

# КУЛІНАРНЕ РІЗНОМАНІТТЯ ТА МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ В МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ

Л.М. Яцун

## Вступ

Дослідження глобальних та регіональних тенденцій харчування туристів з урахуванням фізіологічних норм споживання основних продуктів харчування, кулінарного різноманіття мережі закладів ресторанного господарства з урахуванням типу кухні відповідно до національного складу населення та структури міжнародних туристських потоків виходить на новий рівень актуальності внаслідок активізації міжнародного туризму.

Кулінарне різноманіття ресторанного господарства населених пунктів, традиції та інновації харчування туристів в сучасних умовах може бути представлене рівнем та структурою мережі закладів ресторанного господарства, спеціалізацією та типами підприємств, різноманіттям страв в меню, широтою і глибиною асортименту продукції та послуг харчування, кількістю світових та національних брендів доступних для споживачів. Сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства характеризуються зростанням кількості закладів, поліпшенням структури мережі за типами та спеціалізацією, розширенням асортименту продукції та додаткових послуг, збереженням кулінарних традицій та впровадженням інновацій харчування.

В умовах глобалізації світової економіки характерним явищем постає доступність населення міста до світових кулінарних брендів, входження на ринок України міжнародних ресторанних мереж та ресторанів зарубіжної кухні, а з іншого боку – збереження та розвиток власних місцевих кулінарних традицій як важливої складової національної культурної спадщини і форми самоідентифікації краю, регіону. З метою встановлення відповідності структури міжнародних та внутрішніх туристичних потоків і стану мережі закладів ресторанного господарства проведено дослідження спеціалізації підприємств та характеру меню ресторанів національної та зарубіжної кухні міста Харкова, чинників впливу на кулінарні традиції туристів.

Основними методами дослідження кулінарного різноманіття та традицій харчування туристів обрано:

1. Інформаційно-аналітичне обстеження Інтернет-ресурсів щодо споживання основних продуктів харчування населенням різних країн світу в порівнянні з Україною та м. Харковом.

2. Обстеження домогосподарств за адаптованими до європейської системи методики визначення доходів і витрат населення (EUROHIS), в тому числі витрат на харчування вдома та поза домом в закладах ресторанного господарства.

3. Дослідження стану розвитку ресторанного господарства міста Харкова з урахуванням спеціалізації мережі, асортименту страв меню та якості обслуговування за розробленими анкетами та їх експертною оцінкою.

4. Методика аналізу кулінарного різноманіття, традицій та інновацій харчування туристів, стану української національної кухні та інших кухонь світу серед закладів ресторанного господарства у м. Харкові включала дослідження мережі, меню і якості обслуговування ресторанів та закладів швидкого харчування. Дослідження ресторанів м. Харкова було проведено за двома критеріями: наявність певної групи національних кухонь і середній рахунок у обраних закладах даного типу. Обстеження мережі 63 закладів ресторанного господарства м. Харкова показало достатньо широке різноманіття кухонь народів світу, найбільш поширеними із яких є – українська, європейська, китайська, японська, російська, кавказька, індійська кухні тощо.

### **Виклад основного матеріалу дослідження**

Харчування людини є одним із основних каналів спілкування з природою і стало предметом вивчення як точних, так і гуманітарних наук. Історія харчування пам'ятає свої власні «революції» і переходить від пасивної залежності від природи (збирання лісових дарів, мисливства та рибальства) до активного її перетворення (використання вогнища, приручення свійських тварин, вирощування їстівних рослин), а сьогодні навіть надмірного втручання в природу (генної інженерії, клонування, створення штучних продуктів харчування). В еволюції харчування можна виділити декілька періодів з притаманними їм уявами, можливостями та традиціями харчування – древня історія явила нам споконвічне жито, редьку, рибу та дичину, видатні географічні відкриття людства середніх віків пов'язані з відкриттям нових видів їжі, плодів, овочів, спецій, які сьогодні вважаються традиційними на нашому столі – картопля, огірки, томати, олія, гарбуз, кукурудза. Новітня історія, міжнародна інтеграція та глобалізація привнесли в наше повсякденне харчування банани, гамбургери, кока-колу, піцу та безліч інших продуктів і послуг харчування практично зі всіх куточків світу. Феномен міжнародного туризму подолав державні кордони і зробив доступними для людини практично всі культурно-

історичні цінності, рекреаційні, а також і кулінарні можливості народів земної кулі.

Прагнення мандрівників подолати простір і час призвели до міграції не лише величезних потоків туристів із однієї країни в іншу, але і до взаємного зустрічного переміщення інформації, товарів та послуг (культури, традицій, їжі, розваг, видів відпочинку). Мандрували назустріч один одному разом із людьми продукти харчування, страви, кулінарні звички, зародилось ресторанне господарство, люди почали виділяти із кожної місцевості, народності та континенту найбільш смачні, цінні та корисні продукти і страви, формуючи інтернаціональні підходи, правила та етику приготування і споживання їжі, багато із яких сьогодні стали загальноновизнаними кулінарними шедеврами.

Незважаючи на прадавність харчування, величезні досягнення науки, якогось єдиного пануючого погляду на харчування ще не сформовано і всі відомі теорії харчування від древніх традицій до сучасних інновацій співіснують, конкуруючи та уживаючись між собою, породжуючи різноманітні моделі харчування туристів.

