

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

Факультет маркетингу
Кафедра регіоналістики і туризму

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Галузь знань 24 Сфера обслуговування
Спеціальність 242 «Туризм»
Спеціалізація Туризм

Форма навчання: Очна (денна)

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему:

«Розвиток гастрономічного туризму як чинник привабливості туристичного регіону»

здобувача Клімчук Анастасії Ігорівни

Науковий керівник: доцент кафедри регіоналістики і туризму, кандидат економічних наук Ілляшенко Інна Олегівна

**Робота допущена до захисту перед екзаменаційною комісією
з атестації здобувачів вищої освіти (ЕК)**

Завідувач кафедри: академік НАН України, професор, д.е.н.,
Данилишин Богдан Михайлович

Київ 2026

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

Факультет маркетингу

Кафедра регіоналістики і туризму

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Освітньо-професійна програма	«Туризм»
Галузь знань	24 Сфера обслуговування
Спеціальність	242 «Туризм»

ПОГОДЖЕНО

Керівник проектної
групи (гарант)
освітньо-
професійної
програми
Ілляшенко І.О.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Данилишин Б.М.

07 листопада 2025р.

07 листопада 2025р

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ
здобувачу вищої освіти Клімчук Анастасії Ігорівни

Оочної форми навчання

на підготовку кваліфікаційної бакалаврської роботи

**на тему «Розвиток гастрономічного туризму як чинник привабливості
туристичного регіону»**

Тему затверджено наказом ректора Університету від "05" листопада 2025 р. №1760-ст

Кваліфікаційна бакалаврська робота виконується за матеріалами західного регіону Львівської області.

План кваліфікаційної бакалаврської роботи

Розділ 1	ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ
Розділ 2	АНАЛІЗ СТАНУ ТА ПОТЕНЦІАЛУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ЛЬВІВСЬКОГО РЕГІОНУ
Розділ 3	НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ТА ПРОСУВАННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ЛЬВІВСЬКОГО РЕГІОНУ

Об'єкт дослідження: Дослідження	процес розвитку гастрономічного туризму в Львівському теоретичні, методичні та практичні засади та проблеми розвитку гастрономічного туризму як чинника привабливості туристичного регіону.
Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи:	обґрунтування ролі гастрономічного туризму як чинника підвищення привабливості туристичного регіону та розробка практичних рекомендацій щодо розвитку і просування гастрономічного туризму Львівського регіону

Конкретні завдання, які здобувач повинен виконати для досягнення поставленої мети:

У розділі 1	ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ
➤ Розкрити сутність, види та функції гастрономічного туризму в системі туризму.	
➤ Дослідити механізми впливу гастрономічного туризму на привабливість туристичного регіону.	
➤ Узагальнити методи та показники оцінювання потенціалу й результативності гастрономічного туризму.	
У розділі 2	АНАЛІЗ СТАНУ ТА ПОТЕНЦІАЛУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ЛЬВІВСЬКОГО РЕГІОНУ
➤ Проаналізувати туристичний і гастрономічний профіль Львівського регіону з позиції ресурсного забезпечення та інфраструктури.	
➤ Здійснити оцінку гастрономічної пропозиції регіону, включаючи заклади, маршрути, події та виробників локальних продуктів.	
➤ Визначити ефективність і ключові проблеми розвитку гастрономічного туризму у Львівському регіоні.	

У розділі 3

**НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ТА ПРОСУВАННЯ
ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ЛЬВІВСЬКОГО РЕГІОНУ**

- Розробити концепцію розвитку гастрономічного бренду Львівського регіону.
- Обґрунтувати інструменти впровадження та маркетингового просування гастрономічного туризму.
- Оцінити очікувану результативність запропонованих заходів.

**Завдання підготував
науковий керівник**

(підпис)

Ілляшенко Інна Олегівна

(ініціали, прізвище)

« 07 » листопада 2025 р.

**Завдання одержав
здобувач**

(підпис)

Клімчук Анастасія Ігорівна

(ініціали, прізвище)

« 07 » листопада 2025 р.

Реферат

Кваліфікаційна бакалаврська робота містить 56 сторінок, 10 таблиць, 14 рисунків, список літератури з 56 найменувань, 7 додатків.

«Розвиток гастрономічного туризму як чинник привабливості туристичного регіону».

Об'єкт дослідження – процес розвитку гастрономічного туризму в Львівському регіоні.

Предмет дослідження – теоретичні, методичні та практичні засади та проблеми розвитку гастрономічного туризму як чинника привабливості туристичного регіону.

Метою написання випускної кваліфікаційної роботи є обґрунтування ролі гастрономічного туризму як чинника підвищення привабливості туристичного регіону та розробка практичних рекомендацій щодо розвитку і просування гастрономічного туризму Львівського регіону. Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі завдання:

- розкрити сутність, види та функції гастрономічного туризму в системі туризму;
- дослідити механізми впливу гастрономічного туризму на привабливість туристичного регіону;
- узагальнити методи та показники оцінювання потенціалу й результативності гастрономічного туризму;
- проаналізувати туристичний і гастрономічний профіль Львівського регіону з позиції ресурсного забезпечення та інфраструктури;
- здійснити оцінку гастрономічної пропозиції регіону, включаючи заклади, маршрути, події та виробників локальних продуктів;
- визначити ефективність і ключові проблеми розвитку гастрономічного туризму у Львівському регіоні;
- розробити концепцію розвитку гастрономічного бренду Львівського регіону;
- обґрунтувати інструменти впровадження та маркетингового просування гастрономічного туризму;
- оцінити очікувану результативність запропонованих заходів.

Практична значущість отриманих результатів полягає у можливості використання розроблених рекомендацій для формування та просування гастрономічного туристичного продукту, удосконалення регіональної туристичної політики та підвищення конкурентоспроможності Львівського регіону на туристичному ринку.

Рік виконання бакалаврської кваліфікаційної роботи 2025-2026.

Рік захисту бакалаврської кваліфікаційної роботи 2026.

Ключові слова: гастрономічний туризм, розвиток, просування, Львівський регіон, гастрономічний бренд.

Відгук

про кваліфікаційну бакалаврську роботу здобувача факультету маркетингу освітньо-професійної програми «Туризм»

Клімчук Анастасії Ігорівни

Тема: «Розвиток гастрономічного туризму як чинник привабливості туристичного регіону (на прикладі західних регіонів України)»

Актуальність теми. Гастрономічний туризм є одним із найбільш динамічних сегментів світової туристичної індустрії, що поєднує культурну спадщину, локальну ідентичність та економічний розвиток територій. Львівський регіон, відомий своїми кулінарними традиціями, має значний потенціал для розвитку цього виду туризму, однак його використання залишається неповним. Дослідження Анастасії Ігорівни спрямоване на обґрунтування ролі гастрономічного туризму як чинника підвищення привабливості туристичного регіону та розробку практичних рекомендацій для Львівщини.

Характер виконання роботи. Роботу виконано в ініціативному порядку на основі аналізу офіційних статистичних даних, матеріалів туристичних платформ (Booking, TripAdvisor), офіційних сайтів Львівської області, а також результатів власних спостережень здобувачки.

Відповідність індивідуальному завданню. Здобувачка повністю виконала індивідуальне завдання. Робота має чітку структуру, що дозволило послідовно розкрити теоретико-методичні аспекти гастрономічного туризму, проаналізувати стан та потенціал Львівського регіону, обґрунтувати напрями його вдосконалення та просування.

Ступінь самостійності здобувача. Анастасія Ігорівна працювала над темою самостійно, проявляючи високу працездатність та наполегливість. Вона продемонструвала вміння систематизувати великий обсяг інформації про гастрономічні ресурси Львівської області, аналізувати діяльність фермерських господарств, ресторанних закладів та гастрономічних фестивалів. Особливо слід відзначити її здатність інтегрувати теоретичні знання з практичними аспектами розробки туристичного продукту.

Уміння працювати з джерелами та аналізувати матеріал. Здобувачка продемонструвала вміння ґрунтовно опрацьовувати значний масив наукової літератури (список налічує 56 найменувань), включаючи праці провідних вітчизняних дослідників гастрономічного туризму. Вона успішно застосувала комплекс методів дослідження: SWOTаналіз, порівняльний аналіз, статистичні методи (аналіз туристичних потоків та фінансових показників), економічні розрахунки. Особливої уваги заслуговує вміння здобувачки використовувати графічні та табличні методи для наочного представлення результатів аналізу.

Найважливіші результати. У ході дослідження Анастасія Ігорівна отримала низку вагомих результатів:

- узагальнено теоретичні засади гастрономічного туризму, його сутність, види та функції; – проаналізовано туристичний та гастрономічний профіль Львівського регіону (2450 закладів ресторанного господарства, 25 гастрономічних фестивалів на рік, 38% туристів зацікавлені в гастрономічному туризмі);
- здійснено оцінку гастрономічної пропозиції регіону, включаючи аналіз діяльності фермерських господарств, сироварень, медових ферм, гастрономічних маршрутів;
- визначено ключові проблеми розвитку (нерівномірний розвиток районів, недостатня транспортна доступність, фрагментарність ініціатив, вплив воєнного стану);
- розроблено концепцію гастрономічного бренду Львівського регіону та програму авторського гастрономічного туру «Смак традицій Львівщини»;
- обґрунтовано інструменти маркетингового просування та проведено економічні розрахунки ефективності запропонованих заходів.

Апробація результатів. Основні положення та результати дослідження були представлені на студентських наукових конференціях, що підтверджує їх належний науковий рівень та вміння здобувачки презентувати результати своєї роботи.

Оформлення роботи. Робота оформлена відповідно до встановлених вимог, містить 10 таблиць, 14 рисунків, 7 додатків, що забезпечує наочність представлення аналітичного та розрахункового матеріалу. Стиль викладу науковий, логічний, мова грамотна.

Недоліки та перспективи подальшого розвитку. Робота не має суттєвих недоліків. Як перспективу подальшого дослідження можна рекомендувати розширення географії дослідження на інші регіони України (Закарпаття, Буковину) для порівняльного аналізу гастрономічного потенціалу, а також поглиблене вивчення міжнародного досвіду просування гастрономічних брендів територій та можливостей його адаптації в українських реаліях. Крім того, перспективним є дослідження впливу воєнного стану на розвиток гастрономічного туризму та пошук ефективних антикризових маркетингових стратегій.

Загальна оцінка та рекомендація. Кваліфікаційна бакалаврська робота Анастасії Ігорівни Клімчук є самостійним, завершеним науковим дослідженням, що має теоретичне та практичне значення. Вона повністю відповідає вимогам, що ставляться до робіт першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Рекомендую роботу до захисту та присвоєння здобувачці кваліфікації «бакалавр» за спеціальністю 242 «Туризм». Робота пройшла автоматичну перевірку на плагіат. Дипломна робота на даному етапі оцінена в 62 балів.

Науковий керівник к.е.н., доцент Ілляшенко І.О.

06.05.2026



ЗМІСТ

ВСТУП.....	2
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ	6
1.1. Сутність, види та функції гастрономічного туризму в системі туризму	6
1.2. Гастрономічний туризм як чинник привабливості туристичного регіону: механізми впливу та ефекти	6
1.3. Методи та показники оцінювання потенціалу й результативності гастрономічного туризму регіону	10
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ТА ПОТЕНЦІАЛУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ЛЬВІВСЬКОГО РЕГІОНУ	19
2.1. Туристичний та гастрономічний профіль Львівського регіону: ресурси, локальна кухня, інфраструктура	19
2.2. Аналіз гастрономічної пропозиції регіону: заклади, маршрути, події, виробники локальних продуктів	25
2.3. Оцінка ефективності та проблем розвитку гастрономічного туризму у Львівському регіоні	31
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ТА ПРОСУВАННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ЛЬВІВСЬКОГО РЕГІОНУ	39
3.1. Концепція розвитку гастрономічного бренду Львівського регіону	39
3.2. Інструменти впровадження та маркетингового просування	47
3.3. Оцінка очікуваної результативності запропонованих заходів	52
ВИСНОВКИ.....	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	59
ДОДАТКИ.....	66

ВСТУП

Актуальність дослідження. У сучасних умовах трансформації туристичного ринку гастрономічний туризм набуває значення одного з найбільш перспективних напрямів розвитку територій, оскільки поєднує культурні, економічні та соціальні аспекти туристичної діяльності. Зростання інтересу до автентичних вражень, локальної кухні та традицій зумовлює підвищення ролі гастрономічної складової у формуванні конкурентних переваг туристичних регіонів. Для України, зокрема її західних областей, гастрономічний туризм виступає інструментом активізації внутрішнього туризму, підтримки малого і середнього бізнесу та популяризації культурної спадщини. Львівський регіон у цьому контексті вирізняється поєднанням історико-культурних ресурсів, сформованої гастрономічної культури та розвиненої туристичної інфраструктури, що створює передумови для системного розвитку гастрономічного туризму. Разом із тим наявні диспропорції у територіальному розвитку, недостатня координація між суб'єктами ринку та потреба у цілісному брендингу регіону зумовлюють необхідність наукового обґрунтування напрямів удосконалення цього сегмента.

Теоретичні засади гастрономічного туризму, його сутність і фактори розвитку висвітлено у працях Антонюк К. Г. [2], Фесенко Г. О. [48], Ставської Ю. В. [46], тоді як його вплив на привабливість регіонів і соціально-економічний розвиток обґрунтовано у дослідженнях Коркуни О. І., Никиги О. В., Підвальної О. Г. [19], Семенюк Л. Л. та ін. [42], Рубіша М. А. та ін. [41]. Методичні підходи до оцінювання потенціалу гастрономічного туризму розкрито у працях Нестерчук І. К. [29], Дидіва І. [14], а питання гастрономічного брендингу та конкурентоспроможності регіонів – у дослідженнях Когута М. В. [18], Лепкого М., Левчука О. [22], Машіки Г., Грабара М. [25]. Регіональні аспекти розвитку гастрономічного туризму, зокрема на прикладі Львівщини, досліджено Паскою М. З. [36; 37], Паскою М. та ін. [38; 39], що доповнюється практичними матеріалами щодо гастрономічних маршрутів і локальних ініціатив [8; 27; 43].

Метою написання випускної кваліфікаційної роботи є обґрунтування ролі гастрономічного туризму як чинника підвищення привабливості туристичного регіону та розробка практичних рекомендацій щодо розвитку і просування гастрономічного туризму Львівського регіону. Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі завдання:

- розкрити сутність, види та функції гастрономічного туризму в системі туризму;
- дослідити механізми впливу гастрономічного туризму на привабливість туристичного регіону;
- узагальнити методи та показники оцінювання потенціалу й результативності гастрономічного туризму;
- проаналізувати туристичний і гастрономічний профіль Львівського регіону з позиції ресурсного забезпечення та інфраструктури;
- здійснити оцінку гастрономічної пропозиції регіону, включаючи заклади, маршрути, події та виробників локальних продуктів;
- визначити ефективність і ключові проблеми розвитку гастрономічного туризму у Львівському регіоні;
- розробити концепцію розвитку гастрономічного бренду Львівського регіону;
- обґрунтувати інструменти впровадження та маркетингового просування гастрономічного туризму;
- оцінити очікувану результативність запропонованих заходів.

Об’єкт дослідження – процес розвитку гастрономічного туризму в Львівському регіоні.

Предмет дослідження – теоретичні, методичні та практичні засади та проблеми розвитку гастрономічного туризму як чинника привабливості туристичного регіону.

Методи дослідження: У роботі використано загальнонаукові та спеціальні методи, зокрема: аналіз і синтез – для узагальнення теоретичних підходів;

системний підхід – для дослідження гастрономічного туризму як складової туристичної системи; порівняльний аналіз – для оцінки розвитку регіону; статистичні методи – для аналізу туристичних потоків і фінансових показників; методи стратегічного аналізу (SWOT-аналіз) – для виявлення чинників впливу; економічні розрахунки – для обґрунтування ефективності запропонованих заходів.

Практична значущість отриманих результатів полягає у можливості використання розроблених рекомендацій для формування та просування гастрономічного туристичного продукту, удосконалення регіональної туристичної політики та підвищення конкурентоспроможності Львівського регіону на туристичному ринку.

Інформаційною основою дослідження є підручники, наукові публікації, матеріали наукових конференцій, Інтернет-статті, сайти суб'єктів туризму Львівської області, статистичні дані щодо туристичного потенціалу Львівської області.

Структура роботи. Кваліфікаційна бакалаврська робота містить 56 сторінок, 10 таблиць, 14 рисунків, список літератури з 56 найменувань, 7 додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність, види та функції гастрономічного туризму в системі туризму

Гастрономічний туризм розглядається як один із найбільш динамічних напрямів спеціалізованої туристичної діяльності, зорієнтованої на дослідження та усвідомлення кулінарних традицій різних народів. У його межах інтегруються індивідуальні смакові орієнтації, професійні знання у сфері кулінарії та культурні практики, що в сукупності формує цілісне середовище пізнавального досвіду.

Гастрономічний туризм посідає вагоме місце серед напрямів сучасної туристичної діяльності, адже інтегрує як матеріальні, так і нематеріальні елементи культурної спадщини. Його зміст пов'язаний із подорожами, зумовленими зацікавленням місцевою кухнею, автентичними продуктами, способами приготування, гастрономічними традиціями, кулінарними звичаями та обрядовістю [40].

Гастрономічний туризм відкриває для мандрівників можливість пізнання країн і їхньої культури через національні кулінарні традиції. Подорожі, зорієнтовані на отримання харчових вражень, набувають дедалі більшого поширення, оскільки не зводяться лише до відвідування закладів громадського харчування. Вони включають участь у подіях і активностях, у межах яких опановують специфіку приготування страв та знайомляться з автентичними інгредієнтами, властивими окремим регіонам і країнам [46, с.150].

Розглянемо визначення гастрономічного туризму у вітчизняних наукових публікаціях (табл.1.1).

