

**Міністерство освіти і науки України
Дніпровський державний технічний університет
Факультет економіки та соціальних комунікацій
Кафедра соціально-психологічних і гуманітарних наук**

**Соціологічна асоціація України
Дніпропетровське обласне відділення**

**РОЗВИТОК ОСНОВНИХ НАПРЯМІВ СОЦІОГУМАНІТАРНИХ НАУК:
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

**збірник матеріалів
XIII Всеукраїнської науково-практичної конференції**

(м. Кам'янське, 14 – 15 травня 2026)



**Кам'янське
2026**

***XIII Всеукраїнська науково-практична конференція «Розвиток основних напрямів соціогуманітарних наук: проблеми та перспективи»
(м. Кам'янське, 14 – 15 травня 2026)***

УДК 009(08)

ББК 6/я431

З

Розвиток основних напрямів соціогуманітарних наук: проблеми та перспективи : збірник матеріалів XIII Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю, м. Кам'янське, 14 – 15 травня 2026/ Дніпровський державний технічний університет. Кам'янське, 2026. 271 с.

У збірнику представлені тези доповідей з соціології, психології, політології, публічного управління і місцевого самоврядування, соціальних комунікацій, історії та права, економіки і менеджменту, філології, педагогіки, а також статті Круглого столу «Суспільні виміри трансформаційних змін в геополітичному просторі» та секцій конференції. Матеріали збірника розраховано на здобувачів вищої освіти, аспірантів, викладачів закладів вищої освіти та інших наукових фахівців.

Мови видання: українська, англійська.

Редакційна рада не обов'язково поділяє думки авторів. Відповідальність за дотримання умов академічної доброчесності, грамотність, список використаних джерел, достовірність цитат та посилань, використання статистичних матеріалів покладається на авторів.

Усі права захищені. При будь-якому використанні матеріалів конференції посилання на джерело є обов'язковим.

УДК 009(08)

ББК 6/я431

© Автори публікацій, 2026

© Кафедра соціально-психологічних і гуманітарних наук
Дніпровського державного технічного університету, 2026

**XIII Всеукраїнська науково-практична конференція «Розвиток основних напрямів соціогуманітарних наук: проблеми та перспективи»
(м. Кам'янське, 14 – 15 травня 2026)**

ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ НАУКОВОЇ МЕТОДОЛОГІЇ.....	
Чимеріс-Голишева Богдана, Юрій Кравцов	
ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ У СУЧАСНОМУ ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ.....	211
Статті круглого столу	
«Людський капітал в експоненційному суспільстві»	212
Антонюк Катерина	
ЛОКАЛЬНА КУХНЯ ЯК ЕКОНОМІЧНИЙ ЧИННИК РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ТА ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ.....	212
Калістратов Михайло, Десна Дмитро, Якуніна Алла	
ФОРМУВАННЯ ТА ВІЯВИ СУЧАСНОЇ МОЛОДІЖНОЇ СУБКУЛЬТУРИ В УКРАЇНІ	218
Листопад Олексій, Листопад Наталя	
ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ГОТОВНОСТІ МАЙБУТНІХ ВИХОВАТЕЛІВ ДО РЕАЛІЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНО-ПАТРІОТИЧНОГО ВИХОВАННЯ.....	223
Мардарова Ірина, Гуданич Наталія	
ЗДОРОВ'ЯЗБЕРЕЖЕННЯ ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ В ЦИФРОВОМУ ОСВІТНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ.....	228
Макєєв Михайло	
ПРОПАГАНДА КРИЗЬ ПРИЗМУ ФІЛОСОФІЇ ІДЕНТИЧНОСТІ.....	233
Мачуліна Ірина	
ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЯК ОСНОВА ЕКСПОНЕНЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА: ОГЛЯД ОСНОВНИХ ТЕОРІЙ.....	240
Мироненко Артем, Таран Марія	
ЕТИМОЛОГІЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ АНГЛІЙСЬКИХ МОРСЬКИХ ІДІОМ У ЛІНГВОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ.....	246
Моргун Олена	
ЕПІСТЕМОЛОГІЧНІ ВИКЛИКИ МІЖДИСЦИПЛІНАРНОСТІ В СУЧАСНИХ СОЦІОГУМАНІТАРНИХ НАУКАХ.....	250
Савош Галина	
ДИНАМІКА СУСПІЛЬНИХ ЗМІН ТА ІНСТИТУЦІЙНІ БАР'ЄРИ СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ В УКРАЇНІ.....	255
Тіхонов Анатолій, Пісоцький Вадим	
ПСИХОЛОГІЧНА СТІЙКІСТЬ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ ТРИВАЛОГО СТРЕСУ.....	259
Федоренко Дарья, Якуніна Алла	
СОЦІАЛЬНО-ПРАВОВА ІДЕНТИФІКАЦІЯ ЛЮДИНИ ТА ГРОМАДЯНИНА.....	266
Хмелюк Альна, Вернигора Никита	
ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ЗАКОНУ УКРАЇНИ «ПРО АКАДЕМІЧНУ ДОБРОЧЕСНІСТЬ»: ПРОБЛЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В СИСТЕМІ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	268

