ЛЬВІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

РЕСТОРАЦІЇ ЛЬВОВА: ІСТОРИЧНИЙ ТА СУЧАСНИЙ АСПЕКТИ

Виконала: здобувачка першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти
ОПП “Готельно-ресторанна справа”
спеціальності 241 “Готельно-ресторанна справа”

_____ **Мякушко Софія Павлівна**

Науковий керівник: д.е.н., професор
_____ **Мельник Ірина Миколаївна**

Львів – 2026

ЛЬВІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Інститут, факультет *Товарознавства, управління та сфери обслуговування*
Кафедра *Туризму та готельно-ресторанної справи*
Рівень вищої освіти *Перший*
Ступінь вищої освіти *Бакалавр*
Спеціальність *241 "Готельно-ресторанна справа"*
Освітньо-професійна програма *"Готельно-ресторанна справа"*

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____
д.е.н., професор Мельник І. М.
"01" жовтня 2025 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧКИ

МЯКУШКО СОФІЇ ПАВЛІВНИ

1. Тема роботи *"Ресторації Львова: історичний та сучасний аспекти"*
Керівник роботи: *д.е.н., професор Мельник І. М.*
затверджені наказом ректора закладу вищої освіти від *"29" вересня 2025 року № 960/03*
2. Термін подання здобувачем роботи: *"10" червня 2026 року*
3. Вихідні дані до роботи: *особливості розвитку львівських ресторацій як елементу міського культурного та туристичного середовища у контексті історичних, культурних і національних аспектів становлення ресторанної культури м. Львів.*
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): *історичні аспекти становлення ресторанної справи у Львові; сучасний стан та тенденції розвитку ресторанного ринку м. Львів, перспективи розвитку ресторанної справи у контексті популяризації гастрономічного туризму.*
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): *аналітичні таблиці, графіки і діаграми*

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
–	–	–	–

7. Дата видачі завдання *"30" вересня 2025 р.*

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка про виконання
1.	*Вибір теми, погодження плану з науковим керівником*	*вересень 2025 року*	
2.	*Літературний огляд*	*до 20 грудня 2025 року*	
3.	*Написання 1 розділу роботи*	*до 10 січня 2026 року*	
4.	*Збір та обробка практичних, статистичних і інших цифрових матеріалів*	*до 10 березня 2026 року*	
5.	*Проведення аналізу, розроблення відповідних рекомендацій*	*до 20 квітня 2026 року*	
6.	*Здача роботи науковому керівникові в першому варіанті*	*до 01 травня 2026 року*	
7.	*Усунення зауважень і оформлення роботи*	*до 30 травня 2025 року*	
8.	*Перевірка роботи на плагіат*	*до 05 червня 2026 року*	
9.	*Оформлення зовнішньої рецензії і відгуку наукового керівника*	*до 09 червня 2026 року*	
10.	*Здача роботи на кафедру*	*10 червня 2026 року*	

Здобувачка _____ **С. П. Мякушко**

Керівник роботи _____ **І. М. Мельник**

АНОТАЦІЯ

Мякушко С.П. Ресторації Львова: історичний та сучасний аспекти. – Рукопис.

Кваліфікаційна робота на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою "Готельно-ресторанна справа" зі спеціальності 241 "Готельно-ресторанна справа". – Львівський торговельно-економічний університет. Львів. 2026.

Роботу присвячено дослідженню становлення та розвитку ресторацій Львова в історичному та сучасному аспектах. Розглянуто еволюцію закладів ресторанного господарства міста у контексті його багатонаціональної культурної спадщини, торговельного значення та розвитку гастрономічного туризму. Визначено історичні передумови формування львівської ресторанної культури, проаналізовано сучасний стан ресторанного ринку міста та основні формати закладів (тематичні, концептуальні, національні та авторські ресторації). На основі проведеного аналізу охарактеризовано ключові тенденції розвитку ресторанної сфери Львова, зокрема зростання ролі концептуальних закладів як елементів туристичної інфраструктури та посилення значення авторської гастрономії. Сформульовано перспективи подальшого розвитку ресторанної справи міста в умовах популяризації гастрономічного туризму та зростання конкуренції на ринку.

Ключові слова: ресторанна справа, ресторації Львова, гастрономічний туризм, концептуальні ресторани, історія ресторанної культури, авторська кухня.

ANNOTATION

Myakushko S.P. Restaurants of Lviv: historical and modern aspects. – Manuscript.

Qualification Thesis for Obtaining the First (Bachelor's) Level of Higher Education under the Educational and Professional Program "Hotel and Restaurant Business" in Specialty 241 "Hotel and Restaurant Business." – Lviv Trade and Economic University. Lviv. 2026.

The paper is devoted to the study of the development of restaurants in Lviv in both historical and contemporary perspectives. It examines the evolution of food service establishments in the city in the context of its multicultural heritage, commercial significance, and the development of gastronomic tourism. The historical prerequisites for the formation of Lviv's restaurant culture are identified, the current state of the city's restaurant market is analyzed, and the main formats of establishments (thematic, conceptual, national, and author's restaurants) are described. Based on the conducted analysis, key trends in the development of Lviv's restaurant industry are characterized, including the growing role of conceptual restaurants as elements of tourism infrastructure and the increasing importance of author's gastronomy. Prospects for the further development of the city's restaurant sector in the context of the popularization of gastronomic tourism and increasing market competition are outlined.

*Keywords***:** restaurant industry, restaurants of Lviv, gastronomic tourism, conceptual restaurants, history of restaurant culture, author's cuisine.

ЗМІСТ

стор.

ВСТУП 3

РОЗДІЛ 1. ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ СТАНОВЛЕННЯ РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ У ЛЬВОВІ 6

1.1 Особливості розвитку львівських ресторацій як елементу міського культурного та туристичного середовища 6

1.2 Вплив історичних, культурних і національних чинників на становлення ресторанної культури міста 11

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО РИНКУ ЛЬВОВА 31

2.1 Типологія ресторацій міста: концептуальні, тематичні, національні, авторські формати 31

2.2 Аналіз діяльності провідних тематично-концептуальних ресторанних брендів Львова 41

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ У ЛЬВОВІ 58

3.1 Активізація гастрономічного туризму як чиннику популяризації львівських ресторацій 59

3.2 Вдосконалення організації діяльності сучасних ресторацій міста 65

ВИСНОВКИ 73

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 75

ВСТУП

Ресторанна справа є однією з ключових складових сфери гостинності та важливим елементом економічного розвитку сучасного суспільства. Вона поєднує виробничі, торговельні та сервісні функції, забезпечуючи задоволення базових потреб населення у харчуванні та водночас формуючи простір для соціальної комунікації, культурного обміну й дозвілля. Заклади ресторанного господарства відіграють значну роль у розвитку туризму, створенні робочих місць, наповненні місцевих бюджетів і формуванні іміджу територій. У сучасних умовах ресторанна справа активно трансформується під впливом глобалізаційних процесів, зміни споживчих уподобань, цифровізації сервісів та впровадження інноваційних технологій, що зумовлює необхідність її ґрунтовного наукового аналізу та осмислення перспектив подальшого розвитку.

Актуальність теми дослідження зумовлена зростанням ролі ресторанного господарства у формуванні туристичної привабливості міст та розвитку їх культурного простору. Львів є одним із провідних гастрономічних центрів України, де ресторанна справа протягом століть формувалася під впливом різних історичних епох, національних традицій і соціально-економічних змін. Ресторації Львова виступають не лише закладами харчування, а й важливими елементами міського середовища, що відображають історичну спадщину, архітектурну унікальність та культурну самобутність міста.

Історія розвитку львівських ресторацій тісно пов’язана з багатонаціональним характером міста, його торговельним значенням та статусом культурного центру. У різні періоди вони виконували функції місць суспільного спілкування, ділових зустрічей, творчих дискусій та формування громадської думки. Сучасний етап розвитку ресторанного ринку Львова характеризується появою концептуальних форматів, тематичних закладів, авторських гастрономічних проєктів, активним брендуванням й інтеграцією у

туристичну інфраструктуру.

В умовах посилення конкуренції, змін споживчих вподобань та активного розвитку гастрономічного туризму виникає потреба в комплексному аналізі історичних передумов становлення ресторанної справи у Львові, оцінці сучасного стану ринку та визначенні перспектив його подальшого розвитку. Дослідження історичного досвіду та сучасних тенденцій дозволяє глибше осмислити роль ресторацій у соціально-економічному та культурному житті міста.

Метою кваліфікаційної роботи є обґрунтування теоретичних засад та розробка практичних рекомендацій щодо становлення та розвитку ресторанної справи у м. Львів у контексті історичних, культурних і національних особливостей регіону. Для досягнення поставленої мети вирішено такі завдання:

– визначено історичні передумови розвитку закладів ресторанного господарства м. Львів;

– досліджено вплив культурних, національних та соціально-економічних чинників на формування ресторанної культури міста;

– проаналізовано сучасний стан ресторанного ринку Львова;

– узагальнено типологію сучасних ресторацій м. Львів;

– проведено порівняльний аналіз діяльності провідних ресторанних брендів Львова та оцінено їх туристичну привабливість;

– визначено перспективи розвитку закладів ресторанного господарства Львова у контексті популяризації гастрономічного туризму в регіоні.

Об’єктом дослідження є концептуальні (тематичні) заклади ресторанного господарства м. Львів. Предметом дослідження – процес становлення і розвитку закладів ресторанного господарства під впливом історичних, культурних і національних особливостей регіону.

У процесі виконання роботи використано такі методи дослідження: історичний і порівняльний аналіз, системний підхід, узагальнення, статистичний аналіз, метод класифікації, графічний метод представлення

даних та інші загальнонаукові методи пізнання. У роботі застосовувалися інструменти штучного інтелекту (Gemini, ChatGPT, Claude) як допоміжні засоби для первинного структурування літературних джерел, систематизації даних та формулювання робочих гіпотез. Усі аналітичні висновки, інтерпретація результатів і наукові узагальнення здійснені автором особисто.

Нові результати дослідження кваліфікаційної роботи, запропоновані автором особисто, полягають у вдосконаленні стратегії розвитку закладів ресторанного господарства з врахуванням історичних, культурних і національних особливостей регіону.

Практичне значення роботи полягає у можливості використання отриманих результатів для вдосконаленн я діяльності сучасних ресторацій Львова у контексті їх залучення до формування ефективних стратегій розвитку гастрономічного туризму та підвищення конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства. Сформульовані в кваліфікаційній роботі висновки і пропозиції знайшли схвальні відгуки у керівництва ресторану “Гарні люди” (ФОП Синявський Н.Б.).

За результатами дослідження опубліковано тези обсягом 0,1 друк. арк. за матеріалами XIII-ої міжнародної науково-практичної конференції “Інновації в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг” (м. Львів, 04 грудня 2025 року).

Кваліфікаційна робота є завершальною стадією навчання і виконується з метою систематизації, закріплення, розширення теоретичних знань та поглибленого вивчення і вирішення складної спеціалізованої практичної проблеми у діяльності закладів ресторанного господарства, пов’язаної із їх адаптацією до історичних, культурних і національних особливостей регіону, характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Робота викладена на 71 сторінках, містить 8 таблиць та 1 рисунок. У списку використаних джерел вказано 43 позиції на 5 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ СТАНОВЛЕННЯ РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ У ЛЬВОВІ

1.1. Особливості розвитку львівських ресторацій як елементу міського культурного та туристичного середовища

Ресторанна справа в сучасному суспільстві виходить далеко за межі задоволення фізіологічної потреби у харчуванні та перетворюється на важливий соціокультурний феномен. Заклади ресторанного господарства формують середовище комунікації, відпочинку, творчого обміну та презентації локальної ідентичності. Особливо яскраво ця тенденція простежується у містах із багатою історико-культурною спадщиною, де ресторації стають складовою туристичного бренду та невід'ємною частиною урбаністичного простору [1, с. 190].

Місто Львів є одним із найяскравіших прикладів поєднання гастрономії, історії та туризму. Багатовікова історія, багатонаціональне минуле, вигідне географічне розташування та статус культурного центру сприяли формуванню унікальної ресторанної традиції. Львівські ресторації виступають не лише місцями споживання їжі, а й своєрідними культурними майданчиками, де відтворюються історичні сюжети, зберігаються кулінарні традиції та створюються нові гастрономічні концепції [4, с. 78].

У сучасних умовах розвитку туризму ресторації Львова активно інтегруються у туристичну інфраструктуру міста, формуючи його гастрономічну привабливість. Вони впливають на імідж міста, підвищують його конкурентоспроможність на внутрішньому та міжнародному ринках туристичних послуг, сприяють розвитку малого та середнього бізнесу. Саме тому дослідження особливостей розвитку львівських ресторацій як елементу

міського культурного та туристичного середовища є актуальним і важливим для розуміння сучасних процесів у сфері гостинності та урбаністики.

Розвиток ресторанної культури у Львові має глибокі історичні корені. Ще у середньовіччі місто було важливим торговельним центром на перехресті європейських торговельних шляхів. Завдяки цьому тут формувалися різноманітні культурні та гастрономічні традиції. У різні історичні періоди Львів перебував під владою різних держав, що суттєво вплинуло на розвиток його кулінарної культури [2, с. 44]. Місто входило до складу таких державних утворень, як Королівство Польське, Австро-Угорська імперія, Друга Річ Посполита та СРСР. Кожен із цих періодів залишив свій відбиток у культурі харчування та традиціях обслуговування (табл. 1.1).

Особливо важливим для розвитку ресторанної культури був період перебування міста у складі Австро-Угорської імперії. Саме тоді у Львові активно розвивалася мережа кав'ярень, ресторанів та трактирів, що відповідали європейським стандартам того часу. Львів'яни активно відвідували ці заклади, де не лише споживали напої та їжу, а й спілкувалися, обговорювали політичні події, читали газети та проводили ділові зустрічі. Саме тоді сформувалася традиція "кавової культури", яка збереглася у місті до сьогодні [3].

Під впливом цієї тенденції, важливою складовою львівської гастрономічної традиції до сьогодні збереглася унівкальна культура споживання кави. За легендою, одним із популяризаторів кави у Європі був уродженець Львівщини Юрій Кульчицький, який після Віденської битви 1683 року відкрив у Відні одну з перших кав'ярень. Ця історична постать стала символом кавової культури, що активно популяризується і у сучасному Львові.

У впродовж тривалого історичного періоду львівські заклади ресторанного господарства виконують не лише функцію харчування, але й формують культурний простір міста. Саме тому багато сучасних закладів

мають власну концепцію, тематичне оформлення та унікальну атмосферу, що відображає історію, традиції та легенди Львова [5, с. 279].

Таблиця 1.1

Історичні етапи розвитку ресторанної справи у Львові та особливості формування гастрономічної культури

Період	Характеристика розвитку ресторанної справи	Особливості гастрономічної культури
Середньовічний (XIV–XVI ст.)	У місті з'являються перші корчми, трактири та заїжджі двори, які обслуговували купців, ремісників та мандрівників. Заклади розташовувалися поблизу торгових площ і головних шляхів	Основу харчування складали прості страви місцевої кухні: хліб, м'ясо, каші, пиво та медові напої. Формуються перші традиції гостинності
Річ Посполита (XVI–XVIII ст.)	Львів активно розвивається як торговий центр. Зростає кількість корчм, шинків та гостинних дворів. Заклади стають місцями ділових зустрічей і громадського життя	Відчутний вплив польської, єврейської та вірменської кухонь. У меню з'являються нові спеції, м'ясні страви, вина та десерти
Австро-Угорська монархія (кінець XVIII – початок XX ст.)	Значне зростання ресторанної культури. Виникають кав'ярні, кондитерські, ресторани європейського типу. Формується традиція відвідування кав'ярень	Поширюється культура споживання кави та десертів. Розвивається гастрономія під впливом австрійської та центральноєвропейської кухні
Міжвоєнний період (1918-1939 рр.)	Активний розвиток міських ресторанів, кав'ярень та кондитерських. Вони стають осередками культурного життя, де збирається інтелігенція	У меню поєднуються польські, галицькі та європейські кулінарні традиції. З'являються нові десерти, кавові напої, кондитерські вироби
Радянський період (1939-1991 рр.)	Ресторанна сфера переходить у державну власність. Заклади стають стандартизованими, обмежується різноманіття меню	Переважають типові страви радянської кухні. Зменшується різноманіття національних гастрономічних традицій
Сучасний етап розвитку (XXI ст.)	Ресторації стають важливою частиною туристичної інфраструктури. Розвиваються тематичні ресторани, гастрономічні фестивалі та культурні заходи	Поєднання традиційної галицької кухні з сучасною гастрономією, розвиток кавової та шоколадної культури

Унікальність історичного розвитку міста Львова зумовила появу значної кількості закладів ресторанного господарства, що поєднують гастрономію з театралізованими елементами, інтерактивними програмами та культурними подіями. Зокрема, компанія !FEST створила цілу мережу

оригінальних тематичних ресторанів. Серед найвідоміших закладів цього холдингу варто відзначити “Криївка”, “Гасова лямпа”, “Мазох-cafe” та Львівська копальня кави. Кожен із цих закладів має власну концепцію, що базується на історії або культурних особливостях міста.

Наприклад, ресторація “Криївка” присвячена історії українського визвольного руху та стилізована під підземне укриття повстанців. Відвідування цього закладу супроводжується театралізованим входом та інтерактивними елементами, що створюють унікальний туристичний досвід. Заклад “Гасова лямпа” присвячений винаходу гасової лампи у Львові у XIX столітті. Тут поєднується наукова історія з гастрономічною культурою та оригінальним інтер’єром [10, с. 85].

