

Отримано: 07.07.2025

Переглянуто: 08.08.2025

Прийнято: 04.09.2025

УДК 640.4:338.48-6:394.4

DOI: 10.30857/2786-5398.2025.4.3

Олена О. Ахмедова, Ніка Б. Мнищенко

Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

**ВПЛИВ СЕРЕДНЬОВІЧНОЇ ТАВЕРЕННОЇ КУЛЬТУРИ НА ФОРМУВАННЯ
СУЧАСНОГО БАРНОГО ДОСВІДУ В УКРАЇНІ ТА ЄВРОПІ**

У статті досліджується вплив середньовічної таверенної культури на сучасні барні практики в Україні й Європі, з урахуванням як історико-культурних, так і соціально-економічних аспектів. Авторами визначено проблему відсутності комплексного аналізу історичних традицій культури пиття та їхнього трансферу в сучасність, що створює лакуну в наукових розвідках на стику культурології, історії та ресторанно-готельної справи. Аналізуються відомі наукові праці про середньовічні містечка, їхню соціальну структуру та функціонування корчм, а також сучасні публікації з проблематики культури споживання у барному сегменті, зокрема дослідження про роль атмосферності, автентики та крафтових напоїв у формуванні іміджу закладів. Здійснено порівняльний аналіз структур і функцій таверн минулого та барів сьогодення: показано, що в середньовічних корчмах поєднувалися економічні, соціальні та культурні функції, тоді як сучасні бари дедалі більше тяжіють до створення досвіду занурення, відтворення історичного антуражу та задоволення зростаючих емоційно-естетичних запитів відвідувачів. У рамках дослідження проведено опитування споживачів, результати якого репрезентовано у тексті та проілюстровано діаграмами; вони дозволили уточнити, які саме фактори (атмосфера, традиційні напої, декор, цінова політика) є визначальними у виборі бару. Виявлено, що бари в Європі дедалі активніше використовують історичний антураж і автентичні напої для поглиблення досвіду відвідувачів, зокрема через стилізацію інтер'єрів під середньовічні таверни, пропозицію напоїв за старовинними рецептами та проведення тематичних шоу. В Україні ж барна сфера поступово розвиває культуру споживання: концептуальні винні й пивні бари поєднують локальні традиції та нові тренди, створюючи конкурентоспроможний продукт для внутрішнього ринку й туристичної аудиторії. У висновках підкреслено, що відродження середньовічних традицій може посилити культурно-туристичну привабливість українських барів, сприяти формуванню унікальної ідентичності галузі, а також підвищити рівень гастрономічного туризму. Запропоновано напрями подальших досліджень на стику культури і ресторанно-барного бізнесу, зокрема оцінку економічного ефекту від застосування автентичних концепцій, вивчення впливу на поведінку споживачів різних вікових і соціальних груп та формування стратегії розвитку індустрії гостинності з урахуванням історико-культурної спадщини.

Ключові слова: автентичність, барна культура, крафтові напої, ресторанний бізнес, середньовічна таверна, сфера гостинності, туризм.

Olena O. Akhmedova, Nika B. Mnychenko

Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine

**THE INFLUENCE OF MEDIEVAL TAVERN CULTURE ON THE CONTEMPORARY
BAR EXPERIENCE IN UKRAINE AND EUROPE**

The paper examines the influence of medieval tavern culture on contemporary bar practices in Ukraine and Europe, taking into account both historical and cultural as well as socio-economic aspects. The authors identify the problem of the lack of a comprehensive analysis of historical drinking traditions and their transfer to the present day, which creates a gap in scientific research

at the intersection of cultural studies, history, and the restaurant and hotel business. The authors analyse well-known scientific works on medieval towns, their social structure, and the functioning of taverns, as well as contemporary publications on the culture of consumption in the bar segment, in particular studies on the role of atmosphere, authenticity, and craft beverages in shaping the image of establishments. A comparative analysis of the structures and functions of taverns of the past and bars of the present has been carried out. It has demonstrated that medieval taverns combined economic, social, and cultural functions, while modern bars are increasingly inclined to create an immersive experience, recreate the historical atmosphere, and satisfy the growing emotional and aesthetic demands of visitors. As part of the study, a consumer survey was conducted, the results of which are presented in the text and illustrated with diagrams; they made it possible to clarify which factors (atmosphere, traditional drinks, decor, pricing policy) are decisive in choosing a bar. It has been found that bars in Europe are increasingly using historical surroundings and authentic drinks to enhance the visitor experience, in particular by styling interiors to resemble medieval taverns, offering drinks based on old recipes, and holding themed shows. In Ukraine, the bar industry is gradually developing a culture of consumption: conceptual wine and beer bars combine local traditions and new trends, creating a competitive product for the domestic market and tourist audience. The conclusions emphasize that the revival of medieval traditions can enhance the cultural and tourist appeal of Ukrainian bars, contribute to the formation of a unique identity for the industry, and increase the level of gastronomic tourism. The paper proposes directions for further research at the intersection of culture and the restaurant and bar business, in particular, assessing the economic effect of applying authentic concepts, studying the impact on the consumers' behaviour of different age and social groups, and forming a strategy for the development of the hospitality industry, taking into account historical and cultural heritage.

