

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет бізнесу і права
Кафедра готельно-ресторанного та туристичного бізнесу**

**ВПЛИВ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ НА РОЗВИТОК
РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ХЕРСОНЩИНИ**
Кваліфікаційна робота (проєкт)

Виконала: здобувачка 4 курсу 10-421 групи
Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа
Освітньо-професійна програма
Готельно-ресторанна справа
Павловська Олександра Федорівна

Керівник: к. соц. н., доц. Волошин Олександр
Володимирович

ЗМІСТ

ВСТУП	2
РОЗДІЛ 1. Гастрономічний туризм як фактор розвитку ресторанного бізнесу.	5
1.1. Поняття та сутність гастрономічного туризму. Світові тенденції та практика розвитку гастрономічного туризму.	5
1.2. Вплив гастрономічного туризму на економіку та ресторанний бізнес регіонів України.	8
1.3. Досвід розвитку гастрономічного туризму на Херсонщині.	12
1.3.1. Роль місцевих фермерських господарств у розвитку гастрономічного туризму.	12
1.3.2. Туристичні гастрономічні маршрути і фестивалі Херсонщини та їх вплив на розвиток ресторанного бізнесу в регіоні.	15
РОЗДІЛ 2. Повоєнна відбудова ресторанного бізнесу та перспективи розвитку гастрономічного туризму на Херсонщині.	23
2.1. Вплив воєнних подій на туристичний сектор регіону.	23
2.2. Державні та міжнародні ініціативи з відновлення ресторанного бізнесу. Труднощі та можливості розвитку гастрономічного туризму у післявоєнний період.	25
2.3. Стратегії просування Херсонщини як гастрономічно-туристичного напрямку. Пропозиції щодо розвитку гастрономічного туризму в регіоні.	28
2.3.1. Розробка концепції сезонного меню як інструменту приваблення туристів та розвитку ресторанного бізнесу.	32
ВИСНОВКИ	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	43
ДОДАТКИ	49

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасний туристичний ринок є надзвичайно динамічним, і одним із найперспективніших його напрямів є гастрономічний або ж кулінарний туризм. Він поєднує культурно-історичні традиції, регіональну кухню та ресторанний бізнес, формуючи унікальну пропозицію для тих, хто прагне набутися нового туристичного досвіду. Гастрономічний туризм не лише сприяє економічному зростанню регіонів, розвитку ресторанного бізнесу, а й слугує інструментом збереження та популяризації національної культурної спадщини.

Херсонщина, з її багатими сільськогосподарськими ресурсами, виноробними традиціями та географічним розташуванням, має значний потенціал для розвитку гастрономічного туризму. До 2022 року регіон активно формував гастрономічні маршрути, проводив фестивалі локальної кухні, сприяв розвитку фермерських господарств і виноробства. Однак, у зв'язку з воєнними діями, ресторанний бізнес Херсонщини зазнав значних втрат, а туристична галузь опинилася в стані глибокої кризи. У цьому контексті дослідження впливу гастрономічного туризму на розвиток ресторанного бізнесу Херсонщини, а також розробка стратегій його відновлення набуває особливої актуальності.

Розвиток гастрономічного туризму у післявоєнний період може стати ключовим фактором відродження регіонального ресторанного бізнесу та місцевої економіки загалом. Вивчення світового досвіду, адаптація ефективних стратегій відновлення та використання їх на практиці є важливим завданням сучасної туристичної та економічної політики та подальшого її розвитку.

Метою кваліфікаційної роботи є аналіз впливу гастрономічного туризму на розвиток ресторанного бізнесу Херсонщини, оцінка його стану до початку воєнних дій та розробка стратегій відновлення та подальшого розвитку в умовах післявоєнного відродження регіону.

Об'єктом дослідження виступають заклади ресторанного бізнесу Херсонщини.

Предметом дослідження є вплив гастрономічного туризму на ресторанний бізнес Херсонщини в контексті його довоєнного розвитку, сучасного стану та перспектив відновлення.

Для досягнення поставленої мети необхідно **вирішити наступні задачі:**

1. Дослідити поняття гастрономічного туризму та його вплив на економічний розвиток регіонів.
2. Проаналізувати світові тенденції розвитку гастрономічного туризму та успішні кейси його впровадження.
3. Дослідити стан ресторанного бізнесу та гастрономічного туризму на Херсонщині до початку воєнних дій.
4. Визначити наслідки воєнного впливу на ресторанний сектор регіону та виявити основні труднощі для його відновлення.
5. Запропонувати практичні стратегії розвитку гастрономічного туризму на Херсонщині з урахуванням світового досвіду та особливостей регіону.

Під час написання кваліфікаційної роботи були використані наступні **методи:**

- 1) **Первинний та вторинний збір даних** – використано при укладанні переліку використаних джерел та підборі довідкової інформації.
- 2) **Аналітичний метод** – використано при аналізі зібраної інформації щодо визначення сутності гастрономічного туризму, його впливу на економіку регіонів та особливостей функціонування ресторанного бізнесу.
- 3) **Метод порівняльного аналізу** – для оцінки світових практик розвитку гастрономічного туризму та можливості їх адаптації на Херсонщині.
- 4) **Метод прогнозування** – для визначення перспектив розвитку гастрономічного туризму в регіоні з урахуванням сучасних тенденцій та наявних ресурсів.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання отриманих результатів у сфері регіональної політики, туризму та ресторанного бізнесу. Запропоновані стратегії можуть бути застосовані державними установами, місцевою владою, бізнесменами та підприємцями для ефективного відновлення ресторанного сектору Херсонщини.

Окрім цього, у подальшій перспективі при повоєнній відбудові регіону, дослідження сприятиме розвитку нових гастрономічних маршрутів, популяризації місцевої кухні, налагодженню співпраці між ресторанним бізнесом і локальними виробниками. Відновлення гастрономічного туризму в регіоні сприятиме залученню інвестицій, створенню нових робочих місць та підвищенню туристичної привабливості Херсонщини.

Структура та обсяг роботи: кваліфікаційна робота викладена на 50 сторінках та складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (41 найменування) та додатків.

РОЗДІЛ 1. ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.

1.1. Поняття та сутність гастрономічного туризму. Світові тенденції та практика розвитку гастрономічного туризму.

Гастрономічний, або ж кулінарний, туризм є одним із найперспективніших напрямів сучасної туристичної індустрії. Його сутність полягає у подорожах, метою яких є знайомство з національними кулінарними традиціями, технологіями виробництва продуктів, а також участь у гастрономічних заходах, таких як фестивалі, дегустації, кулінарні майстер-класи, тощо. Питаннями дослідження гастрономічного туризму цікавляться багато вітчизняних науковців сфери гостинності, зокрема М. П. Мальська, М. І. Філь та І. Г. Пандяк, які вважають, що гастрономічний туризм є не лише засобом задоволення гастрономічних потреб туристів, а й потужним інструментом збереження та популяризації культурної спадщини [16].

Особливістю гастрономічного туризму є його багатофункціональність, адже він одночасно виконує рекреаційну, пізнавальну, економічну та соціокультурну функції. Він сприяє збереженню місцевих традицій, підтримує малий і середній бізнес, розвиває інфраструктуру та стимулює розвиток локальних виробників сільськогосподарської продукції. Як стверджують В. С. Ковешніков та В. В. Гармаш, винний та гастрономічний туризм формують унікальні туристичні дестинації, що сприяють розвитку регіональної економіки та збереженню місцевих кулінарних традицій [10].

Глобальний туристичний ринок демонструє значне зростання інтересу до гастрономічного туризму. Аналізуючи дані UNWTO Д. І. Басюк описує статистично цікаву картину: «88,2% респондентів вважають гастрономію стратегічним елементом формування іміджу регіону» [7, с. 9]. Відповідно, бачимо розвиток цієї сфери, адже вона також є економічно вигідною, особливо для ресторанного бізнесу. Це підтверджує той факт, що гастрономічний аспект подорожей часто стає визначальним фактором у виборі маршруту. Адже нерідко

туристи обирають напрямок подорожей спираючись на автентичні ресторанні заклади, особливо якщо вони мають привабливий інтер'єр і гарно оформлене меню; не менш важливим фактором є також репрезентація даних закладів у соціальних мережах.

Однією з ключових тенденцій є популяризація концепції «slow food», яка передбачає використання локальних продуктів, традиційних методів приготування страв і популяризацію традиційної гастрономічної культури, а також зменшення споживання фаст-фуду. Як зазначає низка дослідників, гастрономічний туризм фокусується та розвивається в напрямку автентичності, що виявляється у зростанні попиту на місцеві гастрономічні тури, візити на ферми та знайомство з традиційними техніками приготування їжі [7; 23; 36].

Ще однією важливою тенденцією є поєднання гастрономії з іншими видами туризму, зокрема з агротуризмом, екотуризмом та культурним туризмом. Винні тури у Франції, Італії та Іспанії часто передбачають не лише дегустацію вин, але й ознайомлення з процесом виноробства, що робить їх надзвичайно привабливими для туристів. Водночас зростає популярність кулінарних майстер-класів, під час яких туристи можуть не лише скуштувати місцеві страви, але й навчитися їх готувати під керівництвом відомих шеф-кухарів [7].

Гастрономічний туризм набуває все більшого значення для країн із розвиненою туристичною інфраструктурою. Такі країни, як Німеччина, Велика Британія, Італія, Франція, Іспанія, Греція та Японія активно використовують свої кулінарні традиції для залучення туристів. Деякі країни навіть зробили гастрономічний туризм частиною національної туристичної стратегії. Наприклад, у Франції гастрономія є частиною нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО, що робить її унікальною складовою туристичної привабливості. Там щорічно проводиться понад 2 тисячі гастрономічних заходів, серед яких багаточисленні фестивалі вина, сиру, морепродуктів та високої кухні [7; 33; 38].

У інших країнах Західної Європи гастрономічні фестивалі також стали потужним інструментом залучення туристів. В Іспанії великою популярністю користуються фестивалі тапас та паельї, які щороку приваблюють тисячі туристів,



Рисунок 1. Фестиваль La Tomatina в Іспанії.

а також фестиваль іспанського хамону. Найцікавішим фестивалем Іспанії в продовж багатьох років залишається La Tomatina – цей активний захід приваблює багатьох туристів. В Іспанії гастрономічний туризм активно підтримується державними програмами, які спрямовані на розвиток регіональних

кулінарних брендів та створення кулінарних маршрутів [38].

Іще одна країна, яка просуває ідеї гастрономічного туризму – це Італія, де на рівні локальних ініціатив спостерігається розвиток спеціалізованих гастрономічних маршрутів. У Тоскані, до прикладу, існує винний маршрут К'янті, що простягається від самого Риму, який включає дегустаційні зупинки у виноробнях, музеях вина та традиційних ресторанах, що й сприяє розвитку ресторанної сфери цілої країни. Також знаменитим є фестиваль піци у Пармі, там можна дізнатися про старовинні рецепти приготування тіста та томатного соусу, що передається багатьма італійськими сім'ями із покоління у покоління [38].