Таблиця 1.1

Визначення гастрономічного туризму у вітчизняних наукових публікаціях

Автор	Визначення
1	2
Антонюк К. Г.	«різновид туристичної діяльності, у межах якої ознайомлення з місцевим колоритом насамперед відбувається через дегустацію страв традиційної кухні. Надалі отримані смакові враження сприймаються разом із культурними надбаннями, звичаями, історичним минулим і матеріальними об'єктами спадщини, що у сукупності формують неповторну самобутність конкретної території» [2, с.125]
Когут М. В.	«специфічна форма туризму, що зосереджується на вивченні, дегустації та пізнанні традиційних страв і напоїв певного регіону» [18]
Семенюк Л. Л., Рудич А. І., Бірюкова О. В.	«подорожі, спрямовані на отримання унікального досвіду насолоди їжею та напоями, які є характерними для певного регіону чи культури» [41]
Ставська Ю.В.	«подорожі, метою яких є ознайомлення з національною кухнею певної країни, вивчення технологій приготування страв, а також здобуття нових знань і розвиток професійних навичок у сфері кулінарії» [46, с.152]
Горбань Г.П., Мітал О.Г.	«різновид подорожей, під час яких мандрівники цілеспрямовано відвідують певні місцевості для дегустації локальних страв і вин, а також долучаються до різних гастрономічних заходів, організованих у конкретних регіонах» [12, с.39].
Коркуна О. І., Никига О. В., Підвальна О. Г.	«один з різновидів культурного туризму, адже гастрономія є визнаним елементом культури» [18, с.41]
Машіка Г., Грабар М.	«багатовимірний сегмент туристичної діяльності, який поєднує рекреаційну, культурну, економічну, комунікаційну та іміджеву складові» [25]
Красовський С.О.	«гастрономічний туризм доволі молодий напрям, який активно розвивається, але вже сьогодні туристи віддають перевагу пізнанню традицій і звичаїв іншої країни шляхом дегустації національних страв і напоїв» [21, с.169]

Аналіз наведених підходів показує, що у вітчизняних дослідженнях гастрономічний туризм розглядається не лише як форма подорожей, пов'язана з харчуванням, а як спосіб пізнання території через її кулінарну ідентичність. Частина авторів (Антонюк К. Г., Когут М. В., Семенюк Л. Л., Рудич А. І., Бірюкова О. В.) акцентує увагу на дегустаційному та пізнавальному аспекті, тобто сприйнятті локальної кухні як ключового елементу туристичного досвіду. Інші дослідники (Ставська Ю. В., Горбань Г. П., Мітал О. Г.) розширюють зміст, включаючи в нього участь у гастрономічних заходах, вивчення технологій приготування та набуття

практичних навичок. Окрема група науковців (Коркуна О. І., Никига О. В., Підвальна О. Г.) розглядає гастрономічний туризм як складову культурного туризму, підкреслюючи його зв'язок із традиціями та спадщиною. Найбільш комплексний підхід представлено у працях Машіки Г. та Грабара М., де гастрономічний туризм трактується як багатовимірне явище, що поєднує економічні, соціокультурні, комунікаційні та іміджеві аспекти.

Узагальнюючи наведені підходи, гастрономічний туризм доцільно визначати як вид туристичної діяльності, що передбачає подорожі з метою пізнання території через її кулінарну спадщину, включаючи споживання локальних продуктів, участь у гастрономічних подіях, ознайомлення з традиціями та технологіями приготування страв, а також формування комплексного культурного та емоційного досвіду, який одночасно сприяє розвитку місцевої економіки та популяризації регіону.

Далі розглянемо функції гастрономічного туризму (рис.1.1).

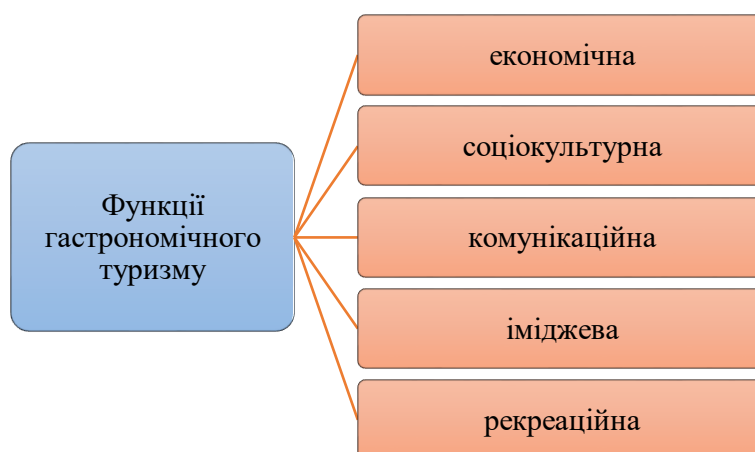


Рис. 1.1 – Функції гастрономічного туризму

Джерело: [34]

Ключовою є економічна функція, що проявляється у формуванні доходів територій, розвитку підприємництва у сфері харчування, сільського господарства та гостинності, а також створенні робочих місць. Гастрономічний туризм активізує попит на локальні продукти і послуги, що забезпечує мультиплікативний ефект для регіональної економіки [25].

Соціокультурна функція полягає у збереженні та відтворенні кулінарних традицій, звичаїв і гастрономічної спадщини. Через ознайомлення з національною кухнею формується уявлення про історію, спосіб життя та цінності суспільства, що сприяє підтриманню культурної ідентичності.

Важливе значення має комунікаційна функція, яка реалізується через взаємодію туристів і місцевого населення. Гастрономічний досвід виступає засобом міжкультурного обміну, сприяє налагодженню контактів між представниками різних країн і розширює світогляд людини.

Рекреаційна функція пов'язана з відновленням психофізичного стану людини. Нові смакові враження, участь у гастрономічних подіях та зміна середовища сприяють відпочинку, зниженню напруження та отриманню позитивних емоцій [25].

Окремо виокремлюється іміджева функція, яка полягає у формуванні привабливого образу території. Унікальні гастрономічні особливості підвищують впізнаваність регіону та сприяють його просуванню на туристичному ринку.

Доцільно також виділити екологічну функцію, що проявляється у популяризації локальних продуктів, підтримці сталих способів виробництва та раціонального використання природних ресурсів. Поряд із цим гастрономічний туризм виконує виховну функцію, оскільки формує відповідальне ставлення до природно-культурного надбання, культури споживання та повагу до традицій [21, с.170].

Класифікацію видів туризму за різними підходами наведено в дод. А. Наведена класифікація відображає різноманітність форм гастрономічного туризму залежно від умов його реалізації, спеціалізації та цільового спрямування. Виділені підвиди охоплюють як традиційні формати (сільський, міський), так і вузькоспеціалізовані напрями, що формують диференційований туристичний продукт.

Ключовими формами організації гастрономічного туризму є гастрономічні тури, тематичні екскурсійні програми, фестивалі кулінарного спрямування,

профільні події, а також інші різновиди подорожей, у структурі яких гастрономічний компонент виступає як додатковий або інтегрований елемент. У цьому сегменті сформувалося різноманіття напрямів, зорієнтованих на відмінні смаки та інтереси мандрівників. Підходи до класифікації гастрономічних турів ґрунтуються на кількох суттєвих критеріях, серед яких виокремлюють просторові умови проведення, мету поїздки або зацікавленість у споживанні конкретного продукту чи напою. Урахування зазначених чинників під час розроблення гастрономічного туру забезпечує точніше узгодження його змісту з очікуваннями визначеної цільової аудиторії [48].

Отже, гастрономічний туризм у системі сучасного туризму виступає як самостійний напрям, що базується на пізнанні території через її кулінарну спадщину та локальні продукти. Різноманітність його видів забезпечує формування диференційованого туристичного продукту, орієнтованого на різні потреби споживачів. Реалізація економічної, соціокультурної, комунікаційної, рекреаційної та іміджевої функцій зумовлює його значення як інструменту розвитку територій і підвищення їх туристичної привабливості.

1.2. Гастрономічний туризм як чинник привабливості туристичного регіону: механізми впливу та ефекти

Міжнародний досвід засвідчує, що гастрономічний туризм здатний виступати фактором активізації туристичної діяльності та покращення рівня життя населення в регіонах із різним рівнем ресурсного забезпечення – як у сформованих туристичних центрах, так і на периферійних територіях із обмеженими можливостями розвитку. Його ключові переваги пов'язані з безпосередньою орієнтацією на задоволення базових потреб людини, а також зі здатністю

розвиватися без обов'язкової прив'язки до наявності унікальних природних чи історико-культурних об'єктів [10, с.194].

Розглянемо об'єкти гастрономічного туризму на рис.1.2.



Рис. 1.2 – Об'єкти гастрономічного туризму

Джерело: [3]

Цільова аудиторія гастрономічних турів формується з кількох основних груп мандрівників. До першої належать поціновувачі гастрономії, для яких споживання якісної їжі набуває значення джерела вражень і нових відчуттів. Друга група об'єднує осіб, що прагнуть глибшого ознайомлення з культурою та традиціями країни через її національну кухню. Окремо виокремлюються учасники, які розглядають гастрономічні подорожі як інструмент професійного зростання, серед яких кухарі, власники закладів харчування, дегустатори та блогери. Також до цього сегмента входять представники туристичного бізнесу, які досліджують гастрономічний напрям і займаються розробленням власних турів відповідної тематики [3, с.218].

У межах гастрономічних турів мандрівник отримує широкий спектр можливостей, зокрема відвідування закладів ресторанного господарства та інших локацій, де презентовано страви національної кухні. Програма подорожі може передбачати участь у гастрономічних фестивалях і тематичних заходах, а також візити до підприємств, що спеціалізуються на виробництві харчових продуктів і напоїв. Важливим складником виступає ознайомлення з історією формування страв, їх рецептурними особливостями та традиціями споживання. Окрему цінність становить залучення до процесу приготування страв і напоїв, притаманних відповідній культурі, що сприяє глибшому зануренню у гастрономічне середовище [6].

До гастрономічної культури як об'єкта гастрономічного туризму належать кулінарні традиції, особливості споживання їжі, а також звичаї й обрядові практики, пов'язані з харчуванням. Вагому роль відіграють давні рецептури, що передаються між поколіннями та часто виступають унікальним чинником привабливості окремих закладів або туристичних destinations.

Таким чином, гастрономічний туризм доцільно розглядати як інструмент пізнання культурної спадщини країн і регіонів, адже національні страви відтворюють особливості способу життя, світоглядні орієнтири та традиції різних етносів. З урахуванням власної специфіки він набуває вагомego значення для розвитку окремих туристичних територій [19, с.42].

Гастрономічний туризм сприяє зростанню туристичної привабливості територій, оскільки автентичні страви та унікальні кулінарні враження виступають вагомим мотивом для здійснення подорожей. Такий напрям забезпечує збереження й трансляцію кулінарних традицій, що підтримує культурну ідентичність окремих регіонів. Відродження локальних рецептів, їх популяризація, а також організація фестивалів і тематичних подій сприяють збереженню традицій і посиленню соціальних зв'язків у межах громади. У площині туристичної діяльності репрезентація національної кухні та кулінарних здобутків підсилює значення гастрономічного туризму як інструменту культурного брендингу. Гастрономічні

подорожі виступають додатковим каналом пізнання культурної спадщини регіонів, адже національні страви відтворюють спосіб життя, світогляд і традиції народів. У системі національного брендингу кухня набуває ролі одного з ключових чинників залучення іноземних туристів [22, с.63].

Гастрономічний туризм, що включає відвідування підприємств харчової сфери, ознайомлення з процесами приготування, дегустацію традиційних страв і напоїв, а також поглиблене вивчення кулінарних практик різних народів, помітно посилив свою роль за останні десятиліття. У сучасних умовах він перетворився на важливий інструмент збереження регіональної кулінарної спадщини та підтримки різноманіття національних кухонь як на внутрішньому, так і на міжнародному рівнях. Такий формат туристичної діяльності стимулює розвиток локальних гастрономічних традицій і сприяє їх ширшому визнанню у світовому культурному просторі [4].

У сучасних умовах гастрономічний туризм перетворюється на один із трендових напрямів і привертає дедалі більшу увагу з боку мандрівників. Сформувалася значна аудиторія, зацікавлена у подорожах з метою вивчення кулінарних традицій та звичаїв різних народів. Попри тривалу історію існування, його виокремлення як самостійного напрямку та предмета наукового дослідження відбулося лише наприкінці ХХ століття. У результаті на туристичному ринку спостерігається постійне розширення спектра гастрономічних послуг і поява нових форматів таких подорожей [21, с.173].

Доцільно наголосити, що гастрономічний туризм формує сегмент, у якому вирішальну роль відіграють інноваційні рішення: створення нових гастрономічних продуктів, розроблення авторських маршрутів, застосування цифрових сервісів і сучасних маркетингових інструментів забезпечують здатність підприємств реагувати на умови невизначеності та підвищувати якість туристичної пропозиції. За таких умов гастрономічний туризм набуває значення не лише як засіб культурного пізнання, а і як чинник зміцнення конкурентних позицій туристичних дестинацій [13].

Поряд із культурною складовою простежується вагомий економічний ефект для регіонів. Дослідження внутрішніх туристичних потоків свідчать про здатність гастрономічних заходів і маршрутів генерувати суттєві доходи для місцевих підприємств за рахунок зростання середніх витрат туристів, передусім у сфері громадського харчування, фермерських господарствах та малому бізнесі. Розвиток такого сегмента стимулює створення робочих місць у сфері обслуговування й логістики, підтримуючи локальні ринки праці. Аналітичні напрацювання підтверджують, що гастрономічна складова посилює економічну активність туристичних територій через збільшення доходів підприємств різних масштабів. Загалом витрати на гастрономічні подорожі займають значну частку у структурі туристичних видатків, охоплюючи не лише харчування, а й участь у фестивалях, ярмарках і майстер-класах, що формує додатковий оборот для суб'єктів господарювання [13].

Отже, гастрономічний туризм виступає вагомим чинником підвищення туристичної привабливості регіонів завдяки здатності формувати унікальний туристичний продукт на основі локальної кухні та культурних традицій. Його вплив реалізується через поєднання пізнавальних, культурних та економічних механізмів, зокрема через створення гастрономічних вражень, розвиток подій і маршрутів, підтримку локальних виробників і посилення бренду території. У результаті гастрономічний туризм забезпечує зростання туристичних потоків, активізацію підприємницької діяльності, збереження кулінарної спадщини та зміцнення конкурентних позицій регіону на туристичному ринку.

1.3. Методи та показники оцінювання потенціалу й результативності гастрономічного туризму регіону

Оцінка потенціалу гастрономічного туризму виступає визначальним етапом стратегічного планування розвитку територій, оскільки забезпечує цілісне уявлення про наявні можливості регіону та слугує основою для обґрунтованих управлінських рішень.

У наукових дослідженнях і практиці управління розвитком територій виділяють три основні підходи до оцінювання гастрономічного потенціалу: ресурсний, інфраструктурний і маркетинговий. Кожен із них спирається на власну логіку аналізу та передбачає використання окремих методів, показників і аналітичних орієнтирів. Ресурсний підхід орієнтований на всебічне вивчення гастрономічної бази регіону, яка охоплює традиційні страви, локальні продукти, діяльність фермерських господарств, виробників напоїв (зокрема виноробів, медоварів, крафтових пивоварів), гастрономічні заходи, а також історико-культурні передумови розвитку [41].

Інфраструктурний підхід спрямований на аналіз транспортної доступності, розвитку готельно-ресторанного господарства, якості дорожнього покриття, рівня доступу до сільських територій, а також наявності дегустаційних просторів, гастрономічних кластерів, освітніх центрів, сформованих маршрутів і супровідних сервісів. У межах такого підходу враховують інформаційне забезпечення, зокрема туристичні вебресурси, навігаційні системи та мобільні застосунки, оцінюють рівень обслуговування, кількість закладів, що використовують локальну продукцію, а також можливості проведення майстер-класів і тематичних турів. Окрему увагу приділяють логістичній складовій, оскільки стан транспортної мережі та доступність територій безпосередньо впливають на ефективність функціонування гастрономічних маршрутів.

Маркетинговий підхід передбачає дослідження способів представлення гастрономічного потенціалу регіону [21, с. 173]. У його межах увага приділяється формуванню бренду, визначенню позицій на ринку, активності у соціальних мережах, розробленню візуальної ідентифікації гастрономічного продукту, взаємодії з медіа та просуванню тематичних подій, а також участі у туристичних

виставках на національному й міжнародному рівнях. Аналіз також охоплює цифрову присутність, інтенсивність використання онлайн-платформ, туристичних блогів, сервісів рекомендацій і картографічних ресурсів.

Проаналізувавши різні підходи до оцінювання потенціалу й результативності гастрономічного туризму регіону було сформовано алгоритм проведення оцінювання потенціалу й результативності гастрономічного туризму регіону (рис.1.3).

Поданий алгоритм визначає логіку подальшого дослідження та слугує методичною основою для аналізу гастрономічного туризму на прикладі конкретного регіону.



Рис.1.3. Алгоритм проведення оцінювання потенціалу й результативності гастрономічного туризму регіону

Джерело: сформовано автором на основі [2;14;29]

Насамперед реалізація будь-якої туристичної діяльності потребує виявлення та систематизації потенціалу, оскільки саме він формує передумови для розвитку відповідного виду туризму. У контексті даного дослідження йдеться про потенціал

гастрономічного туризму, який підлягає класифікації, оцінюванню та подальшій реалізації у вигляді туристичного продукту.

Формування такого потенціалу відбувається під впливом комплексу внутрішніх і зовнішніх чинників. До внутрішніх належать туристична інфраструктура (засоби розміщення, заклади харчування, туристичні організації, об'єкти дозвілля), туристичні ресурси (природні та історико-культурні), а також система управління туристичною територією, що включає органи координації, маркетинг та рівень взаємодії суб'єктів туристичної індустрії. Зовнішні чинники охоплюють нормативно-правове середовище, економічні та геополітичні умови, рівень туристичного попиту й екологічний стан території [29].