Keywords: *authenticity, bar culture, craft beverages, restaurant business, medieval tavern, hospitality, tourism.*

Постановка проблеми. Сучасний барний ринок дедалі більше цінує культурно-історичний складник досвіду відвідувачів. Водночас залишається відкритим питання, у якій мірі ця нова тенденція пов'язана з реаліями середньовічної таверенної культури та наскільки активно вона використовується в Україні. У середньовічних містах корчмарі, шинкарі (тобто сучасні бармени) були важливою складовою сфери послуг, утворюючи місця відпочинку, де мешканці різного походження могли спілкуватися на рівних [1]. У таких публічних закладах – тавернах – вирішувалися як побутові, так і суспільно-політичні питання. Незважаючи на очевидну важливість подібних просторів, питання їхнього впливу на сучасні практики споживання досліджене поки що фрагментарно. Зокрема, потребує подальшої уваги те, яким чином традиції середньовічних таверн і корчм поступово трансформуються та знаходять відображення у барній культурі XXI століття як в Україні так і Європі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Узагальнення наукового доробку демонструє, що дослідження культури пиття та барної справи охоплюють різні аспекти – від історико-культурних до економічних і соціальних.

Великий вклад в дослідження середньовічного міста як складного соціокультурного утворення, у структурі якого важливе місце займали таверни й корчми зробив І.М. Ліхтей [1]. Автор визначив, що ці заклади виконували не лише функцію забезпечення харчуванням і напоями, а й ставали осередками спілкування та обміну інформацією, завдяки чому таверна перетворювалась на невід'ємний елемент міського простору, який поєднував економічні й культурні процеси. М. Тарасюк [2] розглядає місце хмільних напоїв у повсякденному житті волинського міщанства й селянства, підкреслюючи популярність різних видів напоїв серед

різних верств населення. В.А. Русавська [3], А. Громнюк [4] досліджують соціокультурні та архітектурні особливості корчми як типового історичного закладу в Україні.

М. Дудкевич-Петширик, Е. Мілковська та П. Голянек [5] звернулися до аналізу середньовічної Польщі, де подібні заклади слугували місцями відпочинку й дозвілля, а також точками обміну новинами між різними соціальними групами. Дослідники роблять акцент на багатофункціональності таверн, які забезпечували не тільки побутові потреби, але й формували особливий соціальний простір для містян і подорожніх. С. Кларк, К. Лігі, Н. Худ [6] аналізують особливості функціонування британських пабів та вплив інфраструктури на кількість і якість закладу.

С. Корбелліні та М. Хугвліт [7] розглянули феномен таверн як «закритих громадських просторів», які водночас залишалися відкритими для широкої публіки. На їхню думку, такі заклади ставали платформою для культурного та інформаційного обміну, сприяли поширенню знань, традицій та суспільних ідей. Це підкреслює роль таверн не лише у сфері дозвілля, а й у ширшому контексті міської комунікації.

Серед сучасних досліджень варто відзначити роботу Л.С. Безручко, Ю.І. Жука та М.І. Філя [8], які дослідили концептуальні винні бари Львова. Автори показали, що подібні заклади виступають центрами творення інноваційної барної культури, інтегруючи історичні мотиви з сучасними соціальними та естетичними елементами. Це дозволяє розглядати їх як приклад адаптації історичних традицій до нових умов та потреб ринку.

Окремо у наукових і практичних публікаціях акцентується увага на зростанні інтересу до історичного антуражу в європейському барному бізнесі. Тавернова стилістика, використання середньовічних мотивів в інтер'єрі та меню стають інструментами залучення відвідувачів. Такий підхід формує у клієнтів відчуття занурення в культурно-історичний контекст і підсилює емоційну складову барного досвіду [9–12].