Німеччина також славиться своїми гастрономічними фестивалями, адже має свої цікаві кулінарні традиції. Одним із найвідоміших фестивалів є Октоберфест, що відбувається в Мюнхені та привертає сотні тисяч відвідувачів із усього світу. Учасники можуть скуштувати справжнє німецьке пиво із місцевих пивоварень, смакувати національними стравами, зокрема традиційними ковбасами. Фестиваль



Рисунок 2. Октоберфест у Німеччині.

фокусується на традиційності – зазначимо, що це проявляється не лише в їжі, а й зокрема у зібраному національному строї, у який одягнуті німці. Нерідко до проведення Октоберфесту залучаються й місцеві ресторани бізнеси. Крім того, багаточисленні регіональні фестивалі, такі як фестиваль шоколаду у Баден-

Вюртемберзі, демонструють багатство та різноманіття німецької кухні, залучаючи шанувальників їжі з усього світу.

Ще одним прикладом успішного розвитку гастрономічного туризму є Японія – там держава активно підтримує традиційні гастрономічні тури, що включають відвідування рибних ринків, ресторанів із традиційною кухнею та майстер-класи з приготування суші. Окрім того у Японії розвинута культура вуличної їжі, а оскільки дана сфера представлена переважно малими бізнесами, то залучення туристів сприяє розвитку малого підприємництва, зокрема у сфері ресторанного бізнесу, забезпечуючи стабільний дохід та стимулюючи зростання місцевої економіки. У Японії також активно розвивається концепція «washoku» – традиційної японської кухні, що включає особливий підхід до подачі страв та філософію збалансованого харчування. Це привертає увагу великої кількості туристів. Саме тому гастрономічні маршрути стають не лише способом пізнання місцевої культури, а й інструментом для збільшення туристичних потоків [41].

Таким чином, гастрономічний туризм є важливим складником туристичної індустрії, що сприяє економічному розвитку, популяризації культурної спадщини та формуванню позитивного іміджу дестинацій. Його подальший розвиток є перспективним напрямом як для окремих країн, так і для глобального туристичного ринку, зокрема активному впливу на ресторанний бізнес, що адаптується до потреб та запитів туристів, формуючи головний інструмент реалізації гастрономічного туризму.

1.2. Вплив гастрономічного туризму на економіку та ресторанний бізнес регіонів України.

Гастрономічний туризм, як окремий вид туристичної діяльності, в умовах сучасних соціально-економічних викликів набуває особливої актуальності. Його значення не обмежується виключно культурною функцією, натомість зростає його роль як чинника економічного зростання регіонів, стимулювання малого і середнього бізнесу, підтримки локального виробництва та активізації підприємництва у сфері гостинності та ресторанного бізнесу.

Як наголошують О.І. Коркуна, О. В. Никига та О. Г. Підвальна, гастрономічний туризм «використовує особливості харчування туристів не лише як базовий елемент надання послуг, (...) але й як окремий атрактивний складник дестинацій» [12]. Саме тому його розвиток безпосередньо пов'язаний із функціонуванням ресторанного бізнесу, аграрного виробництва, а також інфраструктурної мережі, що забезпечує доступність кулінарних локацій для внутрішніх та іноземних туристів.

В умовах децентралізації України територіальні громади отримали більше повноважень у плануванні та реалізації політики розвитку туризму. Це дало можливість ефективніше використовувати місцеві ресурси, включаючи гастрономічний потенціал. За даними досліджень низки науковців, найбільші переваги гастрономічного туризму полягають у його універсальності: він може розвиватися навіть за відсутності природних чи історико-культурних пам'яток, адже основою туристичного інтересу стає автентична кухня, що є елементом нематеріальної спадщини, та вважається такою, що передається «із вуст у вуста» [12].

На думку М. І. Лепкого та О. М. Левчука, гастрономічний туризм в Україні «сприяє збереженню кулінарної спадщини регіонів, економічному зростанню, формуванню позитивного іміджу та розвитку інновацій» [15]. Очевидним є і мультиплікативний ефект цього виду туризму. Йдеться, зокрема, про зростання зайнятості в регіонах, розвиток агропереробної сфери, ріст замовлень у сфері HoReCa (готелі-ресторани-кейтеринг), а також інтенсифікацію малого підприємництва, зокрема автентичних мережевих ресторанних закладів, фермерських господарств і локальних крафтових виробників. Тобто, можемо стверджувати, що такий механізм в економіці працює як добре налагоджена система взаємодії: гастрономічний туризм сприяє розвитку малого бізнесу, а малий бізнес в свою чергу підсилює розвиток гастрономічного туризму.

Ресторани, кафе, гастро-бари та тематичні заклади харчування стають не лише точками реалізації готових страв, а й такими собі комунікативними просторами, що транслиують регіональні цінності, культуру, автентичність та

ідентичність. І. О. Костиця та О. О. Білецька пропонують розглядати гастротуризм як своєрідну форму «реалізації стратегії публічної дипломатії». Така форма дипломатії дозволяє не тільки закріпити позитивний імідж України, але й просувати регіональні кулінарні традиції як туристичні продукти на міжнародному ринку [13].

У контексті розвитку ресторанного бізнесу гастрономічний туризм створює умови для інновацій, що базувалися б на традиційності – тематизації інтер'єрів, оновлення меню, запровадження концептуальних гастрономічних подій, як-от це вміло реалізовано у одному з ресторанів Києва – «Сто років тому вперед». Даний заклад фокусується на подачі автентичних українських страв у сучасній інтерпретації та



Рисунок 3. Інна Поперишнюк та Євген Клопотенко – засновники ресторану «100 років тому вперед».

закликає своїх відвідувачів відкинути уявлення про стереотипність традиційної кухні. Зазначимо також, що фестивалі регіональної кухні, гастроармарки, кулінарні майстер-класи сприяють розширенню цільової аудиторії закладів, формують нову культуру споживання та підвищують конкурентоспроможність на ринку.

За даними Всесвітньої туристичної організації, близько 30% витрат туриста припадає саме на харчування [12]. Цей показник вказує на значний фінансовий потенціал сфери громадського харчування, особливо враховуючи невичерпний туристичний потенціал галузі. Відтак, зростання попиту на гастрономічні тури автоматично стимулює розвиток суміжних секторів – постачання продукції, логістики, організації дозвілля, тощо. Варто зазначити, що гастрономічний туризм не лише використовує існуючі ресурси, але й заохочує до їх збереження та

постійного відтворення. Сприяючи популяризації старовинних рецептів, локальних інгредієнтів, автентичних кулінарних технік, цей вид туризму має ефект збереження нематеріальної культурної спадщини.

Однак, попри значні переваги, слід звернути увагу на труднощі, з якими стикається індустрія гостинності, зокрема у сфері гастрономічного туризму, в Україні. По-перше, недостатньо розвинена інфраструктура (зокрема у сільській місцевості) обмежує розвиток локальних маршрутів, а відтак і закладів громадського харчування. Це значно зменшує потік туристів у багатьох напрямках, зокрема прикладом може слугувати біосферний заповідник Асканія-Нова на території Херсонщини, що зазнав занепаду ще у довоєнні часи, адже велика кількість туристів відмовлялася від подорожі туди через складний маршрут. По-друге, бракує системної державної підтримки, особливо в частині фінансування місцевих проєктів пов'язаних зі сферою гастрономічного туризму. По-третє, рівень сервісу в багатьох закладах не відповідає очікуванням туристів. Тому розвиток цього сегменту потребує скоординованої роботи органів влади, туристичних операторів, кулінарних шкіл, закладів готельно-ресторанного бізнесу, тощо. Не слід також забувати про виклики війни, адже саме воєнний стан ставить на паузу, та навіть унеможлиблює розробки проєктів у сфері гостинності, особливо в регіонах, де відбуваються активні бойові дії; проте саме наявність закладів ресторанного господарства, що спрямовані на відновлення національної ідентифікації, що функціонують у більш мирних регіонах України, й досі приваблюють не лише внутрішніх туристів, а й міжнародних.

Підсумовуючи, варто зазначити, що гастрономічний туризм має значний потенціал перетворитися на потужний інструмент економічного стимулювання регіонів України. Він не тільки сприяє пожвавленню ресторанного бізнесу, але й формує нові економічні зв'язки, знижує відсоток безробіття, стимулює виробництво локальних продуктів і посилює брендинг як конкретного регіону, так і країни в цілому. Його розвиток потребує стратегічного бачення, взаємодії між різними секторами господарства та промисловості та популяризації на внутрішньому і міжнародному рівнях. Зазначимо також, що ресторанний бізнес у

даному контексті варто сприймати не лише як сферу закладів харчування, а важливий елемент туристичної інфраструктури, що репрезентує гастрономічну ідентичність регіону, адаптуючи свої пропозиції відповідно до сезонних і локальних особливостей, та формує привабливий і конкурентоспроможний продукт для різних категорій туристів.

1.3. Досвід розвитку гастрономічного туризму на Херсонщині.

Херсонщина є унікальним регіоном України, який поєднує багаті аграрні ресурси, сприятливі кліматичні умови та багатовікові кулінарні традиції, що створює неабиякий потенціал для розвитку гастрономічного туризму. Завдяки географічному розташуванню, регіон має доступ до Чорного та Азовського морів, а також саме місто збудоване на річці Дніпро; широкі степові простори та родючі ґрунти також сприяють вирощуванню широкого спектру сільськогосподарських культур. Саме це дозволило Херсонщині сформувати власну гастрономічну ідентичність, засновану на свіжих продуктах, сезонних стравах і локальних кулінарних практиках. У період до початку воєнних дій на території Херсонщини спостерігалася активізація зусиль громад, підприємців та туристичних операторів щодо створення гастрономічних маршрутів, проведення тематичних фестивалів і просування регіональних продуктів як туристичних атракцій.

1.3.1. Роль місцевих фермерських господарств у розвитку гастрономічного туризму.

У сучасних умовах трансформації туристичної галузі, що дедалі більше орієнтується на індивідуалізований досвід, локальність, автентичність і сталий розвиток, саме фермерські господарства посідають чільне місце у структурі гастрономічного туризму. На Херсонщині, регіоні, що здавна асоціюється з родючими землями, кліматичною сприятливістю для сільського господарства та глибоко вкоріненими традиціями кулінарної культури, фермерство набуває не лише економічної, але й культурної та туристичної ваги. Місцеві аграрії дедалі частіше стають не тільки виробниками сільськогосподарської продукції, а й

активними учасниками туристичних маршрутів, що формуються довкола концепції еногастрономічного туризму.

Сільськогосподарське виробництво в регіоні є не лише джерелом високоякісної продукції, а й носієм автентичного способу життя, який набуває символічної вартості для туристів, котрі прагнуть занурення в «реальне життя регіону». Саме на базі фермерських господарств дедалі частіше реалізуються ініціативи, пов'язані з дегустаційними турами, майстер-класами з приготування традиційних страв, етнографічними екскурсіями, що відображають побут, гастрономічні вподобання та сезонну циклічність сільського життя. Таким чином, господарства не лише сприяють розвитку нових форм туристичної діяльності, але й забезпечують сталість цього розвитку за рахунок симбіозу природних, культурних і економічних чинників.

