

практиці вже існують методики такої оцінки, що можуть бути використані в Україні.

Окремий блок мають складати показники, що не мають числового вираження. Сюди належать додаткові ефекти реалізації регіональних проектів та програм, які підвищують їх значущість регіону і надають їм додаткові переваги у залученні інвестиційних ресурсів, зокрема бюджетних. За інших рівних умов регіональні проекти та програми, що мають кращі показники екологічної та соціальної ефективності, а також більш відчутні додаткові ефекти, є більш конкурентоспроможними у боротьбі за інвестиційні ресурси. На особливу увагу такі показники заслуговують з точки зору відбору проектів до регіональних програм з частковим або повним бюджетним фінансуванням.

#### *Список літератури*

1. Про екологічну експертизу [Текст] : закон України : [від 9.02.1995 р.].
2. Про схвалення інвестиційних програм і проектів у галузі будівництва та проведення комплексної державної експертизи [Текст] : постанова КМУ : [від 11.04.2002 р. № 483].
3. Бланк, И. А. Инвестиционный менеджмент [Текст] / И. А. Бланк. – К. : Эльга-Н : Ника-Центр, 2001. – 448 с.
4. Коваль, Я. В. Регіональна економіка [Текст] / Я. В. Коваль, І. Я. Антоненко. – К. : Професіонал, 2005. – 272 с.

Отримано 30.03.2011. ХДУХТ, Харків.

© О.В. Ольшанський, В.М. Селютін, Р.І. Мироненко, 2011.

УДК 338.48

**В.М. Селютін**, канд. екон. наук

**О.В. Ольшанський**, канд. екон. наук

**С.В. Селютін**, студ.

## **СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ТУРИЗМОМ І ФОРМУВАННЯ ГАСТРОНОМІЧНИХ МІКРОКЛАСТЕРІВ**

*Досліджено аспекти представлення їжі як туристичного продукту і необхідність формування гастрономічних мікрокластерів. Запропоновано заходи системного характеру для ефективного використання ресторанної інфраструктури в туризмі та прискорення впровадження кулінарних турів.*

*Исследованы аспекты представления пищи как туристического продукта и необходимость формирования гастрономических*

*микрочастинок. Предложено меры системного характера для эффективного использования ресторанной инфраструктуры в туризме и ускорения внедрения кулинарных туров.*

*Investigated aspects of representation of food as a tourism product and the need for a gastronomic microclusters. The measures of the system for the effective use of the restaurant in tourism infrastructure and accelerate the deployment of culinary tours.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Особливістю сучасного етапу розвитку світової економіки є високий динамізм туристичної діяльності, про що свідчить ріст її питомої ваги у світовому ВВП до 9,2% [1]. В Україні туризм також динамічно розвивається, незважаючи на відсутність ефективної державної підтримки. 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 місце з усіх країн світу, поступаючись лише Франції, США, Іспанії, Китаю, Італії та Сполученому Королівству [4].

За метою, яку переслідують туристи, відправляючись у подорож, туризм класифікується по різному. В останні роки в усьому світі особливу популярність починає набувати гастрономічний туризм, який представляє подорож для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями, з метою покуштувати унікальні харчові продукти або страви.

У західних країнах кулінарний туризм давно увійшов в один із найпопулярніших видів туризму, і про це свідчить велика кількість компаній, що працюють у даному секторі ринку. Україна, маючи глибокі культурні традиції, зокрема у харчуванні, може запропонувати численні цікаві гастрономічні тури як для закордонних, так і для вітчизняних громадян.

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. Саме комплексність туристичної пропозиції викликає труднощі в організації та призводить до суттєвого зниження конкурентоспроможності вітчизняного гастрономічного турпродукту і, як наслідок, до руйнування іміджу України як великого європейського туристичного оператора.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питаннями регулювання туристичної галузі займалися такі учені, як

В. Квартальнов, В. Кифяк, О. Любіцева, С. Мельниченко, Г. Папірян, І. Смаль, Т. Ткаченко, Д. Ушаков, В. Федорченко, та ін. Проте досі невіршеними залишаються питання формування ефективних туристичних комплексів та управління ними [4]. Крім того, в останні роки актуальними стають питання організації гастрономічних турів, які висвітлювали б етнічні, оздоровчі, культурні та інші аспекти харчування.

