

Боратинський Олег Володимирович

Львівський державний університет фізичної культури імені Івана
Боберського, Львів, Україна, e-mail: grb@ldufk.edu.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0050-7077>

Паска Марія Зіновіївна,
доктор ветеринарних наук, професор

Львівський державний університет фізичної культури імені Івана
Боберського, Львів, Україна, e-mail: maria_pas@ukr.net
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9208-1092>

АВТЕНТИЧНА КУХНЯ В СТРУКТУРІ ЕТНІЧНОГО ТУРИЗМУ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ТА РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ

Актуальність дослідження визначається зростаючою популярністю етнічного туризму, особливо гастрономічного, в умовах глобалізації, коли туристи шукають автентичний культурний досвід, що включає в себе не тільки традиції та ремесла, а й гастрономічні практики. Автентична кухня, як частина культурної спадщини, є важливим елементом туристичного продукту, що може сприяти розвитку регіональних брендів і підвищенню конкурентоспроможності на міжнародному ринку туризму. Однак, методологічні підходи до систематизації гастрономічних ресурсів та врахування регіональних особливостей автентичної кухні є недостатньо розробленими, що вимагає комплексного дослідження цього феномена.

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування поняття «автентична кухня» в контексті етнічного туризму, розробка класифікаційних підходів до систематизації гастрономічних ресурсів та визначення регіональних особливостей реалізації автентичної кухні як стратегічного інструменту розвитку туристичної інфраструктури.

Методи дослідження. Для досягнення мети дослідження було застосовано комплекс методів, серед яких: аналіз наукових публікацій — для оцінки сучасного стану та розвитку теоретичних підходів до гастрономічного туризму і автентичної кухні; класифікаційний аналіз — для визначення основних типів автентичної кухні за рівнем автентичності, соціокультурним контекстом та регіональними особливостями; емпіричні дослідження — аналіз практик гастрономічного туризму на прикладі окремих регіонів для виявлення специфічних аспектів використання автентичної кухні в туристичних продуктах. Окрім того, було використано метод кейс-стаді — дослідження успішних прикладів гастрономічних турів та фестивалів для вивчення впливу автентичної кухні на розвиток регіональних туристичних брендів.

Отримані результати полягають у розробці класифікації автентичної кухні за кількома ознаками: рівень автентичності, регіональна приналежність, соціокультурний контекст і спосіб презентації. Це дозволяє більш системно підходити до організації гастрономічних турів та фестивалів. Визначено, що автентична кухня виконує важливі культурні, соціальні та економічні функції, сприяючи розвитку регіональної ідентичності та популяризації місцевих традицій серед туристів. Виокремлено регіональні особливості використання гастрономічної автентики у структурі етнічного туризму, зокрема в Україні, що дозволяє врахувати специфіку кожного регіону при плануванні туристичних маршрутів та організації гастрономічних подій. Розкрито взаємозв'язок між автентичною кухнею та туристичними брендами регіонів, що підвищує конкурентоспроможність територій на міжнародному ринку туризму.

Наукова новизна дослідження полягає в інтеграції теоретичних та методологічних аспектів гастрономічного туризму, розробці нових класифікаційних моделей автентичної кухні, які враховують різні рівні автентичності та соціокультурні контексти. Крім того, вперше в Україні розглянуто комплексний підхід до оцінки регіональних особливостей використання автентичної кухні як інструменту розвитку туристичних продуктів і брендів.

Практична значущість дослідження полягає в можливості використання отриманих результатів для розробки туристичних стратегій та маршрутів, орієнтованих на гастрономічний туризм, з урахуванням автентичних кулінарних традицій. Отримані результати можна буде використати для удосконалення методів класифікації гастрономічних ресурсів, що дозволяє створювати конкурентоспроможні туристичні бренди.

Ключові слова: етнічний туризм, автентична кухня, гастрономічний туризм, регіональні особливості, туристичний продукт, культурна автентичність.