Особливої ваги набуває феномен так званої «вінтажної кухні», який активно популяризується в межах проєктів, реалізованих на Херсонщині протягом останніх років, зокрема до початку воєнних дій. На прикладі відтворення страв за рецептами XIX – початку XX століття спостерігається тенденція до осмислення кулінарної спадщини як ресурсу не лише культурного, а й туристичного значення. Архівні рецепти, що зберігалися в родинах або були виявлені в історичних джерелах, знаходять нове життя завдяки ентузіазму кухарів, фермерів і рестораторів, які об'єднуються довкола спільної ідеї збереження і ретрансляції локальної кулінарної ідентичності. При цьому саме фермерські господарства забезпечують базу для реалізації такого підходу, адже саме вони надають продукти, максимально наближені до тих, які використовувалися в оригінальних рецептурах [4; 5; 29; 40].

Завдяки цілеспрямованим зусиллям аграріїв, які впроваджують екологічні та традиційні методи господарювання, формується особливий простір, у якому гастрономія постає не лише як результат споживання, а як культурний процес, укорінений у конкретному географічному середовищі. Саме сільські території Херсонщини мають потенціал стати платформою для розвитку нового формату гастрономічного туризму – такого, що будується на засадах взаємодії з природою,

відновлення культурної спадщини та етичного споживання. У цьому контексті село виступає не як периферія, а як центр смислових і гастрономічних інновацій, здатних привабити туриста нової генерації – освіченого, екологічно свідомого, зацікавленого у традиційному способі життя.

Так, важливим кроком стала офіційна реєстрація назви «Херсонський кавун» у липні 2024 року як географічного зазначення, що стало значущою подією у визнанні унікальності цього продукту та його тісного зв'язку з регіоном походження. Це рішення не лише закріплює за Херсонщиною право на використання цієї назви, але й підкреслює важливість захисту національної культурної та аграрної спадщини, особливо у такі складні часи для регіону [31].

Не можна оминати увагою і той факт, що фермерські господарства дедалі частіше стають суб'єктами креативної економіки, коли аграрне виробництво поєднується з елементами культури, мистецтва та туризму. Створення міні-брендів, організація гастрономічних фестивалів, кооперація з шеф-кухарями та фуд-блогерами, розвиток гастрономічних маршрутів (наприклад, таких як «Дорога вина і смаку Херсонщини») – усе це свідчить про зростаючу культурну роль фермерів, які з постачальників сировини перетворюються на провайдерів соціально й економічно значимого контенту. Саме завдяки цій трансформації гастрономічний туризм може виступати не лише як інструмент економічного пожвавлення, а й як засіб формування позитивного іміджу регіону.

У цьому контексті особливої уваги заслуговує соціальний вимір діяльності фермерських господарств у сфері туризму. Залучення місцевих жителів до організації харчування, логістики, а також культурного супроводу туристичних груп створює передумови для зміцнення громад та розширення можливостей працевлаштування. Фермери, які приймають у себе туристів, не лише демонструють продукт, але й формують культурний діалог, в якому місцеві традиції переосмислюються, зберігаються й отримують нові форми існування.

Отже, фермерські господарства на Херсонщині виступають не лише як об'єкти сільськогосподарської діяльності, але й як ключові агенти розвитку гастрономічного туризму, що здатні забезпечити його автентичність, сталість та

насиченість. Їхня роль у сучасних туристичних практиках зумовлена не лише економічною доцільністю, але й ширшим – соціокультурним значенням, яке важко переоцінити. Саме в їхній діяльності втілюється концепція гастрономічного туризму як подорожі не лише географічної, але й культурної, історичної, емоційної.

1.3.2. Туристичні гастрономічні маршрути і фестивалі Херсонщини та їх вплив на розвиток ресторанного бізнесу в регіоні.

У сучасних умовах переосмислення регіональної ідентичності та активізації внутрішнього туризму гастрономічні маршрути й фестивалі стають не лише засобами просування локального бренду, але й інструментами соціокультурної активізації, що об'єднують громади навколо спільної мети – збереження та популяризації кулінарної спадщини. Як і зазначалося вище, Херсонщина – до початку широкомасштабного вторгнення та навіть дотепер – демонструє яскравий приклад успішної інтеграції гастрономічного туризму в ширший контекст сталого місцевого розвитку.



Рисунок 4. Карта «Дороги вина та смаку Херсонщини».

Однією з найбільш впізнаваних ініціатив на теренах Херсонської області став туристичний проєкт «Дорога вина та смаку Херсонщини», запущений у партнерстві з проєктом ЄС «Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні». Даний маршрут, розроблений з урахуванням сільськогосподарських, ремісничих і туристичних об'єктів та ресторанних господарств, передбачає глибоке занурення туриста не лише в процес дегустації, але й у ланцюг виробництва, походження сировини, традиційних технік обробки та зберігання продукції[6]. Ми вже вище зазначали про подібні практики на міжнародному туристичному ринку.

Таким чином, гастрономія виводиться за межі споживання і стає об'єктом пізнання, дослідження, емоційного переживання й культурної ідентифікації. Саме для поповнення зупинок цього маршруту Асоціація виробників херсонського кавуна готувала проєкт патенту назви «Херсонський кавун» як географічного зазначення, але реалізувати його вдалося, нажаль, лише зараз, у період активних воєнних дій [31].

Окремої уваги заслуговує ініціатива «Херсонь. Вінтажна кухня» (далі – «Вінтажна кухня»), яка з 2019 року систематично привертає увагу широкого кола громадськості до забутих, але глибоко вкорінених у місцеву традицію рецептів та кулінарних практик. Ретроспективний аналіз гастрономії Херсонщини, що здійснюється під час відповідних фестивальних подій та презентацій, заснований на роботі з архівними джерелами, етнографічними нотатками та приватними кулінарними збірками, що передавалися в родинях із покоління в покоління. Розшифровка архівних записів далася непросто – адже величезна кількість рецептів була записана французькою мовою, але кирилицею, саме тому довелося залучити немало спеціалістів. Фестивальні заходи передбачають не лише приготування страв за старовинними рецептами, але й реконструкцію культурного контексту їхнього існування – побуту, традицій харчування, народних обрядів і свят [4; 5; 29; 40].

«Вінтажна кухня» мала також помітний вплив на місцеві ресторани, зокрема в закладі «Мускат» під керівництвом шеф-кухаря Олександра Шостака було

запроваджено спеціальне меню, орієнтоване на відтворення регіональних страв за історичними джерелами. До оновленого меню увійшли позиції, що базуються на рецептах кінця XIX – початку XX століття, зокрема це такі страви: гусь з бурячками, пулярда тулуз, груша по-херсонськи, гуляш по-угорськи, філе де-во соте под бурсі. Відбір страв здійснювався з урахуванням кулінарних нотаток, зібраних у межах ініціативи, а також локальної сезонності продуктів. Запровадження даних позицій до свого меню продемонструвало прагнення ресторану інтегрувати історичну спадщину в реалії сьогодення – і це вийшло досить вдало, адже відвідувачі закладу проявили неабиякий інтерес до даного меню та залишили немало позитивних відгуків.

Окрім ресторану «Мускат», участь у «Вінтажній кухні» брали й інші заклади громадського харчування. Серед них можна відзначити ресторан «Пан Отаман», ресторан «Кабанос», міський пивний ресторан «Корбетт», ресторан «Олівія», ресторан «Міраколі» та паб «Джон Говард», які також експериментували із відтворенням історичних страв. Проте варто зазначити, що окремого меню дані ресторанні заклади не створили, проте включили декілька «вінтажних» страв до свої діючих на той час пропозицій. Ці заклади намагалися адаптувати «вінтажні» рецепти до сучасних смакових уподобань, при цьому зберігаючи автентичність технік приготування та інгредієнтів, характерних для Херсонського регіону. Зокрема, на фестивалях та тематичних гастрономічних вечорах відбувалися презентації меню, що включали сезонні позиції, створені на основі досліджень історичних джерел. Це дозволило також підвищити культурно-гастрономічну привабливість цих закладів і залучити ширшу аудиторію.

Особливого значення в рамках розвитку гастрономічного туризму на Херсонщині набуває діяльність туристичної ініціативи Херс.ON, заснованої братами Павлом та Олексієм Білецькими. Історія цієї родинної справи є прикладом трансформації туристичного підприємництва у стійку культурну ініціативу, що є прикладом соціального та патріотичного активізму. До початку широкомасштабної війни тури, які вони пропонували, були сконцентровані навколо пізнання місцевої культури через гастрономію, наприклад: пивні тури,

винні маршрути, екскурсії до сироварень, дегустаційні сесії на базі фермерських господарств. Серед діючих на той момент турів слід виокремити одноденні екскурсії Херсоном і його околицями, що включали дегустації місцевих вин і крафтових продуктів, ознайомлення з гастрономічною історією міста, зокрема в контексті мультикультурної спадщини [28].

Унікальність маршрутів, розроблених командою Херс.ON, полягала у синтезі локального досвіду, кулінарної автентики та історичної насиченості; отже, розглянемо кілька із них.

- Авторська гастрономічна екскурсія *«Жуй! Відчуй! Подорожуй!»* – це не просто дегустація страв, а справжня подорож у часі та культурі півдня України. У затишній атмосфері ресторану «Мускат» відвідувачі занурювалися в історію регіону через смакові відчуття, відкриваючи для себе страви, які колись смакували козаки, а також французи, австрійці та англійці, що приїздили до Херсонщини розвивати місто. Гід розповідав захопливі історії про те, як козаки рятували солдатів Суворова від голоду, як французи навчали херсонців їсти устриці, та які страви подавалися в місцевих ресторанах для австрійських монархів. Учасники екскурсії мали можливість скуштувати фірмовий угорський гуляш з херсонською родзинкою, локальну страву «гусак з бурячком», груші з козячим сиром і в'яленим м'ясом, а також насолодитися південним авторським вином. Цей гастрономічний тур був створений у партнерстві з проектом «Херсонь. Вінтажна кухня» та рестораном «Мускат» [28].
- Авторська гастро-екскурсія *«Пивні традиції Півдня»* – це ще одна душевна мандрівка, що поєднувала дегустацію хмільного напою з історією його виникнення та локальними легендами пивоваріння. У самому серці Херсона, в затишному пабі, відвідувачі поринали у розмову про економічне та культурне значення пива, відкриваючи для себе різницю між його видами та особливості процесу пивоваріння. Особливе місце в екскурсії посідало знайомство з продукцією локальної броварні, що продовжує традиції степового пивоваріння. Екскурсія була створена у

співпраці із закладом «John Howard Pub» та місцевою степовою броварнею «Дрофа» [28].

