

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ЗАПОВІДНИК «ЗАМКИ ТЕРНОПІЛЛЯ»



НАУКОВІ ЗАПИСКИ

№11/2021

ЗБАРАЖ – 2021

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ЗАПОВІДНИК «ЗАМКИ ТЕРНОПІЛЛЯ»



НАУКОВІ ЗАПИСКИ

№11/2021

ЗБАРАЖ – 2021

Збірник містить матеріали наукових конференцій, проведених Національним заповідником «Замки Тернопілля» в 2021 році, а саме:

Наукова конференція «Шляхи вирішення проблем реставрації, пристосування та музеєфікації історико-культурних пам'яток Бучаччини» (15 квітня 2021 р.);

Наукова конференція «Відродження історико-культурних пам'яток, як невід'ємний елемент розвитку туризму на Тернопільщині» (27 травня 2021 р.);

Наукова конференція «Чортків крізь призму століть» (08 липня 2021 р.);

Науково-практична конференція «Фондові збірки та колекції: сучасні виклики і вимоги» (13 серпня 2021 р.);

Науково-практична конференція «Князі Вишневецькі та козацтво» (20 серпня 2021 р.);

Наукова конференція «Замки Тернопільщини: актуальні проблеми реставрації, пристосування та збереження» (23 вересня 2021 р.);

Науково-практична конференція «Князі Вишневецькі. Спадщина роду» (15 жовтня 2021 р.).

Видання розраховане для істориків, культурологів, фахівців з охорони пам'яток культурної спадщини, музейних працівників, викладачів, студентів, та всіх, хто цікавиться історією рідного краю.

Рецензенти:

Степан Павлюк

доктор історичних наук, академік НАН України, професор,
директор Інституту Народознавства НАН України

Микола Бармак

доктор історичних наук, професор, завідувач кафедри історії
України, археології та спеціальних галузей історичних наук ТНПУ
ім. В. Гнатюка

Редакційна колегія:

Анатолій Маціпура

генеральний директор НЗ «Замки Тернопілля»

Олег Заліщук

заслужений архітектор України, лауреат державної премії України в
галузі архітектури, головний архітектор НЗ «Замки Тернопілля»

Володимир Місько

кандидат історичних наук, доцент, декан історичного факультету ТНПУ
ім. В. Гнатюка

Тетяна Думська

заступник генерального директора з наукової і культурно-просвітницької
роботи НЗ «Замки Тернопілля»

Богдан Строчень

кандидат історичних наук, старший науковий співробітник відділу
регіональної археології Державного підприємства
«Науково-дослідний центр «Охорона археологічної служби
України»» Інституту археології НАН України

Марина Ягодинська

кандидат історичних наук, директор Тернопільського обласного
центру охорони та наукових досліджень пам'яток культурної спадщини

Люба Шиян

кандидат історичних наук, науковий співробітник НЗ «Замки
Тернопілля»

Надія Макаручак

учений секретар НЗ «Замки Тернопілля»

Зоряна Мазуранчик

завідувач сектору промоції та комунікації НЗ «Замки Тернопілля»

Наталія Марціаш Дир

молодший науковий співробітник НЗ «Замки Тернопілля»

Рекомендовано до друку

Науково-методичною Радою Національного заповідника «Замки Тернопілля»

Протокол №11 від 11 листопада 2021 р.



Рис. 9. Путівник. Польська ділянка



Рис. 10. Путівник. Туристична Інфраструктура

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА:

1. Підставка Р. В. «ЛІТОПИСНИЙ» ЗБАРАЖ: НОВИЙ ПОГЛЯД НА ВІДОМІ ДАТИ [Електронний ресурс] / Р. В. Підставка, З. Ф. Мазуранчик // ТНПУ. Наукові записки: Серія «Історія». – 2016. Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/7381/1/Pidstavka%2c%20Mazuranchyk.pdf>.
2. Лаба В. Літопис парафії Христового Воскресіння у м. Збараж від давніх часів до 1939 року / Василь Лаба. – Львів, 2016. – 184 с.
3. На Тернопільщині з'явиться новий туристичний маршрут [Електронний ресурс] // Укрінформ. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://tmcinfo.com.ua/publications/2021/05/09/na-ternopilschyni-zyavytsya-novyj-turystychnyj-marshrut/>.