Попри наявні напрацювання, системний аналіз впливу середньовічних традицій на сучасну барну культуру, особливо в українському контексті, і надалі залишається недостатньо розробленим. Це визначає актуальність даного дослідження і потребу у поєднанні історичних та сучасних підходів у його виконанні.

Постановка завдання. Метою статті є з'ясування ролі середньовічної таверенної культури у формуванні сучасного барного досвіду в Україні та Європі. Це завдання має комплексний характер, адже воно охоплює як історико-культурний, так і сучасний економічний вимір індустрії гостинності. Необхідно окреслити функції та значення середньовічних таверн у історичному європейському та українському контекстах. Це дозволить виявити, яку роль відігравали подібні заклади у соціальній структурі тогочасного суспільства, які форми спілкування та взаємодії вони забезпечували, а також як вони впливали на організацію міського та сільського життя.

Також потрібно визначити особливості сучасної барної культури, елементами якої є не лише зовнішні атрибути, такі як інтер'єр, меню, стилізація, але й глибинні тенденції, такі як розвиток крафтового виробництва, популярність тематичних закладів та зміна ролі барів як місць соціальної інтеграції. Важливим завданням є використання результатів емпіричного дослідження – авторами проведено опитування відвідувачів барів, що дозволило зрозуміти, як сучасна аудиторія оцінює атмосферу, асортимент і загальний рівень послуг. Ці відомості допомагають співвіднести історичні традиції з актуальними запитами клієнтів і виявити точки перетину між минулим та сучасністю.

На основі досвіду європейських країн слід висунути практичні рекомендації щодо вдосконалення українського барного бізнесу. Йдеться не лише про можливість відтворення історичного антуражу чи використання традиційних напоїв, а й про розробку стратегії, яка поєднуватиме культурну спадщину з інноваційними підходами у сфері гостинності.

Виклад основного матеріалу. У ранньому середньовіччі подорожі були складним завданням через нестабільність загальної ситуації і відсутність інфраструктури. Проте вже з X–XII століть виникли торговельні шляхи та пов'язана з ними мережа таверн. Перші європейські таверни (від лат. *taberna*) давали змогу подорожнім і місцевим жителям поїсти, перепочити, перев'язати коней та обмінятися новинами [5]. Важливо, що в середньовічних тавернах змішувалися різні соціальні прошарки: як вказують дослідники, люди всіх станів могли спільно спілкуватися, «залишаючи за дверима свої звання» [6; 7]. Тут проводилися ярмарки, народні зібрання, а часом і суди. Меню було простим і складалося з хліба, м'яса та круп'яних страв, а основними напоями були пиво та ель, що подавали переважно у дерев'яних чашах. Життя в таверні мало не лише кулінарний, а й символічний вимір, адже спільне пиття алкогольних напоїв посилювало почуття громади і створювало атмосферу горизонтальної демократії, подібно до сучасних пабів [7].

Дослідниками встановлено, що в Україні корчма історично була одним із фундаментальних типів підприємств харчування, який відігравав не лише гастрономічну роль, але й символічну, це було середовище, що віддзеркалює етнічні мотиви, архітектурно-планувальні особливості та культурну ідентичність [4]. Це був тип закладу, який забезпечував не просто прийом їжі й напоїв, а формував товариство певного спільного життя, адже корчма могла бути розташована поблизу шляхів чи ярмарків, мала зони для приготування страв, спільного споживання і дозвілля. Архітектурні компоненти часто містили елементи народної архітектури, декоративні мотиви, що відсилали до локальних традицій.

Корчма була одним із ключових місць, де зберігалися практики прийому гостей, де відбувалося укріплення соціальних зв'язків у межах громади, і це передбачало певну форму гостинності не лише з боку власника, але й учасників спільноти, іншими словами – корчма також виконувала певну соціальну функцію в селянському середовищі як мультифункціональний заклад, що об'єднував харчування, гостинність і спілкування [3].

Таким чином, корчми й шинки на українських землях виконували комплексну роль. Вони були не лише пунктами харчування, але й важливими публічними просторами, де люди з різних верств суспільства могли збиратися разом, обмінюватися новинами, вести діалог. Роль архітектурного та етнічного антуражу в таких закладах підсилювала почуття спільності, культурної спадщини й ідентичності.

Традиції середньовічних шинків, таверн і корчм не зникли безслідно, вони радше трансформувалися і пристосувалися до нових умов, утворивши культурну основу для сучасного барного досвіду. Середньовічні заклади харчування культивували ідею публічного простору, відкритого для різних груп суспільства. Це формувало практики спільного споживання, гостинності та горизонтального спілкування – без чітких бар'єрів і статусу. Ці елементи стали ключовими моделями, які сучасні бари використовують як частину своєї привабливості та брендингу.