З урахуванням визначених чинників оцінювання гастрономічного потенціалу здійснюється із застосуванням відповідних аналітичних інструментів, які дозволяють комплексно охарактеризувати можливості регіону та обґрунтувати напрями його розвитку (дод. Б). До таких інструментів належать як універсальні методи стратегічного аналізу, так і прикладні підходи, орієнтовані на вивчення поведінки споживачів і просторових характеристик території.

SWOT-аналіз використовується для систематизації внутрішніх і зовнішніх чинників розвитку, що дозволяє виявити сильні та слабкі сторони, а також можливості й загрози, пов'язані з формуванням гастрономічного продукту; його перевагою виступає логічна побудова та доступність для інтерпретації результатів, що робить його доцільним підґрунтям для розроблення стратегій розвитку. PEST-аналіз орієнтований на дослідження політичних, економічних, соціальних і технологічних умов, у межах яких розвивається гастрономічний туризм; він дає змогу своєчасно виявляти макроризики та ключові тренди, що використовується при обґрунтуванні маркетингових і інвестиційних рішень [29].

Соціологічні опитування забезпечують отримання фактичних даних щодо поведінки, потреб і очікувань туристів та інших заінтересованих сторін, що дозволяє глибше зрозуміти споживчі переваги й адаптувати туристичні продукти відповідно до запитів ринку. Картографічні моделі спрямовані на відображення

просторового розміщення гастрономічних ресурсів, що полегшує їх візуалізацію та підтримує процес стратегічного планування, зокрема при визначенні гастрономічних кластерів і перспективних зон розвитку. Аналіз туристичної поведінки зосереджується на вивченні звичок і мотивацій мандрівників, що сприяє підвищенню якості туристичного продукту та забезпечує більш точну сегментацію цільових аудиторій.

Отже, оцінювання потенціалу й результативності гастрономічного туризму ґрунтується на поєднанні ресурсного, інфраструктурного та маркетингового підходів, що дозволяє розглядати регіон через наявні гастрономічні ресурси, умови їх використання та рівень сформованості туристичного продукту. Використання SWOT- і PEST-аналізу, соціологічних опитувань, картографічних моделей та аналізу туристичної поведінки забезпечує виявлення сильних і проблемних аспектів розвитку, оцінку попиту та визначення просторових особливостей гастрономічної пропозиції. Система показників, що включає ресурсну базу, інфраструктурне забезпечення, туристичні потоки й економічні результати, дає змогу оцінити рівень реалізації гастрономічного потенціалу регіону у туристичній діяльності.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СТАНУ ТА ПОТЕНЦІАЛУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ЛЬВІВСЬКОГО РЕГІОНУ

2.1. Туристичний та гастрономічний профіль Львівського регіону: ресурси, локальна кухня, інфраструктура

Львівська область, порівняно з іншими карпатськими регіонами, зокрема Закарпаттям і Івано-Франківщиною, на ринку пропозицій гастрономічного туризму представлена недостатньо. Місто Львів виступає центром галицької кулінарії з широким вибором гастрономічних продуктів і туристичних послуг, тоді як у сільських районах і невеликих містах області розвиток цього напрямку залишається обмеженим. Проте останніми роками у регіоні з'явилися нові форми гастрономічного туризму, одночасно відроджуються традиційні види.

Львівська область входить до числа провідних туристичних напрямків України, займаючи друге місце за обсягом туристичних потоків і третє за кількістю підприємств, що здійснюють туристичну діяльність. Наявність у регіоні природних, історико-культурних, рекреаційних та інших ресурсів стимулює розвиток туристичного сектору.

Львівська область знаходиться на заході України, у межах історичного регіону Галичина. На заході та півночі вона межує з Польщею, частково також з Словаччиною; на півночі дотикається до Рівненської та Волинської областей, на сході – до Тернопільської, а на півдні – до Івано-Франківської. Регіон відзначається різноманітністю природних ландшафтів, що включають Карпати, ліси та численні озера.

Адміністративним центром Львівської області є місто Львів, відоме багатою історичною архітектурою, культурними надбаннями та численними туристичними

об'єктами. Львів також виконує роль важливого культурного та освітнього центру України, у ньому розташовані університети, музеї та художні галереї. Туристичний потенціал Львова належить до найпотужніших в Україні завдяки його культурно-історичному значенню, багатій архітектурній спадщині, розвиненій туристичній інфраструктурі та зростаючій популярності серед внутрішніх і міжнародних відвідувачів. Крім Львова, у регіоні є інші значущі туристичні міста, такі як Моршин, Трускавець, Славське та Східниця, які відомі курортами, гірськолижними комплексами та спа-центрами [35].

Природно-рекреаційні ресурси Львівської області складають 5,377 % від загальної кількості природно-ресурсного потенціалу України. У Карпатському регіоні область займає друге місце за сумою рекреаційних ресурсів після Закарпаття, яке має показник 7,036 %. В складі рекреаційних ресурсів приблизно 70 % припадає на туристичні можливості для відпочинку, а 30 % – на оздоровчі ресурси. Загалом природнорекреаційні об'єкти формують 14,3 % природно-ресурсного потенціалу Львівщини, що помітно перевищує середнє значення по Україні – 9,5 %. Територія області багата на природоохоронні та рекреаційні об'єкти. Тут розташований один природний заповідник – «Розточчя» площею 2 084,5 га. Національні природні парки представлені «Яворівським» (7078,6 га) і «Сколівськими Бескидами» (35684 га), а регіональні ландшафтні парки – «Верхньодністровські Бескиди» (8536 га), «Надсянський» (19 428 га) і «Знесіння» (312,1 га). Крім того, на Львівщині нараховується 37 заказників, 176 пам'яток природи, 48 заповідних урочищ, 261 парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва, три ботанічні сади та один зоологічний парк. Завдяки такому різноманіттю природних об'єктів область поєднує можливості для активного туризму, відпочинку на природі та оздоровлення [18].

Велике значення для задоволення пізнавальних і естетичних інтересів туристів та екскурсантів мають історико-культурні об'єкти. Серед них можна виділити археологічні та історичні пам'ятки, споруди з архітектурною цінністю, етнографічні особливості регіону, а також центри прикладного мистецтва і ремесел.

Крім цього, туристам пропонуються відвідування промислових і сільськогосподарських підприємств, наукових і освітніх закладів, музеїв, виставок та театрів. Значне місце займають фольклорні фестивалі і культурні дійства, які дозволяють глибше пізнати традиції і звичаї території.

На Львівщині нараховується 3934 об'єкти історико-культурної спадщини. Більшість із них, понад дві тисячі, зосереджені у Львові, а також у таких містах, як Жовква, Белз, Бібрець, Золочів, Жидачів, Самбір і Дрогобич. Додатково 55 населених пунктів області включені до офіційного Списку історичних населених місць України, затвердженого Постановою Кабінету Міністрів від 26 липня 2001 року (№ 878).

У регіоні працює 8 навчальних закладів, які готують фахівців для туристичної сфери, а також 3 консульства і 14 громадських туристичних організацій. Туристичні послуги надають 354 підприємства, а обслуговування екскурсійних маршрутів забезпечують близько 750 кваліфікованих гідів і перекладачів [35].

Екологічні умови та клімат регіону сприяють розвитку багатопотокового сільського господарства, зокрема вирощуванню органічної продукції, яка є важливою складовою гастрономічного туризму. У Львівській області функціонують численні ферми, сироварні, пасіки та ягідні господарства, готові приймати відвідувачів, організовувати дегустації, проводити екскурсії та майстер-класи (дод.В).

Високий рівень розвитку туристичної інфраструктури є ключовою передумовою для ефективного розвитку туристичної сфери, оскільки вона забезпечує комфортний відпочинок і відповідає сучасним міжнародним стандартам. У Львівській області туристам доступні 124 санаторії, близько 500 садиб для зеленого туризму, 250 закладів розміщення та 280 закладів харчування. До культурних та інформаційних ресурсів належать 12 туристичних інформаційних центрів, понад 162 музеї й галереї державної та громадської форми власності, 10 театрів, а також інші заклади для туристів і відпочивальників. Регіон пропонує

відвідування 320 найбільш популярних туристичних об'єктів і пам'яток архітектури, а також 37 природних комплексів, що формують значну частину рекреаційного потенціалу.

Розглянемо динаміку туристичних потоків Львівської області в 2020-2022 роках на рис.2.1 (дані за 2023-2025 роки не оприлюднювались в публічних джерелах).

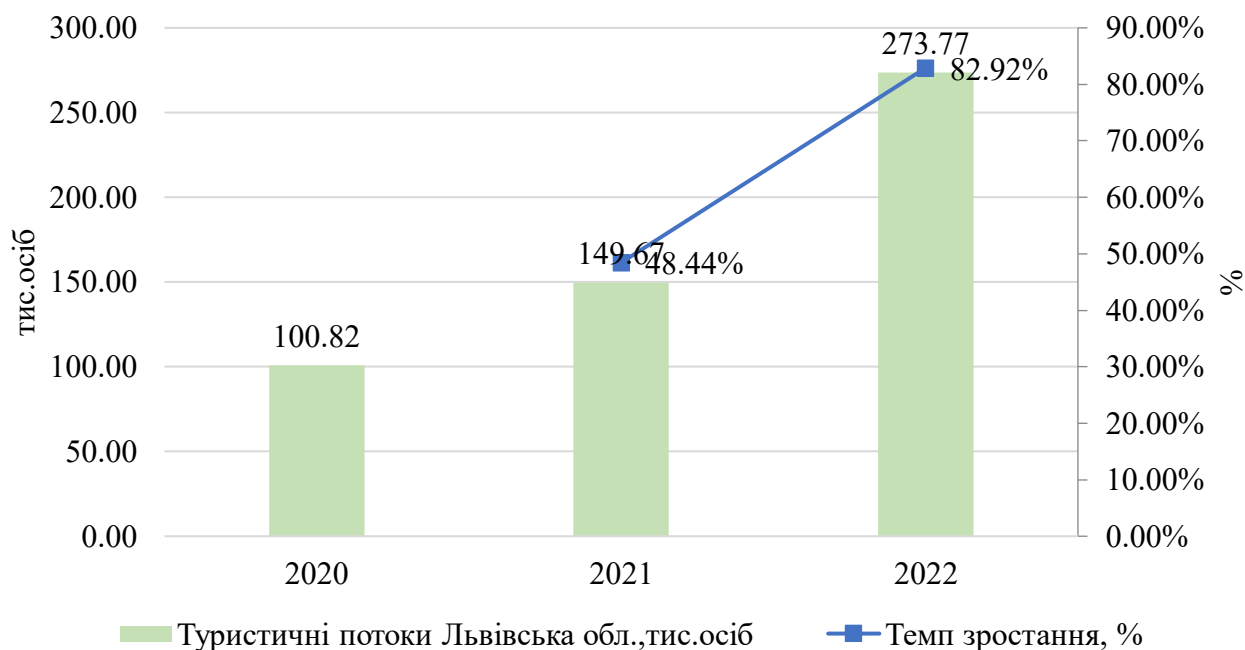


Рис. 2.1 – Динаміка туристичних потоків Львівської області в 2020-2022 роках, млн. осіб

Джерело: [34]

З рис.2.1 бачимо, що в 2021 році туристичні потоки зросли на 48,44%, а в 2022 році туристичні потоки збільшились на 82,92%, чому частково сприяла війна в країні, оскільки тільки західні регіони залишились відносно безпечними для туризму та відпочинку.

Далі розглянемо динаміку надходження туристичного збору в бюджет Львівської області в 2020-2025 роках на рис.2.2. На рисунку 2.2 представлено динаміку надходжень туристичного збору до бюджету Львівської області за період 2020–2025 років. У 2021 році надходження зросли на 118,04 %, а у 2022 році – на 78,57 %. Частково це пояснюється війною в країні, через яку високий потік туристів

спостерігався по всій області, включно з внутрішньо переміщеними особами, що відвідали навіть ті населені пункти, які раніше користувалися невеликим попитом.

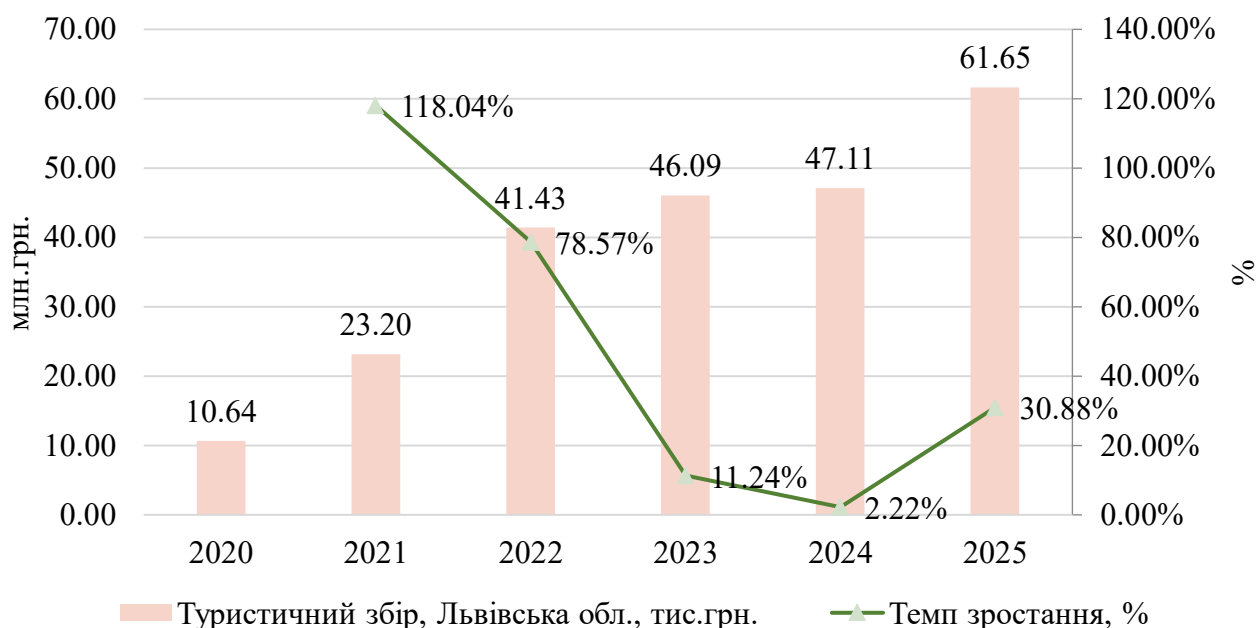


Рис. 2.2 – Динаміка надходження туристичного збору в бюджет Львівської обл. в 2020-2025 роках, млн. грн.

Джерело: [34]

В подальшому туристичні збори в області також зростали в 2023 році на 11,24%, в 2024 році на 2,22% та в 2025 році на 30,88%. Отже, сума туристичного збору в області щорічно зростає.

Гастрономічний туризм є одним із напрямів туристичної діяльності, який забезпечує стабільний попит і створює значні конкурентні переваги для регіону. Туристи обирають гастрономічні тури, щоб ознайомитися з національною кухнею та культурними традиціями країни. Цей вид туризму приваблює людей різного віку та соціального статусу, оскільки харчування є базовою потребою. Основою гастротуризму є поглиблення знань про кулінарні традиції певного регіону, а його елементи можуть поєднуватися з різними іншими видами туризму.

Львівська область, відома багатством кулінарних традицій і розвиненою туристичною інфраструктурою, створює всі умови для розвитку гастрономічного туризму. Львів часто називають містом кави, архітектури та неповторних ароматів,

що лунають із вузьких старовинних вулиць. Туристи приїжджають сюди не лише за атмосферою, а й за смаковими враженнями: стрітфуд став однією з основних причин вибору міста для гастротуристичних подорожей. Тут кулінарія постає як своєрідна історія, яку можна прочитати через традиційні сирники, хот-доги та відомі львівські плячки.

Показники гастрономічного та туристичного потенціалу Львівського регіону наведемо в табл.2.1.

Таблиця 2.1

Показники гастрономічного та туристичного потенціалу Львівського регіону в 2025 році

Показник	Львівська
Кількість закладів ресторанного господарства, од.	2450
Кількість гастрономічних фестивалів на рік	25
Частка туристів, зацікавлених у гастрономічному туризмі, %	38
Середні витрати туриста на харчування, грн./день	950
Частка малих і середніх підприємств у сфері гостинності, %	76

Джерело: [11, с.357]

У Львівській області працює 2450 закладів ресторанного господарства, причому 76 % із них належать до малих і середніх підприємств, що свідчить про активний розвиток місцевого бізнесу, орієнтованого на сімейні ресторани та агротуристичні ініціативи. Крім того, проведення 25 гастрономічних фестивалів робить регіон важливим гастрономічним центром Західної України [11, с.357]

Отже, Львівська область має значний туристичний та гастрономічний потенціал завдяки поєднанню природних, історико-культурних та рекреаційних ресурсів, розвиненій інфраструктурі та великій кількості закладів ресторанного господарства. Місто Львів виступає центром гастротуризму, тоді як сільські та малі містечка поступово розвивають традиційні та нові форми гастрономічного туризму, включно з фермерськими дегустаціями та майстер-класами. Зростання туристичних потоків і надходжень туристичного збору в 2020–2025 роках, високий рівень малих і середніх підприємств у сфері гостинності та активне проведення

гастрономічних фестивалів підтверджують економічну та культурну привабливість регіону. Таким чином, Львівщина має всі необхідні передумови для розвитку гастрономічного туризму як важливого напрямку туристичної діяльності, що поєднує культуру, смак та рекреацію.