- *Винний тур до Шато Трубецького* – це захоплива мандрівка у світ благородних вин та дворянської історії, яка відкриває перед мандрівником унікальну атмосферу південного виноробства України. Розташоване в мальовничому селі Веселе, за 75 кілометрів від Херсона, Шато Трубецького є єдиним історичним виноробним маєтком в Україні, що зберіг автентичну архітектуру, рецепти виноробства та дух епохи. Засноване князем Петром Трубецьким наприкінці XIX століття, це місце стало осередком витонченого виноробства, основою якого стали, насамперед, родючі ґрунти та добре розвинене сільське господарство. Тут, на сонячних схилах над Дніпром, культивувались благородні сорти винограду, серед яких були як класичні європейські, так і адаптовані до степового клімату місцеві види. У прохолодних кам'яних підвалах витримувались тисячі пляшок вина, що дозрівали у тиші й темряві, набуваючи глибини смаку. Під час екскурсії відвідувачі мали можливість доторкнутися до історії виноробства, побувати у виробничих залах, пройти шляхом виноградної лози та відвідати спеціально облаштовані дегустаційні кімнати, де кожен вид вина відкривав багату палітру ароматів і смаку. Додатковими точками на маршруті були водоспади в степу та литовська дозорна вежа Вітовта, що розташована неподалік Шато [28].
- *Гастрономічна подорож до екоферми «Лиманська коза»* стала містком в світ автентичного фермерського життя. В оточенні лиманів і степу сім'я Білозеренків з нуля побудували простір, де кожна кізочка мала своє ім'я, а кожен шматочок сиру – свою історію. Відвідувачі мали змогу познайомитися з пухнастими мешканками ферми, дізнатися про тонкощі натурального сироваріння, а головне – скуштувати до шістнадцяти видів крафтового козячого сиру, серед яких – як класичні, так і авторські рецепти з травами, спеціями чи навіть пліснявою [28].

- Вулиця Суворова, нині Європейська, в Херсоні – це справжній театр історій, ароматів і настроїв. Саме тут відбувалися іще дві авторські екскурсії – «Суворовська» та «Різдвяна Суворовська», які перетворювали звичайну прогулянку на захопливу подорож у часі та культурі. Учасники могли продегустувати локальні сири (з тієї самої екоферми «Лиманська коза»), насолодитися ароматним херсонським какао та фірмовим тортом «Херсон» у затишному кафе «Амічі», а завершували екскурсію традиційним коктейлем у затишному барі. А на Різдво гості дізнавалися про традиції святкування Нового року та Різдва в Херсоні понад сто років тому, слухали легенди та історії, що передавались з покоління в покоління, і насолоджувались святковими напоями та частуваннями [28].

У запропонованих маршрутах Херс.ON було реалізовано принцип занурення – відвідувач не лише куштував готову продукцію, але й дізнавався про особливості ґрунтів, мікроклімату, сортів винограду чи технології виробництва пива або сиру, що дозволяло відчути автентичність. Однак із початком широкомасштабної війни діяльність братів Білецьких набула нового значення – туристичний бізнес тимчасово було переорієнтовано у волонтерську структуру, що займається логістикою, зокрема забезпеченням ЗСУ та цивільних [18].



Рисунок 5. Дегустація локальних сирів в ресторані «Міраколі» під час екскурсії «Суворовська».



Рисунок 6. Екскурсія винними підвалами Шато Трубецького.

Варто зазначити, що кожна із цих екскурсій співпрацювала із місцевими малими і середніми бізнесами та сільськими господарствами, що сприяло розвитку не лише гастрономічного туризму в регіоні, а також підтримувало локальних виробників та розвивало економічний потенціал регіону. Саме завдяки цій взаємодії екскурсійні маршрути наповнилися автентичним змістом. Такий підхід, на нашу думку, і має реалізовуватись у майбутньому при повоєнній відбудові готельно-ресторанної та туристичної сфер регіону, залучаючи усі можливі ресурси та створюючи таку систему їх взаємодії.

Окремо зазначимо, що саме завдяки активній екскурсійній діяльності братів Білецьких у межах ініціативи Херс.ON, локальні ресторани заклади не лише виступали партнерами у проведенні міських екскурсій, але й отримували сталу підтримку як майданчики для дегустацій та презентацій локальних продуктів. Такі ресторани, як «Мускат», «Міраколі», «Амічі», «John Howard Pub» та інші, стали інтегрованими елементами авторських маршрутів, що суттєво підвищило їхню відвідуваність та сприяло розширенню клієнтської бази. Взаємодія з екскурсійними проектами стимулювала заклади до включення в меню локальних інгредієнтів, автентичних рецептів та до розробки спеціальних дегустаційних пропозицій. Таким чином, туристична ініціатива не лише сприяла збереженню гастрономічної спадщини, але й відіграла роль каталізатора економічного зростання ресторанної сфери Херсонщини.

У 2025 році, попри активні бойові дії, на Херсонщині заплановано проведення обласного фестивального змагання ідей під назвою «Смакуємо в рідному селі!». Цей захід ініційовано Департаментом реалізації гуманітарної політики Херсонської обласної державної адміністрації з метою активізації культурного життя в сільських громадах та популяризації місцевих гастрономічних традицій. Фестиваль спрямований на виявлення та підтримку креативних ідей, що сприяли б розвитку гастрономічного туризму в сільській місцевості, а також на збереження та відновлення кулінарної спадщини регіону. Участь у змаганні передбачає представлення оригінальних концепцій, які можуть бути реалізовані в конкретних селах Херсонщини, з акцентом на використання

місцевих продуктів, традиційних рецептів та культурних особливостей. Таким чином, фестиваль «Смакуємо в рідному селі!» виступає не лише як платформа для обміну ідеями, але й як інструмент стимулювання економічної активності та культурного відродження сільських територій. Дана ініціатива стане надзвичайно корисним інструментом у подальшій повоєнній відбудові регіону, особливо у сфері готельно-ресторанного бізнесу та туризму [19].

Отже, гастрономічні маршрути та фестивалі на Херсонщині виконують не лише розважально-туристичну функцію, але й відіграють вагомую роль у конструюванні регіональної ідентичності. У перспективі, подібні ініціативи мають потенціал стати не лише привабливими туристичними напрямками, але й формою культурної дипломатії, що представлятиме Херсонщину на міжнародній арені.

РОЗДІЛ 2. ПОВОЄННА ВІДБУДОВА РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ НА ХЕРСОНЩИНІ.

2.1. Вплив воєнних подій на туристичний сектор регіону.

Починаючи з 24 лютого 2022 року, ресторанно-туристична галузь України, що тривалий час демонструвала стійке зростання, опинилася в умовах безпрецедентної кризи. Збройна агресія проти України спричинила руйнівні наслідки не лише для інфраструктури та демографічної ситуації, а й для HoReCa сектору, який традиційно відігравав важливу роль у соціально-економічному розвитку регіонів, зокрема східних та південних областей, таких як Херсонщина.

Сфера гостинності була і є одним із ключових чинників економічного зростання в багатьох країнах світу. В Україні ж, ще до початку широкомасштабної війни, даний сектор мав потенціал стати провідним напрямом післяпандемічного економічного відновлення, але війна перекреслила багато з наявних на той час стратегій і планів. З самого початку збройної агресії було знищено не лише інфраструктуру, але й було завдано удар по сфері працевлаштування, логістичних зв'язках, рівні інвестиційної привабливості, іміджу регіонів та довірі до безпечності подорожей у межах країни [11].

Особливо відчутно війна вдарила по південних регіонах, таких як Херсонська область, яка через окупацію та знищення значної частини території опинилася на межі гуманітарної та екологічної катастрофи. Відповідно до аналітики Г. Щидловської, фактичне знищення туристичної інфраструктури області, зокрема курортів Арабатської стрілки, баз відпочинку, ресторанних закладів та сільських зелених садиб, стало наслідком як прямого руйнування, так і втрати безпеки пересування, що зробило туристичну діяльність фактично неможливою. Туристично-ресторанний бізнес, який до 2022 року активно розвивався завдяки підтримці локальних ініціатив, таких як гастрономічні та екскурсійні проєкти Херс.ON, втратив не лише інфраструктурну основу, але й цільову аудиторію [18; 35].

Важливим чинником занепаду HoReCa сектору в Україні загалом стала масова міграція, адже почалось переміщення населення – передусім вимушене. За словами В. Козачиної та С. Цвілого, «війна (...) порушила сферу туризму, порушила фінансові, енергетичні зв'язки та спричинила інфляцію, кризові явища як в Україні, так і по всьому світу». Зростання кількості внутрішньо переміщених осіб (ВПО) призвело до того, що інфраструктура багатьох безпечніших регіонів була перенавантажена, що також ускладнило розвиток туризму та готельно-ресторанної сфери у більш безпечних регіонах України [11].

Не менш важливим є вплив війни на конкретно гастрономічний туризм, який в умовах мирного часу вважався перспективним напрямом розвитку внутрішнього туризму і каталізатором розвитку ресторанного господарства. Дослідники наголошують, що гастрономічний туризм, завдяки своїй прив'язаності до локальної ідентичності та місцевої кухні, є потужним інструментом соціокультурної консолідації і економічного підйому [3]. Однак реалії війни обмежили можливості реалізації цього потенціалу, оскільки значна частина подій, таких як фестивалі, ярмарки та майстер-класи, була скасована або перенесена.

Російсько-українська війна також мала негативний вплив й на міжнародному рівні. Через обмеження повітряного простору, зростання цін на енергоносії та загрозу логістичної нестабільності, багато європейських туристів утрималися від подорожей не лише в Україну, але й у суміжні країни. Так, згідно з дослідженням В. Козачиної та С. Цвілого, війна в Україні могла вплинути на туристичний сектор Німеччини, Туреччини та Греції не лише політично, а й економічно – зокрема через подорожчання нафти та газу. Це свідчить про глибоку інтеграцію українського туристичного ринку в європейське середовище, а також про взаємозалежність міжнародних туристичних потоків [11].

Проте в умовах війни було зафіксовано і певні позитивні зрушення. У відносно безпечних регіонах України заклади готельно-ресторанної сфери адаптувалися до нових умов, підтримуючи місцеву економіку й демонструючи стійкість до кризових явищ [3]. Багато з них переорієнтувалися на внутрішній туризм, пропонуючи послуги, адаптовані до потреб українських туристів і ВПО.

Зокрема низка кав'ярень та кафе із Херсона релокувалися до Одеси, Львова та Києва; така практика спіткала навіть деякі сільськогосподарські бізнеси, зокрема екоферму «Лиманська коза». Це свідчить про наявність потенціалу для відновлення та переосмислення туристичної і готельно-ресторанної галузі у післявоєнний період.

Херсонщина, як регіон із сильними традиціями сільського, гастрономічного та екологічного туризму, після завершення широкомасштабної війни має всі шанси стати символом національного відновлення через сферу гостинності. Необхідним для цього є створення безпечних умов, інвестиції в відбудову інфраструктури, а також розробка стратегічних програм. Як зазначають В.О. Бойко та Д. С. Кривенко, досвід інших країн засвідчує, що туризм може відігравати ключову роль у пост конфліктному економічному відновленні, особливо якщо він інтегрує місцеві ресурси та культурну спадщину [2].

Отже, воєнні події стали водночас і катастрофою, і стимулом до переосмислення ролі туризму в економіці регіону. Туризм на Херсонщині зазнав глибокої трансформації, і його подальший розвиток та повоєнна відбудова залежить від здатності адаптуватися до нових труднощів, інтегруючи досвід антикризового управління, локальних ініціатив і міжнародної підтримки.

2.2. Державні та міжнародні ініціативи з відновлення ресторанного бізнесу.

Труднощі та можливості розвитку гастрономічного туризму у післявоєнний період.