Архітектура, атмосфера, інтер'єр, оздоблення, матеріали та планування простору – усе це виконувало у середньовічних закладах не просто утилітарну функцію, а мало естетичний, ритуальний вимір, містила етнічні декоративні мотиви, локальні матеріали, і це створювало зв'язок із місцевістю і спадщиною [12]. У сучасних барах історичний антураж, ретро-матеріали, стилізовані меблі і тематичні вечори використовуються саме для відтворення атмосферної традиції минулого. Сучасні бари також використовують символізм споживання їжі – дегустації, меню з історією, відновлення старовинних рецептів як спосіб апелювати до культурної пам'яті народу.

Перехід супроводжувався змінами технологій, економічних умов, смаків. З розвитком торгівлі, подорожей і контактів між культурами середньовічні таверни почали

еволюціонувати, з'явилися пивоварні, заклади з більшим асортиментом, з покращеним сервісом, з більшим простором для спілкування. Сучасний барний бізнес в Україні і Європі прагне не просто імітувати середньовічний стиль, а інтегрувати його у конкурентну стратегію поєднуючи автентичність та якість. Це означає, що не всі історичні елементи були поновлені одразу, і не всі відповідають сучасним очікуванням. Але історичні моделі таверн, корчм, шинків заклали базу, яку сьогодні розгортають і переробляють під нові запити, включаючи соціальні, естетичні, туристичні, екологічні.

Нині в Західній Європі історична атмосфера широко використовується у ресторанно-барній сфері. Багато пабів у Великобританії й Ірландії працюють безперервно століттями. Наприклад, паб "Ye Olde Trip to Jerusalem" у Ноттінгемі, заснований 1189 р. [6]. У великих містах відкривають бари та ресторани «під середньовічні таверни»: наприклад, у Празі існують заклади з антуражем, що нагадує лицарські зали. Такі бари поєднують традиційні напої і страви з сучасним сервісом, часто демонструючи фольклорні шоу для гостей [5]. Водночас у Європі активно розвивається культура крафтового пива та медових напоїв. Дослідники фіксують, що на туристичних маршрутах з пивоваріння традиційні середньовічні техніки пивоваріння поєднуються з сучасними стандартами і фестивалями елю та меду. Таким чином, сучасний європейський барний бізнес робить акцент на зануренні в давні традиції, коли напої високої якості виробляють і подають в автентичних обставинах, що підвищує інтерес гостей до історії культури пиття. Особливо помітно зростає увага до унікальних локацій. Винні підвали, історичні інсталяції та інші колоритні місця надзвичайно приваблюють туристів і любителів локальних традицій [9].

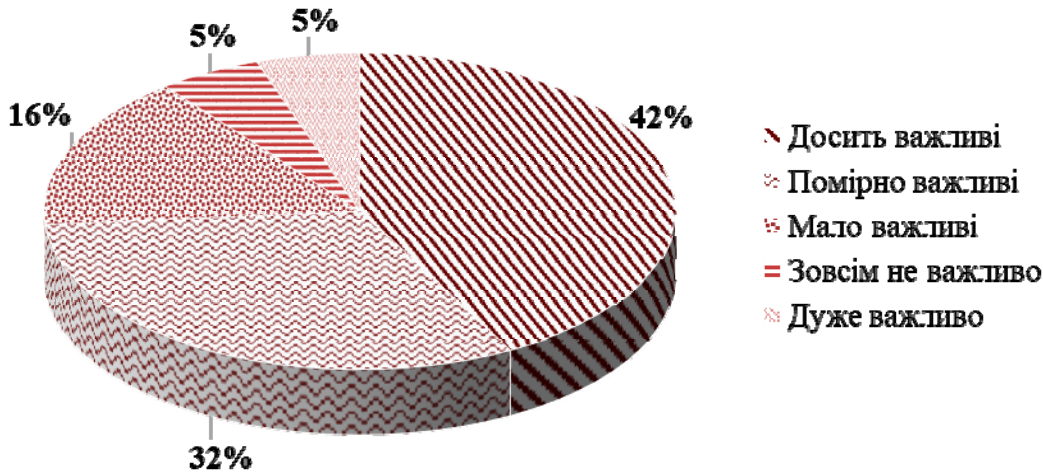
Аналіз сучасного барного бізнесу в Україні підтверджує його неоднорідний характер, коли поряд із масовими розважальними закладами, орієнтованими на просте споживання й шоуформати, з'являються концептуальні простори зі специфічним профілем. Однак наші емпіричні дані, у вигляді опитування проведеного серед старших курсів декількох університетів, показують, що головною мотивацією вибору бару для більшості респондентів є соціальна складова, тобто можливість спілкуватися з друзями та заводити нові знайомства. На другому місці – якість і різноманіття напоїв, тоді як історичний антураж або тематична атмосфера відіграють другорядну роль. Це свідчить, що сучасний гість сприймає бар передусім як простір соціальної взаємодії та якісного продукту, а не як майданчик для культурного занурення.

