

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-83-6>

УДК 338.48:641/642:332.146

ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У КОНТЕКСТІ ПІДВИЩЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

ORGANIZATIONAL ASPECTS OF GASTRONOMIC TOURISM DEVELOPMENT IN UKRAINE IN THE CONTEXT OF ENHANCING REGIONAL COMPETITIVENESS

Дидів Ірина Богданівна

кандидат економічних наук, доцент,

Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій
імені С.З. Гжицького

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1882-2267>

Dydiv Iryna

Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary
Medicine and Biotechnology Lviv

Стаття присвячена дослідженню організаційних аспектів розвитку гастрономічного туризму в Україні в контексті підвищення регіональної конкурентоспроможності. Проаналізовано сучасні підходи до формування та просування гастрономічних туристичних продуктів, визначено ключові інституційні, управлінські, інфраструктурні й маркетингові чинники їх розвитку. Узагальнено вітчизняний і зарубіжний досвід використання гастрономічного туризму як інструменту регіонального брендингу, економічної активізації територій та підтримки місцевого підприємництва. Обґрунтовано роль локальної кухні, гастрономічних фестивалів і фермерських ініціатив у формуванні туристичної привабливості регіонів. Окреслено напрями вдосконалення організаційних механізмів взаємодії суб'єктів туристичної діяльності, органів місцевого самоврядування та виробників локальної продукції з метою сталого розвитку гастрономічного туризму в Україні.

Ключові слова: гастрономічний туризм, регіональна конкурентоспроможність, організаційні аспекти, туристичний продукт, регіональний розвиток.

The article is devoted to the study of organizational aspects of gastronomic tourism development in Ukraine in the context of enhancing regional competitiveness. Modern approaches to the formation, organization, and management of gastronomic tourism products are analyzed, with special attention paid to institutional, managerial, infrastructural, marketing, and regulatory factors influencing their effective implementation at the regional level. The research systematizes domestic and international experience in the development of gastronomic tourism as an important instrument for regional branding, economic activation of territories, diversification of tourism services, and support of local entrepreneurship. The role of traditional cuisine, gastronomic festivals, food routes, and farm-based initiatives in shaping a positive tourist image of regions is substantiated. Particular emphasis is placed on the importance of cooperation between tourism stakeholders, local authorities, hospitality enterprises, cultural institutions, and producers of local food products. Such cooperation is considered a key condition for the creation of competitive gastronomic tourism products and sustainable tourism infrastructure. The article outlines organizational mechanisms aimed at improving coordination, resource management, strategic planning, and marketing promotion of gastronomic tourism destinations. The potential of gastronomic tourism to stimulate sustainable regional development, increase tourist flows, strengthen regional identity, and enhance the competitive positions of Ukrainian regions in the national and international tourism market is highlighted. Recommendations for improving organizational frameworks in the context of contemporary socio-economic challenges, post-crisis recovery, and European integration processes are proposed, with a focus on innovation, digital promotion, and support for local gastronomic initiatives.

Keywords: gastronomic tourism, regional competitiveness, organizational aspects, tourism product, regional development.



Постановка проблеми. В умовах посилення конкуренції між регіонами на туристичному ринку та зростання попиту на автентичні й тематичні туристичні продукти гастрономічний туризм набуває особливого значення як чинник соціально-економічного розвитку територій. В Україні цей напрям має значний потенціал, зумовлений різноманітністю національної кухні, багатою кулінарною спадщиною та наявністю локальних продуктів. Водночас розвиток гастрономічного туризму стримується низкою організаційних проблем, зокрема недостатньою координацією між суб'єктами туристичної діяльності, органами місцевого самоврядування та виробниками локальної продукції, обмеженим рівнем інституційної підтримки, слабкою інтеграцією гастрономічних ініціатив у регіональні стратегії розвитку, а також нерозвиненістю спеціалізованої інфраструктури та маркетингових механізмів просування на ринку туристичних послуг.