2.2. Аналіз гастрономічної пропозиції регіону: заклади, маршрути, події, виробники локальних продуктів

Одним із аспектів гастрономічного туризму у Львівській області є багата етнокультурна спадщина. На цих землях спільно проживали українці, євреї, поляки, вірмени, німці, угорці та інші народи, і їхні кулінарні традиції вплинули на формування унікальної кухні регіону. Історичні обставини сприяли становленню галицької кухні, яка відзначається помірною гостротою і робить наголос на сезонності продуктів, поєднуючи сільські традиційні рецепти з міськими шляхетськими стравами.

Вже тривалий час кулінарний туризм Львова розвивається, інтегруючи міжнародні практики. Одним із прикладів є ресторан Tante Sophie, який пропонує страви з равликів, приготованих у мушлях з різноманітними соусами. Равликів вирощують спеціалізовані фермерські господарства, розташовані в екологічно чистих зонах Бузького та Пустомитівського районів. За попередньою домовленістю відвідувачі можуть здійснити екскурсію на ферми у період із червня по жовтень і спробувати продукцію безпосередньо на місці.

У Львові дедалі більшої популярності набувають заклади для дегустації місцевих напоїв, зокрема пива, наливки і вина. Серед них відзначаються дегустаційна зала «Музейно-культурного комплексу пивної історії «Львіварня», «Наливарня», де пропонують різноманітні наливки, а також численні винні дегустаційні ресторани та погреби. Значний внесок у розвиток гастрономічного

туризму роблять тематичні фестивалі міста, серед яких Свято шоколаду, «Сиру і вина» та фестивалі крафтового пива.

Львів створив гармонійне поєднання кулінарних традицій і культурних подій, що формує неповторний туристичний досвід в Україні. У місті працюють ресторани, які спеціалізуються на національній та етнічній кухні. Відвідуючи такі заклади, туристи мають змогу ознайомитися з кулінарними та культурними особливостями не лише українців, а й поляків, вірмен, євреїв та інших етнічних спільнот, які вплинули на гастрономічну спадщину регіону. Розглянемо найпопулярніші ресторани заклади м. Львів:

«Гасова лампа» – ресторан-музей, відкритий на честь 155-річчя першого винаходу гасової лампи у Львові. У 1853 році її створили місцеві аптекарі Ян Зех та Ігнатій Лукашевич, а біля входу закладу встановлено скульптуру на їхню честь. Заклад займає три поверхи історичної будівлі, де поєднано музейні експозиції зі справжньою ресторанною атмосферою. На даху облаштовано панорамний майданчик, з якого відкривається вид на центр Львова, і який доступний для відвідувачів у літні місяці. В середині розташовано понад 200 світильників, що дозволяє простежити історію їх появи та еволюцію, доповнену короткими інформаційними довідками. Кухня ресторану – європейська, з особливою подачею страв, яка включає елементи лабораторних та піротехнічних демонстрацій, створюючи інтерактивний досвід для гостей. Особливістю закладу є поєднання історичної спадщини, музейних експонатів і сучасної гастрономії, що робить його не лише місцем обіду, а культурним та освітнім простором для туристів і львів'ян [37, с.101].

Перша грильова ресторація м'яса та справедливості розташована в Бернардинському дворіку і відкрита у 2011 році. За легендою, концепція закладу належала катові, який змушений був шукати нове покликання після завершення своєї основної діяльності. Інтер'єр ресторану створює атмосферу справжньої катівні: гільйотина, наприклад, використовується для нарізки ковбаси, а дерев'яні та металеві елементи інтер'єру підкреслюють історичну атмосферу. М'ясні страви

готуються на відкритому вогні просто перед гостями, що дозволяє спостерігати за процесом приготування і насолоджуватися ароматами свіжого грилю [6].

Ресторація Бачевських присвячена родині Бачевських – відомим львівським меценатам і громадським діячам, які проживали у місті з кінця XVIII до першої половини XX століття. Вони заснували одну з перших у світі фабрик горілки в 1782 році та налагодили її експорт по всьому світу. Кухня закладу відображає багатий етнічний і культурний контекст Галичини: у ній поєднані кулінарні традиції українців, поляків, євреїв, вірмен, а також вплив Австро-Угорської імперії, що сформував своєрідний галицький гастрономічний феномен. Меню пропонує різнобарвну кухню з оригінальними стравами, які неможливо скуштувати поза Львовом. Гастрономія в ресторації представляє сучасну інтерпретацію галицьких рецептів: класичні страви подаються у новому авторському виконанні шеф-кухаря Олександра Чернишенка, який використовує старовинні переписи для створення варіацій галицьких, австрійських, литовських, польських та єврейських страв. При ресторації функціонує крамниця, де можна придбати оригінальні страви, напої та сувеніри зі Львова. Крім кулінарної складової, заклад знайомить відвідувачів з історією «Веселого Львова» – часів, коли місто було центром театрів, кабаре, радіомовлення та спортивних змагань [37, с.101].

«Підпільний Кіндрат» – ресторація галицької кухні, відома найбільшою колекцією настоянок. Кредо закладу – зігріти тіло та підняти настрій. Це єдина ресторація, де настоянки наливають прямо з самогонного апарату. Колекція налічує 150 видів настоянок, серед яких багато нагороджених, і які заслужено вважають одними з найкращих в Україні. Меню ресторану пропонує традиційні галицькі страви: соковиту свинну рульку, тушкованого кролика в сметані, холодець, різноманітні паштети, оселедці, сальцесони, а також ковбаси в самогоні, які підсмажують безпосередньо перед гостями. Така поєднана дегустація кулінарії та напоїв створює атмосферу автентичного галицького застілля і робить відвідування ресторану незабутнім досвідом [22].

«Голодний Микола» – найбільший у світі ресторан галицької кухні, де можна скуштувати традиційні страви регіону: зупки зі Стрия, м'ясні делікатеси з Дрогобича, рибні страви зі Сколе, ковбаси власного виробництва зі Львова, холодні закуски з Самбора, гарячі – з Жовкви, пироги зі Старого Самбора, баноші зі Східниці, бігуси зі Золочева, а також великий вибір страв на компанії. Поруч працює Кумпельова пивоварня, тож алкогольна карта постійно поповнюється свіжим пивом «Кумпель», широким асортиментом вин, зокрема елітних українських від марки «Колоніст», та горілкою «Бачевські». Родзинкою ресторану є подвійний ставок: одна частина на вулиці, інша – у приміщенні. У ставку плаває форель, яку гості можуть самотійно зловити вудочкою та обрати спосіб приготування: смажити, варити, пекти у традиційному п'єці, на відкритому вогні або на мангалі. Заклад передбачив спеціальні зручності для гостей на ім'я Микола: для них облаштовано окремі стільці, кухар готує компліменти, а портрет кожного відвідувача може стати експонатом Музею Микол. Для сімей з дітьми створено продуману інфраструктуру: великий дитячий майданчик з гіркою, пісочницею та лазанками, міні-зоопарк поруч, а всередині – простора дитяча кімната з меблями, килимами, іграшками та розмальовками. Піклування про дітей здійснюють професійні няні, а дитяче меню поєднує смак і користь, щоб малеча залишалася задоволеною, а батьки були спокійні за їхнє здоров'я [37, с.101-102].

«Трапезна Ідей» – сімейний ресторан української кухні, розташований у пивницях колишнього монастиря отців Бернардинів. Це простір, де поєднуються відпочинок, затишок і тепло. Сюди приходять митці після завершення своїх проєктів, зустрічаються, дискутують, обговорюють нові ідеї, насолоджуючись традиційними галицькими стравами. Відвідувачі можуть обрати спокійне проведення часу за чашкою чаю чи кави, працювати з ноутбуком, читати книгу або просто насолоджуватися атмосферою та гарним настроєм [37, с.101].

«Бойківська гостина» – ресторан карпатської кухні, який робить акцент на здорових і смачних стравах із локальних продуктів. Заклад знайомить з культурою та традиціями Бойківщини, розповідаючи історію однієї з найчисельніших

українських етнічних груп, що живе у Середніх Бескидах. Відвідувачі мають змогу скуштувати страви, приготовані за давніми рецептами, з продуктів, вирощених та виготовлених власноруч, що зберегли простоту та справжній смак бойківської кухні. Ресторан створює атмосферу гостинності, де кожен гість відчуває себе частиною карпатської традиції [22].

«Львівська Майстерня Шоколаду» – заклад, який продовжує давні традиції солодкої майстерності Львова. Ще з часів Середньовіччя місто славалося унікальними солодощами, а львівський шоколад експортували до різних куточків Європи. Сучасні кондитери відновили й удосконалили старовинні рецепти, створюючи в майстерні справжні шоколадні шедеври: від класичних плиток до ексклюзивних шоколадних фігурок і авторських десертів. Кожен виріб – результат поєднання давніх традицій і сучасних технологій, а відвідувачі мають змогу не лише придбати солодощі, а й спостерігати за процесом їх виготовлення у реальному часі [22].

Окрім ресторанних закладів та кав'ярень, в Львівській області та м. Львів набула культового статусу традиційна вулична їжа. Протягом останніх років Львів утвердився як столиця вуличної гастрономії, де відкриваються автентичні точки з приготуванням страв за старовинними рецептами. Основу пропозицій складають продукти з локальних ринків, традиційні карпатські інгредієнти, крафтова ковбаса, свіжі сири, хліб, а також домашні напої – квас чи глінтвейн. Завдяки цьому навіть найпростішу булку можна сприймати як частину культурної спадщини. Наведемо популярні локації вуличної їжі в м. Львів в дод. Ж.

У Львові активно розвиваються гастрономічні тури, під час яких відвідувачі знайомляться з відомими ресторанами та іншими гастрономічними об'єктами міста. Пропозиції туроператорів Львівщини передбачають також екскурсії на фермерські сироварні з дегустаціями, медові агротуристичні господарства та інші місцеві виробництва, що інтегруються у тури краєзнавчо-історичного або краєзнавчо-природничого спрямування. Серед туристичних компаній найбільший досвід у роботі з гастрономічними об'єктами має фірма «Відвідай».

В інтернеті можна знайти кілька маршрутів для Львівщини, які включають відвідування фермерських господарств різного профілю – сирних, медових, равликових, рибних – із дегустаціями та майстер-класами. Окрім гастрономічної складової, такі тури пропонують огляди історико-культурних пам'яток, національних парків, зоопарків та інших природних і культурних об'єктів, що робить їх комплексними й привабливими для туристів різного віку.

Наведемо огляд найпопулярніших туристичних маршрутів та турів гастрономічного туризму в Львівському регіоні в табл.2.2.

Отже, гастрономічний туризм у Львівському регіоні орієнтований на короткі пішохідні тури з відвідуванням локальних закладів та дегустаціями традиційних страв, що поєднують кулінарні та культурно-історичні елементи. Туристи отримують можливість безпосередньо ознайомитися з культурою та кухнею міста.

Таблиця 2.2

Огляд туристичних маршрутів та турів гастрономічного туризму в Львівському регіоні

Назва маршруту / туру	Організатор	Короткий опис
Lviv Gastro Tour	Ornament Ukraine Travel	Пішохідний гастрономічний тур Львовом з відвідуванням закладів, сторіями про локальну кухню та дегустаціями страв [51]
Lviv Gourmet Tour with Tasting	Greentour	Короткий гастротур Львовом (3–4 години) з 4–5 зупинками для дегустації місцевих смаколиків [52]
Tasty Lviv – food & drink tour	Wonders & Holidays / Kyiv Friendly Tours	Піша гастрономічна екскурсія Львовом із відвідуванням ресторанів і дегустаціями кави, пива та локальних страв [53]
Український гастротур – Найкраща львівська їжа	Lviv Buddy	4-годинний гастротур містом з дегустаціями традиційних українських страв (борщ, вареники тощо) [48]
Гастрономічний «Кнайпен тур»	OpenLviv	Пішохідний гастрономічно-історичний тур по львівських кнайпах із дегустаціями [7]
Lviv Food Tasting Private Walking Tour	Klook	Приватний гастрономічний тур із відвідуванням кількох закладів і дегустаціями локальних страв [50]

Джерело: складено автором за [5;29;30;31;32]

Таким чином, в Львівській області активно розвивається гастрономічний туризм. Туристи можуть відвідати ресторани, гастрономічні об'єкти, фермерські господарства та майстерні з дегустаціями локальних продуктів. Розвитку гастротуризму сприяє проведення турів, наразі пропонується близько 10 гастрономічних маршрутів у м. Львів та Львівській області. Окрім того, організовуються фестивалі, зокрема фестивалі вуличної їжі, що дозволяє туристам ознайомитися з локальною кухнею та культурною спадщиною регіону.

2.3. Оцінка ефективності та проблем розвитку гастрономічного туризму у Львівському регіоні

Статус Львова як культурної та туристичної столиці відіграв важливу роль у запобіганні краху місцевої ресторанної індустрії. Цільові промоційні кампанії та унікальні гастрономічні пропозиції міста привертають увагу внутрішніх туристів в період воєнного стану, підтримуючи попит та активність відвідувачів.

Найактивніше гастрономічний туризм Львівського регіону розвивається в м. Львів. На 1 січня 2026 року у Львові нараховувалося понад 1 012 закладів ресторанного господарства. Лише в центральній частині міста функціонують 805 закладів громадського харчування: фаст-фуди, кафе, бари та ресторани, серед яких 92 ресторани при готелях.

Розвиток ресторанної інфраструктури Львова має низку особливостей. До недавнього часу входження провідних транснаціональних рестораних брендів (крім фастфуду) на ринок було ускладнене через об'єктивні та суб'єктивні труднощі інвестування та ведення бізнесу в Україні. Іноземні інвестори не поспішають відкривати нові заклади у Львові. Ресторани елітного сегмента здебільшого функціонують при готелях категорії 4-5 зірок. Найвищий фінансовий прибуток забезпечують заклади середньої цінової категорії, орієнтовані на

обслуговування масових туристичних потоків. Протягом останнього десятиліття ресторанний бізнес у туристичному кластері, у партнерстві з міською радою, цілеспрямовано інвестував мільйони у просування Львова як провідного напрямку гастрономічного туризму у Східній Європі. Це дало новий поштовх розвитку масового туризму.

Розвитку гастрономічного туризму Львівщини сприяє той факт, що ще до 2020 року Львів здобув такі статуси (рис.2.3). У Львові сформоване історичне міське середовище, де важко розмістити нові ресторани з місткістю понад 50 місць.

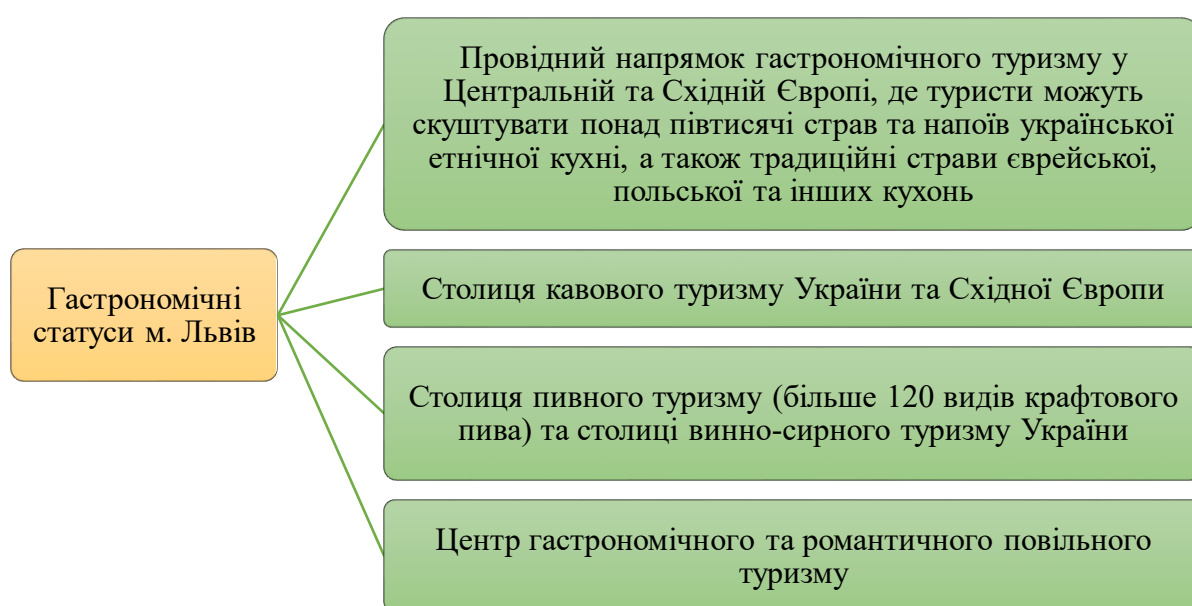


Рис. 2.3 – Гастрономічні статуси м. Львів

Джерело: складено автором за [54]

Натомість туристичні та гастрономічні холдинги, а також малий бізнес щороку пропонують гостям Львова широкий вибір затишних невеликих закладів – кав'ярні, паби, кондитерські, заклади з локшиною, кебаб-хауси, BBQ-ресторани, концептуальні міні-ресторани з авторськими кухнями та картами напоїв. Приблизно 50% із них – невеликі кав'ярні у будівлях XIX століття з літніми столиками на вузьких вуличках, що працюють у форматі speakeasy і підтримують цінності повільного туризму для гурманів. Протилежну ринкову нішу (11%) займають простори BBQ-ресторани для великих груп.

Варто зазначити, що 23% львівських ресторанів пропонують живу музику – створюючи не лише гастрономічне задоволення, а й концертну атмосферу (джаз, поп-хіти минулого століття, гра на піаніно, саксофон тощо). Ще 17% закладів громадського харчування оформлені як тематичні живі музеї. У період 2010–2019 років кількість невеликих гастрономічних закладів, орієнтованих на туристів, зросла у 4,5 раза. Зростання туристичного потоку, не зважаючи на воєнний стан в країні, гарантує швидку окупність та високу прибутковість ресторанної галузі (рис.2.1 та рис.2.2).