зв'язку з цим перед системою освіти стоять протилежні завдання: задовольнити соціальне замовлення на якість спеціаліста як компетентної, ініціативної, соціально адаптованої особистості, яка володіє відповідальністю та громадянською позицією, з одного боку, а з іншого — зберегти та розвинути її унікальність, сформувані прагнення та здатність до саморозвитку. У сучасних умовах сетизація освіти дозволяє повноцінний онлайн-формат навчання, коли весь процес спілкування зі студентами буде організовано за допомогою цифрових сервісів, що є зручним для фахівців з інших міст і навіть країн бажаючих навчатися без відриву від роботи. Але водночас можна стверджувати, що в установах соціально-культурного профілю такого досвіду поки що недостатньо, вони лише входять до системи інформаційних відносин.

Статті круглого столу «Людський капітал в експоненційному суспільстві»

АНТОНЮК КАТЕРИНА

доктор філософії з економіки, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Вінницький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету
м. Вінниця

ЛОКАЛЬНА КУХНЯ ЯК ЕКОНОМІЧНИЙ ЧИННИК РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ТА ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

Розвиток туристичної індустрії характеризується зростанням значення пошуку нових інструментів підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій. Одним із таких інструментів виступає гастрономічний туризм, який базується на використанні локальної кухні як важливого елементу культурної та туристичної привабливості території. У глобалізованому світі туристи все більше орієнтуються на автентичний досвід, що включає знайомство з місцевими традиціями, культурою та гастрономією. Водночас, незважаючи на значний потенціал локальної кухні, її можливості у формуванні туристичного продукту та розвитку дестинацій залишаються недостатньо реалізованими, особливо в Україні. Недостатній рівень популяризації локальних гастрономічних ресурсів, обмежене використання їх у маркетингових стратегіях та слабка інтеграція у туристичну інфраструктуру стримують розвиток гастрономічного туризму. У зв'язку з цим виникає необхідність поглибленого дослідження ролі локальної кухні як драйвера розвитку туристичних дестинацій.

Питання популяризації локальної кухні та розвитку гастрономічного туризму як інструменту просування туристичних дестинацій досліджувалися у працях багатьох науковців, зокрема Гаврилової О.В., Давидюка Ю.В., Красовського С.О., Фесенка Г.О., Постової В.В., Іваніщевої О.А. та інших. Водночас потребує подальшого наукового опрацювання аспект порівняльного аналізу стратегій просування туристичних дестинацій із використанням локальної кухні в різних країнах світу.

Локальна кухня – це кулінарні традиції та страви, що характерні для конкретної місцевості, приготовані з місцевих продуктів та мають культурне й історичне підґрунтя.

***XIII Всеукраїнська науково-практична конференція «Розвиток основних напрямів соціогуманітарних наук: проблеми та перспективи»
(м. Кам'янське, 14 – 15 травня 2026)***

Локальна кухня є важливою частиною культурного досвіду та туризму, а також значною частиною гастрономічної ідентичності певної місцевості. Вона привертає увагу туристів та сприяє розвитку місцевого бізнесу, а у підсумку й економіки [8, с. 108].