**Мета та завдання статті.** Метою даної роботи є дослідження системного характеру гастрономічного туризму і обґрунтування адекватних підходів до формування і управління гастрономічними мікрокластерами.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Інтерес до гастрономічних, або кулінарних, подорожей зростає з кожним роком. Як відомо, гастрономія – це наука, що вивчає зв'язок між культурою та їжею. Її помилково відносять до кулінарії, проте остання – тільки невелика частина дисципліни. Гастрономія належить до мистецтва і соціальних наук. Це – витончений смак до їжі, розуміння тонкощів кулінарного мистецтва. У даний час поняття гастрономія вживається майже виключно в сенсі зведення всіх знань, що стосуються куховарського мистецтва та вміння користуватися його творами. Кулінарія (від лат. *culina* – кухня) – галузь людської діяльності, яка пов'язана з приготуванням їжі та включає комплекс технологій, устаткування і рецептів.

Кількість країн, де прокладені кулінарні туристичні маршрути, збільшується з року в рік. Зрозуміло, що в першу чергу кулінарний туризм цікавий істинним гурме, для яких гарна страва – щось більше, ніж просто їжа.

Найбільшого поширення кулінарні тури набули у Великобританії та Перу. Дуже популярними стали відомі французькі, болгарські винні тури, які пропонують прогулянки по виноградниках, збір винограду, дегустацію вин; сирні тури в Голландію, Швейцарію, Італію, де можна поласувати сортами кращих сирів, відвідати сирний ярмарок; пивні тури по Німеччині, Австрії, Чехії, Бельгії з відвідуванням пивоварень, відомих пивних барів та фестивалів.

Крім того, гастрономічні подорожі приваблюють людей, чий бізнес безпосередньо пов'язаний із приготуванням і вживанням їжі – ресторатори, сомельє, дегустатори, ресторанні 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.

Таку ж систему цілей, а відповідно, і структуру, повинен мати вітчизняний гастрономічний туризм. 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 або страву (рис. 1).



**Рисунок 1 – Аспекти їжі як туристичного продукту**

Так, у сфері традиційної української кулінарії та харчування була особливо насиченою символіка народної матеріальної культури. Це закономірно, оскільки українці – споконвічний хліборобський народ – залишалися такими аж до кінця XIX ст. Відповідно до цього і традиційно-побутова культура в своїй основі ґрунтувалася на цінностях хліборобської праці, культурі землі й родючості та шануванні головної цінності хліборобства – хліба, який набував для українців сакрального значення, а крім того – головної цінності при визначенні етичних, звичаєвих, а часто естетичних норм.

Для українців хліб становив також головний компонент харчування, позначений не лише особливостями їхньої господарської діяльності, а усталеними традиціями, спричиненими регіональною специфікою.

Відповідно до регіональності хліборобських культур формувалося й меню, яке у всіх районах України в основному

складалося з хлібних страв. За традицією вони приготувалися здебільшого з житнього, гречаного та кукурудзяного борошна, зокрема, на Слобожанщині – житнього з додаванням пшеничного та ячного. При готуванні хліба до борошна нерідко додавали різноманітні домішки – висівки, картоплю, квасолу, горох, а також борошно з товченої дубової кори, сосни або лободи.

Цікавою для туристів є інформація щодо асортименту борошняних страв української кухні, який включає розмаїття хлібних виробів, більшість яких – обрядові (коровай, корочун, лежень, мандрики, паска, гуски, шишки), каші (пшоняна, ячна, кулеша, пенцак, зубці, путря, дробленка), рідкі мучні страви (пшоняний куліш, ячний крупник), кашеподібні страви з борошна (лемішка, соломаха, малай, мамалига, толокно), а також оригінальні напої (жур, кваша).

