

УДК 640.43:005.346(477)

JEL Classification: L83, M31, F60

DOI: <https://doi.org/10.54929/3041-2390-2025-05-01-14>

ГЛОКАЛІЗАЦІЙНІ ТРЕНДИ ТА ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ ЛОКАЛЬНОГО РЕСТОРАННОГО МЕНЮ

GLOCALISATION TRENDS AND PRINCIPLES OF FORMING A LOCAL RESTAURANT MENU

Постова В. В.

Кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Вінниця, Україна
ORCID: 0000-0002-0056-5648

Рябенська М. О.

Кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Вінниця, Україна
ORCID: 0000-0002-3024-137X

Valentyna Postova

PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Tourism and Hotel and Restaurant Management,
Vinnytsia Institute of Trade and Economics of SUTE,
Vinnytsia, Ukraine

Maryna Riabenka

PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Tourism and Hotel and Restaurant Management,
Vinnytsia Institute of Trade and Economics of SUTE,
Vinnytsia, Ukraine

Сучасна ресторанна індустрія перебуває під впливом глобалізації та змін споживчих пріоритетів, що робить актуальним вивчення глокалізаційних підходів у формуванні локального меню. Метою дослідження є аналіз глокалізаційних трендів та визначення принципів створення локального меню з урахуванням сезонності, локальних продуктів та культурної автентичності. Дослідження здійснено на основі системного аналізу тенденцій ресторанного бізнесу, огляду літератури, порівняльного аналізу локальних і глобальних практик та узагальнення статистичних і практичних даних. Використано методи аналізу, синтезу, порівняння, абстрагування та систематизації. Встановлено, що інтеграція локальних продуктів і традицій сприяє підвищенню конкурентоспроможності закладів та зміцненню культурної ідентичності регіонів. Виявлено ключові принципи формування локального меню: сезонність, прозорість походження продуктів, сталий розвиток, поєднання традицій із сучасними техніками та співпраця з місцевими громадами. Охарактеризовано ефективність глокалізаційних підходів, наведено приклади застосування локальних продуктів у практиці, сформульовано рекомендації щодо підвищення економічної та репутаційної цінності закладів. Узагальнено основні тренди та систематизовано принципи інтеграції локальної кухні в меню. Теоретичне значення полягає у формуванні системного підходу до глокалізаційних процесів у ресторанному бізнесі. Практичне значення – у застосуванні рекомендацій для підвищення ефективності та конкурентоспроможності закладів. Наукова новизна дослідження полягає у комплексному визначенні принципів формування локального меню та інтеграції національної кулінарної спадщини. Перспективи подальших досліджень пов'язані з розробкою моделей взаємодії ресторанів із місцевими виробниками та культурними інституціями. Обмеження – недостатня кількість емпіричних даних щодо впливу локального меню на поведінку споживачів. Тип статті – теоретично-емпірична.
Ключові слова: глокалізація; локальне меню; ресторанна індустрія; сезонні продукти; кулінарна автентичність; сталий розвиток; конкурентоспроможність закладів.

The modern restaurant industry is under the influence of globalization and changes in consumer priorities, which makes it relevant to study glocalization approaches in the formation of a local menu. The purpose of the study is to

analyze glocalization trends and determine the principles of creating a local menu taking into account seasonality, local products and cultural authenticity. The study was carried out on the basis of a systematic analysis of restaurant business trends, a literature review, a comparative analysis of local and global practices and a generalization of statistical and practical data. The methods of analysis, synthesis, comparison, abstraction and systematization were used. It was established that the integration of local products and traditions contributes to increasing the competitiveness of establishments and strengthening the cultural identity of regions. The key principles of forming a local menu were identified: seasonality, transparency of the origin of products, sustainable development, combining traditions with modern techniques and cooperation with local communities. The effectiveness of glocalization approaches is characterized, examples of the application of local products in practice are given, recommendations are formulated for increasing the economic and reputational value of establishments. The main trends are summarized and the principles of integrating local cuisine into the menu are systematized. The theoretical significance is in the formation of a systematic approach to glocalization processes in the restaurant business. The practical significance is in the application of recommendations to increase the efficiency and competitiveness of establishments. The scientific novelty of the study lies in the comprehensive definition of the principles of forming a local menu and integrating national culinary heritage. Prospects for further research are related to the development of models of interaction between restaurants with local producers and cultural institutions. Limitations are the insufficient amount of empirical data on the influence of the local menu on consumer behavior. Type of article is theoretical-empirical.

