індії? Художня подача і різноманітність спецій роблять індійську кухню широкою популярністю.

Очікується, що індустрія гастрономічного туризму в Індії розвиватиметься найшвидше через велику кількість традиційних продуктів харчування в країні. Крім того, каррі, спеції та різноманітні індійські страви завжди сприймаються як витвори мистецтва. Іноземних туристів приваблює індійська кухня цим мистецтвом. [30]

Бажання дізнатися більше про індійський спосіб життя, культуру та звичаї є ще одним важливим фактором, що спонукає до розвитку сектору гастрономічного туризму в країні. Очікується, що протягом прогнозованого періоду це призведе до ескалації ринку гастрономічного туризму.

Що рухає ринок гастрономічного туризму в Японії? Наявність високоякісних ресторанів і популярність традиційної японської кухні сприяють розвитку ринку в Японії. Ринок гастрономічного туризму в Японії стрімко розвивається завдяки вишуканим делікатесам, які походять із цієї країни. Кухня Японії відома як Washoku, яка допомагає привернути увагу споживачів з усього світу та заснована на традиційних стравах із рису та

супі місо. Токіо, місто в Японії, може похвалитися тим, що є містом з найбільшою кількістю ресторанів зірок Мішлен у світі.

Це, разом із зростанням популярності японської поп-культури в усьому світі, підвищило інтерес людей спробувати та дослідити традиційну японську кухню, сприяючи зростанню ринку гастрономічного туризму. Гостинність японців і широкий вибір алкогольних напоїв, які пропонуються в Японії, стимулюють галузь гастрономічного туризму вперед.

Як урядові ініціативи стимулюють сектор гастрономічного туризму у Франції? Уряд докладає зусиль, щоб зберегти сутність французької кухні. Уряд Франції почав виступати з ініціативами щодо покращення іміджу свого туристичного сектору, який набув іміджу зарозумілості. Французька кухня стала популярною в усьому світі завдяки поняттю «Fait Maison», що перекладається як «Домашнє».

Суть французької випічки, кустарного сиру та інших харчових продуктів залежить від свіжості та досвіду споживання їх відразу після приготування. Ця суть втрачається в сучасній харчовій промисловості, яка швидко розвивається, де заморожені упаковані харчові продукти з кожним днем стають все більш популярними. Уряд Франції запровадив заходи для збереження цієї важливої риси своєї індустрії гастрономічного туризму, закликаючи підприємства та ресторани, задіяні в цьому секторі, зберігати якість своїх пропозицій їжі. [31]

Очікується, що цей крок сприятиме поживленню сектору гастрономічного туризму у Франції та припливу споживачів з усього світу. Очікується, що галузь гастрономічного туризму у Франції розвиватиметься стабільними темпами та приносить здоровий обсяг прибутку світовому ринку гастрономічного туризму.

## 2.2. Аналіз трендів гастрономічного туризму

Ресторани та гастрономічні фестивалі залишаються найпопулярнішими видами діяльності на ринку гастрономічного туризму. Ресторани залишаються однією з помітних категорій за типом діяльності в секторі гастрономічного туризму. Більшість гастрономічного туризму відбувається, коли люди подорожують, щоб спробувати нові ресторани та різні кухні. Це пов'язано з гастрономічним туризмом, який поширений у внутрішньому масштабі, де люди люблять досліджувати кухню поруч із собою та відпочивати. Фестивалі їжі є однією з найвідоміших категорій, де такі фестивалі їжі, як Pizzafest, що проводиться в Неаполі, Італія, та Октоберфест, що проводиться в Німеччині, приваблюють мільйони туристів до своїх пам'яток. Ця категорія суттєво сприяє розвитку міжнародного гастрономічного туризму.

Канал онлайн-бронювання лідирує в сегменті каналів бронювання в секторі гастрономічного туризму.

Поява цифровізації позитивно вплинула на галузь гастрономічного туризму. Наявність різних додатків для бронювання ресторанів, фестивалів їжі, кулінарних курсів тощо спростила для споживачів бронювання турів, а також надала їм широкий вибір варіантів. Це зробило канали онлайн-бронювання провідним каналом бронювання в секторі гастрономічного туризму.

Пакет подорожей є найпопулярнішим видом туру в секторі гастрономічного туризму. Наявність відомих і досвідчених туроператорів у цьому секторі покращила легкість подорожей. Фірми пропонують вигідні пакети, що варіюються за цінами, напрямками, типом кухні тощо, і пропонують споживачам комплексні комплексні послуги. Це допомогло категорії мандрівників з пакетом послуг стати найпоширенішим видом турів у секторі гастрономічного туризму. [27]

Виробники можуть масштабувати свій бізнес на ринку гастрономічного туризму за рахунок наступних кроків:

- Розвивайте унікальний кулінарний досвід і співпрацюйте з місцевими постачальниками їжі.
- Використовуйте платформи соціальних мереж для просування пропозицій гастрономічного туризму та взаємодії з потенційними клієнтами.
- Розширюйте канали збуту, постачаючи місцеві магазини для гурманів, готелі та ресторани продуктами гастрономічного туризму.
- Співпрацюйте з туристичними радами та туристичними агентствами, щоб включити досвід гастрономічного туризму в туристичні пакети.
- Пропонуйте індивідуальні гастрономічні тури та дегустаційні меню відповідно до різноманітних уподобань і дієтичних обмежень.
- Інвестуйте в маркетингові кампанії, орієнтовані на любителів їжі та туристів, зацікавлених у кулінарних враженнях.
- Підтримуйте високі стандарти якості та зосередьтеся на наданні виняткового рівня обслуговування клієнтів, щоб створити позитивне радіомовлення.
- Встановлюйте стратегічні альянси з популярними фуд-блогерами, впливовими особами та медіа, пов'язаними з їжею, щоб збільшити увагу.

Присутність важливих компаній у вітчизняній індустрії шафок безпеки призвела до конкуренції між постачальниками. Компанії з обмеженими брендами та міжнародні компанії домінують на ринку гастрономічного туризму. Учасники ринку гастрономічного туризму зосереджуються на естетичній привабливості, технології продукту та додаткових функціях, які забезпечують додаткову безпеку, щоб виділити їхні продукти серед конкурентів.

Гравці ринку гастрономічного туризму, ймовірно, отримають вигоду від зростання промислових витрат, розвитку нової інфраструктури та зростання кулінарного туризму в регіоні. Щоб отримати конкурентну перевагу, гравці збільшують злиття та поглинання. Очікується, що завдяки покращенню інфраструктури індустрія гастрономічного туризму збільшить продажі.

Ключові гравці: Abercrombie & Kent USA, LLC, Classic Journeys, LLC, G Adventures, Greaves Travel Ltd, India Food Tour, ITC Travel Group Limited, The FTC4Lobe Group, Topdeck Travel [Flight, Center (Uk) Limited)], The Travel Corporation, Gourmeton Typ Culinary Adventures, Міжнародні кулінарні тури, Butterfield & Robinson Inc. [28]

Прогнозується, що розмір світового ринку гастрономічного туризму досягне мільйонів доларів США до 2026 року, порівняно з мільйонами доларів США у 2019 році, при середньорічному темпі зростання % протягом 2021-2026 років.

З галузевим стандартом точності аналізу та високої цілісності даних звіт робить блискучу спробу розкрити ключові можливості, доступні на світовому ринку гастрономічного туризму, щоб допомогти гравцям досягти сильної позиції на ринку. Покупці звіту можуть отримати доступ до перевірених і надійних ринкових прогнозів, у тому числі щодо загального розміру світового ринку гастрономічного туризму з точки зору доходу.

Загалом звіт виявився ефективним інструментом, який гравці можуть використовувати, щоб отримати конкурентну перевагу над своїми конкурентами та забезпечити тривалий успіх на світовому ринку гастрономічного туризму. Усі висновки, дані та інформація, надані у звіті, підтверджуються та повторно підтверджуються за допомогою надійних джерел. Аналітики, які є авторами звіту, застосували унікальний і найкращий у галузі підхід до дослідження та аналізу для поглибленого вивчення світового ринку гастрономічного туризму.