Сьогодні ресторани та кав’ярні Львова стали важливою туристичною атракцією. Багато туристів відвідують місто не лише заради архітектури та історичних пам’яток, але й для того, щоб ознайомитися з місцевою кухнею та атмосферою львівських ресторанів. Історичний центр Львова внесений до списку ЮНЕСКО як об’єкт світової культурної спадщини. Це сприяє постійному зростанню туристичного потоку, що стимулює розвиток ресторанної інфраструктури. Ресторації активно використовують історичний контекст міста, створюючи тематичні меню, легенди та гастрономічні історії, що приваблюють відвідувачів.

Важливим чинником, що стимулює історичний контекст у розвитку львівських закладів ресторанного господарства є активний подієвий туризм у місті, зокрема проведення гастрономічних фестивалів та культурних подій. Такі заходи сприяють популяризації місцевої кухні, розвитку ресторанного бізнесу та залученню туристів [5, с. 280].

Одним із найвідоміших гастрономічних заходів є Свято кави у Львові, під час якого проводяться дегустації, майстер-класи, ярмарки та культурні програми. Іншим популярним заходом є Національне свято шоколаду, що приваблює тисячі туристів з різних регіонів України та інших країн. Такі фестивалі створюють сприятливі умови для розвитку ресторанної індустрії,

сприяють популяризації місцевих брендів та формують позитивний імідж міста як гастрономічного центру.

Сучасний етап розвитку ресторанного господарства Львова характеризується активним впровадженням інновацій, нових форм обслуговування та сучасних концепцій ресторанного бізнесу. Багато закладів поєднують традиційну кухню з елементами сучасної гастрономії, використовуючи авторські рецепти, локальні продукти та сучасні технології приготування страв [2, с. 46].

Особливо популярними стають гастрономічні простори, фуд-холи, концептуальні кафе та ресторани з відкритими кухнями. Такі заклади створюють новий формат спілкування між кухарями та відвідувачами, що підвищує рівень довіри до закладу та покращує загальне враження від обслуговування.

Крім того, львівські ресторації активно використовують сучасні маркетингові інструменти, зокрема соціальні мережі, онлайн-бронювання та цифрові платформи для просування своїх послуг. Це дозволяє ефективно залучати нових гостей та підтримувати постійний зв’язок із відвідувачами.

Загалом ресторанний бізнес та особливості його розвитку має важливе значення для розвитку туристичної галузі міста. Ресторани, кафе та кав’ярні створюють особливу атмосферу гостинності, що формує позитивний імідж міста серед туристів. Гастрономічний туризм стає одним із ключових напрямів розвитку туристичної індустрії Львова [6, с. 238]. Завдяки різноманітності закладів, тематичним концепціям, історичній атмосфері та високому рівню сервісу львівські ресторації перетворилися на своєрідний культурний феномен. Вони поєднують гастрономію, історію, мистецтво та туризм, створюючи унікальний простір міської культури.

Таким чином, розвиток ресторацій у Львові є важливим чинником формування культурного та туристичного середовища міста. Вони виконують не лише економічну функцію, але й сприяють збереженню історичних традицій, популяризації місцевої кухні та розвитку культурного

життя, є важливою складовою його сучасної урбаністичної ідентичності.

1.2. Вплив історичних, культурних і національних чинників на становлення ресторанної культури міста

Становлення ресторанної культури будь-якого міста є складним і багатогранним процесом, який формується під впливом історичних подій, культурних традицій, соціально-економічних умов та національних особливостей населення. Особливо яскраво цей процес проявляється у місті Львів, яке протягом століть було важливим політичним, торговельним та культурним центром Центрально-Східної Європи. Унікальне географічне розташування міста на перехресті торговельних шляхів сприяло постійному культурному обміну між різними народами та державами, що в результаті сформувало своєрідну гастрономічну традицію та особливу ресторанну культуру [12, с. 40].

Історія розвитку ресторанної справи у Львові тісно пов’язана з історією самого міста. Як зазначалося вище, кожен історичний період, у якому розвивався Львів у складі різних державних утворень, мав значний вплив на формування міської культури, гастрономічних традицій та організації закладів громадського харчування. Усе це відобразилося на формуванні своєрідної кулінарної традиції, що поєднала елементи різних національних кухонь і культур [11]. Розглянемо більш детальніше вплив національних і культурних чинників, що визначали розвиток закладів ресторанного господарства у різні історичні періоди.

У період Середньовіччя у Львові активно відкривалися корчми, трактири та заїжджі двори, що обслуговували купців, мандрівників і

ремісників. Ці заклади поступово із розвитком міської інфраструктури та зростанням економічної активності трансформувалися у більш організовані форми підприємств ресторанного господарства. Вони розташовувалися поблизу торговельних площ та головних шляхів, що сприяло розвитку комерційного обслуговування і формуванню традицій гостинності. Меню відзначалося простотою: хліб, м'ясо, крупи, пиво, медові напої та страви з сезонних овочів. Вже у цей період почала формуватися місцева гастрономічна культура, що відзеркалювала тодішні культурні та багатонаціональні традиції.

Львів у складі Речі Посполитої був одним із найважливіших торговельних і культурних центрів держави. Його вигідне географічне розташування на перетині торговельних шляхів між Заходом і Сходом зумовило розвиток розгалуженої мережі закладів харчування та гостинності. У цей період основними типами закладів харчування залишалися корчми, шинки, заїзди і господи (рис. 1.1).



Рис. 1.1 Ресторанне господарства Львова у складі Речі Посполитої.

Корчми були найпоширенішим типом закладу. Вони виконували одночасно функції харчевні, місця відпочинку та нерідко нічлігу. Корчми існували як у межах міста, так і на підступах до нього – вздовж торговельних шляхів. Шинки спеціалізувалися переважно на продажу алкогольних напоїв – пива, меду та горілки, – хоча нерідко пропонували й просту їжу. Право на утримання шинку було важливою економічною привілеєю, яка нерідко надавалася окремим станам або особам. Заїзди та господи обслуговували переважно купців і мандрівників, пропонуючи розміщення разом із харчуванням. Зважаючи на значний торговельний рух через Львів, попит на такі заклади був стабільно високим.

Характерною рисою львівського ресторанного господарства тієї доби була його багатоетнічність. Заклади утримували поляки, українці (русини), євреї, вірмени та представники інших громад міста. Єврейська громада відігравала помітну роль у шинкарстві та корчмарстві, часто орендуючи відповідні права у шляхти чи міського магістрату. Вірменська громада була пов’язана з торгівлею східними товарами та спеціями, що позначалося й на кулінарних традиціях. Польська і руська шляхта та міщанство утримували заклади різного рівня – від скромних корчм до більш упорядкованих господ.

Кухня львівських закладів відображала культурне розмаїття міста. Типовий стіл включав: страви з круп, бобових, капусти (характерні для місцевої традиції); м’ясні страви, передусім свинину та птицю; рибу, особливо під час постів; різноманітні хліби та вироби з тіста; пиво місцевого варіння, імпортовані вина, мед та горілку; східні спеції та прянощі, що надходили через Львів зі Сходу (активно використовувалися у заможніших закладах).

Окрему нішу займали заклади і приватні резиденції, де приймали шляхту та іноземних гостей. Під час сеймиків, ярмарків і релігійних свят попит на послуги харчування різко зростав, що стимулювало тимчасову торгівлю їжею та напоями просто неба – на ринкових площах і біля міських брам.

У 1356 році Львів отримав Магдебурзьке право, що визначило правовий фундамент для регулювання торгівлі та ремесел, включно з харчуванням і шинкарством. Відповідно до його норм, міський магістрат мав право: видавати дозволи на відкриття закладів харчування, встановлювати ціни на основні продукти та напої, контролювати якість товарів, що продавалися, накладати штрафи за порушення торговельних норм. Це створило впорядковану, хоча й не позбавлену суперечностей, систему регулювання харчової торгівлі в місті.

Одним із ключових правових інститутів, що визначав устрій ресторанного господарства, було право пропінації – монопольне право на виробництво та продаж алкогольних напоїв на певній території. У Речі Посполитій пропінаційне право мало кілька рівнів:

1) шляхетська пропінація – шляхта мала виключне право варити пиво, гнати горілку та продавати їх у межах своїх маєтків. На землях навколо Львова це право активно використовувалося і нерідко здавалося в оренду;

2) міська пропінація – у самому Львові право на виробництво та продаж алкоголю регулювалося міськими привілеями і перебувало під контролем магістрату;

3) орендна система – фактичними утримувачами шинків і корчм нерідко ставали орендарі, передусім представники єврейської громади, які викуповували пропінаційні права у шляхти або міста на визначений строк.

Окремі аспекти діяльності закладів харчування регулювалися через цехову систему. Зокрема, у Львові діяли цехи:

– пивоварів, що мали виключне право варити пиво для продажу в межах міста. Будь-яке порушення цієї монополії, зокрема ввезення пива з-за меж міста без дозволу, каралося конфіскацією товару та штрафом;

– м’ясників, які контролювали продаж м’яса, у тому числі в закладах харчування. Існували чіткі приписи щодо місць торгівлі, якості продукту та дотримання постових днів;

– хлібників і пекарів, які регулювали продаж хліба та випічки, що

також була частиною асортименту корчм.

Цехові статути докладно визначали, хто, де і на яких умовах може вести відповідну торгівлю. Порушення статуту розглядалося цеховим судом.

Тогочасні корчми поділялися на кілька правових категорій залежно від того, хто надавав право на їх утримання, а саме:

1) міські корчми діяли на підставі дозволу магістрату і підпорядковувалися міському праву. Їхні власники або орендарі були зобов'язані дотримуватися встановлених цін, не торгувати у заборонений час (неділі, великі свята), а також підтримувати порядок у закладі;

2) шляхетські корчми на прилеглих до міста землях підпорядковувалися вотчинному праву землевласника, а не міському магістрату. Це нерідко створювало правові колізії: міська влада намагалася обмежити конкуренцію з боку приміських корчм, які не платили міських податків;

3) монастирські корчми – деякі духовні установи також мали право утримувати корчми на своїх землях, що ставало предметом суперечок із міською владою.

Правовий статус утримувача закладу суттєво залежав від його конфесійної та етнічної приналежності. Євреї формально не мали права оселятися в межах власне міської юрисдикції Львова через так звану привілею *de non tolerandis Judaeis* – право міста не допускати єврейського проживання на своїй території. Втім, єврейська громада мешкала у Краківському передмісті та спеціально відведеному кварталі і активно займалася шинкарством та корчмарством там. Крім того, єврейські орендарі діяли в шляхетських маєтках довкола міста. Вірмени мали окремий правовий статус у Львові – власну громаду з певною самоврядністю, що дозволяло їм вести торгівлю, зокрема й у сфері харчування, на пільгових умовах. Православні русини стикалися з обмеженнями у праві на членство в цехах, що фактично звужувало їхні можливості в офіційно визнаній торгівлі та ремеслах.

Заклади ресторанного господарства були важливим джерелом міських доходів. Основні форми оподаткування включали:

– чопове – спеціальний акцизний збір з продажу алкогольних напоїв, що справлявся як на рівні міста, так і на рівні Речі Посполитої;

– шосове – загальний міський податок, що поширювався і на заклади харчування;

– оренда прав – плата за право утримувати корчму або шинок, яка нерідко становила значну суму й сплачувалася авансом.

Ухилення від сплати чопового було поширеним явищем, і магістрат вів постійну боротьбу з незаконним продажем алкоголю поза зареєстрованими закладами. Крім того, магістрат здійснював і певний контроль якості. Спеціальні ринкові наглядачі або цехові майстри могли перевіряти якість пива, хліба та м’яса. Фальсифікація продуктів, продаж несвіжого м’яса чи розбавленого пива каралися публічно – штрафом, виставленням на ганьбу або навіть тілесним покаранням у тяжчих випадках.

Загалом правова система регулювання ресторанного господарства Львова в добу Речі Посполитої відображала її загальну правову природу – держави з потужними становими привілеями, де право було радше інструментом балансу інтересів різних груп, ніж уніфікованим регулятором.

Перехід Львова під владу Габсбургів у 1772 році внаслідок першого поділу Польщі ознаменував початок принципово нового етапу в розвитку міської культури гостинності. Австрійська адміністрація принесла з собою централізоване законодавство, нові стандарти міського упорядкування та поступову інтеграцію Львова в загальноєвропейські культурні тенденції. Місто, яке стало столицею новоутвореного Королівства Галичини та Лодомерії, переживало поступову, але суттєву трансформацію свого публічного простору, і ресторанне господарство було її невід’ємною частиною.

Найпомітнішою рисою австрійської доби стала докорінна зміна самого

характеру закладів харчування та їх місця в міському житті.

Справжнім символом епохи стали кав’ярні. За австрійським зразком, і під очевидним впливом віденської кавової культури, львівські кав’ярні перетворилися на центри інтелектуального і громадського життя. Тут читали газети, грали в шахи та більярд, обговорювали політику й літературу, укладали ділові угоди. Кав’ярня була демократичнішим простором, ніж аристократичний салон, але значно престижнішим, ніж стара корчма.

Ресторани у сучасному розумінні цього слова з’явилися у Львові саме в австрійський період. На відміну від корчми, де їжа була другорядною по відношенню до алкоголю, ресторан пропонував упорядковане меню, певний рівень сервісу та відповідний інтер’єр. Перші справжні ресторани з’явилися у Львові в першій половині XIX століття й концентрувалися переважно в центральній частині міста.

Кондитерські також набули поширення під австрійським впливом. Торти, тістечка, цукерки та солодкі напої стали ознакою нової міської культури споживання. Львівські кондитерські нерідко були власністю вихідців з інших частин імперії – чехів, австрійців, італійців.

Готельні ресторани розвивалися паралельно з розбудовою готельної інфраструктури. Зростання адміністративного значення Львова як столиці Галичини забезпечувало стабільний потік приїжджих чиновників, комерсантів і туристів.

Пивниці та пивні залишалися популярними закладами для ширших верств населення, особливо після того, як у другій половині XIX століття пивоварна промисловість Галичини суттєво розвинулася.

Відень як імперська столиця задавав культурний тон для всієї імперії, і Львів активно засвоював ці впливи. Віденська кавова культура з її специфічним етикетом, асортиментом кави та традицією проведення часу в закладі знайшла у Львові благодатний ґрунт. Львівські кав’ярні копіювали віденський формат – мармурові столики, дзеркала, газети на спеціальних тримачах, більярдні столи.

Кухня вищих закладів орієнтувалася на австро-угорські стандарти: шніцелі, штруделі, різноманітні м’ясні страви з підливами сусідували в меню з місцевими галицькими стравами. Ця кулінарна гібридність стала характерною рисою львівської ресторанної кухні.

Конституційні реформи 1860-х років та отримання Галичиною широкої автономії у 1867 році дали потужний поштовх культурному і господарському розвитку Львова. Місто переживало справжній будівельний бум, зростала чисельність населення, формувалася польська національна культурна інституція. Саме в цей період у Львові сформувалася розгалужена мережа закладів харчування різних рівнів, зокрема:

– фешенебельні ресторани в центрі міста, орієнтовані на заможну шляхту, чиновництво та інтелігенцію;

– середні заклади для міщанства та службовців;

– недорогі їдальні та буфети для робітників і студентів;

– сезонні заклади в міських парках і на гуляннях.

Серед закладів, що залишили помітний слід у міській “пам’яті”, варто згадати кілька характерних типів:

1) “Жорж” – один із найпрестижніших готелів і ресторанів Львова, що став символом міської елегантності. Його ресторан був місцем зустрічей львівської еліти, тут бували визначні постаті культурного та політичного життя;

2) “Атлас” та інші центральні кав’ярні слугували осередками літературного і мистецького життя міста, де збиралися письменники, журналісти, художники;

3) Пасаж Гавриша та інші торговельні пасажі, збудовані за зразком паризьких і віденських, включали кав’ярні та кондитерські як невід’ємну частину свого простору.

Австрійський Львів був містом виразної соціальної та етнічної сегрегації, яка відображалася і в географії закладів харчування.

Центр міста – площа Ринок, вулиця Академічна (нині проспект Свободи), Карла Людвіга (нині Свободи) – концентрував найпрестижніші кав'ярні й ресторани, орієнтовані переважно на польськомовну шляхту, інтелігенцію та австрійське чиновництво.

Єврейський квартал навколо вулиць Жовківської (сьогодні Богдана Хмельницького) та Цибульної (сьогодні Старої) мав власну густу мережу закладів харчування – від кошерних корчем і їдалень до більш упорядкованих закладів для єврейської торговельної буржуазії, що стрімко зростала в XIX столітті.

Робітничі передмістя – Знесіння, Клепарів, Личаків – мали власні прості заклади: пивниці, їдальні, буфети при фабриках.

У другій половині XIX – на початку XX століття у Львові почали з'являтися українські заклади в контексті загального підйому українського національного руху. "Народний дім" та інші українські культурні інституції мали власні їдальні та буфети, що були одночасно господарськими і національно-символічними проєктами. Саме таке поєднання у сфері харчування було характерною рисою австрійського Львова. Польські, українські та єврейські громадські організації нерідко засновували власні їдальні та кооперативні заклади харчування як частину ширших проектів національно-економічного самоствердження. Для української громади, яка не мала широкого доступу до капіталу, кооперативна форма організації була особливо важливою. Товариство "Просвіта" та інші організації сприяли створенню українських закладів харчування як елементу господарської незалежності.