Key words: glocalization; local menu; restaurant industry; seasonal products; culinary authenticity; sustainable development; competitiveness of establishments.

ВСТУП

Сучасна ресторанна індустрія перебуває у стані постійних трансформацій під впливом глобалізаційних процесів, зміни споживчих пріоритетів та економічних і екологічних викликів. Одним із ключових напрямів цих змін є глокалізація – поєднання глобальних гастрономічних тенденцій із локальною культурною та кулінарною ідентичністю. Попит на автентичні страви, що відображають регіональні традиції та локальні продукти, зумовлений прагненням споживачів до усвідомленого та етичного споживання, а також пошуком унікальних смакових вражень. У цьому контексті локальне меню стає не лише комерційним інструментом, а й засобом зміцнення культурної та економічної стійкості регіонів.

Актуальність теми зумовлена сучасними тенденціями гастрономії, що інтегрують економічну ефективність, культурну автентичність та принципи сталого розвитку. Використання локальних продуктів сприяє підтримці регіональних виробників і розвитку місцевої економіки, водночас дозволяє ресторанам пропонувати унікальні гастрономічні концепції, підвищуючи конкурентоспроможність і привабливість для споживачів. Орієнтація на сезонність, екологічну свідомість та здорове харчування відповідає сучасним запитам гостей і формує позитивний імідж закладів у довгостроковій перспективі.

ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ

Сучасні дослідження ресторанної індустрії підкреслюють важливість інноваційних та глокалізаційних підходів у формуванні меню. В. Євсєєв та Л. Доскіч [1] виділяють основні тенденції розвитку ресторанного бізнесу, а О. Олійник [2] аналізує концепції та стандарти ресторанів, що дозволяє інтегрувати локальну кухню у сучасні формати. О. Мітал [3] доводить користь локальних продуктів для розширення асортименту, а В. Церклевич, А. Діль та Ю. Моцна [4]

підкреслюють значення сезонних страв у стратегічному управлінні. В. Церклевич, А. Діль, А. Блаута та М. Діль [5] досліджують інноваційні методи просування регіональної кухні, а В. Церклевич, А. Діль та М. Діль [6] розкривають нові гастрономічні спеціальності в розвитку туристичних дестинацій. К. Процак та М. Передрій [7] розглядають проблеми ресторанного бізнесу в умовах кризи, а Х. Беспалюк та К. Процак [8] показують ефективність дизайн-мислення для адаптації закладів. О. Плюта [9] висвітлює національну кухню як культурну традицію, а Н. Чорна [10] визначає, як гастрономічний бренд туристичних дестинацій. Узагальнення цих досліджень підтверджує значущість локальних продуктів, сезонності та автентичності для сучасних ресторанів та вказує на необхідність подальшого дослідження стратегій формування локального меню та співпраці з постачальниками.

МЕТА ТА ЗАВДАННЯ

Метою даного дослідження є комплексний аналіз глокалізаційних трендів у ресторанній індустрії та визначення принципів формування локального меню з урахуванням сезонності, використання локальних продуктів та культурної автентичності. Дослідження спрямоване на обґрунтування практичних рекомендацій для закладів ресторанного господарства щодо ефективної інтеграції локальної кухні в умовах сучасних економічних, соціальних та екологічних викликів.

