

УДК 641.5:642.57

Церклевич В. С.*wika.zerklevitch@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-7925-780X**Researcher ID: IAR-5606-2023**к.пед.н., доц. доцент кафедри публічного управління та адміністрування, Хмельницький університет управління і права ім. Леоніда Юзькова; науковий консультант ресторану «Ресторація Шпигеля», Хмельницький***Діль Г. В.***dil.posta@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-0796-094X**старший викладач кафедри публічного управління та адміністрування, Хмельницький університет управління і права ім. Леоніда Юзькова; співзасновниця, співвласниця ресторанів «Ресторація Шпигеля», «Південна Брама», Хмельницький-Вінниця*

МОДЕРНА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ СТАРОВИННИХ РЕЦЕПТІВ В КОНЦЕПЦІЇ РЕСТОРАНУ “LOCAL FOOD”: ВІД ГАСТРОНОМІЧНОЇ ІСТОРІЇ – ДО РЕСТОРАННОГО БРЕНДУ

Анотація. Візія статті – схарактеризувати можливості створення сучасних ресторанних продуктів, інноваційно інтерпретуючи традиційні рецептури старовинних страв. Зауважено на становленні концепції «нової української кухні», визначено умови щодо ідентифікації рецепту страви як старовинного. Обґрунтовано концепцію місцевої їжі як ключового компонента формування туристичного досвіду та надважливої складової туристичної дестинації. Схарактеризовано «гібридний» ресторан як такий, що оптимально поєднує «традицію» (місцеві страви – репрезентатори гастрономії регіону) та «сучасність» (сучасні тренди розвитку ресторанного бізнесу, ресторанный концепції, інноваційність бренд шефів, шеф кухарів). Представлено реалізований бізнес-кейс з ресторанної інтерпретації рецептів старовинних подільських та волинських страв (в межах сучасної Хмельницької області) в контексті реалізації культурно-бізнесової місії ресторанів автентичної кухні, що працюють в ніші “local food” («Південна Брама», «Ресторація Шпигеля», м. Хмельницький). Увиражено роль шеф кухаря (бренд шефа) як важливого партнера в просуванні місцевих систем харчування. Зауважено на досвіді реалізації бінарного освітнього проєкту «Регіональна кухня Поділля» та «Гастрономічний туризм» для бакалаврів з туризму та готельно-ресторанної справи. Схарактеризовано практичні набутки реалізації проєкту тематичних івентів-гастро вечерь «Гастро вечери подільської кухні» як унікальних майданчиків презентації і дегустації ексклюзивних страв на основі старовинних рецептів та традиційних кухарських технологій, локальних продуктів. Схарактеризовано страви-гастрономічні бренди в інтерпретації бренд шефа «Ресторації Шпигеля» і «Південної Брами» за параметрами: назва страви, базовий інгредієнт та інгредієнтна база, унікальні місцеві (локальні) продукти, ідея та інтерпретація, автор ідеї, статус страви. Наведено приклади традиційних страв та локальних продуктів Хмельницької області, презентованих в межах проєкту «Гастро вечери подільської кухні». Представлено можливості інтеграції ресторанів локальної їжі в гастрономію Хмельницькою областю.

Ключові слова: старовинний рецепт, ресторан, бренд шеф, автентична кухня, гастрономічний бренд, “local food”, гастрономічний туризм, кухня Поділля, Хмельницький.



Tserklevych Viktoriia*wika.zerklevitch@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-7925-780X**Ph.D. in Pedagogy, Associate Professor**at the Department of Public Management and Administration,**Khmelnyskyi University of Management and Law named after Leonid Yuzkov;**Scientific Consultant of the Restaurant “Shpigelya Restaurant”, Khmelnytskyi***Dil Anna***dil.posta@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-0796-094X**Senior Lecturer Department of Public Management and Administration,**Khmelnyskyi Leonid Yuzkov University of Management and Law;**Co-founder, Co-owner of the restaurants “Restoratsiya Shpigelya”, “Pivdenna Brama”,**Khmelnyskyi-Vinnytsia*

MODERN INTERPRETATION OF ANCIENT RECIPES IN THE CONCEPT OF THE “LOCAL FOOD” RESTAURANT: FROM GASTRONOMIC HISTORY TO RESTAURANT BRAND

Abstract. The vision of the article is to characterize the possibilities of creating modern restaurant products, innovatively interpreting traditional recipes of ancient dishes and local food. The formation of the concept of “new Ukrainian cuisine” is noted, the conditions for identifying a dish recipe as ancient are determined. The concept of a “hybrid” restaurant is substantiated as one that optimally combines “tradition” expressed in local dishes – representatives of the region's gastronomy and “modernity” as the chef's innovation. A successful case of a modern restaurant interpretation of recipes for ancient Podillya and Volyn dishes (within the modern Khmelnytskyi region) is presented in the context of implementing the cultural and business mission of authentic cuisine restaurants operating in the “local food” niche (“Pivdenna Brama”, “Restoratsiya Shpigelya”, Khmelnytskyi). The role of the chef (chef brand) as an important partner in efforts to promote local food systems is emphasized. The teaching experience of the founder, brand chef and scientific consultant of restaurants that became the basis for research work, the binary educational project “Regional Cuisine of Podillya” and “Gastronomic Tourism” in higher education institutions that train bachelors in tourism and hotel and restaurant business is noted. The practical achievements of the implementation of the project of thematic gastronomic events-events “Gastroevents of Podil cuisine” as unique platforms for the presentation and tasting of exclusive dishes based on ancient recipes and traditional cooking technologies, revealing the useful and unique properties of local products are described. The dishes-gastronomic brands in the interpretation of the brand of the chef of “Restaurant Shpigel” and “Pivdenna Brama” are characterized by the parameters: name of the dish, basic ingredient and ingredient base, unique local products, idea and interpretation, author of the idea, status of the dish. Examples of traditional dishes and local products of the Khmelnytskyi region presented within the framework of the project “Gastroevents of Podil cuisine” are given. The possibilities of integrating restaurants of local food and authentic cuisine into gastrotours of the Khmelnytskyi region are presented.