Дослідження теоретичних та практичних проблем харчування туристів та ресторанного господарства науковими школами Харківського державного університету харчування та торгівлі охоплює широке коло наукових завдань – вивчення потреб та попиту на продукти і послуги харчування, розробку нових та відтворення забутих технологій приготування їжі, наукове обґрунтування форм організації харчування окремих груп туристів, розробку та впровадження ефективних форм обслуговування, економічних проблем ресторанного господарства. Поряд зі значними досягненнями традиційних наук пов'язаних зі здоров'ям та харчуванням (фізіологів, медиків, хіміків), нових напрямків наук, таких як валеологія, еніологія, синергетика, практиків ресторанної справи, а також настанови релігії, народної медицини, езотерики, питання вибору їжі, прийняття рішень щодо харчування як туристів, так і людини взагалі залишаються відкритими.

Проведені дослідження показують, що харчування населення країн світу суттєво розрізняється як за кількістю, так і структурою раціону, проявом впливу на здоров'я, тривалість та якість життя нації, формування протилежних типів харчування (переважне споживання їжі рослинного чи то тваринного походження). Незважаючи на прямий аксіоматичний зв'язок харчування та здоров'я, численні наукові дослідження вчених різних країн та часів статистично не виявили суттєвої залежності тривалості життя від переважання рослинного чи

тваринного типу харчування, вегетаріанства, дотримання релігійних постів, голодування, певних дієт та інших чинників. Це свідчить про глибину та складність харчової поведінки людини, під якою розуміється ціннісне відношення до їжі, стереотип харчування як у звичайних умовах, так і у стані емоційного відхилення. Фахівці виокремлюють як гармонійну (адекватну) харчову поведінку індивідууму, так і девіантну, відхилену від істинних потреб, що обумовлено значною мірою емоційним станом туристів. Рекомендовані фізіологічні норми та дієти важко втілюються в практичний побут і залишаються більше абстракцією, умовною рекомендацією, аніж ефективним практичним механізмом здорового харчування, тим більше харчування під час подорожі. Екологічні, кліматичні, демографічні, політичні, економічні зміни, глобальні перетворення навколишнього середовища та умов життєдіяльності людини спонукають постійно переглядати теоретичні та практичні підходи до формування моделей і організаційних форм харчування, управляти харчовою поведінкою окремих груп туристів, використовуючи не лише економічні методи раціонального вибору максимальної корисності, але й психологічні дослідження ірраціональної поведінки споживачів.

В основі харчової поведінки любого споживача і туристів зокрема лежать потреби, які формують попит на продукцію та послуги харчування, склад, обсяги та структура яких розрізняються у різних народів, груп населення, знаходяться під впливом широкого кола чинників, змінюються в часі та просторі. Спроби теоретиків та практиків розробити певну інтегральну модель правильного харчування постійно натикаються на все нові обставини, відхилення від конкретних рекомендацій та виявлення нових неврахованих чинників, оскільки розширюються як самі потреби, так і можливості надання послуг харчування. В процесі харчування задовольняються не лише первинні потреби біологічного, фізіологічного характеру, але і потреби вищих рівнів – соціальні, пізнавальні, рекреаційні, психологічні, які особливо концентровано проявляються під час подорожі чи відпочинку. За даними наших досліджень лише 12% іноземних туристів дотримуються своїх постійних звичок харчування під час подорожі, а більшість із них практично не відмовляє собі у додатковому харчуванні, напоях та сервісі, кількість спожитої їжі збільшується залежно від туру на 20–50% порівняно зі звичайним раціоном. Підвищена споживча активність щодо споживання їжі під час подорожі пояснюється багатьма причинами – як об'єктивним зростанням фізичного навантаження, так і емоційними збудженнями,

додатковою пропозицією послуг, збільшенням грошових витрат, зростанням інтересу до нових вражень та смаків.

Змінам потреб та попиту туристів на продукцію і послуги харчування під час подорожі має відповідати адекватна пропозиція від закладів ресторанного господарства, що стає особливо актуальним при формуванні стратегій розвитку туризму, розробці регіональних програм, створенні локальних туристських кластерів, ресторанної інфраструктури в рекреаційних зонах тощо. Науково-практичні рекомендації щодо формування ресторанної інфраструктури туристського комплексу обмежуються лише окремими відомчими нормами проектування закладів харчування в готелях, санаторіях, парках та зонах відпочинку, які потребують перегляду та доопрацювання, розробки перспективних планів розвитку та розміщення мережі закладів ресторанного господарства в населених пунктах різних функціональних типів, які суттєво розрізняються за інтенсивністю туристичного навантаження на територію. Існуючі заклади ресторанного господарства, їх типи, спеціалізація, форми та методи обслуговування не завжди відповідають тематиці, архітектурі та дизайну туристських об'єктів.

Практичне втілення інноваційних форм організації харчування в туристичних комплексах має розпочинатись з розробки регіональних програм розвитку туризму, громадсько-державної експертизи проектів з метою комплексного залучення туристичних ресурсів, джерел інвестування та інтересів зацікавлених сторін – туристів, туристичних фірм, ресторанів, громади, суспільства.

Сучасні тенденції харчування населення різних країн, а відповідно і кулінарні традиції туристів цих країн можна визначити за основними кількісними, якісними та вартісними показниками його стану та динаміки.

