

УДК 338.48:641.5:332.1

DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V49\(2025\)-23](https://doi.org/10.31521/modecon.V49(2025)-23)

**Павлюк С. І.** кандидат економічних наук, доцент кафедри готельно-ресторанної справи та організації бізнесу, Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв, Україна

ORCID ID: 0000-0001-9093-5237

e-mail: svetlanapavlyuk@gmail.com

### Перспективи післявоєнного розвитку гастрономічного туризму в Миколаївській області

**Анотація.** В статті розглянуто роль та значення гастрономічного туризму для соціально-економічного розвитку Миколаївського регіону в післявоєнний період. Зауважено, що з метою створення нового туристичного продукту доцільно розширювати сегмент туристичного ринку шляхом розвитку різних видів туризму. Встановлено, що гастрономічний туризм набуває все більшої популярності серед туристів, і саме він розкриває особливості автентичної технології приготування місцевих страв та традиції їх споживання, а також сприяє пізнанню певного регіону, його культури та способу життя місцевого населення. Крім того, визначено, що одним із підвидів гастрономічного туризму є винний туризм. Так, для багатьох країн гастрономія й виноробство є невіддільною частиною їхньої історії та ідентичності, а також дієвим інструментом для покращення іміджу національного бренду, про що свідчать наявні Дороги вина у Франції, Португалії, Італії, Хорватії. Акцентовано, що гастрономічний потенціал Миколаївської області потужний та охоплює виробників вина, як промислових, так і крафтових, а також устричні й равликові господарства, виробників меду та ін. Серед переваг розвитку гастрономічного туризму виділено: диверсифікацію місцевої економіки, збереження нематеріальної культурної спадщини, сталий розвиток території, підвищення якості життя та добробуту місцевого населення тощо. Зауважено, що розробка та прийняття відповідних стратегій, програм розвитку, створення надійного правового регулювання сприятимуть розвитку гастрономічного туризму регіону. З метою популяризації гастрономічного потенціалу Миколаївської області запропоновано створити професійні мережі та об'єднання, освітні хаби та креативні кластери, а також розробити гастрономічний бренд регіону.

**Ключові слова:** гастрономічний туризм; винний туризм; місцева кухня; диверсифікація економіки; сталий розвиток.

**Pavliuk Svitlana**, PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Hotel and Restaurant Business and Business Management, Mykolaiv National Agrarian University, Mykolaiv, Ukraine

### Prospects of Post-War Development of Gastronomic Tourism in the Mykolaiv Oblast

**Abstract. Introduction.** Today, the tourism industry is the most affected by the military operations. At the same time, it is difficult to estimate the real extent of the damage caused by the war. In this context, the southern and eastern regions of Ukraine should be emphasized. The return to the unique historical and cultural heritage and the potential of natural resources is the main driver of the post-war development of the tourism industry of Ukraine and the affected regions. The active driver of this development is the development of specific types of tourism, in particular gastronomic tourism. For many countries, gastronomy and winemaking are an integral part of their history and identity, as well as a key element of their national brand image. Wine tourism is a component of gastronomic tourism. It is also an opportunity to make a significant contribution to local economic development, attracting many different professional sectors and bringing new uses to the primary sphere.

**The purpose** of the article is to generalize the tourist potential of gastronomic tourism in the Mykolaiv region and highlight the prospects of its post-war development.

**The results.** One of the current diversifications of gastronomic tourism, or its subtype, is wine tourism, i.e. visiting vineyards and wineries, tasting, consuming and/or buying wine, often at or near the source. The world practice of wine tourism shows the considerable popularity of the so-called "Wine Roads". Modernization and development of the tourist sphere of Mykolaiv region is one of the priorities of socio-economic development of Mykolaiv region, which is aimed at improving the quality of life of the population, quality of services, formation of a constant tourist flow and attraction of foreign direct investments into the economy of the region. The gastronomic tourism in the region is widely represented, although poorly developed, but at the same time it has quite a strong potential. Yes, it includes wine producers, both industrial and artisanal, oyster and snail farms, honey producers, etc. Among the advantages of developing gastronomic tourism, the following are highlighted: diversification of the local economy, preservation of the intangible cultural heritage, sustainable development of the territory, improvement of the quality of life and well-being of the local population, etc. In particular, it was noted that the development and adoption of appropriate strategies, development programs and the creation of reliable legal regulation will contribute to the development of gastronomic tourism in the region. In order to popularize the gastronomic potential of Mykolaiv region, it is proposed to create professional networks and associations, educational centers and creative clusters, to develop a gastronomic brand of the region.