Key words: old recipe, restaurant, chef brand, authentic cuisine, gastronomic brand, “local food”, gastronomic tourism, Podolia cuisine, Khmelnytskyi.

JEL Classification: L83, N90, Q13, Z10

DOI: <https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-13-8>

Постановка проблеми. Перша чверть XXI століття стала часом осмислення, модернізації та промоції української гастрономічної історії культури, увиразненої в регіональних гастрономічно-бенкетних традиціях. Сучасна ресторанна інтерпретація старовинних рецеп-

тів є унікальною нішею роботи українських бренд шефів та базисом просування ресторанів, що працюють в сферах «автентична кухня» та “local food”. Разом із тим, має місце ситуація, влучно схарактеризована І. Лильо: «Ресторатори і виробники почали звертатися

до них (істориків) з проханням допомогти відродити місцеві гастрономічні традиції... Відтак, ми спостерігаємо формування Нової галицької кухні». Водночас, проф. Лильо зауважує на перешкодах ефективній колаборації в сфері промоції національної гастрономічної спадщини: «По-перше, бракує системної комунікації між академічними дослідниками, виробниками і ритейлом, активної співпраці рестораторів та видавців. По-друге, докладається недостатньо зусиль для патентування локальних продуктів на українському і міжнародному рівні. Насамкінець, гастрономічні дослідники відчувають потребу в майданчиках для знайомства, дискусіях, регулярних заходах» [3]. Виняткове значення в розробці концептуальних основ і промоції традиційної, автентичної та «нової української кухні» має реалізація проєктів та комунікаційних майданчиків на кшталт: «ЇжаКультура», «Ukraine. Food & History»¹, «Seeds and Roots» та «Пані Стефа»², «UKRAINIAN GASTRO SHOW»³; значимим є створення гастрономічних каталогів, на кшталт «Camino Podolico». Маємо сформовані центри гастрономічної культури в Україні: Львів та Галичина, Київ, Одеса і Бесарабія, Закарпаття. Спостерігаємо дедалі зростаючий інтерес до концептуального уявлення та ресторанного представлення традицій гастрономічної культури в регіонах, де промоутерами локальної гастрономічної традиції виступають ресторани автентичної кухні та їх бренд шефи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Філософсько-методологічний базис дослідження закладено працею К. Кемпбелла «Романтична етика і дух сучасного споживання» [12] де, зокрема, стверджується, що люди завжди бажають споживати не тільки більше, – вони хочуть споживати нові товари (продукти), що є аргументом на користь розвитку традиційних рецептур, їх ресторанної інтерпретації як виразу творчості та інноваційності шеф-кухарів. Разом із тим, Т. Zhang,

J. Chen, В. Ну зауважують: «В наш час стійкість розвитку... дедалі більше пов'язується з місцевими продуктами харчування... Майже третина загальних витрат туриста припадає на їжу»; «місцева їжа є ключовим компонентом туристичного досвіду та надважливою частиною туристичної системи..., це також підвищує привабливість місця призначення, посилює ідентичність бренду призначення та формує гордість громади щодо їжі та пов'язаної з нею культури» [16]. При роботі над статтею ми користувалися дослідницькими висновками Крейга Лі, Дж. Мей Пунг, Дж. Дель К'яппа щодо теорії «гібридного» ресторану [13]; трактуванням моделі інновацій для традиційного, сучасного чи гібридного ресторану J. Retail Leis [15]. Ми виходили з усвідомлення того, що для будь-якого бізнесу, орієнтованого на майбутнє, розробка та впровадження нових продуктів і послуг є критично важливими стратегіями зростання, погоджуємося з твердженням Harrington and Ottenbacher про те, що інновації в ресторанах вимагають балансу між відкритою, вільною творчістю бренд-шефа та належним управлінням інноваційним процесом з боку менеджменту (власників ресторану) [14]. Осягнення еволюції і традицій подільської та волинської кухні є неможливим без фундаментальної бази етнографічних досліджень Л. Артюх [1], Л. Кавецької [5]. Якісно нове історичне знання щодо історії локальних українських страв і продуктів представлено в тематичних розділах «Локальної історії» (проєкт «Крафтове Різдва»), дослідженнях з гастрономічної історії В. Назаренка, Ю. Пуківського, Г. Пагутяк, О. Чебанюк, Д. Сімонова, О. Сокрика, О. Коцюбанської та ін. Українсько-польські гастрономічні традиції відображені в рубриках «Кухня», «Традиції» інформаційного ресурсу варшавського інституту Адама Міцкевича «Culture.pl».

Досі дослідження традиційних ресторанів були переважно орієнтовані на вибір та

¹ Проєкт про гастрономічну культуру. Його мета – розвивати та популяризувати дослідження харчової культури в Україні. На сайті проєкту регулярно публікуються статті про гастрономічне минуле та сьогодення, написані науковцями та експертами галузі. Завдання проєкту – зберегти та донести до читачів давні кулінарні техніки, народні рецептури, регіональні харчові практики, котрі є частиною нематеріальної спадщини українців, а також інформувати нашу аудиторію про сучасний стан справ у дотичних до гастрономії галузях. Автори – С. Богданець, О. Брайченко, А. Брайченко, М. Куряча.

² Кулінарні вебсайти Мар'яни Душар, присвячені дослідженню та популяризації української кулінарної спадщини та традиційних рецептів. Проєкти, присвячені переважно галицькій кухні. Мета – збереження та популяризація культурної спадщини як важливої частини регіональної та національної ідентичності.