Загальним показником забезпеченості населення продовольством Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ) вважає калорійність добового раціону харчування, яка складає в країнах Європи 3390 ккал на добу, в США – 3650, в Латинській Америці – 2790, в Азії – 2650 ккал. В Україні цей показник знизився з 3680 ккал на одного середньостатистичного жителя в 1990 р. до 2780 ккал у 2017 році при фізіологічній нормі 2960 ккал. Зменшення споживання білку та загальної калорійності стало наслідком зменшення загального обсягу споживання продуктів харчування з 934 кг на рік до 768 кг. Важливою характеристикою є структура харчування. Вважається, що тваринно-рослинний тип харчування є більш якісним та властивим для багатих країн. І, навпаки, перехід до

рослинно-тваринного типу розглядається як наслідок падіння рівня життя населення. Інших показників для характеристики якості харчування на рівні суспільства не встановлено, хоча і ці недосконалі, оскільки не характеризують якість та особливості харчування населення країни чи регіону.

Міжнародні співставлення структури раціону в деяких країнах вказують на панування тваринно-рослинного типу харчування у розвинених країнах, які можна об'єднати в окремі групи [3]: по співвідношенню обсягів споживання продуктів тваринного та рослинного походження:

1. Тваринно-рослинний тип харчування (% співвідношення продуктів тваринного і рослинного походження): Данія (58–42), Німеччина (56–44), Фінляндія (52–48), Канада (51–49), Франція (56–44), Австрія (53–47)

2. Рослинно-тваринний тип: Японія (34–66), Італія (37–63), Нідерланди (41–59), Угорщина (39–61), Великобританія (48–52), Україна (38–62), Білорусія (40–60) (табл. 1).

Таблиця 1

### Споживання продуктів харчування в країнах світу

Країни	Споживання продуктів харчування, кг на рік				Тривалість життя років	Щільність населення, осіб на 1 кв. км	ВВП, тис. дол. на чол.
	всього	тваринництва		рослинництва, %			
		кг	%				
<b>Переважно тваринно-рослинний тип харчування</b>							
Данія	909	527	58	42	77	124	33,1
Німеччина	998	559	56	44	78	231	31,3
Фінляндія	675	351	52	48	78	15	39,0
Канада	782	400	51	49	79	3,1	28,6
Франція	1018	570	56	44	79	108	30,4
Австрія	896	475	53	47	76	97	32,1
Чехія		380	52	48	75	129	16,4
<b>Переважно рослинно-тваринний тип харчування</b>							
Японія	544	212	34	66	82	338	34,0
Італія	984	364	37	63	79	191	27,2
Нідерланди	992	402	41	59	79	388	28,9
Угорщина	672	262	39	61	73	110	19,3

США	837	410	49	51	77	31	37,8
Велика Британія	854	418	48	52	78	243	32,3
Білорусія	576	340	60	40	68	48	7,1
Україна	526	200	38	62	68	79	5,9
Росія	723	311	43	57	65	8,5	9,2

При поглибленій диференціації додатково можна виділити дві підгрупи: країни із паритетними частками споживання продуктів тваринного та рослинного походження – Канада (51–49), США (49–51), і країни з переважанням рослинної їжі – Японія (34–66), Італія (37–63).

Причому, рослинно-тваринний тип харчування властивий як високо так і малорозвиненим країнам (вірогідніше, що тип харчування більше пов'язаний із традиціями харчування аніж з доходами). Як свідчить світовий досвід, на рівень та структуру споживання продуктів харчування впливають глобальні економічні та політичні процеси. Зокрема знаковою стали реформи планової системи в ринкову, результатом чого є падіння доходів та споживання продовольства, ріст цін та зниження економічної доступності продуктів. Споживання основних продуктів зменшилось по деяких групах майже вдвічі, аналогічна ситуація спостерігається і в країнах СНД. В той же час в країнах зі стабільною економікою та політичною системою душеве споживання продовольства залишалось стабільно високим.

Міжнародні порівняння структури середньодушового споживання продуктів, зокрема тваринного та рослинного походження, показують різний рівень та варіацію значень показників за окремими групами продуктів харчування: по м'ясу показники споживання коливаються від 115 кг на душу населення на рік в США, 98 кг в Данії, до 41 кг в Японії, хоча всі ці країни є високорозвиненими, по молоку показники коливаються від 416 в Німеччині та 410 у Франції до 84 кг в Японії, по рибі – від 56 кг в Японії та 31 в Данії до 3 кг в Угорщині та 4 кг в Болгарії, по яйцях від 338 шт. в Угорщині та 316 шт. в Японії до 157 шт. у Польщі та 170 шт. в Канаді. Внутрігрупові пропорції складу харчового раціону в середньому на душу населення для більшості країн є однотипними. Перше місце в групі продуктів тваринного походження посідає молоко та молочні продукти (60–70%), потім м'ясо та м'ясопродукти (15–30%), далі риба – (2–6%). З усіх країн виділяється Японія, де середньодушове споживання продуктів тваринного походження (198 кг), менше порівняно з іншими розвиненими країнами.

Разом з тим, Японія є лідером по споживанню риби, морепродуктів та яєць, що пов'язується із природно-кліматичними умовами, острівним положенням, обмеженістю пасовищ та національними звичками і традиціями харчування.