Другу етнічну особливість української кулінарної традиції становив великий асортимент овочевих страв: борщ, капуста, голубці, квашена капуста, солоні огірки, гарбузова каша. Починаючи з другої половини XVIII ст. в Україні поширюється картопля й різноманітні картопляні страви – печеня, деруни, коми, кльоцки.

Широким асортиментом визначалися й м'ясні, рибні та молочні страви, хоча як повсякденна їжа вони були рідкістю для української родини. Проте в загальному кулінарному мистецтві й етнічних традиціях харчування вони посіли досить помітне місце і позначені оригінальністю. Неповторними за технологією та смаковими якостями стали кендюхи, кров'янки, крученики, печеня, січеники, хлібні хляки, шинка, а також скелотина, бриндзя, колотуха, завдаванка, сирокваша, парушка тощо.

Цікавим і цінним туристичним продуктом є інформація про те, що багато з блюд української кулінарії набуло етнічної та інтеретнічної символіки. Етнічна їх символічність визначалася насамперед через усвідомлення українцями окремих блюд як своєрідного коду національної культури, вписаних у систему етнічної історії. Вони розумілися ними і як зразки найвищих досягнень власного кулінарного мистецтва.

Взірцями світової народної кулінарії та водночас маркером самобутньої української культури ще у XVII–XVIII ст. стали такі страви, як борщ, галушки, вареники, горілка, узвар. Адже назви всіх цих страв вживалися у словосполученнях: український борщ, українські (або полтавські) галушки, українські вареники, українська горілка, українське сало.

Найвиразнішим серед усіх названих страв є саме український борщ, що став маркірованим елементом в українській етнічній

культури. Невипадково, що він особливо часто згадується в українському фольклорі, до того ж, нерідко разом з іншим вагомим маркером етнічної матеріальної культури – хлібом. Український борщ – надзвичайно складний за виготовленням, включав понад 50 компонентів, мав складну технологію приготування та суворо виважене дозування інгредієнтів. Останні визначали не лише смакові якості, а й робили борщ достатньо сильним фітотерапевтичним засобом. Недаремно борщ в українській родині готували не частіше одного разу на тиждень.

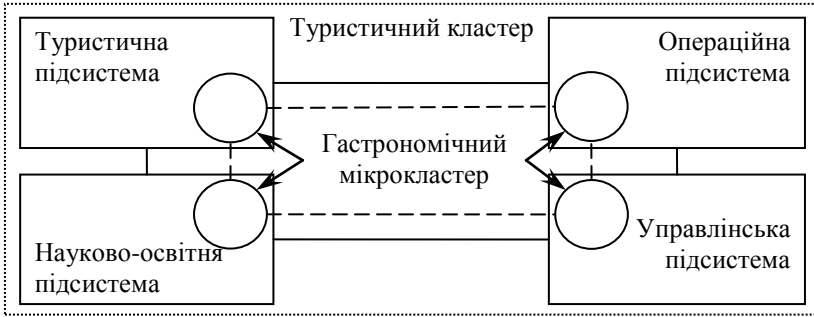
Борщ, а також інші взірці української кулінарії: галушки, вареники, горілка були символами етнічної культури не лише завдяки своїй оригінальності, а й через те, що вплетені були в обрядову культуру – і, отже, недаремно всі вони виступали насамперед компонентом святкової їжі.

Важливою конкурентною перевагою для вітчизняного туризму має стати усталена традиція хлібосољства й гостинності, вміння майстерно приготувати страви, вправно їх подати та вміння щедро прийняти гостей.

Гастрономічний туризм як важлива складова і напрям розвитку туристичної сфери бізнесу потребує більш високого рівня інтеграції з ресторанным бізнесом і домогосподарствами. Останні мають величезний потенціал культурних та кулінарних традицій. Оскільки основною метою управління туризмом в Україні є створення конкурентоспроможного на міжнародному ринку національного туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби населення країни, забезпечення на цій основі комплексного розвитку регіонів за умови збереження екологічної рівноваги та культурної спадщини [4], 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.ін.