³ Головна подія для українських шеф-кухарів, рестораторів, виробників, гастроентузіастів і всіх, хто формує майбутнє української гастрономії. Тематичні напрями: «Гастрономічне різноманіття Батьківщини, перспективи української кухні всередині країни і у світі» (2019), «Кухня як месидж» (2020), «Українська кухня. Основа та інновації» (2021), «Коріння. Сила української єдності» (2023), «ЗВ'ЯЗОК» (2024), «СПАДЩИНА МАЙБУТНЬОГО» (2025).

сприйняття споживачем автентичності традиційних ресторанів. Разом із тим, модерна ресторанна інтерпретація традиційних регіональних страв (та допустимі межі зміни традиційного рецепту і способу приготування) як засіб промоції гастрономічної культури регіону, самого ресторану як осередку гастрономічної культури, об'єкта гастрономічного туризму, осередку формування гастрономічного бренду регіону, предметом дослідницької роботи не були.

Постановка завдання. Мета статті – представити успішний кейс з модерної ресторанної інтерпретації рецептів старовинних подільських та волинських страв у контексті реалізації культурно-бізнесової місії (формування і промоція гастрономічного бренду регіону) ресторанів автентичної кухні, що працюють в ніші “local food”.

Виклад основного матеріалу дослідження. Представлення процесу модерної ресторанної інтерпретації автентичних регіональних страв на основі локальних продуктів є неможливим без розуміння концепції, в межах якої працює ресторан (традиційної, сучасної чи гібридної). В представленій статті ми послуговувалися визначеннями, розробленими К. Лі, Д. Мей Пунг, Дж. Дель К'яппа [13], на основі дослідження ресторанів Італії, згідно результатів яких: «традиція» пов'язувалася з місцевими стравами, які репрезентували гастрономію регіону, тоді як «сучасність» асоціювалася з інноваційністю шеф-кухаря. «Гібридність» передбачала модифікацію місцевих страв сучасними методами, зберігаючи при цьому традиції».

Значимість бренд-шефів у промоції місцевої їжі та ресторанів локальної кухні як її промоутерів уперше була ґрунтовно схарактеризована в праці М. Інвуд, Дж.С.Шарпа [18]. Автори дійшли ряду цінних висновків про те, що шеф-кухарі є потенційно важливими партнерами в зусиллях з просування місцевих систем харчування; саме кухарі найбільше цікавляться внутрішніми якістьми їжі, такими як смак і свіжість, і менше – стандартами виробництва. Як лідери думок в царині гастрономічної культури й трендів розвитку

ресторанного бізнесу, бренд-шефи використовують рекламу, скеровують роботу персоналу, започатковують і провадять кулінарні класи, кулінарні школи, авторські професійні блоги, сторінки в соціальних мережах для реклами місцевих продуктів. Водночас, процес поширення інноватики між ресторанами та виробниками обмежений мережевими асоціаціями. «Лідерський потенціал бренд-шефів зріс у зв'язку зі зростаючим визнанням шеф-кухарів як публічних особистостей за посередництва телепрограм (наприклад, The Food Network), популярних кулінарних журналів (наприклад, Gourmet, Saveur, Bon Appetite). Дослідження також виявили, що міжособистісне спілкування між лідерами думок і потенційними прихильниками є одним із найважливіших шляхів для стимулювання змін і подальшого поширення інновації» [13]. Вважаємо, що в сучасному суспільстві саме бренд шефи визначають моду на тренд, здійснюючи, таким чином, його промоцію; саме з бренд-шефами пов'язане присвоєння престижних ресторанних премій⁴.

З огляду на мету статті, значимим виглядає трактування «старовинного рецепту». Італійський дослідник А. Борджіні зауважує на тому, що ідентичність рецептів і страв, які їх втілюють, ґрунтується на трьох факторах: досвіді, необхідному кухарю; автентичності та відкритому характері рецептів [11]. Щодо емпіричної бази старовинних рецептів української кухні, то нами було сформульовано такі вимоги до їх відбору: історична традиція (не менше 100 років), територія побутування, наявність джерела, що засвідчує приналежність рецепту до конкретного регіону, дослідження його походження, інтерпретацій, інгредієнтної бази, традиції і технології приготування. Такими джерелами можуть бути кулінарні книги [2], записники, збірки рецептів, архівні документи, репринтні видання, зафіксовані усні свідчення про страви і продукти, гастрономічні традиції свят (до прикладу, Різдво, Великдень) або подій (весілля, христини тощо).

Лаконічно представимо реалізацію завдання модерної ресторанної інтерпретації ста-

⁴ Бренд шефом ресторанів «Південна Брама» (Хмельницький) та «Ресторація Шпигеля» (Хмельницький, Вінниця) є Артем Блаута. Дослідник гастрономічної традиції Поділля, інтерпретатор, модернізатор, промоутер старовинних рецептів. Володар звання «Топ-100 кращих кухарів України» (2020); співзасновник «Ресторації Шпигеля» (2013) – кращого ресторану української кухні за версією премії «Сіль» (2020). Співзасновник та викладач в кулінарній школі «Кулінарна майстерня А 2» (2013). Автор медіапроєкту «Цимес подільської кухні. Кулінарна експедиція Артема Блаути» (2021). Герой книги Пітера Маршалла «25 кращих шеф-кухарів України»; спікер “UKRAINIAN GASTRO SHOW” (2023). Учасник благодійного проєкту провідних бренд шефів України «Воєнний Мішлен» (2022).