Інна Поплавська
м. Тернопіль

ТРЕНДИ ГАСТРОНОМІЧНИХ ПОСЛУГ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ, ЇХ РОЛЬ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

Анотація: В публікації обґрунтовано роль сучасних тенденцій ресторанного бізнесу в Україні як запоруки формування туристичних потоків та складової туристичної інфраструктури. Здійснено огляд можливих варіантів розвитку ресторанного господарства, а також проаналізовано базові ресторанный тенденції в регіонах України.

Вступ. Ресторанний бізнес сьогодні знаходить нові тенденції розвитку та сучасне відображення в економіці багатьох розвинутих країн, але за останні роки накопичився цілий ряд невирішених питань. Проблема розвитку у сфері ресторанного бізнесу є досить актуальною, виходячи з її економічного та соціального значення. Саме тому актуально розглянути сучасні тренди ресторанного господарства та проаналізувати його динаміку розвитку.

Розвиток регіонального туристичного бізнесу в Подільському регіоні покликаний сприяти створенню спеціальних малих і середніх підприємств, а також активізації та стимулюванню роботи цілої мережі галузей національного господарства: будівництва, торгівлі, сільського господарства, виробництва товарів масового споживання, транспорту і зв'язку, формуванню сучасної кадрової політики в регіоні і поетапному виходу регіонального туристичного бізнесу як на загальнодержавний, так і на світовий рівень туристичних послуг. У зв'язку з цим

постає завдання визначення ролі послуг ресторанного спрямування в секторі туристичної інфраструктури регіону.

Результати дослідження різноманітних аспектів розвитку ресторанного господарства висвітлено у працях Г.Є. Жуйкова, О.І. Кочерги, О.В. Орленко, Н.В. Смірної, Н.О. П'ятницької, І.В. Поплавської, М.І. Пересічного. Однак, незважаючи на значні наукові напрацювання з цієї проблематики, окремі її аспекти, зокрема сучасний стан та тенденції розвитку ресторанного господарства, потребують подальшого наукового вивчення.

Виклад основного матеріалу. У ресторанному бізнесі протягом останніх років спостерігається тенденція до зміщення акценту відомих рестораторів з сегмента елітних у сегмент демократичних ресторанів. Ресторани середньоцінового сегмента преважують на ринку. У регіонах тенденція до збільшення частки закладів середньоцінового сегмента ще більш помітна. Найбільш динамічно розвиваються демократичні ресторани, що мають яскраво виражену спеціалізацію за кухнею. Сегмент елітних ресторанів на сьогодні є найменш динамічним у галузі. Експерти пояснюють скорочення елітних ресторанів насиченням ринку.

Відкриття успішного ресторану – результат наполегливої праці на усіх етапах його проектування. Одним з перших таких етапів є обґрунтування його створення та ефективності функціонування в сучасних ринкових умовах. Без проведення маркетингових досліджень це зробити не можливо.

Щоб просування ресторану було ефективним, а число постійних відвідувачів збільшувалося, ресторатор повинен знати, що таке маркетинг ресторану, і вміти грамотно використовувати у своєму бізнесі його інструменти. Серед універсальних функцій маркетингу виділяють збір інформації та дослідження ринку.

У 2016 р. Україна увійшла до топ-20 країн із найсмачнішою в світі кухнею за версією Yonderbound, однієї з найбільших спільнот про подорожі у світі, яка організувала опитування серед своїх користувачів та авторів із проханням назвати кращі кухні світу. Кажуть, що свій внесок до такого результату зробили саме борщ і вареники.

Отже, українська кухня може виступати суттєвим фактором стимулювання туристичних потоків. Крім того, останнім часом спостерігається популяризація та зацікавленість населення кулінарією: телевізійні шоу, кулінарні канали, проведення майстер-класів для професіоналів та аматорів, а також дитячі кулінарні школи, що пропонують заклади ресторанного господарства тощо.

Гастрономічні фестивалі й свята також можуть зробити значний внесок у формування туристичного бренду міст (регіонів, країни в цілому). Під час гастрономічних турів туристам цікаво не лише відвідати ресторани та ознайомитися з особливостями національної кухні країни, але й взяти участь у гастрономічних майстер-класах, відчути атмосферу свята, долучитися до приготування національних страв. Адже цікаві свята й смачна їжа завжди привертають увагу мандрівників.