Питання про частоту вибору закладів з історичним або етнографічним колоритом показало, що найбільша частка респондентів відвідує такі заклади епізодично: 73,7% відповіли «дуже рідко», 15,8% – «іноді», 10,5% – «зовсім не надаю перевагу»; відповідей «часто» та «завжди» фактично не зафіксовано.

Оцінка значущості елементів автентичності для українських барів демонструє амбівалентність ставлення споживачів (рис. 1). Значна частина аудиторії цінує традиційні інтер'єри, автентичні напої та етнічну музику, що свідчить про наявність попиту на бари з вираженим національним та культурним характером. Водночас інша частина респондентів не вважає автентичність визначальним чинником при виборі закладу, що підкреслює розмаїтість очікувань відвідувачів і необхідність балансувати між атмосферними деталями та іншими аспектами сервісу. Така структура відповідей вказує на те, що автентичність залишається значимою, але не є універсальним критерієм привабливості барів.

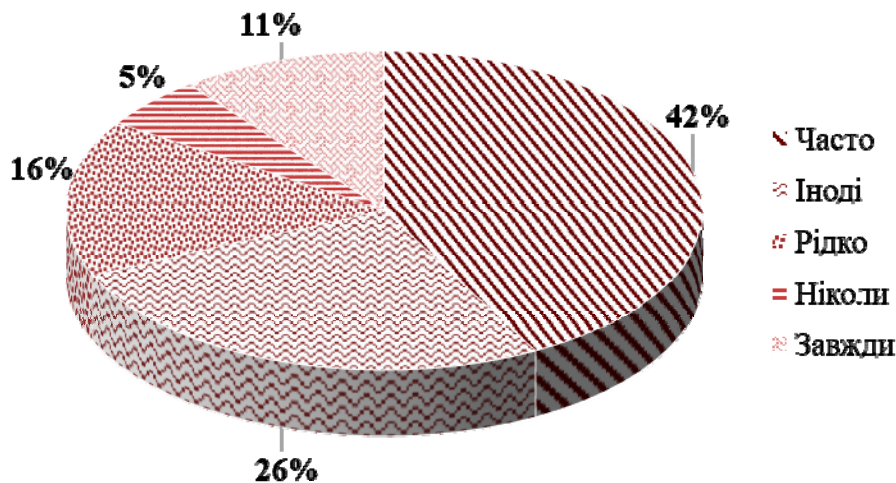
Окремо варто зупинитися на ставленні споживачів до крафтових та локальних напоїв (рис. 2). Опитування показало, що більшість респондентів регулярно обирають такі напої під час відвідування барів, що свідчить про їхню відкритість до крафтового сегменту та інтерес до локальних продуктів. Водночас лише невелика частка відвідувачів повністю ігнорує такі варіанти, що вказує на існування певної групи споживачів з більш традиційними

уподобаннями або з меншою увагою до новинок. Ця картина підкреслює, що крафтові та локальні напої вже мають свою нішу на ринку, але поки що не набули абсолютної домінанти серед відвідувачів барів. Вона також відображає потенціал для розвитку барів, які готові експериментувати з асортиментом, поєднуючи традиційні та інноваційні пропозиції для різних типів аудиторії.



Джерело: складено авторами на основі анкетування респондентів.

Рис. 1. Значущість елементів автентичності



Джерело: складено авторами на основі анкетування респондентів.

Рис. 2. Ставлення споживачів до крафтових і локальних напоїв

Короткі словесні відповіді респондентів підкреслюють цю подвійність: частина відвідувачів високо оцінює атмосферу, дизайн інтер'єру та можливість спробувати локальні напої, наголошуючи, що саме особлива атмосфера робить заклад пам'ятним і вирізняє його серед типових. Водночас інші відкрито зазначають, що не відвідують подібні місця, вважають історичний антураж зайвим або ж віддають перевагу швидкому, утилітарному харчуванню на кшталт «Макдональдз». Є й ті, хто зацікавлений радше гіпотетично («було б цікаво», «хотіла б»), що вказує на дистанційний інтерес, а не на готовність систематично відвідувати такі заклади. Ці відповіді свідчать, що автентичність здатна створювати

емоційний зв'язок із гостем, але не є достатньою мотивацією сама по собі без якісного продукту й сервісу.