ровинних рецептів в бізнес-кейсах ресторанів ніші “local food” «Південна Брама», «Ресторація Шпігеля» Хмельницького. В характеристиці бренду закладів (розділ «Меню та кулінарна концепція») передбачено, що концептуальною основою розвитку і просування ресторанів є автентичні рецепти і концепції страв, що відповідають:

- гастрономічним традиціям основних національних громад Поділля і Волині – українці, поляки, євреї, німці (в перспективі розглядається можливість розширення національно-етнічного переліку стравами турецької, татарської, вірменської кухонь). Враховується литовський вплив на подільську і волинську гастрономічну традиції (північ); румунський і молдовський – південь Хмельницької області;

- історичним періодам розвитку української гастрономічної традиції: князівська доба, епоха Речі Посполитої, ранньомодерна Україна, українські землі в складі імперій, гастрономічно-бенкетна традиція доби УНР та їх відображенню в історії Поділля та Волині;

- сезонному застосуванню місцевих продуктів (реалізація принципів “local food”, “slow food” та відповідності традиціям харчування українців)⁵.

Введенню страви в меню закладів передусе дослідницький етап – пошук і опрацювання історичних та етнографічних джерел, інтерв’ювання носіїв гастрономічної традиції, «кулінарні експедиції» (медіацикл «Цимес подільської кухні. Кулінарна експедиція Артема Блаути», 2021), робота з інгредієнтами та кухарськими технологіями, приготування страви за традиційним рецептом та її дегустація експертами. Значимою умовою відбору рецептів і страв, є їх представлення в Національному реєстрі об’єктів нематеріальної культурної спадщини України (НКС, список ЮНЕСКО, загальнодержавний або обласний рівень). Станом на 2025 рік, одним з семи елементів НКС України, внесених до Міжнародних списків ЮНЕСКО, є «Культура приготування українського борщу» [6].

Унікальність досвіду ресторанів посилюється результатами співпраці із ЗВО, що готу-

ють бакалаврів з туризму та готельно-ресторанної справи. Так, в 2020–2022 н. р. в зміст підготовки бакалаврів-рестораторів одного із ЗВО м. Хмельницький було введено дуальний курс, представлений освітніми компонентами «Гастрономічний туризм» (викладач – Вікторія Церклевич) та «Регіональна кухня Поділля» (викладачі – Анна Діль, Артем Блаута). Реалізація освітнього проєкту передбачала досягнення трьох освітніх та двох бізнесових цілей:

- 1) культурно-історична, патріотична, світоглядна – формування якісно нового, ціннісного сприйняття гастрономічної історії і культури як складової національної ідентичності;

- 2) дослідницько-продуктивна, скерована на створення реального продукту або послуги;

- 3) формування бізнесового критично-аналітичного мислення, кінцевим результатом якого є визначення здобувачем освіти можливої власної ніші професійної самореалізації;

- 4) пропозиція стажування з наступним внесенням в резерв та працевлаштування кращих здобувачів освіти;

- 5) вивчення запитів покоління «міленіалів» на ресторанні послуги, їх сприйняття традиційної української кухні та регіональної гастрономічної традиції.

За період реалізації освітнього проєкту, спільно зі студентами було відтворено технологію таких старовинних подільських страв, як: «Годзя», «Борщ», «Таратута», «Душеніна», «Картопляні кльоцки в підливі», «Макаран», «Тиманівська каша», «Подільська начинка» та ін.; здійснено модернізацію рецептур та розроблено їх ресторанну подачу; розроблено і апробовано локальні та транс-регіональні гастротури, реалізовано пілотну програму підвищення кваліфікації викладачів на базі ресторанів. Бінарне викладання освітніх компонент впродовж трьох навчальних років – це апробаційний період, упродовж якого удосконалювалася структура, послідовність, змістове наповнення розділів і тем. Щодо технологій і форматів роботи – це 20% теорії та 80% практики. Так, «Регіональна кухня Поділля» опановувалася за формулою: 1) історія та походження страви – 2) технологія приготування та подачі – 3) можливості

⁵ “local food” – продукти, що були вирощені, зібрані, приготовані і продані в одній географічній місцевості, в межах однієї «продуктової милі». «Підхід “Slow Food” ґрунтується на трьох взаємопов’язаних критеріях: 1) смачно – це локальні сезонні продукти, які приємні для органів чуття і є частиною місцевої культури; 2) чисто – це виробництво і споживання продуктів харчування, що не наносить шкоди навколишньому середовищу, добробуту тварин і здоров’ю людини; 3) чесно – це доступні ціни для споживачів, справедлива оплата і гідні умови праці для виробників» [4]. Аналіз чинного меню ресторанів «Південна Брама» та «Ресторація Шпігеля» засвідчує, що 90% продуктів та інгредієнтів мають місцеве походження і відповідають концепції «локал фуд».

(варіації) трансформації традиційної страви локальної кухні в повноцінний сучасний ресторанный продукт.

Когнітивно-компетентісні цілі опанування «Гастрономічного туризму» зосереджувалися в трьох царинах:

1) формування аргументованого розуміння сфери національної гастрономії та еногастрономії, гастрономічного туризму як перспективної ніші «економіки вражень» та можливої сфери професійної/бізнесової діяльності здобувачів освіти;

2) значення гастрономії в розвитку територій та інструменту просування туристичної дестинації, формуванні гастрономічного бренду країн, міст, регіонів;

3) здобуття навичок і напрацювання компетенцій щодо створення туристичного продукту (створення під керівництвом викладача гастротурів та їх промоція) (приклад – в табл. 3).

Проінтерпретовані на основі старовинних рецептів бренд-шефами страви на основі сезонних продуктів класифікуємо відповідно до параметрів:

1) перший рівень (апробаційний) – гастроновація (проходить апробацію в межах інноваційного проєкту «Гастроветері подільської кухні» (2023–2025 рр.);

2) другий – введення в страв в меню закладів як страва від бренд-шефа, сезонна новинка, «новий гастрономічний спеціалітет»;

3) третій, найвищий – страва-гастробренд, «якірна страва» меню [8, с. 76].