Австрійська адміністрація принесла суттєво іншу правову культуру порівняно з добою Речі Посполитої. Централізоване законодавство замінило строкату мозаїку міських привілеїв, цехових статутів і шляхетських прав. Єдині норми для всієї імперії регулювали умови отримання концесії на ресторанну діяльність, вимоги до приміщень та санітарні стандарти.

Скасування цехової системи у першій половині XIX століття відкрило ринок для ширшого кола підприємців. Принцип господарської свободи, що утверджувався в австрійському праві, поступово руйнував старі монополії. Скасування пропінаційного права у 1889 році стало важливою правовою реформою, що кардинально змінила умови торгівлі алкоголем і “вдарила” по усталених схемах оренди шинків. Санітарне законодавство поступово запроваджувало вимоги до гігієни в закладах харчування, хоча їх виконання залишало бажати кращого аж до кінця епохи.

Австрійська доба сформувала ту кулінарну ідентичність Львова, яка у певних рисах збереглася до наших днів. Меню львівських закладів поєднувало кілька шарів:

– галицько-польська традиція: бігос, журек, різноманітні вареники, фаршировані страви;

– австро-віденські запозичення: шніцель, гуляш, штрудель, різноманітні кнедлі;

– єврейська кухня: форшмак, фаршировна риба, цимес (присутня в єврейських закладах і частково проникала в загальноміський ужиток);

– українська традиція: борщ, голубці, вареники з різними начинками.

Важливим поштовхом для розвитку ресторанного господарства стали великі міські події. Крайова виставка 1894 року зібрала у Львові сотні тисяч відвідувачів і стимулювала розвиток усієї інфраструктури гостинності. Тимчасові й стаціонарні заклади харчування, відкриті у зв’язку з виставкою, підняли загальний рівень сервісу в місті.

Таким чином, Австро-угорська доба стала для львівського ресторанного господарства часом справжнього становлення в сучасному розумінні цього поняття. З хаотичного конгломерату корчем, шинків і господ місто перетворилося на впорядкований простір із розгалуженою мережею кав’ярень, ресторанів і кондитерських, що відповідали загальноєвропейським стандартам. Ця спадщина – кавова культура, кулінарна еклектика, традиція

кав’ярні як публічного простору – залишається впізнаваною рисою Львова і сьогодні.

Міжвоєнне двадцятиліття (1918-1939 рр.) стало для Львова часом суперечливим і надзвичайно насиченим. Місто, що увійшло до складу відродженої Польської держави після запеклих боїв листопада 1918 року, переживало одночасно економічні труднощі, культурний розквіт і наростання національних та соціальних напружень. Населення Львова у цей період становило близько 300-320 тисяч осіб і було поліетнічним, а поляки, євреї та українці складали три основні громади міста. Ця багатоетнічність безпосередньо відображалася в характері ресторанного господарства.

Попри економічні кризи, особливо гостру в роки Великої депресії після 1929 року, ресторанна культура Львова міжвоєнної доби досягла, мабуть, свого найвищого розквіту. Місто жило інтенсивним культурним і громадським життям, що живило попит на заклади харчування найрізноманітніших форматів.

Міжвоєнний Львів успадкував розгалужену мережу закладів, закладену ще в австрійський період. Кав’ярня як центральний елемент міського публічного простору не лише збереглася, а й набула нового культурного змісту. Яскравим прикладом кав’ярні цього періоду стала кав’ярня “Шкоцька”. Вона стала місцем зібрань Львівської математичної школи, одного з найвидатніших математичних осередків міжвоєнної Європи. Стефан Банах, Гуго Штайнгауз та їхні колеги проводили тут години за столиками, записуючи математичні задачі прямо на мармуровій поверхні столів, а згодом у спеціальному зошиті, що увійшов в історію науки як “Шотландська книга”.

У міжвоєнному Львові кав’ярня остаточно сформувалася як особливий культурний інститут, що не мав прямого аналога в інших типах закладів. Кав’ярня виконувала одночасно кілька функцій: редакційну (журналісти писали матеріали і зустрічалися з джерелами), літературну (письменники читали вголос нові твори, обговорювали рукописи), ділову (укладалися

угоди, домовлялися про зустрічі), поштову (постійним відвідувачам могла надходити кореспонденція на адресу кав'ярні), інформаційну (газети з усієї Польщі та зарубіжні видання були доступні всім відвідувачам).

Водночас у цей період з'явилися нові формати, що відображали загальноєвропейські тенденції, зокрема: дансинги (заклади з музикою та танцювальним майданчиком), бари американського типу (з високими стійками та коктейльною культурою), молочні бари (дешеві заклади для студентів і службовців з простим, але поживним меню), літні ресторани та тераси (сезонні заклади в парках і садах, що продовжували австрійську традицію). Серед прикладів закладів цього періоду слід виділити

Ресторанне господарство міжвоєнного Львова мало виразну соціальну та етнічну географію. Центральні вулиці концентрували найпрестижніші кав'ярні й ресторани, орієнтовані на польськомовну еліту та середній клас. Єврейські квартали (як старий єврейський квартал у центрі, так і густонаселені єврейські вулиці на північ від центру) мали власну розвинену мережу закладів: від кошерних їдалень і невеликих корчем до упорядкованих ресторанів для єврейської буржуазії та інтелігенції. Єврейські заклади харчування функціонували в тісній прив'язці до релігійного календаря, що визначало їхній асортимент і режим роботи. Українські заклади концентрувалися переважно навколо вулиці Руської, "Народного дому" та інших центрів українського громадського життя. В умовах міжвоєнної Польщі, коли українці зазнавали певної дискримінації в публічному житті, власні заклади харчування набували виразного національно-символічного значення. Робітничі райони мали власні прості їдальні, пивниці та буфети, далекі від елегантності центральних кав'ярень.

Кухня львівських закладів міжвоєнного періоду відображала складне переплетення традицій. Польська кухня домінувала в більшості центральних закладів і пропонувала бігос, журек, флячки, різноманітні м'ясні страви, вареники. Польська кулінарна традиція збагачувалася впливами краківської та варшавської ресторанної культури. Австро-віденська спадщина

залишалася відчутною у закладах з її шніцелем, гуляшом, штруделем, різноманітними тістечками. Єврейська кухня у кошерних закладах зберігала власні традиції та ритуальні вимоги. Водночас окремі єврейські страви давно проникли в загальноміський кулінарний обіг. Українські страви були присутні передусім в українських закладах, хоча і в загальних меню теж як частина місцевої традиції.

Заслуговує окремої уваги кондитерська культура міжвоєнного Львова. Львівські кав'ярні та кондитерські пропонували широкий асортимент тістечок, тортів і цукерок, що стали частиною міської гастрономічної ідентичності. Традиція якісної кондитерської справи, що йде з австрійського часу, у міжвоєнний період досягла свого піку.

Ресторанне господарство міжвоєнного Львова розвивалося в умовах значних економічних коливань. 1920-ті роки – період відносної стабілізації після воєнної розрухи – позначилися жвавим розвитком закладів усіх рівнів, а зростання міського середнього класу забезпечувало стабільний попит. Велика депресія після 1929 року відчутно "вдарила" по ресторанному господарству. Частина закладів закрилася, інші суттєво скоротили асортимент і знизили ціни. Дешеві їдальні та молочні бари набули ще більшої популярності як альтернатива дорожчим закладам. 1930-ті роки принесли поступове економічне відновлення, хоча й неповне. Водночас наростання антисемітизму в польському суспільстві призвело до бойкоту єврейських закладів з боку частини польського населення – явище, що мало прямі господарські наслідки для єврейського ресторанного бізнесу.

Польська держава запровадила власне законодавство у сфері ресторанного господарства, що суттєво відрізнялося від австрійського. Концесійна система регулювала право на продаж алкоголю. Отримання концесії було пов'язане зі значними витратами і залежало від рішення місцевої адміністрації, що відкривало простір для корупції та дискримінації. Акцизна політика на алкоголь була важливим інструментом державних фінансів, що безпосередньо впливав на ціноутворення в закладах. Санітарне

законодавство між двома війнами суттєво розвинулося порівняно з австрійськими стандартами, хоча його виконання залишалося нерівномірним. Трудове законодавство регулювало умови праці найманих працівників у закладах харчування.

Міжвоєнний Львів мав розвинену польськомовну, єврейськомовну та україномовну пресу, і ресторанне господарство активно використовувало її можливості. Оголошення ресторанів і кав'ярень займали помітне місце в газетах. Нові заклади анонсувалися, відомі – рекламували нові страви або музичні програми. Путівники по Львову, що видавалися в міжвоєнний період, неодмінно включали розділи з рекомендаціями ресторанів і кав'ярень.

Отже, міжвоєнне двадцятиліття стало, мабуть, найяскравішою сторінкою в історії львівського ресторанного господарства. Місто мало зрілу, різноманітну і культурно насичену мережу закладів, що відображала його поліетнічний характер і інтенсивне інтелектуальне життя. Кав'ярні, ресторани і кондитерські міжвоєнного Львова були не просто місцями харчування – вони були простором, де формувалася міська ідентичність, народжувалися ідеї та відбувалося повсякденне культурне життя міста.

Радянський період у Львові розпадається на два відрізки: перша окупація 1939-1941 років та основний радянський період після 1944 року. Обидва принесли докорінну ломку усталеного ресторанного господарства і не лише в організаційному, а й у глибокому культурному сенсі. Місто, що мало одну з найрозвиненіших кавових культур Центральної Європи, опинилося в системі, де сама ідея приватного ресторанного бізнесу була ідеологічно ворожою.

Вступ радянських військ у вересні 1939 року ознаменував початок стрімкої націоналізації, що відбувалася швидко і безжально. Приватні ресторани, кав'ярні та кондитерські переходили у державну власність і їх трансформація відбувалася за радянськими зразками. Елегантні кав'ярні перетворювалися на безликі їдальні з уніфікованим меню.

Після повернення радянської влади у 1944 році Львів опинився в принципово іншій демографічній та культурній ситуації. Єврейська громада була знищена. Польське населення протягом 1944-1946 років масово виселялося до Польщі в рамках примусового обміну населенням. Місто стрімко заповнювалося переселенцями зі Східної України та Росії.

Система громадського харчування будувалася за радянськими зразками, цілком відмінними від довоєнних. Основними типами закладів стали: їдальні (масові заклади при підприємствах, установах, навчальних закладах, завданням яких було нагодувати максимальну кількість людей за мінімальний час і кошти, а не забезпечити гастрономічне задоволення), ресторани (заклади вищої категорії, що обслуговували переважно партійно-радянську номенклатуру та приїжджих), кафе (середня ланка між рестораном та їдальнею), закусочні та буфети (найпростіші заклади, що пропонували обмежений набір страв і напоїв).

Централізоване планування тогочасного режиму визначало все: кількість закладів, їхню категорію, асортимент меню, ціни. Заклад не міг самостійно змінити меню чи встановити власну ціну. “Збірник рецептур страв і кулінарних виробів” як офіційне видання, обов’язкове для всіх закладів СРСР, визначав точний склад і технологію приготування кожної страви. Будь-яке відхилення було порушенням.

Уніфікація поширювалася на все. Ресторан у Львові чи Харкові мав однакове базове меню, однакові столові прибори та однаковий посуд з державною символікою. Місцева кулінарна традиція офіційно не заохочувалася, хоча повністю знищити її не вдалося. Був суттєвим й ідеологічний вимір громадського харчування. Радянська пропаганда представляла розвиток мережі їдалень як звільнення жінки від домашньої праці та торжество колективного над індивідуальним. Їдальня мала замінити буржуазний ресторан як простір класової нерівності.

Ключовими явищами радянського ресторанного господарства було:

1) хронічний дефіцит як продуктів, так і якісного обслуговування;

2) черги;

3) система “блату”, що визначала реальний доступ до якісного харчування.

У загальнорадянському контексті Львів мав певну специфіку, що відрізняла його від більшості радянських міст. Пам’ять про довоєнну культуру не зникала повністю. Частина корінних мешканців міста зберігала традиції домашнього кухарства, що відображало довоєнну гастрономічну культуру.

Напрочуд стійкою виявилася кавова традиція. Львів’яни в масі своїй пили каву, а не чай і це відрізняло їх від більшості радянських міст, де чай був домінуючим напоєм. Кава залишалася частиною міської ідентичності навіть у радянських умовах, хоча якість і доступність її були нестабільними. Кафе “Копальня кави” та інші заклади, що відкривалися в різні роки радянського Львова, намагалися зберегти певний рівень кавової культури. З огляду на це місто отримало репутацію “кавової столиці” СРСР і ґрунтувалася на реальній традиції, що, попри все, не була знищена повністю.

За рахунок близькості до Заходу (і географічної, і культурної) Львів приймав туристів з Польщі та інших країн соціалістичного табору, що стимулювало певний рівень сервісу в закладах для іноземців. Збереженою, хоча і перслідуваною, була греко-католицька традиція, пов’язані з церковним календарем, а постові страви, великодні та різдвяні кулінарні ритуали пропагувалися у приватному просторі і окремих закладах харчування.

Отже, радянський період став для львівського ресторанного господарства часом глибокої деградації в культурному і якісному сенсі. Система, що знищила приватну ініціативу і замінила різноманіття уніфікацією, не могла зберегти те, що формувалося століттями. Водночас певні елементи довоєнної культури, передусім кавова традиція та пам’ять про гастрономічну ідентичність міста, вижили в підземному, неформальному вимірі і стали основою для відродження після 1991 року. Саме ця прихована спадщина пояснює, чому сучасний Львів так швидко і органічно відновив

статус міста з розвиненою кавовою та ресторанною культурою.

Незалежність України відкрила для Львова можливість повернення до власної культурної ідентичності і ресторанне господарство стало одним із найвиразніших майданчиків цього повернення. За три десятиліття місто пройшло шлях від занедбаних радянських їдалень до статусу визнаної гастрономічної столиці країни та одного з найцікавіших кулінарних напрямків Центральної Європи (табл. 1.2).

1990-ті роки у Львові – це час підприємницького хаосу, що породжував надзвичайно строкату картину. Центр міста заполонили кіоски та намети з фаст-фудом, а шаурма, хот-доги, чебуреки, піца з мобільних печей стали характерною ознакою епохи. Якість була нерівномірною, санітарні умови нерідко жахливими, але ціни доступними, що в умовах економічної кризи мало вирішальне значення.

Піцерії стали одним із перших масових форматів нової ресторанної культури, оскільки піца сприймалася як символ “західного” способу життя і мала шалену популярність. Нічні клуби та бари з’явилися як зовсім новий для радянського міста формат і одразу ж стали місцями концентрації нових еліт – бізнесменів, кримінальних авторитетів і просто молоді, що прагнула нового способу життя.

Економічне зростання 2000-х років суттєво розширило коло потенційних відвідувачів закладів харчування. Формування міського середнього класу створило стабільний попит на якісні заклади різних цінових категорій. Саме у цей період почався свідомий процес відновлення та комерціалізації львівської кавової ідентичності, а також розпочалася епаха тематичних ресторанів – закладів з виразною концепцією, де їжа була частиною ширшого досвіду. Ресторани з історичними інтер’єрами, що апелювали до різних епох львівської історії, середньовічні корчми, заклади з театралізованим обслуговуванням – все це формувало образ Львова як міста-театру, де навіть вечеря є виставою.

Таблиця 1.2

Ключові зміни в ресторанному господарстві Львова за роки незалежності

Напрям змін	Стан до 1991 р. (радянська система)	Стан після 1991 р. (Незалежність)	Ключові чинники змін
Форма власності	100% державна; трести ресторанів і кафе; централізоване управління	100% приватна; тисячі незалежних підприємців; ринкова конкуренція	Закон про кооперативи 1988; приватизація 1990-х; підприємницька свобода
Різноманіття форматів	Їдальня, ресторан, кафе, закусочна (4 уніфіковані типи)	Ресторан, кав'ярня, бар, кондитерська, крафтова броварня, фуд-маркет, dark kitchen тощо (10+ форматів)	Ринкова логіка; туризм; глобальні тренди; діджиталізація
Кавова культура	Часткове збереження традиції; нестабільна якість і доступність	"Кавова столиця України"; сотні спеціалізованих кав'ярень; власні обсмажувальні	Відновлення австро-польської спадщини; туристичний брендинг; крафтова хвиля
Стандарти якості	"Збірник рецептур" як єдиний обов'язковий стандарт; дефіцит продуктів	Авторська кухня; сезонні меню; місцеві продукти; рівень європейських закладів	Конкуренція; освіта за кордоном; вимоги туристів; Євро-2012
Кулінарна ідентичність	Уніфікована радянська кухня; придушення місцевих традицій	Реабілітація галицької кухні; дослідження довоєнних рецептів; єврейська та польська спадщина	Революція Гідності 2014; ріст національної свідомості; гастрономічний туризм
Туристична орієнтація	Ізольований сегмент закладів для номенклатури та іноземців	Гастрономічний туризм як стратегічний напрям; фуд-фестивалі; міжнародне визнання	Помаранчева революція 2004; Євро-2012; Lviv Food Festival; UNESCO
Діджиталі-зація	Відсутня повністю	Онлайн-бронювання; агрегатори доставки; Instagram як канал просування	Смартфони; пандемія COVID-19; Glovo, Bolt Food тощо
Воєнний контекст	–	Адаптація до умов війни; волонтерські кухні; генератори; патріотичний вимір меню	Повномасштабне вторгнення 2022; переселенці; кадровий дефіцит

Помаранчева революція 2004 року привернула увагу світу до України і дала потужний імпульс розвитку внутрішнього та іноземного туризму. Львів, з його збереженим середньовічним центром і репутацією європейського міста України, отримав непропорційно великий виграш. Туристичний потік до Львова зростав щороку. Місто реагувало на це розвитком ресторанної інфраструктури і саме тут закладалася основа майбутнього гастрономічного феномену. Центр Львова поступово перетворювався на суцільний ресторанний простір. Кількість закладів на квадратний кілометр у центрі міста стала однією з найвищих серед усіх українських міст.

