

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 страва – 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 (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).

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.

Очевидно, що світова економічна криза 2008-2009 не могла оминати сфери туризму. Під негативним впливом світових економічних явищ туристичний сектор досяг свого апогею в березні 2009 року. Характерною ознакою даного періоду є те, що серед країн значних втрат зазнали розвинуті країни. Країни, що розвиваються, навпаки виявили незначний ступінь спаду за кількістю туристичних показників і під час виходу із кризи продемонстрували швидке оперативне відновлення порівняно із розвинутими країнами європейського регіону.

Аналіз даних, опублікованих на офіційному сайті ВТО, дозволив виявити тенденції розвитку сфери туризму, дозвілля і рекреації в умовах кризи світової економіки у 2010 р., а саме:

1. Світовий міжнародний туризм відновлювався досить стабільно, демонструючи позитивні зміни у показниках міжнародних прибуттів з темпами росту 6,7% порівняно до 2009 р. (загальна кількість прибуттів досягла 935 млн).

2. Адаптаційні прояви реагування на зовнішні економічні умови виявились найбільш оперативними в країнах, що розвиваються, де кількість прибуттів росла швидше, ніж в розвинутих регіонах (+8% і +5% відповідно). Експерти очікують, що в майбутньому на період до повного відновлення галузі дані тенденції залишаться незмінними.

3. Субрегіональні регіони, будучи відмінними за темпами росту, продемонстрували декілька моделей відновлення – від дестинацій, що долали кризу з повним або частковим відновленням, демонструючи при цьому результати близькі до попередніх періодів, до дестинацій, що до сих пір знаходяться під негативним впливом економічної кризи.

4. Попередні дані по повітряному транспорту, опубліковані Міжнародною Організацією Цивільної Авіації стверджують повне відновлення міжнародного навантаження пасажирами, із заповненим розкладом, причому кількість потоку збільшується щорічно на 8%. Активний ріст ґрунтується на стійкому пожевненні ділового та приватного туризму, особливо в регіонах, що розвиваються.

З огляду на специфіку тенденцій в період кризи туризм можна віднести до галузей, які відносно швидко виходять із занепаду і швидко повертаються до високих показників економічної і соціальної ефективності. Як свідчать дані, регіони, що розвиваються, переживали найгостріші піки кризи з меншими втратами, і пришивдшеними темпами виходили з них, ніж регіони розвинутої економіки. Тут слід відзначити позитивний компенсаційний вплив туризму на стійкий розвиток світового господарства, коли у регіонів, що розвиваються з'являється можливість наздогнати розвинуті, тим сам, знаходячись у відносно рівних економічних умовах. Споживчий міжнародний туристичний попит на згадані дестинації пояснюється цікавістю до нового, невикористаного в області рекреації, дозвілля і відпочинку, відносно дешевою порівняно з розвинутими регіонами, циклічним характером економічного розвитку (регіони, що розвиваються зараз стрімко набувають високих темпів розвитку, в той час, коли розвинуті регіони переживають періоди стагнації), віяння в культурному розвитку суспільства (активізація інтересів східних мотивів у світогляді та способі життя). Як наслідок, просліджується стабілізаційний ефект туризму на світову економіку інноваційного характеру, коли в ході економічних коливань в туризмі країнам, що розвиваються, надається можливість додаткового шляху до економічного росту.

Таким чином можна відзначити, що туризм є невід'ємною важливою складовою сферою світового господарства, яка реагує на зміну загальних економічних показників і здатна сама суттєво впливати на економічний розвиток.

О.Д. Тімченко, ст. викл. (ХДУХТ, Харків)

О.П. Ткаченко, канд. екон. наук, доц. (ХДУХТ, Харків)

СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

За останні кілька років відпочинок за кордоном перестав бути привілеєм «заможних» українців. За даними Державного комітету статистики, темпи зростання реальної заробітної плати населення в Україні в 2010 році склали 110% у порівнянні з 2009 роком (середньомісячна заробітна плата склала в 2010 році 2205 грн., а в 2009 – 1877 грн.). Про реальні доходи українців можна судити і за даними НБУ: обсяги вкладів у банківській системі за вісім місяців 2010 року зросли на \$ 5,1 млрд. і склали \$ 32,2 млрд., або \$ 1458 на кожного працездатного громадянина. Зниження рівня безробіття, збільшення капіталу дає можливість середньостатистичним українцям побачити світ не тільки по телевізору, а й випробувати комфортабельність закордонних готелів на собі.

На сьогоднішній день тільки в Харкові працює понад п'ятисот туристичних фірм, готових організувати незабутній відпочинок в будь-якому куточку світу. Жорстка конкуренція змушує їх проявляти гнучкість і йти на поступки клієнтам, відкривати нові можливості та унікальні маршрути. У зв'язку з цим, ринок туристичних послуг у нашій країні розвивається досить динамічно, чому також в деякій мірі посприяв економічна криза - багато країн знизили ціни на послуги для відпочиваючих, доступнішими стали ціни на перельоти.

Так, за даними Державної служби туризму і курорту виїзний турпотік у I кварталі 2010 склав 3,3 млн чоловік, що на 2...3% або на 111,1 тис. більше, ніж за аналогічний період 2009 року. Турагентства можуть запропонувати сьогодні своїм клієнтам практично все, що вони побажають - від дорогих турів за індивідуально