Boratynskiy Oleg

Ivan Boberskyi Lviv State University of Physical Culture, Lviv, Ukraine, e-mail:
grb@ldufk.edu.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0050-7077>

Paska Maria

Doctor of Veterinary Sciences, Professor

Ivan Boberskyi Lviv State University of Physical Culture, Lviv, Ukraine, e-mail:
maria_pas@ukr.net, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9208-1092>

AUTHENTIC CUISINE IN THE STRUCTURE OF ETHNIC TOURISM: THEORETICAL AND METHODOLOGICAL APPROACHES AND REGIONAL FEATURES

The relevance of the study is determined by the growing importance of cultural authenticity as a key factor in the development of modern tourism. In the context of globalization and increasing uniformity of travel experiences,

authentic cuisine serves as one of the most accessible and expressive forms of cultural heritage, capable of conveying traditions, values, and identity of ethnic communities. The study of authentic cuisine within ethnic tourism is especially significant for regions seeking to differentiate themselves on the global tourism market and to enhance their competitiveness through unique cultural resources. Moreover, the integration of traditional food practices into tourism products contributes not only to the preservation of intangible cultural heritage but also to the sustainable development of local economies and communities. Thus, the analysis of theoretical foundations, methodological approaches, and regional specificities of authentic cuisine is timely and essential for both academic research and practical applications in the tourism industry.

The goal of the study is to theoretically justify the concept of “authentic cuisine” in ethnic tourism, develop methodological approaches to classifying gastronomic resources, and identifies regional features of using cuisine as a tool for tourism development and branding. In the context of globalization and growing demand for authenticity, it explores how culinary heritage can be integrated into competitive tourism products for domestic and international markets.

Method. The study applied a multidisciplinary methodology that combined theoretical analysis with empirical research. It included a review of academic literature on gastronomic and ethnic tourism, a classification of authentic cuisine by authenticity level, sociocultural context, and regional specificity, as well as case studies of Ukrainian regions and international examples. This approach enabled a comprehensive understanding of how authentic cuisine functions in tourism and supports regional development.

Results. The study clarified the concept of authentic cuisine as a set of traditional practices, recipes, and symbolic meanings that transmit cultural identity and memory, while also proposing a classification based on authenticity, regional affiliation, sociocultural context, and mode of presentation. Authentic cuisine was shown to preserve heritage, strengthen social cohesion, and support economic development, particularly in tourism, where it enriches emotional and symbolic experiences. Empirical analysis highlighted regional culinary distinctiveness in Ukraine and beyond, demonstrating its potential for creating diverse tourism routes and gastronomic events.

Scientific Novelty of this research lies in its integrative approach, which combines theory, methodology, and empirical analysis to study authentic cuisine in ethnic tourism. Unlike previous works, it develops a multidimensional classification model that considers authenticity levels, sociocultural contexts, and modes of presentation. The study also systematically explores regional culinary specificities of Ukraine, framing cuisine as both cultural practice and strategic tool for branding and tourism development. Additionally, it introduces a case-based approach to assess the impact of gastronomy on tourism infrastructure and competitiveness.

Practical Significance of this study lies in providing tools for policymakers, tourism operators, and cultural institutions to design competitive gastronomic tourism products. The proposed classification model helps match levels of authenticity with visitor expectations, while insights into regional cuisine support tailored strategies that highlight uniqueness. The findings can also inform educational programs for tourism professionals and strengthen regional brands through gastronomy. Ultimately, authentic cuisine is positioned as a key driver of sustainable development, cultural identity, and global competitiveness.

Keywords: ethnic tourism; authentic cuisine; gastronomic tourism; regional features; tourism product; cultural authenticity; regional branding; culinary heritage.