Глобальна інтернет-платформа TripAdvisor зафіксувала дуже високий рівень популярності гастрономічних закладів Львова серед користувачів з усього світу. До найвідоміших закладів належать: «Криївка», «Masoch Café», «House of Legends», «Lviv Coffee Mining Manufacture», ресторан «Baczewski», паб-музей «Gas Lamp», «The Most Expensive Galician Restaurant (Masonic Lodge Restaurant)», перша ресторан-пивоварня «Kumpel», п'ятирівневий комплекс концептуальних ресторанів на площі Ринок «36Po», «Champagneria X&X», кав'ярня «At the Golden Rose», ресторан італійської кухні «Capriccio», піцерія-пастерія «Tisto», винний бар «Cannoli Wine Club», гастрономічний ресторан «Grand SoLie» (у складі «Grand Hotel Lviv Luxury & Spa») та інші.

Гастрономічний туризм на Львівщині розвивається динамічно не лише завдяки окремим ініціативам, а й завдяки місцевим громадам, які об'єднуються у кластери та створюють туристичні маршрути. Значну роль у цьому процесі відіграє розвиток фермерських господарств, що пропонують автентичні продукти та кулінарні майстер-класи. Етногастрономічні маршрути активно підтримують фермерські господарства, залучені до таких проєктів. Управління туризму та курортів ЛОВА опублікувало карту із 28 фермерських господарств під назвою «Гастромандри Львівщиною»; повний перелік можна знайти у додатку В. Відвідувачі цих господарств можуть спостерігати за тваринами, насолоджуватися відпочинком на природі та дегустувати крафтові сири. Крім молочної продукції, на фермах Львівщини пропонують мед, ягоди, рибу, равликів, вина, домашнє варення

та інші локальні смаколики, що дозволяє туристам ознайомитися з повним спектром гастрономічної культури регіону [15].

У межах агротуристичного кластера «Горбогори», де головний акцент роблять на фермерських тваринницьких господарствах, облаштовано магазин із продукцією власного виробництва. Щороку тут проводять агротуристичні фестивалі, а для відвідувачів створюють спеціальні тематичні туристичні маршрути, що дозволяють ознайомитися з виробничими процесами та локальною гастрономією [45].

До складу агротуристичного кластера входить фермерське господарство «Карпатський водограй», де розводять шість видів риби: амурського сазана, судака, сома, щуку, коропа та осетра у 32 ставках. Відвідувачі можуть зупинитися в готельному комплексі, а в літній період навіть купатися у ставках. Ще одним учасником кластеру є господарство «Західний равлик», яке вирощує равликів у високій щільності на квадратний метр – показник, що вражає навіть досвідчених фермерів. Особливою родзинкою господарства є чорна равликова ікра. Також до кластеру входить ферма «Агротемп», де розводять німецькі породи овець, а також утримують корів і коней. Кожна вівця щодня дає 2–3 літри молока. Молоко переробляють на сироварні ферми, а отриману продукцію реалізують через мережу магазинів «Сільпо». Щороку підприємство виробляє близько 40 тонн сиру, що дозволяє туристам знайомитися не лише з процесом вирощування, а й із виготовленням молочних продуктів [45].

На Львівщині створено сприятливі умови для розвитку сирного гастрономічного туризму. У регіоні функціонує понад двадцять виробників сирів з коров'ячого, козячого та овечого молока на фермерських господарствах та крафтових сироварнях. Більшість підприємств орієнтовані на постачання продукції до спеціалізованих магазинів, зокрема «Сирні мандри», а також на сільськогосподарські ринки Львова та інших міст області. У сучасній практиці сироварень дедалі частіше застосовують дегустації сирів для туристичних груп з можливістю придбання виробів. Для цього облаштовуються спеціальні павільйони

або дегустаційні зали. На окремих фермах туристам пропонують додаткові послуги: нічліг, освітні майстер-класи, відвідування зоокутків та кінні прогулянки. У Львові відкрите перше сирне гастро-кафе, де гості можуть скуштувати до 30 видів виключно українських ремісничих (крафтових) сирів. Завдяки такій пропозиції регіон стає привабливим не лише для поціновувачів гастрономії, а й для туристів, зацікавлених у пізнанні традиційного сироваріння та локальних продуктів Львівщини [55;56].

Наприклад, У селі Болія Самбірського району сімейна ферма Комарницьких стала однією з небагатьох локацій, де туристи можуть безпосередньо зануритися в традиції бойківської кухні. Тут відвідувачі не лише знайомляться з процесом приготування місцевих продуктів, а й самостійно готують автентичні страви – амперсанди, бринзу, гусянку, вареники та інші.

Бойківський сир, родзинка ферми, готують на відкритому вогні за старовинними рецептами. Його виробництво в Болії налічує понад сто років, а смакові якості сир зберігає навіть при тривалому зберіганні. У літній сезон ферма відкрита для гостей, де можна не лише дегустувати продукцію, а й поринути у місцеву історію та технологію сироваріння. Такі ферми сприяють розвитку маловідомих територій і потребують підтримки влади для розширення гастрономічних маршрутів та популяризації локальних традицій.

В останні роки в Львівській області особливою популярністю користуються тури на медові ферми та агротуристичні господарства, пов'язані з бджільництвом. Тут гості мають змогу не лише спостерігати за роботою пасіки, а й брати участь у дегустаціях медових продуктів та ознайомлюватися з лікувальними сеансами на вуликах-лежанках. Яскравим прикладом є ферма «Медовий блюз» у Миколаївському районі: окрім екскурсії пасікою та знайомства з сільськогосподарською технікою, відвідувачі можуть відвідати майстер-класи з гончарства та рукоділля, зупинитися в котеджах, наметовому полі або влаштувати пікнік просто серед природи. Такі господарства поєднують розваги, навчання та

відпочинок, створюючи повноцінний гастрономічно-етнографічний досвід для туристів.

Культурне середовище Львівської області створює сприятливі умови для розвитку гастрономічного туризму. Регіон вирізняється великою кількістю архітектурних, історичних та культурних пам'яток, що формують неповторну атмосферу для туристів. Крім того, унікальна гастрокультура Львівщини сформувалася під впливом різних європейських кухонь, поєднаних із місцевими етногастрономічними традиціями. До ключових факторів, що стимулюють розвиток гастрономічного туризму, належать: кулінарна спадщина регіону, багата гастрономічна культура, етнічне різноманіття населення, розвинена туристична інфраструктура, фермерські господарства з локальними продуктами, численні гастрономічні заходи та фестивалі, а також широкий спектр ресторанів, кафе і дегустаційних закладів. Разом ці чинники створюють комплексний і привабливий туристичний продукт, який приваблює як внутрішніх, так і міжнародних відвідувачів [10].

Проведення гастрономічних фестивалів є ефективним інструментом залучення туристів до Львівської області. Щорічні та різноманітні гастрономічні події не лише підвищують туристичну привабливість регіону, а й створюють сприятливі умови для підтримки та розвитку локальних виробників харчової продукції, популяризації традиційних рецептів і етнічної кухні. Завдяки таким заходам туристи отримують можливість не лише скуштувати місцеві страви, а й ознайомитися з культурою та історією регіону, що робить гастрономічний туризм більш комплексним і привабливим [10].

У Львівській області регулярно проводяться гастрономічні фестивалі, що включають презентацію національних страв та їх дегустацію, що стимулює інтерес туристів до регіону. Серед найпопулярніших подій – фестиваль пампухів у Львові, «Різдвяна зірка» у Дрогобичі, шоколадний ярмарок у Самборі, гастро-подія «На тарілці» у Стрию, кавовий фестиваль у Червонограді, свято сиру та вина у Жовкві, кулінарний фестиваль у Трускавці, «Куховарня RadoFest» у Бориславі та інші.

Тематика фестивалів охоплює не лише гастрономічну сферу, а й музичні, театральні, кінематографічні та етнічні заходи. Проведення таких подій сприяє популяризації локальних продуктів, відновленню кулінарних традицій регіону та збільшенню туристичних потоків, що підвищує загальний туристичний потенціал Львівщини [10].

Основними перешкодами для розвитку етногастрономічних фестивалів у Львівській області є нерівномірний економічний розвиток районів, відсутність чітко розроблених програм заходів, обмежена кількість закладів розміщення у віддалених населених пунктах та недостатньо комфортна транспортна доступність для туристів з інших регіонів, а також воєнний стан в країні.

Щодо гастрономічного брендингу регіону, його розвиток гальмують фрагментарність окремих ініціатив, недостатня координація між туристичними, культурними та аграрними суб'єктами, а також обмежене фінансування проєктів. Подолання цих проблем вимагає інтеграції гастрономічного брендингу у загальні стратегії регіонального розвитку, активної підтримки місцевих виробників продуктів та кулінарних стартапів, а також використання сучасних маркетингових інструментів – від цифрових платформ до соціальних мереж і тематичних медіапроєктів. Такі заходи дозволять зміцнити унікальність Львівщини як гастрономічного регіону, підвищити туристичну привабливість області та залучити додаткові інвестиції у розвиток локальних кулінарних традицій.

Узагальнимо SWOT-аналіз розвитку гастрономічного туризму Львівщини в табл.2.3.

Таблиця 2.3

SWOT-аналіз розвитку гастрономічного туризму Львівщини

Сильні сторони (Strengths): - Статус Львова як культурної та туристичної столиці України, що забезпечує стійкий потік туристів. - Велика кількість закладів ресторанного господарства (2450, з них 76% – малі та середні підприємства), включно з кафе, пабами, ресторанами, кав'ярнями та концептуальними закладами.	Можливості (Opportunities): - Подальша популяризація локальних продуктів і кулінарних традицій через фестивалі та дегустації. - Розширення гастрономічних маршрутів до сільських районів і малих міст. - Використання цифрових платформ, соціальних мереж та тематичних медіа для просування гастротуризму.
--	---

• Наявність різноманітних гастрономічних фестивалів (25 на рік), що підвищують туристичну привабливість регіону. • Розвинена туристична інфраструктура: санаторії, садиби для зеленого туризму, заклади розміщення та харчування, туристичні інформаційні центри. • Багатий природно-рекреаційний та історико-культурний потенціал (Карпати, заповідники, музеї, театри, пам'ятки архітектури). • Активний розвиток фермерських господарств та сироварень із локальними продуктами (сир, мед, ягоди, риба, равлики). • Інтеграція гастрономії з культурними та етнічними подіями, майстер-класами та дегустаціями. • Висока популярність гастрономічних закладів серед туристів і на платформах типу TripAdvisor	• Створення нових тематичних і авторських закладів, концептуальних кафе та інтерактивних туристичних локацій. • Розвиток агротуризму та сирних, медових, равликових маршрутів із поєднанням відпочинку, навчання та дегустацій. • Міжнародна промоція Львівщини як гастрономічного центру Східної Європи. • Співпраця з навчальними закладами для підготовки кваліфікованих кадрів у сфері агротуризму
Слабкі сторони (Weaknesses): • Нерівномірний економічний розвиток районів області, що обмежує розвиток гастрономічного туризму у віддалених населених пунктах. • Відсутність чітко розроблених програм розвитку фестивалів та гастрономічних маршрутів. • Обмежена кількість закладів розміщення у сільських та віддалених районах. • Недостатньо комфортна транспортна доступність для туристів. • Фрагментарність ініціатив та недостатня координація між суб'єктами туристичного, культурного та аграрного секторів. • Обмежене фінансування гастрономічних проєктів та маркетингових кампаній	Загрози (Threats): • Тривалий воєнний стан та нестабільність в країні, що зменшує міжнародний потік туристів. • Економічні труднощі та високі витрати на інвестиції для великих закладів і мережевих ресторанів. • Конкуренція з іншими туристичними регіонами України (Закарпаття, Івано-Франківщина) та Східної Європи. • Можливі природні або екологічні ризики, які можуть обмежити розвиток сільських та агротуристичних маршрутів. • Висока залежність від внутрішнього туризму та сезонності гастрономічних подій

Джерело: складено автором

Отже, регіон має значні сильні сторони і можливості для зростання, зокрема через розширення маршрутів, інтеграцію локальних продуктів і використання цифрового маркетингу. Слабкі сторони, як нерівномірний економічний розвиток районів, обмежена транспортна доступність і фрагментарність ініціатив, а також зовнішні загрози, зокрема воєнний стан, економічні труднощі і конкуренція з іншими регіонами, стримують розвиток. Необхідна комплексна координація, підтримка місцевих виробників і стратегічне просування Львівщини як гастрономічного регіону.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ТА ПРОСУВАННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ЛЬВІВСЬКОГО РЕГІОНУ

3.1. Концепція розвитку гастрономічного бренду Львівського регіону

Львівщина є унікальним регіоном, який поєднує багату культурну спадщину, історичну архітектуру та розмаїття гастрономічних традицій. Автентична кухня області, що формувалася протягом століть під впливом різних культур, є важливим елементом її ідентичності. В умовах зростаючого попиту на гастрономічний туризм, розробка спеціалізованих кулінарних маршрутів стає ефективним інструментом популяризації місцевої культури та формування унікального туристичного досвіду.

Розглянемо особливості Львівської кухні, яка має бути основою гастрономічного бренду Львівського регіону.

Кухня, яка завжди в тренді для Львова – це традиційна галицька кухня. Її основна «родзинка» – мультиетнічність. Тут не боялися змішувати різні традиції. В результаті українські страви збагачувались присмаками польських і німецьких копченостей, італійськими та угорськими спеціями. Новою ж традицією Львова можна вважати стрімкий розвиток кухні під напливом туристів – за останні роки Львів став меккою для любителів кави, шоколаду, пляцків, настоянок та пива. Ресторани заманюють відвідувачів не тільки красивими інтер'єрами, але й смачним і оригінальним меню, з кращих страв львівської та галицької кухні, що пройшли віковий добір і дивують нас своїм смаком.

На відміну від кулінарних традицій Східної України, галицька кухня сформувалася під впливом католицької Європи, що надало їй особливого смакового балансу і характерної кислинки в стравах, близької до європейських

стандартів. Вареники з капустою та грибами, банош, капустняк, запечені ребра, смажена форель, домашні ковбаси, сирники, мариновані овочі – усе це не лише кулінарна родзинка регіону, а й один із символів туристичної привабливості Львівщини. На гастрономічній карті України Львівська область позначена такими стравами як Львівський сирник та струделі [39].

У контексті галицької кухні, яка залишила помітний слід у сучасній львівській гастрономії, варто виділити кулінарні традиції лемків і бойків – етнічних груп, що мешкали на території Львівщини. Раціон лемків формувався навколо доступних продуктів: картоплі, вареників, каші, капусти, квасолі, молочних виробів, яєць та інколи м'яса. Картопля була основним продуктом і готувалася у різноманітних варіантах, поряд із популярною кашею. Серед супів особливе місце займала кісериця, яку традиційно готували взимку.

Бойківська кухня також базувалася на продуктах місцевого виробництва: картоплі, капусті, грибах, квасолі, горосі, кукурудзі, житі, лляній олії, молочних продуктах та м'ясі. Їхні традиційні страви включали картоплю з грибами та капустою, мачанку, дроблений горох, затірку, стиланку, гуляш, а також випічку з медом, горіхами та ягодами. Особливою улюбленою стравою бойків вважається пиріг з картоплею, сиром, капустою та чорницею. Таким чином, кулінарні традиції лемків і бойків відзначаються простотою і опорою на місцеві продукти, водночас залишаючись невід'ємною складовою гастрономічної етнічної культури Львівщини і сьогодні.

Через зростаючий інтерес туристів до автентичної кухні Львівщини регіон приділяє значну увагу відновленню та популяризації старовинних рецептів. Традиційна львівська кухня відіграє важливу роль у розвитку етнічного гастрономічного туризму, зберігаючи свою самобутність. Незважаючи на вплив різних культур і етнічних груп протягом століть, основа кулінарних традицій Львова залишається українською [39].

Етнічна та місцева кухня тісно пов'язані з історією регіону та внутрішньополітичними процесами країни. На території Львівської області одні й

ті самі страви можуть готуватися по-різному залежно від району. Багатий етнічний склад населення, унікальні культурні традиції, історичне минуле, велика кількість архітектурних і природних пам'яток, а також розвинена кулінарна спадщина формують суттєвий потенціал для розвитку етнічного та гастрономічного туризму в регіоні.

За останнє десятиліття сформувався стабільний стереотип львівського ресторанного гостинності: оригінальна кухня та позитивні емоції. Туристичні сайти та блогери акцентують на цій конкурентній перевазі львівського гастрономічного та розважального бізнесу. Ресторатори та відвідувачі дотримуються принципу: під час перебування у місті люди прагнуть відвідати якомога більше ресторанів і кав'ярень не лише для споживання їжі, а й для отримання незабутніх вражень. Також сьогодні кавовий туризм є однією з провідних спеціалізацій Львова на міжнародному туристичному ринку.

В таблиці 3.1 наведемо найбільш популярні страви кухні Львівського регіону.

Таблиця 3.1

Найбільш популярні страви кухні Львівського регіону

Назва страви	Загальна характеристика
Львівський сирник	Запіканка з сиру з родзинками та цукровою глазур'ю, символ міста Львова.
Банаш	Каша з кукурудзяної крупи на сметані з бринзою або шкварками, характерна для Карпат.
Борщ по-львівськи	Червоний буряковий борщ з локальними інгредієнтами, часто з грибами або копченим салом.
Пампушки з часником	Дрібні булочки до борщу або як самостійна страва, обсмажені або запечені.
Вергуни (кренделі)	Хрумкі випічки, солодкі або солоні, популярні на ярмарках та святах.
Крученики по-львівськи	М'ясні рулети з начинкою (сир, гриби), запечені або тушковані.
Сирники з вишнями або маком	Обсмажені або запечені сирники, часто з локальними ягодами.
Грибна юшка	Суп із лісових грибів, поширений у Карпатах Львівщини.
Медівка / медові пряники	Солодощі з медом, характерні для львівських ярмарків і фестивалів.
Галушки з картоплі або сиру	Домашні галушки, подають зі сметаною, грибами або шкварками.

