

Міністерство освіти і науки України
Державний торговельно-економічний університет
Вінницький торговельно-економічний інститут
Університет Яна Кохановського (м. Кельце, Польща)
Варшавський університет природничих наук (м. Варшава, Польща)
Folkuniversitetet (м. Уппсала, Швеція)
Технологічний парк (м. Кельце, Польща)
Технологічний університет (м. Кельце, Польща)
Гуманітарно-економічна академія (м. Лодзь, Польща)
Яський університет ім. А. Й. Кузи (м. Яси, Румунія)



СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ, ЕКОНОМІЧНІ ТА ГУМАНІТАРНІ ВИМІРИ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ

**ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ
XIV Міжнародної науково-практичної конференції**

14-15 травня 2026 року

Частина II

**Вінниця-Острог
2026**

Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України: зб. наук. пр. XIV Міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця-Острог, 14-15 травня 2026 р. Вінниця, 2025. Ч. 2. 726 с.

У збірнику наукових праць Міжнародної науково-практичної конференції висвітлено результати досліджень, присвячених актуальним проблемам соціально-економічного розвитку, управління, державотворення, науки та освіти в умовах глобалізаційних і євроінтеграційних процесів. Розглядаються питання інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств, регулювання соціальних процесів, сучасної парадигми менеджменту та публічно-владної діяльності. Значну увагу приділено проблемам обліково-аналітичного, контрольного та інформаційного забезпечення управління, а також фінансовим механізмам соціально-економічного розвитку держави. Представлено дослідження інноваційних моделей та інформаційних технологій у науці, освіті й економіці, теоретичних і практичних аспектів підприємництва, торгівлі, маркетингово-комунікаційних і логістичних технологій. Висвітлено сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності та харчової промисловості, історичні, філософські, соціально-психологічні та правові аспекти державотворення, питання студентського спорту, фізичного виховання, філології, перекладознавства та мовної освіти.

Розраховано на науковців, спеціалістів, викладачів, аспірантів, здобувачів вищої освіти.

Редакційна колегія:

Голова редакційної колегії – **Мартінова Л. Б.**, д-р екон. наук, професор

Відповідальний секретар – **Юрчик І.Б.**, канд. екон. наук, доцент

Члени редакційної колегії:

Бондар А. А., канд. наук з фіз. виховання і спорту, доцент, **Гнидюк І. В.**, канд. екон. наук, доцент, **Даценко Г. В.**, д-р екон. наук, професор, **Денисюк О. М.**, д-р екон. наук, професор, **Іваницька Н. Б.**, д-р філол. наук, професор, **Махначова Н. М.**, канд. екон. наук, доцент, **Тернова А. С.**, канд. техн. наук, доцент, **Хачатрян В. В.**, д-р екон. наук, професор, **Хом'яченко С. І.**, канд. юрид. наук, доцент, **Чорна Н. М.**, д-р іст. наук, професор

Наукові роботи друкуються в авторській редакції.

ISBN 978-966-918-177-0

Шарко В. В., доктор економічних наук, професор Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ Гавенко М. С., доктор філософії Вінницький кооперативний інститут ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ: ВІД ОМНІКАНАЛЬНОСТІ ДО КРОС-ГАЛУЗЕВИХ ПЛАТФОРМНИХ ЕКОСИСТЕМ.....	363
---	------------

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВО-КОМУНІКАЦІЙНИХ І ЛОГІСТИЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Андрусенко Н. В., кандидат економічних наук, доцент Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ АДАПТАЦІЯ МІЖНАРОДНОЇ ЛОГІСТИКИ УКРАЇНИ ДО ВОЄННИХ ВИКЛИКІВ ТА ІНТЕГРАЦІЇ ДО ЄДИНОГО РИНКУ ЄС.....	374
---	------------

Громова О. Є., доктор економічних наук, професор Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ФОРМУВАННІ БРЕНДУ ПІДПРИЄМСТВА.....	387
--	------------

Денисюк О. М., доктор економічних наук, професор Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ МАРКЕТИНГ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ УКРАЇНСЬКИХ УНІВЕРСИТЕТІВ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ.....	401
--	------------