**Conclusion.** Today, gastronomic tourism is a growing sector of tourism in general. In particular, it allows tourists to discover the diversity of local and regional cultures and traditions related to the preparation, serving and consumption of food and drink. In addition, as a cultural resource, it meets all the principles of cultural tourism and is also an excellent alternative for the development of the tourism industry of a territorial community where there is a lack of natural, recreational and other tourist resources. The main advantages of the development of gastronomic tourism are: diversification of the local economy,

<sup>1</sup>Стаття надійшла до редакції: 23.02.2025

Received: 23 February 2025

*preservation of the intangible cultural heritage, sustainable development of the territory, improvement of the quality of life and well-being of the local population, etc. Popularization of the gastronomic tourism potential of Mykolaiv region will contribute to diversification of tourist activities in the district, especially in the post-war period.*

**Keywords:** *gastronomic tourism; wine tourism; local cuisine; economic diversification; sustainable development.*

**JEL Classification:** *Z32, R58.*

**Постановка проблеми.** Вже третій рік поспіль (з 24 лютого 2022 року) в Україні триває російська збройна агресія. Наслідки її – це міграція населення, руйнування соціальних зв'язків, втрата роботи та впевненості у завтрашньому дні, а також прямі збитки та непрямі втрати економіки країни в цілому, а також деяких регіонів, промисловості, інфраструктури та інших секторів. Серед секторів економіки галузь туризму (що почала відновлюватися після декількох років карантинних обмежень під час всесвітньої пандемії COVID-19) є однією з найбільш постраждалих внаслідок військових дій, особливо в південних та східних регіонах України. Нині особливо складно визначити реальний розмір завданих війною збитків туристичній галузі. Але, незважаючи на це, вона помітно адаптувалася до реалій сьогодення та демонструє активний ріст внутрішнього туризму, зокрема привертаючи увагу наших громадян до туристичних локацій у центральних та західних регіонах, які б вони ніколи не відвідали. Так, повернення до власної унікальної історико-культурної спадщини та природно-ресурсного потенціалу є основним рушієм післявоєнного розвитку туристичної галузі України та постраждалих регіонів.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Розробка нового туристичного продукту передбачає освоєння нових сегментів туристичного ринку, залучення нових туристично-рекреаційних територій та використання різноманітних ресурсів сфери туризму. Перспективним напрямом у цьому контексті є розвиток нішевих видів туризму, зокрема гастрономічного, оскільки сучасні тенденції свідчать про зростання інтересу туристів до таких форматів подорожей. На думку Г. Георге, П. Тудораче та П. Ністоряну [1], все більш досвідчені туристи у світі прагнуть отримати нові враження від подорожі, а відповідно гастрономія надає такий досвід. Інша група авторів відмічає, що сьогодні «...гастрономія стала невіддільною частиною пізнання певного регіону, його культури та способу життя». Гастрономічний туризм все більше набирає популярності за кордоном, а в Європі та США він займає одне з провідних місць у туристичній сфері. Серед найпопулярніших його напрямків варто відзначити, зокрема, Італію, Японію, Францію, Іспанію, Мексику, Грецію, Туреччину, В'єтнам, що славляться унікальною місцевою кухнею, гастрономічними традиціями та культурною спадщиною, яка приваблює туристів, що бажають відкрити нові смаки чи аромати. Крім

того, роль та значення гастрономічного туризму, його історія розвитку розглядалися в роботах Дж. Богатай, Д. Діаконеску, С. О. Красовського, Б. Ністоряну, Л. Нікодім, Г. О. Фесенко та Ш. Чима. Як зазначає Ю. Б. Миронов «...у час повномасштабної війни тема українського туризму відійшла у наукових дослідженнях «на задній план», але потреба якомога швидше перебудувати туризм з урахуванням нових загроз та викликів у зовнішньому та внутрішньому бізнес-середовищі залишається актуальною». Тож, враховуючи викладене, обрана тематика, а саме перспективи післявоєнного розвитку гастрономічного туризму в Миколаївській області, як регіону, що постраждав від російської агресії, є доречною.