Прикладом може бути гастрономічний фестиваль «Галицька дефіляда», що популяризує Тернопільщину, як центр галицької гастрономії та органічної їжі і має на меті зробити Тернопіль центром гастрономічного туризму України та повернути традицію спільного гуляння. В цьому ж руслі варто згадати гастрономічний фестивалі «БОРЩІВ» (м. Борщів, Тернопільська область). Програма свята завжди насичена, весела, пізнавальна та смачна. Близько півсотні навколишніх сіл представляють свій борщ, який за самотніми рецептами готують місцеві господині вже не одну сотню років. Крім того, додатково для всіх бажаючих готується борщ безпосередньо у великому казані на багатті. До борщу традиційно

пропонують пампушки та інші смачні страви національної кухні. Не обходиться і без розваг: всі відвідувачі можуть насолодитися народною музикою, піснями та танцями, а за бажання і долучитися до них. Під час фестивалю борщу в Борщові відбувається свято вишиванки «У борщівському краї цвітуть вишиванки». Особливістю свята є неймовірна святкова хода народних колективів, вдягнутих у народні строї. Загалом тема гастрофестивалів себе ще не вичерпала.

Згідно з статистичними даними, основний наголос в своєму бізнесі українські ресторатори роблять на національну, італійську кухню, а також страви на мангалі. За даними аналітиків з 14 тис. ресторанів майже 80 % пропонують страви національної української кухні, близько 73 % мають в меню страви італійської кухні і ще 45-50 % пропонують своїм відвідувачам гриль і страви на мангалі [3].

Приблизно 20 % ресторанів пропонують популярні в Україні страви грузинської кухні. Близько 16 % ресторанів орієнтовані на японську кухню. Лише 4 % ресторанів відзначаються авторським та екзотичним для України меню – кубинської, китайської, азійської, американської кухні, а також заклади для вегетаріанців. Окремі позиції меню, такі як паста, піца, стейки, гриль, грецький салат і чіз-кейк можна знайти практично в будь-якому ресторані. Криза підштовхує ресторани до універсальності. Ці найбільш популярні позиції для більшості ресторанів до того ж, вони не вимагають дорогих або рідкісних інгредієнтів.

Але цей формат поступово змінюється. На сучасному етапі відбувається зміни в споживанні на ринку ресторанних послуг. Новий тренд – популяризація національної кухні: українські страви з українських продуктів. А також більший поділ на кухню різних областей України. Певний період національних ресторанів було багато, але в них подавали важку їжу, «шароварну» кухню, не надто новаторську і гурманську. Зараз почали з'являтися ресторани, де можна спробувати дійсно цікаві страви різних регіонів нашої країни [4]. Наприклад, ресторани подільської кухні, карпатська кухня, бесарабська кухня. Працюють тільки з локальними продуктами і наші страви готуються за реальними рецептами, зібраними в глибинці.

Ще один тренд – «хіпстерські» заклади. Сформувалася нова молодіжна культура, для представників якої стали відкриватися тематичні кафе і ресторани. Це пов'язано з тим, що від початку 2000-х сформувалась певна культура та ставлення до ресторанів як способу проведення часу. Ресторани стали модними місцями проведення. Це покоління інакше відноситься до ресторанів – скоріше, як до модного і обов'язкового атрибуту повсякденного життя [4]. У нашій країні ресторан все ще не є місцем, куди приходять, щоб поїсти. В ресторан приходять, щоб провести час і підвищити свій соціальний статус. Завдяки, в тому числі, новій молодіжній культурі, ця ситуація змінюється. Відкрилося багато «бургерних» і чітко відслідковується кавовий тренд.

Європейські ресторанны тренди – це локальні продукти, здорове харчування і витримані авторські концепції. В Україні це поки поодинокі заклади. В Європі каші та інші моно-кухні – стійко модний тренд. Втім, експерти вважають, що після кризи кількість незвичайних форматів і більш екзотичних кухонь на ресторанному ринку України збільшиться [4].

Кулінарне мистецтво, як і будь-яке інше, постійно вдосконалюється і часто підносить рестораторам несподівані сюрпризи. Мода на нестандартні смакові поєднання зобов'язують кухарів переглядати свої меню і експериментувати з незвичайними для своїх закладів інгредієнтами і рецептами.