*Масштаби глобального гастрономічного туризму та розмір ринку.*

Ринок гастрономічного туризму сегментований за компаніями, регіонами (країнами), типами та застосуваннями. Гравці, зацікавлені сторони та інші учасники глобального ринку гастрономічного туризму зможуть отримати перевагу, використовуючи зв'язок як потужний ресурс. Сегментний аналіз зосереджений на доходах і прогнозах за типом і за застосуванням з точки зору доходів і прогнозу на період 2016-2027. [29]

У випадку гастрономічного туризму турист відвідує різні місця, щоб оцінити, спожити різноманітну їжу та напої з різних місць. гастрономія туризм виник з більш ніж просто дегустації місцевої кухні. Він розвинувся до фази, коли поєднує різні культурні практики та розкриває етичні та стійкі цінності території, ландшафту, моря, місцевої історії, цінностей та культурної спадщини. Ця нематеріальна культурна спадщина відрізняється від місця до місця, де постачальники послуг докладають зусиль, щоб представити те саме через різні гастрономічні фактори. Це робить гастрономічний туризм привабливим, змушуючи його клієнтів цікавитися та прагнути досліджувати різні місця по всьому світу заради того ж.

### 2.3. Особливості гастрономічного туризму в Україні

На сьогодні туристична галузь є дуже популярною та корисною сферою діяльності, яка вносить значний вклад у державний бюджет України. Іноземні туристи все частіше відвідують країну, що сприяє зростанню доходів від туристичних підприємств. У 2021 році до зведеного бюджету України від підприємств туристичної галузі надійшло 4,2 млрд гривень, що в 2,5 рази більше порівняно з попереднім роком (1,7 млрд гривень у 2020 році). [19]



Рис.3 Інфографіка гастрономічного туризму[6]

Українська кулінарія має глибоке історичне коріння і пройшла довгий шлях розвитку, що визначений різноманітними факторами: географічним положенням, історичними подіями, релігійними віруваннями та давніми традиціями, які вплинули на її формування. Страви української кухні є

унікальними і відображають культурні та історичні відтінки народних уявлень та знань.

В останні роки в Україні спостерігається поступове оживлення української автентичної кухні. Ресторатори активно використовують історичні джерела, проводять опитування місцевих жителів у різних областях і відновлюють забуті, але автентичні кулінарні традиції країни. Страви української кухні відомі далеко за межами країни. Наприклад, український борщ став справжнім символом української кухні. Та є ще багато інших страв, які відображають Україну як унікальну державу з віковими традиціями і багатою історією.

Ураховуючи велику територію України та різноманітність її кухні, яка віддзеркалюється в прикордонних областях, зрозуміло, що кожен регіон має свої власні кулінарні особливості.

Українська гастрономія налічує понад 4000 страв з м'яса (переважно свинини), риби, яєць та молочних продуктів. Особливо популярні страви з борошна, такі як вареники, галушки, бабки, кльоцки, налисники, пироги і т.д. Сало вважається найвідомішим і найсимволічнішим українським продуктом, а борщ – найбільш відомою стравою, у приготуванні якого кожна область має свої відмінності.

Популярні українські туристичні компанії організовують гастрономічні тури до різних регіонів України, таких як Закарпаття, Одещина, Київщина, Полтавщина та інші. Наприклад, компанія «Відвідай» пропонує гастрономічний тур «Сиро-винний тур Закарпаттям», під час якого туристи відвідують історичні та культурні об'єкти, такі як санаторій «Карпати» та палац Шенборна, а також насолоджуються гастрономічними атракціями, такими як ресторан лемківсько-мукачівської кухні у Мукачеві із стравами, такими як суп «Леваш» та домашні макарони з шишками та грибами «Таргоня». Також у програмі туру включені відвідування садиб

сільського туризму з угорською кухнею в Берегово, дегустація вин у Нижньому Селищі та сирів у ресторані «Колиба» у Міжгір'ї.

Київський регіон є другим за популярністю серед туристів, які обирають гастрономічні тури з метою освіти і професійного розвитку, а також для задоволення гурманських смаків. Слобожанський, Придніпровський та Подільський регіони мають менший попит серед гастрономічних турів. [5]

Представимо кількість гастрономічних подій за областями, що відбуваються впродовж року за допомогою діаграми:

Найбільша кількість гастрономічних подій у проміжку року представлені у Закарпатській, Київській та Львівській області. Також у чималій кількості областей представлено по кілька фестивалів чи інших заходів, що репрезентують локальну кухню – наприклад, у Вінницькій, Житомирській, Запорізькій, Івано-Франківській та Хмельницькій областях. Також найвідоміші гастрономічні фестивалі України представлені у додатку А.

Перші гастрономічні маршрути в Україні були розроблені в Одеській області у рамках проекту ЄС "Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні". Ці маршрути об'єднані під назвою "Дорога вина і смаку Української Бессарабії". Процес їх створення і налагодження тривав два роки і був успішним. Зараз аналогічні маршрути активно розробляються в інших регіонах. Наступними у черзі є Закарпаття, де презентація для туристичних операторів відбулася у жовтні 2020 року, і вже в туристичному сезоні 2021 року гостей везли за цими маршрутами. Також триває підготовка до запуску "Доріг вина та смаку" у Херсонщині, Миколаївщині (з майбутнім планом їх поєднання у Південний український винно-гастрономічний шлях), Прикарпатті та Криворіжжі. [15,19]

Таблиця .3

## SWOT - аналіз гастротуризму в Україні

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>Різноманітні кліматичні зони та їх спеціалізація на виробництві специфічних продуктів.</p> <p>Багата історико-культурна спадщина для відродження стародавніх рецептів та способів приготування вишуканих страв.</p> <p>Унікальні кулінарні традиції та звичаї в регіональному аспекті.</p> <p>Наявність туристичних атракцій та рекреаційних ресурсів.</p> <p>Багатонаціональний склад населення країни з відповідними кулінарними традиціями.</p> <p>Розвиток сфери виробництва і переробки сільськогосподарської продукції.</p>	<p>Відсутність розвинутої туристичної інфраструктури у багатьох регіонах країни.</p> <p>Недосконалість рекламної та маркетингової стратегії на зовнішніх та внутрішньому ринках.</p> <p>Відсутність централізованого підходу до розвитку гастротуризму в Україні.</p> <p>Недостатній рівень стимулювання залучених регіональних виробників продуктів харчування до сфери гастротуризму.</p> <p>Недостатня фінансова підтримка для розвитку гастротуризму зі сторони держави.</p> <p>Дефіцит кваліфікованих кадрів у сфері гастротуризму.</p> <p>Невідповідність якості пропонованих послуг міжнародним стандартам та високому рівню цін.</p>
Можливості	Загрози
<p>Брендування регіональної кухні та позиціонування на міжнародному ринку гастротуризму як унікального виду рекреації.</p> <p>Становлення традицій різноманітних гастрономічних фестивалів, проведення тематичних регіональних святкових заходів.</p> <p>Створення привабливого туристичного іміджу України на зовнішніх ринках за рахунок популяризації гастротуризму.</p> <p>Формування єдиної інформаційної бази та реєстру гастрономічних маршрутів.</p> <p>Розвиток продуктової номенклатури для гастротуризму.</p> <p>Соціально-економічний розвиток сільської місцевості.</p> <p>Створення музеїв їжі, дегустаційних залів, відновлення фабрик та заводів, які виготовляють продукти харчування і як результат створення нових робочих місць.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Високе конкурентне середовище серед придатних дестинацій для формування гастрономічних турів.</li> <li>- Зниження платоспроможності та якості життя населення в кризові періоди.</li> <li>- Високий рівень зношення об'єктів туристичної інфраструктури.</li> <li>- Цінові ризики для суб'єктів туристичної діяльності на розвиток нового виду туризму.</li> <li>- Нерентабельність туристичного потоку через низький рівень доходів.</li> <li>- Низький рівень інвестиційної привабливості туристичної сфери.</li> <li>- Вплив пандемії та карантинних обмежень на активізацію розвитку внутрішнього гастротуризму.</li> </ul>

Незважаючи на широкий вибір туристичних напрямків в Україні, гастрономічні тури залишаються рідкістю. Чітке розуміння поняття «гастротуризм» відсутнє навіть серед постачальників послуг, а гастрономічні фестивалі, що проводяться в різних регіонах, часто не відповідають основній ідеї гастротуризму. Висока вартість гастротурів також відлякує потенційних туристів. На основі дослідження особливостей розвитку гастротуризму в Україні, його перспективи були визначені за допомогою методів SWOT-аналізу.