У сучасних умовах підвищення регіональної конкурентоспроможності вимагає впровадження ефективних організаційних моделей управління туристичними процесами, спрямованих на формування якісного гастрономічного туристичного продукту, розвиток партнерських мереж і зміцнення туристичного бренду територій. Тому наукове обґрунтування організаційних аспектів розвитку гастрономічного туризму є важливим як з теоретичної, так і з практичної точки зору, оскільки сприяє вирішенню завдань сталого регіонального розвитку, активізації місцевого підприємництва та підвищення інвестиційної привабливості регіонів України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

У сучасних наукових публікаціях українських і закордонних науковців гастрономічний туризм розглядається як інструмент підвищення привабливості дестинацій, регіонального брендингу та посилення конкурентних позицій територій за умови належної організаційної координації стейкхолдерів. У працях українських дослідників Ніколюк О., Байрачна О., Крук С. [6] обґрунтовано, що підвищення конкурентоспроможності еногастрономічного туризму потребує системних управлінських моделей, міжсекторальної співпраці місцевих органів влади, самоврядування, професійних організацій і бізнесу, а також активного інформаційного просування. Семенюк Л., Рудич А. [8] акцентують увагу на ролі гастрономічного туризму у сталому розвитку та підкреслюють необхідність організа-

ційної підтримки локальних гастрономічних ініціатив і подієвих форматів. У дослідженні Борисенко О. [1] висвітлено державні механізми підтримки туристичної сфери (нормативно-інституційні та програмні інструменти), що є важливим підґрунтям для організаційного розвитку спеціалізованих видів туризму, зокрема гастрономічного.

Зарубіжні автори розкривають методичні підходи до вимірювання та факторів конкурентоспроможності гастрономічних дестинацій. Зокрема Basle N. [10] пропонує підходи до оцінювання гастрономічної конкурентоспроможності дестинацій, що посилює методичну базу дослідження конкурентних переваг територій. У роботах Chin C. та Okumus B. [13; 14] показано, що гастрономічні переваги й комунікації (зокрема в цифровому середовищі) можуть впливати на регіональну конкурентоспроможність і результативність гастрономічного сегмента. Дослідження Schwark, N., Tiberius, V. [15] звертає увагу на складну взаємодію учасників кулінарного туризму (кооперація + конкуренція), що вимагає чітких організаційних правил партнерства та узгодження інтересів.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Попри наявність значного наукового доробку щодо розвитку та оцінювання конкурентоспроможності гастрономічних дестинацій, низка основних організаційних аспектів розвитку гастрономічного туризму в Україні залишається недостатньо опрацьованою. Також варто звернути увагу на нестачу ефективних інструментів оцінювання результативності управлінських рішень на регіональному рівні. Додаткової уваги потребує й адаптація організаційних підходів до сучасних викликів, пов'язаних із післявоєнним відновленням, інфраструктурними обмеженнями, цифровим просуванням та інтеграцією гастрономічного туризму в стратегії підвищення регіональної конкурентоспроможності.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є наукове обґрунтування організаційних аспектів розвитку гастрономічного туризму в Україні як інструменту підвищення конкурентоспроможності регіонів в умовах сучасних соціально-економічних трансформацій.

Для досягнення поставленої мети в дослідженні передбачено: проаналізувати сучасний стан і тенденції розвитку гастрономічного туризму в Україні; узагальнити вітчизняний і зарубіжний досвід організаційного забезпечення гастрономічних ініціатив; визначити

ключові інституційні, управлінські та інфраструктурні чинники формування конкурентоспроможного туристичного продукту; обґрунтувати роль міжсекторної взаємодії у розвитку гастрономічного туризму; окреслити напрями вдосконалення організаційних механізмів з метою посилення туристичної привабливості та конкурентних позицій регіонів України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Гастрономічний туризм в Україні розглядається як перспективний напрям спеціалізованого туризму, що поєднує культурну спадщину, локальні харчові традиції та туристичні послуги. Різноманіття регіональних особливостей кухні, наявність автентичних продуктів, фермерських господарств, гастрономічних фестивалів і тематичних маршрутів формують передумови для розвитку конкурентоспроможного гастрономічного туристичного продукту. Водночас ефективність цього процесу значною мірою залежить від рівня організаційного забезпечення, міжсекторальної координації та інституційної підтримки на регіональному рівні.