Зворотною тенденцією глобалізації фахівці визначають посилення антиглобалізму або регіональних чинників розвитку соціально-економічних процесів, обумовлених прагненнями зберегти власну етнокультурну спадщину, а у сфері економіки – захистити власний споживчий ринок, у сфері харчування – зберегти національні кулінарні традиції, продовольчу безпеку, у сфері туризму – зберегти та відтворити культурну спадщину та власний туристичний продукт.

Підвищена увага науковців, політиків та суспільства в цілому до проблем розвитку територіальних соціально-економічних систем та регіональних акцентів національного прогресу стає останнім часом поширеним явищем як в Україні, так і за її кордонами. Відомий дослідник проблем регіонального розвитку Е. Томпсон так влучно характеризував цей процес: «регіон виходить із тіні національної держави» [2], що яскраво проявляється і в кулінарному туризмі та харчуванні іноземних туристів.

В стратегіях розвитку туризму України зміщення акцентів суспільного розвитку на регіональний рівень має свої специфічні прояви. Загальні для більшості розвинених країн світу глобальні проблеми ефективного управління процесами міграції факторів виробництва, узгодження національних та регіональних інтересів, подолання «осередків» екологічної кризи ускладнюються суто вітчизняними проблемами, головними серед яких є посилення асиметрії рівнів соціально-економічного розвитку окремих територій, відсутність обґрунтованих стратегій їх розвитку, непослідовність регіональної та галузевої туристичної політики.

Незважаючи на існуючі класифікаційні ознаки регіонів («еколого-економічні системи», «екомологічні зв'язки людини та природи», «соціоприродні системи») загальним є сприйняття соціально-економічної системи регіону як цілісності та взаємозалежності природо-ресурсної підсистеми, матеріального середовища, створеного людиною (економічної підсистеми), а також соціуму. Органічне поєднання природи, людини та господарювання особливо характерно для сфери харчування та туризму, оскільки – вирощування продовольчої сировини, переробка та споживання їжі здійснюються на певній території і носять явно регіональний характер.

З огляду на вищевикладене, доцільно розглядати регіон, туризм та сферу харчування, включаючи сільське господарство,



харчову промисловість, торгівлю та ресторанне господарство регіону, як єдину територіально-галузеву специфічну природно-соціально-економічну систему (ПСЕС), що характеризується цілісністю, узгодженістю та збалансованістю відтворювального процесу і управління для організації харчування місцевого населення, вітчизняних та іноземних туристів.

З метою дослідження реального стану інфраструктури ресторанного обслуговування туристів були проведені обстеження галузей сфери харчування та ресторанного господарства м. Харкова, які показали, що українська, європейська та інші кухні світу достатньо розповсюджені в меню харківських ресторанів. Найбільш поширеною є європейська кухня, яку пропонують споживачу 65,7% ресторанів м. Харкова (табл. 2).

Таблиця 2

**Співвідношення кухонь світу у закладах ресторанного господарства м. Харкова**

№ з/п	Назва кухні	Кількість досліджених ресторанів, од.	Частка кухні у загальному обсязі, %
1	Європейська	46	65,7
2	Японська	22	31,4
3	Українська	17	24,3
4	Італійська	13	18,6
5	Російська	11	15,7
6	Кавказька	7	10
7	Французька	6	8,6
8	Грузинська	6	8,6
9	Середземноморська	5	7,1
10	Китайська	3	4,3

Останнім часом спостерігається зростання кількості підприємств ресторанного бізнесу, які пропонують споживачеві страви японської кухні – 31,4%. Українська кухня займає третю позицію та складає 24,3%. Лише 17 харківських ресторанів із 70 обстежених мають у своєму меню страви національної української кухні. Італійська та російська кухні займають відповідно 18,6 та 15,7%. Такі кухні, як французька, грузинська, середземноморська, китайська, індійська, азіатська, тайська, в'єтнамська, грецька, американська, мексиканська пропонують менше 10% ресторанних закладів

м. Харкова. Лише один ресторан із досліджених у м. Харкові пропонує споживачу страви місцевої слобожанської кухні.

З огляду цінової політики ресторанів, очевидно, що страви української кухні значно дешевші, ніж страви зарубіжних кухонь світу, що можна пояснити різними цінами на відповідну сировину для приготування страв, модні тенденції, ажіотажем попитом на інновації та іншими чинниками.

Для більш детального аналізу розглянуто 15 обраних випадково для дослідження ресторанів швидкого харчування у м. Харкові для виявлення місця українських страв серед інших світових кухонь. Проведене дослідження показало, що страви української кухні наявні майже у кожному ресторані швидкого харчування. Цінова політика практично не відрізняється в закладах різної за кухнею спеціалізації. Середній рахунок у закладах швидкого харчування незалежно від кухні складає від 50 до 90 грн на особу.

Отже, українська кухня є лідером у меню ресторанів швидкого харчування, її пропонують споживачеві 73,3% ресторанів (11 ресторанів швидкого харчування з 15 досліджуваних) (табл. 3).

Таблиця 3

**Кількісні та відносні показники кухонь світу у ресторанах швидкого харчування м. Харкова**

№ з/п	Назва кухні	Кількість досліджених ресторанів, од.	Частка кухні у загальному обсязі, %
1	Українська	11	73,3
2	Європейська	10	66,7
3	Російська	8	53,3
4	Турецька	3	20,4

Європейську кухню пропонують 66,7% ресторанів швидкого харчування, російська кухня посіла третє місце – у 53,3%. Наявною тенденцією сьогодення став розвиток турецької кухні, страви якої можна скуштувати в 20% ресторанів швидкого харчування. Незначна кількість ресторанів швидкого харчування спеціалізується на пропозиції страв східних кухонь: японської, китайської, азійської, тайської, що пояснюється складністю технології приготування їжі та особливостями сировини.

