

In order to solve the problem of investment development, it is necessary to stimulate demand for tourist products, which are of higher quality, cost more expensive and provide the country with higher income, increase the employment rate and competitiveness at the world level. The state can provide growth of consumer demand in the context of structural modernization of the economy. If this happens nationwide, we can expect an increase in national income and sustainable economic development.

Referencis

1. Ukaz Prezydenta Ukrainy № 136/2007 Pro zakhody shchodo rozvytku turyzmu i kurortiv v Ukraini. -[Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: <http://www.tourism.gov.ua/catalog/docs>
2. Derzhavna sluzhba turyzmu ta kurortiv Ukrainy [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: <http://www.tourism.gov.ua>
3. Kal'chenko O.M. Problemy innovatsiynoho rozvytku turystychnoyi haluzi Ukrainy / O.M. Kal'chenko // Visnyk Chernihivs'koho derzhavnogo tekhnolohichnogo universytetu. Seriya: Ekonomichni nauky. - Chernihiv: CHDTU, 2010. - №41.
4. Karlova O.A., Proskurina T.V. Turystychno-rekreatsiyna sfera Kharkivs'koho rehionu: perspektyvy klasteryzatsiyi. Ekonomika: problemy teorii ta praktyky: Zbirnyk naukovykh prats'. - Vypusk 253: V 10 t.- Tom 1 – Dnipropetrovs'k: DNU, 2009. – S. 291-298.

КУЛІНАРНІ ТРАДИЦІЇ ТУРИСТІВ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ РЕСТОРАННОЇ МЕРЕЖІ

Хомутова Я.В., гр. МВ-28м

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **Л.М. Яцун**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Стрімкий розвиток світового туризму позитивно впливає на активізацію туристичної діяльності в Україні, яка має вагомий природний, рекреаційний та культурний туристичний потенціал. Великі можливості відкриває туристичний напрям, пов'язаний із використанням кулінарних традицій. Сьогодні провідні туристичні країни, як Франція, Італія, Іспанія, Швейцарія, Австрія, Угорщина та ін. використовують гастрономічний аспект як конкурентну перевагу для підвищення туристичної привабливості регіонів. Цікаву культурну спадщину має і Слобожанщина, що формує власний туристичний профіль регіону і визначає певні стратегічні напрями розвитку туризму.

Швидкі зміни умов функціонування вітчизняних туристичних фірм обумовлюють необхідність застосування стратегічних інструментів управління розвитком туристичної сфери бізнесу з використанням кулінарних традицій як важливого елементу стратегії розвитку туризму. В Україні на сьогодні не сформовано чіткої наукової концепції щодо стратегічного управління розвитком туризму. Кулінарні традиції розглядаються відокремлено, без ув'язування в концепт цілісної туристичної послуги. Тому об'єктивна потреба у розробці рекомендацій щодо використання кулінарних традицій в стратегії розвитку туризму є досить актуальною.

Аналіз стану і тенденцій розвитку туризму в Україні та за кордоном, особливості туристичної діяльності нашого регіону, а також визначення теоретичних засад та підходів до оцінки стратегій туристичної діяльності свідчать, що кулінарні традиції розглядаються як чинник успішного розвитку туризму в регіоні. Важливим стратегічним напрямом розвитку туризму є органічне сполучення кулінарних традицій та інновацій в організації харчування і розробка форм їх інтеграції в туристичний бізнес.

Проведені дослідження кулінарної різноманітності ресторанного господарства Харкова дозволили зробити наступні висновки.

В сучасних умовах розвитку туризму і ресторанного господарства кулінарні традиції слід творчо сполучати з інноваційною діяльністю підприємств. В нашому регіоні структура ресторанного господарства та туристичних потоків взаємопов'язані. Найбільш розвинуті такі види туризму, як діловий, пізнавальний і рекреаційний, що має бути враховано в організації та структурі мережі ресторанного господарства. До факторів, які гальмують розвиток кулінарного різноманіття в місті відносяться:

- невідповідність якісних характеристик (у тому числі рівня комфортності) та організаційно-економічного механізму функціонування ресторанної інфраструктури міжнародним нормам і стандартам, зокрема невисокий рівень послуг у закладах ресторанного господарства, що не відповідає їх вартості; низька конкурентоспроможність, недостатнє формування та використання світових кулінарних брендів,

- неефективність механізму регулювання цін на послуги ресторанів, рівень та динаміка яких повинні визначатися забезпеченістю індустрії оздоровлення, відпочинку та туризму;

– низький рівень маркетингових досліджень у сфері ресторанного господарства, недостатність інформаційно-рекламного забезпечення, передусім на зовнішньому ринку,

– невизначеність стратегії розвитку домінуючих та перспективних напрямків розвитку ресторанного господарства міста.