Таким чином, сучасний український ринок барів демонструє дві взаємопроникні тенденції, де з одного боку, домінує потреба в соціальному просторі та якісних напоях, а з іншого існує помітний, але поки що не масовий запит на елементи історичної і культурної автентичності. Ми можемо зробити висновок про потенціал розвитку тематичних і культурних концептів у барній сфері України, однак оптимальною стратегією є інтеграція елементів автентики у вже сформовану споживчу парадигму, де головними пріоритетами залишаються соціальна взаємодія та якість напоїв. Це узгоджується з європейським досвідом, де історичний антураж використовується не ізольовано, а як частина комплексної пропозиції, що включає гастрономію, культурні події та комунікаційні простори.

На основі вищезазначених спостережень можна виокремити кілька напрямів розвитку барної справи в Україні. Передусім, важливим є використання історичного антуражу. Окремі заклади доцільно оформлювати у стилі середньовічних таверн, включати до меню традиційні автентичні напої, відтворені за старовинними рецептами. Серед них можуть бути пиво, медові напої чи локальний глінтвейн із прянощами. Практика мережі «Старгород» доводить, що поєднання давніх рецептів і якісного сучасного продукту здатне привабити відвідувачів та формувати унікальний імідж закладу [13].

Ще одним перспективним напрямом є організація тематичних заходів. Барна культура може органічно інтегруватися у середньовічні фестивалі, ярмарки, історичні реконструкції чи мистецькі вечори. Проведення спеціальних «середньовічних вечорів» у пабах, а також використання ігрових форматів, наприклад рольових ігор, допомагають відвідувачам відчувати атмосферу минулого та сприяють популяризації культурного контексту пиття.

Не менш важливим є навчання персоналу. Для підвищення якості обслуговування бармени й офіціанти повинні знати історію напоїв і традиції, пов'язані з ними. Уміння розповідати гостям цікаві історії про походження того чи іншого напою створює додаткову цінність і водночас підкреслює зв'язок закладу з регіональною культурою.

Варто також звернути увагу на запозичення успішних європейських практик, адаптуючи їх до українського ринку через сучасні локальні ініціативи, як, наприклад, PUB.UA під Пасажем. Цей проект, який позиціонує себе як «український паб» із локвар-кухнею та широким асортиментом крафтових напоїв, демонструє, як поєднання автентичних смаків і професійного барного сервісу може створити новий формат «національного пабу» в урбаністичному середовищі центральної вулиці міста. PUB.UA відкрито в локації Passage на Хрещатику і комунікує концепцію «локального крафту + урбаністичний формат» як свою конкурентну перевагу, що робить його корисним кейсом для аналізу та реплікації [14]. Запозичення з такого прикладу має кілька практичних вимірів: збереження та промоція регіональних рецептів у меню, розвиток власних напоїв як елементу брендингу, а також використання форматів подій, що підвищують частоту відвідування й залученість аудиторії. Ураховуючи ймовірні ризики, такі як нестабільність орендних умов у центральних локаціях, інформаційні скандали довкола відомих мереж, адаптація європейських практик через модель PUB.UA має включати чітку стратегію управління репутацією, диверсифікацію локацій і стандартизацію операцій для масштабування при збереженні локальної ідентичності.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Проведене дослідження показало, що середньовічна культура таверн, корчм та шинків не зникла безслідно, а трансформувалася й далі впливає на сучасний барний досвід. Її ключові риси включають відкрите спілкування між людьми різного соціального статусу, домінування локальних напоїв і прагнення до атмосферної автентичності, що цілком відповідає сучасним

очікуванням відвідувачів барів. Для клієнтів важливим стає не лише якість продукту чи рівень сервісу, а й можливість відчувати історичний контекст, «зануритися» в культурну пам'ять. Саме тому заклади, які свідомо відтворюють елементи історичного інтер'єру, відновлюють старовинні рецепти напоїв і використовують локальні символи, демонструють вищий рівень зацікавлення аудиторії. Такі бари стають не лише комерційними підприємствами, а й центрами культурно-історичного пізнання.