У реаліях повоєнної відбудови ресторанна галузь України поставатиме не лише як сегмент економіки, що потребує відновлення, а й як важливий інструмент соціальної стабілізації та формування національного іміджу на міжнародній арені. Широкомасштабна війна завдала потужного удару по структурі HoReCa-сектору: як і зазначалося вище, було зруйновано об'єкти інфраструктури, порушено логістику постачання, зменшено купівельну спроможність населення, а частина підприємців була вимушена зупинити або трансформувати свою діяльність. Водночас, ці труднощі стали поштовхом для формування нових підходів до

відновлення та розвитку ресторанного бізнесу, що ґрунтувалися б великою мірою на поєднанні державних, міжнародних та громадянських ініціатив.

Згідно з аналітичними даними, починаючи з 2022 року, державна підтримка готельно-ресторанного бізнесу в умовах війни мала обмежений, але символічно важливий характер. Частина закладів була реорганізована у гуманітарні хаби, центри допомоги для ВПО або пункти харчування для постраждалих. Як зазначають О. Мізюрко та К. Компанець, саме такі громадянські ініціативи, попри відсутність системного фінансування, дозволили утримати життєздатність підприємств і зберегти частину кадрового потенціалу [17].

У центрі уваги державних стратегій, на нашу думку, має бути створення спеціальних програм фінансування національного гастрономічного туризму, а також ініціатив із підтримки малого та середнього підприємництва в сфері ресторанного бізнесу. Важливо враховувати не лише інфраструктурні збитки, а й потребу у відновленні довіри до галузі, яка в умовах бойових дій зазнала репутаційного тиску. Як слушно зазначають І. В. Бурачек, Д. С. Панасюк та Д. І. Ярмолук, розвиток гастрономічного туризму є перспективним напрямом, здатним не лише пожвавити економіку, а й зберегти національну кулінарну та культурну спадщину [3].

Міжнародна спільнота вже продемонструвала готовність підтримувати галузь. Ще на початку широкомасштабного вторгнення були відомі масові випадки бронювання квартир або готелів іноземцями на платформах AirBnB та Booking.com задля підтримки туристичної сфери України. Окремі готелі навіть пізніше розпочали акцію «Відвідай Україну в майбутньому», завдяки якій туристи можуть забронювати проживання на майбутнє, що дозволяє підтримати заклади вже сьогодні [27]. Такі програми, як підтримка через USAID, GIZ або UNDP, прямо чи опосередковано охоплюють підприємства гастрономічного туризму – через навчальні гранти, фінансування проєктів розвитку локального бізнесу або відновлення культурних локацій та інфраструктури, тощо. Крім того, активна участь міжнародних організацій у розвитку креативних індустрій і малого

підприємництва формує основу для довготривалого партнерства у відбудові туристичної та готельно-ресторанної сфери України.

Разом із тим, наявні ініціативи ще не охоплюють всіх регіонів однаковою мірою. У багатьох випадках об'єкти в деокупованих або прифронтових територіях залишаються поза межами фокусної уваги як державних, так і міжнародних структур. Саме тому постає необхідність розробки диференційованої стратегії відновлення, в якій Херсонщина має посісти особливе місце. Адже саме цей регіон є прикладом успішного розвитку готельно-ресторанного підприємництва ще у довоєнні часи, що було значною мірою підкріплене гастрономічним туризмом, локальним підприємництвом та громадянським активізмом у даній сфері.

Варто окремо зазначити, що у цьому контексті справді важливою постає роль громадянського активізму та ініціатив, що надходять від окремих осіб, громад, спільнот, тощо. Ті локальні спільноти, ресторатори, шеф-кухарі, активісти, що організовували фуд-фестивалі, кулінарні майстер-класи, благодійні гастроподії до початку широкомасштабної війни, не лише підтримували місцеву економіку, а й формували туристичну привабливість регіону. На прикладі проєктів братів Більцьких бачимо, як завдяки особистій ініціативі гастрономія може перетворитися на потужний інструмент локального брендингу та розвитку ресторанного бізнесу, а отже просування подібних практик вважаємо необхідним до впровадження задля повоєнної відбудови готельно-ресторанної сфери Херсонщини.

Окремої уваги потребує проблема інвестицій. За даними дослідження О. Мізюрко, іноземні інвестори вже зацікавлені у розвитку апарт-готелів та гнучких форматів готельно-ресторанного бізнесу, які передбачали б високу адаптивність до кризових ситуацій. Проте відсутність гарантій безпеки, інфляційний тиск та недостатня координація дій на рівні регіональних органів влади гальмують реалізацію потенціалу інвестування [17]. Якщо Україна прагне інтегруватися до європейської економіки, то важливо розробити довгострокові механізми державного партнерства із підприємцями та іноземними інвесторами, що

включатимуть податкові пільги, страхування ризиків для інвесторів та правові гарантії стабільності.

Херсонщина, яка протягом десятиліть формувала свої гастрономічні традиції через виноробство, баштанництво, рибальство та багатонаціональність кулінарних звичаїв, має потенціал стати символом відродження національного гастрономічного туризму. Відновлення гастрономічних маршрутів, фестивалів, створення гастрономічних конкурсів на кшталт «Смакуємо у рідному селі!», відновлення традицій козацької кухні та залучення молодих підприємців через державні гранти і навчальні програми може забезпечити стабільний економічний розвиток регіону.

Отже, підсумовуючи зазначимо, що відновлення готельно-ресторанного бізнесу в Україні є багатоаспектним процесом, що потребує комплексного підходу – від централізованої політики держави і підтримки міжнародної спільноти до активної ролі локальних ініціатив і суспільства. Гастрономічний туризм може стати не лише економічно вигідним напрямком розвитку готельно-ресторанної сфери, а й формою національного наративу про стійкість, ідентичність і гідність. Тільки через консолідацію зусиль на всіх рівнях можна досягти справжнього відродження цієї галузі.

2.3. Стратегії просування Херсонщини як гастрономічно-туристичного напрямку. Пропозиції щодо розвитку гастрономічного туризму в регіоні.

Після початку широкомасштабної війни туристична галузь України, зокрема й Херсонщини, зазнала суттєвих втрат. Разом з тим, як наголошують І. В. Бурачек, Д. С. Панасюк та Д. І. Ярмолук, гастрономічний туризм в умовах війни зберігає потенціал для стимулювання соціально-економічного розвитку регіонів, навіть у кризові періоди, адже він «допомагає залучати туристів через унікальний кулінарний досвід» [3]. Херсонщина, як південний аграрний край із багатою гастрономічною традицією, має всі передумови для формування, унікального гастрономічного бренду, який може стати ключем до її туристичного відродження. Вже зараз на тлі поступової деокупації частини територій Херсонської області та

формування стратегій післявоєнного відновлення актуалізується питання нового позиціонування регіону в туристичному просторі України та світу. Одним із перспективних напрямів розвитку Херсонщини є саме гастрономічний туризм, що здатний відновити нашу культурну спадщину, зокрема нематеріальну її частину, активізувати аграрні ресурси, переосмислити традиції місцевої кухні та сучасний підхід до організації дозвілля.

Гастрономічний туризм, за визначенням Всесвітньої туристичної організації, охоплює всі види активностей, пов'язаних із культурою харчування – від дегустацій та кулінарних турів до участі у фестивалях і кулінарних майстер-класах. Як зазначають науковці, навіть в умовах війни цей напрям туризму демонструє високу адаптивність і може забезпечити не лише підтримку локального бізнесу, а й відновлення економічної активності регіонів, залучення інвестицій, популяризацію культури та збереження національної ідентичності [3]. Саме гастрономія сьогодні є тим культурним кодом, який дозволяє зануритись у світ традицій та побуту певної місцевості, відчути її смак, аромат і настрій.

Завдяки кліматичним умовам і сільськогосподарському потенціалу Херсонщина здавна славилася вирощуванням овочів, баштанних культур, фруктів, винограду. Саме херсонські кавуни стали офіційним символом регіону, отримавши географічне зазначення. Крім того, до війни тут активно розвивалися фермерські господарства, виноробні, локальні крафтові виробництва, які могли б стати ядром нових гастрономічних маршрутів. Водночас війна поставила перед туризмом нові виклики – безпека, доступність логістики, відновлення зруйнованої інфраструктури, переосмислення маркетингових стратегій. Як підкреслює В. В. Царук, лише впровадження нових моделей управління туристичною сферою, зокрема створення регіональних організацій управління DESTINACIAMI (DMO), зможе забезпечити ефективну координацію зусиль на державному, місцевому та приватному рівнях і забезпечити стале відновлення туризму в Україні загалом та в регіонах зокрема [32].

Враховуючи стратегічне значення гастрономії для туристичної привабливості територій, а також зважаючи на міжнародний досвід, просування Херсонщини як

гастрономічного регіону повинно ґрунтуватися на кількох ключових підходах. Насамперед ідеться про створення системного регіонального гастрономічного бренду. Це має бути не лише візуальна айдентика, а ціла система маркування продуктів, гастрономічних об'єктів і подій, які репрезентують унікальність страв херсонської кухні. До таких можна віднести автентичні страви з риби, як-от борщ зі смаженими карасями, овочеві асорті та різносоли, як-от квашені кавуни, традиції виноробства та пивоваріння, кулінарні практики козаків та переселенців з різних регіонів, що формували культуру Півдня України. Г. І. Гапоненко та ін. у своєму дослідженні підкреслюють важливість роботи з нематеріальною культурною спадщиною регіону, адже гастрономія – це не лише їжа, а й історії, рецепти, традиції, передані з покоління в покоління [21].

Невід'ємною складовою стратегії має стати створення гастрономічних маршрутів, які охоплювали б не лише дегустаційні локації, а й елементи культурної, природної та історичної спадщини, як це було уміло втілено у екскурсіях турагенства Херс.ON. Таким чином, гастрономічний туризм може бути інтегрованим у ширший туристичний продукт, розвиваючи тим самим ширше коло бізнесів HoReCa сектору. До прикладу, можна розробити маршрути на кшталт «Винна дорога Таврії», «Смаки степу», «Баштанний шлях», які поєднували б в собі візити до виноробень, локальних господарств, кулінарних фестивалів, музеїв, етнографічних об'єктів, тощо. У цьому контексті особливу роль відіграють такі заходи як гастрономічні фестивалі, кулінарні свята, фермерські ярмарки, тощо. До широкомасштабної війни в Україні щороку відбувалася величезна кількість гастрономічних подій, і цей формат був одним із найефективніших у популяризації місцевих традицій. Відновлення таких заходів після стабілізації ситуації в регіоні має стати пріоритетом.

Якщо ж повноформатне проведення гастрономічних фестивалів тимчасово є неможливим з міркувань безпеки, то підвищення туристичної привабливості регіону може бути здійснене й через інші формати. Зокрема, перспективним напрямом є впровадження концепцій автентичних сезонних меню в існуючих ресторанах або створення нових тематичних гастрономічних просторів. Йдеться

про заклади, які функціонували б не лише як місце харчування, а й як носії культури – це могли б бути ресторани з інтерактивною історико-культурною програмою, що включала б лекції, тематичні презентації або театралізовані інтерпретації місцевих реалій – традицій, обрядів, життя в окупації тощо. Такий підхід передбачає співпрацю між представниками ресторанного бізнесу, культурними інституціями та театральними колективами, як-от Херсонський обласний академічний музично-драматичний театр ім. Миколи Куліша. Можливе також створення ресторанів-музеїв або унікальних ресторанів-галерей, у яких були б представлені історичні експозиції або виставлені роботи місцевих художників (Світлани Юр'євої, Ігоря Баликова, Тамари Качаленко, Олексія Мельниченко та інших).

