

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

**РЕФЕРАТ**

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності 242 «Туризм»

за освітньою програмою «Економіка та організація туристичної  
діяльності»

за темою: «Стратегія розвитку гастрономічного туризму (на прикладі  
ресторанної мережі «Реста»)»

Виконавець:

студентка факультету міжнародної економіки

Гурш Вікторія Олегівна

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

Нездоймінов Сергій Георгійович \_\_\_\_\_

**ОДЕСА — 2020**

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

У наш час під впливом глобальних процесів та міжнародної інтеграції на світовому туристичному ринку, роль гастрономічного туризму й послуг харчування, як форми споживання, призвели до збільшення інтересу до кулінарних традицій, особливостей кухні тієї чи іншої країни. А тенденції розвитку туризму у XXI ст. дозволяють стверджувати, що інтерес до нього з кожним роком збільшується, завдяки появі та розвитку нових видів туризму. Поява гастрономічних турів надає змогу туристам ознайомитися та насолодитися місцевою рецептурою, яка віками вбирала в себе традиції місцевих жителів, їх культури приготування їжі.

Гастрономічний туризм - це подорож, метою якої є ознайомлення з особливостями національної кухні країни, виробництва і приготування продуктів і страв. Головною особливістю гастрономічного туру є дегустація їжі, яка притаманна саме тій чи іншій місцевості і більше ніде у світі не зустрічається.

Одним із найперспективніших напрямів туризму в Одеському регіоні можна назвати «гастрономічний туризм». Цей вид туризму об'єднує місцеві громади, підприємців сфери туризму та ресторанного бізнесу, споживачів гастрономічних послуг. Розвиток гастрономічного туризму в Україні може зіграти важливу роль у створенні продукту, конкурентоспроможного на світовому ринку, здатного максимально задовольнити туристські потреби.

**Актуальність роботи** пояснюється аргументами необхідності комплексного дослідження проблем, пов'язаних з формуванням стратегій розвитку послуг на ринку гастрономічного туризму, підвищенням ефективності систем управління в підприємствах сфери обслуговування.

**Мета кваліфікаційної роботи.** Сформувати заходи щодо розробки та впровадження стратегії розвитку гастрономічного туризму в підприємствах сфери обслуговування туристів.

**Завдання дослідження.** Для досягнення мети визначені наступні завдання:

- розглянути теоретичні аспекти гастрономічного туризму;
- надати класифікацію основних форм гастрономічного туризму;
- охарактеризувати світовий досвід стратегічних напрямів розвитку гастрономічного туризму;
- надати характеристику діяльності ресторанної мережі «Реста»;
- провести аналіз фінансово-господарської діяльності ресторанної мережі «Реста»;
- надати оцінку конкурентоспроможності ресторанної мережі «Реста»;
- запропонувати організаційні заходи щодо формування кластерної стратегії розвитку послуг ресторанної мережі «Реста»;
- провести економічне прогнозування та обґрунтування кластерної стратегії розвитку послуг ресторанної мережі «Реста».

**Об'єкт дослідження:** процес формування стратегії розвитку гастрономічного туризму.

**Предметом дослідження є** сукупність теоретичних та практичних аспектів формування стратегії розвитку послуг гастрономічного туризму на підприємствах сфери обслуговування.

**Методи дослідження.** Методологічну базу кваліфікаційної роботи складає сукупність загальнонаукових та спеціальних економічних методів:

- аналізу та синтезу;
- економіко-статистичний метод;
- спостереження та порівняння;

- SWOT - аналіз;
- економіко-математичний щодо прогнозування доходу підприємства.

Для обробки та аналізу інформації використовувалися комп'ютерні програми Microsoft Word і Microsoft Excel. Також були використані окремі елементи економіко-математичних методів.

**Інформаційна база дослідження.** Інформаційною базою роботи є закони України, Укази Президента України, Постанови Уряду України, інші нормативно-правові акти, інструктивні та методичні матеріали галузевої приналежності. В роботі використовувалися матеріали наукових монографій, інформаційні матеріали науково-практичних конференцій і семінарів, періодичних видань, збірники та довідники служби державної статистики, тематична довідкова література, галузева інформація, інформаційні ресурси мережі Інтернет.

Тема кваліфікаційної роботи відповідає напрямам наукових досліджень кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу Одеського національного економічного університету.

*Практичне значення результатів*, які одержані в результаті дослідження, полягають у можливості використання запропонованих заходів щодо формування стратегії розвитку гастрономічного туризму, кластерного розвитку ресторанного бізнесу в Одеському регіоні.

**Публікації та апробація результатів дослідження.** Окремі результати дослідження були представлені у тезах доповіді:

1. Гурш В. О. Росія як потужний ринок виїзного туризму / В. О. Гурш // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених; Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2020. – 881 с. – С. 219-

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«Теоретичні засади формування стратегії розвитку гастрономічного туризму»** розглядаються науково-теоретичні підходи до формування стратегії розвитку гастрономічного туризму. Висвітлена класифікація напрямів та форм гастрономічного туризму. Розглянутий світовий досвід формування стратегій розвитку гастрономічного туризму.

У другому розділі **«Аналіз господарської діяльності ресторанної мережі «Реста» на ринку гастрономічного туризму»** проаналізована фінансово-господарська діяльність ресторанної мережі «Реста» та її конкурентоспроможність на ринку м. Одеси.