Після 2014 року розпочався справжній гастрономічний “ренесанс” Львова. Нова хвиля рестораторів принесла принципово інший підхід до ресторанного бізнесу з акцентом на якісні місцеві продукти, сезонне меню, авторську кухню та усвідомлений сервіс. Українська кухня, а особливо галицька кухня, пережила справжнє переосмислення. Якщо раніше “українська кухня” в ресторанному контексті асоціювалася з кітчевими закладами у вишиванковому стилі, то нова хвиля рестораторів почала серйозно досліджувати регіональні традиції, реконструювати забуті рецепти і подавати традиційні страви у сучасній інтерпретації. Дослідники і кухарі почали системно вивчати довоєнні кулінарні книги, рецепти польської, єврейської та української кухонь, що співіснували у Львові, і синтезувати цю спадщину в сучасному контексті.

Якщо 1990-ті принесли вуличну їжу як явище вимушене і переважно низької якості, то після 2014 року з’явилася якісна вулична їжа як свідомий формат. Фуд-маркети, гастрономічні фестивалі, ярмарки вуличної їжі стали регулярними подіями міського календаря. Lviv Food Festival та інші гастрономічні заходи до тепер збирають десятки тисяч відвідувачів і формують нову культуру харчування.

Таким чином, за тридцять з лишком років незалежності ресторанне господарство Львова пройшло великий шлях. З руїн радянської системи виросла жива, різноманітна і творча гастрономічна сцена, що органічно

поєднує відновлену історичну спадщину з сучасними світовими тенденціями. Ключем до цього успіху стало свідоме звернення до власної ідентичності – усвідомлення того, що Львів має унікальну гастрономічну спадщину, яку варто не просто зберігати, а творчо переосмислювати. Кава, шоколад, галицька кухня, багатоетнічна кулінарна пам’ять – все це перетворилося з пасивної спадщини на активний ресурс розвитку. Сьогодні, попри виклики воєнного часу, Львів залишається містом із живою і динамічною ресторанною культурою, містом, де їжа і кава є не просто харчуванням, а способом розповісти про себе і свою історію.

РОЗДІЛ 2

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО РИНКУ ЛЬВОВА

2.1. Типологія ресторацій міста: концептуальні, тематичні, національні, авторські формати

Сучасний ресторанний ринок Львова є однією з найбільш динамічних і конкурентоспроможних складових міського економічного та культурного середовища. Львів, завдяки багатовіковій історії, багатонаціональному складу населення, стратегічному географічному положенню та статусу культурної столиці України, сформував унікальну гастрономічну ідентичність, яка приваблює не лише місцевих жителів, а й туристів з різних регіонів України та світу. Ресторани міста виконують не лише функцію ресторанного господарства, але й відіграють важливу роль у формуванні культурного іміджу Львова, розвитку туристичної інфраструктури та популяризації національної й європейської кулінарної спадщини [28, с. 137].

У сучасних умовах ресторанний ринок міста характеризується високою конкуренцією, різноманітністю форматів та активним впровадженням інновацій у сфері обслуговування й гастрономії. Розвиток цього сегмента безпосередньо пов’язаний із глобальними тенденціями ресторанного бізнесу, серед яких особливо важливими є перехід до концептуальних і тематичних закладів, популяризація національної кухні та локальних продуктів, виникнення авторських ресторанів, а також активне використання маркетингових і digital-інструментів, включаючи онлайн-бронювання, соціальні мережі та гастрономічні події [30, с. 78].

Особливістю львівського ресторанного ринку є його здатність гармонійно поєднувати історичні традиції з сучасними трендами.

Багатовікові кав’ярні, кондитерські та ресторани зберігають атмосферу минулого, водночас впроваджуючи сучасні стандарти сервісу, інтер’єру та меню. Туристичний потенціал Львова та активна участь закладів у гастрономічних фестивалях, таких як “Свято кави”, “Національне свято шоколаду”, “Фестиваль пива та м’ясних делікатесів”, підкреслюють важливість ресторанного ринку як складової культурного й економічного розвитку міста.

Системний підхід до вивчення сучасних форм ресторанного обслуговування у Львові дозволяє комплексно оцінити, яким чином історичні традиції, культурна спадщина та національні особливості впливають на формування конкурентоспроможного та туристично привабливого ресторанного ринку міста.

За даними видання “Твоє місто”, Львів є одним із найбільших гастрономічних центрів України [39]. У місті функціонує понад 1000 закладів ресторанного господарства різних форматів: ресторани, кафе, кав’ярні, гастропаби тощо. Значна концентрація ресторанів спостерігається в центральній історичній частині міста, що пов’язано з високою туристичною активністю та розвитком сфери гостинності. Така кількість закладів свідчить про високий рівень конкуренції та активний розвиток гастрономічного ринку Львова.

Для ресторанного ринку Львова характерним є такий заклад як “ресторація”. За своєю суттю – це традиційний ресторан, але на думку рестораторів така назва підкреслює старовинну атмосферу, авторський підхід або автентичність закладу, створює особливий антураж, асоціюється з історією, вишуканістю або традиційною місцевою кухнею (наприклад, галицькою).

Ресторації можна класифікувати за такими ознаками (табл. 2.1):

1) історична епоха та атмосфера:

– класичні європейські (гранд-ресторації), що відтворюють атмосферу “Прекрасної епохи” кінця XIX – початку XX століття, панує дрес-код, білі

скатертини, кришталь, жива класична музика чи джаз, а офіціанти дотримуються класичного європейського сервісу;

Таблиця 2.1

Приклади ресторацій Львова за історичним, етнічним спрямуванням і філософією кулінарії

Ознака		Ресторація	Характеристика
1		2	3
Історичний стиль та епоха	“Прекрасна епоха”	Ресторація Бачевських	відтворює атмосферу буржуазного, заможного Львова австрійського періоду; акцент на елегантності (світла оранжерея, живі птахи, гра на арфі та вишуканий міський сервіс)
	Середньовічні легенди	П’яте підземелля	розташована у старовинному будинку і відтворює епоху середньовічної алхімії та езотерики, наповнена масонськими символами, антикварними меблями та містичною аурою
	Галицьке шляхетство та королівська доба	Трапезна Ідей	розташована у підвалах Бернардинського монастиря; панує повний аскетизм (масивні дерев’яні столи, свічки, приглушене світло та глиняний посуд); занурює в атмосферу середньовічної монастир-ської трапези та інтелектуальних розмов
	Буржуазний Львів та австро-угорська класика	Віденська кав’ярня	одна з найстаріших ресторацій міста (працює з 1829 року); інтер'єр та сервіс витримані у суворих традиціях класичного імперського Відня
	Львівський ретро-модернізм	Цукерня	відтворює солодку культуру Львова середини минулого століття; інтер’єр у стилі бідермаєр, антикварні меблі, порцеляна та старі родинні рецепти випічки
Географія кухні	Італійська середземноморська	Tartufo trattoria	автентична кухня регіону Кампанія; головний фокус на неаполітанську піцу з дров’яної печі, пасту власного виробництва та використання делікатесних італійських продуктів, зокрема трюфеля
	Єврейська	Єрусалим	єврейська кухня Близького Сходу та Східної Європи (ашкеназькі та сефардські традиції)
	Кавказька	Кавказ	фокусується на кулінарних традиціях Кавказу; автентичні рецепти приготування м’яса на мангалі, традиційна випічка (лаваш, хачапурі) та кавказькі сири
	Галицька	Голодний Микола	спеціалізується на традиційних стравах західного регіону України: зупи (супи), печеня, пироги (вареники), страви з річкової форелі, що готуються за класичними галицькими рецептами
	Французька	Tante Sophie	весь концепт присвячений кулінарним традиціям Провансу з обов’’язковим фокусом на равликах, вині та лаванді
	Північноамериканська	Чорний кіт	дотримується традицій європейської та американської м’ясної культури з класичною британсько-американською атмосферою

продовження табл. 2.1

1		2	3
Кулінарна філософія	Автентична авторська	Авантюра	демократичний ресторан від шеф-кухаря Юрія Кошика, який створює лаконічне авторське меню
	Локаворство та еко-філософія	Park. Art of Rest	філософія побудована навколо гармонії з природою та використання свіжих сезонних продуктів
	Пиво та м'ясо	Кумпель	філософія підпорядкована концепції Beer Pairing (поєднання їжі з пивом)
		Правда	філософія побудована навколо пивного фудпейрингу та гастрономічного супроводу до напоїв
		Реберня під Арсеналом	монопродуктова філософія
	Морепродукти та свіжий улов	Барабулька	

– ретро-ресторації (міські), що відтворюють побут і затишок міщан конкретного періоду (наприклад, міжвоєнного Львова, Києва початку XX ст. чи Одеси), а їх інтер'єр наповнений автентичними антикварними речами, старими фотографіями, гасовими лампами;

– етно-ресторації (шинки, колиби, гуральні), що фокусуються на глибоких сільських або регіональних традиціях. Інтер'єр виконано з натурального дерева, глини, з використанням традиційного текстилю та народних мотивів.

2) етнічне та регіональне спрямуванням:

– локальні (крафтові) ресторації – базуються виключно на традиціях конкретного регіону (наприклад, Галицька ресторація, Подільська, Закарпатська). Вони відроджують рецепти з кулінарних книг місцевих господинь минулих століть;

– національні ресторації – представляють автентичну старовинну кухню інших країн у відповідному історичному антуражі (наприклад, класична грузинська духан-ресторація, середньовічна чеська чи італійська траторія зі старовинним корінням).

3) філософія кулінарії:

– автентичні, у яких головною фігурою є шеф-кухар, який

переосмислює старовинні рецепти (етнічні чи міські) за допомогою сучасних технік, зберігаючи автентичні смаки;

– продуктові (монастирські / пивоварні / гуральні) – це заклади, у яких меню побудовано навколо власного виробництва (броварня, сироварня, винокурня, пекарня).

Окрім того, ресторації прийнято класифікувати за форматом, основними з яких є: тематичні, концептуальні, національні, авторські (табл. 2.2). Одразу зазначимо, що ці формати мають багато спільного і на практиці часто поєднуються.

Таблиця 2.2

Порівняльна характеристика тематичних, концептуальних, національних, авторських ресторацій

Параметр	Тематичний	Концептуальний	Національний	Авторський
Первинний елемент	Тема / образ	Ідея / місія	Кухня народу	Особистість шефа
Меню	Підлаштоване під тему	Підлаштоване під концепцію	Традиційні рецепти	Унікальні авторські страви
Цільова аудиторія	Туристи, разові відвідувачі	Постійна лояльна аудиторія	Земляки, туристи, поціновувачі	Гурмани, поціновувачі гастрономії
Ціновий сегмент	Середній / вищий	Середній / преміум	Широкий діапазон	Вищий / преміум
Ризик	Застарівання теми	Операційна негнучкість	Залежність від постачання	Залежність від особистості шефа
Повторні візити	Низькі	Високі	Середні	Середні / високі
Інвестиції в інтер’єр	Дуже високі	Середні	Середні	Середні
Роль персоналу	Акторська / рольова	Ідеологічна	Культурно-репрезентаційна	Технічно-гастрономічна

Тематичні ресторації презентують гостям конкретну тему, сюжет або “хобі”, навколо яких побудовано весь інтер’єр та атмосферу, а також меню та видовища. Тематика може бути пов’язана з музикою, літературою, кіно, історичними подіями або певними культурними течіями. Тематичні ресторації активно використовують інтеграцію гастрономії та культурних заходів: концерти, майстер-класи, дегустації. Це дозволяє підвищити

емоційну цінність відвідування закладу та стимулює повторні візити [32, с. 312]. Наприклад, прикладом львівського тематичного закладу є “Майстерня шоколаду”, де головною темою є шоколад, що відображено у всьому: від десертного меню до інтер’єру та сувенірної продукції.



Зауважимо, що тема, на якій будується тематичний заклад, не завжди має глибокий історичний підтекст, але створює впізнавану атмосферу через стиль, продукт або формат дозвілля. Тематичні ресторації виконують функцію масового туристичного сервісу, забезпечуючи доступність гастрономічного досвіду для широких верств населення. Основними характеристиками такого формату є:

- високий рівень візуальної та емоційної привабливості;
- орієнтація на широку масову аудиторію;
- сильна залежність від маркетингового супроводу;
- швидка впізнаваність і “фотогенічність” для туристів;
- низький/середній чек і дуже висока оборотність, тому прибуток базується на масовому потоці гостей.

Концептуальні ресторації також презентують відповідну тему, але у більш ширшому і глибшому форматі. Вони характеризуються наявністю чітко сформованої тематичної ідеї, яка охоплює інтер’єр, меню, стиль обслуговування та загальну атмосферу закладу. Основною особливістю таких ресторацій є створення емоційного та культурного досвіду для відвідувачів. Вони часто базуються на історичних подіях, легендах або культурних символах міста. Для концептуальних закладів характерними є театралізоване обслуговування, інтерактивність та високий рівень туристичної привабливості.

У Львові подібні заклади здебільшого пов’язані з історичними мотивами, культурною спадщиною або специфічними гастрономічними



темами. Прикладом є ресторан “Криївка”, який поєднує елементи історії українського визвольного руху та народної культури. Інтер’єр, оформлення залів і навіть меню створюють атмосферу, яка переносить відвідувача в конкретний історичний контекст. Іншим прикладом є “Гасова Лямпа”, що відтворює атмосферу XIX століття, зберігаючи автентичні елементи інтер’єру та кухні.

Концептуальні ресторації відзначаються високим рівнем інтерактивності: відвідувачі стають учасниками історії, мистецьких вистав або кулінарних шоу. Цей формат значною мірою впливає на туристичну привабливість міста та популяризацію національної та регіональної культури [29, с. 65]. Фактично концептуальні ресторації виконують роль туристичних атракцій, а не лише закладів харчування, що робить їх системоутворюючим елементом гастрономічного ринку міста. Їх ключовими характеристиками є:

- формують найвищий рівень туристичної привабливості;
- орієнтовані на створення емоційного досвіду (experience economy);
- генерують стабільний туристичний потік незалежно від сезону;
- мають високу впізнаваність бренду на національному та міжнародному рівнях;
- середній/високий чек, середня оборотність, а прибутковість формується через цінність досвіду, а не лише продукт [40, с. 59].

Національні ресторації зосереджуються на популяризації певної національної кухні та гастрономічної спадщини. У Львові вони відіграють важливу роль у збереженні та відтворенні кулінарних традицій українців, поляків, євреїв, вірмен та інших народів. Їх основними рисами є доступність, автентичність страв, використання традиційних рецептів та відтворення елементів народної культури в інтер’єрі й обслуговуванні. Ключова ознака

національного ресторану – це кухня, яка є первинною. Прикладом українського ресторану є “Голодний Микола”, де подають традиційні страви борщ, вареники, галушки, банош, поєднуючи їх із сучасними кулінарними техніками.



Даний формат можна поділити на декілька підтипів:

– автентичний національний ресторан, що прагне максимально точно відтворити традиційну кухню: оригінальні рецепти, традиційні способи приготування, імпортовані або локально вирощені відповідники оригінальних інгредієнтів. Їх аудиторія – це здебільшого емігранти, що шукають смаки батьківщини, та поціновувачі автентики;

– культурно-репрезентаційний національний ресторан, що поєднує кухню з культурними елементами: національний одяг персоналу, традиційний музичний супровід, предмети народного мистецтва в інтер’єрі. Орієнтований передусім на туристів і гостей, що хочуть “відчути” культуру через їжу.

– національна кухня у сучасній інтерпретації, коли кухар свідомо переосмислює традиційні рецепти через призму сучасних технік і подачі. Це точка перетину між національним і авторським рестораном.

Ключовими характеристиками національних ресторанів є:

– складність постачання, оскільки національний ресторан нерідко залежить від імпортованих інгредієнтів, що підвищує собівартість і ускладнює логістику;

– вимагає персонал з глибоким знанням конкретної кулінарної традиції, що звужує ринок праці;

– залежно від країни походження кухні, може займати різні цінові ніші;

– залежність від сезону і подій (пікові навантаження під час

національних свят або культурних подій, пов’язаних із відповідною країною).

Авторський ресторан – це заклад, де головною цінністю є кулінарна особистість шеф-кухаря. Меню є унікальним, нерідко постійно змінюваним творінням конкретної людини і саме ця людина є “брендом” закладу, оскільки гість приходить не просто поїсти, а долучитися до художнього висловлювання конкретного кухаря. Авторські ресторації сприяють розвитку кулінарного мистецтва, підвищують стандарт обслуговування та створюють унікальну гастрономічну атмосферу.