Останнім часом спостерігається стійка тенденція до збільшення кількості господарств, які надають послуги харчування в сфері сільського туризму. Потенційно це близько 10% особистих господарств які бажають надавати послуги в сфері сільського туризму і обслуговувати туристів.

Для нашого міста актуальним виявляється відродження, оновлення й подальший розвиток власної національної кухні як магістрального кулінарного напрямку. Найбільш привабливим елементом будь-якого кулінарного туру є ознайомлення з кулінарними традиціями регіону.

У меню ресторанів міста за результатами дослідження українську кухню пропонують 73,3% закладів (11 ресторанів з 15 досліджених). Ресторани для дослідження обиралися за певними критеріями, найважливішим з яких є наявність у меню страв української кухні. За сумарною кількістю балів лідирує ресторан швидкого обслуговування «Пузата хата», який набрав 13,2 бали з 15 можливих. Далі розташовуються такі ресторани швидкого харчування, як: «Хатинка» (11,9 балів), «Житниця» (11,7 балів), «Файна Їдальня» (11,7 балів), «Картопляна хата» (11,2) бали. Ті ресторани швидкого харчування, які мають найбільш виражену українську приналежність (українське меню, інтер'єр, посуд, мова при обслуговуванні, службовий одяг та т. ін.) набрали більшу кількість балів. У ході дослідження виявлено, що страви української кухні популярні серед споживачів міста і підприємствам ресторанного бізнесу слід приділяти більшу увагу українським стравам.

Харкову, як відомому центру культури, освіти та науки доцільно розвивати вітчизняний гастрономічний туризм з певною системою цілей і структур. Сутність гастрономії як науки, яка вивчає зв'язок між культурою та їжею, визначає глибину і складність цього явища, що потребує професійного підходу до його вивчення і застосування системних принципів під час організації гастрономічних турів. Гастрономічний туризм розглядається як різновид пізнавального, у зв'язку з чим людина отримує багатоаспектну інформацію про харчовий продукт, страву, звички місцевих мешканців та послуги.

Їжа як туристичний продукт повинна характеризуватися такими елементами як історія харчового продукту (страви), регіональні особливості споживання, культура споживання та її історія, рецептурний склад і технологія виробництва, оздоровчий характер інгредієнтів та страв, зв'язок з видатними особами та історичними подіями, тощо.

Взірцями світової народної кулінарії та водночас маркером самобутньої української культури стали такі страви, як борщ, галушки, вареники, горілка, узвар, які доцільно піднімати до рівня міжнародних кулінарних брендів.

Гастрономічний туризм, як важлива складова і напрям розвитку туристичної сфери бізнесу, потребує більш високого рівня інтеграції з ресторанным бізнесом і домогосподарствами, які мають величезний потенціал культурних та кулінарних традицій. На сучасному етапі треба шукати найбільш оптимальні структури управління кулінарним туризмом, створювати правову та нормативну базу, більш ефективно використовувати освітній та науковий потенціал галузі.

СЕГМЕНТАЦІЯ ТА ДИВЕРСИФІКАЦІЯ РИНКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ

Черечеча М.Г., гр.МВ-28м

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.В. Віннікова**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Ринок туристично-рекреаційних послуг – це поєднання відповідних технологій виробництва послуг і методів організації туристично-рекреаційної діяльності.

Ринок туристично-рекреаційних послуг представлений перш за все двома групами послуг: туристичними і санаторно-курортними.

Туризм – це діяльність людей, які мандрують і здійснюють перебування в місцях, що знаходяться за межами їх звичайного середовища (місця проживання) протягом періоду, що не перевищує одного року поспіль, із метою відпочинку, діловими та іншими цілями. Туризм є одним з основних напрямів розвитку економіки України та регіонів. Останнім часом багато регіонів розглядають туристичний бізнес, як один із основних джерел отримання фінансових ресурсів і ведуть гостру конкурентну боротьбу між собою за потенційних клієнтів.

Основне завдання туристичної сфери полягає не лише в наданні