## **Висновок до розділу 2**

Розвиток гастрономічного туризму в Україні є актуальним і перспективним напрямком, що залучає увагу як внутрішніх, так і зарубіжних туристів. Цей процес підтримується рядом ініціатив та проєктів, спрямованих на популяризацію української кулінарії та стимулювання розвитку регіональних гастрономічних особливостей.

Одним із ключових аспектів є створення гастрономічних маршрутів. Це включає не лише відвідування ресторанів та кулінарних майстерень, а й ознайомлення з місцевими продуктами, виноробними традиціями та ремеслами. Наприклад, ініціативи як "Дорога вина і смаку Української Бессарабії" в Одеській області чи "Південний український винно-гастрономічний шлях" показують успішний приклад інтеграції гастрономічних елементів у туристичний продукт.

Крім того, розвиток гастрономічного туризму підтримується ініціативами у сфері освіти та культурного обміну, залученням місцевих спільнот та розвитком сільського туризму. Програми, що пропонують майстер-класи з приготування страв або дегустації місцевих продуктів, сприяють не лише підвищенню інтересу до кулінарної спадщини, а й збагачують туристичний досвід.

## РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В МІСТІ ЛЬВІВ

### 3.1. Особливості туризму в м. Львів та області

Львівщина є одним з найбільш популярних туристичних регіонів України, багатим на унікальні історичні та культурні пам'ятки. В області знаходиться сім привабливих курортів і оздоровчих закладів, два національних парки («Сколівські бескиди» і «Яворівський»), а також майже 4000 історичних та культурних пам'яток національного значення. Центр Львова був внесений до списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО у 1998 році. Ця різноманітність історичних, археологічних, архітектурних та монументальних об'єктів підкреслює, що Львівщина є унікальним скарбом туристичної спадщини, якого немає в інших областях України.

У Львові найчастіше відвідуються українцями (65% туристів), а серед іноземців переважно зустрічаються поляки, німці, американці, білоруси і турки. У минулому році також був невеликий відсоток росіян. Відвідувачі Львова переважно належать до вікової групи 26-35 років, при чому чоловіки та жінки рівномірно представлені. Більшість туристів до міста приїжджають потягом, власним авто або автобусом. Щодо проживання, найпопулярнішими варіантами є орендовані квартири (23%), готелі (22%) і хостели (21%) (додаток Б). [19]

У 2021 році центри туристичної інформації Львова відвідали близько 30 тисяч осіб, з яких 42% були українцями, а 58% - іноземцями. Відзначається значне зростання кількості іноземних туристів, яке подвоїлося порівняно з 2020 роком. Загальні надходження від туристичного збору до міського бюджету Львова в 2021 році склали 11,3 млн гривень.

У порівнянні з 2011 роком, коли цей показник становив 925 тисяч гривень, відбулося зростання в 12 разів. Загальні доходи від туризму до міського бюджету складають 245 млн гривень, що на 46% більше ніж у 2020 році і на 23% вище, ніж у 2019 році. [19]

Половина туристів, які відвідали Львів у 2021 році, це люди, які тут були вперше. Тривалість перебування туристів у місті зростає з 3,8 днів у 2019 році до 5 днів у 2021 році. Середня витрата одного туриста в день у Львові у 2021 році склала 94 євро.

78% гостей приїхали до Львова з метою відпочинку і розваг.

Львів найбільше приваблює туристів для відпочинку і розваг. Згідно з опитуванням, цю мету відвідування міста обирають 67% туристів. Вони особливо люблять кав'ярні та ресторани Львова. Також популярні серед відвідувачів міські музеї, галереї, виставки та торгово-розважальні центри.

Формування стратегії розвитку є ключовим для туристичної індустрії регіону. Одним з стратегічних завдань є створення конкурентоспроможного гастрономічного туристичного продукту, який максимально задовольнятиме потреби туристів. Стратегії розвитку розробляються як для галузі туризму в цілому в Україні, так і для окремих регіонів чи туристичних центрів.

Зазвичай Львів настільки вражає своїх відвідувачів, що 91% туристів виражають бажання повернутися ще раз. У цьому році місто очікує рекордну кількість туристів - приблизно 2,5 мільйони гостей до кінця року. Це на 30% більше, ніж у попередньому році. Туристи також витрачають більше часу у Львові та більше грошей під час свого перебування. [24]

Інфраструктура відіграє ключову роль у розвитку гастрономічного туризму в Львівщині. Цей регіон є лідером у західній Україні за кількістю ресторанів, готелів, мотелів, хостелів та інших закладів, що сприяють розвитку туризму. Львівщина пропонує різноманіття місць для проживання туристів, включаючи готелі, мотелі, хостели та садиби. Іноземні туристи переважно обирають готелі, тоді як українські туристи частіше за все віддають перевагу хостелям. Бронювання житла здійснюється через платформи, такі як Booking.com, або безпосередньо на веб-сайтах закладів розміщення.

За даними Головного управління статистики, з 2007 по 2017 роки значно зменшилась кількість спеціалізованих закладів розміщення. Якщо у 2007 році діяло 124 таких заклади, то у 2017 році ця кількість скоротилась до 60. Це обумовлено економічною кризою 2008-2009 років та тимчасовою окупацією певних територій у 2014 році.

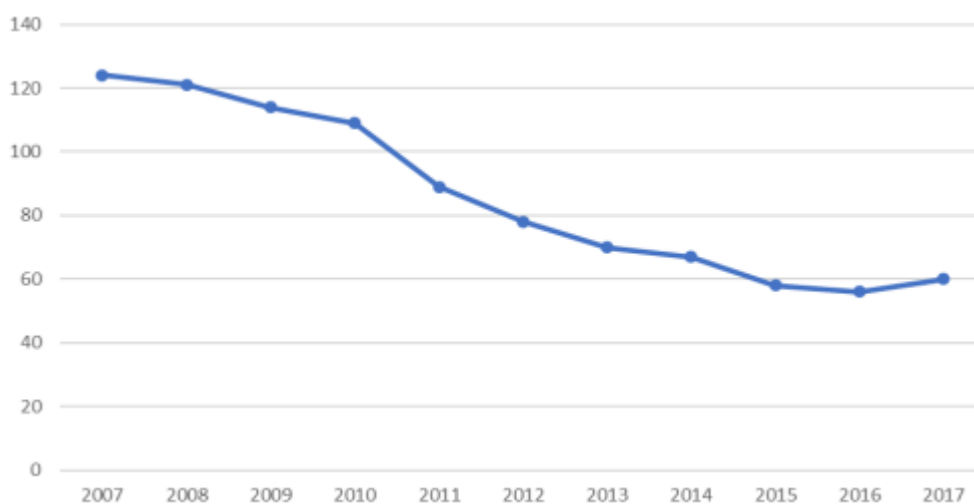


Рис. 4. Надходження до бюджету міста від галузі туризму, млн. грн [19]