Однією з ключових умов успіху гастрономічного туризму є якість сервісу. Необхідно вкладати ресурси у підготовку кадрів у сфері гостинності, зокрема через професійні освітні програми, тренінги, обміни досвідом, тощо. Особливу увагу слід приділяти молодим фермерам, рестораторам, організаторам подій. Створення бізнес-спілок у сфері гастрономії, а також підтримка з боку держави або міжнародних партнерів можуть стати рушійною силою відновлення сектора. Як підкреслюють Г. І. Гапоненко, О. В. Євтушенко, І. М. Шамара та К. І. Болото, стратегія розвитку гастрономічного туризму в повоєнний період повинна передбачати також програму підтримки малого та середнього бізнесу, модернізацію інфраструктури, розвиток гастрономічних кластерів і брендів, що відповідають сучасним трендам сталого туризму [21].

Не менш важливу роль відіграє інформаційна складова. Маркетинг регіону як гастрономічної дестинації має базуватися на сучасних інструментах – соціальних мережах, співпраці з фуд-блогерами, створенні якісного фото- та відео-контенту. Туристи сьогодні шукають емоції, історій, автентичності, тому важливо не просто інформувати про наявність гастрономічного маршруту або нової екскурсії, треба захопити аудиторію. Так, важливими можуть стати розробки брошур, зокрема не лише туристичних напрямів, а й до прикладу таких, де буде розміщена інформація щодо закладів харчування у регіоні з цікавими та корисними доповненнями, до

прикладу рецептами автентичних страв. Необхідно також адаптувати туристичні продукти під різні цільові аудиторії – молодь, сімейні пари, іноземців, гастрономічних гурманів, що подорожують спеціально задля нових смакових вражень.

Таким чином, гастрономічний туризм може стати одним із ключових векторів розвитку Херсонської області в післявоєнний період. Цей напрям здатний забезпечити мультиплікативний ефект: підтримати локальний ресторанний і не тільки бізнес, зберегти культурну спадщину, відродити регіональну ідентичність і підвищити привабливість краю для внутрішніх та зовнішніх туристів. Оскільки «гастрономія є зв'язком між культурою і харчуванням» [3], а отже має потужний вплив на соціальні процеси в суспільстві. Херсонщина має всі шанси стати прикладом того, як правильно побудована стратегія просування гастрономічного туризму здатна оживити цілий регіон.

2.3.1. Розробка концепції сезонного меню як інструменту приваблення туристів та розвитку ресторанного бізнесу.

У повоєнний період відбудова туристичної галузі Херсонщини потребуватиме особливої стратегічної уваги, оскільки на багатьох територіях залишатиметься підвищена небезпека для пересування через мінування, а також через пошкоджену або повністю зруйновану транспортну й туристичну інфраструктуру. Зважаючи на ці фактори, повноцінне відновлення туристичних маршрутів у регіоні стане можливим не одразу, а лише після стабілізації безпекової ситуації та завершення робіт із розмінування. Водночас початковим кроком до пожвавлення туристичного життя, підтримки локального бізнесу, налагодження міжрегіональних і міжнародних контактів може стати розробка нових позицій меню у закладах ресторанного господарства. Зокрема релевантною видається розробка концепції сезонного меню, подібного до «Гарбузового меню», що було представлено у ресторані «Мускат»; можлива також зміна механізму подачі страв – офіціанти можуть виступати гідями, а відвідувачі, не виходячи з ресторану, зможуть поринути в історію приготування страви, що включатиме

також розповідь про її походження, як вона була віднайдена та чому включена до меню. Такий підхід додає елемент інтерактивності, незвичності, що і цінують сучасні туристи, і таким чином можливо почати відроджувати туристичну галузь використовуючи заклади ресторанного господарства.

Це також може не лише активізувати внутрішній туризм, а й функціонувати як індикатор позитивних змін у регіоні, сприяти формуванню позитивного іміджу Херсонщини, підтримці малого бізнесу та інтеграції локальних гастрономічних практик у ширший культурний контекст. У зв'язку з цим доцільним є створення типової моделі сезонного меню на основі локальної гастрономічної спадщини та доступної локальної продукції, що може слугувати відправною точкою для відновлення ресторанного та туристичного секторів регіону. Отже, сфокусуємось на укладанні літнього меню для закладу ресторанного господарства (Таблиця 1, Додаток 1).

«Зі степу з любов'ю»

Відчуйте смак Херсонського літа!

ЗАКУСКИ

- ❖ *Баклажани по-херсонськи з пряним томатним соусом*
- ❖ *Груша з бринзою і медом*
- ❖ *Закуска з печених перців і баклажанів*
- ❖ *Курт*
- ❖ *Огірки мариновані*
- ❖ *Помідори зі стречетелою (або бринзою за бажанням)*
- ❖ *Сонце над баштаном – диня, бринза, м'ята, оливкова олія*

ОСНОВНІ СТРАВИ

- ❖ *Картопля гратен з овечим сиром*

- ❖ Смажений пузанок в кукурудзяному борошні
- ❖ Філе судака під вершковим соусом
- ❖ Шахиука по-херсонськи
- ❖ Шурпа
- ❖ Янтик

ДЕСЕРТИ

- ❖ Баклава з волоськими горіхами та медом
- ❖ Варення з кавунових кірок
- ❖ Галета з інжиром і козячим сиром
- ❖ Крамбл з ревенем і полуницею
- ❖ Печені яблука з медом і горіхами
- ❖ Пиріжки з ревенем і яблуками
- ❖ Сливи у вині з м'ятою
- ❖ Сорбет з кавуна

Б/А НАПОЇ

- ❖ Квас «Степовий» на житньому хлібі
- ❖ Базиліковий лимонад

АЛКОГОЛЬНІ НАПОЇ

- ❖ Дегустаційний сет степового пива «Дрофа» – *Drofa Hoppy Lager, Drofa American IPA, Drofa Milk Stout, Дрофа Безалкогольна*
- ❖ Сет «Сонце в келиху» – дегустаційна подача 3 видів вина з закусками

*Подача сетів супроводжується 5-хвилинною лекцією щодо походження видів пива та вина, а також історією виникнення броварництва то виноробства на території Херсонщини. А за вашим бажанням наш персонал розповість вам про особливості приготування та історію походження будь-якої замовленої вами стави.

*Усі страви та напої, окрім вина, подаються у глиняному посуді.

Таблиця 1. Орієнтовне літнє меню для закладу ресторанного господарства.

Літнє сезонне меню «*Зі степену з любов'ю*» відображає багатство регіональної кухні і ґрунтується на свіжих місцевих продуктах. Даний проєкт доцільно було б запровадити у одному із закладів громадського харчування Херсонщини з метою розвитку ресторанної сфери за допомогою гастрономічного туризму. Меню складається з чотирьох основних частин: закусок, основних страв та десертів, а також супроводжується картою напоїв; усі чотири частини меню відображають як історичні, так і сучасні практики виробництва місцевої харчової продукції. Пріоритет у цьому меню віддається локальним інгредієнтам, серед яких сезонні овочі, фрукти, зелень, молочна продукція, фермерське м'ясо та риба. Таким чином, впровадження такого меню може стати дієвим інструментом для зміцнення співпраці між ресторанним і туристичним сектором і малими або середніми агробізнесами.

Позиції меню враховують культурно-географічний контекст: вони поєднують традиції притаманні Півдню України та кримсько-татарські мотиви, відображаючи історичні мультикультурні впливи. Ми зробили невеличкий акцент саме на кримсько-татарську кухню тому, що у вище зазначених проєктах увагу приділяють в основному тим стравам, що були навіяні західною культурою, зокрема «Вінтажна кухня» зосередилась саме на стравах французького походження, хоча страви кримсько-татарської кухні були вкорінені на території Херсонщини протягом довшого періоду. Отже, ці страви включено в меню не лише заради смакової різноманітності, а й задля підсилення регіональної ідентичності й автентичності, що має на меті привабити більшу кількість клієнтів, зокрема туристів, що шукають нових вражень і цікавляться життям та історією регіону.

Обговоримо оформлення та подачу страв з меню, адже даний елемент має не лише гастрономічну, а й глибоку культурно-комунікативну функцію. Грамотно реалізована концепція подачі страв здатна перетворити звичайне споживання їжі на повноцінний етнокультурний досвід, що є особливо привабливим для клієнтів, зокрема й туристів. Локальний колорит даного меню має зчитуватись не лише

через назви страв, а й через їх подачу: за нашим задумом, страви мають подаватися саме в глиняному посуді, бажано виготовленому гончарями з Херсонщини, адже саме глиняним посудом користувались здавна наші предки. Такий вибір підкреслив би зв'язок із традиційною матеріальною культурою регіону, а також сприяв би підтримці локальних ремісників і популяризації гончарного мистецтва як важливого елементу культурної спадщини.

Продовжуючи розгортання концепції, важливо акцентувати увагу на тому, що ідея подачі напоїв та страв з коротким історичним супроводом має стати центральною складовою стратегії впровадження даного меню. На нашу думку, ресторан, який вбудовує в обслуговування елементи культурної оповіді, пропонує не просто їжу, а «історію на тарілці». Це особливо важливо в контексті того, що так ми зможемо компенсувати неможливість відвідати інші туристичні об'єкти регіону, що або знаходяться в окупації, або є небезпечними для життя через велику кількість мін та інших подібних об'єктів на дорогах; тобто, в такий спосіб, хоч і опосередковано, ми відправляємо туриста у подорож, лишень не фізичну, а кулінарну, а відтак гастрономія стає формою пізнання регіону.

Зосередимо увагу на персоналі та інтер'єрі закладу. Подача страв на дерев'яних дошках, замість звичайних підносів, використання лляних скатертин, стилізоване оздоблення та елементи народного вбрання персоналу активізують зорово-сенсорне сприйняття, посилюючи ефект занурення у культурне середовище Південної України. Як і зазначалося у першому розділі нашої наукової розвідки, для туристів, як іноземних, так і внутрішніх, важливою мотивацією відвідування регіону і закладів ресторанного господарства у ньому є автентичний досвід. Подача меню, яка містить елементи етнографічного контексту, як-от 5-хвилинна лекція про виноробство і броварництво, звуковий супровід шуму степу тощо, трансформує звичне нам замовлення їжі в культурну практику з пізнавальним і розважальним компонентом. Таке середовище викликає у туриста емоційну реакцію – відчуття дотику до чогось справжнього, що, у свою чергу, підвищує рівень задоволення і ймовірність повторного візиту, адже часто

враження залишаються не лише завдяки смаку страв, а й завдяки емоційно насиченому контексту.