Петрова В. О. Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ ІНТЕГРАЦІЯ АВТЕНТИЧНОСТІ ТА ЄВРОПЕЙСЬКИХ СТАНДАРТІВ У СТРАТЕГІЯХ ПРОСУВАННЯ ЛОКАЛЬНИХ БРЕНДІВ.....	408
---	------------

Середницька Л. П. Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ ІНТЕГРАЦІЮ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ТОРГОВЕЛЬНУ ЛОГІСТИКУ...	413
--	------------

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ТА ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ І ПРИКЛАДНИЙ АСПЕКТИ

Антонюк К. Г., доктор філософії зі спеціальності «Економіка», доцент Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ ТРЕВЕЛ-БЛОГІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ДЕСТИНАЦІЙ.....	423
---	------------

Божок О. С., кандидат технічних наук Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ АКТУАЛЬНІСТЬ ТЕХНОЛОГІЇ ОБРОБКИ ВИСОКИМ ТИСКОМ (НРР) ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ.....	431
Іваніщева О. А. Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ЦУКРОВИХ ВАФЕЛЬ.....	438
Кізюн А. Г., кандидат географічних наук, доцент Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ ТУРИСТІВ У МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ.....	445
Лук'янець А. В. Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ БЕЗПЕКА ЯК СКЛАДОВА АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ.....	453
Мазуркевич І. О., кандидат економічних наук, доцент Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ ОСОБЛИВОСТІ ПРОСУВАННЯ ПОСЛУГ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	460
Онищук Н. В., кандидат економічних наук, доцент Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ ВПРОВАДЖЕННЯ АВТОМАТИЗОВАНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ В ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	468
Пахомська О. В. Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ ФОРМУВАННЯ ГАСТРОНОМІЧНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ КРАЇНИ ЧЕРЕЗ ПОПУЛЯРИЗАЦІЮ ЛОКАЛЬНИХ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ.....	473
Постова В. В., кандидат економічних наук, доцент Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ КРЕАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ СЕРВІСУ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ЛОКАЛЬНОЇ КУХНІ.....	479
Рябенська М. О., кандидат економічних наук, доцент Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ ЛОКАЛЬНА ГАСТРОНОМІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ РЕГІОНУ.....	491
Семко Т. В., кандидат технічних наук, доцент Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ ЛОКАЛЬНА СИРОВИНА ЯК ОСНОВА ПРИГОТУВАННЯ НОВИХ ГАСТРОНОМІЧНИХ СПЕЦІАЛІТЕТІВ.....	499
Фіалковська Л. В., кандидат технічних наук, доцент Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ ТЕХНОЛОГІЯ ВИРОБНИЦТВА ВІТАМІНІЗОВАНОГО МОЛОКА.....	510

3. Посто́ва В. В., Рябе́нька М. О. Глокалізаційні тренди та принципи формування локального ресторанного меню. *Bulletin of the Academy of Labor, Social Relations and Tourism. Series: Economics, Psychology and Management*. 2025. Вип. 5. URL: <https://doi.org/10.54929/3041-2390-2025-05-01-14> (дата звернення: 03.05.2026).
4. Рутинський М. Креативні тренди гастрономічної моди: кейс поширення популярності трикутної слайс-піци в Україні. *Innovations and Technologies in the Service Sphere and Food Industry*. 2025. № 2 (16). С. 122-127.
5. Стойко І., Шерстюк Р. Сучасні тренди і перспективи у ресторанній індустрії. *Електронне наукове фахове видання «Соціально-економічні проблеми і держава»*. 2023. Вип. 1 (28). С. 66-78.
6. Чорна Н. Локальна кухня в діяльності ресторанів: тенденції використання. *Промисловість та крафт для HoReCa в туризмі: досвід, проблеми, інновації*. 2025. С. 217.
7. Чорна Н. М. Локальна кухня як гастрономічний бренд туристичних дестинацій. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2025. Вип. 12. С. 68-75.