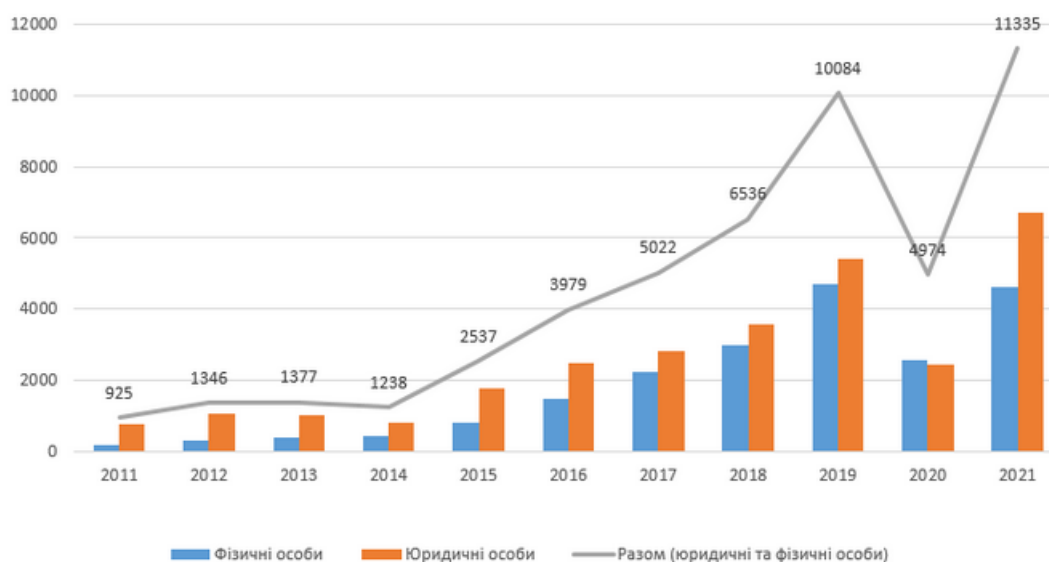


Рис. 5 Сплата туристичного збору закладами розміщення, тис. грн [19]

Також представимо динаміку відвідування закладів готельного типу та інших місць для проживання туристів у Львівській області.



Рис. 6. Завантаженість готелів[19]

Львів часто описують як місто музеїв, оскільки воно приваблює багатьох туристів своїми архітектурними стилістичними елементами, які охоплюють період з XII по XIX століття. Особливий інтерес викликають унікальні колекції, які представлені в таких музеях, як Історичний музей, Національний музей, Музей мистецтва, Музей релігії та Музей-арсенал старовинної зброї. В Музеї етнографії та ремесел відвідувачі зможуть оцінити колекції порцеляни, кераміки та плетених меблів з декоративними елементами, що є унікальними прикладами прикладного мистецтва.

Курортне лікування та відпочинок займають провідне місце у туристичній структурі Львівського регіону. В області функціонує 269 підприємств, які мають ліцензії на організацію туризму різного виду та проведення екскурсій. Розвиток туризму на прикордонних територіях обумовлений поліпшенням і нововведеннями у перетині кордону. В області створено 5 заповідників на основі комплексів історико-культурної та містобудівної спадщини, зокрема державні історико-архітектурні заповідники у Львові, Жовкві, «Нагуєвичих» (Дрогобицький район), «Тустані» (Сколівський район) та державний музей-заповідник «Одеський

замок» (Буський район). На основі збережених архітектурних пам'яток у таких населених пунктах як Старе Село, Свірж, Унев, Золочів, Підгірці, Одеська, Жовква і Крехів створено туристичний маршрут «Золота підкова».

Транспортне сполучення є важливим аспектом інфраструктури гастрономічного туризму в Львівській області. Регіон має добре розвинуту транспортну систему загалом. Основними засобами перевезення туристів до регіону є потяги, що користуються популярністю серед українських відпочиваючих, тоді як іноземні туристи частіше вибирають літаки. За останні роки спостерігається зменшення кількості туристів, які обирають автобуси і автомобілі для подорожей до регіону.

В умовах повномасштабної війни пересування літаком перестали бути доступною для туристів опцією, проте завдяки територіальній близькості до кордону із Румунією чи Польщею, туристи з-за кордону все одно відносно легко можуть дістатися до Львова та гарних куточків в області навіть у ці непрості часи.

Культурні аспекти сприяють розвитку гастрономічного туризму на Львівщині, оскільки регіон володіє значною кількістю архітектурних, історичних і культурних пам'яток. Особливістю є наявність унікальної гастрокультури, яка поєднує різні європейські кухні з місцевими етногастрономічними традиціями. [2]

Важливим фактором є збереження та підтримка українських культурних цінностей на Львівщині, що позитивно впливає на розвиток гастрономічного туризму. Для багатьох туристів гастрономічний туризм стає важливим інструментом у пізнанні культури регіону, оскільки місцева кухня відображає особливості життя та культурні особливості місцевого населення.

### 3.2. Гастрономічні традиції міста та області

Львів славиться своєю унікальною українською кухнею і, безумовно, пивом. Однією з особливостей міста є Музей пивоваріння, де відбуваються екскурсії, дегустації та вечори для любителів пива.

Маленькі, затишні кав'ярні Львова не лише пропонують аромат кави, але й втілюють атмосферу міста. Відвідавши Левове місто, кожен любитель кави знайде цікаві кав'ярні, такі як «Дзига», «Дім Легенд», «Гасова Лямп», «Золотий дукат» і багато інших. Кав'ярні, такі як «Віденка», «Театралка», «Монополка», «Централка», а також «Кришталева», «Народна гостинниця», «Касино де Парі», «Міраж», «Пегас», «Атляс» і «Під синьою фляжкою», відомі як місця зібрань львівської еліти.[15].

Серед інших унікальних закладів, варті уваги варто назвати: «Криївку», куди вхід “закодований” спеціальним гаслом-паролем, “Копальню Кави”, звідки видобувають та імпортують основну частку української кави на Бразилію; “Мазох-кафе” – кав'ярня з “особливою любов'ю” до своїх клієнтів (18+); “Гасову Лампу”, де зібрана найбільша колекція в Україні старовинних гасових ламп; “Дім Легенд”, в якому живе справжня магія та... дракони; найбільші майстерні Львова: “Майстерню шоколаду”, “Майстерню пряників”, “Майстерню карамелі” та “Майстерню марципанів”, де можна долучитися до створення смаколиків самому); Ресторанцію “Бачевських”, яка продовжила свою славу історію відомих на весь світ коньяків; “Кав'ярню на Бамбетлі”, що відображає весь побут та традиції галичан 19 століття [24].

Гастрономічний туризм у Львові отримує значний поштовх завдяки проведенню таких фестивалів, як "Львів на тарілці", що відзначає місто як гастрономічну столицю України. Цей унікальний захід включає в себе ярмарок львівської кухні, де відбувається презентація, дегустація та інтерактивне приготування страв і традиційних напоїв. Окрім цього, на

фестивалі проводяться різноманітні майстер-класи від львівських шеф-кухарів і презентації нових страв.

Незабутнім подією є Національне свято шоколаду, яке приваблює велику кількість туристів, що приїжджають насолоджуватися "шоколадним райом". Майстер-класи від шоколатьє та розмаїття солодоців є вражаючими для відвідувачів. Львів здобув славу другої європейської столиці шоколаду після швейцарського Берна.

Також популярністю користується міське свято "На каву до Львова", де відбувається справжній кавовий ярмарок. Це свято включає традиційне голосування за найкращу кав'ярню і проведення Західноукраїнського чемпіонату барист зі Львова та інших регіонів західної України.

Свято Сиру і Вина у Львові є величезною подією, що збирає багато гостей міста і місцевих мешканців. Ця захоплююча подія надає чудову можливість дізнатися більше про культуру сироваріння та виноробства в Львові та Україні. В рамках свята можна відвідати ярмарок, брати участь у розважальних акціях, анімації, конкурсах та насолоджуватись концертами фольклорних колективів. Особливими моментами є смакування вишуканого сиру та вина.