Обсяг ринку України з доставки готової їжі з ресторанів перевищує 220 млн. доларів в рік. У всьому світі сегмент e-commerce стрімко еволюціонує протягом останніх десяти років. Сьогодні на цей напрямок суттєво вплинула коронавірусна інфекція. Якщо ще недавно всі йшли в офіси турагентств і не мислили замовляти ресторанну їжу до дому, то сьогодні глобальна гаджетізація привела до того, що в інтернеті однаково просто купити путівку на інший кінець земної кулі або замовити готову страву в улюбленому ресторані. В умовах фінансової нестабільності і кризи, інтерес до доставки їжі додому в українців тільки посилюється.

Ще 10-15 років тому сайт ресторану або кафе був скоріше модною фішкою, ніж інструментом маркетингу. Максимум, що можна було зробити на сайті – це подивитися меню, дізнатися точну адресу ресторану і, можливо, рівень цін. Нерідко ресторатори роками не оновлювали меню на своїх сайтах. Пізніше, з бумом на доставку їжі додому, де першопрохідцями стали піца, а пізніше суші, навіть ресторани досить високої цінової категорії задумалися про додаткові сервіси – можливо, не стільки для отримання додаткового прибутку, скільки для підтримки лояльності існуючих клієнтів. За даними експертів популярність замовлення готової їжі зростає з кожним роком, і вже зараз ця категорія входить в ТОП-15 товарів, які купують в Інтернеті [5].

Найчастіше замовляють українці додому – піццу, найзручніший для доставки продукт, суші, тайська/китайська кухня (в основному, локшина в коробочках), солодощі (торти, тістечка). Крім того, користується певним спрямованим попитом доставка страв-спеціалітетів з ресторанів з інтернет-магазинів: пироги, бургери, кебаби/шаурма, шашлик.

Відбувається і еволюція способу замовлення їжі додому. Кілька років тому для замовлення їжі традиційно використовували телефон. Сьогодні звичним є звернення в ресторан за посередництва сайту або мобільного додатку. На сьогоднішній день, за даними POSTER, вибираючи, замовити їжу через сайт, колл-центр або мобільний додаток, 65 % українців користуються сайтом, на частку коллцентру припадає близько 15 % заявок. Інтерес і зручність явно зміщується на користь сайтів, а в майбутньому – мобільних додатків.

На популяризацію доставки їжі додому впливає безліч різних чинників, і економічних, і психологічних. В умовах, коли українцям доводиться більше працювати, щоб забезпечити звичний рівень життя, вони хочуть економити час на приготуванні їжі. По-друге, незважаючи все ж на складне становище, багато хто хоче себе побалувати і зробити собі приємність – з'їсти улюблену ресторанну їжу, але дешевше і вдома. Максимально швидкі продажі через онлайн – це ще один тренд, який активно підтримують системи автоматизації бізнесу.

На окрему увагу заслуговує формування концептуальних ресторанів в областях Подільського регіону. Для успішного розвитку концептуальних ресторанів сформована удосконалення системи управління якістю на ринку ресторанних послуг. Вітчизняний та закордонний досвід свідчить про те, що для сучасного ринку характерна стійка тенденція до підвищення цінових форм конкуренції і, особливо, конкуренції якості. Виходячи з цього, кожна організація, яка хоче досягнути успіху, повинна розробляти та впроваджувати ефективні системи управління якістю. У світі стратегія створення концептуальних ресторанів користується все більшим попитом. Заклади ресторанного господарства Подільських областей є яскравим прикладом поширення різних видів концептуальних ресторанів. Наприклад, можна створити мережі концептуальних ресторанів та взяти за основу певні історичні періоди формування окремих замкових споруд Поділля, а саме – лицарські страви та лицарський побут, видатні

події в історії, пов'язані з замковими спорудами Збаража, Чорткова, Кам'янець-Подільського і т.д. знищення Лева та створення міста, адже воно славиться своїми легендами про надзвичайне заснування. Концептуальні ресторани користуються постійним попитом у закордонних туристів та мають значні перспективи. В останні роки розвиток закладів ресторанного господарства із концептуальною спрямованістю окреслилися такі тенденції та перспективи: формуються нові напрями сучасної кулінарії; - поглиблюються спеціалізації ресторанів; - створюються міжнародні ресторани ланцюги; - удосконалюються форми праці та впроваджуються досягнення науково-технічного прогресу.