Зауважимо, що новий гастрономічний спеціалітет – це фірмова страва або гастрономічний продукт, базовий інгредієнт якого є традиційним для регіону, асоціюється з локальною історією та гастрономічною культурою, містить кулінарну інноватику (модерну інтерпретацію традиційних страв і рецептур), відповідає трендам розвитку сучасного ресторанного бізнесу та сприяє промоції гастрономічного бренду туристичної дестинації. Гастрономічні бренди України (у вузькому сенсі) як «страви, продукти та напої, що є культурно-економічними ідентифікаторами регіону (території), впізнавані, мають статус «харчової візитівки регіону», визначають «обличчя автентичного смаку» країни (регіону), виступають складовою національної ідентичності та внесені до Переліку елементів нематеріальної культурної спадщини (НКС, національний рівень) або є продуктами із захищеними географіч-

ними зазначеннями» [9, с. 63]. «Страви та напої, що є автентичними для певного регіону) виготовленої з місцевих продуктів та інгредієнтів, вирощених в радіусі «продуктової милі» та є частиною місцевої культури та виразом ідентичного регіону або національної ідентичності в межах країни» [10]. Станом на 2025 р., до переліку елементів НКС Хмельницької області внесено: зінківський хліб, зінківську ковбасу, маначинські лежні, лисецькі мочені яблука, сушенню (чорнослив), вареники з піском.

Дуальність традиційного, як відображення гастрономічної традиції та інноваційного, як креативності та сучасності бренд шефа, динамічно відображається у введенні в меню страв на основі автентичних рецептів та локальних продуктів в модерній інтерпретації. 3 травня 2023 р. в ресторанах було започатковано проведення тематичних гастрономічних вечерів, в межах яких відбувається презентація-дегустація «страв старого Поділля» та демонстрація виразів «нової подільської кухні». Ця ідея була зумовлена необхідністю створення майданчиків презентації і дегустації ексклюзивних страв на основі старовинних рецептів та традиційних кухарських технологій, представлення та розкриття корисних і таємних властивостей локальних продуктів, отримання безпосереднього зворотного зв'язку зі споживачем. Реалізуючи проєкт гастроветерів, ініціатори надихалися українською культурою гостинності, де спільні бенкети-частування були тим простором, де люди могли обмінюватися гастрономічним досвідом та рецептами приготування страв. Меню гастроветерів побудовані за єдиною структурою: амісбуш, холодна закуска, гаряча закуска, рибна страва, м'ясна страва, десерт. Кількість гостей одного івенту – 28–42 особи; окрім власне прибутку, кожна з гастроветерів створила можливість розробки і введення комплексу нових страв в меню означених закладів, формування VIP-пропозицій для замовників, створення бази страв у різних категоріях для майбутніх кулінарних конкурсів, гастрофорумів. В концепції івентів – промоція подільських (Бакота) та українських виноробень (Бесарабія, Київщина, Львівщина, Тернопілля, Вінничина, Миколаївщина, Херсонщина), їх чудових вин».

Якщо перші гастроветері (табл. 1) мали на меті креативно продемонструвати «смакові симфонії» страв з локальних продуктів

(нерідко – унікальних, як, до прикладу, подільські артишоки чи равлики), то, до прикладу, для гасгровечері лютого 2024 р. визначено ціль представити традиції замкової і палацової кухні Поділля, а «звана вечеря» березня 2025 р. мала на меті запропонувати гостям ексклюзивні страви Поділля різних епох.

Приклади трансформації страв «старого Поділля» в гасгроексклюзиви «нової подільської кухні» представлено в табл. 2.

Гасгронімічні експедиції, пілотні гасгтури Поділлям і Волиню засвідчують недостатність можливостей територіальних громад в прийомі та організації дегустацій-частувань для організованих туристичних груп (за винятком виноробень, окремих крафтових виробництв, історико-культурних заповідників на кшталт Малієвецького або ДІКЗ «Межибіж»). Відтак, осередками представлення та промоції місцевої гасгронімічної

Таблиця 1

Традиційні страви та локальні продукти Хмельницької області, презентовані в межах проєкту «Гасгровечері подільської кухні»

Тема гасгровечері		«Їжа. Культура. Історія», ервень 2023 р.		
№ з/п	Категорія страви	Традиційна страва / Ресторанна адаптація	Історичні унікальності	Вина, виробники
1.	Холодна закуска	Заливна риба / Заливний судак з червоною ікрою, овочами, олією м'ятною рибним бульйоном,	Найвідоміша страва Проскурова (Хмельницького) поч. ХХ с.; також заливна риба згадується як страва бенкетів князя К.-В. Острозького (ХVI–поч. ХVII ст.).	“Zelenitsi Winery” «Цитронний Магарача» (біле сухе вино від родинної виноробні Зелінці з села Баришківці)
2.	Гаряча закуска	Запечена спаржа / Спаржа з сезонними грибами, сиром з трюфелем, олією петрушки, паростками капусти, суцвіттями кульбаби	Спаржа вирощувалася на Поділлі і Волині в ХVIII–ХІХ ст., страви зі спаржі готували шеф кухарі шляхетських резиденцій; в якості прототипу було використано рецепт палацової кухні Потоцьких (Антоніни). В якості сировини використано спаржу, вирощену в м. Полонне Хмельницької обл.	Винний дім Гігінешвілі – Ркацителі (біле сухе тихе, Вінничина, село Корделівка, від винороба Володимира Гігінешвілі)
3.	Рибна страва	Щука фарширована/ Щука, фарширована з куркою та сезонними грибами, подається з ікрою щуки, мусом з топінамбуру, соусом з рукколи та базиліку, чіпсами з кропиви, горіхом мускатним	Традиційна страва подільських євреїв-ашкеназі; за старовинним міщанським рецептом, до фаршу додається біле куряче м'ясо	“Bohdans winery” – “Barbaryska” Рожеве сухе тихе вино від подільського винороба Богдана Палія (с. Бакота, Кам'янець-Подільський р-н).
4.	М'ясна страва	Рулєт зі свинини / Рулєт зі свинини з соусом з овочів та білого вина, подається з перловкою, заправленою солодом та травами, дикоросами та копченими томатами	Рулєт зі свинини – традиційна страва русицької кухні, готується з часником і спеціями або чорносливом, зазвичай, до Різдва Христового.	“Kalyus Wine” – “Zaiber” Червоне сухе тихе вино від винороба Юрія Данилюка (с. Рудківці, Кам'янець-Подільський р-н).
5.	Десерт	«Полуничні льоди» / Полуничне морозиво, соус з ревеню та ванілі, полуниця, чіпси з полуниці	Ягідні «льоди» – давня назва морозива в шляхетській та монастирській гасгронімії; за основу рецепту взято спогади священника Кам'янець-Подільської дієцезії	“Fathers Wine” рожеве сухе тихе з крафтової виноробні на Тернопільщині (м. Гусятин)