Організаційні аспекти розвитку гастрономічного туризму включають формування системи взаємодії між органами місцевого самоврядування, суб'єктами туристичної діяльності, закладами громадського харчування, виробниками локальної продукції, культурними установами та громадськими організаціями (Таблиця 1). Саме така багатороння співпраця створює умови для комплексного розвитку туристичної інфраструктури, підвищення якості послуг і формування єдиного туристичного іміджу території [2].

Важливим організаційним інструментом є інтеграція гастрономічного туризму в регіональні стратегії соціально-економічного розвитку. У регіонах, де гастрономічні ініціативи поєднуються з програмами підтримки малого бізнесу, розвитку креативних індустрій та просування місцевих брендів, спостерігається

зростання туристичної привабливості та економічної активності. Гастрономічні фестивалі, ярмарки, кулінарні майстер-класи та маршрути локальної кухні сприяють формуванню позитивного іміджу територій, підвищенню їх упізнаваності та залученню туристів.

Гастрономічний туризм в Україні характеризується значним потенціалом розвитку та міжнародного визнання, що зумовлено багатьма кулінарними традиціями й різноманітною культурною спадщиною. Реалізація цих можливостей потребує впровадження інноваційних стратегій і сучасних практик у діяльність ресторанної індустрії та суміжних стейкхолдерів з урахуванням динамічних змін у споживчих уподобаннях гастрономічних туристів.

З метою підвищення якості гастрономічного досвіду доцільним є активне впровадження сучасних кулінарних інновацій, зокрема елементів ф'южн- та молекулярної кухні. Поєднання традиційних смакових особливостей з експериментальними технологіями приготування страв дозволяє формувати унікальні гастрономічні пропозиції та створювати незабутні враження для відвідувачів. З урахуванням світових тенденцій, такі підходи відкривають можливості для формування самобутньої кулінарної ідентичності України, орієнтованої на міжнародний туристичний ринок [12].

Сучасні тенденції також свідчать про зростання кількості концептуальних ресторанів і підприємств ресторанного господарства, які пропонують інноваційні формати обслуговування та креативні гастрономічні рішення (рис. 1). Такі заклади відіграють важливу роль у підвищенні привабливості кулінарного простору України, поєднуючи творчий підхід із високими стандартами сервісу та якості.

Рисунок 1 відображає структуру найбільш привабливих об'єктів гастрономічного туризму в Україні. Найвищі показники займають підприємства ресторанного господарства (29%), що підтверджує їх важливу роль у фор-

Таблиця 1

Функції основних учасників діяльності гастрономічного туризму

Учасники	Основні функції
Органи місцевого самоврядування	Формування стратегій, підтримка ініціатив, інфраструктурний розвиток
Туристичні оператори	Розробка маршрутів, просування туристичних продуктів
Заклади харчування	Представлення локальної кухні, підвищення якості сервісу
Виробники локальної продукції	Забезпечення автентичних продуктів
Громадські організації	Популяризація культурної спадщини, організація подій

Джерело: сформовано автором на основі [2; 4]



Рис. 1. Структура суб'єктів гастрономічного туризму за видами діяльності

Джерело: сформовано на основі [6; 11]

муванні гастрономічного туристичного продукту. Вагомою є також частка закладів торгівлі регіональними продуктами харчування (26 %), які сприяють популяризації локальних брендів, та гастрономічних свят і фестивалів (20 %) як інструментів регіонального брендингу. Кулінарні майстер-класи становлять 13 % і виконують переважно освітню функцію. Найменшу популярність мають гастрономічні ярмарки та фермерські уїддя, що вказує на необхідність удосконалення механізмів їх інтеграції в туристичні маршрути. Розвиток гастрономічного туризму доцільно орієнтувати на підтримку ресторанного сектору, локальних виробників і подієвих заходів як основних чинників конкурентоспроможності регіонів України.

Сектор гастрономічного туризму в Україні характеризується великим потенціалом, що зумовлено різноманіттям національних кулінарних традицій, розвитком інноваційної ресторанної індустрії та впровадженням ініціатив регіонального брендингу. Ефективне використання сучасних кулінарних технологій, організація партнерської взаємодії між зацікавленими сторонами та популяризація культурної спадщини створюють передумови для формування конкурентоспроможного гастрономічного турпродукту. Гастрономічний туризм може стати важливим інструмен-

том підвищення міжнародного іміджу України, активізації економічного розвитку регіонів і збереження національної культурної ідентичності.

