УДК 338.48-44:641.56(=161.2)
JEL classification: Z32, Z11, R11, Q01, L83
https://doi.org/10.31891/dsim-2026-16(22)

ЛОКАЛЬНА КУХНЯ ЯК СКЛАДОВА КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ ТА ТУРИСТИЧНИЙ РЕСУРС: СТАН ТА МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ

ЧОРНА Наталія
доктор історичних наук, професор
завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Вінницький торговельно-економічний інститут Державного торговельно-економічного університету
https://orcid.org/0000-0002-6709-6364
e-mail: n.chorna@vtei.edu.ua

У статті здійснено комплексне теоретико-методологічне дослідження потенціалу локальної кухні як ендогенного ресурсу розвитку туристичної індустрії та фундаментальної складової нематеріальної культурної спадщини України. Актуальність теми зумовлена необхідністю пошуку нових детермінант для диверсифікації національного туристичного продукту, соціокультурної консолідації та сталого відновлення регіональних громад в умовах сучасних глобалізаційних викликів. Проаналізовано сучасний стан, тенденції та просторово-географічні особливості інтеграції автентичних кулінарних практик у структуру регіональних туристично-рекреаційних кластерів країни. Особливу увагу приділено інституціоналізації гастрономічної спадщини на міжнародному та національному рівнях, зокрема через призму внесення культури приготування українського борщу до Списків ЮНЕСКО та розширення Національного переліку нематеріальної спадщини. Визначено роль інституту географічних зазначень у контексті формування брендів територій та капіталізації локальних крафтових продуктів, таких як гуцульська бриндзя, мелітопольська черешня, локальні вина. За допомогою SWOT-аналізу системно встановлено внутрішні сильні й слабкі сторони, а також зовнішні можливості та загрози для розвитку вітчизняного гастрономічного сектору в умовах кризового менеджменту. Виявлено ключові деструктивні чинники, які гальмують комерціалізацію наявного ресурсного потенціалу, серед яких виокремлено інфраструктурні деформації, дефіцит кваліфікованих гастро-гідів та відсутність скоординованого маркетингу дестинацій. Запропоновано авторську концептуальну модель трирівневої синергетичної взаємодії між локальними виробниками, сектором HoReCa та туристичними операторами на засадах філософії Slow Food та концепції сталого розвитку. Обґрунтовано доцільність інтеграції цифрових гастро-атласів та інтерактивних гастрономічних маршрутів у загальнодержавні туристичні портали, геоінформаційні системи (ГІС) територіальних громад та цифрові екосистеми управління регіональним розвитком.

Ключові слова: локальна кухня, гастрономічний туризм, нематеріальна культурна спадщина, географічні зазначення, крафтові продукти, сталий розвиток, Slow Food, регіональний бренд.

LOCAL CUISINE AS A COMPONENT OF CULTURAL HERITAGE AND A TOURISM RESOURCE: CURRENT STATUS AND POTENTIAL FOR UTILIZATION IN UKRAINE

CHORNA Nataliia
Vinnytsia Institute of Trade and Economics of State University of Trade and Economics

The article carries out a comprehensive theoretical and methodological study of the potential of local cuisine as an endogenous resource for the development of the tourism industry and a fundamental component of the intangible cultural heritage of Ukraine. The relevance of the topic is due to the need to find new determinants for the diversification of the national tourism product, socio-cultural consolidation and sustainable renewal of regional communities in the context of modern globalization challenges. The current state, trends and spatial and geographical features of the integration of authentic culinary practices into the structure of regional tourist and recreational clusters of the country are analyzed. Special attention is paid to the institutionalization of gastronomic heritage at the international and national levels, in particular through the prism of including the culture of preparing Ukrainian borscht in the UNESCO Lists and expanding the National Intangible Heritage List. The role of the institute of geographical indications in the context of forming territorial brands and capitalizing local craft products, such as Hutsul bryndza, Melitopol cherries, and local wines, is determined. Using SWOT analysis, internal strengths and weaknesses, as well as external opportunities and threats for the development of the domestic gastronomic sector in the context of crisis management, were systematically identified. Key destructive factors that inhibit the commercialization of existing resource potential were identified, including infrastructure deformations, a shortage of qualified gastro-guides, and the lack of coordinated marketing of destinations. An author's conceptual model of three-level synergistic interaction between local producers, the HoReCa sector, and tour operators was proposed based on the Slow Food philosophy and the concept of sustainable development. The feasibility of integrating digital gastro-atlases and interactive gastronomic routes into national tourist portals, geographic information systems (GIS) of territorial communities, and digital ecosystems for regional development management was substantiated.