Джерело: сформовано за результатами реалізації проєкту гасгровечерів подільської кухні (2023–2025 рр.)

Таблиця 2

**Страви «старого Поділля» та гастроексклюзиви
«нової подільської кухні» (приклади)**

Назва страви	Походження	Базові інгредієнти класичного рецепту	Ресторанна інтерпретація в межах проєкту «Гастровечері подільської кухні»
Начинка	Південь Поділля, Кам'янець-Подільський р-н Хмельницької області. Автентичний рецепт надано мешканцями с. Морозів Новодунаєвської територіальної громади.	Борошно, молоко, яйця, сіль і сода для пляцків; курячий бульйон або гаряче молоко, яйця, смажена підчеревина або тушковане м'ясо, нарізане шматочками, сіль, чорний і духмяний перець, смалець для змащування форм (ринок).	Начинку як регіональний гастрономічний спеціалітет було презентовано в рамках гастрономічного вечора «Традиції смаку та одягу Поділля», 07.12.2023 р. Нові інгредієнти: качка, білі гриби, грибний мус, чорний трюфель, олія з петрушки.
Летичівський ікряник	м. Летичів, Хмельницької області. Автентичний рецепт надано містянкою Світланою Коржик.	Ікра прісноводної риби (короп, товстолоб), курячі яйця, борошно, спеції.	«Летичівський ікряник» як регіональний гастрономічний спеціалітет (традиційно продається на летичівському рибному ринку) представлений на гастровечері «Традиції смаку та одягу Поділля», 07.12.2023 р. Нові інгредієнти: Поєднання ікри коропа та шуки, крем з селери, раки, чіпси з базиліку, олія зеленої цибулі
Торт з кропивою	Новий гастрономічний спеціалітет, фірмовий сезонний десерт «Ресторації Шпігеля», розроблений бренд шефом Артемом Блаутою в традиціях «нової української кухні».	Технологія приготування торта від А. Блаути: «Обираємо молоді листочки кропиви, обдаємо їх кип'ятком, залишаємо охолоджуватися. Готуємо бісквітне тісто зі склянки просіяного двічі борошна, склянки цукру та п'яти яєць. Наприкінці збивання додаємо двісті грамів подрібненої кропиви. Корж випікаємо у змащеній вершковим маслом формі упродовж 40–45 хв. при температурі +180°C. Крем готуємо з сиру «маскарпоне» власного виробництва, згущеного молока і цукрової пудри, ретельно збиваємо. «Відпочилий» бісквіт розрізаємо на два-три коржі, просякаємо сиропом із додаванням коньяку. Невеликими прошарками викладаємо крем, формуємо кондитерський виріб. В різних інтерпретаціях торт прикрашають ягодами чорної смородини, порічок, вишень, полуницею.	

Джерело: сформовано на основі результатів експертного інтерв'ю з бренд шефом та шеф кухарями «Південної Брами», «Ресторації Шпігеля», аналізу позицій меню та тематичних гастровечерів 2023–2025 рр.

традиції, об'єктами гастрономічного туризму є ресторани автентичної кухні та локальної їжі (табл. 3).

Висновки і перспективи подальших досліджень. Сучасна інтерпретація старовинних регіональних страв Поділля і Волині консолідується з концепцією гібридного ресторану і вкладається в формулу: локальні продукти – традиційні старовинні рецепти (основа) – креативність та інноваційність бренд шефа – дорівнює створенню конкурен-

тоздатного, оригінального, побудованого на гастрономічній традиції та місцевій продуктивній базі, привабливого для споживача ресторанного продукту. Зважаючи на культурну, бізнесову, репрезентаційну значимість регіональної гастрономії, її важливість для брендингу туристичної дестинації, дипломатичної місії їжі як ідентифікатора української нації і держави, надалі авторки скерують зусилля на укладення альманаху, присвяченого гастрономічній традиції, культурі та історії Поділля