Ключовими ознаками авторського ресторану є:

– меню складається виключно з оригінальних страв, жодних “класичних рецептів у чистому вигляді”, регулярно оновлюється (нерідко декілька разів на рік або навіть щомісяця);

– шеф-кухар має виразний кулінарний почерк, впізнаваний стиль, а назва закладу часто включає його ім’я шефа або пов’язана з його особою, шеф особисто присутній на кухні і контролює кожну страву; обов’язковою умовою є медіаприсутність шефа (книги, телебачення, соціальні мережі, гастрономічні фестивалі);

– найбільш тісно пов’язаний з поняттям “висока кухня” (haute cuisine), використовується молекулярна гастрономія і концепція “Farm-to-table” (авторська кухня, що будується на прямих відносинах із місцевими фермерами і сезонності).

Прикладом авторського ресторану у Львові є “Split” на чолі із шеф-кухарем Романом Щурко, який сміливо поєднує непоєднувані інгредієнти, надихаючи гостей куштувати щось абсолютно нове та незвичне (характерний приклад авторського підходу у форматі



ф’южн).

Організаційно-економічними характеристиками авторських ресторанів є:

– висока залежність від особистості, оскільки зміна шеф-кухаря або тривала його відсутність можуть суттєво змінити характер і якість закладу;

– це закладами вищого цінового сегменту, оскільки відвідувач платить за унікальний досвід, а не просто за їжу;

– пропонують закрите дегустаційне меню (tasting menu) – це фіксований набір страв без можливості вибору, що спрощує кухонну логістику і підсилює “авторський” наратив;

– свідоме обмеження кількості посадкових місць (20-50 осіб), що забезпечує контроль якості і створює ефект ексклюзивності;

– попит на столики нерідко значно перевищує пропозицію, тому система попереднього бронювання є обов’язковим елементом;

– наявність загального визнання (зірки Мішлен, рейтинг San Pellegrino World’s 50 Best тощо), отримання або втрата якого має прямий і значний вплив на завантаженість і ціноутворення;

– високий рівень витрат на продукти (35-45% від виручки порівняно з типовими 28-32%).

Необхідно відзначити, що на практиці межі між означеними вище форматами нерідко розмиваються або ресторани поєднують їх. Наприклад, зустрічаються такі гібридні формати:

1) тематично-авторський ресторан – виразний тематичний образ поєднується з оригінальною авторською кухнею. Наприклад, ресторан з атмосферою промислового Нью-Йорку 1920-х і авторською кухнею шефа, що інтерпретує єврейсько-американську гастрономічну традицію;

2) концептуально-національний ресторан – конкретна концепція (лише продукти від місцевих виробників, лише традиційні методи приготування) застосовується до національної кухні. Це є основою багатьох закладів “нової

української кухні";

3) авторський ресторан у національному ключі – шеф обирає рідну або глибоко вивчену кухню як матеріал для власного творчого висловлювання. Яскравим прикладом такого є учасна галицька кухня у Львові.

Такиим чином, усі чотири формати реторацій об'єднує одна глибинна тенденція, а саме харчування перестає бути лише фізіологічною потребою і стає культурним досвідом. Сучасний відвідувач ресторану, особливо в середньому і вищому ціновому сегменті, шукає не просто смачну їжу, а певну розповідь, ідею, емоцію або приналежність до чогось значущого. Саме тому розуміння відмінностей між цими типами закладів є важливим не лише теоретично, а й практично – для позиціонування, маркетингу, формування команди і довгострокової стійкості бізнесу.

2.2. Аналіз діяльності провідних тематично-концептуальних ресторанних брендів Львова

Тематично-концептуальний ресторанний ринок Львова – це унікальне явище не лише для України, а й для всієї Східної Європи. Саме концептуальні заклади перетворили Львів на гастрономічну столицю, де ресторан є не просто місцем споживання їжі, а повноцінним туристичним об'єктом, театром та носієм локальної ідентичності. З метою вивчення ключових аспектів унікальності львівських реторацій, нами проаналізовано діяльність найбільш яскравих представників.

Абсолютним "піонером" та драйвером тематично-концептуального ресторанного ринку Львова є Холдинг емоцій "!FEST", ключовою стратегією якого є масштабовані емоції та сильний сувенірний маркетинг (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Тематично-концептуальні заклади Холдингу емоцій “!FEST”

Назва	Формат	Тема / Ідея	Особливості
1	2	3	4
Театр пива Правда	Паб	Монопродуктова авторська	різноманітний асортимент пива власного виробництва («Правда»), інших українських та імпортних крафтових броварень; виступи духовного оркестру ПРАВДА-orchestra
Криївка	Ресторан	Український визвольний рух / підпільна УПА-історія	Імітація підпільного бункера, військова тематика, інтерактивне “парольне” входження, театралізований сервіс
Найдорожча ресторація Галичини	Ресторан	Історія, символіка та традиції масонського руху	Класична європейська кухня; театралізована подача напоїв; парадокс цін та фінансова гра
Мазох-Cafe	Кафе	Еротично-літературна концепція (Леопольд фон Захер-Мазох)	Провокативний інтер’єр, інтелектуальна еротика, тематичне меню, культурно-літературна атмосфера
Гасова Лампа	Ресторан-паб	Історія гасової лампи та нафтопромислового Львова	Індустріальний стиль, музейні елементи, поєднання ресторану та експозиції винаходів
Реберня	Ресторан	Монопродукт (ребра та м’ясна кухня (street-food концепція)	Фокус на одному продукті (ребра), мінімалізм меню, демократичний формат, висока оборотність
П’яна вишня	Бар	Монопродукт (вишнева настоянка)	Заклад невеликий за площею, має контактну барну стійку та часто працює у форматі «takeaway»
Grand Cafe Leopolis	Кав’ярня	Історія фотографії Львова; культ перших відкриттів; імператорський шик	Атмосфера закладу відтворює дух старого аристократичного Львова часів Австро-Угорщини завдяки особливим столикам у формі карет та класичним костюмам персоналу
Перша львівська грильова ресторація м’яса та справедливости	Гриль-ресторан / стейк-хаус	Середньовічна катівня	Розвиток культури споживання м’яса
Пструг	Кнайпа / рибний ресторан	Історія двох ґазд	Форелевий акцент; хліб та намазанки; культура вина; колоритний інтер’єр

продовження табл. 2.3

1	2	3	4
Артцентр “Дзиґа”	Культурно-мистецький простір з кафе-рестораном і баром	Мікс інтелектуальної свободи, креативу й легкого хаосу	Богемною атмосфера, де збираються львівські художники, письменники та музиканти
Велика Трійка	Фут-корт	Три країни, три страви, три смаки	Рамен, том-ям та борщ, що позиціонуються не просто як супи, а як повноцінні та дуже великі за об’ємом автентичні страви (600-700 грамів)
Гомін	Бар	Старенький автобус, зроблений Львівським автобусним заводом	Переосмислення традиційної львівської кухні з новими сучасними віяннями
Пані Фріда	Такерія та кафе	Фантазійне поєднання автентичної мексиканської культури та гуцульського колориту	Кухня мексиканська, а інтер’єр поєднує яскраві, соковиті мексиканські барви із традиційними карпатськими мотивами, орнаментами та дерев’яним декором
Діана	Кав’ярня	Місце сили, пам’яті й натхнення	Сезонний заклад,
Дах	Ресторан	Простір, де кожен знаходить свій ритм	Проста, але вишукана та сезонна кухня (ситні естетичні сніданки, авторські сезонні салати, супи, фірмова піца з п’єца); карта натуральних та живих вин, авторські коктейлі
Кавалєр	Кафе-кондитерська	Монопродукт (подовжений еклер з хрустким горіховим покриттям)	Порожні випечені еклери наповнюють кремом безпосередньо перед гостем у момент замовлення; дизайн орієнтований на формат швидкого щоденного задоволення (зробити коротку смачну зупинку під час прогулянки центром)
Кооператива молока	Мілк-кафе	Продуктова (на основі молока)	Страви на основі молока корів корів джерсійської породи
Львівська копальня кави	Кав’ярня	Легенда про каву	Зонування простору: промислова зона (демонстраційне обсмажування зерен roastery), торгово-роздрібна зона (книгарня, сувенірний магазин) та зона харчування (кафе)
Львівські пляцки	Кафе-кондитерська	Монопродуктова національна	Відкрита кухня, майстер-класи

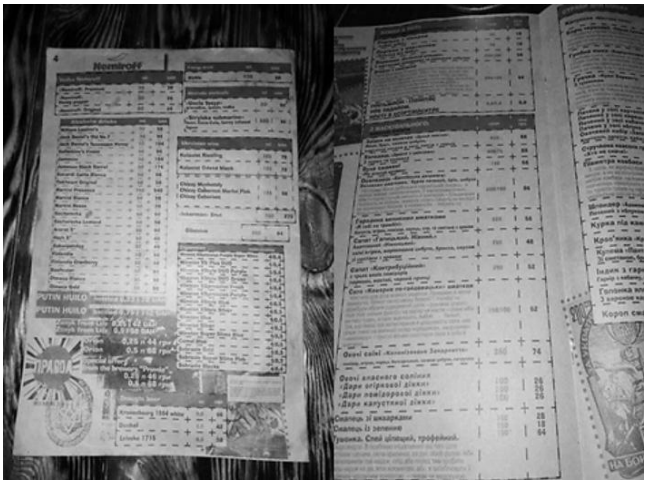
Більш детальніше зупинимося на першому закладі, який відкрив Холдинг емоцій !FEST у 2007 році, а саме “Криївка”.



Заклад побудований на концепції історичної стилізації під криївку Української повстанської армії, що формує сильний емоційний та культурний ефект для відвідувачів. Вхід до ресторану супроводжується театралізованим сценарієм, що вже на початковому етапі створює унікальний досвід споживання послуги. Заклад має рейтинг 4.6 та понад 30 тисяч відгуків, що свідчить про його високу популярність серед туристів.

Інтер’єр відповідає назві: це справжня криївка з дерев’яними брусами, старими лампами і тематичними артефактами. Стіни прикрашені історичними фотографіями, картами, прапорами та іншими елементами, що нагадують про повстанські часи

Меню ресторану орієнтоване на традиційну українську та галицьку кухню з тематичною подачею страв. Основними позиціями є борщ, вареники, деруни, м’ясні страви, банош, печеня, крафтове пиво та настоянки. Особливістю є авторські назви страв, стилізовані під історичну тематику, а також подача у металевому військовому посуді. Серед фірмових позицій виділяються копчені свинячі вуха, борщ, м’ясні закуски та домашні наливки. Загалом, меню “Криївка” є відносно вузьким, але концептуально цілісним. Воно не орієнтоване на гастрономічні інновації, а спрямоване на відтворення історико-культурного контексту; підтримку національної кухні; створення “атмосферного досвіду”.



З точки зору гостя, головною цінністю ресторану виступає не лише кухня, а повне занурення в атмосферу. Відвідувач отримує комплексний туристичний продукт: гастрономію, емоцію, історію та розвагу. Саме тому “Криївка” часто сприймається більше як туристична атракція, ніж звичайний ресторан. Reddit-відгуки також характеризують заклад як “must visit” для туристів та “найатмосферніший ресторан” Львова. Основними факторами туристичної привабливості закладу є:

- унікальна концепція “підпільного” ресторану;
- інтерактивний вхід та елемент гри;
- історико-патріотичний контекст;
- розташування в центрі міста;
- сильний емоційний ефект від відвідування.

Ресторан “Криївка” є яскравим прикладом концептуального ресторанного бренду, який поєднує гастрономію, історію та інтерактивний досвід. Його основна цінність полягає не стільки у кухні, скільки у формуванні унікального туристичного продукту. Таким чином, “Криївка” виконує функцію не просто закладу харчування, а туристичної атракції та культурного символу Львова, що суттєво підвищує привабливість міста на міжнародному рівні [12, с. 42].

Ще одним популярним тематичним закладом Львова є ресторація-музей “Гасова Лямпа”, що теж належить холдингу емоцій !FEST і демонструє приклад поєднання гастрономії, історії та туристичного досвіду в місті. Концепція закладу безпосередньо пов’язана з історичним фактом винайдення гасової лампи у Львові у XIX столітті, що стало важливим науково-технічним досягненням свого часу. Тобто, ресторан транслює не лише кулінарну, але й культурно-історичну ідентичність міста, формуючи у відвідувача уявлення про Львів як центр винахідництва, науки



та міської інтелігенції.

Заклад має чітко виражену концептуальну стилізацію. Інтер'єр виконаний у форматі старовинної лабораторії або аптеки XIX століття, де використано декоративні елементи у вигляді колекцій гасових ламп, ретро-приладів, металевих конструкцій та тематичних експозицій. Простір ресторану побудований таким чином, щоб відвідувач відчував ефект занурення в історичну атмосферу, що є характерною рисою концептуальних ресторацій. Важливим елементом є також театралізоване обслуговування та подача страв, що підсилює ефект "гастрономічного шоу" [16, с. 67].

Рейтинг закладу за даними BestRest:Львів становить близько 4.6, а кількість відгуків перевищує 16 тисяч, що свідчить про його високу популярність серед туристів і місцевих відвідувачів. Такий рівень залученості аудиторії є показником стабільного попиту та високої впізнаваності бренду в туристичному середовищі Львова.

Меню ресторану поєднує українську, європейську та галицьку кухню.



Особливу увагу приділено авторським алкогольним напоям, настоянкам та фірмовим коктейлям із візуальними ефектами. Страви мають креативну подачу, а сама гастрономічна концепція підтримує загальну ідею ресторану. Для туриста це створює не просто споживання їжі, а театралізовану гастрономічну виставу.



Аналіз меню дозволяє зробити висновок, що заклад орієнтується не лише на харчову функцію, а на створення комплексного емоційного продукту. Кожна страва та напій інтегровані в загальну історичну концепцію, що формує цілісне сприйняття

бренду та підсилює туристичну привабливість.

З точки зору споживача (гостя), ресторан “Гасова Лямпа” має високий рівень привабливості завдяки низці факторів. По-перше, це вигідне розташування в історичному центрі Львова, що забезпечує постійний потік туристів. По-друге, це унікальний інтер’єр, який має високу фотогенічність і активно використовується відвідувачами для створення контенту в соціальних мережах. По-третє, це інтерактивність та елементи театралізації, які формують ефект участі у події, а не просто відвідування закладу харчування.

Ресторан “Гасова Лямпа” відповідає сучасній концепції experience economy – економіки вражень, де основною цінністю є не лише продукт, а емоційний та культурний досвід. Саме це забезпечує його високу туристичну привабливість та стабільну популярність серед різних категорій відвідувачів [37, с. 127].

Яскравим представником національного закладу на ресторанному ринку Львова є найбвльший ресторан галицької кухні “Голодний Микола”.

Ресторан “Голодний Микола”, що входить до структури відомої ресторанної мережі “Кумпель Груп”, є репрезентативним прикладом успішної реалізації концепції етно-гастрономічного закладу на базі приміської рекреаційної локації. Заклад позиціонується як найбільший у світі ресторан галицької кухні, поєднуючи в собі ознаки класичного дестинаційного ресторану (destination restaurant) та сімейно-дозвіллєвого комплексу.

В основі концепції ресторану лежить етно-регіональна ідентичність. Заклад капіталізує історичну та кулінарну спадщину Галичини, інтерпретуючи її крізь призму сучасного ресторанного маркетингу та “економіки вражень”. Назва закладу апелює до архетипічного галицького імені Микола, створюючи персоніфікований, гостинний та дещо іронічний

образ господаря, який прагне нагодувати кожного гостя. Це знижує психологічний бар’єр у комунікації “заклад-гість”.

Концепція орієнтована на мультисегментний попит, де ключовими групами є автотуристи (завдяки розташуванню на Стрийській трасі на виїзді зі Львова), великі родинні компанії, а також туристичні групи, які шукають автентичного гастрономічного досвіду поза межами щільної історичної забудови центру міста.

Просторова організація ресторану підпорядкована ідеї масштабності, відкритості та функціонального зонування. Інтер’єр виконано в стилі сучасного етно-рустику з елементами лофту. В оформленні домінують натуральні матеріали – масив текстурного дерева, кован залізо, жива зелень та автентична цегла. Великі панорамні вікна забезпечують високий рівень інсоляції та інтегрують зовнішній ландшафт у внутрішній простір. Унікальним інженерно-дизайнерським рішенням інтер’єру є інтегрований безпосередньо у простір залу внутрішній басейн-озеро, де плаває жива форель. Цей елемент виконує одночасно естетичну, рекреаційну та демонстраційну (візуалізація свіжості продукту) функції. Простір диференційовано на декілька залів (зокрема бенкетні локації), простору літню терасу та велику прилеглу територію з відкритим дитячим майданчиком, що підкреслює сімейну спрямованість концепції.



Меню ресторану є результатом науково-практичної реконструкції галицької міської та сільської кулінарних традицій. Гастрономічна філософія базується на принципах локаворства (використання місцевих продуктів) та традиційних технологіях переробки. У меню чітко простежуються позиції, що є візитівками регіону: галицький борщ, банош, журек, вареники, фірмові м’ясні мануфактурні вироби (ковбаси власного копчення) та флячки. Наявність внутрішнього басейну дозволяє реалізувати модель інтерактивного замовлення (концепція “Злови сам”). Гість має можливість самостійно (або за

допомогою персоналу) виловити форель, яку одразу ж готують на мангалі чи запікають. Це підсилює імерсивний досвід споживача.

Невіддільною частиною гастрономічної моделі є інтеграція продуктів



власного виробництва – пекарні (свіжий хліб та випічка) та крафтової пивоварні «Кумпель», що забезпечує закладу унікальну конкурентну перевагу у сегменті напоїв.