Висновки. Тенденції ресторанного бізнесу відображають тенденції розвитку певних кухонь. В розрізі регіонів України за типом кухні дуже неоднозначні. Характерна прихильність до певного продукту, а не до типу кухні як такому, наприклад, переваги м'яса, часто певного вигляду (свинина, куряче м'ясо), у виконанні різних кухонь, або риби і морепродуктів. В основному в Україні у певних кухонь є групи шанувальників, що склалися, в іншому ж споживачі віддають перевагу улюбленому продукту в улюбленому виконанні, і при цьому абсолютно не важливо, який тип кухні представляє іншу страву. Все більше ресторанів при складанні рецептур акцентують на натуральному використанні продуктів, а не на складності рецептур. Звідси висновок: набуває популярність авторська кухня, що дозволяє творчо переробити всі існуючі кухні світу і створити свій власний продукт, яким і привертається увага споживача.

Для успішного розвитку ресторанного господарства є удосконалення системи управління якістю на ринку ресторанних послуг. Вітчизняний та закордонний досвід свідчить про те, що для сучасного ринку характерна стійка тенденція до підвищення цінних форм конкуренції і, особливо, конкуренції якості. Виходячи з цього, кожна організація, яка хоче досягнути успіху, повинна розробляти та впроваджувати ефективні системи управління якістю.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА:

1. Кузишин А.В. Сучасний стан сформованості туристичної інфраструктури в Західноукраїнських областях. Наукові записки ТНПУ. Серія: Географія. Тернопіль, 2011. № 2. С. 122-128.
2. Поплавська І.В. Концептуальні ресторани Поділля як умова формування туристичної інфраструктури регіону. Збірник наукових праць за матеріалами міжнародної науково-практичної конференції «Подільські читання: унікальні об'єкти природи і суспільної сфери Поділля; регіональні особливості інтеграції економічних і соціальних напрямків їх розвитку як умова ефективного збереження» (м. Кам'янець-Подільський, 3-5 листопада 2016 року) / [Відповід. редактори: проф. Матвеев М. Д., проф. Любінська Л. Г., Любінський О. І.]. – ТОВ «Друкарня Рута, 2016. С. 152-156.
3. П'ятницька Т.Г., Найдюк В.С. Сучасні тренди розвитку ресторанного господарства в Україні. Економіка та держава. 2017. № 9. С. 66-73.
4. Організація послуг харчування. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://generation.at.ua/load/knigi/organizacija_posl
5. Орленко О.В., Жуйков Г.Є. Економічні передумови розвитку ринку гастрономічних послуг та нові ресторани тренди. Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор». 2017. Випуск 2 (41). С. 38-42.
6. Чернова Г.В. Особливості розвитку ресторанного господарства України / Г.В. Чернова. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://aokornus.at.ua/JOURNALS/2017.pdf>

ЗМІСТ		
I. НАУКОВА КОНФЕРЕНЦІЯ «ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ РЕСТАВРАЦІЇ, ПРИСТОСУВАННЯ ТА МУЗЕЄФІКАЦІЇ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИХ ПАМ'ЯТОК БУЧАЧЧИНИ»		
1.	Микола Бевз Малярська декорація на зовнішніх стінах замків в Поморянах, Язлівці та Старому Селі	4
2.	Марія Вельгій Австрійські магнати Гневоші та їх роль в історії замку у смт. Золотий Потік	9
3.	Калина-Теодора Гаврилів Міра архітектурної інтервенції в замок в стані тривалої руїни	15
4.	Наталія Ганусевич Музеєфікація замкових комплексів Буцацького району, як один із засобів їх збереження	19
5.	Тетяна Герасимчук Дослідження об'єктів культурної спадщини Хмельниччини, на прикладі Проскурівського реального училища	24
6.	Ярослав Дзісяк Юрій Язловецький: суспільно-політичне підґрунтя релігійних реформ	29
7.	Марія Довгаль Замок в Підзамочку крізь призму століть	35
8.	Ігор Кобаса Використання сучасних інноваційних технологій у музейній галузі. Спроба 3D реконструкції замку у Язловці за допомогою редактора тривимірної графіки «Sketchup» і програми «Google Earth»	39
9.	Надія Ковальчук Під егідою княгині: Бережани за часів Ізабелли Любомирської	43
10.	Микола Козак Микола Потоцький – меценат, будівничий «сімдесяти семи храмів»	49
11.	Степан Костюк Архітектура Бучаччини у філокартії: фонди Тернопільського обласного краєзнавчого музею	55
12.	Лариса Легка Історіографічні дослідження пам'ятки культурної спадщини ансамблю Буцацького монастиря отців Василіян Чесного Хреста Господнього у фондах Буцацького краєзнавчого музею	57
13.	Наталія Скоропляс Князі Потоцькі – фундатори та будівничі оборонних споруд та храмів Тернопільщини (XVII-XIX ст.)	60
II. НАУКОВА КОНФЕРЕНЦІЯ «ВІДРОДЖЕННЯ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИХ ПАМ'ЯТОК, ЯК НЕВІД'ЄМНИЙ ЕЛЕМЕНТ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА ТЕРНОПІЛЬЩИНІ»		
1.	Любов Альтгайм Особливості формування тематичних екскурсій оборонними	66