У 2018 році Львівською обласною державною адміністрацією був запропонований гастрономічний проєкт під назвою «Гастромандри Львівщиною», який включав в себе спеціальний гастрономічний путівник з інформацією про найкращих виробників місцевих продуктів, фермерські господарства, садиби та магазини з місцевими продуктами. Цей путівник також пропонував готові тури для гастрономічних подорожей Львівщиною. На Львівщині планується створення гастрономічного туристичного маршруту під назвою «Дороги смаку Львівщини», який буде презентувати традиційні страви регіону. Цей проєкт сприятиме розвитку потенціалу гастрономічного туризму, виробництву місцевих продуктів і збереженню регіональних культурних особливостей.

У Львові серед великої кількості закладів ресторанного господарства особливе місце займають ресторани, спеціалізовані на національній та етнічній кухні, такі як «Кумпель», «Голодний Микола», «Ресторація Бачевських», «Підпільний Кіндрат», «Трапезна ідей», «Під Золотою Розою», «Бойківська гостина», «Єрван» та інші. Розширення мережі таких ресторанів галицької кухні важливе для збереження гастрономічної культури регіону і сприятиме ефективному приверненню туристів.

Серед пропозицій покращення гастрономічного туризму та його ефективності у Львові можна надати такі пропозиції:

Вивчення передового міжнародного досвіду у сфері розвитку гастрономічного туризму є важливою передумовою для співпраці з провідними виробниками виноробної, харчової та переробної промисловості таких країн, як Італія, Іспанія, Франція, Швейцарія. Ця співпраця передбачає впровадження сучасних екологічно чистих технологій у вирощуванні сільськогосподарської сировини та виготовленні харчової продукції. Гастрономічний туризм виступає важливим інструментом у маркетингових комунікаціях для популяризації продукції місцевих виробників. [18]

Місцеві владні органи та органи місцевого самоврядування у рамках реалізації регіональних програм сталого розвитку туризму мають сприяти створенню об'єктів гастрономічного туризму, етноресторанів, дегустаційних залів, музеїв гастрономії, етнічних селищ та містечок, а також спеціалізованих атракційних заходів та туристично-екскурсійних маршрутів. Ці ініціативи сприятимуть формуванню конкурентоспроможного туристичного продукту регіону і підвищенню його туристичної привабливості. [16].

Російське повномасштабне вторгнення значно вплинуло на економіку України, спричинивши втрати в зонах тимчасової окупації та активних бойових дій, а також значні збитки через руйнування інфраструктури.

Велика кількість бізнесів, особливо у сфері громадського харчування, припинила свою діяльність або зменшила персонал. За даними компанії Poster POS, на початкових етапах конфлікту працювало лише 19% закладів харчування, але до липня цей показник зросло до 74%, зокрема кафе, кав'ярні та бари, що забезпечують 82% обігу порівняно з передвоєнним періодом.

«Львівська волонтерська кухня», яка була започаткована ще у 2014 році під час початку війни на сході України, продовжила свою активність із збільшенням обсягів виробництва при повномасштабному вторгненні. Волонтери продовжують сушити овочі та складати з них набори, призначені для приготування їжі у польових умовах, та надсилають їх на передову.

У початковій частині березня ресторанна компанія Restaron із Львова доставила 100 тис. готових обідів для військовослужбовців. Засновники Kyiv Food Market і «Молодості» в Києві разом із засновником «Вересу» об'єднали зусилля і в даний час щоденно готують близько 20 тис. порцій їжі для військових, представників тероборони та лікарень.

### 3.3. Туристична пропозиція гастрономічного туризму у Львові

У Львівській області організуються різноманітні гастрономічні фестивалі, що пропонують відвідувачам можливість побачити й скуштувати національні страви. Це сприяє збільшенню інтересу туристів до регіону. Серед найпопулярніших подій такого типу у Львівщині є «Свято пампуха», «Спалах Різдвяної зірки», «Фестиваль шоколаду», «Львів на тарілці», «На каву до Львова», «Свято сиру і вина», «Фестиваль їжі» та інші. Такі заходи не лише пропонують дегустацію страв і напоїв, а й створюють особливу атмосферу, де важливою складовою є музичні, театральні, етнічні та кінематографічні елементи.

На Львівщині зберігаються та активно підтримуються культурні цінності місцевого населення, що сприяє позитивному розвитку гастрономічного туризму. Серед сприятливих чинників, що впливають на цей процес у Львівській області, можна відзначити наступні:

1. *Кулінарна спадщина*: Багата історія і традиції місцевої кухні, яка привертає увагу туристів своєю автентичністю та унікальністю.
2. *Гастрономічна культура*: Високий рівень розвитку гастрономічної сфери, де кожен ресторан або кафе має свій унікальний стиль та смакові нюанси.
3. *Етнічний склад населення*: Різноманіття етнічних груп і національностей сприяє різноманітності кулінарних традицій і стилів у гастрономічній сцені.
4. *Розвинута інфраструктура*: Наявність ресторанів, кафе, готелів та інших гастрономічних закладів, які задовольняють потреби різних категорій туристів.
5. *Фермерські господарства*: Активна роль місцевих фермерів у постачанні якісних харчових продуктів, що використовуються у ресторанах і кафе.

6. *Гастрономічні заходи та фестивали:* Регулярне проведення заходів, які пропонують учасникам можливість відкрити для себе місцеві кулінарні традиції та страви.
7. *Концептуальні заклади:* Інноваційні та концептуальні ресторани, які не лише пропонують смачну їжу, але й створюють особливу атмосферу та враження для відвідувачів.

Ці чинники разом сприяють розвитку гастрономічного туризму у Львівській області, роблять регіон привабливим для гурманів та любителів відкриттів у сфері кулінарії.

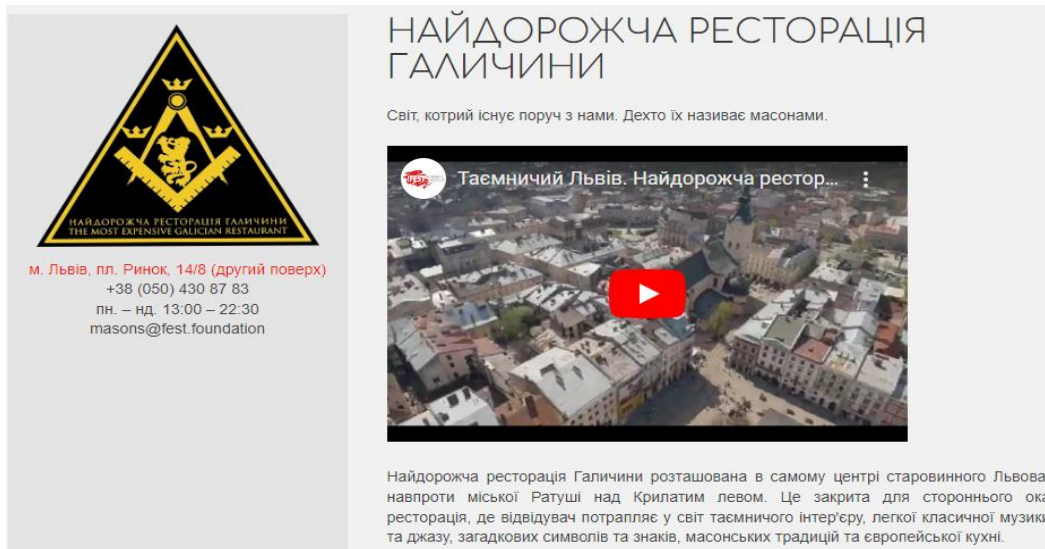
Тепер розглянемо знакові ресторани м. Львів: Ресторанція-музей «Гасова лампа» призначена для справжніх цінителів кулінарії. У цьому закладі зібрана велика колекція гасових ламп, що є символом міста, де було винайдено ці освітлювальні пристрої.