З метою виявлення конкурентоспроможності ресторанів швидкого харчування з наявною української кухнею в меню проведено аналіз деяких підприємств швидкого харчування м. Харкова за допомогою

спеціально розробленої анкети. Враховуючи зарубіжний досвід, анкета для дослідження складається з трьох параметрів, за якими споживачі оцінювали конкретний заклад швидкого харчування: кухня, сервіс та атмосфера ресторану. Максимальна кількість балів за кожним показником дорівнює 5, загальна максимальна кількість балів за всіма показниками – 15. Анкети заповнювали споживачі ресторанів швидкого харчування та експерти галузі, табл. 4. Загальна кількість опитаних склала 235 осіб, третину яких склали вітчизняні та іноземні туристи.

Таблиця 4

**Оцінка рівня якості обслуговування та конкурентних переваг ресторанів швидкого харчування м. Харкова**

№ з/п	Заклади харчування	Кухня, бали	Сервіс, бали	Атмосфера, бали	Разом, бали
1	Закусочна «Жили-Були»	3,9	3,8	4,0	11,7
2	Кафе «Здоровенькі були»	4,0	3,8	4,1	11,9
3	Кафе «Картопляна хата»	3,7	3,6	3,9	11,2
4	Кафе «Кнопка»	3,7	3,6	3,6	10,9
5	Кафе «Коники»	3,5	3,4	3,5	10,4
6	Кафе «Кулемет»	3,7	3,6	3,7	11,0
7	«Мандарин»	3,4	3,5	3,3	10,2
8	«Пузата хата»	4,4	4,3	4,5	13,2
9	«Файна їдальня»	4,0	3,8	3,9	11,7

Заклади ресторанного господарства швидкого харчування м. Харкова обиралися за певними критеріями, включаючи 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 заклади швидкого харчування, як: «Здоровенькі Були» (11,9 балів), «Жили-Були» (11,7 балів), «Файна Їдальня» (11,7 балів), «Картопляна хата» (11,2) бали. Ті заклади ресторанного господарства швидкого харчування, які мають найбільш виражену українську приналежність (українське меню, інтер'єр, посуд, мова при обслуговуванні, службовий одяг та ін.) набрали більшу кількість балів.

У ході дослідження виявлено тенденції розвитку ресторанів національної та кухонь народів світу, їх динаміку та напрями розвитку, встановлено, що українська кухня має високу популярність серед споживачів та туристів міста Харкова як в спеціалізованих, так і в закладах харчування загального типу, сітьового та несітьового характеру.

Дослідження показують недостатній рівень споживання основних продуктів харчування населенням м. Харкова порівняно з містами зарубіжних країн, особливо по групах найбільш корисних продуктів харчування (овочі, фрукти, м'ясо, риба). Визначено певну невідповідність структури та спеціалізації мережі ресторанного господарства м. Харкова національному складу населення та структурі міжнародних туристських потоків, яка в цілому незначна і може бути виправленою завдяки пропозиції страв попиту туристів.

Разом з цими позитивним тенденціями слід зазначити, що якість приготування страв та обслуговування споживачів потребує підвищення їх якості і підприємствам ресторанного бізнесу слід приділяти більшу увагу якості страв як української, так і зарубіжних кухонь. Враховуючи великий інтерес до проблем харчування і зацікавленість кулінарними традиціями окремих регіонів, пропонується в межах туристичного кластеру виділення гастрономічного мікрокластеру, який мав би специфічні цілі, але функціонував і використовував ресурси туристичного кластера, як системи більш високого рівня. Злагоджена робота всіх підсистем, взаємодія з мікро- та макросередовищем створює синергетичний ефект туристичного кластеру.

Виділення гастрономічного мікрокластеру дає можливість зосередити увагу на важливих для місцевого населення та туристів аспектах. З позицій системного підходу утворюється низка ефектів: економічних, соціальних, екологічних та культурних, – які складають сукупну користь (цінність) для всіх учасників процесу надання гастрономічної туристичної послуги. Найважливішими результатами гастрономічної кластеризації можуть бути наступні: поява нових джерел доходів для місцевого населення, стимулювання розвитку туристської інфраструктури, використання переважно невитратних ресурсів територій, насамперед природної, соціокультурної та історичної спадщини, зменшення депресії та супутніх негативних станів (алкоголізму, наркоманії) місцевого населення, активізація етнокультурного ресурсного потенціалу, пропаганда національних та регіональних культурних традицій; дбайливе ставлення до оточуючого природного середовища з боку вітчизняних та іноземних туристів.

Результати дослідження свідчать про глибокі культурні традиції

Слобожанщини, що дає можливість туроператорам запропонувати численні цікаві гастрономічні тури. Для надання якісного туристичного продукту доцільно враховувати низку аспектів представлення їжі як туристичного продукту – рецептурний склад і технологію виробництва, оздоровчий характер інгредієнтів та страв, регіональні особливості споживання, культуру споживання, історію харчового продукту (страви), зв'язок з видатними особами та історичними подіями тощо.