Для досягнення поставленої мети були визначені такі завдання: проаналізувати сучасні тенденції розвитку ресторанної індустрії та визначити роль глокалізації у формуванні локального меню; виявити ключові принципи побудови локального ресторанного меню з урахуванням сезонності, локальних інгредієнтів та культурної ідентичності регіону; визначити вплив інтеграції локальної кухні на конкурентоспроможність за-

кладів та поведінку споживачів; розробити практичні рекомендації щодо впровадження глокалізаційних принципів у діяльність ресторанних закладів з метою підвищення їхньої ефективності та стійкості.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Для досягнення поставленої мети дослідження та забезпечення його достовірності було застосовано комплекс методів теоретичного та емпіричного аналізу. На теоретичному рівні проведено системний аналіз сучасних тенденцій ресторанної індустрії та глокалізаційних практик у формуванні меню, що дозволило визначити актуальність теми та її місце у сучасній гастрономічній культурі. Використано методи огляду та узагальнення літературних джерел для ґрунтовного вивчення й виявлення ключових принципів локальної кухні та глобальних гастрономічних трендів, а також їхнього взаємозв'язку. На емпіричному рівні застосовано порівняльний аналіз локальних і міжнародних практик формування меню. Це дало змогу не лише виявити спільні та відмінні риси, але й визначити найбільш ефективні підходи інтеграції локальних продуктів у сучасні ресторанні концепції. Зрештою, використано методи аналізу, синтезу та систематизації отриманих даних для формування практичних рекомендацій щодо розробки конкурентоспроможного та привабливого локального меню, що відповідає вимогам як місцевих, так і міжнародних споживачів.

РЕЗУЛЬТАТИ

Однією з провідних тенденцій сучасної ресторанної індустрії є впровадження глокалізаційних підходів, що поєднують глобальні гастрономічні тенденції з використанням локальних продуктів та традиційних страв. Такий підхід зумовлений посиленням запиту споживачів на автентичність і прагненням до глибшої ідентифікації з регіональною культурою через гастрономію, водночас інтегруючи сучасні глобальні стандарти та інновації.

Сучасні підходи до формування локального меню в рамках глокалізації охоплюють кілька ключових напрямів: сезонність та гіперлокальність, що забезпечує використання продуктів найвищої свіжості та відповідних регіональних особливостей; прозорість та простежуваність походження інгредієнтів, що підвищує довіру споживачів; орієнтацію на принципи сталого розвитку та етичного споживання, яка включає мінімізацію відходів і підтримку локальних виробників; інновації з гармонійним поєднанням традиційних і сучасних кулінарних технік, що дозволяє формувати унікальні гастрономічні пропозиції; розширення асортименту вегетаріанських і веганських позицій із використанням місцевих ресурсів; а також налагодження партнерства з місцевими громадами та культурними інституціями, що сприяє інтеграції ресторану в соціокультурне середовище регіону (табл. 1).

Таблиця 1

Глокалізаційні тренди у формуванні локального меню

№ п/п	Тренд	Характеристика
1	Сезонність та гіперлокальність	- використання свіжих продуктів, доступних у певний час року, що забезпечує максимальну смакову цінність та поживність; - акцент на продуктах, вирощених або вироблених у безпосередній близькості до ресторану, що підкреслює унікальність регіону та зменшує екологічний слід.
2	Прозорість та історія походження продуктів	- інформування гостей про походження інгредієнтів, методи їх вирощування та виробництва, а також про постачальників; - відображення в меню історії продуктів та локальних виробників, що підвищує цінність страв та довіру споживачів.
3	Сталий розвиток та етичне споживання	- використання продуктів, вироблених відповідно до екологічних та соціальних стандартів (органічне землеробство, відповідальне рибальство, справедлива торгівля); - зменшення харчових відходів шляхом креативного використання всіх частин продуктів; - підтримка локальних виробників та фермерів, що сприяє розвитку місцевої економіки [8].
4	Інновації та поєднання традицій із сучасними техніками	- поєднання традиційних регіональних рецептів із сучасними кулінарними технологіями та презентацією; - створення авторських страв на основі локальних продуктів, що демонструють сучасний погляд на регіональну кухню.
5	Вегетаріанські та веганські опції з локальних інгредієнтів	- зростаючий попит на рослинні страви стимулює шеф-кухарів розробляти цікаві вегетаріанські та веганські позиції, використовуючи сезонні овочі, фрукти, бобові та злаки місцевого виробництва.
6	Співпраця з місцевими громадами та культурними інституціями	- взаємодія ресторанів з музеями, культурними центрами та ремісниками для популяризації локальної культури через гастрономію; - проведення тематичних вечерів, майстер-класів та дегустацій, присвячених місцевим продуктам та традиціям [9].

