

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ КУЛІНАРНОГО ТУРИЗМУ ХАРКОВА

Румянцева В., гр. МВз-28м

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

Проведені дослідження кулінарної різноманітності ресторанного господарства м. Харкова, традицій та інновацій харчування туристів встановили, що в сучасних умовах розвитку туризму і ресторанного господарства кулінарні традиції слід творчо сполучати з інноваційною діяльністю підприємств. В Харківському регіоні структура ресторанного господарства та туристичних потоків взаємопов'язані. Найбільш розвинуті діловий, пізнавальний і рекреаційний туризм, що має бути враховано в організації та структурі мережі ресторанного господарства. До факторів, які гальмують розвиток кулінарного різноманіття в м. Харкові 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.

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

Кулінарні традиції та різноманіття м. Харкова як центру Слобожанщини формуються під впливом наступних чинників: природно-кліматичні умови місцевості, доступність продовольчої сировини протягом року, умови зберігання продуктів, способів технологічної обробки, конструкцій домашньої печі, вогнища,

звичного поєднання харчових продуктів, звичок харчування, сервісу, посуду, столової білизни, приборів, святкових обрядів, застільного етикету, релігійних приписів щодо харчування.

Проведене дослідження кулінарних пріоритетів іноземних та внутрішніх туристів дозволило зробити такі висновки:

– для іноземних туристів національні кулінарні традиції є екзотичною складовою туру, але не кожна людина комфортно почувається в умовах повного занурення в екзотику без надання їй доступу до звичної їй власної національної кухні. При плануванні закладів ресторанного господарства необхідно урахувувати структурний поділ іноземних туристів, що приїжджають в м. Харків за національним розшаруванням,

– для внутрішніх туристів кулінарні традиції їх країни знайомі та ментально сприймаються як частина комфортної «домашньої» обстановки, що стає одним із найважливіших (разом з «мовним» комфортом) чинником розвитку внутрішнього туризму. На харчову поведінку туристів впливають такі чинники: особливості культури народів, сформовані протягом довгої історії, матеріальні можливості, місце проживання, виховання, релігійні канони, інтерес до культури інших народів.

Дослідження ресторанів міста Харкова дозволило зробити висновок, що українська кухня недостатньо розповсюджена в меню харківських ресторанів. Більш поширеною є європейська кухня, яку пропонують споживачу 65,7% ресторанів міста Харкова. Ресторани швидкого харчування, які мають найбільш виражену українську приналежність (українське меню, інтер'єр, посуд, мова при обслуговуванні, службовий одяг і т. ін.) набрали більшу кількість балів. У ході дослідження виявлено, що страви української кухні популярні серед споживачів міста Харкова, і ресторанному бізнесу слід приділяти більшу увагу їх приготуванню.

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 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.

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 ресторанним бізнесом і домогосподарствами. Останні мають величезний потенціал культурних та кулінарних традицій. На сучасному етапі потрібно шукати найбільш оптимальні структури управління кулінарним туризмом, створювати правову та нормативну базу, більш ефективно використовувати освітній та науковий потенціал галузі тощо.

Враховуючи великий інтерес до проблем харчування і зацікавленість кулінарними традиціями іноземних туристів, пропонується в межах туристичного кластеру виділення гастрономічного мікрокластеру, який мав би специфічні цілі, але функціонував і використовував ресурси туристичного кластера, тобто системи більш високого рівня.

Для більш ефективного використання ресторанної інфраструктури в туризмі та прискорення впровадження кулінарних турів в м. Харкові доцільними вважаємо такі напрями: проведення тематичних кулінарних фестивалів та конкурсів (свято врожаю, пива, медовухи, молодого вина, фруктові та овочеві фестивалі тощо); розробка програм кулінарних турів тематичної спрямованості з використанням місцевої сировини, продуктів харчування та напоїв; використання кулінарних традицій у концепціях (тематиці, стилі, дизайні, формах та методах обслуговування) закладів ресторанного господарства; формування національних брендів швидкого харчування, розробка мікрокластерів кулінарного туризму, які включають заклади туризму, культури та ресторанного господарства (тематичні парки, музеї, палаци, рекреаційні зони, об'єкти сільського туризму).

Для розширення кулінарного різноманіття з використання кулінарних традицій пропонується їх підтримка і просування за наступними напрямками:

– сприяння в організації економічної діяльності (за розміщенням / харчуванням, організації відпочинку, транспорту для

туристів, обмеження (на полювання, будівництво, використання добрив, тощо);

- впровадження технічних норм (необхідний мінімум обладнання та оснащення, якість окремих елементів інвентарю, товарів і продуктів);

- визначення тарифів для гастрономічного туризму в сільській місцевості:

- розробка спеціального податкового режиму для сільських структур розміщення та харчування в оселях громадян;

- підготовка персоналу, задіяного в сфері кулінарного туризму (сертифікація професійних якостей деяких категорій працівників (менеджерів, гідів, кухарів, і т.д.) на національному рівні, професійне вдосконалення членів національних спеціалізованих / професійних асоціацій, періодична обов'язкова перепідготовка фахівців;

- прямі субсидії з бюджету (фінансування навчальних програм і зростання якості праці, прямі інвестиції в облаштування, модернізацію та будівництво комерційних структур, рекламування за допомогою туристичних видань кулінарних турів і суб'єктів підприємницької діяльності, що їх надають, на регіональному та національному рівні, створення єдиної регіональної марки / бренду, що об'єднує власників ресторанних та туристичних структур і т. д.

З метою полегшення знайомства споживачів з українською кухнею, вибору страв та вдосконалення процесу обслуговування доцільно розробити бізнес-проект «Кулінарний гід Харкова».

НАЦІОНАЛЬНА КУХНЯ ЯК ОДИН ІЗ ВИДІВ РЕСУРСІВ ЕТНОГРАФІЧНОГО ТУРИЗМУ

Семків М.О., аспірант

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **О.А. Сущенко**
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

Національна кухня завжди була важливим елементом культури будь-якого народу. Так би мовити, однією з його відмінних рис, що визначають групу людей, як єдине ціле з притаманними тільки для них особливостями. Та перш ніж відповісти на питання про важливість національної кухні для розвитку саме етнографічного туризму потрібно визначити поняття даного виду туризму.

Сьогодні ще не існує чіткого визначення етнографічного туризму. Цей вид туризму є досить новим напрямком вивчення в