УДК 658:640.43:332.1(045)

Рябе́нька М. О., кандидат економічних наук, доцент

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3024-137X>

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ЛОКАЛЬНА ГАСТРОНОМІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ РЕГІОНУ

У статті досліджено роль локальної гастрономії як важливого інструменту розвитку ресторанного бізнесу регіону в умовах зростання конкуренції та трансформації споживчих уподобань. Визначено, що використання локальних продуктів, автентичних рецептів і регіональних кулінарних традицій сприяє

формуванню унікальної концепції закладів ресторанного господарства, підвищенню їх конкурентоспроможності та туристичної привабливості територій. Проаналізовано вплив локальної гастрономії на розвиток гастрономічного туризму, підтримку місцевих виробників та формування позитивного іміджу регіону. Визначено перспективні напрями розвитку ресторанного бізнесу на основі використання локальної гастрономічної ідентичності.

Ключові слова: *локальна гастрономія, ресторанний бізнес, регіональний розвиток, заклади ресторанного бізнесу, локальні продукти, гастрономічна ідентичність, автентична кухня; регіональний бренд*

Постановка проблеми. Сучасний ресторанний бізнес України розвивається в умовах глибоких соціально-економічних трансформацій, зумовлених як глобалізаційними процесами, так і внутрішніми викликами, зокрема воєнним станом, порушенням логістичних ланцюгів та зростанням вартості імпортової продукції. Це знижує ефективність традиційних моделей забезпечення ресторанної діяльності та актуалізує пошук нових підходів до організації постачання і формування конкурентних стратегій.

Відмінною рисою локальної кухні є те, що вона відображає специфіку конкретного регіону, враховуючи його кліматичні умови, ресурси та культурну спадщину. Популярність локальної кухні ґрунтується на глибинному прагненні людей відчувати зв'язок із місцем, де вони проживають чи перебувають у конкретний момент, та насолоджуватися автентичними смаками регіону [6].

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю пошуку сучасних підходів до підвищення конкурентоспроможності закладів ресторанного бізнесу в умовах динамічного розвитку ринку послуг та зростання вимог споживачів до якості та автентичності гастрономічного продукту. Використання регіональних кулінарних традицій у діяльності підприємств ресторанного бізнесу сприяє створенню унікального гастрономічного продукту, що дозволяє закладам виділятися на ринку та формувати стійкі конкурентні переваги. У зв'язку з цим дослідження ролі локальної гастрономії у розвитку ресторанного бізнесу регіону є актуальним і має практичне значення для сфери гостинності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У наукових працях М. Tregear та А. Ilbery локальні харчові продукти трактуються як важливий компонент територіальної ідентичності та ефективний інструмент формування регіонального бренду. Дослідники обґрунтовують, що географічне походження продукції створює додану цінність, яка здатна трансформуватися у конкурентні переваги підприємств сфери HoReCa на ринку. Окремий науковий напрям представлений дослідженнями у сфері поведінкової економіки споживання. Зокрема, Philip Kotler та Kevin Lane Keller зазначають, що сучасні споживачі під час вибору продукції дедалі більше враховують не лише її цінові та якісні характеристики, а й етичні, екологічні та соціальні аспекти виробництва та споживання [5]. О. Плюта розглядає національну кухню як важливу складову культурної традиції, тоді як Н. Чорна інтерпретує її як елемент гастрономічного бренду туристичних дестинацій [4]. Узагальнення зазначених наукових підходів підтверджує значущість використання локальних продуктів, сезонності та автентичності у діяльності сучасних закладів ресторанного господарства, а також підкреслює необхідність подальших досліджень у напрямі формування локального меню та налагодження ефективної співпраці з постачальниками.

Метою статті є дослідження впливу локальної гастрономії на розвиток ресторанного бізнесу регіону, визначення її ролі у формуванні конкурентних переваг закладів ресторанного господарства та обґрунтування перспектив використання гастрономічної ідентичності як інструменту підвищення туристичної привабливості та економічного розвитку регіону.

Виклад основного матеріалу. У сучасних умовах розвитку сфери гостинності локальна гастрономія набуває особливого значення як один із ключових чинників формування конкурентоспроможності закладів ресторанного бізнесу. Зростання інтересу споживачів до автентичних кулінарних традицій, натуральних продуктів та унікального гастрономічного досвіду сприяє активному впровадженню елементів локальної кухні у діяльність ресторанних підприємств. Водночас локальна гастрономія виступає важливим інструментом соціально-економічного розвитку регіонів, оскільки забезпечує підтримку місцевих виробників, популяризацію культурної спадщини та стимулювання туристичних потоків [1].