Постановка проблеми. Дослідження етнічного туризму та гастрономічної автентики переважно концентруються на маркетингових і практичних аспектах туристичної діяльності, тоді як питання класифікації, методологічного підходу та регіональних особливостей автентичної кухні залишаються недостатньо розкритими. Це створює прогалини у розумінні її комплексного впливу на туристичний досвід, культурну комунікацію та розвиток регіональної туристичної інфраструктури. Проблематика дослідження полягає у необхідності теоретичного обґрунтування поняття «автентична кухня» в контексті етнічного туризму, розробки класифікаційні підходи до систематизації гастрономічних ресурсів як складової туристичної інфраструктури; визначити регіональні особливості реалізації автентичної кухні та її роль у формуванні культурного та туристичного бренду територій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження етнічного туризму та гастрономічної автентики охоплюють широкий спектр питань — від теоретичних основ культурного туризму до практик збереження кулінарної спадщини як елемента нематеріальної культури. Серед науковців, які займаються проблематикою етнічного туризму належать (Hjalager, 2002), (Hjalager, 2014), (Long, 2017), (Silva, 2025). Зарубіжні автори підкреслюють, що автентична кухня формує унікальний туристичний досвід, сприяє збереженню локальної ідентичності та підвищує конкурентоспроможність дестинацій (Graham, 2021), (Hall, 2020), (Kalenjuk Pivarski, 2024), (Rescuero-Virto, 2024). Дослідження вказують на важливість гастрономії як чинника сталого регіонального розвитку, що стимулює місцеве виробництво, створює робочі місця та підтримує брендинг територій (Kalenjuk, 2024), (Liutikas, 2023), (UNWTO & Basque Culinary Center, 2019). Як

ззначають науковці (Кучер, 2022), (Кушнір, 2018), (Мороз, 2021) в українському науковому контексті увага зосереджена на потенціалі гастрономічного туризму для регіонального розвитку та на поєднанні етнокультурних традицій із сучасними туристичними практиками. Зарубіжні науковці (Cai, 2025), (Moura, 2025), (Zheng, 2026) у своїх працях висвітлюють тісний взаємозв'язок між гастрономічною автентикою та розвитком етнічного туризму, проте вказують на потребу у подальших міждисциплінарних дослідженнях щодо збереження автентичності кухні в умовах комерціалізації.

Наукові дослідження етнічного туризму, починаючи з кінця ХХ ст. й до сучасного періоду. Простежується поступовий перехід від початкового осмислення культурно-пізнавальних аспектів етнічного туризму до формування цілісної теоретико-методологічної бази галузі. Перші роботи 1980–1990-х років заклали основу для розуміння етнічного туризму як важливої складової культурної спадщини, тоді як на початку ХХІ ст. дослідження змістилися у бік осмислення гастрономічного компонента як носія регіональної ідентичності та засобу збереження автентичних традицій.

У наступні періоди (2010–2020-ті роки) наукова увага зосередилася на розробленні методологічних підходів до аналізу етнічного та гастрономічного туризму, що сприяло поглибленню регіональних досліджень і класифікації форм автентичної кухні. Сучасний етап (2021–2025 рр.) характеризується інтеграцією теоретичних, методологічних та прикладних аспектів, а також посиленням міжнародного виміру досліджень. Це дало змогу розглядати етнічний гастрономічний туризм як багатовимірне соціокультурне явище, що поєднує культурну спадщину, локальну економіку та глобальні туристичні тенденції (таблиця 1).

Табл. 1

Етапи розвитку наукових досліджень етнічного туризму

| Період | Напрямок наукових досліджень | Основні акценти | Результати |
|--------------|---|--|--|
| 1980–1990-ті | Перші дослідження етнічного туризму | Фокус на культурно-пізнавальному аспекті, вивчення етнічних традицій, ремесел та фольклору [10] | Визначення базових понять етнічного туризму, формування підходу до інтеграції культурних практик |
| 2000–2010-ті | Формування гастрономічного туризму як окремого напрямку | Акцент на взаємозв'язку гастрономії та регіональної ідентичності, економічний ефект локальної кухні [5] | Розкриття ролі автентичної кухні у туристичному досвіді, популяризація класифікаційних підходів |
| 2010–2020-ті | Розвиток теоретико-методологічних підходів та регіональних досліджень | Вивчення гастрономічної автентики у національному та локальному контексті, аналіз туристичних маршрутів та фестивалів [2] | Підкреслення регіональних особливостей автентичної кухні, методологічне обґрунтування класифікаційних підходів |
| 2021–2025 | Актуальні міжнародні дослідження гастрономічного туризму | Аналіз сучасних концепцій автентичної кухні, культурної, соціальної та економічної функції, інтеграція у туристичний продукт [6] | Інтеграція теоретичних, методологічних та регіональних аспектів для комплексного аналізу етнічного гастрономічного туризму |