Гастрономічний туризм з огляду на свою специфіку має особливе значення для розвитку локальних дестинацій, що в умовах децентралізації стають чинниками конкурентоспроможності територіальних громад. В сучасних умовах окремі територіальні громади, що володіють значними туристичними ресурсами, завдяки останнім законодавчим змінам отримали можливість більш ефективно управляти їх використанням, зокрема, через організацію сільського, екологічного та гастрономічного туризму, а також через підтримку створення спеціалізованих закладів розміщення, а саме агроосель [3, с. 42].

Гастрономічний туризм – окрема і дуже велика стаття доходу для цілих країн і регіонів, багато з яких ще в 50-60 роках минулого століття зрозуміли, що люди готові подорожувати заради смаку. Один з провідних прикладів – це Франція з рестораном Поля Бокюза в Ліоні, міжнародним конкурсом кухарів, морем кулінарних шкіл і напрямків в гастрономічному мистецтві, а також у сфері гостинності. У всьому світі є легендарні ресторани, засновані на виробництві регіональних продуктів, які складають основу економічного надбання країни. Взагалі органічно правильне харчування – те, що називають 100-Mile Diet, тобто ми повинні їсти продукти, вироблені не далі за сто миль від нашого місцезнаходження. Зараз навіть з'явився модний термін «локаворський», що позначає як раз такі продукти. Ресторан повинен бути заснований на місцевому виробництві, і ми повинні їсти те, чим харчувалися наші пращури [5, с. 38].

Сьогодні гастрономічний туризм добре організований у таких країнах Європи, як Чехія, Угорщина, Шотландія, Франція, Італія, Іспанія, де існує розвинена мережа турів національних ресторацій. У світі є відомі гастрономічні напрями, серед яких можна назвати Іспанію, Францію, Італію, Грецію, Бельгію, Португалію, США (особливо Каліфорнія в долинах Напи та Сономи), Бразилію, Перу, Мексику, Нову Зеландію, Південну Африку, Австралію, Чилі, Малайзію, Японію, Індонезію, Балі, Китай або Сингапур. Разом із тим, європейських гастрономічних гігантів підпирають Індія, Таїланд, Південна Корея. Зростає попит на гастрономічний туризм у Латинську й Південну Америку, насамперед у Перу і Мексику. Невипадково саме в Лімі пройшов Другий глобальний форум Усесвітньої туристської організації ООН із гастрономічного туризму. Гастрономічний туризм дуже важливий для економіки, він створює інфраструктуру та нові робочі місця, дозволяє зберегти національні культурні традиції і навіть відродити відсталі райони. Не варто забувати і про те, що ЮНЕСКО визнає гастрономію частиною історичної та культурної спадщини людства. Обсяг світового ринку гастрономічного туризму оцінюється в 42 млрд дол. Із року в рік збільшується кількість країн, де прокладено гастрономічні туристичні маршрути [9, с. 50].

Туристичні дестинації дедалі більше усвідомлюють значення гастрономії для економічного розвитку на різних рівнях. У гастрономічному туризмі саме їжа виступає ключовим мотивом подорожі, водночас будучи елементом привабливості дестинації, культурним ідентифікатором, складовою брендингу та фактором формування цілісного туристичного досвіду і розвитку економіки регіону [4, с. 125]. Так, констатуємо пряму залежність від впливу локальної кухні на популярність туристичної дестинації, що схематично має наступний вигляд (рис. 1):

Рисунок 1 – Вплив локальної кухні на популярність туристичних дестинацій
Джерело: сформовано автором

**XIII Всеукраїнська науково-практична конференція «Розвиток основних напрямів соціогуманітарних наук: проблеми та перспективи»
(м. Кам'янське, 14 – 15 травня 2026)**

Схема ілюструє прямий вплив локальної кухні на зацікавленість туристів і популярність DESTИНАЦІЙ. Використання традиційних страв і місцевих продуктів сприяє формуванню унікального туристичного продукту, підтримує економіку регіону та зберігає культурну спадщину. Приклади такого впливу в різних країнах наведено у таблиці 1. Табл. 1 демонструє, як різні країни світу стали відомими туристичними напрямками завдяки своїй унікальній локальній кухні. Так, Італія, Франція, Іспанія популярні через високу кулінарну культуру, винні тури, гастрономічні фестивалі та традиційні рецепти. Японія та Таїланд приваблюють туристів насамперед вуличною кухнею, автентичними стравами та поєднанням традицій із сучасністю. Мексика та Туреччина цікаві завдяки різноманітності смаків, спецій, локальних ринків і колоритних гастрономічних заходів. Грузія відома винною культурою та традиційними стравами, що перетворилися на туристичні символи. Індія та Марокко популярні через ароматну, екзотичну кухню та багату культуру спецій.