**Формулювання цілей дослідження.** Метою статті є узагальнення туристичного потенціалу гастрономічного туризму в Миколаївській області та висвітлення перспектив його післявоєнного розвитку.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Говорячи про гастрономію, можна відзначити, що вона – це набагато більше, ніж їжа. Гастрономія є відображенням культури, спадщини, традицій та почуття спільності різних народів, а також способом сприяти взаєморозумінню між різними культурами, зближенню людей і традицій. Крім того, гастрономічний туризм сприяє збереженню нематеріальної культурної спадщини і допомагає створювати потенційні можливості для території, наприклад, робочі місця, особливо в сільській місцевості.

Так, вважається, що Архестрат з Гели (Сицилія), який жив у IV столітті до нашої ери, є першим автором, який сформулював поняття «гастрономія» у своїй праці «Мистецтво високого життя». А першим фундаментальним дослідженням гастрономії, ймовірно, є есе під назвою «Фізіологія гуті» (*Physiologie du goût*), опубліковане Жаном Антельмом Брійя Савареном у 1825 році, що показує зв'язок між відчуттями та їжею. Крім того, наприкінці 1920 року в Німеччині відбулися перші винні та гастрономічні ярмарки, де туристам було запропоновано скуштувати різноманітні місцеві продукти під час відвідування регіону [4].

Починаючи з 1960-х років, інтерес до кулінарії зростає, про що свідчить збільшення кількості виданих кулінарних книг та кулінарних журналів, а також проведення кулінарних шоу. У 2004 році перший у світі університет, присвячений принципам гастрономії, під назвою *Università degli*

Studi di Scienze Gastronomiche, був заснований у Бра, П'ємонт (Італія). Його місія полягає у створенні міжнародного наукового та освітнього центру для тих, хто вивчає зв'язок між їжею та культурою [4].

Слід відзначити, що поняття «гастрономічний туризм» відносно нове. Так, Комітет з туризму та конкурентоспроможності (СТС) ООН з туризму визначає гастрономічний туризм як «...вид туристичної діяльності, що характеризується досвідом відвідувача (автентичний, традиційний та/або інноваційний), пов'язаним з їжею й супутніми продуктами, а також діяльністю під час подорожі (відвідування місцевих виробників та локальних ринків, участь у фестивалях їжі, відвідування майстер-класів тощо)» [5]. На думку Дж. Богатай, гастрономічний туризм – це «...можливість відкрити для себе розмаїття місцевих та регіональних культур» [6].

Як безумовний компонент будь-якого виду туризму (наприклад, сільського, ділового, подієвого, освітнього чи культурно-пізнавального) гастрономічний туризм розглядає С.О. Красовський. Автор також наголошує, що «...гастрономічний тур як послуга – це щось більше, ніж просто подорож, оскільки він є добре продуманим комплексом заходів для дегустації традиційних у певній місцевості страв або окремих продуктів» [7].

Тож слід відзначити, що основною метою гастрономічного туризму є популяризація регіональних особливостей різних туристичних напрямків та залучення більшої кількості туристів до цих напрямків. Так, за оцінками Asia Food Journal, очікується, що ринок гастрономічного туризму становитиме 4 112 489,40 млн доларів США до 2033 року. Нині ж дана галузь приваблює 5 382,3 млн туристів щороку, і за оцінками також має тенденцію до різкого зростання в наступні роки. Відповідно, уряди багатьох країн намагаються заохочувати туризм у своїх країнах шляхом реклами й маркетингу власної регіональної кухні [8].

Одним із сучасних напрямків диверсифікації гастрономічного туризму або його підтипом є винний туризм, метою якого є відвідування виноградників, виноробень, дегустація, споживання та/або придбання вина, часто біля джерела або поблизу нього [5].