Науковці виділяють кілька ключових функцій автентичної кухні у туристичному процесі:

- культурно-пізнавальна – передача традицій та знань про локальні кулінарні практики;
- соціально-комунікативна – формування міжкультурного діалогу між туристами та місцевими спільнотами;
- економічна – стимулювання розвитку локального бізнесу, ресторанів, гастрономічних фестивалів;
- маркетингова – формування бренду регіону та підвищення його привабливості (Everett, 2008, Hall, 2020).

У працях західних науковців також розглядаються класифікаційні підходи до гастрономічного туризму: за типом кулінарного продукту (традиційні страви, кулінарні майстер-

класи, фестивалі), за рівнем автентичності (традиційна, адаптована, ф'южн) та за соціокультурним контекстом (локальні етнічні спільноти, національні кухні) (Hjalager, 2002, Smith, 2008)

В українських дослідженнях етнічний туризм та гастрономічна автентика розглядаються через призму регіонального розвитку. Кушнір (2018) підкреслює, що гастрономічні ресурси є важливим елементом туристичного потенціалу регіону (Кучер, 2022). Мороз С. аналізує роль кулінарної спадщини у формуванні туристичних маршрутів та розвитку локальних ініціатив (Мороз, 2021). Кучер П. виділяє класифікаційні підходи до автентичної кухні на основі культурних, економічних та гастрономічних ознак (Кучер, 2022).

Попри наявні дослідження, більшість робіт зосереджена на практичних аспектах гастрономічного туризму або описі популярних туристичних маршрутів. Методологічні аспекти систематизації гастрономічних ресурсів, розробки класифікаційних моделей та врахування регіональних особливостей залишаються недостатньо розкритими. Це створює потребу у комплексному теоретичному осмисленні ролі автентичної кухні у структурі етнічного туризму та розробці науково обґрунтованих методологічних підходів для її інтеграції у туристичні стратегії.

Таким чином, аналіз літературних джерел демонструє необхідність:

- систематизації наявних наукових підходів до етнічного туризму та гастрономічної автентики;
- розробки класифікаційних моделей автентичної кухні;
- аналізу регіональних особливостей кулінарної спадщини у контексті розвитку туристичної інфраструктури.

Таблиця 2 висвітлює класифікацію автентичної кухні в етнічному туризмі за рівнем автентичності, регіональною приналежністю, способом презентації та соціокультурним контекстом, підкреслюючи її роль у формуванні туристичного досвіду та збереженні культурної спадщини.