Keywords: local cuisine, gastronomic tourism, intangible cultural heritage, geographical indications, craft products, sustainable development, Slow Food, regional brand.

Стаття надійшла до редакції / Received 26.08.2026
Прийнята до друку / Accepted 02.10.2026
Опубліковано / Published 26.11.2026

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons CC-BY 4.0

© ЧОРНА Наталія

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Динамічні трансформації архітектури світового туристичного ринку в епоху постмодерну та посткризового відновлення супроводжуються глибокою реконцептуалізацією споживчої поведінки. Традиційні рекреаційні моделі масового туризму поступово втрачають пріоритетність, поступаючись місцем ціннісно-орієнтованому, автентичному та культурно-зануреному тревелінгу. У цьому контексті локальна кухня дестинацій трансформується з базового елемента інфраструктури гостинності (засобу задоволення фізіологічних потреб) на самостійний, високодетермінований і капіталомісткий туристичний ресурс.

Як жива складова нематеріальної культурної спадщини (далі – НКС), локальна кухня акумулює в собі історичну пам'ять, етнокультурну ідентичність, екологічні традиції природокористування та унікальні технології локального виробництва продуктів харчування. Вона виступає маркером географічної автентичності територій.

Для України проблема актуалізується екстремальними викликами сучасності. Війна спричинила руйнування традиційних логістичних ланцюгів, релокацію бізнесу, міграцію носіїв унікальних кулінарних знань та загрозу фізичного знищення крафтових виробництв. За цих умов збереження кулінарного коду та його раціональна комерціалізація через інструменти туризму є не просто комерційним завданням, а критично важливим чинником захисту національної ідентичності та збереження етнокультурного розмаїття держави.

Окреслена проблематика має прямий та безпосередній зв'язок із виконанням стратегічних загальнодержавних завдань України на кількох рівнях:

– економічний рівень: дослідження безпосередньо корелює із завданнями Державної стратегії регіонального розвитку України щодо стимулювання економічної самодостатності територіальних громад. Інтеграція локальної кухні у туристичні ланцюжки доданої вартості дозволяє диверсифікувати сільську економіку, підтримати мале крафтове підприємництво, фермерство, стимулювати самозайнятість населення та створити передумови для повоєнного відновлення регіонів на засадах внутрішнього туризму.

– геополітичний та культурний рівні: робота пов'язана із виконанням зобов'язань України в межах Рамкової конвенції Ради Європи про значення культурної спадщини для суспільства (Фару, 2005) та Конвенції ЮНЕСКО про охорону нематеріальної культурної спадщини (2003). Інституціоналізація української гастрономії на міжнародній арені (як-от кейс із українським борщем) є елементом культурної дипломатії та інструментом формування позитивного міжнародного іміджу держави.

– екологічний та соціальний рівні: проблема перебуває у площині реалізації Цілей сталого розвитку ООН (далі – ЦСР), зокрема ЦСР 8 «Гідна праця та економічне зростання» та ЦСР 12 «Відповідальне споживання та виробництво». Наукове обґрунтування моделей гастрономічного туризму на засадах філософії Slow Food («чисто, чесно, смачно») дозволяє мінімізувати екологічний слід туризму та зберегти біорозмаїття локальних агропродуктів.

Таким чином, розв'язання проблеми ефективного використання локальної кухні як туристичного ресурсу є інтегральним науково-практичним завданням, що об'єднує інтереси гуманітарної безпеки, регіональної економіки та сталого просторового розвитку України.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Теоретико-методологічне підґрунтя для дослідження гастрономічного сектору як складника індустрії гостинності та культурного ландшафту закладено у працях багатьох науковців. Так, концептуальні засади розвитку гастрономічного туризму, його класифікацію та специфіку формування регіональних туристичних ринків детально висвітлено у працях М. Мальської, М. Філь, І. Пандяка [1], І. Антоненко, І. Мельник, Ю. Журби [2], І. Бурачека, Д. Панасюка, Д. Ярмолюк [3], ін. У них кулінарні традиції трактуються важливим чинником атрактивності дестинацій та інструментом диверсифікації туристичної пропозиції.