Світова практика винного туризму свідчить про значну популярність так званих «винних доріг». Наприклад, винна дорога Істрії (Хорватія) пропонує чудове поєднання виняткових вин, багаті історії та гарних прибережних ландшафтів. У Долині Напа (Каліфорнія, США) власники butik-сімейних виноградників та великих ферм пропонують до дегустації сорти Каберне Совіньйон, Шардоне та Мерло. Винна дорога Бордо (Франція) відома як один із

найпрестижніших виноробних регіонів світу і є місцем паломництва для любителів вина. У Тоскані (Італія), яка є батьківщиною легендарного вина К'янті, вирощують один із найкращих у світі сортів винограду Санджовезе, а Долина Дору (Португалія) є найстарішим виноробним регіоном Португалії, зокрема портвейну, і також об'єктом Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО [9].

Для багатьох країн гастрономія й виноробство є невіддільною частиною їхньої історії та ідентичності, а також ключовим елементом іміджу національного бренду. Гастрономічний туризм та винний туризм, як його складник, – це можливість зробити суттєвий внесок у місцевий економічний розвиток, залучити багато різних професійних секторів і додати нові види використання в первинний сектор.

Модернізація та розвиток туристичної галузі Миколаївської області є одним із ключових напрямів соціально-економічного розвитку регіону, оскільки спрямовані на підвищення якості життя населення, удосконалення туристичних послуг, створення стабільного потоку відвідувачів і залучення прямих іноземних інвестицій в економіку області.

Миколаївська область має вигідне економіко-географічне розташування, а сприятливі кліматичні умови (вихід до Чорного моря), наявні історико-культурні пам'ятки, унікальні природні ландшафти та цінні рекреаційні ресурси формують ідеальні умови для розвитку туристично-рекреаційного комплексу, а також зростання обсягів надання туристичних послуг шляхом розширення внутрішнього туризму. Враховуючи це, можна зазначити, що гастрономічний туризм в регіоні широко представлений, хоча й слабо розвинутий, але при цьому він має досить потужний потенціал [10].

Важливу роль у розвитку гастротуризму відіграють невеликі місцеві виробники, які пропонують локальну продукцію та гостинність при зустрічі гостей. Вони зберігають автентичні гастрономічні традиції, використовуючи оригінальні рецепти та страви. Надавачами таких послуг можуть бути як великі підприємства харчової промисловості, так і невеликі ферми, що організовують дегустаційні тури. Крім винних турів, сюди можна віднести устричні, равликові господарства, кінні ферми, ферми з вирощування винограду, полуниць, фруктових дерев, лаванди, спаржі, виробництва сирів та ін.

Основним гравцем на ринку винного туризму є виноробня KOBLEVO (с. Коблево, Миколаївська область). Серія вин Koblevo Select складається з білих та червоних вин, виноград для яких збирають лише вдень селективним (вибірковим) методом, вибираючи тільки якісні й рівномірно дозрілі грона винограду. Для створення вин

лінійки Reserve використовують виноград, вирощений на окремих ділянках виноградників, де є відповідні умови для формування сортових органолептичних характеристик винограду, що збирається виключно вручну та селективно. Шампанське KOBLEVO створено відповідно до класичних традицій шампанізації на основі винограду сортів Шардоне, Рислінг та Аліготе. У рецептурі вин використовуються натуральні трави, квіти та прянощі, зокрема троянда, шавлія, коріандр, лаванда, меліса, полин, ромашка, безсмертник, мускатний горіх та ваніль. Крім традиційної лінійки вин, для поціновувачів можна рекомендувати для дегустації коньячну продукцію бренду Brandson, в лінійці якого представлені бренди ординарні та бренди з різноманітними смаками (лінійки Select та Reserve) [11].

Виноробня VEYKUSH WINERY (с. Чорноморка, Миколаївська область) – одна з найкращих малих виноробних господарств України. У даній виноробні вдало експериментують з різними європейськими сортами винограду, заради нетрадиційного українського вина найвищого ґатунку (французькі та італійські клони білих сортів – Шардоне, Піно-Гріджио, Рислінг, Совіньон Блан, Ркацителі та червоні – Піно Нуар, Мерло, Сапераві, Каберне Совіньон) [12].