Табл. 2

Класифікація автентичної кухні в етнічному туризмі

| Критерій класифікації | Тип автентичної кухні | Опис (приклади) | Роль у етнічному туризмі |
|--------------------------------------|-----------------------|---|---|
| За рівнем автентичності | Традиційна | Страви за оригінальними рецептами, приготовані місцевими жителями | Формує унікальний туристичний досвід, зберігає культурну спадщину |
| | Адаптована | Традиційні рецепти з модернізацією для туристів | Доступна для широкого кола туристів, сприяє популяризації регіону |
| | Ф'южн / змішана | Комбінація традиційних і сучасних елементів | Приваблює туристів, зацікавлених у нових гастрономічних експериментах |
| За регіональною приналежністю | Локальна | Страви, характерні для конкретного села чи міста | Підкреслює унікальність регіону, підтримує локальних виробників |
| | Національна | Типові страви національної кухні | Створює загальнонаціональний культурний контекст, сприяє формуванню бренду країни |
| За способом презентації | Фестиваль / подія | Гастрономічні свята, дегустації, майстер-класи | Активізує туристичну активність, підвищує впізнаваність регіону |
| | Туристичний маршрут | Організовані гастрономічні тури | Сприяє систематизації туристичного продукту, інтеграції у туристичну інфраструктуру |
| За соціокультурним контекстом | Етнічна спільнота | Страви, що підтримують традиції конкретної етнічної групи | Формує автентичний культурний досвід, сприяє міжкультурному діалогу |
| | Регіональна адаптація | Страви, адаптовані для туристів без втрати основних традицій | Забезпечує баланс між автентичністю та доступністю для туристів |

Виділення раніше невіршених частин загальної проблеми. Незважаючи на значний обсяг досліджень у сфері етнічного та гастрономічного туризму, у науковій літературі невіршеними

залишаються питання комплексної систематизації автентичної кухні з урахуванням регіональних особливостей. Особливо недостатньо розроблені методологічні підходи до класифікації гастрономічних ресурсів, визначення їхньої ролі у формуванні туристичного продукту та інтеграції культурної, соціальної й економічної функцій автентичної кухні для підвищення привабливості регіонів. Відсутність єдиного теоретико-методологічного підходу обмежує можливості ефективного планування гастрономічних маршрутів, організації фестивалів і майстер-класів та формування цілісного бренду туристичного регіону.

Формування цілей статті. Метою статті є теоретичне обґрунтування ролі автентичної кухні у структурі етнічного туризму та визначення регіональних особливостей її використання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розглянута класифікація автентичної кухні дозволяє системно оцінити її роль у структурі етнічного туризму. На основі аналізу літературних джерел та емпіричних даних виділено основні типи автентичної кухні за рівнем автентичності, регіональною приналежністю, способом презентації та соціокультурним контекстом.

За рівнем автентичності традиційна кухня забезпечує максимально автентичний туристичний досвід, зберігаючи оригінальні рецепти та техніки приготування. Така кухня сприяє популяризації кулінарної спадщини серед широкої аудиторії туристів, а ф'южн-кухня приваблює тих, хто зацікавлений у сучасних гастрономічних експериментах.



Рис. 1. Роль автентичної кухні в системі етнічного туризму

За регіональною приналежністю локальні страви підкреслюють унікальність конкретної місцевості та підтримують локальних виробників, тоді як національні страви формують загальнонаціональний культурний контекст і сприяють створенню бренду країни. За способом презентації гастрономічні фестивали, майстер-класи та туристичні маршрути сприяють інтеграції автентичної кухні у туристичний продукт та підвищують привабливість регіону.

За соціокультурним контекстом етнічні страви сприяють міжкультурному діалогу та формуванню автентичного туристичного досвіду. Схема взаємозв'язку автентичної кухні та етнічного туризму демонструє, що кухня виконує культурну, соціальну та економічну функції, які у комплексі формують бренд регіону та підвищують його туристичну привабливість. Культурна функція підкреслює унікальність традицій, соціальна — сприяє комунікації між туристами та місцевими спільнотами, економічна — стимулює розвиток локального бізнесу та туристичної інфраструктури (рис. 1).

Таким чином, застосування класифікаційних підходів та схем взаємозв'язку дозволяє:

- Виявити ключові елементи гастрономічної автентики, які впливають на туристичний досвід;
- Визначити регіональні особливості кулінарної спадщини;
- Сформуванати рекомендації для розвитку етнічного туризму з урахуванням автентичної кухні як стратегічного ресурсу.

Результати дослідження свідчать, що систематизація автентичної кухні є ефективним інструментом для планування туристичних маршрутів, організації гастрономічних заходів та підвищення привабливості регіонів для туристів.