Джерело: складено авторами

Аналіз глокалізаційних трендів у формуванні локального меню показує, що сучасні ресторани активно інтегрують глобальні гастрономічні підходи із збереженням локальної ідентичності. Серед ключових напрямів виділяються сезонність та гіперлокальність, що забезпечують максимальну свіжість і смакову цінність продуктів; прозорість та історія походження інгредієнтів, що підвищує довіру споживачів; сталий розвиток і етичне споживання, які сприяють підтримці місцевої економіки та збереженню екосистем; інновації та поєднання традицій із сучасними техніками, що дозволяє створювати унікальні авторські страви; а також розширення асортименту вегетаріанських і веганських позицій та активна співпраця з місцевими громадами і культурними інституціями, що зміцнює соціокультурний вплив закладу.

Таким чином, таблиця демонструє, що глокалізаційні тренди не лише визначають вибір інгредієнтів та способи приготування, а й формують загальну концепцію ресторанного меню, яка враховує економічну ефективність, культурну автентичність та соціальну відповідальність. На основі цих тенденцій можна виокремити основні принципи формування локального меню, що є фундаментальними для закладів, які праг-

нуть поєднати глобальні стандарти якості з регіональною унікальністю продуктів та страв.

До ключових принципів формування локального ресторанного меню у контексті глокалізаційних процесів належать:

- комплексне врахування ґрунтово-кліматичних умов і кулінарної спадщини конкретного регіону як основи для створення автентичних гастрономічних пропозицій;
- розроблення збалансованого асортименту, що охоплює різні категорії страв (закуси, основні страви, десерти) та відображає різноманіття місцевої сировини, водночас відповідаючи глобальним тенденціям споживчих уподобань [1];
- забезпечення прозорої комунікації з гостями щодо походження продуктів, їх сезонності та особливостей приготування, що підвищує рівень довіри й цінності гастрономічної пропозиції;
- систематичний пошук інноваційних підходів до використання локальних інгредієнтів для створення унікальних смакових комбінацій, які поєднують традиційні рецептури з сучасними кулінарними техніками;
- економічно обґрунтоване визначення цінової політики з урахуванням вартості місцевої продукції, що має забезпечити водночас конкурентоспроможність закладу та його доступність (рис. 1).