Питанням капіталізації НКС, етнографічних особливостей української традиційної кухні та її інтеграції у туристичну сферу присвячені наукові розвідки Машіки Г., Грабар М. [4], О. Позднякова, Т. Павліва [5], ін. Автори наголошують на вагомості автентичних рецептур для збереження національної ідентичності в умовах глобалізаційної уніфікації.

Гастрономічному брендингу територій та його впливу на формування ідентичності останніх присвячена стаття Г. Щуки, О. Побігун, С. Літовки-Деменіної [6], ін.

Теоретичні та прикладні аспекти впливу географічних зазначень на розвиток регіонального гастрономічного туризму з урахуванням етапів їх реєстрації в Україні та перспективних напрямків **самого гастрономічного туризму** в різних регіонах України через використання географічних зазначень були представлені в статті Ю. Дащук [7].

Окремі аспекти проблеми сталого розвитку гастрономічних дестинацій та філософії Slow Food висвітлені у працях авторки цієї статті [8], В. Удовиченко [9], ін. Дослідники впевнені в тому, що локальна кухня виступає не лише ресурсом, а й ключовим медіатором між туристом і локальною культурою, який трансформує споживання продуктів та страв у глибокий психоемоційний та когнітивний досвід.

ВИДІЛЕННЯ НЕВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ, КОТРИМ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ СТАТТЯ

Попри значний масив наукових напрацювань, повномасштабне вторгнення вимагає переосмислення локальної кухні як туристичного ресурсу та складової культурної спадщини, оскільки наявні дослідження описують лише її етнографічний або довоєнний стан. Поза увагою науковців залишаються можливості використання наявного потенціалу в умовах війни, зокрема механізми адаптації крафтових виробництв та збереження кулінарних традицій у депресивних чи релокованих регіонах. Крім того, практична інтеграція локальної кухні у сучасний туризм потребує цифрової синергії між фермерами, HoReCa і туроператорами, а також впровадження інноваційних цифрових інструментів, що й зумовило прикладний характер цього дослідження.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є комплексне наукове дослідження локальної кухні України як складової її нематеріальної культурної спадщини та специфічного туристичного ресурсу, оцінювання сучасного стану його капіталізації, а також обґрунтування перспективних можливостей і прикладних інструментів його ефективного використання у структурі національного туристичного продукту.

Аби досягти визначеної мети. нами були визначені наступні завдання: обґрунтувати теоретичні засади трансформації локальної кулінарії та крафтових продуктів у повноцінний туристичний ресурс дестинації, проаналізувати сучасний стан інституціоналізації кулінарної спадщини в Україні, визначити бар'єри та драйвери розвитку гастрономічного сектору України за допомогою SWOT-аналізу, розробити модель синергетичної взаємодії між локальними виробниками, сектором HoReCa та туристичними операторами, сформулювати прикладні рекомендації щодо впровадження інноваційних цифрових інструментів (гастро-атласів, інтерактивних карт) у маркетинг дестинацій.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

У сучасних умовах розвитку індустрії гостинності локальна кухня перестає бути виключно засобом задоволення фізіологічних потреб туриста. Будучи елементом НКС, вона трансформується у самостійний, висококапіталізований туристичний ресурс: автентичні кулінарні практики виступають маркером територіальної ідентичності та дозволяють дестинаціям формувати на ринку унікальні ціннісні пропозиції.

Варто зазначити, що питанням нематеріальної культурної спадщини (НКС) в Україні значно більшу вагу почали приділяти у зв'язку з приєднанням нашої держави у березні 2008 року до Конвенції про охорону нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО [10]. На виконання положень цієї Конвенції у 2012 році розпочалося системне формування Національного переліку елементів НКС України. До його складу традиційно потрапляє чимала кількість автентичних страв, напоїв та унікальних продуктів харчування, що репрезентують регіональну етнокультуру. На сьогодні зазначений Перелік динамічно розширюється й налічує вже 126 позицій, серед яких близько 30 позицій безпосередньо припадає на локальну кухню та гастрономію [11]. Яскравими прикладами такої інституціоналізації є традиція приготування караїмських пиріжків «ет аяклак», культура приготування та споживання слив'янки, традиція приготування яворівського пирога, гуцульська бриндзя, технологія приготування української традиційної страви «Голубці» тощо.