Враховуючи великий інтерес до проблем харчування і зацікавленість кулінарними традиціями окремих регіонів, в межах туристичного кластеру запропоновано виділення гастрономічного мікрокластеру як невід'ємної його складової.

Для більш ефективного використання ресторанної інфраструктури в туризмі та прискорення впровадження кулінарних турів в Україні пропонується широка низка заходів – проведення тематичних кулінарних фестивалів та конкурсів, розробка програм кулінарних турів тематичної спрямованості з використанням місцевої сировини, продуктів харчування та напоїв; використання кулінарних традицій у концепціях закладів ресторанного господарства; формування національних брендів швидкого харчування, тощо.

Важливим напрямом збереження та поширення кулінарних традицій стає організація кулінарних турів. Для туристичних фірм важливим є наявність сталого попиту та рентабельність, ніж простота реалізації бізнес-проектів. Це означає, що за умови доведеної окупності проекту ресурси для його впровадження будуть знайдені, тому не обов'язково зупинятися на стандартних турах та супутніх послугах.

Проведені дослідження показали, що з урахуванням впливу можливих чинників в якості пріоритетів подієвий туризм підтримують 20,4% фахівців, що прийняли участь у опитуванні, діловий – 30,9%, екологічний (рекреаційний) – 16,7%, паломницький – 14,2%, лікувальний та оздоровчий – 17,7% фахівців.

Що стосується кулінарного туризму, то найбільш доцільними формами його організації на Слобожанщині можуть бути:

1. Пізнавальний кулінарний туризм. Одним з найбільш важливих мотивів для подорожей є бажання познайомитися з кулінарними цінностями Слобожанщини, які зазвичай представлені: об'єктами культурної та історичної спадщини – стравами і напоями; музейними колекціями кухонного посуду; автентичними закладами ресторанного господарства з пропозицією українських страв і напоїв; мальовничими пейзажами; цікавими особистостями з певними

кулінарними перевагами.

2. Відпочинок та рекреація. Кулінарні подорожі з метою відпочинку і оздоровлення є одними з найбільш затребуваних у пропозиціях туристичних агентств. Останнім часом заради відпочинку подорожує все більша кількість туристів і витрачають в цих цілях все більше коштів. Ця тенденція зростає з кожним роком. Найбільш доцільними формами інтеграції кулінарних турів у туристичну систему є їх взаємодоповнюваність та синергетичність.

Відновлення сільського туризму носить більше активний, ніж пасивний характер. Тут туристам пропонуються заняття активного характеру, а також можливість пізнати щось нове. Етнофольклорні заходи – припускають участь у творчих ательє народних умільців, перегляд етнофольклорних концертів, участь у народних святах, відвідування виставок, музеїв, участь у зборі винограду, яблук, виробництві вина, відвідування виноробних підприємств з дегустацією вина, вивчення історії держави та краю, географічної зони, населеного пункту: передбачає відвідування історичних музеїв, фортець, меморіалів, організація таборів для проведення археологічних розкопок під керівництвом фахівців, відпочинок в спокійних місцях з прекрасними пейзажами, організація екскурсій у природні заповідники, активний відпочинок – рибалка і полювання, прогулянки по лісу зі збиранням грибів, ягід, лікарських трав, спортивні заходи, натуральне харчування в садибах зеленого туризму.

Зрозуміло, що власники агропансіона не можуть забезпечити всі типи розваг навіть для своїх туристів. Тому необхідна співпраця з іншими структурами, які обслуговують гостей села. Зазвичай такими партнерами стають: заклади розміщення та харчування (ресторани, бари, таверни), власники транспортних засобів (традиційний, ретроваріанти), центри народних промислів і ремісничого виробництва, художні та етнофольклорні колективи, музеї, представницькі господарства, адміністрація заповідника.

Структура, що виникає в результаті співпраці (відома в спеціальній літературі як «cluster») приносить більше вигод кожному учаснику, ніж якщо б кожен діяв самостійно, тобто сприяє досягненню синергетичного ефекту.

Цікавим є досвід організації кулінарного туризму в Європі, який можна використовувати і в Україні та на Слобожанщині. Узагальнений досвід дозволяє розрізнити моделі організації кулінарного туризму за національним колоритом: британська, французька, італійська, німецька.

Британська модель представляє інтерес особливою системою

розміщення туристів, найбільш популярними прийняті три типи проживання:

- Bed & breakfast. Проживання в будинку фермера з харчуванням у вигляді сніданку і можливістю безпосереднього контакту з сім'єю фермера;

- Self catering unit. Проживання в окремому будинку на умовах самообслуговування. Найчастіше це перероблена невелика садиба;

- Bunkhouse. Проживання в ізольованому приміщенні, що вміщує в середньому 8–15 туристів (Велика комора, розділена на спальну зону, в якій зосереджені всі ліжко-місця, кухня та ванна кімната).

Сільські тури в британській моделі включають елементи пізнавального, активного і екотуризму: пішохідні та велосипедні прогулянки, катання на поні для дітей, гра в футбол, крикет, і популярні у Великобританії верхову їзду та гольф. Багато уваги приділяється екологічному вихованню дітей.