Результати анкетування підтверджують, що для сучасних споживачів важливі не тільки технологічні інновації чи розважальні формати, а й відчутний зв'язок із минулим. Це відкриває перспективу для розвитку конкурентних переваг у барній справі. Особливо актуальним є поєднання таких традицій із новітніми трендами – крафтовим виробництвом, тематичними фестивалями, туристичними маршрутами, які поєднують гастрономічні й культурні враження.

Подальші дослідження можуть зосередитися на кількох напрямках. По-перше, на більш детальному аналізі меню барів, що стилізуються під історичні, та вивченні способів відновлення стародавніх рецептів. По-друге, на оцінці туристичного потенціалу барних маршрутів, які поєднують культурну спадщину й гастрономічний досвід. По-третє, на вивченні ролі барів як носіїв і трансляторів культурної пам'яті – від античної таверни й середньовічної корчми до сучасного пабу.

References

Література

1. Likhtei, I. M., Nadtocka, H. M., & Korol, V. Yu. (2018). Vynyknennia i rozvytok mist. Istoriiia serednikh vikiv: navch. posib. dlia stud. vyshch. navch. zakl. spets. "Istoriiia" [The emergence and development of cities. History of the Middle Ages: a textbook for students of higher education majoring in "History"]. Kyiv: Kyiv. un-t im. B. Hrinchenka. Vol. 2. P. 125–139 [in Ukrainian].
1. Ліхтей І. М., Надтока Г. М., Король В. Ю. Виникнення і розвиток міст. Історія середніх віків: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. спец. "Історія". За заг. ред. Г. М. Надтоки. Київ: Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2018. Т. 2. С. 125–139.
2. Tarasiuk, M. (2022). Mistse khmilnykh napoiv u povsiakdennomu zhytti volynskoho mishchanstva y selianstva naprykintsi XV – u seredyni XVI stolittia [The place of intoxicating drinks in the everyday life of the Volyn bourgeoisie and peasantry in the late 15th – mid-16th centuries]. *Misto: istoriia, kultura, suspilstvo = City: history, culture, society: e-journal of urban studies*, No. 14, P. 188–203 [in Ukrainian].
2. Тарасюк М. Місце хмільних напоїв у повсякденному житті волинського міщанства й селянства наприкінці XV – у середині XVI ст. *Місто: історія, культура, суспільство: е-журнал урбаністичних студій*. 2022. № 14. С. 188–203.
3. Rusavska, V. A. (2013). Korchma yak zaklad ukrainskoi hostynnosti [Tavern as an institution of Ukrainian hospitality]. *Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadrov kultury i mystetstv = Bulletin of the National Academy of Management of Culture and Arts*, No. 4, P. 60–66. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdakkkm_2013_4_14 [in Ukrainian].
3. Русавська В. А. Корчма як заклад української гостинності. *Вісник Нац. акад. керів. кадрів культури і мистецтв*. 2013. № 4. С. 60–66. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdakkkm_2013_4_14
4. Hromniuk, A. (2020). Korchma yak ukrainskyi istorychnyi typ pidpriemstv kharchuvannia [Korchma as a Ukrainian historical type of catering establishments]. *Suchasni problemy arkhitektury ta mistobuduvannia = Modern problems of architecture*
4. Громнюк А. Корчма як український історичний тип підприємств харчування. *Сучасні проблеми архітектури та містобудування*. 2020. Вип. 58. С. 56–64. DOI: 10.32347/2077-3455.2020.58.56-64.

and urban planning, Vol. 58, P. 56–64. <https://doi.org/10.32347/2077-3455.2020.58.56-64> [in Ukrainian].

5. Dudkiewicz-Pietrzyk, M., Miłkowska, E., & Golianek, P. (2025). A Concept of Sustainable Revalorization of the Cultural and Historical Heritage of Red Tavern on Turystyczna Street in Lublin (Poland). *Sustainability*, No. 17(11), Art. 5189. DOI: 10.3390/su17115189

6. Clark, S., Leahy, C., & Hood, N. (2023). An exploration of recent trends in the number of British pubs and how these vary by neighbourhood type. *The Geographical Journal*, Vol. 189, P. 729–744. DOI:10.1111/geoj.12538

7. Corbellini, S., & Hoogvliet, M. (2025). Indoor public spaces and the mobility of religious knowledge in late medieval Deventer and Amiens. *Urban History*, No. 52(1), P. 14–37. DOI: 10.1017/S0963926823000524.

8. Bezruchko, L. S., Zhuk, Yu. I., & Fil, M. I. (2025). Kontseptualni vynni bary mista Lvova yak tsentry tvorennia innovatsiinoi barnoi kultury [Conceptual wine bars of Lviv as centers for creating innovative bar culture]. *Prychornomorski ekonomichni studii = Black Sea Economic Studies*, Vol. 91, P. 227–232 [in Ukrainian].