Новий потужний імпульс процес інституціоналізації вітчизняної гастрономічної спадщини на міжнародній арені отримав у 2022 році. Це пов'язано із позачерговим внесенням культури приготування українського борщу до Списку нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО, що потребує негайної охорони. Цей крок не лише закріпив за Україною її фундаментальний кулінарний бренд, а й активізував науковий інтерес до локальної гастрономії як ресурсу етнополітичної консолідації та соціокультурної дипломатії дестинацій.

Окремий науково-практичний інтерес у контексті досліджуваної проблеми викликає потенціал капіталізації продуктів із географічним зазначенням (ГЗ). За наявними даними, на сьогодні в Україні визнається 3068 європейських географічних зазначень [12]. Водночас кількість суто українських ГЗ наразі становить 48 одиниць. Серед них – загальновідомі херсонські кавуни, гуцульська бринза, мед із дикоросів та автентичні українські вина. Кожен із цих об'єктів є унікальним продуктом із високою доданою вартістю, який відображає вікові традиції, національну ідентичність та локальну самобутність. Збереження, правовий захист та популяризація таких брендів у межах інтегрованих гастрономічних маршрутів (наприклад, «Дороги вина та смаку») створює надійний фундамент для капіталізації дестинацій та сталого розвитку територіальних громад у постворенний період.

Важливим практичним інструментом швидкої капіталізації нематеріальної культурної спадщини та подієвого маркетингу територій виступають спеціалізовані масові заходи. Великим успіхом у туристів, а також серед місцевого населення упродовж багатьох років поспіль користувалися гастрономічні фестивалі, на яких можна було посмакувати локальними стравами та гастрономією. Проте у зв'язку з повномасштабною війною, масштаби та формати таких заходів зазнали вимушеної трансформації: наразі масштабні заходи проводяться значно рідше і є вони не настільки масовими, як були раніше, через безпекові обмеження та кризові умови.

Попри це, відомі вітчизняні платформи – такі як Kyiv Food and Wine Festival, FOODFEST, «Гуцульська бриндзя», Lviv Coffee Festival, «Борщівська вишиванка», Фестиваль бограчу, а також численні регіональні фестивалі вуличної їжі – з успіхом виконували та продовжують це робити роль потужного каталізатора для комплексного розвитку дестинацій. Вони забезпечують безпосередню синергію між крафтовими виробниками (аграрний сектор), сферою HoReCa (ресторанний бізнес) та туристичними операторами, що повністю відповідає запропонованій трирівневій моделі взаємодії суб'єктів ринку.

Окрім суто економічного ефекту та стимулювання локального підприємництва, зазначені фестивальні дестинації були й залишаються одним із найефективніших інструментів актуалізації, візуалізації та збереження локальної ідентичності в умовах глобалізаційного простору. У сучасних реаліях вектор таких заходів еволюціонує: вони трансформуються у благодійні крафтові ярмарки, камерні поп-ап вечори кулінарної дипломатії та гастро-акції, що не лише підтримують життєздатність бренду території, а й виконують соціокультурну місію із залученням ВПО та збором коштів для підтримки Збройних Сил України.

Для системного оцінювання локальної кухні як туристичного ресурсу в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення сформовано матрицю SWOT-аналізу (табл. 1).

Таблиця 1

SWOT-аналіз локальної кухні України як туристичного ресурсу

Сильні сторони (Strengths)	**Слабкі сторони (Weaknesses)**
• глибока автентичність та різноманітність регіональних кулінарних традицій; • наявність офіційно зареєстрованих географічних зазначень (ГЗ); • визнання українського борщу на рівні ЮНЕСКО; • наявність унікальних крафтових виробництв (сироварні, виноробні, бджільництво);	• логістичні та інфраструктурні деформації, посилені руйнуваннями; • гострий дефіцит кваліфікованих кадрів (гастро-гідів, сомельє); • низький рівень кооперації між виробниками та сектором HoReCa; • слабкий маркетинг дестинацій та відсутність єдиного брендингу;
Можливості (Opportunities)	**Загрози (Threats)**
• інтеграція у європейські гастрономічні асоціації та рух Slow Food; • діджиталізаці (створення ГІС-карт та цифрових гастро-атласів); • зростання попиту на внутрішній патріотичний та етнотуризм; • залучення міжнародних грантів для відновлення релокованого бізнесу;	• безпекові ризики, зумовлені повномасштабними воєнними діями; • фізичне руйнування крафтових підприємств на сході та півдні; • скорочення купівельної спроможності населення та фінансування галузі; • ризик втрати автентичних рецептур через міграцію носіїв традицій.