Визнаним напрямом вирішення системних проблем є концепція туристичних кластерів [2]. Кластеризація туристичної індустрії передбачає не створення нових суб'єктів господарювання, а об'єднання на добровільних і взаємовигідних засадах існуючих виробників продукції та послуг. Метою такого об'єднання є вихід на новий рівень конкурентоспроможності на ринку туристичних послуг на основі скоординованості дій членів кластера [3].

Структура туристичного кластера передбачає наявність кількох обов'язкових підсистем, наведених на рис. 2.



**Рисунок 2 – Інтеграція гастрономічного мікрокластеру в туристичний кластер регіону**

Учасниками туристичної підсистеми є туристичні фірми, підприємства готельного господарства, об'єкти атракції та природно-заповідного фонду. Операційна підсистема об'єднує виробників аграрної продукції, торгівлю, ресторанне господарство, що має пряме чи опосередковане відношення до туристичної індустрії. Науково-освітня підсистема включає освітні заклади, здатні забезпечити потреби у висококваліфікованих кадрах, та наукові установи, які відповідають за стратегію розвитку, проводять маркетингові дослідження та рекламні акції. До управлінської підсистеми входять керівники організацій, що утворили кластер, представники фінансових інститутів та органів державного управління і влади, які координують дії учасників об'єднання.

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, тобто системи більш високого рівня.

Злагоджена робота всіх підсистем, взаємодія з мікро- та макросередовищем створює синергетичний ефект туристичного кластеру.

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).

Виділення гастрономічного мікрокластеру дає можливість зосередити увагу на важливих для людського буття 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 сільського населення, стимулювання розвитку сільської інфраструктури, використання переважно невитратних ресурсів територій, насамперед природну, соціокультурну й історичну спадщину, 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 як туристів, так і господарів.

**Висновки.** Результати дослідження свідчать про глибокі культурні традиції, які має Україна. Це дає можливість туроператорам запропонувати численні цікаві гастрономічні тури. Для надання якісного турпродукту треба враховувати низку аспектів представлення їжі як туристичного продукту, а саме рецептурний склад і технологію виробництва, оздоровчий характер інгредієнтів та страв, регіональні особливості споживання, культуру споживання та її історію, 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.

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

#### *Список літератури*

1. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <[www.unwto.org](http://www.unwto.org)>.

2. Петрасов, И. В. Концепция устойчивого развития применительно к мировому туризму [Электронный ресурс] / И. В. Петрасов. – М. : Прогресс, 2001. – Режим доступу : <<http://geopub.narod.ru/student/petrasov/1/main.htm>>.

3. Про затвердження Програми розбудови туристичної інфраструктури за напрямками національної мережі міжнародних транспортних коридорів та основних транспортних магістралей у 2004-2010 роках : Постанова Кабінету Міністрів України від 12.05.2004 № 612 : за станом на 10 лютого 2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <<http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=612-2004-%EF&p=1297359085363026>>.

4. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу [Текст] : монографія / Т. І. Ткаченко [та ін.] ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 596 с.

Отримано 30.03.2011. ХДУХТ, Харків.

© В.М. Селютін, О.В. Ольшанський, С.В. Селютін, 2011.

УДК 379.85(477)

**О.В. Жегус**, канд. екон. наук

**Т.М. Парцирна**, канд. екон. наук

**О.П. Афанасьєва**, ст. викл.

## **ДИНАМІКА ТА СТРУКТУРА ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ ЯК ІНДИКАТОР СТАНУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ**

*Аналіз динаміки та структури туристичних потоків в Україні показав наявність негативних тенденцій на ринку туристичних послуг, що зумовлено негативним впливом наслідків світової фінансово-економічної кризи.*

*Анализ динамики и структуры туристических потоков в Украине показал наличие негативных тенденций на рынке туристических услуг, что обусловлено негативным влиянием последствий мирового финансово-экономического кризиса.*