Рис. 7. Загальна інформація про заклад «Гасова лампа» [10]

"Найдорожча Ресторанція" поєднує інтелігентний відпочинок і галицькі традиції. У цьому закладі гості можуть насолоджуватися винами, смакувати страви від шеф-кухаря та слухати фортепіано. Цікаво, що кожен

відвідувач має можливість самостійно грати на інструменті під час візиту до ресторації.



НАЙДОРОЖЧА РЕСТОРАЦІЯ ГАЛИЧИНИ

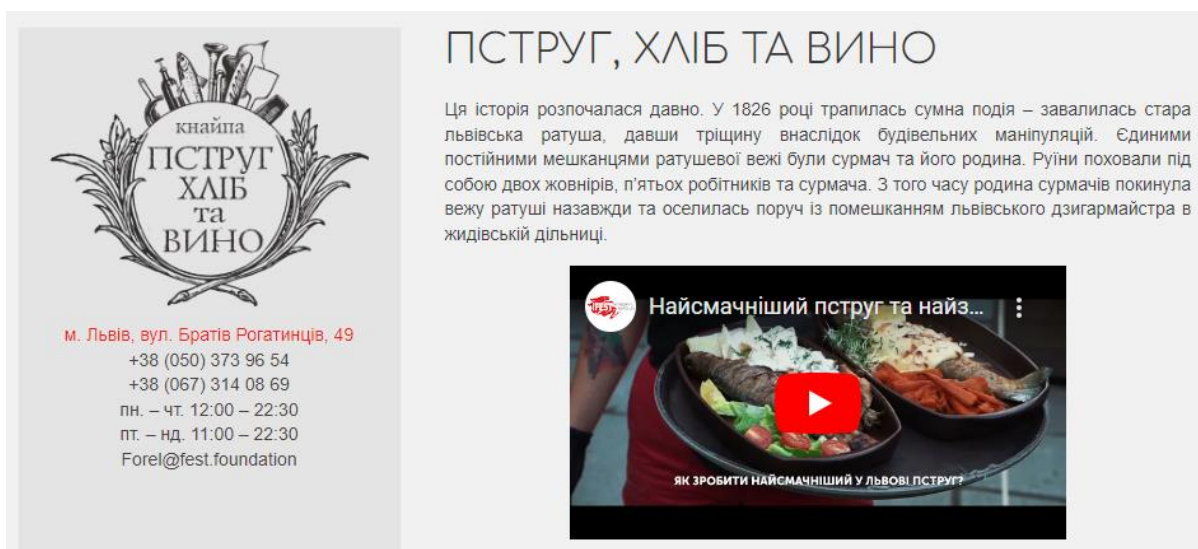
Світ, котрий існує поруч з нами. Дехто їх називає масонами.

Таємничий Львів. Найдорожча рестор...

Найдорожча ресторація Галичини розташована в самому центрі старовинного Львова, навпроти міської Ратуші над Крилатим левом. Це закрита для стороннього ока ресторація, де відвідувач потрапляє у світ таємничого інтер'єру, легкої класичної музики та джазу, загадкових символів та знаків, масонських традицій та європейської кухні.

Рис. 8. Загальна інформація про заклад «Найдорожча ресторація Галичини» [10]

Ресторан-музей "Мисько пструг" відомий своїм унікальним атмосферним стилем, де особливий колорит створює "сурмач" або дворецький. Він не лише проводить цікаву екскурсію по закладу, а й розповідає про історію та культуру Львова.



ПСТРУГ, ХЛІБ ТА ВИНО

Ця історія розпочалася давно. У 1826 році трапилась сумна подія – завалилась стара львівська ратуша, давши тріщину внаслідок будівельних маніпуляцій. Єдиними постійними мешканцями ратушевої вежі були сурмач та його родина. Руїни поховали під собою двох жовнірів, п'ятьох робітників та сурмача. З того часу родина сурмачів покинула вежу ратуші назавжди та оселилась поруч із помешканням львівського дзигармайстра в жидівській дільниці.

Найсмачніший пструг та найз...

ЯК ЗРОБИТИ НАЙСМАЧНІШИЙ У ЛЬВОВІ ПСТРУГ?

Рис. 9. Загальна інформація про заклад «Мисько пструг» [10]

Гастрономічна культура та історія гостинності Львівщини стали основою її туристичної привабливості. У регіоні організовані численні гастрономічні заходи та фестивалі, які привертають тисячі туристів. Серед найвідоміших подій можна відзначити «Свято пампуха», «Спалах Різдвяної зірки», «Фестиваль шоколаду», «Львів на тарілці», «На каву до Львова», «Свято сиру і вина», «Фестиваль їжі» та інші.:

Таблиця 4.

*Гастрономічні фестивалі міста Львова*

Назва фестивалю	Час проведення	Місце проведення
Свято пампуха	Зима – січень	Площа Ринок
Фестиваль шоколаду	Осінь – жовтень	Львівський Палац мистецтв (вуд. Коперника, 17)
Львів на тарілці	Літо – червень	Площа Ринок, галерея тераса Львівського Палацу мистецтв (вуд. Коперника, 17)
На каву до Львова	Осінь – вересень	Площа Ринок
Свято сиру і вина	Осінь – жовтень	Двір Львівського Палацу мистецтв (вуд. Коперника, 17)
Фестиваль їжі	Весна – травень	Парк культури та відпочинку ім. Б. Хмельницького
Міжнародний форум Галицької кухні	Осінь – листопад	Італійський дворик, площа Ринок, 6

Джерело: створено автором на основі [5]

Гастрономічний туризм відіграє важливу соціальну роль у туристичній діяльності, сприяючи взаєморозумінню та взаємодії між різними культурами. Цей вид туризму сприяє виявленню поваги до культурних цінностей, традицій та способу життя місцевих жителів. Під час організації гастрономічних заходів на Львівщині, де туристи мають змогу спробувати національні страви та напої, відбувається налагодження культурних контактів між представниками різних національностей. Ці заходи сприяють розширенню міжнародних зв'язків та демонструють

гостинність мешканців Львівщини перед гостями з усього світу. Туристи відвідують Львівщину із більш ніж 100 країн, серед яких найчастіше зустрічаються туристи з Польщі, Німеччини, Угорщини, Туреччини, Італії, США та інших країн.

Організація та проведення гастрономічних заходів на Львівщині відіграють ключову роль у налагодженні міжнародних зв'язків та формуванні позитивного іміджу регіону. Через участь у гастрономічних фестивалях туристи мають змогу ознайомитися з унікальними цінностями, традиціями та особливостями львівської кухні. Аналізуючи статистичні дані від Головного управління статистики Львівської області, можна зробити висновок про те, що туристи з різних країн світу активно відвідують Львівщину, щоб насолодитися її кулінарними враженнями.

У Львові спостерігається значний розвиток гастрономічного туризму, що підтверджується даними з різних джерел. Зокрема, у 2021 році центри туристичної інформації відвідали близько 30 тисяч туристів, з яких 58% склали іноземці. Серед основних країн-джерел туристів виділяються Україна (41%), Туреччина (15%) і Польща (14%), а також США, Німеччина, Саудівська Аравія, Італія, Велика Британія та Білорусь.

Туристичний збір за 2021 рік склав 11,3 млн грн, що є 12-кратним зростанням порівняно з 2011 роком. Надходження до міського бюджету від галузі туризму досягли 245 млн грн, що свідчить про збільшення на 46% в порівнянні з 2020 роком та на 23% в порівнянні з 2019 роком. [19]

Також відзначається збільшення тривалості перебування туристів у місті з 3,8 днів у 2019 році до 5 днів у 2021 році. Середня витрата одного туриста становила 94 євро на день. Індекс туристичної привабливості Львова оцінюється на рівні 4,8, а індекс задоволеності туристичними послугами - на рівні 4,4.

Основними мотивами відвідування міста для туристів стали дозвілля та відпочинок, а також привабливість міських і природних локацій, розвинута інфраструктура та можливості для шопінгу.