Організація сервісу в “Голодному Миколі” базується на стандартах традиційної галицької гостинності, адаптованої до сучасних вимог ресторанного менеджменту. Обслуговування позбавлене зайвого офіціозу, натомість акцент зміщено на створення атмосфери щирої родинної гостинності. Персонал володіє глибокими знаннями локальної кулінарної термінології та історії страв, виступаючи в ролі гастрономічних гідів.

Зважаючи на значну площу закладу та високу місткість залів, операційні процеси чітко автоматизовані за допомогою сучасних систем управління (POS-систем). Це забезпечує високу швидкість видачі страв навіть за умов пікового навантаження під час масових бенкетних заходів.

Територія та архітектурне планування закладу (відсутність критичних порогів, просторі проходи між столами, облаштовані вбиральні) відповідають принципам безбар’єрності, що робить його доступним для маломобільних груп населення, сімей з дитячими візками та ветеранів.

Ресторан “Голодний Микола” є класичним взірцем етно-концептуального закладу заміського типу, який успішно трансформував локальну гастрономічну спадщину Галичини у високоефективний комерційний продукт. Завдяки збалансованому поєднанню автентичного меню, інноваційного інтер’єру (аква-система) та орієнтованого на сім’ю сервісу, заклад виступає важливим об’єктом туристично-ресторанної інфраструктури Львівського регіону.

Одним із найбільш показових представників авторського сегмента



ресторанного ринку Львова є ресторан “Vintage Nouveau”, який функціонує у форматі преміального гастрономічного закладу та орієнтований на сучасну високу кухню (fine dining). На відміну від концептуальних ресторанів, де ключову роль відіграє театралізація простору та історичний наратив, у даному закладі основний акцент зроблено на гастрономічній майстерності, авторській інтерпретації страв, естетиці подачі та інноваційних кулінарних рішеннях.

Ресторан має «Vintage Nouveau» рейтинг близько 4.5, а також належить до преміального цінового сегмента ($$$), що визначає його як заклад високого рівня обслуговування з відповідним позиціонуванням на ринку. Це свідчить про орієнтацію не на масового споживача, а на вузьку, але платоспроможну аудиторію, яка цінує гастрономічну якість, сервіс та унікальний досвід.

Концепція “Vintage Nouveau” базується на ідеї поєднання класичних



гастрономічних традицій із сучасними кулінарними техніками та авторським баченням шеф-кухаря. Заклад формує власну гастрономічну ідентичність, де кожна страва є результатом творчого переосмислення локальних продуктів та світових кулінарних трендів.

На відміну від тематичних або концептуальних ресторанів Львова, тут відсутній елемент театралізації інтер’єру чи історичного сюжету. Основна увага зосереджена на продукті, смаку, текстурі та візуальній естетиці страв, що відповідає сучасним тенденціям гастрономічного мистецтва.

Меню ресторану “Vintage Nouveau” є динамічним та сезонно змінним, що є характерною рисою авторської кухні. Воно формується на основі доступності локальних продуктів та гастрономічних трендів. Основні

категорії меню включають:

- авторські м’ясні страви (яловичина, телятина, ягня з нестандартними гарнірами та соусами);
- рибні та морепродуктові позиції з європейською інтерпретацією;
- дегустаційні сети (tasting menus), які дозволяють гостю отримати комплексне гастрономічне враження;
- авторські десерти з елементами молекулярної гастрономії;
- винна карта преміального рівня з ретельно підібраними поєднаннями їжі та вина.

Особливістю є гастрономічні поєднання (food pairing), де кожна страва супроводжується рекомендованим напоєм, що підсилює смакове сприйняття. Таким чином, меню виконує не лише функцію харчування, а й функцію гастрономічного дослідження та естетичного досвіду.

Сервіс у ресторані “Vintage Nouveau” побудований на принципах індивідуального підходу до кожного гостя. Обслуговування характеризується високим рівнем професіоналізму персоналу, знанням гастрономічної культури та винної карти, а також здатністю рекомендувати страви відповідно до вподобань відвідувача. Важливим елементом є атмосфера спокою, приватності та комфортного перебування, що особливо цінується бізнес-клієнтами та іноземними гостями.

З точки зору гостя, “Vintage Nouveau” виступає як простір статусного та усвідомленого гастрономічного споживання. Основними цільовими групами є:

- гастрономічні туристи (food tourists);
- бізнес-клієнти;
- іноземні відвідувачі;
- локальні гурмани з високими вимогами до якості.

Ресторан формує імідж Львова як міста, здатного пропонувати не лише традиційну та концептуальну кухню, але й сучасний рівень високої гастрономії європейського зразка. Особливу роль відіграє те, що подібні

заклади підвищують міжнародну впізнаваність міста як гастрономічного центру, здатного конкурувати з європейськими туристичними дестинаціями.

Отже, ресторан “Vintage Nouveau” є яскравим представником авторського сегмента ресторанного ринку Львова, який демонструє перехід міської гастрономії на рівень fine dining. Його діяльність спрямована на формування гастрономічної культури високого рівня, розвиток інновацій у сфері кулінарії та підвищення міжнародного статусу Львова як сучасного гастрономічного центру.

Для узагальненого розуміння особливостей функціонування провідних ресторанних брендів Львова доцільно здійснити їх порівняльний аналіз за низкою ключових критеріїв, які відображають як економічні, так і соціокультурні аспекти діяльності закладів ресторанного господарства. Серед таких критеріїв виокремлено: концептуальна спрямованість закладу, тип гастрономічної пропозиції, особливості формування меню, рівень туристичної та маркетингової привабливості, цільова аудиторія, а також рівень емоційного та сервісного досвіду, який отримує відвідувач (табл. 2.4).

Застосування зазначених критеріїв дозволяє розглядати ресторани не лише як суб’єкти сфери ресторанних послуг, але й як багатофункціональні елементи міської інфраструктури, що формують туристичний імідж Львова, його культурну ідентичність та гастрономічний бренд. У сучасних умовах розвитку туристичної індустрії ресторанні заклади дедалі частіше виконують роль атракцій, емоційних просторів та комунікаційних платформ, що виходять за межі традиційного розуміння ресторанного бізнесу. Проведений порівняльний аналіз дозволяє встановити, що розглянуті ресторанні бренди Львова функціонують у різних сегментах гастрономічного ринку та виконують відмінні за своєю природою функції у формуванні туристичного іміджу міста.

Концептуальні ресторани «Криївка» та «Гасова Лямпа» характеризуються високим рівнем емоційної залученості та туристичної привабливості, що забезпечується чітко вираженою концепцією,

Таблиця 2.4

Порівняльний аналіз провідних ресторанних брендів Львова та оцінка їх туристичної привабливості

Критерій	“Криївка” (тематично-концептуальний)	“Гасова Лямпа” (тематично-концептуальний)	“Голодний Микола” (національний)	«Vintage Nouveau» (авторський)
1	2	3	4	5
Загальна концепція	Історико-патріотична стилізація під підпільну криївку УПА	Історія винайдення гасової лампи у Львові, науково-історична тематика	Ресторан національної галицької кухні з акцентом на відтворення традиційних українських гастрономічних практик	Сучасна авторська гастрономія (fine dining), гастроінновації
Основна ідея бренду	Емоційне занурення в історію українського визвольного руху	Реконструкція атмосфери Львова XIX століття та науки	Збереження та популяризація автентичної галицької кухні через традиційні рецепти та локальні продукти	Гастрономічна майстерність, продукт і смак як основна цінність
Тип досвіду для гостя	Театралізований, інтерактивний, ігровий	Атмосферний, історико-екскурсійний, інтерактивний	Автентичний гастрономічний досвід із культурним зануренням у традиції західної України	Преміальний гастрономічний досвід (fine dining)
Рейтинг і популярність	~4.6 / понад 30 000 відгуків	~4.6 / понад 16 000 відгуків	~4.5 / стабільно високий попит серед туристів і місцевих жителів	~4.5 / менша кількість відгуків, але стабільна аудиторія
Ціновий сегмент	Середній ($$)	Середній ($$)	Середній ($$)	Високий ($$$)
Меню (характеристика)	Українська та галицька кухня, тематична подача	Українська, європейська, галицька кухня з креативною подачею	Традиційні страви галицької кухні: борщ, вареники, банош, деруни, печеня, страви з локальних продуктів	Авторські страви, дегустаційні сети, гастрономічні поєднання
Особливості меню	Історичні назви страв, військова стилізація, прості традиційні страви	Коктейлі з ефектами, настоянки, театралізована подача	Автентичні рецепти, локальні інгредієнти, сезонність, мінімальна модернізація класичних страв	Сезонність, food pairing, молекулярні елементи, естетика

продовження табл. 2.4

1	2	3	4	5
Рівень інновацій	Середній (акцент на концепції, не на гастрономії)	Середній-високий (ефекти подачі, шоу-елементи)	Низький–середній (акцент на традиційності та збереженні рецептур)	Високий (кулінарні інновації, авторські техніки)
Інтер'єр	Підпільний бункер, військова стилізація	Лабораторія XIX ст., ретро-науковий стиль	Етно-стилізація під галицький побут: дерево, народний декор, традиційні українські елементи	Мінімалістичний/сучасний, без театралізації
Туристична функція	Туристична атракція №1 у Львові	Туристично-історична атракція	Популяризація української кухні як частини культурного туристичного продукту Львова	Гастрономічний імідж міста
Основна цінність для гостя	Емоція + історія + розвага	Атмосфера + шоу + історія	Смак традицій + автентичність + культурний досвід	Якість їжі + сервіс + статус
Цільова аудиторія	Масові туристи, молодь, іноземці	Туристи, сім'ї, відвідувачі центру	Туристи, сім'ї, поціновувачі національної кухні	Гурмани, бізнес-туристи, преміум-сегмент
Тип бізнес-моделі	Масовий туристичний потік	Масовий туристичний досвід	Стабільний ресторан національної кухні із середнім чеком	Преміальний, обмежена аудиторія
Вплив на імідж Львова	Формує образ «міста легенд і історії»	Підсилює образ «міста винаходів і культури»	Підсилює образ Львова як центру української гастрономічної традиції	Формує образ «гастрономічної столиці»

театралізованими елементами обслуговування та інтерактивним форматом взаємодії з гостями. Їх ключова цінність полягає у створенні ефекту повного занурення в історико-культурний контекст, тобто реалізації підходу experience economy, за якого гастрономічна складова поєднується з розважально-пізнавальною функцією. Обидва заклади орієнтовані переважно на масовий туристичний потік і мають високий рівень впізнаваності, що закріплює їх статус як важливих туристичних атракцій міста.

Національний ресторан «Голодний Микола» займає окрему позицію в структурі ресторанного ринку Львова, виконуючи насамперед функцію збереження та популяризації традиційної галицької кухні. Його діяльність базується на автентичних рецептах, локальних продуктах та культурній спадщині регіону, що формує у відвідувача не театралізований, а автентичний гастрономічний досвід. На відміну від концептуальних закладів, основний акцент тут зроблено не на шоу-ефекті, а на смаковій і культурній достовірності страв, що забезпечує стабільний попит серед туристів і місцевих жителів та сприяє популяризації української кухні як елемента національної ідентичності.

Водночас авторський ресторан «Vintage Nouveau» представляє преміальний сегмент гастрономічного ринку та орієнтується на створення унікального кулінарного досвіду через авторську інтерпретацію страв, високу якість продуктів і сервісу. Його діяльність спрямована не на масовість, а на індивідуалізований досвід гостя, де ключовими чинниками виступають смакова композиція, естетика подачі та інноваційність кулінарних рішень.

Таким чином, ресторанний ринок Львова можна розглядати як багаторівневу систему, у якій різні типи закладів виконують взаємодоповнюючі функції. Концептуальні ресторани формують масовий туристичний попит і емоційний образ міста, національні заклади забезпечують збереження та популяризацію гастрономічної спадщини, тоді як авторські ресторани сприяють розвитку високої гастрономічної культури

та підсилюють міжнародний імідж Львова як сучасного кулінарного центру.

У другому розділі роботи здійснено комплексний аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку ресторанного ринку Львова з акцентом на типологію закладів та особливості функціонування провідних ресторанних брендів міста. Узагальнення результатів дослідження дозволяє зробити низку концептуальних висновків щодо структури та специфіки розвитку гастрономічного середовища Львова.

Встановлено, що ресторанний ринок Львова характеризується високим рівнем динамічності, конкуренції та багатоформатності. Його розвиток відбувається у тісному взаємозв'язку з туристичною привабливістю міста, культурною спадщиною та глобальними тенденціями індустрії гостинності. Ресторани міста поступово виходять за межі класичної функції закладів харчування та трансформуються у багатофункціональні простори, що поєднують гастрономію, розваги, культуру та емоційний досвід.

Дослідження типології ресторацій Львова дозволило визначити ключові формати їх функціонування: тематичні, концептуальні, національні та авторські заклади. Кожен із цих типів має власну логіку формування пропозиції, цільову аудиторію, рівень цінового сегменту та стратегічні підходи до позиціонування. При цьому на практиці спостерігається активне поєднання форматів, що свідчить про гібридизацію ресторанного продукту як одну з провідних тенденцій ринку.

Доведено, що концептуальні та тематичні ресторани відіграють ключову роль у формуванні туристичного іміджу Львова. Вони базуються на принципах experience economy, де головною цінністю виступає не лише їжа, а емоційне та культурне занурення. Такі заклади формують високий рівень впізнаваності міста, забезпечують стабільний туристичний потік та виконують функцію гастрономічних атракцій.

Національні ресторани виконують важливу культурно-репрезентаційну функцію, забезпечуючи збереження та популяризацію гастрономічної спадщини регіону. Вони сприяють формуванню автентичного кулінарного

досвіду та підтримують ідентичність української та галицької кухні як складової національної культури.

Авторські ресторани представлені як сегмент високої гастрономії (fine dining), де ключовим ресурсом виступає особистість шеф-кухаря та його творчий підхід. Такі заклади орієнтовані на вузьку, але платоспроможну аудиторію та формують імідж Львова як сучасного гастрономічного центру європейського рівня.

Узагальнюючи результати аналізу провідних ресторанних брендів Львова, можна стверджувати, що кожен із розглянутих форматів виконує власну функціональну роль у структурі міського ресторанного ринку. Концептуальні заклади формують емоційно-туристичний образ міста, національні – забезпечують культурну спадкоємність, а авторські – розвивають гастрономічну інноваційність та міжнародну конкурентоспроможність. Таким чином, ресторанний ринок Львова є складною багаторівневою системою, що поєднує економічні, культурні та туристичні компоненти. Його розвиток відображає загальносвітові тенденції трансформації ресторанного бізнесу, де головним продуктом стає не лише їжа, а комплексний досвід, емоції та культурні враження споживача.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ У ЛЬВОВІ

3.1. Активізація гастрономічного туризму як чиннику популяризації львівських ресторацій

Сучасний етап розвитку ресторанної справи в Україні характеризується глибокою трансформацією під впливом глобалізаційних процесів, змін у структурі споживчого попиту та активного розвитку туристичної індустрії. Особливо яскраво ці процеси проявляються у містах із високим туристичним потенціалом, серед яких провідне місце займає місто Львів.

Львів сьогодні є не лише культурно-історичним центром, але й одним із ключових гастрономічних осередків України, де ресторанна індустрія перетворилася на важливу складову туристичної економіки. Ресторації міста виконують багатофункціональну роль: вони є елементами інфраструктури гостинності, інструментами формування туристичного іміджу, а також платформами для розвитку культурного та креативного середовища.

У цьому контексті особливого значення набувають заходи активізації гастрономічного туризму, який у сучасних умовах розглядається як один із найдинамічніших напрямів розвитку туристичної галузі. Гастрономічний туризм передбачає не лише споживання їжі як базової потреби, а й отримання унікального емоційного, культурного та пізнавального досвіду, пов’язаного з локальною кухнею, традиціями та історією регіону.

Для міста Львова гастрономічний туризм є стратегічним напрямом розвитку, оскільки дозволяє поєднати історико-культурну спадщину з сучасними бізнес-моделями ресторанної індустрії. Саме через гастрономічний досвід туристи формують своє уявлення про місто, його культуру та рівень сервісу, що безпосередньо впливає на імідж території та її

конкурентоспроможність на туристичному ринку.

Важливо зазначити, що розвиток гастрономічного туризму у Львові тісно пов’язаний із функціонуванням концептуальних, тематичних та авторських ресторацій, які були розглянуті у попередніх розділах. Такі заклади фактично формують ядро гастрономічної туристичної пропозиції міста, забезпечуючи високий рівень емоційного залучення відвідувачів та створюючи унікальний туристичний продукт.

Для більшої активізації гастрономічного туризму у м. Львів необхідно врахувати ряд чинників, які можуть як стимулювати, так і стримувати цей процес. Розглянемо їх.

1. Історико-культурний потенціал як базовий фундамент гастрономічного туризму.

Історико-культурний потенціал міста Львів є ключовим структуроутворюючим фактором розвитку гастрономічного туризму, оскільки саме він формує унікальну ідентичність ресторанного середовища. Львів історично перебував на перетині різних культурних і торговельних шляхів, що сприяло формуванню багатошарової гастрономічної традиції. У результаті сучасна ресторанна культура міста є синтезом українських, польських, єврейських, австрійських та вірменських впливів, що створює виняткову різноманітність гастрономічних пропозицій.