Аналіз матриці свідчить, що ключовим завданням кризового менеджменту є нівелювання слабких сторін через використання зовнішніх можливостей. На нашу думку, в умовах триваючої війни подолання дефіциту координації можливе через цифровізацію та розробку нових моделей взаємодії.

Для ефективної комерціалізації гастрономічного потенціалу пропонується авторська трирівнева модель синергії, заснована на філософії Slow Food (локальний, чистий, чесний продукт) та принципах сталого розвитку (рис. 1)

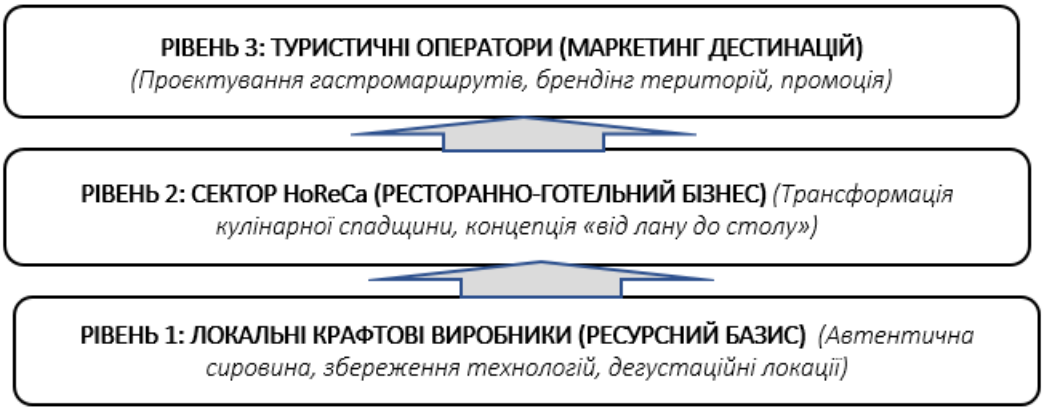


Рис. 1. Концептуальна модель трирівневої синергетичної взаємодії суб'єктів гастрономічного туризму

Рівень 1: Локальні крафтові виробники (Ресурсний сектор) забезпечують автентичну сировину, зберігають традиційні технології, виступають локаціями для безпосереднього відвідування туристами (проведення дегустацій, екскурсій на виробництво) та формують таким чином ресурсний базис моделі.

Рівень 2: Сектор HoReCa (Ресторанно-готельний бізнес) адаптує автентичні рецепти до сучасних трендів фуд-дизайну, включає крафтові локальні продукти у меню (концепція «від лану до столу»), створює гастрономічний мікроклімат дестинації та виступає у зв'язку з цим головним інтегратором та інтерпретатором НКС.

Рівень 3: Туристичні оператори (Маркетинг дестинацій) займаються проєктуванням гастромаршрутів, просуванням брендів територій, підготовкою гастро-гідів та організацією спеціалізованих подій (фестивалів, турів вихідного дня) і об'єднують завдяки цьому перші два рівні у цілісний комерційний туристичний продукт.

Для диверсифікації туристичної пропозиції в умовах обмеженого фізичного доступу до деяких регіонів критично важливим є впровадження інформаційних технологій. Перспективними прикладними інструментами у цьому напрямку, на нашу думку, є:

– цифрові гастро-атласи: інтерактивні платформи, що містять верифіковану базу даних про автентичні страви регіону, історію їх походження, технологічні карти та контакти діючих носіїв традицій;

– інтерактивні гастрономічні карти на базі ГІС: інтегровані у геоінформаційні системи територіальних громад карти, які дозволяють туристу в реальному часі будувати індивідуальні маршрути, бачити локації фермерів, розклад дегустацій та бронювати столики у закладах HoReCa, що підтримують локальну кухню.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМКУ

Локальна кухня є стратегічним ендогенним ресурсом туристичної індустрії України та невіддільною складовою її нематеріальної культурної спадщини. Інституціоналізація гастрономії через списки ЮНЕСКО та систему географічних зазначень створює передумови для капіталізації брендів територій навіть в умовах кризового менеджменту.

Проведений SWOT-аналіз засвідчив, що високий потенціал автентичної кулінарії України наразі стримується інфраструктурними деформаціями, браком професійних кадрів та слабкою інституційною взаємодією ланок туристичного ринку під впливом воєнних ризиків.