Таблиця 1 – Популярні туристичні DESTИНАЦІЇ та їхня локальна кухня

Дестинація	Основні локальні страви	Причина популярності	Форми гастрономічної привабливості
Італія (Тоскана, Сицилія)	паста, піца, тирамісу, морепродукти, сири	поєднання смаків + автентичні традиції	винні тури, майстер-класи з пасти, фермерські господарства
Франція (Бургундія, Прованс)	равлики, круасани, сир, вина	статус високої кухні	винні шляхи, гастрономічні фестивалі, ресторани Michelin
Японія (Токіо, Кіото)	суші, рамен, темпура, матча	баланс традицій і сучасності	вулична кухня, ринки, чайні церемонії
Таїланд (Бангкок)	пад тай, том-ям, манго-стіккі-райс	яскрава вулична їжа, доступність	нічні фуд-маркети, кулінарні класи
Мексика (Оахака, Мехіко)	тако, моле, кесадільї	багатошарова культура смаку	фестивалі чилі та шоколаду, гастромакети
Туреччина (Стамбул, Газіантеп)	кебаб, баклава, мезе	східна автентичність + гостинність	ринки спецій, тури локальних майстерень
Грузія (Тбілісі, Кахетія)	хачапурі, хінкалі, вино	унікальна винна культура	винні підвали, тбіліські гастротури
Іспанія (Каталонія, Андалусія)	паелья, тапас, хамон	різноманітність регіональних кухонь	тапас-марафони, винні дороги
Індія (Делі, Гоа)	каррі, бір'яні, масала	тропічні спеції, колорит	вуличні гастрошоу, кулінарні майстер-класи
Марокко (Марракеш)	кус-кус, таджин, м'ятний чай	ароматична кухня, екзотика	базари спецій, показові готування
Україна, регіон Поділля (Вінниччина, Хмельниччина)	шпундра, крупник	подільський, галушки подільські, верещака	глибока прив'язаність до місцевих продуктів, унікальний смак, культурна ідентичність, спадковість кулінарних традицій
локальні гастротури, дегустації фермерських продуктів, фестивалі традиційної кухні, етноресторани, демонстраційні майстер-класи з подільських страв			

Джерело: сформовано автором

Аналіз досвіду різних країн показав, що успішні стратегії просування засновані на таких основних аспектах як поєднання традицій та інновацій, збереження автентичності місцевої кухні та одночасно адаптація її до сучасних смаків та трендів [2]. Використання локальних інгредієнтів у ресторанному та туристичному бізнесі має численні переваги, зокрема економічний розвиток, соціальну підтримку, екологічну стійкість і підвищення туристичної привабливості регіонів. Ці результати свідчать про необхідність інтеграції

***XIII Всеукраїнська науково-практична конференція «Розвиток основних напрямів соціогуманітарних наук: проблеми та перспективи»
(м. Кам'янське, 14 – 15 травня 2026)***

локальних продуктів у бізнес-моделі закладів гостинності як ключового елемента сталого розвитку [2]. Кожна дестинація має свою «візитівку» в локальній кухні, яка стає перевагою для її туристичної привабливості (табл. 2).

Таблиця 2 – Переваги інтеграції локальних інгредієнтів у розвиток ресторанного та туристичного бізнесу

Категорія Основні результати Пояснення результатів

Економічні

переваги

Збільшення доходів фермерів на 30–50% через стабільні замовлення.

Скорочення транспортних витрат на 20%. Розширення меню ресторанів завдяки сезонним локальним інгредієнтам Фінансова стабільність фермерів завдяки гарантованим замовленням.

Менші витрати на логістику підвищують рентабельність ресторанів.

Соціальні переваги

Створення нових робочих місць

у 85% випадків.

70% споживачів обирають заклади, які використовують місцеві продукти.

Збереження кулінарних традицій регіонів. Співпраця з місцевими виробниками створює робочі місця в сільських громадах та підвищує лояльність гостей до закладів, які підтримують локальну економіку.