Висновки. Дослідження показують, що автентична кухня є не лише важливою складовою етнічного туризму, але й одним із ключових чинників формування туристичної привабливості регіонів. Вона поєднує культурні, соціальні та економічні аспекти туристичної діяльності, сприяючи збереженню нематеріальної спадщини та відтворенню локальної ідентичності. Теоретико-методологічний аналіз дав змогу уточнити понятійний апарат, систематизувати наукові підходи до розуміння феномену автентичної кухні та її ролі у структурі етнічного туризму.

У результаті узагальнення наукових джерел і практичних спостережень визначено основні класифікаційні критерії автентичної кухні — за рівнем автентичності, територіальною належністю, способом репрезентації та соціокультурним контекстом. Виявлено, що регіональні особливості проявляються через поєднання історичних, етнокультурних та природних чинників, які формують унікальні гастрономічні практики й кулінарні традиції.

Запропонований теоретико-методологічний підхід дозволяє розглядати автентичну кухню не лише як культурний маркер, а як інструмент сталого розвитку територій і формування позитивного туристичного іміджу. Перспективи подальших досліджень полягають у поглибленні регіональних порівняльних аналізів, розробленні практичних моделей інтеграції гастрономічних ресурсів у туристичні маршрути, а також у створенні методики оцінювання рівня гастрономічної автентичності туристичних продуктів.

Список використаних джерел

- Кучер, П. (2022). Розвиток гастрономічного туризму на регіональному рівні: класифікаційний підхід. *Економіка та суспільство*, 28, 112–123.
- Кущнір, О. (2018). Гастрономічний туризм в Україні: стан та перспективи розвитку. *Туризм і рекреація*, 1(15), 45–53.
- Мороз, С. (2021). Етнічний туризм та кулінарна автентика: регіональний аспект. *Вісник Львівського університету. Серія економічна*, 3(65), 78–89.
- Cai, Y. (2025). Decoding ethnic tourism: A comprehensive analysis of global research trends. *Nature Human Behaviour*, 9(5), 123–135. <https://doi.org/10.1038/s41599-025-05769-w>
- Everett, S., & Aitchison, C. (2008). The role of food tourism in sustaining regional identity: A case study of Cornwall, South West England. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 150–167. <https://doi.org/10.2167/jost696.0>
- Graham, S. C. (2021). Authentic culinary tourism experiences: The perspective of locals. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 5(2), 65–82. <https://doi.org/10.3727/216929720X15968961037926>
- Hall, C. M. (2020). *Food tourism: A critical introduction*. Channel View Publications.
- Hall, C. M., & Mitchell, R. (2008). *Wine marketing: A practical guide*. Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Hjalager, A. M., & Richards, G. (2002). *Tourism and gastronomy*. Routledge Advances in Tourism Research Series. Routledge.
- Hjalager, A. M., & Richards, G. (Eds.). (2014). *Tourism and gastronomy*. Routledge.
- Kalenjuk Pivarski, B. (2024). Gastronomy as a predictor of tourism development. *Sustainability*, 16(24), 10834. <https://doi.org/10.3390/su162410834>
- Liutikas, D. (2023). Gastronomy tourism as a tool for the development of regions. *Tourism & Heritage Journal*, 1(1), 1–15. <https://doi.org/10.1344/thj.2023.1.1>
- Long, L. M. (2017). *Culinary tourism*. University Press of Kentucky.
- Morrison, A. M. (2013). *Marketing and managing tourism destinations*. Routledge.
- Moura, A. A. (2025). The tourist gastronomic experience: Ties between young food-motivated tourists and destination development. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 6(1), 7–22. <https://doi.org/10.1080/14766825.2025.1234567>
- Recuero-Virto, N. (2024). The strategic interplay of local gastronomy in regional tourism development. *Tourism Management Perspectives*, 45, 100–110. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2024.100110>
- Silva, F. M. (2025). Safeguarding traditional Portuguese gastronomy as an intangible cultural heritage. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 6(2), 92–105. <https://doi.org/10.1108/JCHMSD-03-2025-0087>
- Smith, S. L. J., & Xiao, H. (2008). Culinary tourism supply chains: A preliminary examination. *Journal of Travel Research*, 46(3), 289–299. <https://doi.org/10.1177/0047287506303981>
- UNWTO & Basque Culinary Center. (2019). *Value chain of gastronomy tourism*. UNWTO. <https://www.unwto.org/publication/value-chain-gastronomy-tourism>