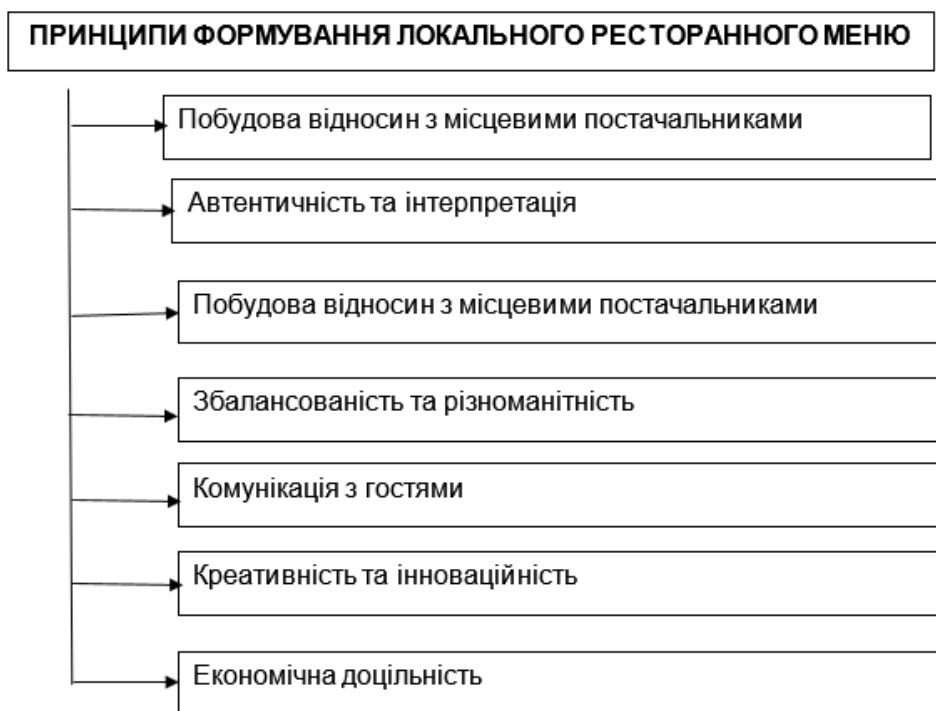


Рис. 1. Принципи формування локального меню

Джерело: складено авторами

Узагальнення цих аспектів дозволяє визначити систему принципів, що формують основу ефективної глокалізаційної стратегії у ресторанному бізнесі. Вони інтегрують локальну ідентичність та глобальні тенденції сталого розвитку, забезпечуючи конкурентоспроможність закладів і підвищення їхньої цінності в очах споживачів.

Повномасштабна війна в Україні зумовила суттєве посилення суспільного інтересу до національної культури та нематеріальної спадщини, серед яких особливе місце посідає традиційна кулінарія. У кризових умовах відбулося переосмислення значення домашньої кухні як носія культурної пам'яті: давні рецепти не лише відро-

джуються, а й активно популяризуються як елемент національної ідентичності [2].

Ресторанний бізнес, реагуючи на трансформації суспільних настроїв, інтегрував у власне меню автентичні українські страви. Така практика виконує подвійну функцію: по-перше, виступає проявом шани до історико-культурних традицій, а по-друге, сприяє підтримці місцевих виробників і розвитку регіональної економіки.

Попри руйнування та численні виклики, спричинені збройною агресією росії, війна парадоксальним чином стала каталізатором національного самоусвідомлення, що безпосередньо відбилася у сучасних гастрономічних практиках. Серед ключових тенденцій цього процесу виокремлюються:

- зростання споживчої свідомості та відповідального ставлення до вибору продуктів;
- підтримка місцевої економіки через використання регіональної сировини;
- посилений інтерес до автентичності та повернення до культурних коренів;
- зміна гастрономічних пріоритетів у напрямі традиційних та регіональних страв;
- підвищення доступності української кухні шляхом популяризації локальних інгредієнтів і технологій приготування [3].

Таким чином, воєнні події не лише вплинули на суспільно-культурний контекст, але й сформували підґрунтя для глокалізаційних трендів у ресторанній сфері, де поєднання національної ідентичності та сучасних підходів стає важливим чинником конкурентоспроможності закладів.

Сучасна гастрономічна практика демонструє виразний перехід ресторанного бізнесу до нових стратегій формування меню, заснованих на використанні сезонних та локальних продуктів. Такий підхід є відповіддю на глобальні економічні та екологічні виклики й водночас доводить свою ефективність як у фінансовому, так і в репутаційному аспектах [4]. Одним із визначальних аргументів на користь впровадження сезонної кухні виступає економічна доцільність. Закупівля овочів, фруктів і зелені в період їхньої природної стиглості забезпечує суттєве скорочення витрат. Використання локальної сировини зменшує потребу у тривалому транспортуванні та енергоємному зберіганні, що дозволяє знизити логістичні й енергетичні витрати.

Крім того, підтримка локального виробництва позитивно впливає на репутацію закладу, адже сучасні споживачі дедалі частіше оцінюють етичність бізнес-практик та їхній внесок у сталий розвиток [7]. Таким чином, поєднання сезонності та локальності у формуванні меню не лише оптимізує економічні процеси, але й стає важливим інструментом позиціонування ресторану в умовах глокалізаційних тенденцій.

Основна цінність сезонної кухні полягає у використанні свіжих інгредієнтів, що зібрані безпосередньо перед приготуванням. Продукти, щойно доставлені з фермерських господарств або місцевих ринків, відзначаються вищими смаковими та поживними якостями порівняно з тими, що тривалий час зберігалися на складах або були імпортовані з-за кордону. Це надає шеф-кухарям можливість створювати страви з більш насиченим та автентичним смаком, формуючи конкурентну перевагу закладу [5].