Екологічні переваги Скорочення транспортних викидів CO₂ на 25%.

Зменшення харчових відходів на 15%.

Підвищення екологічної обізнаності серед туристів. Зменшення транспортних витрат знижує негативний вплив на довкілля.

Сезонні продукти зменшують

кількість харчових відходів,

сприяючи сталому розвитку.

Туристична привабливість 80% туристів позитивно оцінили використання локальних продуктів.

Формування унікального бренду регіонів через гастрономічні фестивалі. Локальні продукти створюють автентичний гастрономічний досвід, що приваблює туристів та сприяє формуванню унікального іміджу регіону.

Джерело: [2]

Однією з головних функцій гастрономічного туризму є сприяння регіональному економічному розвитку. Це стимулює розвиток місцевого бізнесу, особливо готелів, ресторанів, ферм і малого бізнесу, виробників продуктів харчування. У Франції, наприклад, існує давня традиція захоплення вином і сиром, а винні тури щорічно приваблюють мільйони туристів, сприяючи розвитку виноробних регіонів. В Італії гастрономічні тури по регіону Емілія-Романья славляться своїми кулінарними шедеврами. Ще однією важливою функцією гастрономічного туризму є збереження культурної та кулінарної спадщини. Туристи, які відвідують різноманітні місця з метою ознайомлення та вивчення місцевої кухні, сприяють не тільки популяризації національних страв, а й збереженню старовинних рецептів та техніки приготування. Це допомагає малим громадам зберегти свою унікальність у глобалізованому світі. Метою гастрономічних турів є насолода особливостями кухні тієї чи іншої країни. При цьому мета не зводиться лише до того, щоби спробувати якусь рідкісну, екзотичну страву або перепробувати незліченну кількість страв. Важливо насолодитися місцевою рецептурою, яка століттями вбирала в себе традиції і звичаї місцевих жителів, їхню культуру приготування їжі [6, с.

16].

Туристичний світ є надзвичайно відкритим, водночас туристи шукають досвіду, що базується на локальній унікальності та ідентичності. Гастрономічний туризм є допоміжним інструментом у пізнанні культурної спадщини країн та регіонів світу, оскільки страви національної кухні є одними з елементів, що відображають спосіб життя, світогляд, традиції. Відвідування ресторанів, у яких дотримуються традицій локальної/національної кухні можуть супроводжуватися екскурсіями на підприємства, які виготовляють крафтові продукти, броварні, сироварні, копильні. У кулінарному туризмі розрізняють його різні типи за видами конкретного продукту або напою, які сформувалися за побажаннями туристів (рис. 2) [6, с. 18].

Рисунок 2 – Класифікація гастрономічного туризму за продуктом походження
Джерело: [6, с. 18]

Турист під час гастрономічних турів може здійснити такі дії:

- відвідати ресторани національної кухні;
- взяти участь у кулінарних фестивалях;
- ознайомитися з історією та рецептурою національної кухні відповідно до сезонів;
- взяти участь у приготуванні національних страв [4, с. 124].

Для просування гастрономічної спадщини конкретних країн у закладах ресторанного господарства можна використовувати локальні продукти для створення нових гастрономічних вражень, зокрема:

- сезонні дегустаційні меню;
- тематичні вечори;
- страви з незвичайних інгредієнтів;
- інтерактивні кулінарні заходи;
- співпраця з місцевими виробниками [7, с. 85].

Гастрономічний туризм є перспективним напрямом розвитку туристичної індустрії, який поєднує в собі культурний, економічний та соціальний аспекти. Розвиток гастрономічного туризму залежить від комплексу взаємопов'язаних факторів, серед яких можна виділити культурні, соціальні, економічні, інфраструктурні та політичні. Унікальність місцевої кухні є одним з ключових факторів, що приваблюють туристів. Цільова аудиторія гастрономічного туризму є різноманітною і включає в себе як гурманів, так і туристів, зацікавлених у пізнанні культури та історії [1, с. 127]. Проте, для розвитку даного виду туризму важливим є збереження автентичності місцевої кухні та одночасного її адаптування до потреб сучасних туристів. Необхідно розвивати туристичну інфраструктуру з урахуванням потреб гостротуристів, проводити активну маркетингову кампанію та залучати місцеве населення до розвитку гастрономічного туризму.