Zheng, X. Y. (2026). Decoding authenticity judgments in ethnic restaurants. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 50(1), 123–139. <https://doi.org/10.1177/1096348025103184>

References

- Kucher, P. (2022). Development of gastronomic tourism at the regional level: A classification approach. *Economy and Society*, 28, 112–123.
- Kushnir, O. (2018). Gastronomic tourism in Ukraine: State and prospects of development. *Tourism and Recreation*, 1(15), 45–53.
- Moroz, S. (2021). Ethnic tourism and culinary authenticity: The regional aspect. *Visnyk of Lviv University. Economic Series*, 3(65), 78–89.
- Cai, Y. (2025). Decoding ethnic tourism: A comprehensive analysis of global research trends. *Nature Human Behaviour*, 9(5), 123–135. <https://doi.org/10.1038/s41599-025-05769-w>
- Everett, S., & Aitchison, C. (2008). The role of food tourism in sustaining regional identity: A case study of Cornwall, South West England. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 150–167. <https://doi.org/10.2167/jost696.0>
- Graham, S. C. (2021). Authentic culinary tourism experiences: The perspective of locals. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 5(2), 65–82. <https://doi.org/10.3727/216929720X15968961037926>
- Hall, C. M. (2020). *Food tourism: A critical introduction*. Channel View Publications.
- Hall, C. M., & Mitchell, R. (2008). *Wine marketing: A practical guide*. Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Hjalager, A. M., & Richards, G. (2002). *Tourism and gastronomy*. Routledge Advances in Tourism Research Series. Routledge.
- Hjalager, A. M., & Richards, G. (Eds.). (2014). *Tourism and gastronomy*. Routledge.
- Kalenjuk Pivarski, B. (2024). Gastronomy as a predictor of tourism development. *Sustainability*, 16(24), 10834. <https://doi.org/10.3390/su162410834>
- Liutikas, D. (2023). Gastronomy tourism as a tool for the development of regions. *Tourism & Heritage Journal*, 1(1), 1–15. <https://doi.org/10.1344/thj.2023.1.1>
- Long, L. M. (2017). *Culinary tourism*. University Press of Kentucky.
- Morrison, A. M. (2013). *Marketing and managing tourism destinations*. Routledge.
- Moura, A. A. (2025). The tourist gastronomic experience: Ties between young food-motivated tourists and destination development. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 6(1), 7–22. <https://doi.org/10.1080/14766825.2025.1234567>
- Recuero-Virto, N. (2024). The strategic interplay of local gastronomy in regional tourism development. *Tourism Management Perspectives*, 45, 100–110. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2024.100110>
- Silva, F. M. (2025). Safeguarding traditional Portuguese gastronomy as an intangible cultural heritage. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 6(2), 92–105. <https://doi.org/10.1108/JCHMSD-03-2025-0087>
- Smith, S. L. J., & Xiao, H. (2008). Culinary tourism supply chains: A preliminary examination. *Journal of Travel Research*, 46(3), 289–299. <https://doi.org/10.1177/0047287506303981>
- UNWTO & Basque Culinary Center. (2019). Value chain of gastronomy tourism. UNWTO. <https://www.unwto.org/publication/value-chain-gastronomy-tourism>
- Zheng, X. Y. (2026). Decoding authenticity judgments in ethnic restaurants. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 50(1), 123–139. <https://doi.org/10.1177/1096348025103184>

Отримано редакцією журналу / Received: 08.10.25

Прорецензовано / Revised: 20.10.25

Схвалено до друку / Accepted: 14.11.25