### **Висновок до розділу 3**

Львівська кухня є унікальною завдяки багатокультурному впливу та історичним традиціям. Дослідження гастрономічного туризму сприяє збереженню та популяризації кулінарної спадщини міста. Це дозволяє не лише підтримувати місцеві традиції, але й знайомити туристів з багатою культурною історією регіону. Дослідження гастрономічного туризму у Львові є надзвичайно актуальним через його економічну, культурну та соціальну важливість. Розвиток цієї сфери сприяє зростанню туристичних потоків, збереженню культурної спадщини, покращенню місцевої інфраструктури та загальному економічному зростанню міста. Враховуючи сучасні тенденції та виклики, такі дослідження допоможуть визначити стратегічні напрямки для подальшого розвитку гастрономічного туризму у Львові та підвищення його конкурентоспроможності на світовій

## ВИСНОВКИ

- Гастрономічний туризм є однією з найцікавіших і швидко зростаючих галузей туризму. Це вид подорожей, основною метою яких є знайомство з місцевою кухнею, традиціями приготування їжі та культурою харчування. Гастрономічний туризм включає відвідування ресторанів, ринків, виноробень, фермерських господарств та кулінарних фестивалів, де туристи можуть насолоджуватися місцевими стравами та напоями, а також дізнаватися про процеси їх виробництва.
- Гастрономічний туризм додає новий вимір бізнесу, значно розширюючи його. Головною метою сектору гастрономічного туризму є популяризація регіональних особливостей різних туристичних напрямків і залучення більшої кількості туристів до цих напрямків. Галузь приваблює 5382,3 мільйона туристів щороку, і очікується, що ця цифра різко зросте в наступні роки. Уряди багатьох країн намагаються заохочувати туризм у своїх країнах шляхом реклами та маркетингу своєї регіональної кухні.
- Очікується, що ринок гастрономічного туризму становитиме 999 033,40 мільйонів доларів США в 2023 році та 4 112 489,40 мільйонів доларів США до 2033 року. З 2023 по 2033 рік галузь гастрономічного туризму розвиватиметься на рівні 15,20% CAGR.
- Ресторани та гастрономічні фестивалі залишаються найпопулярнішими видами діяльності на ринку гастрономічного туризму. Фестивалі їжі є однією з найвідоміших категорій, де такі фестивалі їжі, як Pizzafest, що проводиться в Неаполі, Італія, та Октоберфест, що проводиться в Німеччині, приваблюють мільйони туристів до своїх пам'яток. Ця категорія суттєво сприяє розвитку міжнародного гастрономічного туризму.

- Поява цифровізації позитивно вплинула на галузь гастрономічного туризму. Наявність різних додатків для бронювання ресторанів, фестивалів їжі, кулінарних курсів тощо спростила для споживачів бронювання турів, а також надала їм широкий вибір варіантів. Це зробило канали онлайн-бронювання провідним каналом бронювання в секторі гастрономічного туризму.
- Дослідження гастрономічного туризму у Львові є надзвичайно актуальним через його економічну, культурну та соціальну важливість. Враховуючи сучасні тенденції та виклики, такі дослідження допоможуть визначити стратегічні напрямки для подальшого розвитку гастрономічного туризму у Львові та підвищення його конкурентоспроможності на світовій арені.
- Ринок гастрономічного туризму у Львові має значний потенціал завдяки багатій кулінарній спадщині міста, його культурній різноманітності та популярності серед туристів. Львів відомий своєю унікальною кухнею, яка поєднує польські, українські, єврейські та австрійські традиції. Популярні гастрономічні заклади: різноманітність кафе, ресторанів, кондитерських, які пропонують автентичні страви. Гастрономічні фестивалі: регулярні події, як-от "Свято шоколаду", "Фестиваль сиру і вина", приваблюють багато туристів. Кавова культура: Львів відомий своїми кав'ярнями та кавовими традиціями, що приваблює шанувальників кави з різних куточків світу.
- Ринок гастрономічного туризму у Львові має великі перспективи, якщо зосередитися на вирішенні існуючих проблем та ефективно використовувати можливості. Розробка чіткої стратегії розвитку, залучення інвесторів та активне просування унікальних кулінарних традицій Львова можуть значно підвищити привабливість міста для гастрономічних туристів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Басова В., Голод А. Проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму у Західному регіоні України. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туризму в регіонах України : матеріали III Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Львів, 19-20 жовтня 2018 р.). Львів, 2018. С. 62–64.
2. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. Наукові праці Національного університету харчових технологій. 2012. № 45. С. 128–132.
3. Вишневська Г. Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму / Г. Г. Вишневська // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. – 2013. – Вип. 31. – С. 112 – 118.
4. Гастрономічний туризм в Україні та світі: чим цікавий та як все влаштовано. Туристична компанія «Компас-Тур» - Сплави по Дністру, прокат туристичного спорядження, каяки, байдарки, кейтерінг. URL: <https://compass-tour.com.ua/?m0prm=2&show=948> (дата звернення: 23.05.2024).
5. Гастрономічний фронт України • Ukraïner. Ukraïner. URL: <https://www.ukraïner.net/gastro-front/> (дата звернення: 04.06.2024).
6. Гастрономічна карта України. [https://www.ukrinform.ua/rubric-other\\_news/2142308-gastronomicna-karta-ukraini-infografika.html](https://www.ukrinform.ua/rubric-other_news/2142308-gastronomicna-karta-ukraini-infografika.html)
7. Голод А.П. Структура факторів розвитку гастрономічного туризму // Інфраструктура ринку.– 2020.– С. 174–178.
8. Графська О., Головчук Ю., Никига О. РОЛЬ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ У РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ. Економіка та суспільство. 2022. № 39. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-9> (дата звернення: 12.05.2024).

9. Дороги вина і смаку//// [Електронний ресурс]. Режим доступу: - <https://zruchno.travel/Tours/Entry?lang=ua&extId=c487196a-d2a3-56ae-a558-5cfe35ce1310>
10. Емоційні ресторани. Холдинг емоцій «!FEST». URL: <https://www.fest.lviv.ua/uk/restaurants/>
11. Закон України "Про туризм" від 05.09.95 р. // Відомості Верховної Ради. - 1995. - №31. (зі змінами, внесеними законом №2608-VI (2608-1) від 19.10.2010.
12. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент. Суми : ВТД Університетська книга, 2010. 334 с.
13. Корнілова В.В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму // Електронне фахове видання «Ефективна економіка» - 2018.
14. Курбацька Л.М., Кадирус І.Г. Впровадження маркетингових інновацій в діяльність промислових підприємств. Економіка та держава. 2020. № 4. С. 187–190.
15. Львівщина як перспективний регіон України для розвитку туризму та рекреації. Все о туризме: туристическая библиотека. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/pavlish.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/pavlish.htm) (дата звернення: 12.05.2024).
16. Марценюк Л. В. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні. URL: <http://eadnurt.diit.edu.ua/bitstream/123456789/8893/1/Martsenyuk.pdf>.  
Гастрономічна екскурсія Традиції львівської кухні - Екскурсії по Львову. Що подивитися у Львові?. Екскурсії по Львову. Що подивитися у Львові? -. URL: <https://lviv-tourist.info/gastronomichna-ekskursiya/> (дата звернення: 13.06.2024).
17. Мотузенко О. О., Джанкола Д. В. "Концепції розвитку гастрономічного туризму в Україні на засадах сталого розвитку до 2026 року." Географія та туризм (2019): 17-20.