Джерело: складено автором

Розвиток гастрономічного бренду Львівського регіону проводиться через конкретні туристичні продукти. Складемо тур Львівським регіоном і програму туру наведемо в табл.3.2. Для гастрономічного туру оберемо назву «Смак традицій Львівщини».

Таблиця 3.2

Програма гастрономічного туру «Смак традицій Львівщини»

День	Час	Локація / об'єкт	Характеристика активності
День 1	7.45–08.00	Трансфер від залізничного вокзалу, м. Львів, пл. Двірцева, 1	Зустріч туристів на вокзалі та трансфер до готелю.
День 1	08:00–08:30	Заселення в готель «Леополіс», м. Львів, вул. Театральна, 16	Поселення туристів у готелі, короткий вступ до гастрономічної культури Львівського регіону.
День 1	08:30–10:00	Відвідування закладу «Львівська копальня кави», м. Львів, пл. Ринок, 10	Ознайомлення з історією львівської кавової культури та дегустація різних сортів кави.
День 1	10:05–11:00	Відвідування закладу «Львівська майстерня шоколаду», м. Львів, вул. Сербська, 3	Майстер-клас із виготовлення шоколаду та дегустація традиційних десертів.
День 1	11:15–12:30	Відвідування ресторану «Кумпель», м. Львів, вул. Винниченка, 6	Обід із традиційними стравами галицької кухні (борщ, банош, крученики).
День 1	12:30–14:30	Пішохідна екскурсія історичним центром міста, м. Львів, пл. Ринок	Огляд основних архітектурних пам'яток та відвідування локальних кав'ярень і гастрономічних крамниць.
День 1	14:35–16:00	Відвідування ресторану «Криївка», м. Львів, пл. Ринок, 14	Вечеря з традиційними стравами галицької кухні та знайомство з тематичною атмосферою закладу.
День 1	16:00–16:10	Трансфер до готелю «Леополіс», м. Львів, вул. Театральна, 16	Повернення туристів до готелю, вільний час.
День 2	08:00–09:00	Сніданок у готелі «Леополіс», м. Львів, вул. Театральна, 16	Сніданок із традиційною випічкою та сирниками.
День 2	09:00–10:00	Відвідування медової ферми «Медовий блюз», Львівська обл., с. Верин	Екскурсія пасікою, знайомство з процесом бджільництва та дегустація медових продуктів.
День 2	10:40–12:30	Відвідування фермерської сироварні «Гарбузовий рай», Львівська обл., с. Гарбузів	Ознайомлення з технологією виготовлення сирів та дегустація фермерської продукції.
День 2	13:30–14:30	Відвідування ресторану «Реберня під Арсеналом», м. Львів, вул. Підвальна, 5	Обід із популярними м'ясними стравами галицької кухні.
День 2	14:35–15:15	Відвідування кав'ярні-кондитерської «Цукерня», м. Львів, вул. Старосьврейська, 3	Підсумкова дегустація десертів (львівський сирник, медівка) та завершення гастрономічного туру.
День 2	15:15–15:35	Трансфер до залізничного вокзалу, м. Львів, пл. Двірцева, 1	Від'їзд туристів.

Джерело: складено автором

Наведемо короткий опис гастрономічних об'єктів туру:

Кафе «Львівська копальня кави» – тематичний заклад у центрі Львова, присвячений історії та культурі кави в місті (рис.3.1). Відвідувачі можуть побачити оригінальні «кафедри» та декор у стилі старовинної кав'ярні, дізнатися про історію львівської кавової традиції та продегустувати різні сорти кави, приготовані класичними та авторськими методами.

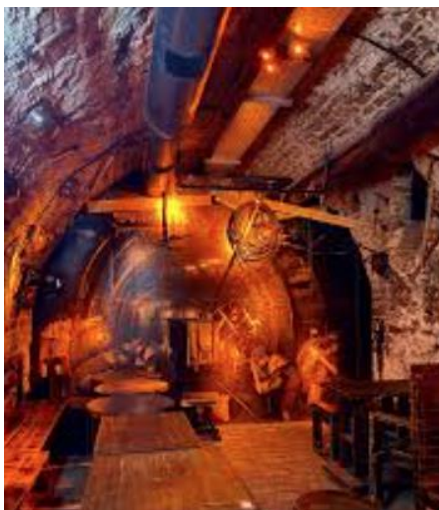


Рис. 3.1 – Кафе «Львівська копальня кави»

Джерело: [51]

Мережа «Львівська майстерня шоколаду» – кондитерський заклад, де туристи знайомляться з процесом виготовлення шоколаду та десертів, беручи участь у майстер-класах (рис.3.2). Власники демонструють ручне виготовлення шоколадних фігур, цукерок та плиток, а також пропонують дегустацію традиційних львівських солодощів.



Рис. 3.2 – Мережа «Львівська майстерня шоколаду»

Джерело: [51]

Ресторан «Кумпель» – перший у Львові ресторан-пивоварня, де гості мають змогу скуштувати пиво, зварене безпосередньо в закладі. Тут кожен може наблизитися до легендарного символу львівського батярства та вар'ятства – «Пивної Циці». (рис.3.3).



Рис. 3.3 – Ресторан «Кумпель»

Джерело: [51]

Крім того, ресторан славиться стравами автентичної галицької кухні, однієї з найрозкішніших регіональних кухонь Східної Європи. У меню – класичні галицькі рецепти: флячки, часникова зупа, карманадля, банош, андрути та інші страви, які подані сучасно, з ресторанним відчуттям витонченості. Для поціновувачів пива особливу цікавість становлять мідні чани для варіння, розташовані просто у залі, де можна спостерігати процес створення живого пива. Щедра кухня, велика кількість пива і атмосфера легкого хуліганства дозволяють гостям відчути себе справжніми львівськими батярами. Інтер'єр ресторану стилізований під класичний паб 19–20 століть, а на стінах представлена колекція пивних костерів із броварень Галичини та різних куточків світу, що додає закладу особливого шарму та автентичності [37, с.102].

Ресторан «Криївка» – легендарний тематичний ресторан на площі Ринок, відомий інтер'єром у стилі підпільних криївок українських повстанців. Тут гості можуть скуштувати страви галицької кухні, а відвідування супроводжується атмосферними деталями та інтерактивними елементами, що створюють неповторний колорит закладу.



Рис. 3.4 – Ресторан «Криївка»

Джерело: [22]

Медова ферма «Медовий блюз» – пасіка у Львівській області, яка спеціалізується на виробництві меду та продуктів бджільництва. Відвідувачі мають змогу побачити процес догляду за бджолами (рис.3.5), спробувати різні види меду, медові настоянки та сувенірну продукцію, а також дізнатися про традиції бджільництва на Львівщині.



Рис. 3.5 – Медова ферма «Медовий блюз»

Джерело: [51]

Сироварня «Гарбузовий рай» – фермерське господарство у Львівській області, де виготовляють натуральні сири та молочні продукти. Туристи можуть спостерігати технологію виробництва, брати участь у дегустації різних видів сирів та дізнатися про особливості сироваріння в українських традиціях (рис.3.6).



Рис. 3.6 – Сироварня «Гарбузовий рай»

Джерело: [51]

Кав'ярня-кондитерська «Цукерня» – невеликий заклад у центрі Львова, який пропонує традиційні львівські десерти, включаючи львівський сирник та медівку. Відвідувачі можуть скуштувати випічку та солодощі ручної роботи, насолоджуючись атмосферою львівської кавової культури та сучасного кондитерського мистецтва.

Ресторан «Реберня під Арсеналом» занурює відвідувачів у середньовічну атмосферу, відтворену до найменших деталей (рис3.7).



Рис. 3.6 – Ресторан «Реберня під Арсеналом»

Джерело: [22]

Тут прийнято їсти руками: офіціанти приносять паперові скатертини та спеціальні накидки для зручності гостей. Фірмовою стравою закладу є ребра в меді, а формат ресторану зосереджений на одному продукті, що дозволяє повністю розкрити його смакові особливості. Крім гастрономічної частини, у закладі розташовано музей сокир з усього світу, який додає ще одну культурно-історичну складову до візиту [22].

Складемо технологічну карту маршруту.

ТЕХНОЛОГІЧНА КАРТА

туристичної подорожі за маршрутом
гастротур «Смак традицій Львівщини»

Основні показники маршруту:

Вид маршруту: гастротуризм.

Категорія складності: середня.

Протяжність маршруту (км): 231 км.

Тривалість подорожі (дів): дві.

Число туристичних груп: 1 група - 25 осіб.

Всього туристів за маршрутом: 25 осіб.

Початок обслуговування групи на маршруті: 08.00

Собівартість туру на 1 особу: 9 920 грн.

Вартість туру на 1 особу: 12 400 грн.

3.2. Інструменти впровадження та маркетингового просування

Основна мета маркетингової кампанії полягає у створенні умов для ефективного впровадження туристичного продукту. До цього належить залучення уваги потенційних клієнтів, формування інтересу до продукту, а також стимулювання бажання його придбати і здійснити реальні покупки. Мандрівники, які цікавляться гастрономією, виноробством, пивоварінням, кулінарією або

випічкою, а також історією певних страв і продуктів, нині можуть обирати серед великої кількості кулінарних туристичних напрямків, представлених на численних веб-ресурсах у світі, саме той турпродукт, що відповідає їхнім вподобанням.

На сьогодні, у зв'язку з війною в Україні, яка стала драматичною подією для держави, увага туристів з різних країн значно зросла, що спрощує завдання популяризації української культури, зокрема унікальних рис національної кухні.

Гастрономічний тур являє собою спеціально сплановану програму кулінарного відпочинку, що передбачає дегустацію страв і напоїв, ознайомлення з культурними традиціями кухні, технологією та процесом приготування страв, а також навчання від професійних кухарів. Гастрономічний бренд виконує роль потужного «магніту» для туристів: приємні кулінарні враження залишаються в пам'яті надовго та часто спонукають повертатися до регіону повторно. Національна кухня дозволяє відчувати місцеву культуру, відображає характер і менталітет населення, поєднуючи традиційні цінності з сучасними туристичними тенденціями, такими як увага до культури, здорового способу життя та нових досвідів.

Складові гастрономічного бренду включають:

- розвинену сферу гастрономії;
- активну гастрономічну спільноту з традиційними ресторанами та кухарями;
- місцеві інгредієнти, що використовуються у традиційній кухні;
- локальні кулінарні технології та «ноу-хау»;
- традиційні продовольчі ринки та харчову промисловість;
- гастрономічні фестивалі, конкурси та нагороди;
- турботу про навколишнє середовище;
- інтеграцію гастрономії в освітні програми.

Львівська область має всі перелічені складові, а львівська кава та львівський сирник – це відомі в усьому світі страви.

Визначимо цільову аудиторію для розвитку гастрономічного туризму Львівського регіону в табл.3.3.

Таблиця 3.3

Цільова аудиторія для розвитку гастрономічного туризму Львівського регіону

Сегмент аудиторії	Характеристика / потреби
Туристи-гурмани	Люблять пробувати нові смаки, шукають місцеві делікатеси та унікальні ресторани.
Поціновувачі національної кухні	Цінують автентичні регіональні страви та традиції харчування, орієнтовані на культуру.
Представники турфірм / туристичні агенції	Шукають цікавий продукт для включення в тури; оцінюють гастрономічні маршрути як товар.
Сімейні туристи	Планують відпочинок з дітьми, цікаві сімейні гастрономічні активності (ярмарки, дегустації).
Молодь та студенти	Орієнтовані на доступні і цікаві події («street food», фестивалі, майстер-класи).
Професіонали гастро-сфери	Шеф-кухарі, фуд-блогери та критики, зацікавлені в нових трендах та продуктах.
Культурно-пізнавальні туристи	Хочуть поєднати гастрономію з історією та культурою регіону (музеї, традиції).

Джерело: складено автором

Отже, цільовою аудиторією для розвитку гастрономічного туризму у Львівській області є туристи різного віку та інтересів, зацікавлені у традиційних місцевих стравах, гастрономічних подіях і поєднанні кулінарії з культурними та історичними відвідинами регіону.

Мета просування гастрономічного туру на міжнародному ринку полягає в донесенні до потенційних туристів думки про те, що участь у гастротурі «Смак традицій Львівщини» відкриває можливість ознайомитись із культурою, національною кухнею та традиціями України.

Цілі маркетингової кампанії з просування гастротуру «Смак традицій Львівщини»:

- поінформувати цільову аудиторію про програму туру, залучити її до комунікації та ознайомити з акційними пропозиціями;
- забезпечити стабільний продаж туру іноземним туристам для отримання прибутку.

Завдання маркетингової кампанії включають:

1. Формування бренду гастрономічного туру «Смак традицій Львівщини».
2. Розробку фірмового стилю туру.
3. Створення інформаційних майданчиків для просування: сайту та сторінок у соціальних мережах.
4. Підготовку рекламно-поліграфічних матеріалів для проведення акцій та інформування споживачів.
5. Організацію спеціальних заходів для просування гастротуру.

Маркетингова стратегія диверсифікації направлена на задоволення інтересів цільової аудиторії.

Рекламна стратегія спрямована на створення привабливого образу гастротуру через рекламу та акції у соціальних мережах, мотивуючи потенційних туристів відвідати тур і відкрити унікальні смаки, традиції та культурні особливості Львівщини.

Креативна стратегія передбачає розробку оригінальних візуальних і текстових матеріалів для підкреслення неповторності гастротуру, включно з елементами туризму, екологічності, національної кухні, автентичних рецептів, унікальної історії та самобутньої культури регіону.

Для креативної концепції гастрономічного туризму сформовано асоціативні ключові слова: кава, львівський сирник, борщ, пампушки, вергуни, галицька кухня, українська культура, традиційні рецепти.

Крім цього, були обрані наступні слогани: «Смак Львівщини – відчуй культуру в кожній страві»; «Традиції на тарілці: відкрий для себе гастрономічну подорож»; «Львівщина смакує історією – кожен укус розкриває культуру»

Сформуємо логотип туру (рис.3.7).



Рис. 3.7 – Логотип гастротуру «Смак традицій Львівщини»

Джерело: розроблено автором за допомогою штучного інтелекту

У соціальних мережах туристичного оператора, який буде просувати даний тур, пропонуємо розмістити інформацію: історія Львівського регіону, відомості про культуру мешканців даного регіону (побут, одяг, поведінку, мислення), традиції української кухні та рецепти національних страв, цитування уривків творів зі стравами Львівської області, де описуються процес приготування страв.

Розглянемо інструменти просування гастрономічного туру «Смак традицій Львівщини» в дод. 3. Пропонуємо такі варіанти просування розробленого гастрономічного туру «Смак традицій Львівщини» (рис.3.2).

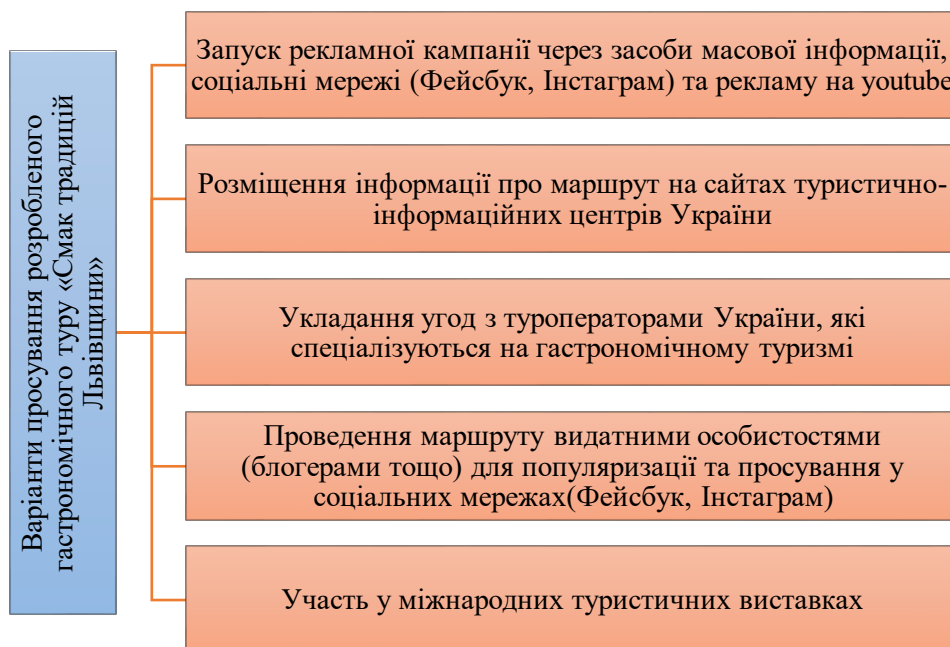


Рис. 3.8 – Варіанти просування розробленого гастрономічного туру «Смак традицій Львівщини»

Джерело: розроблено автором

Отже, метою просування гастрономічного туру «Смак традицій Львівщини» є донесення до потенційних туристів унікальності національної кухні, традицій та культури регіону, а реалізація маркетингових, рекламних та креативних стратегій спрямована на формування привабливого образу туру, активне залучення цільової аудиторії, стимулювання продажу та підвищення впізнаваності гастрономічного бренду Львівщини на внутрішньому та міжнародному ринку.

3.3. Оцінка очікуваної результативності запропонованих заходів

Організація гастротуру буде цікавою та економічно вигідною для групи з 20–30 туристів. Це пов'язано з наповненістю транспортного засобу – малий туристичний автобус на 30 місць. Проведення туру для більшої кількості учасників не доцільне, оскільки передбачено майстер-класи, під час яких туристів необхідно розмістити в одному приміщенні. В автобусі передбачені окремі місця для перекладача та супроводжуючого.

Собівартість туру розрахована на групу з 25 осіб. Для надання послуг із проведення гастротуру необхідно зареєструвати фізичну особу-підприємця (ФОП), 3 група платників єдиного податку, ставка становить 5% від загального доходу, плюс 1% воєнного збору.