Аналіз туристичних пропозицій і споживчого попиту дозволяє виокремити найбільш популярні гастрономічні враження, що формуються на основі регіональної спеціалізації: сирні та винні тури Закарпаттям, гастрономічні маршрути «Полтавські галушки», екскурсійні програми із дегустацією крафтових напоїв, «Прогулянки по-одеськи» з акцентом на локальну кухню, а також фестивалі пива та м'яса у Луцьку. Зазначені формати потребують належного організаційного супроводу, маркетингового просування та інтеграції у регіональні стратегії розвитку туризму. Знакові страви, зокрема борщ із численними регіональними варіаціями та сало як традиційний гастрономічний символ, відображають різноманіття кулінарної спадщини країни. Організація гастрономічних подій, присвячених традиційним святам (Різдво, Великдень, Новий рік, «Старий Новий рік») сприяє збагаченню культурно-туристичного досвіду відвідувачів.

Останніми роками в Україні спостерігається активізація проведення гастрономічних заходів, які відіграють важливу роль у формуванні кулінарної та туристичної ідентичності регіонів. Такі заходи сприяють популя-

ризації локальних брендів, розвитку малого бізнесу та підвищенню впізнаваності регіонів на туристичному ринку. Найбільш популярні області з активним розвитком гастрономічних подій представлено на рисунку 2.

Рисунок 2 ілюструє рівень популярності окремих регіонів України у сфері гастрономічного туризму за кількістю туристичних об'єктів відповідної спрямованості. Найвищі показники зафіксовано у Закарпатській області, що свідчить про її провідну роль у розвитку гастрономічного туризму. Високою туристичною активністю також характеризуються Львівська та Київська області, які мають розвинену гастрономічну інфраструктуру та потужний культурно-туристичний потенціал. Середні значення спостерігаються у Полтавській області, що пов'язано з регіональною спеціалізацією на традиційній кухні. Міста Львів і Луцьк демонструють нижчі показники, що вказує на потребу в розширенні гастрономічних туристичних продуктів і вдосконаленні організаційних механізмів їх просування. Отримані дані підтверджують нерівномірність розвитку гастрономічного туризму в регіональному розрізі та актуальність удосконалення стратегій підвищення регіональної конкурентоспроможності.

Цифрові інструменти просування також є важливим елементом організаційної моделі

розвитку гастрономічного туризму. Використання онлайн-платформ, соціальних мереж, туристичних порталів і мобільних додатків забезпечує ефективну комунікацію з потенційними туристами, популяризацію регіональних гастрономічних брендів і підвищення доступності інформації про туристичні послуги.

Особливу роль відіграє організаційна підтримка локальних виробників харчової продукції. Створення гастрономічних кластерів, партнерських мереж і туристичних об'єднань забезпечує координацію дій між бізнесом і владою, сприяє стандартизації якості продукції та послуг, а також формуванню комплексних туристичних пропозицій [7]. Такі підходи підсилюють регіональну конкурентоспроможність через диференціацію туристичного продукту та орієнтацію на автентичність.

Висновки. Гастрономічний туризм є важливим інструментом підвищення туристичної привабливості та конкурентоспроможності регіонів України. Різноманіття національної кухні, автентичні локальні продукти, гастрономічні події та фермерські ініціативи створюють значний потенціал для формування конкурентоспроможного туристичного продукту. Водночас ефективність його реалізації безпосередньо залежить від рівня організаційного забезпечення та координації між ключовими стейкхолдерами.