Сімейна виноробня SLIVINO VILLAGE (с. Сливине, Миколаївська область) – це перша крафтова виноробня України, заснована родиною Молчанових в історичній зоні з метою виготовлення місцевих натуральних вин [13].

Крафтова виноробня BAVCHUK WINERY (м. Південноукраїнськ, Миколаївська область), отримавши у 2019 році ліцензію на виготовлення та реалізацію вина в Україні, пропонує до дегустації Шардоне (біле) й Каберне, Сапераві, Одеський чорний (червоні) [13].

Сімейна виноробня «ОЛЬВІЯ НУВО» (с. Парутине, Миколаївська область) – відносно молода, але визначна сімейна виноробня, заснована у 2013 році поряд з Українським національним парком Ольвія. На історичних схилах лиману, де в давнину ольвіополіти вирощували виноград, сьогодні вирощуються винні сорти винограду Йоханітер, Мускат Цитрон, Іршаї Олівер, Аліберне та Каберне Совіньон, які збираються виключно вручну, та з яких роблять вино, цим самим створюючи велику колекцію столових сортів [13].

Виноробня FALKO WINERY (с. Галицинове, Миколаївська область) розташована в історичному районі передмістя Миколаєва, в асортименті якої є сухі червоні, білі та рожеві вина. У 2022 році від російської агресії постраждали виноградники та виноробний цех господарства, але навіть в таких умовах вона продовжує працювати [14].

Слід зазначити, що практично всі представлені виробники надають екскурсійні послуги, тобто проводять дегустації власної продукції, а також всі відвідувачі мають можливість ознайомитися з технологією вирощування винограду та виробництва вина, або як правильно дегустувати вино, тонкощі визначення смаку й аромату, з якими стравами можна поєднувати тощо.

Серед найвідоміших гастрономічних локацій Миколаївщини вирізняється устрична ферма «УСТРИЦІ СКІФІЇ», що розташована в селі Українка на березі Тилігульського лиману. Ці землі мають давню історію – ще понад 3000 років тому тут смакували устрицями кімерійці, скіфи та давні слов'яни. Сьогодні в акваторії Чорного моря, на території національного природного парку, вирощують найпопулярніший вид їстівних устриць із французьких матеріалів. Унікальність місцевого продукту полягає в ніжному солодкуватому смаку, що формується завдяки відносно низькій солоності води Чорного моря [15].

На фермі регулярно проводять екскурсії, знайомлячи з історією краю через освітню програму «Устричний Університет», та частують смачними морськими делікатесами. У теплу пору року, крім устриць, вина, природи, гарних видів та приємного спілкування, можна позасмагати й скупатися у чистій морській воді або спробувати покататися на кайті.

Устрична ферма «ОЙСТЕРВІЛЬ» (с. Українка, Миколаївська область) була відкрита з величезним ризиком під час війни у 2022 році. Метою діяльності ферми є відродження культури споживання устриць на території України та всього Чорноморського басейну, яка була розвинута ще у 18-19 ст. Цікавим є той факт, що устричний регіон існував на Півдні України ще за скіфів (VIII ст. до н.е. – IV ст. н.е.), тож завжди була культура вживання устриць. Крім того, устрична ферма пропонує своїм гостям широкий спектр активного відпочинку [16].

Розташування устричних ферм на Тилігульському лимані зумовлене його унікальними природними умовами. Солоність води тут наближається до океанічної: якщо в Чорному морі вона становить 16-17 проміле, то в лимані досягає 32 проміле. Це пояснюється тим, що через сильне мілководдя вода швидко прогрівається, і прісний складник випаровується, залишаючи високу концентрацію солі. Завдяки цьому Тилігульський лиман створює ідеальні умови для життя молюсків та двостулкових молюсків, зокрема устриць. До того ж, устриці виконують природну функцію фільтрації: одна особина здатна очищати до шести літрів води на годину, або близько 200 літрів за добу. Таким чином, ферми не лише вирощують делікатесний

продукт, а й відіграють важливу роль у підтриманні екологічної рівноваги Тилігулу.