Заклади, які впроваджують сезонні продукти, можуть регулярно оновлювати меню відповідно до змін пори року. Така гнучкість не лише підтримує зацікавленість постійних гостей, а й сприяє створенню іміджу ресторану як сучасного, інноваційного та соціально відповідального. Крім того, сезонна кухня дедалі активніше інтегрується у сферу гастрономічного туризму: відвідувачі часто планують подорожі з метою скуштувати регіональні страви у період їхнього смакового піку [1].

Перехід до сезонного меню не можна розглядати як короточасний тренд. Це стратегічне рішення, яке одночасно враховує економічну ефективність, екологічну відповідальність і зміну споживчих очікувань. Такий підхід формує синергію між усіма учасниками процесу: ресторанним бізнесом, споживачами та місцевими громадами.

Адаптуючи меню з акцентом на локальні інгредієнти, українські шеф-кухарі демонструють гнучкість та креативність, водночас підкреслюючи різноманіття вітчизняної продукції. Це не лише знижує собівартість страв і робить їх більш доступними для споживачів, а й сприяє підтримці місцевих виробників. Водночас частка локальних продуктів у загальному обсязі ресторанних закупівель наразі становить лише 30-40 %, що свідчить про наявність значного потенціалу для подальшого розвитку [3].

Закупівля українських продуктів, навіть за вищою вартістю порівняно з імпортними аналогами, відіграє важливу роль у підтримці та розвитку національного підприємництва. Особливої уваги заслуговують продукти, що належать до елементів культурної спадщини. Для їх ефективного просування необхідно забезпечити повноту інформації про виробників, що дозволяє рестораторам якісно комунікувати цінність таких продуктів як персоналу, так і відвідувачам [6]. Такий підхід не лише сприяє підвищенню обсягів продажів, але й зміцнює репутаційний імідж закладу. Застосування місцевих продуктів у ресторанній практиці здатне трансформувати харчові звички споживачів, водночас приносячи користь місцевій економіці, клієнтам та самому бізнесу. Повномасштабна війна в Україні суттєво ускладнила роботу ресторанного сектору, проте орієнтація на локальну кухню

може стати ключовим фактором його виживання та сталого розвитку. Використання автентичних страв із локальних інгредієнтів не лише приваблює споживачів, але й сприяє збереженню культурної спадщини та екологічній відповідальності. Очікується, що популярність локальної кухні зростатиме, стимулюючи відновлення та подальше процвітання гастрономічної індустрії України у післявоєнний період [10].

ДИСКУСІЯ

Аналіз глокалізаційних трендів показує, що сучасні ресторани активно інтегрують локальні продукти та традиції в меню, поєднуючи їх із глобальними гастрономічними практиками. Сезонність, прозорість походження продуктів, сталий розвиток та поєднання традицій із сучасними техніками підвищують довіру споживачів і формують конкурентні переваги закладів. Підтримка локальної економіки та культурної спадщини стає важливим аспектом стратегії ресторанів, особливо в умовах

соціально-економічних викликів. Водночас рівень використання локальних продуктів ще не досяг оптимального, що відкриває перспективи для подальшого розвитку меню.

