

За результатами проведеного нами у 2009 р. опитування 15 експертів, які здійснюють підприємницьку діяльність у сфері РГ п'яти регіонів України (АР Крим, Харківській, Львівській, Донецькій областях та м. Києві) встановлено, що нині найбільш вагомими чинниками для забезпечення ефективного розвитку підприємництва у ресторанному господарстві України є: стабілізація економічної ситуації на ринку (вихід з кризи); забезпечення якісного і прозорого нормативно-законодавчого регулювання діяльності підприємств РГ; стимулювання розвитку підприємництва у сфері ресторанного господарства на державному та регіональному рівнях управління (табл.).

*Таблиця – Ранжування чинників щодо значущості їх впливу на розвиток підприємництва у ресторанному господарстві України<sup>1</sup>*

Зовнішні чинники, що сприяють розвитку підприємництва у сфері РГ	Стандартизовані ранги
Стабілізація економічної ситуації на ринку (позитивні ознаки виходу з економічної кризи) / загальноекономічне зростання	1,0
Забезпечення якісного та прозорого нормативно-законодавчого регулювання діяльності підприємств (закладів) РГ	2,5
Стимулювання розвитку підприємництва у сфері ресторанного господарства на державному та регіональному рівнях управління	2,5
Стійка геополітична стабільність	9,0
Привабливий інвестиційний клімат	4,0
Збільшення чисельності населення	10,0
Забезпечення умов для розвитку добросовісної конкуренції у сфері РГ	7,5
Формування передумов для нецінової конкуренції на ринку РГ	7,5
Покращання трудової етики персоналу у сфері РГ	6,0
Належна професійна підготовка службовців та робітників для сфери РГ	5,0
<i>Примітка.</i> <sup>1</sup> Розраховано за результатами опитування керівників малих підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності РГ.	

Про те, наскільки якісною є реалізація в країні заходів, що сприятимуть ефективному розвитку підприємництва незалежно від впливу різних ринкових чинників, можна судити за об'єктивними оцінками конкурентоспроможності національної економіки та окремих її складових (сфер економічної діяльності). Згідно з результатами наших досліджень, широкі можливості для системного аналізу проведених у країні та окремих сферах національної економіки реформ, з виявленням наявних недоліків і визначенням стратегічних пріоритетів розвитку (у т.ч. розвитку підприємництва) відкриває використання індексу глобальної конкурентоспроможності (ІГК), що побудований за методологією Всесвітнього Економічного Форуму.

У 2009 р. Україна, що займала 72 місце за конкурентоспроможністю в переліку зі 134 країн світу, відставала від деяких нових країн-членів ЄС та країн СНД. Із загальним балом ІГК 4,09 Україна залишається далеко позаду США, Китаю, Індії. При цьому на хвилі кризи Україна зіткнулася з девальвацією національної валюти та відтоком капіталу, а зволікання з реалізацією структурних реформ (такими як повномасштабна приватизація, зниження податкового тиску на бізнес, спрощення дозвільних процедур відкриття бізнесу і його ліквідації) і розбалансована макроекономічна політика знижують імунітет національної економіки до зовнішніх і внутрішніх шоків.

**В.М. Селютін**, канд. екон. наук, доц. (ХДУХТ, Харків)

**Б.О. Ноженко**, асп. (ХДУХТ, Харків)

### **ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО ТУРИЗМУ**

Сучасний етап розвитку світової економіки характеризується високим динамізмом туристичної діяльності. У 2010 р. питома вага туризму у світовому ВВП становила 9,2%. Доходи від експорту туристичних послуг склали 6,1% від загального обсягу експортних операцій.

Незважаючи на відсутність ефективної державної підтримки, туризм в Україні є однією з галузей, яка найбільш динамічно розвивається. Відносні показники туристичної галузі України знаходяться на рівні середньосвітових, а частка доходів від експорту туристичних послуг майже вдвічі перевищує світове значення. За кількістю міжнародних туристичних прибуттів у 2007-2008 рр. Україна посідала 7-ме місце з усіх країн світу, поступаючись лише Франції, США, Іспанії, Китаю, Італії та Сполученому Королівству.

Сучасний туризм має інтегруючий характер, що визначає одне з перших місць, яке він займає у світовій економіці. В останні роки в усьому світі особливу популярність починає набувати гастрономічний туризм, який представляє подорож по країнах і континентах для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними

традиціями, з метою покуштувати унікальні харчові продукти або страви. Як послуга гастрономічний тур являє собою комплекс заходів, що проводяться з метою дегустації традиційних для певної місцевості страв, а також окремих інгредієнтів, які ніде у світі більше не зустрічаються і мають особливий смак.