Сімейне фермерське господарство родини Федосових «FEDOSOV FAMILY FARM», розташоване в селі Степова Долина на Миколаївщині, спеціалізується на виробництві десертних сумішей меду з горіхами та сухофруктами, а також унікального фітомеду (особливий мед, настояний на лікарських травах, таких як м'ята, лаванда та гісоп лікарський) – продукту з майже двохсотлітньою традицією. У господарстві виробляють також і «вогняний» фітомед, що витримується на прямих спеціях, зокрема каенському перці, чилі та халапеньйо. Всі ці рослини вирощують безпосередньо на фермі поруч із пасікою: спочатку вони служать джерелом нектару для бджіл, а згодом стають натуральними інгредієнтами фітомеду. Завдяки своїм високим абсорбуючим властивостям мед вбирає максимум корисних речовин і ароматів із рослин, збагачуючи свій смак та корисні властивості. Продукція «Fedosov Family Farm» – це справжній смак українського степу, здорова альтернатива шкідливим солодощам, а також натуральний засіб для зміцнення імунітету й підтримки організму. Використовуючи рецепти, перевірені поколіннями, цей мед не лише приносить користь здоров'ю, а й може стати оригінальним подарунком для рідних і друзів [17].

Що стосується розвитку гастрономічного туризму в Миколаївській області, то можна відзначити, що основними перешкодами є: недосконалість законодавчої та нормативно-правової бази; недостатній рівень розвитку туристично-рекреаційної та інженерної інфраструктури; незадовільний стан елементів нематеріальної культурної спадщини, які можуть бути використані як туристичні об'єкти; відсутність повного фінансування, низька якість обслуговування, обмежений спектр туристичних послуг та туристичної інформації тощо.

Але розробка та прийняття відповідних стратегій, програм розвитку, створення надійного правового регулювання сфери, запровадження системного та якісного аналізу галузі, фінансування, фіскальної та кредитної політики, гранти, державно-приватне партнерство, активне міжнародне співробітництво сприятимуть розвитку гастрономічного туризму.

Пріоритетними напрямками гастрономічного туризму є:

1) створення та функціонування професійних мереж та об'єднань (туристичних асоціацій, культурних громадських об'єднань);

2) зміцнення організаційного потенціалу, що може бути забезпечено створенням системи безперервної освіти серед працівників зацікавлених сфер;

3) вдосконалення та розвиток бізнес-інкубаторів, надання грантів і доступних позик організаціям та установам у сфері культурної спадщини;

4) створення креативних кластерів і хабів, агенцій підтримки та креативного підприємництва;

5) інтернаціоналізація культурної та туристичної індустрії.

Важливим напрямком розвитку гастротуризму як на регіональному рівні, так і в масштабах країни є формування гастрономічного бренду, який передбачає популяризацію певної території як виробника чи експортера унікальних, високоякісних харчових продуктів. Ключову роль у цьому процесі відіграє брендинг, який визначає конкурентну ідентичність регіону або країни загалом. Основні елементи гастрономічного бренду включають розвинену кулінарну сферу, наявність фахівців у сфері ресторанного бізнесу, використання традиційних продуктів, збереження автентичних страв, а також організацію гастрономічних заходів, таких як фестивалі та конкурси [18].

Для популяризації Миколаївщини як привабливого місця для гастрономічного туризму та просування виробників вина на національному (а в перспективі й на міжнародному) ринку важлива тісна взаємодія й співпраця. Для цього доцільно: запровадити моніторинг світових гастрономічних трендів; розробити план розвитку гастрономічного туризму в регіоні; поширювати інформацію про сучасні гастрономічні тенденції в закладах індустрії гостинності; проводити лекції та семінари для рестораторів. Крім того, проведення регіональних і національних фестивалів української кухні в Україні та за її межами є досить ефективним засобом залучення туристів відвідати той чи інший регіон з метою гастрономічного туризму, а також ознайомлення з традиційною українською гостинністю та кухнею.