Важливо зазначити, що історико-культурний потенціал у Львові не є лише фоном для розвитку ресторанного бізнесу, а виступає активним ресурсом комерціалізації. Багато ресторацій свідомо інтегрують історичні наративи у свою концепцію, перетворюючи гастрономічний досвід на форму культурної реконструкції. Це дозволяє не лише підвищити туристичну привабливість, але й сформувати глибший емоційний зв’язок між відвідувачем і містом. Особливу роль відіграють концептуальні заклади, що використовують історичні та міфологічні сюжети як основу бізнес-моделі. У таких закладах історія стає не лише декоративним елементом, а центральним продуктом, який споживає турист.

Таким чином, історико-культурний потенціал Львова виконує функцію довгострокового стратегічного ресурсу, який забезпечує стійкість гастрономічного туризму навіть за умов змін економічного або політичного середовища.

2. Високий рівень туристичного потоку як драйвер розвитку гастрономічного туризму.

Одним із ключових факторів розвитку гастрономічного туризму є стабільно високий туристичний потік до Львова. Місто входить до числа найбільш відвідуваних туристичних центрів України, що створює постійний попит на ресторанні послуги. Важливо підкреслити, що значна частина туристів розглядає гастрономічний досвід як невід'ємну складову подорожі, а не як другорядну послугу.

Туристичний потік формує специфічну структуру попиту, яка відрізняється від локального ринку. Туристи більш схильні до споживання концептуальних та емоційно насичених послуг, що стимулює розвиток тематичних і концептуальних ресторацій. У результаті ресторанний ринок Львова адаптується під туристичні очікування, створюючи продукти з високою доданою цінністю.

Окремо слід відзначити, що туристичний попит є сезонно коливним, однак у Львові спостерігається відносна стабільність завдяки розвитку подієвого туризму. Фестивалі, культурні події та святкові програми забезпечують рівномірний розподіл туристичних потоків протягом року, що позитивно впливає на стабільність ресторанного бізнесу.

У результаті туристичний потік виступає не лише джерелом доходу, а й механізмом постійного оновлення та розвитку ресторанного господарства, стимулюючи конкуренцію та інновації.

3. Розвиток концептуальних ресторацій як ключового елементу гастрономічного туризму.

Концептуальні ресторації є одним із найважливіших інструментів розвитку гастрономічного туризму, оскільки вони трансформують процес

харчування у культурно-емоційний досвід. У Львові цей сегмент представлений закладами, які поєднують гастрономію, театр, історію та інтерактивні практики.

Такі ресторани, наприклад як “Криївка”, функціонують як багаторівневі туристичні об’єкти, де відвідувач стає учасником сценарію. Це створює ефект “занурення”, який значно підвищує рівень задоволення та формує емоційну пам’ять про місто. Саме ця емоційна складова є ключовим фактором повторного відвідування та рекомендаційного маркетингу.

Концептуальні ресторації також виконують функцію брендингу міста. Вони формують впізнаваний образ Львова як міста з унікальною гастрономічною культурою. У глобальному туристичному контексті саме такі заклади стають “візитівками”, що асоціюються з містом у міжнародному інформаційному просторі.

4. Маркетингові та цифрові технології як інструмент глобалізації гастрономічного туризму.

Сучасний розвиток гастрономічного туризму у Львові значною мірою визначається впровадженням цифрових технологій та маркетингових стратегій. Соціальні мережі, онлайн-платформи відгуків, інфлюенсер-маркетинг та системи онлайн-бронювання формують нову модель взаємодії між рестораном і споживачем.

Ресторації активно використовують візуальний контент для просування своїх послуг, що особливо важливо для туристичного сегменту. Естетика подачі страв, інтер’єри та атмосферність закладів стають ключовими елементами цифрового брендингу. У результаті ресторан перетворюється на “контент-продукт”, який поширюється через соціальні медіа.

Важливо також зазначити, що цифрові технології дозволяють ресторанам інтегруватися у глобальний туристичний ринок. Туристи ще до приїзду у Львів формують уявлення про гастрономічні заклади через онлайн-ресурси, що безпосередньо впливає на їх вибір.

Таким чином, цифровізація виступає потужним каталізатором розвитку

гастрономічного туризму, підвищуючи конкурентоспроможність львівських ресторацій на міжнародному рівні.

5. Фестивальний рух як механізм активізації гастрономічного туризму.

Фестивальна активність є важливим фактором розвитку гастрономічного туризму у Львові, оскільки вона формує додаткові туристичні стимули та підсилює імідж міста. Гастрономічні події, такі як Свята кави, шоколаду та локальної кухні, перетворюють місто на майданчик культурної взаємодії. Фестивалі забезпечують концентрацію туристичних потоків у визначені періоди, що позитивно впливає на економіку ресторанного бізнесу. У ці періоди ресторації отримують максимальне завантаження, а також можливість просування нових продуктів та концепцій.

Окрім економічного ефекту, фестивалі виконують важливу комунікативну функцію. Вони сприяють формуванню позитивного іміджу Львова як гастрономічного центру, що активно розвивається та інтегрується у європейський туристичний простір. У результаті фестивальний рух стає важливим інструментом маркетингової підтримки ресторанної індустрії.

6. Інноваційність та цифровізація як фактор конкурентоспроможності.

Інноваційні підходи у ресторанному бізнесі Львова включають впровадження нових форматів обслуговування, інтерактивних технологій та нестандартних бізнес-моделей. Це дозволяє закладам адаптуватися до змінних потреб туристів і підвищувати рівень їх задоволеності. Значну роль відіграє інтеграція досвіду (experience economy), коли головним продуктом стає не страва, а емоція, яку отримує відвідувач. Це особливо характерно для закладів концептуального типу, де кожен елемент сервісу є частиною сценарію. Інноваційність також проявляється у використанні автоматизованих систем управління, аналітики попиту та персоналізації пропозицій. Це дозволяє оптимізувати бізнес-процеси та підвищувати ефективність роботи ресторанів.

Комплексний аналіз ключових факторів розвитку гастрономічного туризму у Львові дозволяє зробити висновок, що дана сфера є

багатовимірною системою, у якій історико-культурні, економічні, маркетингові та інноваційні чинники взаємодіють між собою.

Саме синергія цих факторів формує унікальність гастрономічного ринку Львова та забезпечує його стабільне зростання. Ресторації міста поступово трансформуються з традиційних закладів харчування у складні культурно-туристичні платформи, що створюють додану вартість для міста та його міжнародного іміджу.

Ефективність кулінарного брендингу дестинації Львова безпосередньо залежить від системності прикладних інструментів, які використовують суб'єкти ресторанного бізнесу. Інтеграція індустрії гостинності в структуру туристичного попиту Львова відбувається не стихійно, а через чітко диференційовані маркетингові та операційні механізми.

Для детального розуміння того, як саме процеси активізації гастрономічного туризму конвертуються у комерційний та репутаційний успіх конкретних закладів, розроблено аналітичну матрицю (табл. 3.1). Вона узагальнює ключові практичні інструменти, розкриває їхній функціональний зміст та демонструє фінальний маркетинговий ефект для ресторанних підприємств.

Таблиця 3.1

Популяризація львівський ресторацій через гастротуризм

Механізм / Інструмент	Сутність та операційна дія	Ефект для ресторації
Створення дестинаційних концептів	Розробка унікального концепту закладу (міф, легенда, специфічний інтер'єр)	Ресторан стає самостійним об'єктом екскурсійного показу (наприклад, "Криївка" або "Гасова лямпа")
Еногастрономічний пейринг	Формування культури поєднання локальних страв із крафтовими напоями	Залучення преміального сегмента туристів (гурманів, експертів), підвищення середнього чека
Діджитал-комунікації та візуальний маркетинг	Створення "інстаграмних" локацій, використання AR/VR меню, активний контент-маркетинг	Формування вірусної популярності (User Generated Content), залучення молодіжної аудиторії.

На сучасному етапі активізація гастрономічного туризму як чинника

популяризації ресторацій стикається з новими викликами та адаптується до вимог часу, зокрема:

- популяризація закладу сьогодні прямо корелює з його доступністю. Впровадження принципів універсального дизайну, адаптація простору для маломобільних груп, ветеранів та людей з інвалідністю стає обов'язковим стандартом для провідних львівських ресторацій;
- зміна структури туристичного потоку зміщує акцент на психоемоційне відновлення. Концепції ресторанів трансформуються в бік створення затишних, безпечних просторів, що пропонують емоційне розвантаження через гастрономію;
- використання інтелектуальних систем аналізу даних (на кшталт систем *SERVIO*) дозволяє ресторацям прогнозувати поведінку туристів, персоналізувати пропозиції та оптимізувати сервісні процеси, підвищуючи загальну лояльність до бренду міста.

З огляду на ці та інші виклики актуальними стають рекомендації щодо подальшого вдосконалення діяльності підприємств ресторанного господарства.

Таким чином, активізація гастрономічного туризму є першочерговим чинником успішної популяризації львівських ресторацій. Завдяки ефективному поєднанню історико-культурної спадщини, креативного маркетингу вражень та високих стандартів сервісу, ресторації Львова трансформувалися з підприємств харчування на ключові маркери туристичної привабливості дестинації. Подальша синергія між індустрією гостинності, академічною спільнотою та державними профільними інституціями (зокрема ДАРТ) дозволить закріпити за Львовом статус провідного гастрономічного центру європейського рівня.

3.2. Вдосконалення організації діяльності сучасних ресторацій міста

Сучасний етап розвитку ресторанного бізнесу у місті Львів характеризується високим рівнем конкуренції, швидкою зміною споживчих уподобань, активною цифровізацією сервісних процесів та зростанням ролі гастрономічного туризму як одного з ключових драйверів міської економіки. У цих умовах ефективність функціонування ресторацій визначається не лише якістю кухні чи рівнем обслуговування, а насамперед здатністю підприємств до організаційної адаптації, впровадження інноваційних управлінських рішень та формування стійких бізнес-моделей.

Особливістю ресторанного ринку міста Львів є його тісний зв’язок із туристичною сферою, що зумовлює необхідність постійного вдосконалення організації діяльності закладів з урахуванням сезонності попиту, високої частки туристів, а також орієнтації на емоційний та культурний досвід споживача. У цьому контексті ресторації виступають не лише суб’єктами господарювання, але й елементами міської туристичної інфраструктури та культурної ідентичності.

Вдосконалення організації діяльності сучасних ресторацій передбачає комплексний підхід, що охоплює оптимізацію внутрішніх бізнес-процесів, удосконалення системи управління персоналом, впровадження цифрових технологій, підвищення рівня сервісу, а також розвиток маркетингових стратегій, орієнтованих на формування довгострокової лояльності клієнтів. У сучасних умовах саме інтеграція цих елементів визначає конкурентоспроможність закладів на ринку та їх здатність адаптуватися до динамічного зовнішнього середовища.

Організація діяльності ресторанних підприємств у сучасних умовах розглядається як багаторівнева система, що включає виробничі, сервісні, управлінські та маркетингові підсистеми. Кожна з цих складових безпосередньо впливає на кінцевий результат діяльності закладу – рівень

задоволеності споживача, економічну ефективність та конкурентні позиції на ринку.

У випадку львівських ресторацій особливого значення набуває концепція experience economy, відповідно до якої основною цінністю стає не лише продукт харчування, а комплексний емоційний та культурний досвід відвідувача. Це означає, що організація діяльності повинна бути спрямована на створення цілісного враження, яке формується через інтер'єр, сервіс, комунікацію персоналу, атмосферу та інтерактивні елементи обслуговування.

До основних викликів, що зумовлюють необхідність вдосконалення організації діяльності ресторацій, належать:

- посилення конкуренції як між локальними, так і міжнародними брендами;
- зростання вимог споживачів до швидкості, якості та персоналізації сервісу;
- кадровий дефіцит у сфері обслуговування;
- інфляційні процеси та зростання собівартості продукції;
- вплив соціальних мереж на репутацію закладів.

Додатковим фактором, що визначає необхідність удосконалення організації, є цифрова трансформація ресторанного бізнесу. Сьогодні ефективне функціонування закладів неможливе без використання систем онлайн-бронювання, CRM-систем, аналітики поведінки клієнтів, соціальних мереж та платформ доставки. Цифрові інструменти дозволяють не лише оптимізувати операційні процеси, але й підвищувати точність управлінських рішень на основі даних.

Ці фактори формують необхідність переходу від традиційних моделей управління до інноваційних, клієнтоорієнтованих та технологічно інтегрованих систем організації діяльності.

У межах сучасних наукових підходів удосконалення організації діяльності ресторацій розглядається як процес системної оптимізації всіх елементів функціонування підприємства. Він включає:

– оптимізацію операційних процесів (виробництво, логістика, обслуговування);

– впровадження стандартів сервісу та контролю якості;

– розвиток гнучких моделей управління персоналом;

– цифровізацію управлінських і маркетингових процесів;

– підвищення рівня клієнтоорієнтованості;

– формування бренду закладу як елементу туристичної інфраструктури.

Таким чином, вдосконалення організації діяльності ресторацій є не лише внутрішнім управлінським завданням, а й стратегічним фактором розвитку гастрономічного туризму, підвищення інвестиційної привабливості міста та формування його позитивного міжнародного іміджу.

У сучасних умовах можна виокремити кілька стратегічних напрямів удосконалення організації ресторанного бізнесу:

1) раціоналізація всіх етапів операційної діяльності, а саме:

– стандартизація технологічних процесів приготування страв;

– впровадження систем управління запасами;

– мінімізація втрат сировини та зниження food cost;

– автоматизація процесів обліку та звітності;

2) ефективна HR-стратегія, що включає:

– професійний відбір та навчання персоналу;

– впровадження систем мотивації (матеріальної та нематеріальної);

– розвиток корпоративної культури;

– регулярну оцінку ефективності працівників;

3) цифровізація ресторанного бізнесу, що охоплює:

– системи онлайн-бронювання столів;

– CRM-системи для аналізу поведінки клієнтів;

– POS-системи для автоматизації продажів;

– інтеграцію з платформами доставки;

– використання аналітики Big Data для прогнозування попиту;

4) підвищення рівня сервісу та клієнтоорієнтованості, при цьому сучасний заклад ресторанного господарства повинен орієнтуватися на формування довготривалих відносин із гостями за рахунок:

- персоналізації обслуговування;
- впровадження стандартів сервісу;
- розвитку культури гостинності;
- швидкого реагування на відгуки гостей;

5) маркетинговий розвиток та брендинг, зокрема: формування унікальної концепції закладу; активна присутність у соціальних мережах; робота з репутацією (SRM); співпраця з інфлюенсерами та туристичними платформами; участь у гастрономічних фестивалях і подіях.

У сучасних умовах розвитку ресторанного бізнесу особливого значення набуває концепція “experience economy”, згідно з якою основною цінністю стає не лише продукт харчування, а комплексний емоційний, культурний та соціальний досвід гостя. У межах цієї концепції організація діяльності ресторації повинна забезпечувати:

- створення унікальної атмосфери закладу;
- продуманий дизайн інтер’єру та екстер’єру;
- інтерактивні елементи обслуговування;
- емоційну взаємодію персоналу з гостями;
- формування історії та ідеї бренду.

Цифрова трансформація ресторанної індустрії є одним із ключових драйверів підвищення ефективності сучасних закладів ресторанного господарства. У контексті міста Львів вона набуває особливого значення, оскільки саме тут поєднуються високий туристичний потік, розвинена конкуренція та швидке поширення інновацій у сфері сервісу.

Сучасні ресторації вже не можуть ефективно функціонувати без інтеграції цифрових технологій у всі ключові бізнес-процеси: від прийому замовлення до післясервісної взаємодії з гостем. У цьому контексті цифровізація виступає не лише як інструмент автоматизації, а як стратегічна

основа формування нової моделі ресторанного бізнесу – data-driven та customer-oriented підприємства.

Цифрова трансформація ресторанного бізнесу повинна включати декілька взаємопов'язаних напрямів:

– автоматизація операційних процесів: впровадження POS-систем для управління замовленнями; автоматичний облік складських запасів; електронні меню (QR-меню); інтегровані системи кухонного контролю (KDS);

– CRM та управління клієнтською базою, що дозволяє: збирати дані про гостей; аналізувати їхні вподобання; формувати персоналізовані пропозиції; запускати програми лояльності;

– онлайн-бронювання та цифрові канали продажу: системи бронювання столів через сайти та мобільні додатки; інтеграція з Google Maps та TripAdvisor; доставка через Glovo, Bolt Food та інші платформи;

– Digital-маркетинг: просування у соціальних мережах (Instagram, TikTok); робота з відгуками та репутацією (SERM); таргетована реклама; співпраця з блогерами та гастроінфлюенсерами.

Системний підхід до організації діяльності ресторанних підприємств передбачає розгляд закладу як цілісної багаторівневої системи, у якій усі елементи взаємопов'язані та взаємозалежні. У межах сучасної економіки особливо важливою є інтеграція виробничих, сервісних, маркетингових та управлінських процесів в єдину модель функціонування.

Таким чином, вдосконалення організації діяльності сучасних ресторацій є комплексним та багатовимірним процесом, що охоплює технологічні, управлінські, маркетингові та соціальні аспекти функціонування підприємств (табл. 3.2). У сучасних умовах саме інтеграція цифрових технологій, розвиток клієнтоорієнтованих моделей обслуговування та формування унікального досвіду споживача визначають рівень конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства. Крім того,

ресторації у місті Львів виступають не лише суб'єктами економічної діяльності, але й важливими елементами туристичної інфраструктури, що безпосередньо впливають на формування іміджу міста, його інвестиційної привабливості та міжнародного визнання.