Меню такого типу може розглядатися як складова туристичного брендингу регіону. Через гастрономічну репрезентацію можна формувати позитивний імідж Херсонщини, зокрема популяризуючи маловідомі продукти (курт, шурпу, баклаву та ін.) та традиційні техніки приготування. Проте зазначимо, що успішне втілення меню «*Зі степу з любов'ю*» потребує системної підготовки. Перш за все необхідно налагодити ланцюги постачання: визначити місцевих виробників-постачальників овочів, фруктів, ягід, молочної продукції, риби та м'яса для забезпечення меню якісними інгредієнтами. Це передбачає співпрацю на договірній, документально завірній основі з фермерами та кооперативами, що знаходяться у регіоні. Крім стабільного постачання, важливо забезпечити відповідність продукції санітарним нормам і стандартам якості, зокрема шляхом сертифікації продукції та дотриманням умов зберігання. Таким чином ми гарантуємо безпечність і якість страв, а також сформуємо довіру споживачів до ідеї локальної гастрономії, сприяючи тим самим розвитку й підтримці аграрного потенціалу Херсонщини.

Одночасно потрібна творча робота бренд-шеф кухарів, які працюватимуть над розвитком і втіленням загальної концепції меню, визначаючи стилістичні та смакові акценти кожної страви, логіку їхньої послідовності, принципи подачі та відповідність ідеї локальної ідентичності. Саме вони мають сформувати цілісне гастрономічне бачення даного проєкту. У тісній співпраці з ними діятимуть шеф-кухарі, які візьмуть на себе практичну реалізацію цієї концепції на щоденному рівні. Вони адаптуватимуть традиційні рецепти до ресторанного стандарту, складаючи технологічні карти, коригуючи пропорції інгредієнтів та смаковий баланс страв відповідно до сучасних кулінарних вимог. Важливою частиною їхньої роботи стане також розробка художньої презентації страв – продумане поєднання кольорів, текстур і форм у межах обраного стилю, зокрема з використанням глиняного посуду, який підкреслює локальний характер кухні. Таким чином, бренд-шеф і шеф-кухарі спільно забезпечать не лише вишуканість і гармонію смаку, а й концептуальну цілісність і культурну впізнаваність закладу.

Саме через таку прикладну спрямованість проєкту під час реалізації даного меню в реальному закладі ресторанного господарства можна розгорнути спеціалізовані майстер-класи та дегустації для кухарів-початківців, що відбувалися б під керівництвом запрошених зіркових шефів та бренд-шефів або експертів з етнічної кухні. Такі події можуть стати ефективною платформою для передачі професійних навичок, обміну досвідом і популяризації локальної гастрономії серед нової генерації кулінарів. Крім того, для підвищення залученості відвідувачів закладу можна організувати окремі майстер-класи, під час яких гості матимуть можливість спробувати свої сили у приготуванні традиційних страв Херсонщини та запропонувати власні варіанти до меню. Це створить унікальний досвід взаємодії із цільовою аудиторією закладу, а також дозволить відвідувачам залишити свій слід у формуванні ідентичності ресторану. Таким чином подальше опрацювання даного меню стане не лише економічно вигідним заходом для закладу, а й освітньо значимим для молоді, сприяючи формуванню стійкої зацікавленості до традиційної кухні Херсонщини як джерела інноваційного розвитку ресторанної справи.

У процесі розробки також важливо враховувати технологічні норми та безпеку харчування – інвестиції у цей етап (закупівля обладнання для випічки чи ферментації, тренінги шеф-кухарів, тощо) можна розглядати як вклад у репутацію ресторану і культуру сервісу в регіоні. Дотримання стандартів якості, гігієни та сучасних технологій обробки продуктів забезпечує стабільність роботи закладу, а також демонструє відповідальне ставлення до здоров'я споживачів, що особливо важливо в умовах популяризації локальної кухні серед усіх відвідувачів закладу.

Зважаючи на вище викладене, меню *«Зі стегу з любов'ю»* постає як цілісний гастрономічний проєкт, що поєднує кулінарну автентичність із сучасними тенденціями ресторанного сервісу. Його реалізація сприятиме формуванню нового формату культурного відпочинку, реалізованого у сфері ресторанного господарства. Кожна страва із меню стане частиною розповіді про регіон, його історію, людей і традиції. Таке меню не лише урізноманітнить пропозиції закладів громадського харчування Херсонщини, а й стане потужним

засобом залучення туристів, підвищення попиту на локальні продукти та розвитку культурно-кулінарної ідентичності регіону.

Окрім того, запровадження цього меню та його варіацій створило б можливості для розширення сфери гастрономічного туризму, що, в свою чергу, стимулювало б розвиток малого та середнього бізнесу, зокрема фермерських господарств, виробників ремісничої продукції й локальних сервісів. Відтак, ресторанний бізнес у регіоні отримає поштовх до зростання, адже залучення туристів, орієнтованих на автентичні кулінарні враження, не лише збільшує трафік відвідувачів, а й формує довгострокову лояльність до бренду закладу. У такий спосіб гастрономія перетворюється на важливий інструмент економічного і культурного піднесення Херсонщини.

ВИСНОВКИ

У ході кваліфікаційної роботи було з'ясовано, що гастрономічний туризм є одним із найдинамічніших напрямів сучасної туристичної індустрії, який має потужний потенціал для соціокультурного, економічного й іміджевого розвитку регіонів. Аналіз світових практик довів, що гастрономія дедалі частіше використовується як складова туристичного продукту, яка не лише задовольняє гастрономічні потреби мандрівників, а й формує ідентичність дестинацій, підвищує туристичну привабливість територій і забезпечує сталий розвиток малого та середнього бізнесу, зокрема в сфері ресторанного господарства.

Дослідження специфіки розвитку гастрономічного туризму на Херсонщині засвідчило його високий потенціал, обумовлений сприятливими природними умовами, розвиненим аграрним сектором, локальними кулінарними традиціями та активністю фермерських господарств. До широкомасштабного вторгнення регіон демонстрував позитивну динаміку в розвитку гастрономічних маршрутів, фестивалів і туристичних ініціатив. Особливо показовими в цьому контексті стали приклади взаємодії ресторанного бізнесу, сільськогосподарських виробників і туристичних операторів, що реалізовували комплексні гастрономічні продукти на місцевому та всеукраїнському рівнях.

Проведений аналіз дозволив запропонувати низку стратегічних рішень для розвитку гастрономічного туризму на Херсонщині, зокрема як елементу зміцнення та відбудови HoReCa сектору. Серед них ключовими є: розробка гастрономічного бренду регіону, підтримка локальних ініціатив через грантові програми, відновлення та оновлення туристичних маршрутів, активне залучення фермерських господарств до створення гастрономічного продукту, оновлення меню в закладах ресторанного типу відповідно до принципів сезонності, локальності й автентичності, а також використання міжнародного досвіду для побудови системи стійкого туризму.

У межах практичної частини кваліфікаційної роботи була розроблена концепція сезонного меню, орієнтована на популяризацію локальної кулінарної спадщини, підтримку локальних виробників та задоволення запитів сучасного

туриста та середньостатистичного відвідувача ресторанного закладу. Меню побудоване на рецептах автентичної кухні Херсонщини з адаптацією до сучасних кулінарних трендів і впровадженням елементів «Вінтажної кухні». Особливий акцент зроблено на використанні локальних сезонних продуктів – херсонського кавуна, овочів, козячих сирів, степових трав, м'яса фермерського походження та вин із локальних виноробень. Попозиції меню були скомпоновані за принципом історичності та традиційності та, за нашим задумом, кожна страва супроводжувалася б коротким описом її історії, походження та зв'язку з регіоном. Таким чином, створено не просто перелік страв, а концептуальний інструмент культурної комунікації, що дозволяє відвідувачам ресторану здійснити подорож у кулінарне минуле Херсонщини.

Розроблена в межах дослідження концепція сезонного меню є цілісним культурним і гастрономічним проєктом, що інтегрує локальні кулінарні традиції, історичну пам'ять, унікальність херсонської кулінарної традиції та сучасні тенденції ресторанного сервісу. Вона демонструє потенціал гастрономії як інструменту економічного пожвавлення, соціальної інтеграції, формування нової культурної політики регіону та відновлення ідентичності Херсонщини через їжу. Страви меню мають не лише гастрономічну, а й комунікативну функцію: вони розповідають історію регіону, його людей, традицій і природного середовища, формуючи новий формат культурного відпочинку в ресторанах.

Ця модель сезонного меню, на основі якої можна розробити й інші подібні концепції, може бути впроваджена в закладах ресторанного господарства Херсонщини як частина стратегії відродження регіональної гастрономії. Вона сприятиме підвищенню туристичної привабливості регіону, посиленню ролі ресторанної сфери у формуванні культурного образу Херсонщини та відновленню економічної активності через підтримку локальних постачальників. У перспективі така практика здатна стати основою для формування локального гастрономічного бренду й адаптуватися до умов сталого туризму у післявоєнний період.

Підсумовуючи, кваліфікаційна робота підтвердила гіпотезу про те, що гастрономічний туризм є важливим чинником розвитку ресторанного бізнесу,

особливо в умовах кризових труднощів. Розроблена концепція сезонного меню демонструє потенціал гастрономії як інструменту економічного пожвавлення, соціальної інтеграції та культурної реконструкції Херсонщини. Практичні напрацювання дослідження можуть бути використані органами місцевої влади, рестораторами, фермерами та туристичними операторами для побудови ефективної моделі взаємодії у сфері готельно-ресторанного бізнесу й гастрономічного туризму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бишовець Л. Г., Козюра І. І. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму в Україні. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання* : Матеріали XI Міжнар. науково-практ. конф., м. Черкаси, 19 берез. 2020 р. – 20 берез. 2025 р. Черкаси, 2020. С. 25–27.
2. Бойко В., Кривенко Д. Відновлення ресторанного бізнесу в умовах воєнного стану. *Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні* : Матеріали II Всеукр. наук.-практ. конф., м. Херсон, 25 квіт. 2023 р. Херсон, 2023. С. 30–32.
3. Бурачек І., Панасюк Д., Ярмолюк Д. Гастрономічний туризм в Україні під час війни. *Економіка та суспільство*. 2025. № 71.
URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-92> (дата звернення: 05.02.2025).
4. Вінтажна кухня. Херсонські кухарі приготували 100-річні страви за архівними рецептами. *TCH.ua*. URL: <https://tsn.ua/tsikavinki/vintazhna-kuhnya-hersonski-kuhari-prigotuvали-100-richni-stravi-za-arhivnimi-receptami-1368318.html> (дата звернення: 05.02.2025).
5. Вінтажна кухня Херсонщини. *Новини Херсона – Херсонці*.
URL: <https://khersonci.com.ua/public/29975-vintazhnaya-kukhnya-khersonshchiny.html> (дата звернення: 05.02.2025).
6. Вічкітова К. Дорога вина і смаку – мова, яку розуміють європейці. Як на Херсонщині запускають свій гастромаршрут – О, Море.City. *О, Море.City*.
URL: <https://omore.city/articles/152043/doroga-vina-i-smaku-mova-yaku-rozumiyut-yevropejci-yak-na-hersonschini-zapuskayut-svij-gastromarshrut-> (дата звернення: 05.02.2025).
7. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики. Монографія / [колектив авторів] за наук. ред. Д. І. Басюк. – Вінниця: ПП «ТД “Едельвейс і К”», 2017. – 316 с.