У французькій моделі основним засобом розміщення туристів є маленькі котеджі-апартаменти. Французи воліють самостійно готувати собі їжу, використовуючи екологічно чисті сільські продукти. Сенс сільського туризму у Франції полягає в підтримці освоєності території країни на досягнутому рівні. Французький уряд пішов шляхом зміни функцій сільських населених пунктів. Сільське господарство країни було не в змозі більше підтримувати ту систему розселення, яка склалася у минулому, тому і став розвиватися новий напрям рекреації - сільський туризм.

В італійській моделі виділяють три тематичні напрямки сільського туризму:

1. «Природа і здоров'я» – розміщення в сільських поселеннях на території курортних місць, національних парків.

2. «Традиційна гастрономія» – розміщення в агрогосподарствах, що спеціалізуються на певному виді продукції – вина, оливкової олії, риби, морепродуктах тощо – залежно від регіону.

3. «Спорт» – розміщення в кемпінгах, готелях при спеціалізованих спортивних об'єктах у сільській місцевості, що входить у сектор агротуризму.

Все більш важливу роль в системі агротуризму Італії починає грати кухня. Агротуризм надає можливість не тільки смачно і якісно поїсти, але і забрати з собою в якості сувенірів дорогі та рідкісні вина або особливі продукти типу трюфельів або спеціальних сортів сиру та оливкової олії, які не надходять до міських магазинів. Так, в даний час

в Італії розроблено більше 60 винно-гастрономічних маршрутів, пов'язаних з агротуризмом.

Німецькій моделі властива особлива організація розміщення туристів у сільській місцевості. Гості воліють перебувати безпосередньо в господарських будинках, а будівництво нових котеджів у сільських районах не дуже практикується. Для німців типові такі форми організації дозвілля як: допомога господарям по господарству, догляд за тваринами, проведення пікніків, рибалка. Сільський туризм німецької моделі тісно пов'язаний з подієвим туризмом, адже в Німеччині існує безліч народних свят, фольклорних фестивалів і регулярно проводяться сільські ярмарки. У Німеччині основна увага з боку держави звертається на якість обслуговування туристів. З метою контролю створена спеціальна система ярликів для оцінки якості харчування і стану житла для сільських туристів.

Все популярнішим для туристів не тільки на Заході, а й у країнах СНД стають Болгарія, Словаччина та інші країни Східної Європи. По їх території пролягає багато різноманітних туристських маршрутів: гірських, водних, пішохідних, кінних, велосипедних, автомобільних. У регіоні не тільки унікальні природні можливості, а й надзвичайна культурно-історична спадщина. Велика перспектива розвитку в області молодіжного, сімейного туризму, спортивного, екотуризму, пригодницького, релігійного, конференц-туризму, індивідуального, культурно-пізнавального. Болгарія визнана найбільш перспективною рекреаційною зоною Європи, тут можливо цілорічне обслуговування туристів. Туризм в країнах Східної Європи має особливу привабливість, оскільки об'єднує сучасну інфраструктуру з унікальними історичними та культурними аспектами, рекреаційну та пізнавальну складову.

Цікавим є досвід Білорусі, де сьогодні понад 175 сільських садиб вже приймають туристів, формати і моделі яких багатогранні та нескінченно різні: старовинні, сучасні, комфортні і спартанські. Є садиби-котеджі, які готові задовольнити найвимогливіших туристів, садиби на базі сільських будинків, які поступово поліпшуються і пристосовуються до нової діяльності, дачі, літні будинки відпочинку в селах. Всі вони розташовані в дуже мальовничих місцях – на березі водойм або в лісі. Гостям сільських будинків покажуть грибні, ягідні, рибні місця і допоможуть заготовити дари природи за старовинними рецептами. Агротуристи з відпустки повертаються із запасами на зиму власного приготування. Відправившись в такий тур в Білорусь можна долучитися до випічки хліба, варіння самогону та виготовлення сиру. Туристам дадуть спробувати себе в якості гончара або коваля.



Проживання в звичайному сільському будинку де-небудь під Гродно обійдеться туристу біля \$ 2 на день. Більш цивілізований відпочинок у сільському будинку зі зручностями та триразовим харчуванням коштує близько \$ 10–12 з людини на добу.

Для більш ефективного використання ресторанної інфраструктури в туризмі та прискорення впровадження кулінарних турів в Україні 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) рис.

Для успішного розвитку туризму на Слобожанщині і формування кулінарних турів з використання кулінарних традицій пропонується їх підтримка і просування за наступними напрямками:

1. Сприяння в організації економічної діяльності: з розміщення та харчування (за допомогою законодавчого регулювання, рішень адміністративних органів, місцевої влади); організації відпочинку; транспорту для туристів; обмеження (на полювання, будівництво, використання добрив, тощо).

2. Впровадження технічних норм: необхідний мінімум обладнання та екіпіровки (які мають гарантувати якість та безпеку); класифікації для окремих структур, що обслуговують туристів (готелі, мотелі, ресторани тощо); кількість і якість послуг для окремих структур розміщення; якість окремих елементів інвентарю (меблі, обладнання для екотуризму, спелеології); якість певних товарів і продуктів (заходи визначені для захисту споживача).

3. Визначення тарифів для туризму в сільській місцевості: визначена політика тарифікації туристичних послуг (від повної свободи цін (наприклад, у Німеччині, Бельгії, Італії) до регламентування на національному (Франція), регіональному рівні (Іспанія), або тарифи, нав'язувані державою (Греція)); постачальники послуг можуть практикувати і фіксовані ціни.