Розрахуємо собівартість туру в табл.3.4.

Таблиця 3.4

Собівартість організації гастротуру «Смак традицій Львівщини»

№ п/п	Стаття витрат	Ціна	Кількість	Сума витрат
Постійні витрати				
1	Заробітна плата супроводжуючого туру з ЄСВ, 2 дні	3 000	2	6 000
3	Оренда маршрутки на 2 дні (500 грн. за годину), 24 годин оренди	500	24	12 000
4	Реклама в соціальних мережах	1000	2	2 000
5	Інші постійні витрати (10% від постійних витрат)			2 000
Всього постійних витрат				22 000
Змінні витрати				

6	Страховання життя туристів через СК , 230 грн. за особу	230	25	5 750
7	Оплата за готель, 1 ніч, 1 сніданок	2 480	50	124 000
8	Відвідування Кафе «Львівська копальня кави»	300	50	15 000
9	обіди в ресторанах, 2 рази по 1000 грн.	2000	25	50 000
10	Відвідування медової ферми «Медовий блюз», вхід + дегустація	350	25	8 750
11	Відвідування фермерської сироварні «Гарбузовий рай» + дегустація	600	25	15 000
12	Сувенірі туристам	300	25	7 500
Всього змінних витрат				226 000
Всього				248 000
Собівартість туру на 1 туриста				9920

Джерело: складено автором

Націнку заплануємо на рівні 25%. Розрахуємо вартість туру для туриста:

$$9920 \cdot 1,25 = 12\,400 \text{ грн.}$$

Планується проведення 10 турів на місяць, доходи за місяць складуть:

$$10 \cdot 12\,400 \cdot 25 = 3\,100\,000 \text{ грн.}$$

Собівартість надання туристичних послуг складе:

$$10 \cdot 9\,920 \cdot 25 = 2\,480\,000 \text{ грн.}$$

Прибуток до оподаткування складе:

$$3\,100 - 2\,480 = 620 \text{ тис.грн.}$$

Податок на прибуток та воєнний збір складуть:

$$3\,100 \cdot 6\% = 186 \text{ тис.грн.}$$

Чистий прибуток на місяць складе:

$$620 - 186 = 434 \text{ тис.грн.}$$

В табл. 3.5. наведемо прогноз завантаженості маршруту та грошових потоків.

Таблиця 3.5

План доходів та витрат гастрономічного туру «Смак традицій Львівщини»

Показники	2026 рік						за 6 місяців
	липень	серпень	вересень	жовтень	листопад	грудень	
Кількість туристів	250	250	250	250	250	250	1 500
Доходи	3 100	3 100	3 100	3 100	3 100	3 100	18 600
Витрати	2 480	2 480	2 480	2 480	2 480	2 480	14 880
Прибуток до оподаткування	620	620	620	620	620	620	3 720

Єдиний податок та воєнний збір, 6%	186	186	186	186	186	186	1 116
Чистий прибуток	434	434	434	434	434	434	2 604

Джерело: складено автором

Розрахуємо точку беззбитковості гастрономічного туру «Смак традицій Львівщини» (табл.3.6).

Таблиця 3.6

Визначення точки беззбитковості гастрономічного туру «Смак традицій Львівщини»

Показники	Значення
Виручка, тис.грн.	18 600
Постійні витрати, тис.грн.	1 320
Змінні витрати, тис.грн.	13 560
Маржинальний прибуток, грн.	5 040
Маржинальна рентабельність, %	27,10%
Вартість одиниці, грн.	12 400
Середні змінні витрати на одиницю, грн.	9 040
Точка беззбитковості, одиниць турів (шт.)	0,26
Точка беззбитковості, грн.	81 190

Джерело: розроблено автором

Отже, даний тур є економічно вигідним, а точка беззбитковості складає 81190 тис.грн. та 0,26 туру тобто 6-7 туристів.

Також, реалізація подібних турів буде сприяти розвитку гастрономічного туризму Львівському регіоні.

ВИСНОВКИ

1. Гастрономічний туризм у системі сучасної туристичної діяльності сформувався як самостійний і багатовимірний напрям, що поєднує пізнавальні, культурні та економічні аспекти подорожей через призму кулінарної спадщини. Його сутність полягає у використанні локальної кухні, продуктів і традицій як основи туристичного досвіду, що забезпечує глибше сприйняття території. Різноманітність видів гастрономічного туризму, зокрема за місцем реалізації, продуктово-тематичною спрямованістю та метою подорожі, свідчить про його здатність формувати диференційований туристичний продукт, адаптований до різних сегментів споживачів. Реалізація функцій гастрономічного туризму охоплює економічний, соціокультурний, комунікаційний, рекреаційний та іміджевий вплив, що забезпечує не лише задоволення туристичних потреб, а й розвиток територій, підвищення їх конкурентоспроможності та збереження культурної ідентичності.

2. Гастрономічний туризм формує важливу складову привабливості туристичного регіону, оскільки дозволяє трансформувати локальні кулінарні ресурси у повноцінний туристичний продукт. Його вплив проявляється через поєднання культурного, поведінкового та економічного аспектів, що забезпечує зацікавлення туристів, підвищення впізнаваності території та розширення спектра туристичних послуг. Це забезпечує зростання туристичного попиту, розширення спектра послуг і підвищення конкурентних позицій регіону.

3. Оцінювання потенціалу й результативності гастрономічного туризму передбачає послідовне проходження етапів: ідентифікації та структуризації туристичного потенціалу, оцінювання ресурсно-інфраструктурного забезпечення, аналізу гастрономічного потенціалу і сформованості туристичного продукту, а також визначення результативності його використання і наявних проблем розвитку. Така логіка поєднує аналіз ресурсів, умов їх використання та фактичних

результатів, що дає змогу встановити зв'язок між наявними можливостями регіону і рівнем їх реалізації у туристичній діяльності. Застосування аналітичних методів і системи показників, що включає характеристику ресурсної бази, інфраструктури, туристичних потоків і економічних результатів, забезпечує обґрунтовану оцінку розвитку гастрономічного туризму та виявлення напрямів його подальшого вдосконалення.

4. Львівська область володіє значним ресурсним забезпеченням та розвиненою туристичною інфраструктурою, що формує передумови для розвитку гастрономічного туризму, однак його просторовий розвиток залишається нерівномірним: основна активність зосереджена у місті Львів, тоді як сільські території залучені обмежено. Поєднання природно-рекреаційних і історико-культурних ресурсів, велика кількість закладів ресторанного господарства, активність малого бізнесу та регулярне проведення гастрономічних подій формують основу гастрономічної пропозиції регіону. Динаміка туристичних потоків і надходжень туристичного збору свідчить про зростання попиту на туристичні послуги, що посилює економічну роль галузі. Разом з тим наявний потенціал гастрономічного туризму використовується не повною мірою, що пов'язано з недостатнім розвитком периферійних територій і потребує розширення гастрономічної пропозиції за межами обласного центру.

5. Гастрономічна пропозиція Львівського регіону формується на основі поєднання етнокультурної спадщини, розвиненої мережі закладів харчування, локальних виробників і подієвих форматів, що забезпечують різноманітність туристичного досвіду. Основна концентрація пропозиції зосереджена у місті Львів, де представлені концептуальні ресторани, дегустаційні локації та вулична гастрономія, тоді як поза межами міста активніше розвиваються фермерські господарства, агротуристичні об'єкти та спеціалізовані маршрути. Гастрономічні тури мають переважно короткотривалий і комбінований характер, поєднуючи дегустації з культурно-пізнавальними елементами, а фестивалі та тематичні події підсилюють інтерес до локальної кухні та сприяють її популяризації. Така

структура пропозиції забезпечує привабливість регіону для туристів, проте свідчить про переважання міського сегмента і потребу розширення гастрономічних маршрутів у межах області.

6. Оцінка ефективності розвитку гастрономічного туризму Львівського регіону свідчить про високий рівень активності ресторанного бізнесу, стійкий попит з боку внутрішніх туристів, розширення фермерських і кластерних ініціатив та наявність впізнаваних гастрономічних локацій. Найбільша концентрація гастрономічної пропозиції припадає на Львів, де поєднуються концептуальні заклади, тематичні ресторани, фестивалі та промоційні кампанії. Разом із тим розвиток напрямку стримують нерівномірність залучення районів області, недостатня транспортна доступність, обмежена кількість місць розміщення у віддалених громадах, фрагментарність ініціатив і вплив воєнного стану. Подальше зростання потребує кращої координації між громадами, бізнесом і виробниками, розширення маршрутів за межі Львова та системного просування регіону як гастрономічної дестинації.

7. У межах розвитку гастрономічного бренду Львівського регіону запропоновано програму гастрономічного туру «Смак традицій Львівщини», сформовану з урахуванням локальної кухні, популярних гастрономічних локацій, фермерських господарств і наявної туристичної інфраструктури. Концепція туру передбачає поєднання міського гастрономічного середовища з відвідуванням виробників локальних продуктів, що забезпечує цілісне уявлення про кулінарну культуру регіону через дегустації, майстер-класи та пізнавальні елементи. Програма туру вкобчає відвідування ключових об'єктів гастрономічного туризму Львова та області, а також інтегрує культурні складові, що підсилює туристичний досвід. Розроблення технологічної карти маршруту дозволяє чітко структурувати організацію подорожі, визначити її параметри, витрати та логістику, що забезпечує практичну реалізацію запропонованого туристичного продукту.

8. У межах впровадження гастрономічного бренду Львівського регіону визначено комплекс інструментів просування, що поєднує сегментацію цільової

аудиторії, формування бренду туру «Смак традицій Львівщини» та використання цифрових і комунікаційних каналів. Запропонована маркетингова модель передбачає створення цілісного образу туристичного продукту через візуальну ідентифікацію, змістове наповнення та акцент на автентичних гастрономічних елементах регіону. Обрані інструменти орієнтовані на інформування, залучення та конверсію потенційних туристів у реальні поїздки, з урахуванням інтересів різних сегментів споживачів. Реалізація визначених заходів дозволяє посилити позиції гастрономічного туру на ринку, забезпечити стабільний попит і підтримати впізнаваність Львівщини як гастрономічної дестинації.

9. Розрахунки підтверджують економічну доцільність реалізації гастротуру «Смак традицій Львівщини» за умови формування групи близько 25 осіб і стабільної періодичності проведення. Запланований рівень ціни з націнкою 25% забезпечує позитивний фінансовий результат: при 10 турах на місяць формується валовий дохід 3,1 млн грн, прибуток до оподаткування – 620 тис. грн, чистий прибуток – 434 тис. грн, що свідчить про достатній запас рентабельності. Розрахована точка беззбитковості перебуває на низькому рівні відносно запланованого обсягу реалізації, що знижує ризики недоотримання доходу. Прогноз грошових потоків на піврічний період показує стабільні фінансові результати за умови збереження попиту. Запропонований продукт має потенціал не лише забезпечувати прибутковість, а й стимулювати розвиток локальних виробників, розширення гастрономічних маршрутів і підвищення економічної активності в регіоні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 25 кращих туристичних локацій області презентували у путівнику. URL: <https://lvivoblrada.gov.ua/25-krashchykh-turystychnykh-lokatsiy-oblasti-p/> (дата звернення: 07.03.2026).
2. Антонюк К.Г. Передумови та фактори розвитку гастрономічного туризму. *Бізнес-навігатор*. 2024. № 3 (76). С. 124-128.
3. Бойко Н. О., Висоцька М.О. Гастрономічний туризм і його роль у туристичній спеціалізації Закарпаття. *Collection of Scientific Papers «ЛОГОΣ»*, 2023. № 21. Р. 217–223.
4. Вулична їжа Львова: топ-10 смаколиків, що варто спробувати кожному. URL: <https://arctica.zp.ua/vulychna-yizha-lvova-top-10-smakolykiv-shho-varto-sprobuvaty-kozhnomu/> (дата звернення: 07.03.2026).
5. Гастрономічна карта України. URL: <https://lviv1256.com/lists/hastronomichna-karta-ukrajiny/> (дата звернення: 07.03.2026).
6. Гастрономічна мапа Львова 2024: нові заклади. URL: <https://lviv.media/lifestyle/95249-gastronomichna-mapa-lvova-2024-75-novih-zakladiv-yaki-vidkrilis-cogo-roku/> (дата звернення: 07.03.2026).
7. Гастрономічний «Кнайпен тур». 2026. URL: <https://openlviv.com/gastronomichniy-knaupen-tur/> (дата звернення: 07.03.2026).
8. Гастрономічні тури Львівської області. 2026. URL: https://ua.igotoworld.com/ua/tours_catalog/1678-17-gastronomicheskie-tury-from-lviv-oblast.htm (дата звернення: 07.03.2026).
9. Гастрономічні тури Львова. 2026. URL: https://ua.igotoworld.com/ua/tours_catalog/397742-17-gastronomicheskie-tury-lviv.htm (дата звернення: 07.03.2026).

10. Герасимів З., Луговий Б., Соловей І. Перспективи розвитку гастрономічного туризму в Тернопільській області. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2025. № 2 (91). С. 190–203. DOI: <https://doi.org/10.31375/2226-1915-2025-2-190-203>.

11. Голод А. Гастрономічні фестивалі як чинник туристичної привабливості Львівської області / Андрій Голод, Оксана Никига // Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика : зб. тез доп. II Всеукр. наук.-практ. конф. мол. учених, асп. і студ. з міжнар. участю (19 травня 2022 року, м. Львів). - Львів, 2022. - С. 356-358.

12. Горбань Г.П., Мітал О.Г. Значення гастрономічного туризму в системі подолання сезонності. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2023. № 55. С. 37-42.

13. Горяча О. Внутрішній гастрономічний туризм та інноваційна активність підприємств як чинники конкурентоспроможності туристичних дестинацій України. *Економіка та суспільство*. 2026. № 83. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-83-70>.

14. Дидів І. Організаційні аспекти розвитку гастрономічного туризму в Україні у контексті підвищення регіональної конкурентоспроможності. *Економіка та суспільство*. 2026. № 83. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-83-6>

15. Дишкантюк О.В. Гастрономічний туризм: підручник/О.В. Дишкантюк. К.В. Власюк, Одеса: 2021, 136.

16. Для туристів створили карту Гастромандри Львівщиною. URL: <https://zemliak.com/news/vidpochynok/6694-dlya-turistiv-stvorili-kartu-gastromandri-lvivshchinoyu> (дата звернення: 07.03.2026).

17. Екскурсія на екоферму з дегустацією (Львівська обл.). 2026. URL: <https://www.bodo.ua/ua/lvov/go/ekskursiya-na-ekofermu-z-dehustatsiyeyu-2-do-2-hod-104375/> (дата звернення: 07.03.2026).

18. Когут М. В. Гастрономічний туризм як складова культурного бренду регіонів України: роль географічних зазначень. *Трансформаційна економіка*. 2025. № 3 (12). С. 38–43. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2025-12-6>
19. 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. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/155-8>.
20. Кравців В., Матолич Б., Гулич О., Полюга В. *Рекреаційний потенціал Львівської області та стратегія його освоєння*. Регіональна економіка. 2002. №2. С.134-143.
21. Красовський С.О. Гастрономічний туризм як актуальний тренд сучасної культури. *Питання культурології*. 2021. № (37). С. 169-180.
22. Лепкий М., Левчук О. Гастрономічний туризм як інструмент брендингу регіонів України. *Innovations and Technologies in the Service Sphere and Food Industry*. 2024. № 3 (13). С. 62–68. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.3\(13\).2024.10](https://doi.org/10.32782/2708-4949.3(13).2024.10).
23. Львів гастрономічний. Найпопулярніші заклади серед туристів. URL: <https://fest-tour.com.ua/lviv-gastronomichnyj-najpopulyarnishi-zaklady-sered-turystiv/> (дата звернення: 07.03.2026).
24. Львівська область є лідером за податковими надходженнями від туризму. URL: <https://golossokal.com.ua/en/podii/lvivshchyna-lider-za-podatkovymy-nadkhodzhenniamy-vid-turyzmu.html> (дата звернення: 07.03.2026).
25. Машіка Г., Грабар М. Гастрономічний туризм як інструмент актуалізації кулінарної спадщини та чинник підвищення міжнародної туристичної привабливості. *Економіка та суспільство*. 2026. № 84. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-84-169>.
26. Михайлюк О.Л., Хумаров О.А. Перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні. *Економічні інновації*. 2020. № 2 (75). С. 71-81.

27. На Львівщині створюють гастрономічні тури, інтегровані в європейські маршрути. URL: <https://shotam.info/na-l-vivshchyni-stvoriuiut-hastronomichni-tury-intehrovani-v-ievropeys-ki-marshruty/> (дата звернення: 07.03.2026).

28. Нестерчук І.К. Гастрономічний бренд території (на прикладі культурно-історичної спадщини правобережного Полісся). Поліський національний університет. 2020. С. 43-57.

29. Нестерчук І. К. Методи та інструменти оцінки потенціалу гастрономічного туризму. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Географія*. 2021. № 66. С. 18–28. DOI: <https://doi.org/10.17721/2308-135X.2021.66.18-28>.

30. Офіційний сайт видання «GEO TRAVEL TOUR». URL: <https://www.geotraveltour.com/> (дата звернення: 07.03.2026).

31. Офіційний сайт видання «National Geographic». URL: <https://www.nationalgeographic.com/> (дата звернення: 07.03.2026).

32. Офіційний сайт видання «Мандри. Навігатор». URL: <http://www.mandry.ua/> (дата звернення: 07.03.2026).

33. Офіційний сайт видання «Міжнародний туризм». URL: <https://intour.com.ua/> (дата звернення: 07.03.2026).

34. Офіційний сайт м. Львов. URL: <https://city-adm.lviv.ua> (дата звернення: 07.03.2026).