Локальна гастрономія охоплює сукупність кулінарних традицій, способів приготування страв, використання місцевої сировини та продуктів, які сформувалися під впливом історичних, природно-кліматичних і культурних особливостей певного регіону. Гастрономічна автентичність дозволяє створювати унікальний образ території та формувати її позитивний імідж серед туристів і споживачів. Для ресторанного бізнесу використання локальної гастрономії є можливістю не лише урізноманітнити меню, а й сформувати власну концепцію закладу, орієнтовану на регіональну ідентичність [4].

Одним із головних напрямів використання локальної гастрономії у ресторанному бізнесі є впровадження страв регіональної кухні до основного меню закладів. Такий підхід дозволяє ресторанам пропонувати гостям автентичний гастрономічний продукт, який відображає традиції та культурні особливості певної місцевості. Крім того, використання локальних продуктів сприяє підвищенню якості страв, оскільки місцева сировина часто характеризується свіжістю, натуральністю та екологічністю. Це особливо важливо в умовах сучасних тенденцій здорового харчування та відповідального споживання [3].

Важливим аспектом розвитку локальної гастрономії є співпраця закладів ресторанного господарства з місцевими виробниками та фермерськими господарствами. Така взаємодія забезпечує стабільне постачання якісної продукції, підтримує розвиток малого підприємництва та позитивно впливає на економіку регіону. Водночас ресторани отримують можливість формувати унікальні гастрономічні пропозиції, які важко відтворити конкурентам. Використання локальних інгредієнтів також дозволяє скорочувати логістичні витрати та підтримувати концепцію сталого розвитку.

Для України розвиток локальної гастрономії має особливе значення, оскільки кожен регіон країни характеризується власними кулінарними традиціями та гастрономічними особливостями. Використання локальних рецептів і продуктів у діяльності ресторанних підприємств сприяє збереженню національної культурної спадщини та популяризації української кухні як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку. Водночас це створює додаткові можливості для розвитку малого та середнього бізнесу, підвищення зайнятості населення та активізації економічної діяльності у регіонах [2].

Локальна гастрономія відіграє важливу роль у розвитку регіональної економіки та сфери гостинності, оскільки поєднує культурні традиції, туристичну привабливість і підтримку місцевого виробництва. Її вплив проявляється у кількох ключових напрямках (табл. 1).

Таблиця 1 – Вплив локальної гастрономії на розвиток гастрономічного туризму, підтримку місцевих виробників та формування позитивного іміджу регіону

Напрямок впливу	Основні прояви	Вплив на розвиток регіону
Розвиток гастрономічного туризму	Популяризація автентичних страв, проведення гастрономічних фестивалів, дегустацій, кулінарних майстер-класів	Зростання туристичних потоків, підвищення привабливості регіону, збільшення доходів туристичної сфери
Підтримка місцевих виробників	Використання локальної сировини та продукції фермерських господарств у закладах ресторанного господарства	Розвиток малого та середнього бізнесу, створення нових робочих місць, стимулювання місцевої економіки
Формування позитивного іміджу регіону	Створення гастрономічного бренду території, популяризація регіональних кулінарних традицій	Підвищення впізнаваності регіону, зміцнення культурної ідентичності, формування позитивної репутації
Збереження культурної спадщини	Відтворення традиційних рецептів та кулінарних технологій	Збереження національних традицій і культурних цінностей, передача гастрономічної спадщини наступним поколінням
Підвищення конкурентоспроможності ресторанного бізнесу	Формування унікальної концепції закладів на основі локальної кухні	Залучення нових клієнтів, підвищення лояльності споживачів, посилення ринкових позицій
Розвиток сталого споживання	Використання екологічно чистих і сезонних продуктів місцевого виробництва	Скорочення логістичних витрат, підтримка екологічної відповідальності та принципів сталого розвитку

Перспективи розвитку ресторанного бізнесу на основі використання локальної гастрономічної ідентичності пов'язані насамперед із впровадженням автентичних регіональних страв, активним використанням локальної сировини та формуванням унікальних концепцій закладів ресторанного господарства. Перспективним є розвиток партнерських відносин між ресторанами, місцевими виробниками, туристичними організаціями та територіальними громадами, що сприятиме комплексному соціально-економічному розвитку регіону. Крім того,

інтеграція елементів локальної культури в атмосферу закладів, використання екологічно чистих сезонних продуктів та підвищення професійної підготовки персоналу забезпечуватимуть підвищення якості обслуговування, формування позитивного іміджу регіону та зміцнення конкурентних позицій ресторанного бізнесу на ринку (табл. 2).