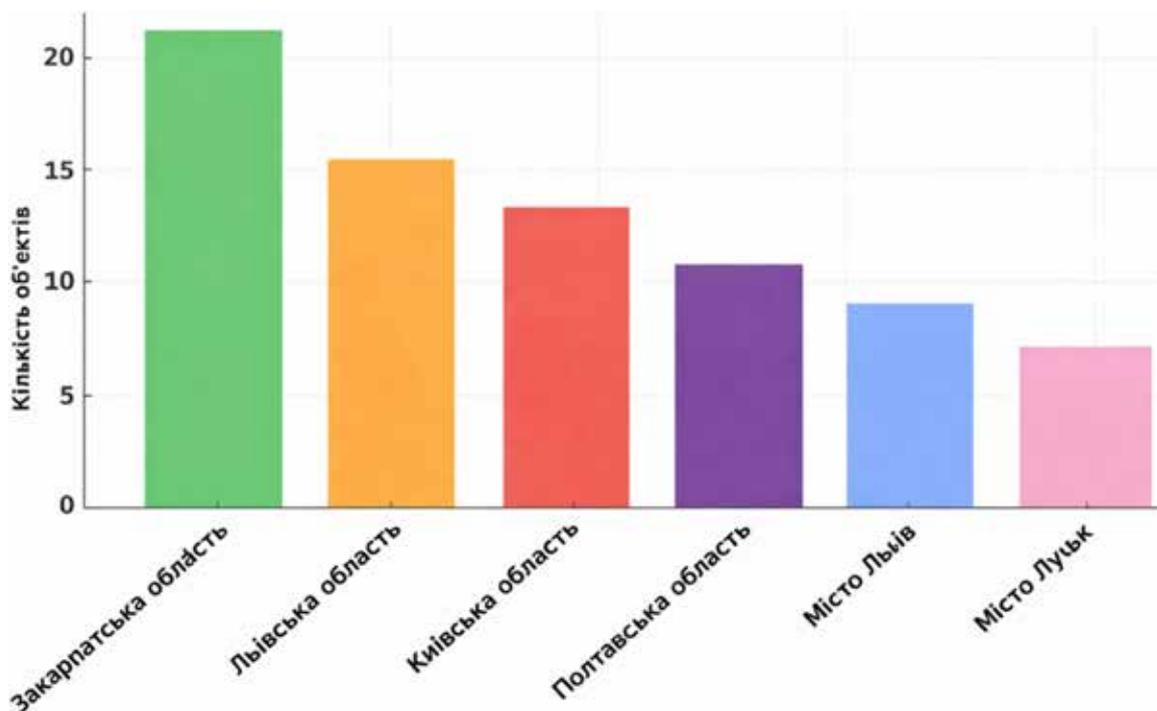


Рис. 2. Найбільш популярні центри України для проведення

Джерело: сформовано на основі [5; 8]

Організаційні аспекти розвитку гастрономічного туризму охоплюють взаємодію органів місцевого самоврядування, суб'єктів туристичної діяльності, закладів громадського харчування, виробників локальної продукції, громадських і культурних інституцій. Саме така багатостороння співпраця сприяє створенню комплексних туристичних пропозицій, підвищенню якості послуг та формуванню позитивного іміджу територій. Інтеграція гастрономічного туризму в регіональні стратегії соціально-економічного розвитку, застосування кластерного підходу та використання цифрових інструментів просування забезпечують зростання туристичних потоків, активізацію місцевого підприємництва й посилення регіональної конкурентоспроможності. Гастрономічні фестивалі,

тематичні маршрути та гастрономічні бренди відіграють важливу роль у підвищенні впізнаності регіонів на національному та міжнародному туристичному ринку.