Таблиця 3

**Фрагмент видання «Гастрогід Поділлям і Волиню: Хмельниччина»
та пропозиції ресторану локальної кухні**

№ з/п	Туристичний маршрут / Автор	Страви-пропозиції «Південної Брами»
1.	Історико-культурний нарис «Чорна ковбаса» з міста на «чорному шляху»: подільський Зіньків Гастрогід теруаром Зіньківський ремісничий хліб-квітка та «чорна ковбаса». Крафтові виробництва старовинного мистецтва. Садиба «Під вербами» родини Василенків. Про хрін – соус часів Речі Посполитої. Чеське пиво Вацлава Девішека – з подільської води, солоду та хмелю. Великоолександрівський весільний коровай – на щасливу долю! Вікторія ЦЕРКЛЕВИЧ	1) Борщ з копченою грушею та чорносливом; подається з мазанкою з сала, часнику та зелені, зіньківським хлібом; 2) солянка зіньківська з базовим інгредієнтом – «зіньківська ковбаса»; 3) журек з зіньківською ковбасою. 4) лінійка соусів з хрину: буряковий, медовий, ягідний. 5) шоколадні цукерки з хріном.
2.	Історико-культурний нарис Бенкетні традиції шляхетних полювань: Антоніни графів Потоцьких Гастрогід теруаром Гастрономічні ексклюзиви Південно-Східної Волині: дзеркальні коропи, спаржа, фазани та «вареники з піском» Вікторія ЦЕРКЛЕВИЧ, Лілія РИБАЧУК	1) Короп з печі; 2) качина ніжка з яблуками та ягідним соусом; 3) гарячий холодець з фазана; 4) спаржа, запечена з сиром і травами; 5) карпачо з косулі, вялені томати, печений часник, пудра з оливкової та трюфельної олії; 6) паштет з оленини, соус з смородини, паростки.

Джерело: сформовано авторами

та Волині в межах сучасної Хмельницької області.

Статтю підготовлено в рамках роботи над науково-дослідною темою (НДДКР) «Гастрономічні бренди Поділля і Волині: культурно-бізнесові, науково-методичні засади» (державний реєстраційний номер 0123U102646), завданням якої визначено вивчення локальних продуктів, автентичної кухні Поділля і Волині в межах сучасної Хмельницької області, аналізу ролі ресторанів та бренд шефів в дослідженні, розробці і промоції гастрономічних спеціалітетів і страв – гастрономічних брендів регіону, формуванню «нової подільської кухні».

ЛІТЕРАТУРА

1. Артюх Л. Ф., Балусок В. Г., Болтарович З. Є. Поділля: історико-етнографічне дослідження. Київ, 1993. 504 с.
2. Брайченко Олена. Кухарські книги початку XX ст. як джерело дослідження гастрономічної культури українців. *Українознавство*. 2018. № 1. С. 30–41. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ukr_2018_1_5
3. Богданець Світлана. Гастрономічні дослідження: історія вивчення та проблематика пи-

тання в Україні. 2020. 19.02.2020. URL: https://yizhakultura.com/material/20200219_0920

4. Дишкантук О., Харенко Д., Саламатіна С., Івичук Л., Бородіна В., Власюк К. Гастрономія як важливий елемент розвитку індустрії гостинності. *Економічна та продовольча безпека України*. 2017. С. 3–4.

5. Кравецька Леся. Страви Поділля з душею. Страви від газдині. Київ. 2020. 80 с.

6. Культура приготування українського борщу. Записано у 2022 році (5.EXT.COM) до Списку нематеріальної культурної спадщини, що потребує термінової охорони Нематеріальної культурної спадщини. URL: <https://ich.unesco.org/en/USL/culture-of-ukrainian-borscht-cooking-01852#identification> (дата звернення: 01.05.2025).

7. Пітенко Юлія. Смачно, чисто та чесно: що таке Slow Food та як його їдять? 2021. URL: <https://nashkiev.ua/eat/smachnochisto-i-chesno-scho-take-slow-food-ta-yak-iogo-idyat>

8. Церклевич В. С. & Діль А. В., Діль М. В. Розробка нових гастрономічних спеціалітетів як засіб промоції ресторану ніші “local food”. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2020. № 6. URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/tourism/article/view/119>

9. Церклевич В., Діль А., Блаута А. & Діль М. Інноваційні компоненти стратегії просування ресторану регіональної кухні Поділля: кейс «Ресторації Шпігеля» *Трансформаційна еко-*

номіка, 2023. (3 (03), 61–69. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2023-3-11>

10. Церклевич В., Діль А. & Моцна, Ю. Потенціал сезонних страв в стратегічному управлінні закладом ресторанного господарства “local food”. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. № 9. 2023. URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/tourism/article/view/119>

11. Borghini A. What Is a Recipe? *J Agric Environ Ethics*. 2015. No. 28, P. 719–738 DOI: <https://doi.org/10.1007/s10806-015-9556-9>

12. Campbell C. The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism. Oxford. 1987. 312 p.

13. Craig Lee, Jessica Mei Pung, Giacomo Del Chiappa. Exploring the nexus of tradition, modernity, and innovation in restaurant SMEs, *International Journal of Hospitality Management*, 2022. № 100. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S027843192100234>

14. Harrington Robert & Ottenbacher Michael. (2011). Strategic management: An analysis of its representation and focus in recent hospitality research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. No. 23. P. 439–462.

15. J. Retail Leis. Consumers' ideal eating out experience as it refers to restaurant style: a case study. 2010. URL: https://researchgate.net/publication/47758087_Consumers'_ideal_eating_out_experience_as_it_refers_to_restaurant_style_A_case_study

16. Zhang T., Chen J. & Hu B. Authenticity, quality, and loyalty: Local food and sustainable tourism experience. *Sustainability*. 2019. № 11(12). URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/12/3437>

17. Ukrainian Gastro Show 2021. URL: <https://posteat.ua/news/ukra%D1%97nska-kuxnyaosnovata-innovaci%D1%97-koncept-roku-ukrainian-gastro-show-2021/>

18. Shoshanah M. Inwood, Jeff S. Sharp, Richard H. Moore & Deborah H. Stinner. Restaurants, chefs and local foods: insights drawn from application of a diffusion of innovation framework. *Agric Hum Values*. 2009. № 26. P. 177–191.

REFERENCES

1. Artyukh L. F., Balushok V. H., Boltarovych Z. Ye. (1993), Podillia: istoriko-etnografichne doslidzheniya, [Podillia: historical and ethnographic research], Kyiv, Ukraine, 504 s.