Запропонована концептуальна модель трирівневої синергетичної взаємодії «Крафтові виробники – HoReCa – Туристичні оператори» на засадах Slow Food дозволяє сформувати замкнений цикл створення доданої вартості туристичного продукту, орієнтованого на принципи сталого розвитку громад.

Практичне використання гастрономічного ресурсу потребує негайної цифровізації шляхом розробки цифрових гастро-атласів та інтерактивних ГІС-маршрутів. Це дозволить інтегрувати локальну спадщину в загальнодержавні екосистеми управління регіональним розвитком, підвищити атрактивність українських дестинацій та зберегти національну ідентичність.

Перспективи подальших наукових розвідок у цьому напрямі полягають у розробці адаптивних регіональних стратегій гастрономічного брендингу для деокупованих і депресивних територій, а також у дослідженні трансформації логістичних ланцюгів постачання крафтової продукції в умовах тривалих безпекових ризиків. Особливої актуальності набуває економіко-математичне моделювання впливу інституту географічних зазначень на фінансову спроможність громад, проєктування технічних рішень для інтеграції цифрових гастро-атласів у діючі муніципальні ГІС-платформи, а також адаптація міжнародного досвіду повоєнної ревіталізації дестинацій засобами кулінарної дипломатії.

Література

1. Мальська М., Філь М., Пандяк І. Гастрономічний туризм : навч. посіб. Київ : Каравела, 2023. 304 с.

2. Антоненко І., Мульник І., Журбка Ю. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму Київщини: досвід Німеччини. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Економічні науки*. 2024. № 4 (76). URL : https://journals.maup.com.ua/index.php/economics/article/view/4501

3. Бурачек І., Панасюк Д., Ярмолюк Д. Гастрономічний туризм в Україні під час війни. *Економіка та суспільство*. 2025. Вип. 71. URL : https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5558

4. Машіка Г., Грабар М. Гастрономічний туризм як інструмент актуалізації кулінарної спадщини та чинник підвищення міжнародної туристичної привабливості. *Економіка та суспільство*. 2026. Вип. 84. URL : https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/7702/7678

5. Позднякова О., Павлів Т. Особливості формування сучасних гастрономічних традицій України. *Grail of Science*. 2025. Вип. 57. С. 324-328. URL : https://archive.journal-grail.science/index.php/2710-3056/article/view/3114/3107

6. Щука Г., Побігун О., Літовка-Деменіна С. Особливості гастрономічного брендингу території. *Економіка та суспільство*. 2025. Вип. 71. URL : https://dspace.kme.org.ua/server/api/core/bitstreams/cbbb5e52-ccb6-4770-9f06-a66161c98374/content

7. Дащук Ю. Вплив географічних зазначень на розвиток гастрономічного туризму регіону. *Товарознавчий вісник*. 2022. Вип. 15. Ч. 2. С. 83-95. URL : https://c-bulletin.com.ua/web/uploads/pdf/Commodity_Bulletin_%E2%84%962_2022_Dashchuk.pdf

8. Чорна Н. Slow food як філософія та міжнародний рух: започаткування, розвиток та роль у збереженні гастрономічної культури України. *Інфраструктура ринку*. 2025. С. 309–313. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2025/83_2025/56.pdf

9. Удовиченко В. Slow food: від руху до концепту еногастрономічного туризму. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія : Географія*. 2020. № 1-2 (76-77). С. 82-88. URL : https://visnyk-geo.knu.ua/?page_id=8183&lang=en

10. Про приєднання до Конвенції про охорону нематеріальної культурної спадщини : Закон України № 132-VI від 6 березня 2008 року. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/132-17#Text

11. Нематеріальна культурна спадщина України. URL : https://lnk.ua/ISpeePRop

12. В Україні зареєстровано 48 продуктів з географічними зазначеннями. URL **:** https://agroportal.ua/news/ukraina/v-ukrajini-zareyestrovano-48-produktiv-z-geografichnimi-zaznachennyami

References

1. Malska, M., Fil, M., & Pandyak, I. (2023). *Hastronomichnyi turyzm* [Gastronomic tourism] [Educational manual]. Karavela [in Ukrainian].