	спорудами Тернопільщини	
2.	Наталія Ганусевич Нові туристичні локації – костел св. Антонія і св. Юрія міста Збараж	74
3.	Тетяна Гонтарук Історичні та архітектурні пам'ятки старовинного Збаража	80
4.	Світлана Добровольська Інновації в екскурсійній діяльності	88
5.	Анна Жолоб Особливості історико-культурної спадщини Галича	90
6.	Сергій Задворний Навчальна дисципліна «Культурна спадщина в туризмі» у системі освітньо-професійних програм підготовки фахівців за спеціальністю 242 туризм	96
7.	Ігор Кобаса Інноваційні музеї та 3D моделювання Скалатського замку XVII ст. за допомогою редактора тривимірної графіки «Sketchup» і вільнозавантажуваної програми «Google Earth»	99
8.	Степан Костюк Мандрівні вподобання артефактами фондової збірки Тернопільського обласного краєзнавчого музею	103
9.	Андрій Кузишин Тарас Черешнюк Підходи до оцінки історико-архітектурних ресурсів оборонного спрямування Тернопільської області	105
10.	Ірина Леськів Науково-просвітницька та екскурсійна діяльність ДІКЗ «Межибіж» в умовах карантину	112
11.	Микола Мандзюк Via Regia – культурний шлях Ради Європи, як інструмент розвитку туристичної галузі України	116
12.	Валентина Надольська Фестиваль як форма промоції замку Любарта	122
13.	Роман Шерстюк Галина Островська Тенденції розвитку індустрії туризму в мейнстрімі цифрової економіки	127
14.	Володимир Парацій Урочище «Монастирок» (на околиці Бережан): ландшафтний витвір, фольклорний символ, екскурсійний об'єкт	134
15.	Ніна Петрук Культурний туризм як один із методів збереження та популяризації культурно-історичної спадщини Галичини	142
16.	Руслан Підставка Туристичний маршрут «Давній Збараж: три культури – одна історія»: методика створення та форми впровадження	146
17.	Інна Поплавська Тренди гастрономічних послуг в регіонах України, їх роль для розвитку туристичної інфраструктури	151
18.	Ярослава Попович	156

УДК-929
ББК-83-3(4Укр.)

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ЗАПОВІДНИК «ЗАМКИ ТЕРНОПІЛЛЯ»**

Наукове видання

Збараж 2021

Національний заповідник «Замки Тернопілля»
вул. Б. Хмельницького 6, м. Збараж Тернопільська обл. 47302
тел. (03550) 2 47 02
e-mail: zapovidnil_zbarazh@ukr.net
Офіційний сайт: <https://zamky.te.ua/>

Макет та верстка:

Тетяна Думська, Зоряна Мазуранчик, Наталія Марціяш Дир

**Автори опублікованих матеріалів
несуть повну відповідальність за підбір і достовірність наведених
фактів, цитат, власних імен, назв і стилістику тексту**

ISBN 966-636-013-6
©Національний заповідник «Замки Тернопілля»
©«ВІК», 2021

НЗ

Національний заповідник «Замки Тернопілля»
тел.: (03550) 2-42-47
zapovidnik_zbarazh@ukr.net