8. Давидюк Ю. В., Горшкова Л. О. Гастрономічний туризм як перспективний напрям для розвитку індустрії гостинності в Україні. *Індустрія туризму й гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2022. № 4. С. 5–13.
9. Данилюк А. М., Орасбасва Н. А. Специфіка та перспективи гастрономічних турів в Україні. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання*: Матеріали IX Міжнар. науково-практ. конф., м. Черкаси, 22–23 берез. 2018 р. Черкаси, 2018. С. 137–141.
10. Ковешніков В. С., Гармаш В. В. Винний та гастрономічний туризм: важливий потенціал розвитку економіки. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 4. С. 32–37.
11. Козачина В., Цвілій С. Аналіз проблем і перспективи післявоєнного відновлення готельного ресторанного бізнесу та туризму. *Соціальна відповідальність як основа інноваційного розвитку бізнесу*: Матеріали X Всеукр. науково-практ. конф. пам'яті почес. проф. Терноп. нац. техн. ун-ту ім. Ів. Пулюя, акад. НАН України Миколи Григоров. Чумаченка, м. Тернопіль, 18 листоп. 2022 р. Тернопіль, 2022. С. 50–51.
12. Коркуна О. І., Никига О. В., Підвальна О. Г. Гастрономічний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територіальних громад. *Економічний простір. Збірник наукових праць*. 2020. № 155. С. 40–43. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/155-8> (дата звернення: 05.02.2025).
13. Костиця І. О., Білецька О. О. Гастрономічний туризм як інструмент культурного брендингу України. *Питання культурології*. 2021. № 38. С. 301–313. URL: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.38.2021.247174> (дата звернення: 05.02.2025).
14. Красовський С. О. Гастрономічний туризм як актуальний тренд сучасної культури. *Питання культурології*. 2021. № 37. С. 169–180. URL: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.37.2021.236018> (дата звернення: 05.02.2025).
15. Лепкий М., Левчук О. Гастрономічний туризм як інструмент брендингу регіонів України. *Innovations and Technologies in the Service Sphere and Food*

- Industry*. 2024. № 3 (13). С. 62–68. URL: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.3\(13\).2024.10](https://doi.org/10.32782/2708-4949.3(13).2024.10) (дата звернення: 05.02.2025).
16. Мальська М. П., Філь М. І., Пандяк І. Г. Гастрономічний туризм. Навчальний посібник. Київ : Вид-во «Каравела», 2021. 304 с.
 17. Мізюрко О., Компанець К. Роль державних програм та інвестицій у підтримку готельно-ресторанного бізнесу під час війни. *HoReCa НАУКОВІ ІНІЦІАТИВИ* : Тези доп. Всеукр. студент. наук. конф., м. Київ, 22 трав. 2024 р. Київ, 2024. С. 91–93.
 18. «Нам пишуть: “Ми вас знаємо, яка зараз є потреба?”». Історія херсонця, який від туризму перейшов до волонтерства. *Суспільне Херсон*. URL: <https://suspilne.media/kherson/588431-nam-pisut-mi-vas-znaemo-aka-zaraz-e-potreba-istoria-hersonca-akij-vid-turizmu-perejsov-do-volonterstva/> (дата звернення: 05.02.2025).
 19. На Херсонщині проведуть фестивальне змагання ідей «Смакуємо в рідному селі!». *Херсонська обласна державна адміністрація*. URL: <https://khoda.gov.ua/na-hersonshhini-provedut-festivalne-zmagannja-idej-smakuemo-v-ridnomu-seli/> (дата звернення: 13.04.2025).
 20. Нестерчук І. К. Гастрономічний туризм: історія, теорія і сучасні практики. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Географічні науки»*. 2017. № 6. С. 193–199.
 21. Перспективи розвитку гастротуризму України в повоєнний період / Г. І. Гапоненко та ін. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2023. № 17. С. 128–140. URL: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2023-17-11> (дата звернення: 05.02.2025).
 22. Подорожувати зі смаком: Як в Україні розвинений гастротуризм?. *Investory News*. URL: <https://investory.news/podorozhuvati-zi-smakom-yak-v-ukraini-rozvinenij-gastroturizm/> (дата звернення: 05.02.2025).
 23. Розвиток харчування «slow food» в Україні. *Все про туризм: туристична бібліотека*. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/lebedjev.htm (дата звернення: 05.02.2025).

24. Рубіш М. А., Чорій М. В., Зеленська Л. В. Гастрономічний туризм як засіб активізації туристичних дестинацій. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка»* : збірник наукових праць. 2020. Т. 1(13). С. 61–66. URL: [https://doi.org/10.31339/2313-8114-2020-1\(13\)-61-66](https://doi.org/10.31339/2313-8114-2020-1(13)-61-66) (дата звернення: 05.02.2025).
25. Симоненко К. Нагодувати й вижити: як ресторанний бізнес змінився під час війни. *RAU*. URL: <https://rau.ua/novyni/restorannij-biznes-chas-vijni/> (дата звернення: 05.02.2025).
26. Ставська Ю. Гастрономічний туризм як популярний напрям у туристичній індустрії. *Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2023. № 2(64). С. 148–167.
27. Срібнянська К. «Відвідай Україну в майбутньому»: для туристів вигадали оригінальний спосіб підтримати українців. *Апостроф*. URL: <https://apostrophe.ua/ua/news/society/2022-03-10/poseti-ukrainu-v-buduschem-dlya-turistov-pridumali-originalnyiy-sposob-podderjat-ukraintsev/262074> (дата звернення: 05.02.2025).
28. Туристичне агентство ХерсON: організація екскурсій і турів по Україні, турагентство в Херсоні. *ХерсON*. URL: <https://khers-on.com/ua/> (дата звернення: 05.02.2025).
29. У Херсоні презентували гастро-проект «Херсон. Вінтажна кухня». *Мост*. URL: https://most.ks.ua/news/url/u_hersoni_prezentovali_gastro_proekt_hersonvint_azhna_kuhnja/ (дата звернення: 05.02.2025).
30. Фесенко Г. О. Популяризація перспективних видів туризму як вектор відродження туристичної сфери на Херсонщині. *Агросвіт*. 2022. № 23. С. 72–79. URL: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2022.23.72> (дата звернення: 05.02.2025).
31. Херсонський кавун отримав географічне зазначення. *Укрпатент*. URL: <https://ukrpatent.org/uk/news/main/khersonskyj-kavun-otrymav-hz-31072024> (дата звернення: 05.02.2025).

32. Царук В. В. Туризм в Україні в умовах воєнного стану – проблеми відновлення та пошуку нових моделей управління. *Таврійський науковий вісник. Серія: Публічне управління та адміністрування*. 2023. № 4. С. 15–24. URL: <https://doi.org/10.32782/tnv-pub.2023.4.3> (дата звернення: 05.02.2025).
33. Челяк О. Їж, пий, кохай: 10 фактів про французьку культуру. *СУСПІЛЬНЕ КУЛЬТУРА*. URL: <https://suspilne.media/culture/750657-iz-pij-kohaj-10-faktiv-pro-francuzku-kulturu/> (дата звернення: 05.02.2025).
34. Черевична Н. І., Богачов Д. О. Особливості розвитку гастрономічного туризму в Україні. *Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні*: Зб. матеріалів III Всеукр. науково-практ. конф., м. Херсон-Кропивницький, 23 квіт. 2024 р. Херсон-Кропивницький, 2025. С. 206–208.
35. Щидловська Г. Знищення туризму на Херсонщині: наслідки війни та перспективи відновлення. *Вгору* | *Новини*. URL: <https://vgoru.org/analitika/znishhennia-turizmu-na-xersonshhini-naslidki-viini-ta-perspektivi-vidnovlennia> (дата звернення: 05.02.2025).
36. Як і чому принципи slow food завойовують світ?. *34home.com.ua – медіа про відчуття дому*. URL: <https://34home.com.ua/post/slow-food> (дата звернення: 05.02.2025).
37. Яким був Херсон на смак у XIX столітті? Вінтажну кухню вже можна спробувати у ресторанах міста. *Херсон Плюс – Синергія журналістики та волонтерства*. URL: <https://kherson.tv.com/iakym-buv-kherson-na-smak-u-khikh-stolitti-vintazhnu-kukhniu-vzhe-mozhna-sprobuvaty-u-restoranakh-mista/> (дата звернення: 05.02.2025).
38. Яскраві, смачні, шалені: топ-7 фуд-фестивалів з усього світу. *ТУРНЕ*. URL: <https://turne.ua/ua/articles/yarkie-vkusnye--1825> (дата звернення: 05.02.2025).
39. Ukrainian Gastro Show. *Ukrainian Gastro Show – Нова українська кухня*. URL: <https://gastro.show/> (date of access: 05.02.2025).
40. Ukrinform. Нові маршрути й вінтажна кухня: на Херсонщині стартує соціальний туристичний проект. *Укрінформ – актуальні новини України та*

світу. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2722351-novi-marsruti-j-vintazna-kuhna-na-hersonsini-startue-socialnij-turisticnij-proekt.html> (дата звернення: 05.02.2025).

41. Washoku, traditional dietary cultures of the Japanese, notably for the celebration of New Year. *UNESCO*. URL: <https://ich.unesco.org/en/RL/washoku-traditional-dietary-cultures-of-the-japanese-notably-for-the-celebration-of-new-year-00869> (date of access: 05.02.2025).

ДОДАТКИ

Додаток 1. Орієнтовне літнє меню для закладу ресторанного господарства.



«Вістину з любов'ю»

Відчуйте смак Херсонського літа!

Закуси:

- Баклажани по-херсонськи з пряним томатним соусом
- Груша з бринзою і медом
- Закуска з печених перців і баклажанів
- Курт
- Огірки мариновані
- Помідори зі стречетелою (або бринзою за бажанням)
- Сонце над баштаном — диня, бринза, м'ята, оливкова олія

Основні страви:

- Картопля гратен з овечим сиром
- Смажений пузанок в кукурудзяному борошні
- Філе судака під вершковим соусом
- Шакшука по-херсонськи
- Шурпа
- Янтик

Десерти:

- Баклава з волоськими горіхами та медом
- Варення з кавунових кірок
- Галета з інжиром і козячим сиром
- Крамбл з ревенем і полуницею
- Печені яблука з медом і горіхами
- Пиріжки з ревенем і яблуками
- Сливи у вині з м'ятою
- Сорбет з кавуна

Б/А напої:

- Квас «Степовий» на житньому хлібі
- Базиліковий лимонад

Алкогольні напої:

- Дегустаційний сет степового пива «Дрофа» — Drofa Hoppy Lager, Drofa American IPA, Drofa Milk Stout, Дрофа Безалкогольна
- Сет «Сонце в келиху» — дегустаційна подача 3 видів вина з закусками

*Подача сетів супроводжується 5-хвилинною лекцією щодо походження видів пива та вина, а також історією виникнення броварництва та виноробства на території Херсонщини. А за вашим бажанням наш персонал розповість вам про особливості приготування та історію походження будь-якої замовленої вами страви.

*Усі страви та напої, окрім вина, подаються у глиняному посуді.