35. Офіційний туристичний сайт міста Львів. URL <https://lviv.travel/> (дата звернення: 07.03.2026).

36. Паска М. З. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму Львівщини в контексті формування ресторанних брендів. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2022. № (5). С. 98-103.

37. Паска М.З. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму Львівщини в контексті формування ресторанних брендів. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2022. № 5. С. 98–103. DOI: <https://doi.org/10.36477/tourismhospcee-5-12>

38. Паска М., Боратинський О. Розвиток автентичної кухні на основі регіональності у контексті туристичних подорожей Львівщиною. *Економіка та суспільство*. 2024. № (69). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-159>

39. Паска М., Свищ Л., Фик Б. Регіональні страви Львівщини – основа галицької кухні. *Економіка та суспільство*. 2023. № 58. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-16>

40. Романенко Н. Теоретико-методологічні засади формування продукту гастрономічного туризму на міжнародному ринку. *Туристичний бізнес: міжнародний фокус та національні інтереси*: 2024. С. 100–105.

41. Рубіш М. А., Чорній М. В., Зеленська Л. В. Гастрономічний туризм як засіб активізації туристичних дестинацій. Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія “Економіка”: збірник наукових праць. 2020. Вип. 1 (13). С. 61–66.

42. Семенюк Л. Л., Рудич А. І., Бірюкова О. В. Роль гастрономічного туризму у сталому розвитку готельно-ресторанної справи та підвищенні привабливості регіонів України. *Економіка та суспільство*. 2025. Вип. 75. С. 459. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-75-56>.

43. Смак Львівщини: як в області розвивається гастротуризм. 2025. URL: <https://dyvys.info/2025/05/14/gastroturyzm-lvivshhyny-yak-rozvyvayetsya-ta-yaki-ye-perspektyvy/> (дата звернення: 07.03.2026).

44. Соколовська О.О., Радченко А.Е., Пащенко А.О. Упровадження міжнародного досвіду в розвиток винного туризму в Україні. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2024. Вип. 2 (36). С. 174–190.

45. Спокусити туриста. Історія львівського кластеру, який об'єднав 33 фермери. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2019/04/25/647276/> (дата звернення 07.03.2026).

46. Ставська Ю.В. Гастрономічний туризм як популярний напрям у туристичній індустрії. *Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2023. № 2. С. 148-167.

47. Туристичний збір на Львівщині у січні перевищив 5,9 млн грн. 2026. URL <https://loda.gov.ua/news/158477> (дата звернення: 07.03.2026).

48. Фесенко Г. О. Гастротуризм як актуальний тренд сучасного розвитку сфери туризму в Україні. *Ефективна економіка*. 2021. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8884> (дата звернення: 26.04.2026). DOI: [10.32702/2307-2105-2021.5.200](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.5.200)

49. Український гастротур – найкраща львівська їжа. 2026. URL: <https://lvivbuddy.com/uk/privatni-ekskursii-po-lvovu/gastro-tur-ukrainskoi-kuhni-u-lvovi/> (дата звернення: 07.03.2026).

50. Lviv Food Tasting Private Walking Tour. 2026. URL: <https://www.klook.com/ru/activity/25184-lviv-food-tasting-private-walking-tour/> (дата звернення: 07.03.2026)

51. Lviv Gastro Tour. 2026. URL: <https://ornament.ua/en/tour/lviv-gastro-tour-en/> (дата звернення: 07.03.2026).

52. Lviv Gourmet Tour with Tasting. 2026. URL: <https://greentourua.com/tours/lviv-gourmet-tour-with-tasting/> (дата звернення: 07.03.2026).

53. Tasty Lviv – food & drink tour. 2026. URL: <https://wondersholidays.com/wonders/lviv-food-drink-tour/> (дата звернення: 07.03.2026).

54. Rutynskyi M., Kushniruk H. Restaurant industry in the tourist city of Eastern Europe: Post-COVID-19 perspectives – The case of Lviv, Ukraine. *Gastronomy, Hospitality, and the Future of the Restaurant Industry: Post-COVID-19 Perspectives*. 2022. DOI: [10.4018/978-1-7998-9148-2.ch012](https://doi.org/10.4018/978-1-7998-9148-2.ch012)

55. Сироварня – сімейний ресторан-сироварня у Львові з власним крафтовим сиром. URL: <https://syrovarnia.lviv.ua/> (дата звернення: 08.03.2026).

56. Lviv Taste Fair – гастрономічна подія з участю крафтових сирних продукційників та дегустацій. URL: <https://organicinfo.ua/en/events/lviv-taste-fair-2025/> (дата звернення: 08.03.2026).

ДОДАТКИ

Додаток А

Класифікація гастрономічного туризму

Ознака класифікації	Підвид	Характеристика туристичної діяльності
За розташуванням туристичного місця	Сільський	Збирання ягід у лісі, збирання овочів і фруктів на городі, пошук трюфелів або прогулянка виноградниками
	Міський	Відвідування ресторанів з можливістю спробувати ексклюзивні та характерні страви
За видом конкретного продукту або напою	Винні	Екскурсії по виноградниках та відвідування виноробних господарств із можливістю дегустації вин
	Пивні	Екскурсії до пивоварень різного масштабу, включаючи як великі, так і домашні, з можливістю дегустації
	Сирні	Відвідування майстерень і сирних підземеллів, із проведенням дегустації
	Шоколадні	Відвідування заводів з виробництва шоколаду з можливістю дегустації
	Чайні	Екскурсія на чайні плантації та заводи, які взялися за фасування продуктів чаю після збору
	Кавові	Екскурсія на кавові плантації та заводи, які займаються упаковкою продуктів після збору
	Агро	Екскурсія на агрокомплекси та фермерські угіддя.
За метою подорожі	Фруктово-ягідні	Дегустація фруктів та овочів, що є характерними для даного регіону чи країни
	Змішані	Поєднання декількох спеціалізацій
	Культурно-пізнавальний	Участь в різноманітних екскурсіях
За напрямом подорож	Оздоровчий	Дегустація чайних зборів із лікарських трав, меду у поєднанні з апітерапією, винотерапією та дієтотерапією
	Гурман	Дегустація страв і напоїв в обіді гастрономічних експертів, таких як сомельє та дегустатор
	Святковий	Прийняття участі та відвідування гастрономічних фестивалів
Особливі	Фестивальний	Участь у гастрофестивалях та їх відвідування
	Гастро-дипломатія	Проведення дипломатичних прийомів на різних рівнях з урахуванням кулінарних характеристик країн гостей та країни-організатора

Джерело: складено за [15]

Інструменти оцінювання гастрономічного потенціалу регіону

Метод	Що аналізує	Переваги	Практичне застосування
SWOT-аналіз	Внутрішні та зовнішні чинники розвитку	Чітка структура, простота інтерпретації	Формування стратегій розвитку
PEST-аналіз	Політичні, економічні, соціальні, технологічні чинники	Виявлення макроризиків та трендів	Планування маркетингових та інвестиційних рішень
Соціологічні опитування	Поведінку, потреби та очікування туристів і стейкхолдерів	Реальні дані, глибинне занурення	Розробка продуктів і маршрутів
Картографічні моделі	Просторовий розподіл ресурсів	Візуалізація та стратегічне планування	Виявлення гастрокластерів і перспективних територій
Аналіз туристичної поведінки	Звички та мотиви туристів	Підвищення якості турпродукту	Сегментація аудиторій

Джерело: складено за [2;14;29]

Загальний туристичний потенціал Львівської області

Тип ресурсу	Кількість (орієнтовна, 2025 рік)	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 (не працює в умовах воєнного стану), залізниця, автошляхи	Доступність і мобільність для туристів



Гастрономічна карта України

Джерело: [5]

Перелік фермерських господарств Львівщини	Козяча ферма двох Катерин
	Фермерське господарство «Галицька Сорока»
	Молочна ферма Прикарпаття «Мукко»
	ТОВ «Карпатський водограй»
	Сільськогосподарський кооператив «Бескид»
	ФайнаBerry
	Ферма равликів Tante Snails
	Еко-резиденція «Zaluzhany»
	Відпочинковий комплекс «Петрова пасіка»
	Медовий блюз
	Фермерське господарство «Західний Равлик»
	Сімейне господарство Cozy farm
	Бананова ферма – Саджанці екзотичних фруктів та рослин
	Сироварня «Гарбузовий Рай»
	Золота Форель
	Вежа Ведмежа
	Ранчо Скарбова Гора
	Опака
	Рибничанка
	Galicia Greenery LLC
	Козяча ферма «Шеврет»
	Еко-ферма «Плай»
	Фермерське господарство «Агротем»
	Сільськогосподарський кооператив «Вулкан»
	Гостинний двір на Білому потоці
	Ферма «Добре діло»
	Як Бджола
	Липова Долина

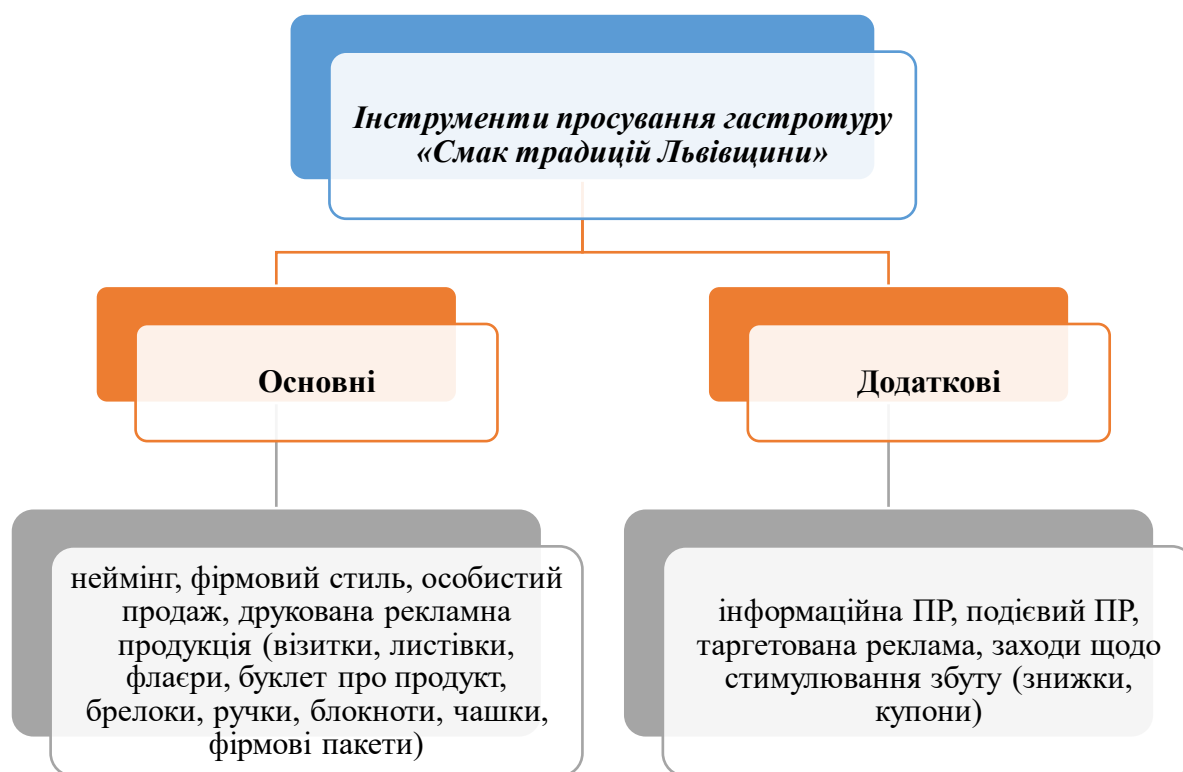
Перелік фермерських господарств Львівщини

Джерело: [15]

Огляд популярних львівських локацій вуличної їжі

Назва точки	Що спробувати	Адреса
Batyar Street Food	Ковбаски на грилі, деруни	вул. Вірменська, 15
Сиринкова Хата	Львівський сирник	вул. Краківська, 10
Rebernia Lviv	Сендвіч з ребрами, млинці	вул. Підкова, 5
Млинцева Хата	Млинці з начинками	пр. Свободи, 22
Фудтрак "На Ринку"	Хот-дог, картопля з трюфелем	площа Ринок

Джерело: [2]



Інструменти просування гастрономічного туру «Смак традицій Львівщини»

Джерело: розроблено автором

КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ
(ФРАГМЕНТІВ)

1	Паска, Свищ, Фик.docx 1/12/2024 Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")	56 (0.45 %)
2	«КУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ВУЛИЧНОЇ ЇЖИ В РІЗНИХ КРАЇНАХ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ГОСТИННІСТЬ МІСТ» 12/3/2024 Lviv State University of Physical Culture (LSUPC)	53 (0.43 %)
3	Десятник Кулінарний тур 1/29/2026 State University of Trade and Economics (Кафедра туризму та менеджменту креативних індустрій)	42 (0.34 %)
4	https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/31074/1/materialy%202020.pdf	35 (0.28 %)
5	https://tourlib.net/statti_ukr/paska.htm	25 (0.2 %)
6	https://www.docsity.com/ru/tehnologichniy-proces-pidgotovki-realizaciji-ta-provedennya-turu/5531837/	24 (0.19 %)
7	https://zenodo.org/records/7440682/files/Food_Tourism_as_a_Current_Trend_in_Modern_Culture.pdf	24 (0.19 %)
8	https://tourlib.net/statti_ukr/paska.htm	23 (0.19 %)
9	242_ Butko Serhii Hryhorovych_tgb2025 12/17/2025 National University of Food Technologies (Кафедра туристичного та готельного бізнесу)	23 (0.19 %)
10	Левчук 12/22/2025 Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")	21 (0.17 %)

База даних RefBooks (0.12 %)



#	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
джерело: Paperity		
1	TRANSFORMATION OF INFORMATION SUPPORT FOR SMALL AGRIBUSINESS MANAGEMENT IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION: PROBLEM AREAS AND DIRECTIONS FOR DEVELOPMENT Сільченко Володимир;	15 (1) (0.12 %)

Домашня база даних



#	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
---	-----------	--

Програма обміну базами даних (4.56 %)



#	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
---	-----------	--

2	КР Махмутова 5к4з 1/23/2026 State University of Trade and Economics (Кафедра туризму та менеджменту креативних індустрій)	143 (15) (1.16 %)
3	Паска, Свищ, Фик.docx 1/12/2024	56 (1) (0.45 %)

Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")

4	«КУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ВУЛИЧНОЇ ЇЖИ В РІЗНИХ КРАЇНАХ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ГОСТИННІСТЬ МІСТ» 12/3/2024 Lviv State University of Physical Culture (LSUPC)	53 (1) (0.43 %)
5	Левчук 12/22/2025 Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")	47 (5) (0.38 %)
6	Десятник Кулінарний тур 1/29/2026 State University of Trade and Economics (Кафедра туризму та менеджменту креативних індустрій)	42 (1) (0.34 %)
7	2025_T_242-216-02_Лещенко_К. 5/28/2025 State Biotechnological University (Кафедра туризму)	41 (4) (0.33 %)
8	242_Butko Serhii Hryhorovych_tgb2025 12/17/2025 National University of Food Technologies (Кафедра туристичного та готельного бізнесу)	29 (2) (0.24 %)
9	Істоміна - аниплариат 2/2/2026 State University of Trade and Economics (Кафедра туризму та менеджменту креативних індустрій)	29 (4) (0.24 %)
10	Soltanova.pdf 5/14/2024 Odessa National Economic University (Odessa National Economic University)	27 (2) (0.22 %)
11	Гастрономічний туризм як перспективний напрям розвитку туристичної галузі Львівської області 5/20/2024 Sumy National Agrarian University (SNAU)	20 (2) (0.16 %)
12	РОЛЬ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ 5/28/2025 Lviv University of Trade and Economics (Lviv University of Trade and Economics)	18 (2) (0.15 %)
13	2023_62420000_Datsko_Andriana_Mykhailivna_119437 11/22/2024 National University "Lviv Politechnika" (National University Lviv Politechnika)	18 (2) (0.15 %)
14	КР Імшенецька А 5-4з п 1/23/2026 State University of Trade and Economics (Кафедра туризму та менеджменту креативних індустрій)	14 (1) (0.11 %)
15	Крючатова_УТМ-41 6/6/2025 V. N. Karazin Kharkiv National University (KKNU) (ННІ КІМВ та ТБ - кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу)	13 (1) (0.11 %)
16	Myronyuk.pdf 5/14/2024 Odessa National Economic University (Odessa National Economic University)	7 (1) (0.06 %)
17	ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ (НА ПРИКЛАДІ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ) 6/21/2022	5 (1) (0.04 %)

Інтернет (2.09 %)



#	ДЖЕРЕЛО URL	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
18	https://tourlib.net/statti_ukr/paska.htm	103 (6) (0.84 %)
19	https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/31074/1/materialy%202020.pdf	35 (1) (0.28 %)
20	https://zenodo.org/records/7440682/files/Food_Tourism_as_a_Current_Trend_in_Modern_Culture.pdf	33 (2) (0.27 %)
21	https://www.doccity.com/ru/tehnologichniy-proces-pidgotovki-realizacii-ta-provedennya-turu/5531837/	29 (2) (0.24 %)
22	https://baczewski.com.ua/pro-nas/	19 (2) (0.15 %)
23	https://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/34862/1/Bohdan%20Fyk%2c%20Mariia%20Paska.pdf	15 (1) (0.12 %)
24	https://repo.btu.kharkiv.ua/bitstreams/718e309e-bd62-45ca-be74-644f1b2a1089/download	12 (1) (0.1 %)
25	https://agroday.com.ua/2019/04/30/galytski-gorbogory-na-lvivshhyni-33-fermery-ob-yednalys-v-turystychnyj-klaster/	11 (1) (0.09 %)



Список прийнятих фрагментів

#	ЗМІСТ	КІЛЬКІСТЬ ОДНАКОВИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
---	-------	---------------------------------------