9. Manko, A., & Zhuk, Yu. (2023). Barna kultura – vazhlyva skladova formuvannia pozytyvnoho imidzhu zakladiv hostynnosti [Bar culture is an important component of forming a positive image of hospitality establishments]. In *Heohrafichna osvita i nauka: vyklyky i postup (Geographical education and science: challenges and progress: materials of the international scientific-practical conference dedicated to the 140th anniversary of geography at Lviv University, May 18–20, 2023)*. Vol. 3, P. 134–138 [in Ukrainian].

10. Balatska, N. Yu. (2020). Metodichniy pidkhid do vyznachennia napriamu rozvytku pidpriemstva restorannoho biznesu [Methodical approach to determining the direction of development of a restaurant business enterprise]. *Ekonomichniy prostir = Economic space*, No. 176 (5), P. 176–185. DOI: 10.32782/2224-6282/154-11 [in Ukrainian].

5. Dudkiewicz-Pietrzyk M., Miłkowska E., Golianek P. A Concept of Sustainable Revalorization of the Cultural and Historical Heritage of Red Tavern on Turystyczna Street in Lublin (Poland). *Sustainability*. 2025. № 17 (11). Art. 5189. DOI: 10.3390/su17115189.

6. Clark S., Leahy C., Hood N. An exploration of recent trends in the number of British pubs and how these vary by neighbourhood type. *The Geographical Journal*. 2023. Vol. 189. P. 729–744. DOI:10.1111/geoj.12538.

7. Corbellini S., Hoogvliet M. Indoor public spaces and the mobility of religious knowledge in late medieval Deventer and Amiens. *Urban History*. 2025. № 52 (1). P. 14–37. DOI: 10.1017/S0963926823000524.

8. Безручко Л. С., Жук Ю. І., Філь М. І. Концептуальні винні бари міста Львова як центри творення інноваційної барної культури. *Причорноморські економічні студії*. 2025. № 91. С. 227–232.

9. Манько А., Жук Ю. Барна культура – важлива складова формування позитивного іміджу закладів гостинності. *Географічна освіта і наука: виклики і поступ: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., присвяч. 140-річчю географії у Львів. ун-ті (Львів, 18–20 трав. 2023 р.)*. 2023. Т. 3. С. 134–138.

10. Балацька Н. Ю. Методичний підхід до визначення напрямку розвитку підприємства ресторанного бізнесу. *Економічний простір*. 2020. № 176 (5). С. 176–185. DOI: 10.32782/2224-6282/154-11.

11. Kozakova, O. M. (2014). Do pytannia evoliutsii funktsionalnoi prohramy hotelnykh budivel Zakhidnoi Ukrainy [On the issue of the evolution of the functional program of hotel buildings in Western Ukraine]. *Arkhitekturnyi visnyk KNUBA* = *Architectural Bulletin of the KNUBA*, Vol. 1, P. 35–49. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/avk_2014_1_7 [in Ukrainian].
12. Klymanska, L. D., Klimanska, M. B., Herasym, H. Z., Savka, V. Ye., Andreichuk, S. K., & Myshok, R. R. (2022). Historical and contemporary contexts of alcohol consumption in modern Ukraine. *Wiadomości Lekarskie*, Vol. 75, P. 1908–1913. DOI: 10.36740/WLek202208116.
13. Starhorod. Ofitsiyni sait merezhi restoraniv [Official website of the restaurant chain]. <https://www.stargorod.net/> [in Ukrainian].
14. Pub.Ua. First Ukrainian pub with lokvar cuisine and Ukrainian drinks. URL: <https://pubua.com.ua/en/>
11. Козакова О. М. До питання еволюції функціональної програми готельних будівель Західної України. *Архitekтурний вісник КНУБА*. 2014. Вип. 1. С. 35–49. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/avk_2014_1_7.
12. Klymanska L. D., Klimanska M. B., Herasym H. Z., Savka V. Ye., Andreichuk S. K., Myshok R. R. Historical and contemporary contexts of alcohol consumption in modern Ukraine. *Wiadomości Lekarskie*. 2022. Vol. 75. P. 1908–1913. DOI:10.36740/WLek202208116.
13. Старгород. Офіційний сайт мережі ресторанів. URL: <https://www.stargorod.net/>
14. Pub.Ua. First Ukrainian pub with lokvar cuisine and Ukrainian drinks. URL: <https://pubua.com.ua/en/>