Висновки. Гастрономічний туризм є важливим напрямом розвитку туристичної індустрії, а локальна кухня виступає важливим чинником формування туристичної привабливості DESTINATION. Доведено, що інтеграція локальної кухні у туристичну діяльність забезпечує не лише зростання туристичних потоків, але й позитивно впливає на соціально-економічний розвиток регіонів. Зокрема, це проявляється у стимулюванні малого та середнього бізнесу, розвитку фермерських господарств, створенні нових робочих місць, а також збереженні культурної та кулінарної спадщини. Водночас локальна кухня виступає важливим елементом формування туристичного бренду території та підвищення її конкурентоспроможності. Перспективи подальших досліджень полягають у розробці ефективних механізмів використання локальної кухні у туристичних продуктах, удосконаленні стратегій просування DESTINATION та дослідженні впливу сучасних технологій на розвиток гастрономічного туризму. Перспективи подальших досліджень

**ХІІІ Всеукраїнська науково-практична конференція «Розвиток основних напрямів соціогуманітарних наук: проблеми та перспективи»
(м. Кам'янське, 14 – 15 травня 2026)**

полягають у більш детальному вивченні механізмів інтеграції локальної кухні у туристичні продукти, розробці ефективних моделей просування гастрономічних дестинацій, а також у дослідженні впливу цифрових технологій на розвиток гастрономічного туризму.

Список використаних джерел:

1. Антонюк К.Г. Передумови та фактори розвитку гастрономічного туризму. Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор». 2024. Вип. 3 (76). С. 124-128.
2. Дишкантюк О., Осипова Л., Жмудь А. Кулінарна етнологія в контексті сталого розвитку індустрії гостинності. Економіка та суспільство. 2024. Вип. 70. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5346> (дата звернення: 04.05.2026)
3. Коркуна О. І., Никига О. В., Підвальна О. Г. Гастрономічний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територіальних громад. Економічний простір. № 155, 2020. С. 40–43.
4. Крикунова В. М., Морозова О. С., Морозов О. В. Сутність та напрями розвитку кулінарного туризму в Україні та країнах світу. Науковий вісник Ужгородського національного університету: серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2020. Вип. 34. С. 122–127. URL http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/34_2020ua/22.pdf (дата звернення: 04.05.2026)
5. Нестерчук І.К. Оцінка та основні етапи формування туристично-рекреаційного та гастрономічного потенціалів регіону в контексті розвитку гастрономічного туризму. Географія та туризм. 2019. Вип. 52. С. 33–44.
6. Омельницька В. Сутність та класифікація видів гастрономічного туризму. Приазовський економічний вісник. 2018. № 1 (6). С. 15–20.
7. Постова В.В. Локальна кухня: сучасний тренд у ресторанному бізнесі. Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика : зб. тез доп. IV Всеукр. наук.-практ. конф. мол. учених з міжнародною участю (30 травня 2024 року, м. Львів). Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2024. С. 84-86.
8. Соловей К.А., Новічкова Т.П. Розвиток ресторанного бізнесу через популяризацію локальної кухні. Інтеграційні та інноваційні напрями розвитку індустрії гостинності: зб. тез доп. XII Всеукр. конф. студентів, аспірантів і молодих учених (17-18 трав. 2023., м. Одеса). Одеса: ОНТУ, 2023. С. 108–110.
9. Уліганець С., Батиченко С., Мельник Л., Сологуб Ю. Особливості розвитку гастрономічного туризму: зарубіжний досвід. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2021. № 1/2 (78/79). С. 48–52.

КАЛІСТРАТОВ МИХАЙЛО ВЛАДИСЛАВОВИЧ

студент гр.АТ-23-1д Дніпровський державний технічний університет

ДЕСНА ДМИТРО аспірант ЕТЕМ ДДТУ

Науковий керівник ЯКУНІНА АЛЛА ОЛЕКСАНДРІВНА

кандидат історичних наук, доцент

м.Кам'янське, Україна

**ФОРМУВАННЯ ТА ВИЯВИ СУЧАСНОЇ МОЛОДІЖНОЇ СУБКУЛЬТУРИ В
УКРАЇНІ**