У третьому розділі **«Напрями формування стратегії розвитку послуг гастрономічного туризму в ресторанній мережі «Реста»»** розроблено організаційні заходи щодо формування кластерної стратегії розвитку послуг ресторанної мережі «Реста», запропоновано та обґрунтовано економічна доцільність кластерної стратегії розвитку послуг мережі «Реста»

## ВИСНОВКИ

1. Дослідивши науково – теоретичні аспекти розвитку гастрономічного туризму, можна зробити висновок, що термінологію і класифікацію його видів науковці вивчають досі. Вітчизняні та зарубіжні науковці пропонують під терміном «гастрономічний туризм» розуміти спеціалізований вид туризму, що поєднує у собі ознайомлення і

дегустацію національних кулінарних традицій різних народів чи країн світу. Крім цього, він відображає здатність людини пізнавати культуру країни через її національну кухню, з метою задоволення туристських потреб.

2. Розглянувши підходи до класифікації видів гастрономічного туризму важливо виділити фактори, які впливають на його розвиток: соціально-економічні; нормативно-правова база в галузі туристичного та готельно-ресторанного господарства; наявність ресурсної бази, екологічний стан території, стан розвитку АПК, харчової переробної промисловості, національний склад, розвиток культури та народних традицій, розвиток інфраструктури (наявність транспортного сполучення, закладів тимчасового розміщення та харчування).

3. Світовий досвід розвитку гастрономічного туризму доводить, що найбільшим вагомим стратегічним напрямком є розробка нового туристичного продукту за участю підприємств ресторанного господарства, підприємців регіональних ринків, де представлені харчові продукти місцевих виробників, дегустація місцевої продукції, гастрономічні свята та фестивалі, кулінарні майстер-класи, гастрономічні ярмарки та відвідування фермерських угідь. Попит на послуги гастрономічного туризму передусім обумовлений наявністю у кожній країні світу відповідних туристичних ресурсів – від діючих підприємств ресторанного господарства і гастрономічних заходів до об'єктів гастрономічної та кулінарної спадщини.

4. Аналіз господарської діяльності ресторанної мережі «Реста» на ринку гастрономічного туризму показав, що компанія «Реста» – один з найпомітніших операторів на ринку ресторанного бізнесу України. У портфоліо компанії знаходяться такі успішні заклади як мережа піцерій «Пан-Піца», відомі одеські ресторани «Стейкхаус. М'ясо і Вино», «Дача», «Фарширована Риба» та «Риба у Вогні», п'ять кафе, об'єднані спільною

концепцією, єдиною ідеєю і одною назвою – «Компот», а також ресторан італійської кухні «Тавернетта».

5. У 2019 році порівняно з 2017 роком відбулося зростання собівартості реалізованої продукції на 15202 тис. грн та інших операційних витрат на 13580,5 тис грн., що у сукупності вплинуло на збільшення витрат на 28782,5 тис. грн у цілому по мережі. Найбільшу питому вагу у складі прямих виробничих витрат ресторанів займає стаття витрат на продукти харчування. У відсотковому відношенні на цю статтю припадає 48,02%. Витрати на заробітну плату лінійного персоналу займає 45,37% у загальному обсягу витрат.

6. Проведено PEST-аналіз конкурентного ринку ресторанних послуг та надано оцінку факторів, що впливають на конкурентне середовище ресторанної мережі «Реста». Розраховано інтегральний показник конкурентоспроможності ресторанної мережі «Реста», що становить 4,47 та є вище середнього показника серед конкурентів. За цим показником досліджуваний заклад випереджає ресторани «Synergy Group», «SEZAM Group» та «G-Group».

7. Розроблено блок – схема та алгоритм формування кластерної стратегії розвитку послуг гастрономічного туризму в ресторанної мережі «Реста». Ядром кластеру гастрономічного туризму рекомендовано підприємство мережі «Тавернетта», яке вже має потужний бренд ресторанних послуг. Доведено, що функціонування кластеру гастрономічного туризму об'єднує зусилля регіональних підприємців сфери туризму, органів влади і ключових учасників кластеру ресторанної мережі «Реста» для виробництва певного туристичного продукту. Співпрацюючи у кластері, учасники можуть отримувати нові розробки щодо системи логістики, технології продажу продукції, системи менеджменту та маркетингу гастрономії та туристичного продукту тощо. Запропоновані заходи спрямовано на забезпечення ефективного бізнесу

мережі «Реста» та стратегічної співпраці суб'єктів господарювання в межах туристичного регіону на основі створення та реалізації послуг гастрономічного туризму.

8. Для обґрунтування заходів формування кластерної стратегії розвитку ресторанних послуг мережі «Реста» в роботі застосовані економіко – математичні методи розрахунків щодо прогнозування чистого доходу ресторанної мережі «Реста». Прогнозований чистий дохід, розрахований за допомогою методу експоненціального згладжування на сценарний період господарської діяльності мережі складає 72394.8 тис. грн. Доведено, що досягнення синергетичного ефекту залишається також одним із ключових завдань формування кластерного механізму співробітництва ресторанної мережі «Реста» у сфері гастрономічного туризму.