ВИСНОВКИ

Сформульовано ключові принципи формування локального меню: сезонність, прозорість походження продуктів, сталий розвиток, поєднання традицій із сучасними техніками та співпраця з місцевими громадами. Встановлено, що інтеграція локальної кухні підвищує конкурентоспроможність закладів і зміцнює економічну та культурну цінність регіонів. Теоретичне значення дослідження полягає у формуванні системного підходу до інтеграції локальної кухні в меню, практичне – у підвищенні ефективності та репутаційної цінності закладів. Перспективи подальших досліджень пов'язані з розробкою моделей співпраці ресторанів із локальними виробниками та культурними інституціями.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Yevsieiev, V., & Doskich, L. (2025). Suchasni trendy v restorannomu biznesi [Current trends in the restaurant business]. *Hotelno-restoranni biznes ta kharchovi tekhnologii: suchasni tendentsii, vyklyky, innovatsii: Zbirnyk materialiv II-oi Vseukrainskoi studentskoi naukovo-praktychnoi internet-konferentsii – Hotel and Restaurant Business and Food Technologies: Current Trends, Challenges, Innovations: Proceedings of the 2nd All-Ukrainian Student Scientific and Practical Internet Conference* (Lviv, May 15, 2025) (p. 110-113). Lviv: LNU im. Ivana Franka. <https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2025/06/zbirnyk-hotelno-restorannyi-biznes-2025.pdf> [in Ukrainian].
2. Oliinyk, O. (2024). Rizni typy kontseptsii ta standarty restoranu [Different types of restaurant concepts and standards]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and Society*, 69, Article 135. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-135> [in Ukrainian].
3. Mital, O. (2025). Osoblyvosti vykorystannia etnichnykh kharchovykh produktiv dlia rozshyrennia asortymentu strav u zakladakh restorannoho hospodarstva [Features of the use of ethnic food products to expand the range of dishes in restaurant establishments]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and Society*, (76), Article 23. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-76-23> [in Ukrainian].
4. Tserklevych, V. S., Dil, A. V., & Motsna, Yu. Yu. (2023). Potentsial sezonnykh strav v stratehichnomu upravlinni zakladom restorannoho hospodarstva «LOCAL FOOD» [The potential of seasonal dishes in the strategic management of the restaurant establishment «LOCAL FOOD»]. *Industriia turyzmu i hostynnosti v Tsentralnii ta Skhidnii Yevropi – Tourism and Hospitality Industry in Central and Eastern Europe*, 9, 71–79. <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/tourism/article/view/1464> [in Ukrainian].
5. Tserklevych, V., Dil, A., Blauta, A., & Dil, M. (2023). Innovatsiini komponenty stratehii prosuvannia restoranu rehionalnoi kukhni Podillia: keis «Restoratsii Shpihelii» [Innovative components of the promotion strategy of a regional cuisine restaurant in Podil: the case of «Shpigelya Restaurant»]. *Transformatsiina ekonomika – Transformational Economy*, 3(03), 61–69. <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2023-3-11> [in Ukrainian].
6. Tserklevych, V. S., Dil, A. V., & Dil, M. V. (2022). Novi gastronomichni spetsialiteti yak produkt restoranu nishi «LOCAL FOOD» v rozvytku turychnykh destinatsii [New gastronomic specialties as a product of the «LOCAL FOOD» niche restaurant in the development of tourist destinations]. *Industriia hostynnosti i turyzmu v Tsentralnii ta Skhidnii Yevropi – Hospitality and Tourism Industry in Central and Eastern Europe*, (6), 41–41. <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/tourism/article/view/1193/1125> [in Ukrainian].
7. Protsak, K., & Peredrii, M. (2022). Restoranni biznes v umovakh kryzy: problemy ta napriamky rozvytku [Restaurant business in crisis conditions: problems and development directions]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and Society*, (44), Article 49. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-49> [in Ukrainian].
8. Bepaliuk, Kh., & Protsak, K. (2021). Dyzn-myslennia yak efektyvnyi metod adaptatsii do zmin [Design thinking as an effective method of adaptation to change]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika». Seria «Problemy ekonomiky ta upravlinnia» – Bulletin of Lviv Polytechnic National University. Series «Problems of Economics and Management»*, 5(1), 121–131. <https://doi.org/10.23939/semi2021.01.121> [in Ukrainian].
9. Pluta, O. P. (2017). Natsionalna kukhnia yak kompleks kulturno-pobutovykh tradytsii ukraintsiv [National cuisine as a complex of cultural and everyday traditions of Ukrainians]. *Kultura ta suchasnist – Culture and Modernity*, (1), 147–151. <https://journals.urau.ua/kis/article/view/148971> [in Ukrainian].
10. Chorna, N. M. (2025). Lokalna kukhnia yak gastronomichniy brend turychnykh destinatsii [Local cuisine as a gastronomic brand of tourist destinations]. *Industriia turyzmu i hostynnosti v Tsentralnii ta Skhidnii Yevropi – Tourism and Hospitality Industry in Central and Eastern Europe*, (12), 68–75. <https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-12-10> [in Ukrainian].