Удосконалення організаційних механізмів розвитку гастрономічного туризму, розширення партнерських мереж, підтримка локальних виробників і впровадження інноваційних інструментів просування є необхідними умовами підвищення регіональної конкурентоспроможності України. Перспективними напрямками подальших досліджень є розроблення моделей оцінювання ефективності гастрономічних туристичних проєктів, аналіз економічного ефекту від їх реалізації та адаптація міжнародного досвіду до українських регіональних умов.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Борисенко, О. (2024). Державні механізми підтримки розвитку туристичної галузі в умовах воєнного часу в Україні. *Аспекти публічного управління*, 12(4), 97-102. DOI: <https://doi.org/10.15421/152454>
2. Бурак В. Г., Волошин О. В., Юріна Ю. М., Сорокіна А. М., Попова К. І. Стратегічні напрями розвитку місцевого гастрономічного туризму для формування іміджу території. *Вісник ХДУ. Серія «Економічні науки»*. 2024. № 51. Секція 1: *Економіка та управління національним господарством*. DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2024-51-1>
3. Дидів І. Б. Гастрономічний туризм у Львові. *Розвиток туристичної галузі та індустрії гостинності: проблеми, перспективи, конкурентоздатність*: матеріали II Міжнародної конференції здобувачів та молодих вчених (м. Дніпро, 18 листопада 2022 р.). Дніпро : УАН, 2022. С. 312-313.
4. Дидів І. Б., Вовк С. С. Гастрономічний туризм як чинник соціально-культурного напрямку розвитку України. *Стратегічні пріоритети розвитку соціально-економічних систем у контексті сучасного наукового виміру*: Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 25 жовтня 2024 р.). Запоріжжя: Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького, 2024. С. 172-176.
5. Нестерчук І. К. Гастрономічний туризм Правобережного Полісся України: теорія, методологія і практика досліджень : монографія. Житомир : ЖДУ ім. І. Франка, 2023. 548 с. URL: <https://surl.li/iymixn>
6. Ніколюк О. В., Байрачна О. К., Крук С. В. Сучасні тенденції та особливості розвитку еногастрономічного туризму. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2024. Том 9. № 1. С. 224-228. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2024-1-37>
7. Омельченко, О. (2025). Локальні туристичні кластери як інструмент повоєнного відновлення туристичної галузі України. *Економіка та суспільство*, (74). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-74-65>
8. Семенюк, Л., Рудич, А., & Бірюкова, О. (2025). Роль гастрономічного туризму у сталому розвитку готельно-ресторанної справи та підвищенні привабливості регіонів України. *Економіка та суспільство*, (75). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-75-56>
9. Akin M. H., Ozturk Y., Karamustafa K. A comparative perspective on destination competitiveness through visitors' and stakeholders' perceptions in the region of Cappadocia. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. 2022. Vol. 5, no. 5. P. 966–986. DOI: <https://doi.org/10.1108/JHTI-01-2021-0015>
10. Basle N. Evaluating gastronomic destination competitiveness through upscale gastronomy. *Sustainability*. 2023. Vol. 15, no. 14. Article 11157. DOI: <https://doi.org/10.3390/su151411157>
11. Campoverde-Aguirre R., Carvache-Franco M., Carvache-Franco W., Almeida-Cabrera M. Analysis of the quality of service in gastronomic festivals. *Sustainability*. 2022. Vol. 14, no. 21. Article 14605. DOI: <https://doi.org/10.3390/su142114605>
12. Cantele S., Cassia F. Sustainability implementation in restaurants: A comprehensive model of drivers, barriers, and competitiveness-mediated effects on firm performance. *International Journal of Hospitality Management*. 2020. Vol. 87. Article 102510. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102510>
13. Chin C. H. Empirical research on the competitiveness of rural tourism destinations: a practical plan for rural tourism industry post-COVID-19. *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*. 2022. Vol. 17, no. 2. P. 211–231. DOI: <https://doi.org/10.1108/CBTH-07-2021-0169>

14. Okumus B. Food tourism research: a perspective article. *Tourism Review*. 2021. Vol. 76, no. 1. Pp. 38–42. DOI: <https://doi.org/10.1108/TR-11-2019-0450>
15. Schwark N., Tiberius V., Fabro M. How will we dine? Prospective shifts in international haute cuisine and innovation beyond kitchen and plate. *Foods*. 2020. Vol. 9. Article 1369. DOI: <https://doi.org/10.3390/foods9101369>

REFERENCES:

1. Borysenko O. (2024). Derzhavni mekhanizmy pidtrymky rozvytku turystychnoi haluzi v umovakh voiennoho chasu v Ukraini [State mechanisms for supporting the development of the tourism industry in Ukraine under wartime conditions]. *Aspekty publichnoho upravlinnia*, vol. 12(4), pp. 97–102. <https://doi.org/10.15421/152454>
2. Burak V. H., Voloshyn O. V., Yurina Yu. M., Sorokina A. M., Popova K. I. (2024). Stratehichni napriamy rozvytku mistsevoho hastronomichnoho turyzmu dlia formuvannia imidzhu terytorii [Strategic directions for the development of local gastronomic tourism for shaping the image of a territory]. *Visnyk KhDU. Seriiia "Ekonomichni nauky"*, no. 51, Section 1: Economics and Management of the National Economy. <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2024-51-1>
3. Dydiv I. B. (2022). Hastronomichni turyzm u Lvovi [Gastronomic tourism in Lviv]. *Rozvytok turystychnoi haluzi ta industrii hostynnosti: problemy, perspektyvy, konkurentozdatnist*: Proceedings of the II International Conference of Students and Young Scientists (Dnipro, November 18, 2022). Dnipro: UAN, pp. 312–313. (in Ukrainian)
4. Dydiv I. B., Vovk S. S. (2024). Hastronomichni turyzm yak chynnyk sotsialno-kulturnoho napriamu rozvytku Ukrainy [Gastronomic tourism as a factor of socio-cultural development of Ukraine]. *Stratehichni priorytety rozvytku sotsialno-ekonomichnykh system u konteksti suchasnoho naukovoho vymiru*: Proceedings of the III International Scientific and Practical Conference (Zaporizhzhia, October 25, 2024). Zaporizhzhia: Bohdan Khmelnytskyi Melitopol State Pedagogical University, pp. 172–176. (in Ukrainian)
5. Nesterchuk I. K. (2023). Hastronomichni turyzm Pravoberezhnoho Polissia Ukrainy: teoriia, metodolohiia i praktyka doslidzen [Gastronomic tourism of the Right-Bank Polissia of Ukraine: theory, methodology, and research practice]: monograph. Zhytomyr: Zhytomyr Ivan Franko State University, 548 p. Available at: <https://surl.li/iymixn> (in Ukrainian)
6. Nikoliuk O. V., Bairachna O. K., Kruk S. V. (2024). Suchasni tendentsii ta osoblyvosti rozvytku enohastronomichnoho turyzmu [Current trends and features of enogastronomic tourism development]. *Ukrainskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky ta tekhniky*, vol. 9, no. 1, pp. 224–228. <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2024-1-37>
7. Omelchenko O. (2025). Lokalni turystychni klasteri yak instrument povoiennoho vidnovlennia turystychnoi haluzi Ukrainy [Local tourism clusters as a tool for post-war recovery of Ukraine's tourism industry]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 74. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-74-65>
8. Semeniuk L., Rudych A., Biriukova O. (2025). Rol hastronomichnoho turyzmu u stalomu rozvytku hotelno-restoranoi spravy ta pidvyshchenni pryvablyvosti rehioniv Ukrainy [The role of gastronomic tourism in sustainable development of the hotel and restaurant sector and increasing regional attractiveness in Ukraine]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 75. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-75-56>
9. Akin M. H., Ozturk Y., Karamustafa K. (2022). A comparative perspective on destination competitiveness through visitors' and stakeholders' perceptions in the region of Cappadocia. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, vol. 5, no. 5, pp. 966–986. <https://doi.org/10.1108/JHTI-01-2021-0015>
10. Basle N. (2023). Evaluating gastronomic destination competitiveness through upscale gastronomy. *Sustainability*, vol. 15, no. 14, Article 11157. <https://doi.org/10.3390/su151411157>
11. Campoverde-Aguirre R., Carvache-Franco M., Carvache-Franco W., Almeida-Cabrera M. (2022). Analysis of the quality of service in gastronomic festivals. *Sustainability*, vol. 14, no. 21, Article 14605. <https://doi.org/10.3390/su142114605>
12. Cantele S., Cassia F. (2020). Sustainability implementation in restaurants: A comprehensive model of drivers, barriers, and competitiveness-mediated effects on firm performance. *International Journal of Hospitality Management*, vol. 87, Article 102510. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102510>
13. Chin C. H. (2022). Empirical research on the competitiveness of rural tourism destinations: a practical plan for rural tourism industry post-COVID-19. *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*, vol. 17, no. 2, pp. 211–231. <https://doi.org/10.1108/CBTH-07-2021-0169>
14. Okumus B. (2021). Food tourism research: a perspective article. *Tourism Review*, vol. 76, no. 1, pp. 38–42. <https://doi.org/10.1108/TR-11-2019-0450>
15. Schwark N., Tiberius V., Fabro M. (2020). How will we dine? Prospective shifts in international haute cuisine and innovation beyond kitchen and plate. *Foods*, vol. 9, Article 1369. <https://doi.org/10.3390/foods9101369>

Дата надходження статті: 03.02.2026

Дата прийняття статті: 19.02.2026

Дата публікації статті: 25.02.2026