2. Braychenko Olena (2018). Kukhars'ki knyhy pochatku KHKH st. yak dzherelo doslidzhennya hastronomichnoyi kul'tury ukrayintsiv, [Cookbooks of the early 20 th century as a source for studying the gastronomic culture of Ukrainians], *Ukrayinoznavstvo—Ukrainian Studies*, vol. 1, S. 30–41, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ukr_2018_1_5

3. Bohdanets' Svitlana (2020), Hastronomichni doslidzhennya: istoriya vyvchennya ta problematyka

pytannya v Ukrayini, [Gastronomic research: history of study and issues of the issue in Ukraine], available at: https://yizhakultura.com/material/20200219_0920 (accessed – 01.05.2025)

4. Dyshkantiuk O., Kharenko D., Salamatina S., Ivychuk L., Borodina V., Vlasiuk K. (2017), Hastronomiia yak vazhlyvyi element rozvytku industrii hostynnosti, [Gastronomy as an important element of the development of the hospitality industry], *Ekonomichna ta prodovolcha bezpeka Ukrainy – Economic and food security of Ukraine*, pp. 3–4.

5. Kravets'ka Lesya. (2020), Stravy Podillya z dusheyu. Stravy vid hazdyni, [Podillia dishes with a soul. Dishes from the landlady], Kyiv, 80 s.

6. Kul'tura pryhotuvannya ukrayins'koho borshchu. Zapsano u 2022 rotsi (5.EXT.COM) do Spysku nematerial'noyi kul'turnoyi spadshchyny, shcho potrebuye terminovoyi okhorony. Nematerial'nu kul'turna spadshchyna, [Culture of Ukrainian borscht cooking. Inscribed in 2022 (5.EXT.COM) to the List of Intangible Cultural Heritage in Need of Urgent Safeguarding. Intangible Cultural Heritage], available at: <https://ich.unesco.org/en/USL/culture-of-ukrainian-borscht-cooking-01852#identification> (accessed 01.05.2025).

7. Pitenko Yuliya. (2021), Smachno, chysto ta chesno: shcho take Slow Food ta yak yoho yidyt'? [Tasty, Clean, and Honest: What is Slow Food and How is it Eaten?], available at: <https://nashkiiev.ua/eat/smachnochisto-i-chesno-scho-take-slow-food-ta-yak-iogo-idyat> (accessed 01.05.2025).

8. Tserklevych V., Dil A. & Dil M. (2022), Rozrobka novykh hastronomichnykh spetsialitetiv yak zasib promotsii restoranu nishi “local food”, [Development of new gastronomic specialties as a means of promoting a restaurant in the “local food” niche], *Industriia turizmu i hostynnosti v Tsentralnii ta Skhidnii Yevropi – Tourism and hospitality industry in Central and Eastern Europe*. vol. 6. Available at: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/tourism/article/view/1193>

9. Tserklevych V., Dil' A., Blauta A., & Dil' M. (2023), Innovatsiyni komponenty stratehiyi prosvannya restoranu rehional'noyi kukhni Podillya: keys “Restoratsiyni Shpihela”, [Innovative components of the promotion strategy of a regional cuisine restaurant in Podillia: the case of “Shpigelya Restaurants”], *Transformatsiyna Ekonomika – Transformational eco-nomy*, vol. 6. (3 (03), pp. 61–69, DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2023-3-11>

10. Tserklevych V., Dil' A. & Motsna Y. (2024), “Potentsial sezonnykh stрав v stratehichnomu upravlinni zakladom restorannoho hospodarstva “local food”, [The potential of seasonal dishes in the strategic management of a local food restaurant], *Industriia turizmu i hostynnosti v Tsentral'niy ta Skhidniy Yevropi – Tourism and hospitality industry in Central and Eastern Europe*, vol. 9, pp. 71–79, DOI: <https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-9-9>

11. Borghini, A. (2015), What Is a Recipe? *J Agric Environ Ethics*, no. 28, pp. 719–738, DOI: <https://doi.org/10.1007/s10806-015-9556-9>
12. Campbell C. (1987), *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, Oxford, 312 p.
13. Craig Lee, Jessica Mei Pung, Giacomo Del Chiappa (2022), Exploring the nexus of tradition, modernity, and innovation in restaurant SMEs, *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 100, available at: <https://sciencedirect.com/science/article/pii/S027843192100234>
14. Harrington Robert & Ottenbacher Michael (2011), Strategic management: An analysis of its representation and focus in recent hospitality research, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, no. 23. Pp. 439–462.
15. J. Retail Leis. (2010), Consumers' ideal eating out experience as it refers to restaurant style: a case study, *Journal of Retail*, available at: https://researchgate.net/publication/47758087_Consumers'_ideal_eating_out_experience_as_it_refers_to_restaurant_style_A_case_study
16. Zhang T., Chen J. & Hu B. (2019), Authenticity, quality, and loyalty: Local food and sustainable tourism experience, *Sustainability*, Vol. 11(12), available at: <https://mdpi.com/2071-1050/11/12/3437>
17. Ukrainian Gastro Show (2021), available at: <https://posteat.ua/news/ukra%D1%97nska-kuxnya-osnova-ta-innovaci%D1%97-koncept-roku-ukrainian-gastro-show-2021> (accessed 01.05.2025).
18. Shoshanah M. Inwood, Jeff S. Sharp, Richard H. Moore & Deborah H. (2009), Stinner. Restaurants, chefs and local foods: insights drawn from application of a diffusion of innovation framework, *Agric Hum Values*, no. 26. Pp. 177–191.

Стаття надійшла: 12.05.2025

Стаття прийнята: 23.06.2025

Стаття опублікована: 06.10.2025