2. Antonenko, I. Ya., Melnyk, I. L., & Zhurba, Yu. R. (2024). Innovatsiinyi rozvytok hastronomichnoho turyzmu Kyivshchyny: dosvid Nimechchyny [Innovative development of gastronomic tourism in Kyiv region: Germany's experience]. *Naukovi pratsi Mizhrehionalnoi Akademii upravlinnia personalom. Ekonomichni nauky* [Scientific Works of Interregional Academy of Personnel Management. Economic Sciences], (4 (76)), 143-151. Available at : https://journals.maup.com.ua/index.php/economics/article/view/4501 [in Ukrainian].

3. Burachek, I., Panasiuk, D., & Yarmoliuk, D. (2025). Hastronomichnyi turyzm v Ukraini pid chas viiny [Gastronomic tourism in Ukraine during the war]. *Ekonomika ta suspilstvo* [Economy and Society], (71). Available at : https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5558 [in Ukrainian].

4. Mashika, H., & Grabar, M. (2026). Hastronomichnyi turyzm yak instrument aktualizatsii kulinarnoi spadshchyny ta chynnyk pidvyshchennia mizhnarodnoi turystychnoi pryvablyvosti [Gastronomic tourism as a tool for actualization of culinary heritage and a factor of increasing international tourist attractiveness]. *Ekonomika ta suspilstvo* [Economy and Society], (84). Available at : https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/7702/7678 [in Ukrainian].

5. Pozdniakova, O., & Pavliv, T. (2025). Osoblyvosti formuvannia suchasnykh hastronomichnykh tradytsii Ukrainy [Features of formation of modern gastronomic traditions of Ukraine]. *Grail of Science*, (57), 324-328. Available at : https://archive.journal-grail.science/index.php/2710-3056/article/view/3114/3107 [in Ukrainian].

6. Shchuka, H. P., Pobihun, O. V., & Litovka-Demenina, S. H. (2025). Osoblyvosti gastronomichnoho brendynhu terytorii [Features of territory gastronomic branding]. *Ekonomika ta suspilstvo* [Economy and Society], (71). Available at : https://dspace.kme.org.ua/server/api/core/bitstreams/cbbb5e52-ccb6-4770-9f06-a66161c98374/content [in Ukrainian].

7. Dashchuk, Yu. Ye. (2022). Vplyv heohrafichnykh zaznachen na rozvytok hastronomichnoho turyzmu rehionu [The influence of geographical specifications on the development of gastronomic tourism in the region]. *Tovarozoznavchyi visnyk* [Commodity Bulletin], 15(2), 83-95. Available at : https://c-bulletin.com.ua/web/uploads/pdf/Commodity_Bulletin_%E2%84%962_2022_Dashchuk.pdf [in Ukrainian].

8. Chorna, N. (2025). Slow food yak filosofiia ta mizhnarodnyi rukh: zapochatkuvannia, rozvytok ta rol u zbereženni hastronomichnoi kultury Ukrainy [Slow food as a philosophy and international movement: initiation, development and role in preserving the gastronomic culture of Ukraine]. *Infrastruktura rynku* [Market Infrastructure], 309–313. Available at : http://www.market-infr.od.ua/journals/2025/83_2025/56.pdf [in Ukrainian].

9. Udovychenko, V. (2020). Slow food: vid rukhu do kontseptu enohastronomichnoho turyzmu [Slow food: from the movement to the concept of the enogastronomic tourism]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Seriia: Heohrafiia* [Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Geography], (1-2 (76-77)), 82-88. Available at : https://visnyk-geo.knu.ua/?page_id=8183&lang=en [in Ukrainian].

10. Verkhovna Rada of Ukraine. (2008). *Pro pryiednannia Ukrainy do Konventsii pro okhoronu nematerialnoi kulturnoi spadshchyny* [On Ukraine's accession to the Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage] (Law of Ukraine No. 132-VI, March 6). Available at : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/132-17#Text [in Ukrainian].

11. *Nematerialna kulturna spadshchyna Ukrainy* [Intangible Cultural Heritage of Ukraine]. (n.d.). Available at : https://lnk.ua/ISpeePRop [in Ukrainian].

12. AgroPortal. (2024). *V Ukraini zareiestrovano 48 produktiv z heohrafichnymy zaznachenniamy* [48 products with geographical indications are registered in Ukraine]. Available at : https://agroportal.ua/news/ukraina/v-ukrajini-zareyestrovano-48-produktiv-z-geografichnimi-zaznachennyami [in Ukrainian].