**Висновки.** Гастрономічний туризм – важливий та зростаючий напрямок туризму в цілому. Він дозволяє туристам відкрити для себе розмаїття місцевих і регіональних культур та традицій, пов'язаних з приготуванням, подачею й споживанням їжі та напоїв. Крім того, як культурний ресурс, він відповідає всім принципам культурного туризму, а також є чудовою альтернативою для розвитку галузі туризму територіальної громади, де бракує природно-рекреаційних та інших туристичних ресурсів. Гастрономічний туризм завжди пов'язаний з туристичною інфраструктурою (готелі, ресторани, музеї, заклади відпочинку тощо), тому виступає каталізатором її розвитку та вдосконалення. Серед переваг розвитку гастрономічного туризму доцільно виділити такі: диверсифікація місцевої економіки, збереження

нематеріальної культурної спадщини, сталий розвиток території, підвищення якості життя та добробуту місцевого населення, інвестиційна привабливість, нові форми співпраці, громадські ініціативи, креативне підприємництво, кооперація

тощо. З огляду на викладене, популяризація потенціалу гастрономічного туризму Миколаївської області сприятиме диверсифікації туристичної діяльності в регіоні, особливо в післявоєнний час.

### Література:

1. Gheorghe G., Tudorache P., Nistoreanu P. Gastronomic tourism, a new trend for contemporary tourism?? *Cactus Tourism Journal*. 2014. Vol. 9(1). P.12-21. URL: [https://www.researchgate.net/publication/299392380\\_GASTRONOMIC\\_TOURISM\\_A\\_NEW\\_TREND\\_FOR\\_CONTEMPORARY\\_TOURISM](https://www.researchgate.net/publication/299392380_GASTRONOMIC_TOURISM_A_NEW_TREND_FOR_CONTEMPORARY_TOURISM).
2. Гапоненко Г.І., Євтушенко ОВ., Шамара І.М., Болото К.І. Перспективи розвитку гостротуризму України в повоєнний період. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2023. Вип. 17. С.128-140. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2023-17-11>.
3. Миронов Ю. Б. Шляхи післявоєнного відновлення індустрії туризму в Україні. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2023. № 71. С. 64-68. DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2023-71-09>.
4. Nistoreanu B.G., Nicodim L., Diaconescu D. M. Gastronomic tourism – stages and evolution. *Proceedings of the 12th International Conference on Business*. 2018. Vol. 12(1). P. 711-717. DOI: <https://doi.org/10.2478/picbe-2018-0063>.
5. Gastronomy and Wine Tourism. *UN Tourism*. URL: <https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism>.
6. The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism / ed. by S. K. Dixit. London : Routledge, 2021. 610 p. URL: <https://doi.org/10.4324/9781315147628>.
7. Красовський С.О. Гастрономічний туризм як актуальний тренд сучасної культури. *Питання культурології*. 2021. №37. С. 169-180. DOI: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.37.2021.236018>.
8. FMI Report: Exploring the Food Tourism Market Trends. *Asia Food Journal*. 2023. URL: <https://asiafoodjournal.com/fmi-report-exploring-the-food-tourism-market-trends/>.
9. Fine Wine Trails Around The World You Must Explore. *Outlook Money*. 2023. URL: <https://retirement.outlookindia.com/spend/travel/7-fine-wine-trails-around-the-world-you-must-explore>.
10. Павлюк С. І. Перспективи розвитку зеленого туризму для регіонального туристичного ринку. *Modern Economics*. 2021. №26. С. 121-128. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V26\(2021\)-18](https://doi.org/10.31521/modecon.V26(2021)-18).
11. Натуральні вина KOBLEVO. 2025. URL: <https://www.koblevo.ua/>.
12. Вина Бейкуш – вина Чорного моря. 2025. URL: <https://beykush.com>.
13. SliVino Village. Винні скарби родини Молчанових. 2025. URL: <https://story.theheartofwine.com/slivino-village>.
14. Виноробня Falko Winery. Українське вино. URL: <https://surli.cc/waesll>.
15. Устрична ферма «Устриці Скіфії». 2025. URL: <https://skifian.com.ua>.
16. Ойстервіль. Устричне містечко. 2025. URL: <https://www.oysterwill.com>.
17. Fedosov Family Farm. Сімейне фермерське господарство родини Федосових. 2025. URL: <https://special.ain.ua/15-best-agrarian-businesses/fedosov-family-farm.html>.
18. Фесенко Г. О. Гостротуризм як актуальний тренд сучасного розвитку сфери туризму в Україні. *Ефективна економіка*. 2021. № 5. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.5.200.