18. Особливості кавового туризму у Львові. Все о туризме: туристическая библиотека. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/bezverhnya.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/bezverhnya.htm) (дата звернення: 12.05.2024).
19. Показники розвитку туризму [https://dashboard.city-adm.lviv.ua/kilkist\\_zvernen\\_u\\_turystychnyj\\_informatsijnyj\\_tsentr](https://dashboard.city-adm.lviv.ua/kilkist_zvernen_u_turystychnyj_informatsijnyj_tsentr)
20. Саламатіна С.Є. Стан та перспективи розвитку розвитку гастрономічного туризму на півдні Одещини/ С.Є. Саламатіна.// Наукові праці, випуск 46, том 2, Одеська національна академія харчових технологій С.325.
21. Харченко Д.О.. Дослідження гастрономічного бренду туристичної дестинації// Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка, 2018 р. - С.15.
22. Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні.- К.: Вища школа, 2002. 195 с.
23. Шандор Ф.Ф. Сучасні різновиди туризму / Ф.Ф. Шандр. Київ: Знання, 2013.-334 с
24. Як змінився туристичний Львів в 2021 році у цифрах? <https://lviv.travel/ua/news/infohrafika-turystiv-2021>
25. Gastronomic Tourism and Tourist Motivation: Exploring Northern Areas of Pakistan. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9265459/>
26. Gastronomic tourism: modern trends and development prospects <http://www.konferenciaonline.org.ua/us/article/id-1085/>
27. Gastronomy and Wine Tourism. <https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism>
28. Global Report on Food Tourism. Madrid, Spain. - 2012. - p. 63. World Tourism Organization (UNWTO) Gastronomic Tourism <https://www.cordonbleu.edu/online/gastronomictourism/en>

29. Global Food Tourism Market Trends [2024-2032] | Top Key-Players in the Market are - Abercrombie & Kent, Classic Journeys  
<https://www.linkedin.com/pulse/global-food-tourism-market-trends-2024-2032-top-jucjc>
30. FMI Report: Exploring the Food Tourism Market Trends  
<https://asiafoodjournal.com/fmi-report-exploring-the-food-tourism-market-trends/>
31. What is Gastronomic Tourism? <https://ekuonline.eku.edu/blog/global-hospitality-blog/what-is-gastronomic-tourism/>

## ДОДАТКИ

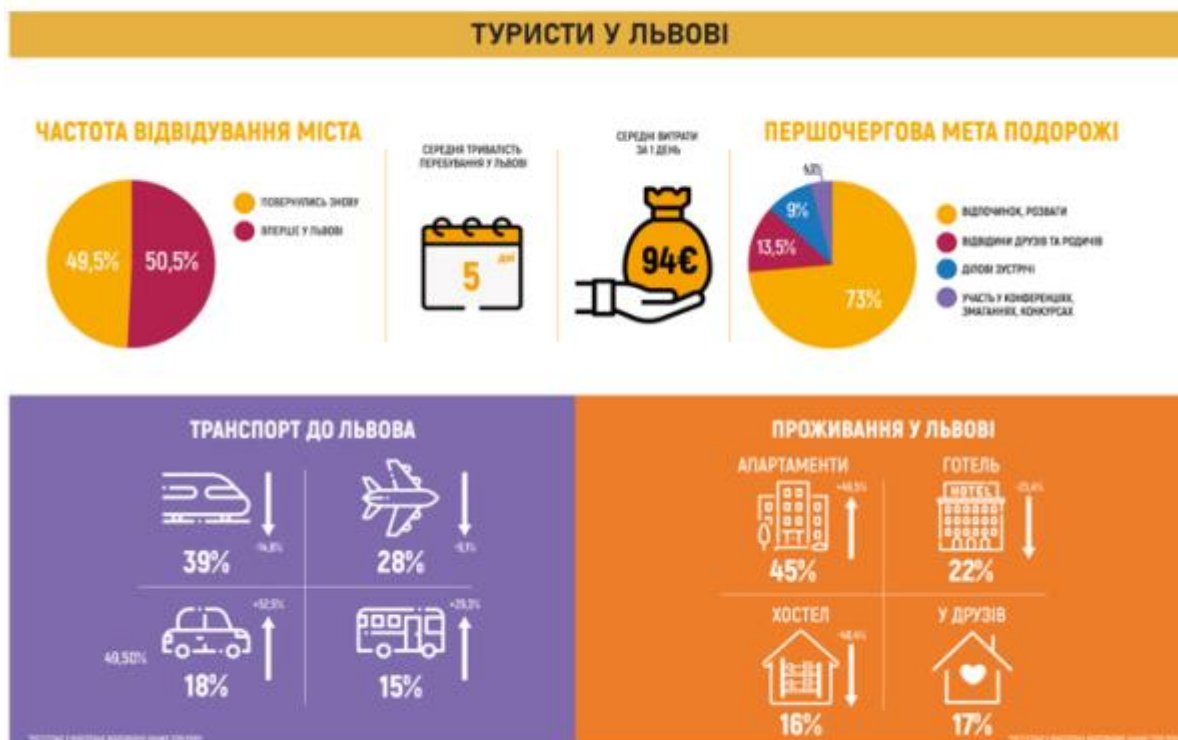
## Найвідоміші гастрономічні фестивалі України

Фестиваль кави (Львів)	Фестиваль сиру і вина (Львів)	Сорочинський Ярмарок (Полтава)	Фестиваль національної кухні (Луцьк)
Свято полуниці (Одеса)	Закарпатське божоле	Гуцульська бринза	Фестиваль вуличної їжі (Київ)
	Kyiv Food and Wine	Фестиваль дерунів (Житомир)	

## «Львів-туристичний» [19]



Туристичні статистичні показники [19]



**ВІДВІДУВАНІСТЬ ЦЕНТРІВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ**

**2021**

29 246

**2020**

16 126

**2019**

74 244

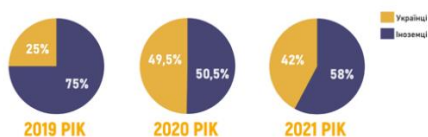
**ТОП 5 КРАЇН**

- ПОЛЬЩА
- ТУРЕЧЧИНА
- САУДІВСЬКА АРАВІЯ
- БІЛОРУСЬ
- НІМЕЧЧИНА

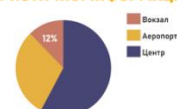
**ТОП 5 МІСТ**

- КИЇВ
- ОДЕСА
- ХАРКІВ
- ДНІПРО
- ІВАНО-ФРАНКІВСЬК

**СПІВВІДНОШЕННЯ КІЛЬКОСТІ УКРАЇНЦІВ ТА ІНОЗЕМЦІВ В ЦЕНТРАХ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ**



**ЗАВАНТАЖЕНІСТЬ ЦЕНТРІВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ**



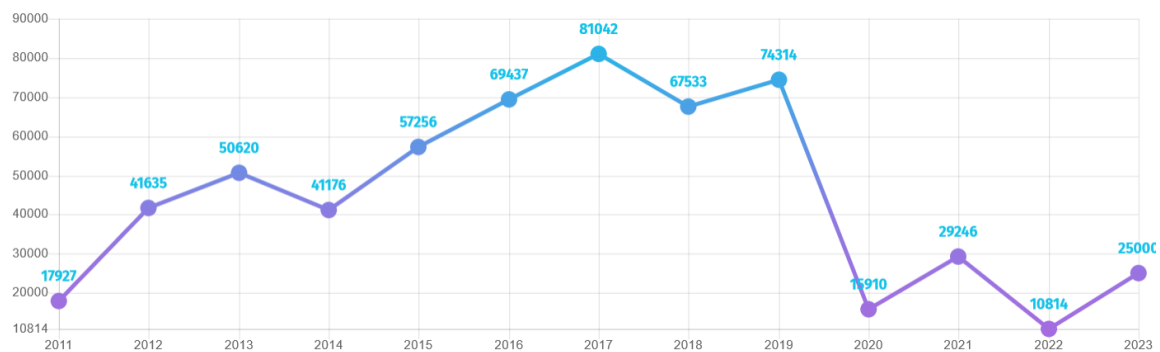
## Додаток Г

Топ країни, з яких найчастіше туристи приїжджали до Львова [19]



## Додаток Д

## Кількість звернень у Центр туристичної інформації[19]



## Додаток Е

Кількість туристів, яку в середньому приймає місто протягом року [19]