Таблиця 2 – Перспективні напрями розвитку ресторанного бізнесу на основі використання локальної гастрономічної ідентичності

Перспективний напрям розвитку	Характеристика напрямку	Очікуваний результат для ресторанного бізнесу
Впровадження автентичних регіональних страв	Розширення меню за рахунок традиційних страв і локальних рецептів регіону	Формування унікальної концепції закладу та підвищення конкурентоспроможності
Використання локальних продуктів	Співпраця з місцевими фермерами та виробниками сировини	Підвищення якості продукції, підтримка локальної економіки та зміцнення довіри споживачів
Розвиток гастрономічного туризму	Організація гастрономічних турів, дегустацій, фестивалів та тематичних заходів	Залучення туристів, збільшення потоку відвідувачів і доходів закладу
Створення регіонального гастрономічного бренду	Популяризація локальної кухні через маркетингові комунікації та бренд-стратегії	Формування позитивного іміджу регіону та впізнаваності закладу
Цифровізація гастрономічних послуг	Використання соціальних мереж, онлайн-платформ, QR-меню та цифрового маркетингу	Розширення аудиторії споживачів і підвищення рівня сервісу
Проведення гастрономічних подій	Організація кулінарних майстер-класів, ярмарків і тематичних вечорів	Підвищення лояльності клієнтів та популяризація локальної культури
Розвиток концепції сталого споживання	Використання сезонних та екологічно чистих продуктів місцевого виробництва	Зменшення логістичних витрат і підтримка принципів сталого розвитку
Інтеграція локальної культури в концепцію закладу	Використання елементів регіонального дизайну, музики та традиційного обслуговування	Створення автентичної атмосфери та посилення емоційного досвіду гостей
Підвищення професійної підготовки персоналу	Навчання працівників особливостям локальної кухні та гастрономічної культури	Покращення якості обслуговування та професійного рівня персоналу
Розвиток партнерства між ресторанами та громадами	Співпраця з туристичними організаціями, культурними установами та локальними громадами	Комплексний розвиток регіону та посилення туристичної привабливості

Використання ресторанами локальних продуктів і сировини стимулює розвиток фермерських господарств, малого та середнього підприємництва, а також сприяє формуванню стабільних партнерських зв'язків між виробниками

та закладами ресторанного господарства. Така співпраця забезпечує реалізацію місцевої продукції, створення нових робочих місць та активізацію економічних процесів у регіоні. Крім того, локальні продукти часто характеризуються високою якістю, свіжістю та екологічністю, що позитивно впливає на споживчу цінність гастрономічного продукту.

Кулінарні традиції виступають складовою культурної ідентичності території та сприяють створенню впізнаваного гастрономічного бренду. Регіони, які активно популяризують власну кухню, отримують можливість формувати позитивну репутацію як серед туристів, так і серед потенційних інвесторів. Водночас гастрономічна унікальність стає елементом конкурентних переваг території та сприяє її культурній популяризації на національному й міжнародному рівнях.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, локальна гастрономія є не лише елементом кулінарної культури, а й ефективним інструментом соціально-економічного розвитку регіону. Вона сприяє розвитку туризму, підтримці місцевих виробників, зміцненню культурної спадщини та формуванню позитивного іміджу території, що у сукупності забезпечує підвищення конкурентоспроможності регіону та його сталий розвиток.

Незважаючи на значний потенціал локальної гастрономії, існують певні проблеми її розвитку у сфері ресторанного бізнесу. Серед основних можна виділити недостатній рівень популяризації регіональних гастрономічних брендів, обмежену співпрацю між ресторанами та місцевими виробниками, а також недостатню підтримку гастрономічних ініціатив на регіональному рівні. Крім того, окремі заклади ресторанного господарства недостатньо використовують можливості сучасного маркетингу для просування локального гастрономічного продукту.