У західних країнах кулінарний туризм давно увійшов в один з найпопулярніших видів туризму, і про це свідчить велика кількість компаній, що працює в даному секторі ринку.

Інтерес до кулінарних подорожей зростає з кожним роком. Найбільшого поширення вони набули у Великобританії і Перу. Дуже популярними стали знамениті французькі, болгарські винні тури, які пропонують прогулянки по виноградниках, збір винограду, дегустацію вин; сирні тури в Голландію, Швейцарію, Італію, де можна покуштувати сорти кращих сирів, відвідати сирний ярмарок; пивні тури по Німеччині, Австрії, Чехії, Бельгії з відвідуванням пивоварень, знаменитих пивних барів та фестивалів.

З року в рік збільшується кількість країн, де прокладені кулінарні туристичні маршрути. Така зацікавленість в гастрономічних турах пояснюється не тільки тим, що набрид звичайний туризм. Люди віддають перевагу цьому виду відпочинку, оскільки часто втомилися від продуктів-напівфабрикатів, хочуть полакувати улюблені страви «в оригіналі». Зрозуміло, що в першу чергу кулінарний туризм цікавий істинним гурме, для яких гарна страву – щось більше, ніж просто їжа. Крім того, гастрономічні подорожі приваблюють людей, чий бізнес безпосередньо пов'язаний з приготуванням і вживанням їжі – ресторатори, сомельє, дегустатори, ресторани критики. Метою таких подорожей є підвищення рівня професійних знань, почерпнути нове і набратися досвіду. Програмою таких гастрономічних подорожей передбачаються майстер-класи від кращих шеф-кухарів, які із задоволенням діляться секретами приготування тієї чи іншої страви. З професійними цілями відправляються в кулінарні подорожі також представники туристичних компаній, які прагнуть розширити свій бізнес і почати продавати гастрономічні тури.

Результативність та ефективність діяльності туристичного підприємства з організації кулінарних турів залежатиме від правильного сполучення або принципового відокремлення двох видів гастротуризму: сільського і міського. Їх принципова відмінність полягає в тому, що, вирушаючи, в сільську місцевість турист прагне спробувати екологічно чистий продукт, без будь-яких добавок. Наприклад, «зелені» тури пропонують збір дикорослих ягід у лісі, овочів і фруктів на фермах, полювання на трюфелі або прогулянку по дорогах виноробства. Міський гастротур може включати в себе відвідування кондитерської фабрики або маленького ковбасного цеху та ресторанчика при ньому. Певний інтерес можуть представляти тури, які знайомлять не з різними стравами в одній місцевості, а з однією – в різних місцевостях.

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

Для більш ефективного використання ресторанної інфраструктури в туризмі і прискорення впровадження кулінарних турів в Україні доцільними є 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 в концепціях (тематичні, 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).

Гастрономічний туризм є одним з найбільш цікавих та пізнавальних видів туризму і може стати чинником економічного розвитку України і важливим засобом поглиблення інтеграційних процесів між країнами світу.

**В.М. Селютін**, канд. екон. наук, доц. (ХДУХТ, Харків)

**Г.В. Токарчук**, асп. (ХДУХТ, Харків)

## **ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ У СВІТОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ**

Дослідження туризму за останні 15 років свідчать про стійку динаміку його розвитку. Так, кількість міжнародних туристичних прибуттів в 1995 р. становила 528 млн., у 2000 – 627 млн, у 2005 – 755 млн, а в 2010 році – 920 млн. Тобто, приріст складав кожні п'ять років 18, 20 і 22%, відповідно. Основною причиною позитивної динаміки туризму є загальний розвиток суспільства, науково-технічний прогрес, панування інформаційної ери суспільства, якісні зміни в структурі потреб людини, які орієнтують її на проведення дозвілля та отримання рекреаційних послуг. Разом з тим, в Україні залишається низка невирішених проблем, які гальмують розвиток туристичної сфери і її гармонійне входження в світовий туристичний простір. У зв'язку з актуальністю проблем розвитку туризму в Україні, нами були досліджені особливості функціонування галузі в мінливих умовах світової економіки, ступінь чутливості туризму до впливу комплексу зовнішніх факторів та роль туризму як інноваційної складової світового господарства.