4. Податкова система регулювання туризму: розробка спеціального податкового режиму для сільських структур розміщення

та харчування в оселях громадян.

5. Підготовка персоналу, задіяного в сфері туризму: сертифікація професійних якостей деяких категорій працівників (менеджерів, гідів, кухарів, і т. д.) на національному рівні; професійне вдосконалення членів національних спеціалізованих / професійних асоціацій (Асоціація гідів, Готельна Асоціація, Асоціація сомельє, кулінарів і т. д.); періодична обов'язкова перепідготовка фахівців у сфері туризму;



**Рис. Моделі харчування в туристичному кластері**

6. 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 сільських туристичних структур і т. д.

### **Висновки**

Проведені дослідження кулінарної різноманітності ресторанного господарства Слобожанщини та міста Харкова, традицій та інновацій харчування туристів дозволили зробити наступні висновки.

В сучасних умовах розвитку туризму і ресторанного господарства кулінарні традиції слід творчо сполучати з інноваційною діяльністю підприємств туризму. В Харківському регіоні структура ресторанного господарства та туристичних потоків взаємопов'язані. Найбільш розвинені такі види туризму, як діловий, пізнавальний і рекреаційний, що має бути враховано в організації та структурі мережі ресторанного господарства міста та регіону. 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.

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 мешканців Харківського мегаполісу у вихідні дні та під час відпустки.

Для міста Харкова актуальним уявляється 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.

Кулінарні традиції та різноманіття міста Харкова та Слобожанщини формуються під впливом наступних чинників: природно-кліматичні умови місцевості, доступність продовольчої сировини, умови зберігання продуктів протягом року, способів технологічної обробки продуктів, конструкцій домашньої печі, вогнища, звичного поєднання харчових продуктів, повсякденних звичок харчування, сервісу, посуд, столова білизна, прибори, святкових обрядів, застільного етикету, релігійних приписів щодо харчування та інших чинників, що визначають кулінарну ідентифікацію краю та місцевості.

Проведене дослідження кулінарних пріоритетів іноземних та внутрішніх туристів показало, що:

– для іноземних туристів національні кулінарні традиції є екзотичною складовою туру, але не кожна людина комфортно почувається в умовах повного занурення в екзотику без надання доступу до звичної їй власної національної кухні. Тобто під час проектування закладів ресторанного господарства необхідно урахувати 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, але пошук нових відчуттів і вражень, у тому числі кулінарних, сприяє відтоку туристів в інші країни. Цей висновок підтверджують результати аналізу динаміки туристичних потоків на Слобожанщину.

На харчову поведінку туристів впливають такі чинники як: особливості культури народів, сформовані протягом довгої історії, матеріальні можливості, місце проживання, виховання, релігійні канони, інтерес до культури інших народів.

Дослідження ресторанів м. Харкова дозволило зробити висновок, що українська кухня не достатньо розповсюджена в меню

харківських ресторанів. Більш поширеною є європейська кухня, яку пропонують споживачу 65,7% ресторанів м. Харкова. 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 за якість послуг. У ході дослідження виявлено, що страви української кухні популярні серед споживачів міста Харкова, і підприємствам ресторанного бізнесу слід приділяти більшу увагу їх просуванню.

Місту 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 туристи отримують багатоаспектну інформацію про харчовий продукт, страву, звички та кулінарні послуги місцевого населення.

Іжа 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 і просувати на міжнародний туристичний простір.

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 треба 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, як системи більш високого рівня.

Для більш ефективного використання ресторанної інфраструктури в туризмі та прискорення впровадження кулінарних турів по Слобожанщині доцільними вважаємо такі напрями: проведення тематичних кулінарних фестивалів та конкурсів (свято врожаю, пива, медовухи, молодого вина, фруктові та овочеві фестивали 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 на новому рівні інноваційності 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);

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

- визначення раціонів і 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, офіціантів 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.

Зазначені заходи і подальші дослідження кулінарного різноманіття краю сприятимуть відновленню кулінарних традицій та привабливості Слобожанщини на міжнародному туристичному просторі.

### **Список джерел інформації**

1. Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу: міжнародний та національний досвід : кол. монографія / за заг. ред. А. Ю. Порфіненка. – Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2017. – 412 с.
2. Яцун Л. Н. Кулінарні традиції та інновації харчування / Л. М. Яцун // Туризм в умовах глобалізації: особливості та перспективи розвитку : кол. монографія ; за заг. ред. М. О. Кизима, В. Є. Єрмаченка. – Харків : ІНЖЕК, 2012. – С. 61–88.
3. Яцун Л. М. Синергетика розвитку сфери харчування населення в системі туризму / Л. М. Яцун // Можливості та розвиток сучасного туризму: світовий та національний досвід : монографія; за заг. ред. В. М. Зайцевої. – Запоріжжя, ЗНТУ : ТОВ «ШПС» ЛТД, 2014. – С. 121–187.
4. Яцун Л. М. Управління розвитком підприємств соціально-економічної системи харчування населення / Л. М. Яцун // Розвиток соціально-економічних систем у трансформаційних умовах : кол. монографія; за заг. ред. О. С. Іванілова. – Харків : ХНУБА, 2015. – С. 121–187.
5. Яцун Л. М. Управління підприємствами сфери харчування населення: теорія, методологія, практика / Л. М. Яцун. – Харків : ХДУХТ, 2015. – 334 с.