З метою підвищення ефективності використання локальної гастрономії у розвитку ресторанного бізнесу доцільно активізувати співпрацю між органами місцевого самоврядування, представниками ресторанної сфери та локальними виробниками. Важливим є створення регіональних гастрономічних брендів,

розвиток гастрономічних маршрутів, проведення тематичних фестивалів та впровадження маркетингових стратегій, спрямованих на популяризацію автентичної кухні. Також перспективним напрямом є цифровізація гастрономічних послуг, використання соціальних мереж і онлайн-платформ для просування локальних гастрономічних продуктів.

Отже, локальна гастрономія є важливим інструментом розвитку ресторанного бізнесу регіону, що сприяє формуванню конкурентних переваг закладів ресторанного господарства, підтримці місцевих виробників, розвитку гастрономічного туризму та збереженню культурної спадщини. Ефективне використання гастрономічної ідентичності дозволяє не лише підвищити економічні показники діяльності ресторанних підприємств, а й забезпечити сталий розвиток регіону в цілому.

Список використаних джерел:

1. Локальні продукти і культурна спадщина: чому місцеві інгредієнти стають дедалі затребуванішими у ресторанах. URL: <https://lnk.ua/8N2Iia6Xh> (дата звернення 26.04.2026).

2. Локальні продукти: переваги для ресторанного бізнесу. URL: <https://lnk.ua/cOxEiUlaR> (дата звернення 30.04.2026).

3. Петриченко Ю., Лебеденко Т. Оздоровче харчування та локальні продукти як стратегія розвитку ресторану. *Промисловість та крафт для HoReCa в туризмі: досвід, проблеми, інновації: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 23 травня 2023 р. Київ, 2023. С.23-25.*

4. Постова В.В., Рябенька М.О. Глокалізаційні тренди та принципи формування локального ресторанного меню. *Bulletin of the Academy of Labor, Social Relations and Tourism. Series: Economics, Psychology and Management*, Вип.

5. 2025. URL: <https://www.alsrt.com.ua/index.php/economics/article/view/2025-05-01-14> (дата звернення 01.05.2026).

5. Сергєєва О., Кузьменко О., Орлова В. Використання локальних продуктів як інструмент сталого розвитку та конкурентної диференціації ресторанних закладів. *Економіка та суспільство*. 2026. №85. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-85-114> (дата звернення: 30.04.2026).

6. Чорна Н.М. Локальна кухня як гастрономічний бренд туристичних дестинацій. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. 2025. №12. С. 68-75. URL: <https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-12-10> (дата звернення 01.05.2026).

УДК 664:641.5(477.44)

Семко Т. В., кандидат технічних наук, доцент

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-1951-5384>

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ЛОКАЛЬНА СИРОВИНА ЯК ОСНОВА ПРИГОТУВАННЯ НОВИХ ГАСТРОНОМІЧНИХ СПЕЦІАЛІТЕТІВ

У статті розглянуто роль локальної сировини у формуванні сучасних гастрономічних спеціалітетів. Обґрунтовано доцільність використання регіональних ресурсів як фактору підвищення якості продукції, її харчової цінності та конкурентоспроможності. Наведено приклади використання локальної сировини у технологіях харчових продуктів та окреслено перспективи розвитку гастрономічних інновацій на основі регіональних ресурсів.

Ключові слова: *локальна сировина, гастрономічні спеціалітети, харчові технології, регіональні продукти, інновації*

Постановка проблеми. У сучасних умовах розвитку ресторанного господарства та індустрії гостинності особливої актуальності набуває питання використання локальної сировини при створенні нових гастрономічних спеціалітетів. Зростання інтересу споживачів до автентичних страв, регіональної кухні, екологічно безпечної продукції та гастрономічної ідентичності територій формує нові вимоги до закладів ресторанного господарства. Сьогодні локальна сировина розглядається не лише як компонент рецептури, а і як важливий елемент формування конкурентоспроможності закладів HoReCa, розвитку гастрономічного туризму та популяризації культурної спадщини регіонів України [7].