Таблиця 3.2

Основні напрями вдосконалення організації діяльності ресторацій м. Львів

Напрям удосконалення	Заходи	Практичний ефект	Приклади впровадження
Оптимізація бізнес-процесів	Стандартизація кухні, контроль запасів, зниження food cost, автоматизація обліку	Зменшення витрат, підвищення ефективності роботи	36По
Управління персоналом	HR-стратегії, навчання, мотивація, корпоративна культура	Підвищення якості сервісу та продуктивності	Ресторація Бачевських
Цифрова трансформація	POS, CRM, онлайн-бронювання, QR-меню, аналітика даних	Прискорення сервісу, зниження помилок, зростання продажів	Криївка, Grand Cafe Leopolis
Сервіс та клієнтоорієнтованість	Персоналізація, стандарти обслуговування, робота з відгуками	Зростання лояльності клієнтів	Бачевських, Grand Cafe Leopolis
Маркетинг і брендинг	Digital-маркетинг, соцмережі, SERM, інфлюенсери	Залучення нових клієнтів, формування іміджу	Криївка
Experience economy	Формування атмосфери, емоційного досвіду, концептуалізація закладу	Підвищення унікальності та привабливості	Mons Pius
Системний підхід	Інтеграція всіх підсистем управління (виробництво, сервіс, маркетинг)	Стабільність і довгострокова конкурентоспроможність	Терраса Гранд Готель, 36По

Узагальнюючи результати дослідження організації діяльності сучасних ресторацій у місті Львів, слід зазначити, що сучасний ресторанний бізнес функціонує в умовах високої конкуренції, динамічних змін споживчих уподобань, цифрової трансформації та зростаючого впливу гастрономічного

туризму. Це зумовлює необхідність постійного вдосконалення організаційних механізмів управління закладами ресторанного господарства.

Проведений аналіз дозволив встановити, що ефективність функціонування ресторацій визначається не лише якістю кулінарної продукції чи рівнем сервісу, а передусім здатністю підприємств до комплексної організаційної адаптації, інтеграції інноваційних технологій, формування системного управління та орієнтації на клієнта.

Особливо важливим є те, що сучасні ресторації Львова поступово трансформуються у багатофункціональні бізнес-системи, які поєднують виробничу, сервісну, маркетингову та управлінську підсистеми в єдину модель. У цьому контексті ключову роль відіграє концепція experience economy, яка змінює підхід до ресторанного бізнесу, перетворюючи заклад не лише на місце споживання їжі, а на простір формування емоційного та культурного досвіду.

Таким чином, вдосконалення організації діяльності сучасних ресторацій є комплексним, багаторівневим процесом, що охоплює цифровізацію, оптимізацію бізнес-процесів, розвиток персоналу, маркетингові інновації та формування унікального клієнтського досвіду. Реалізація зазначених підходів є ключовою умовою підвищення ефективності ресторанного бізнесу, зміцнення туристичної привабливості міста та формування його позитивного міжнародного іміджу.

У ході дослідження перспектив розвитку ресторанної справи у місті Львів встановлено, що сучасний етап функціонування ресторанного бізнесу характеризується глибокими трансформаційними процесами, зумовленими розвитком гастрономічного туризму, цифровізацією економіки та зміною споживчих пріоритетів. Львів, як один із провідних туристичних центрів України, формує унікальне середовище, в якому ресторанна індустрія виступає важливою складовою туристичної інфраструктури та інструментом формування позитивного іміджу міста.

Доведено, що ключовим драйвером розвитку ресторанної сфери є

гастрономічний туризм, який базується на поєднанні історико-культурної спадщини, креативних концепцій закладів та емоційного досвіду споживача. Саме гастрономічна складова значною мірою визначає туристичну привабливість Львова та формує конкурентні переваги місцевих ресторацій на національному та міжнародному рівнях.

Встановлено, що значний вплив на розвиток ресторанної справи мають концептуальні заклади, які перетворюють процес споживання їжі на елемент культурного та емоційного досвіду. Такі ресторації виконують не лише сервісну функцію, але й виступають інструментами брендингу міста, формуючи його впізнаваний гастрономічний образ.

Окремо визначено, що важливими факторами розвитку ресторанного бізнесу є цифровізація та впровадження сучасних маркетингових технологій. Використання CRM-систем, онлайн-бронювання, цифрових каналів комунікації та інструментів digital-маркетингу дозволяє підвищити ефективність управління закладами, оптимізувати бізнес-процеси та забезпечити персоналізацію сервісу.

Узагальнення результатів дослідження дозволяє зробити висновок, що розвиток ресторанної справи у Львові базується на синергії історико-культурного потенціалу, туристичного попиту, інноваційних технологій та сучасних моделей управління. Ресторації міста поступово трансформуються у багатофункціональні бізнес-системи, які поєднують економічну, соціальну та культурну функції. Таким чином, подальший розвиток ресторанної індустрії у місті Львів пов’язаний із поглибленням інтеграції у туристичну сферу, розширенням використання цифрових технологій та посиленням ролі experience economy. Це забезпечить підвищення конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства та зміцнення позицій Львова як провідного гастрономічного центру України та Європи.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження, присвяченого аналізу історичних та сучасних аспектів розвитку ресторанної справи у місті Львів, було комплексно розкрито еволюцію ресторанної культури, сучасні тенденції функціонування закладів ресторанного господарства та перспективи їх подальшого розвитку в умовах трансформаційної економіки та зростаючої ролі гастрономічного туризму. За результатами дослідження можна зробити такі висновки.

У межах першого розділу кваліфікаційної роботи опрацьовано історичні аспекти становлення ресторанної справи у Львові та встановлено ключові закономірності розвитку міської ресторанної культури в контексті соціально-економічних, політичних і культурних трансформацій різних історичних епох.

Висвітлено, що ресторанне господарство Львова формувалося як багатофункціональний соціокультурний феномен, який поступово виходив за межі суто утилітарного призначення та перетворювався на важливу складову міського простору, туристичної привабливості та культурної ідентичності міста. Встановлено, що його розвиток тісно пов’язаний із багатонаціональним характером Львова, його вигідним географічним положенням та роллю як торговельно-економічного центру Центрально-Східної Європи.

Опрацьовано історичну еволюцію закладів ресторанного господарства від середньовічних корчем і трактирів до сучасних ресторанів, кав’ярень і гастрономічних просторів, що дозволило встановити поступовий перехід від простих форм гостинності до професійно організованої ресторанної системи європейського типу. Висвітлено, що кожен історичний період — від Речі Посполитої та Австро-Угорської імперії до міжвоєнного, радянського та сучасного етапів – суттєво впливав на формування гастрономічних традицій, структуру закладів та культуру споживання їжі.

Встановлено, що особливо значний вплив на розвиток ресторанної культури Львова мав австрійський період, у якому сформувалася кавова культура та інституційна система ресторанів і кондитерських, а також міжвоєнний етап, що став піком розвитку міської кав'ярняної культури та соціальної ролі закладів харчування. Водночас висвітлено, що радянський період призвів до уніфікації та централізації ресторанного господарства, однак не знищив повністю локальні гастрономічні традиції, зокрема кавову культуру.

Опрацьовано процес відродження ресторанної сфери в період незалежності України, який характеризується формуванням ринкової моделі, розвитком гастрономічного туризму, появою тематичних закладів та поверненням до історичної кулінарної спадщини Львова. Встановлено, що сучасний етап розвитку ресторанної справи базується на поєднанні традиційної галицької кухні з інноваційними гастрономічними практиками та активним використанням туристичного потенціалу міста. Отже, доведено, що ресторанне господарство Львова є динамічною системою, яка пройшла складний історичний шлях трансформацій і сьогодні виступає важливою складовою культурного простору, економіки та туристичної привабливості міста.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Безхлібна А. П. Стратегія розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Інноваційний розвиток туризму та готельно-ресторанного господарства*: монографія [за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої]. Запоріжжя : НУ "Запорізька політехніка", 2024. С. 190-201.

2. Братіцел М. Л. Національні екокультурні традиції в сучасних ресторанних закладах. *Культура і мистецтво у сучасному світі*. 2019. Вип. 20. С. 44-52. DOI: https://doi.org/10.31866/2410-1915.20.2019.172394.

3. Бурачек І. В., Панасюк Д. С., Ярмолюк Д. І. Гастрономічний туризм в Україні під час війни. *Економіка та суспільство*. 2025. № 71. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-92.

4. Голод А., Никига О. Інноваційні фактори розвитку гастрономічного туризму у Львівській області. *Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення:* матеріали XII Міжнар. наук.- практ. конф. (м. Львів, 23-24 квітня 2020 р.). Львів, 2020. С. 279-282.

5. Графська О., Сиванич А. Гастрономічний туризм в Україні : потенціал для розвитку. *Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності* : зб. тез доп. III Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 6 жовтня 2022 р.). Львів : ЛДУФК імені Івана Боберського, 2022. С. 237-241.

6. Домбровська С. М. Державна політика формування сервісно-орієнтованої економіки сфери послуг. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 10. С. 105-110. DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6814.2019.10.105.

7. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. ДСТУ 4281:2004. Чинний від 2004-07-01. Прийнято та надано чинності 31 березня 2004 р. № 59.

8. Заклади харчування Львова та на його околицях. URL: https://virtual.ua/ua/food/lviv/ (дата звернення: 14.04.2026).

9. Івашина Л., Гнатюк В. Системи управління в закладах ресторанного господарства. *Збірник наукових праць Черкаського державного*

технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2015. С. 39 (1). С. 85-89. DOI: https://doi.org/10.24025/2306-4420.1.39.2015.84427.

10. Кнайпи Львова у радянські часи. URL : https://zbruc.eu/node/115330 (дата звернення: 14.04.2026).

11. 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.

12. Костиря І.О., Білецька О.О. Гастрономічний туризм як інструмент культурного брендингу України. *Питання культурології*. 2021. № (38). С. 301-313. DOI: https://doi.org/10.31866/2410-1311.38.2021.247174

13. Красовський С.О. Гастрономічний туризм як актуальний тренд сучасної культури. *Питання культурології*. 2021. № (37). С. 169-180. DOI: https://doi.org/10.31866/2410-1311.37.2021.236018

14. Кушнірук Г. В., Цьолковська І. Р. Гастрономічний бренд туристичної дестинації. *Туристичний бренд як фактор формування позитивного іміджу України на світовому ринку*: *зб. матер. Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф*. Львів : ЛІЕТ, 2019. С. 68-70.

15. Мальська М. П., Філь М. І. Пандяк І. Г. Статистичний аналіз туристичних послуг у Львівській області. *Географія та туризм*. 2018. Вип. 43. С. 65-73.

16. Мальська М. П., Філь М. І., Зінько Ю. В. Потенціал ресторанного гастро-туру у розвитку гастрономічного туризму Львова. *Географія та туризм* : 2019. Вип. 49. С. 73-83.

17. Мальська М. П., Філь М. І., Зінько Ю. В. Сучасні підходи виробництва крафтової продукції у гастрономічному туризмі Львівщини. *Розвиток гастрономічного туризму в Україні: стан, виклики та перспектива імплементації Європейського досвіду: матеріали міжнародної науково-практичної конференції* (м. Київ, 30 травня 2019 року). 2019. С. 90-92.

18. Мальська М. П., Філь М. І., Пандяк І. Г. Гастрономічний туризм : навчальний посібник. Київ : Видавництво «Каравела», 2021. 304 с.

19. Матвійчук Л., Чепурда Л., Чепурда Г. Перспективи впровадження системи управління безпечністю та якістю продукції ресторанного господарства. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2022. № 2 (6). С. 9-14. DOI: https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(6).2022.2.

20. Мельник І.М. Інноваційні технології в готельно-ресторанній сфері. *Роль та значення індустрій туризму й гостинності у розвитку територій, громад, держави* : монографія. Львів: ЛТЕУ. 2022. С. 68-101.

21. Миронова М.І., Миронов Ю.Б. Показники ефективності підприємств індустрії гостинності. *Сучасні технології менеджменту, інформаційне, фінансове та облікове забезпечення розвитку економіки в умовах євроінтеграції* : матеріали Всеукраїнської науковопрактичної конференції (м. Черкаси, 15 травня 2020 р.). Черкаси : Східноєвропейський університет економіки і менеджменту, 2020, С. 517-520.

22. Мякушко С. П. Роль ресторанних брендів у формуванні туристичної привабливості міста. Інновації в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг : матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 07 грудня 2025 р.). Львів: ЛТЕУ, 2025.

23. Найстаріші заклади Львова: гастрономічно-історичні заклади міста. URL : https://posteat.ua/obzory/najstarishi-zakladi-lvova-gastronomichno-istorichni-zakladi-mista/ (дата звернення: 14.04.2026).

24. Культові заклади Львова з минулих епох: старі та нові практики. URL : https://www.lvivpost.net/city/ne-lyshe-kryyivka-ta-rebernya-kultovi-zaklady-lvova-z-mynulyh-epoh/ (дата звернення: 14.04.2026).

25. Нестерчук І. Гастрономічний туризм: історія, теорія і сучасні практики. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія: Географічні науки. 2017. № 6. С. 193-199. URL: https://gj.journal.kspu.edu/index.php/gj/article/view/32 (дата звернення 01.05.2026 р.).

26. Омельницька В.О. Сутність та класифікація видів гастрономічного туризму. *Приазовський економічний вісник*. 2018. № 1 (6). С. 15-20. URL: https://pev.kpu.zp.ua/journals/2018/1_06_uk/5.pdf.

27. Орленко О.В., Жуйков Г.Є. Економічні передумови розвитку ринку гастрономічних послуг та нові ресторанні тренди. *Бізнес-навігатор*. 2017. Випуск 2(41). С. 38-42. URL: https://www.business-navigator.ks.ua/journals/2017/41_2017/07.pdf.

28. Ощипок І.М., Пономарьов П.Х., Філь М.І. Кухні народів світу : навчальний посібник. Львів : Видавництво «Магнолія 2006», 2015. 245 с.

29. Паска М. З. Територіальна організація ресторанного туризму Львівщини. *Інноваційні технології в готельно-ресторанному бізнесі* : матеріали X Всеукр. наук.- практ. конф. Київ : НУХТ, 2021. С. 137-138.

30. Паска М.З., Радзімовська О.В. Ресторанний туризм як новий напрям на туристичному ринку Львівщини. *Scientific Notes of Sumy State Pedagogical University*. Geographical Sci. 2022. № 2 (3). С. 65-70. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.6544119.

31. Расулова А. Потенціал ресторанного бізнесу у розвитку гастрономічного туризму України. *Економіка і держава*. 2015. Вип. 5. С. 78-83. URL: http://www.economy.in.ua/?op=1&z=3179&i=15.

32. 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 / гол. ред. Т.В. Черничко. Мукачево : МДУ, 2020. Випуск 1(13). С. 61-66. DOI: https://doi.org/10.31339/2313-8114-2020-1(13)-61-66.

33. Саркісян Г.О. Роль і значення стимулювання гастрономічного туризму в структурі розвитку регіональних туристичних ринків України. *Український журнал прикладної економіки*. 2020. № 5(1). С. 312-320. DOI: https://doi.org/10.36887/2415-8453-2020-1-37.

34. Система громадського харчування повоєнного Львова: старі та нові практики. URL : chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/

https://nasplib.isofts.kiev.ua/server/api/core/bitstreams/1eb72c0f-9598-4988-8b06-9429c7a9239f/content (дата звернення: 14.04.2026).

35. Стешенко Д.О., Парфіненко А.Ю. Гастрономічний туризм як чинник розвитку туристичної сфери України. *Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети*: матеріали VI міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 14-15 квітня 2018 р.). Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна. 2018. С. 239-241.

36. Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу: міжнародний та національний досвід : колективна монографія [за заг.ред. А. Ю. Парфіненка]. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2017. 412 с.

37. Тематичні заклади Львова: старі та нові практики. URL : https://lviv.travel/ua/news/tematychni-zaklady-lvova?srsltid=AfmBOoqgK7SOI9UplxLZPvINQebr6UOQSGBO75oUoSXBw0kZQlAxHgMl (дата звернення: 14.04.2026).

38. Трішин Ф.А., Крупіца І.В., Байрачна О.К., Шведюк К.Г. Аналіз привабливості гастрономічного туризму в Україні та в Львівській області. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 2020. № 4. С. 126-132. DOI: https://doi.org/10.33271/ebdut/72.126.

39. Твоє місто. Найкращі ресторани Львова за версією премії «Сіль». Список. URL : https://tvoemisto.tv/uk/news/125399-kilka-lvivskyh-zakladiv-potrapyly-u-spysok-naykrashchyh-restoraniv-krainy-spysok (дата звернення: 14.04.2026).

40. Філь М. І. Кулінарні маршрути ресторанного бізнесу м. Львова. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-48.

41. Фесенко Г.О. Гастротуризм як актуальний тренд сучасного розвитку сфери туризму в Україні. *Ефективна економіка*. 2021. № 5. DOI: https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.5.200.

42. Шепель Т.В. Аналіз тенденцій розвитку закладів харчування та їх вплив на дохідність ресторанного бізнесу в Україні. *Східна європа:*

економіка, бізнес та управління. 2019. Випуск 1 (18). С. 78-82. URL: http://srd.pgasa.dp.ua:8080/bitstream/123456789/2261/1/Shepel.pdf (дата звернення 12.05.2026 р.

43. Цвілий С.М., Кукліна Т.С., Зайцева В. М. Маркетинг в готельно-ресторанному господарстві : навч. посібн. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2023. 260 с.