#### References:

1. Gheorghe, G., Tudorache, P. & Nistoreanu, P. (2014). Gastronomic tourism, a new trend for contemporary tourism?? *Cactus Tourism Journal*, 9(1), 12-21. [https://www.researchgate.net/publication/299392380\\_GASTRONOMIC\\_TOURISM\\_A\\_NEW\\_TREND\\_FOR\\_CONTEMPORARY\\_TOURISM](https://www.researchgate.net/publication/299392380_GASTRONOMIC_TOURISM_A_NEW_TREND_FOR_CONTEMPORARY_TOURISM).
2. Haponenko, H., Yevtushenko, O., Shamara, I. & Boloto, K. (2023). Prospects for the development of gastro tourism in Ukraine in the post-war period. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, 17, 128-140. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2023-17-11>.
3. Myronov, Yu. B. (2023). Ways of Ukraine's tourism industry post-war recovery. *Herald of Lviv University of Trade and Economics. Economic Sciences*, 2023, 71. 64-68. <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2023-71-09>.
4. Nistoreanu, B.G., Nicodim, L. & Diaconescu, D. M. (2018). Gastronomic tourism – stages and evolution. *Proceedings of the 12th International Conference on Business*, 12(1), 711-717. DOI: 10.2478/picbe-2018-0063.
5. UN Tourism (n.d.). *Gastronomy and Wine Tourism*. <https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism>.
6. Dixit, S. K. (Ed.) (2021). *The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism*. Routledge. <https://www.routledge.com/The-Routledge-Handbook-of-Gastronomic-Tourism/Dixit/p/book/9781032004631>.
7. Krasovskiy, S. (2021). Food tourism as a current trend in modern culture. *Issues in Cultural Studies*, 37, 169-180. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.37.2021.236018>.
8. Asia Food Journal (2023, July 14). *FMI Report: Exploring the Food Tourism Market Trends*. <https://asiafoodjournal.com/fmi-report-exploring-the-food-tourism-market-trends/>.
9. Outlook Money (2023, June 27). *7 Fine Wine Trails Around The World You Must Explore*. <https://retirement.outlookindia.com/spend/travel/7-fine-wine-trails-around-the-world-you-must-explore>.
10. Pavliuk, S. (2021). Prospects of Development of Green Tourism are for a Regional Tourist Market. *Modern Economics*, 26(2021), 121-128. [https://doi.org/10.31521/modecon.V26\(2021\)-18](https://doi.org/10.31521/modecon.V26(2021)-18).
11. JSC Koblevo. (2025). Natural wines «Koblevo». <https://www.koblevo.ua/>.
12. FD Dalnii Beikush. (2025). Beykush Wines. <https://beykush.com/en/>.
13. SliVino Village. (2025). Wine treasures of the Molchanov family. <https://story.theheartofwine.com/slivino-village>.
14. Falko Winery. (2025). Ukrainian wine. URL: <https://surli.cc/waesll>.
15. Oyster farm «Scythian Oysters» (2025). <https://skifian.com.ua>.
16. Oysterville. Oyster town. (2025). <https://www.oysterwill.com>.
17. Fedosov Family Farm. (2025). Family farm of the Fedosov family <https://ain.business/special/15-best-agrarian-businesses/fedosov-family-farm.html>.
18. Fesenko, H. (2021). Gastronomy tourism as a current trend in modern development of the tourism in Ukraine. *Efektivna ekonomika*, 5. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8884>.



Ця робота ліцензована Creative Commons Attribution 4.0 International License