

Матющенко О. М.
здобувачка вищої освіти спеціальності
241 Готельно-ресторанна справа

Кушнірук В.С.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри готельно-ресторанної справи та туризму
Миколаївський національний аграрний університет
м. Миколаїв, Україна

РОЛЬ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧУВАННЯ В РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ РЕГІОНІВ

Розвиток туристичної інфраструктури є одним із ключових напрямів регіональної економічної політики, спрямованої на підвищення конкурентоспроможності територій, формування позитивного іміджу та залучення внутрішніх і міжнародних потоків туристів. У цій системі особливе місце належить підприємствам харчування, які не лише задовольняють базові потреби туристів, але й формують культурну, соціальну та емоційну складову туристичного досвіду. Заклади ресторанного господарства виступають не тільки сервісним елементом, а й важливим чинником економічного розвитку, сприяючи зайнятості населення, розвитку суміжних галузей і зростанню доходів місцевих бюджетів [1].

Підприємства харчування становлять структурно-функціональний елемент туристичної інфраструктури, оскільки забезпечують задоволення гастрономічних потреб відвідувачів, сприяють підвищенню рівня комфортності подорожі та позитивному сприйняттю регіону як туристичної дестинації. Як зазначає Сорока І.В., ефективне функціонування ресторанного бізнесу у тісному взаємозв'язку з готельними підприємствами, транспортом, культурними та рекреаційними об'єктами створює цілісну систему обслуговування туристів, що визначає рівень привабливості території [2].

У сучасних умовах зростає значення гастрономічного туризму, який розглядається як окремий вид подорожей, зорієнтований на пізнання кулінарних традицій, продуктів та технологій приготування страв певного регіону. Таким чином, підприємства харчування стають не лише об'єктом споживання, а й джерелом культурної автентичності. За дослідженнями Гаталяк О.І., формування локальних гастрономічних брендів і популяризація національної кухні створюють додану вартість туристичного продукту, стимулюють розвиток малого та середнього бізнесу, а також сприяють підвищенню рівня впізнаваності регіону [3].

Важливим чинником успішності закладів харчування в структурі туристичної інфраструктури є рівень якості обслуговування, інноваційність підходів та дотримання міжнародних стандартів. Висока культура сервісу формує довіру до регіону та країни загалом, а також виступає індикатором туристичної зрілості дестинації. Розвиток цифрових технологій, систем онлайн-

бронювання, маркетингових платформ і мобільних додатків дозволяє підприємствам харчування підвищити свою видимість на ринку та оперативно реагувати на зміни споживчих запитів. Використання локальних продуктів, впровадження концепції «slow food» і сталих практик (зменшення харчових відходів, підтримка фермерів, екологічна упаковка) підвищує конкурентоспроможність ресторанних підприємств та водночас формує соціально відповідальний імідж території [1; 3].

З економічної точки зору підприємства харчування є значущим фактором мультиплікативного ефекту. Вони створюють робочі місця не лише у сфері ресторанного бізнесу, але й у суміжних секторах – агропромисловому комплексі, харчовій промисловості, транспорті, будівництві, сфері послуг і розваг. Кожен новий ресторан або кафе стимулює розвиток локального підприємництва, забезпечує попит на продукти місцевого виробництва, сприяє модернізації інфраструктури та підвищенню рівня благоустрою території [2]. Відповідно, державна та регіональна політика у сфері туризму має враховувати потенціал підприємств харчування як каталізаторів регіонального розвитку.

Соціально-культурна роль підприємств харчування полягає у формуванні міжкультурного діалогу, адже саме через гастрономію відбувається знайомство туристів з традиціями, звичаями, ментальністю та культурною спадщиною народу. Ресторани, що пропонують автентичні страви, виступають як «амбасадори» національної ідентичності, а тематичні гастрономічні фестивалі, ярмарки, кулінарні тури стають ефективними інструментами просування туристичного потенціалу регіонів. У цьому контексті важливим завданням є підвищення рівня професійної підготовки кадрів у сфері харчування, формування гастрономічної культури обслуговування та розробка регіональних програм підтримки гастрономічного туризму [3].

Розвиток підприємств харчування також сприяє диверсифікації туристичних продуктів регіону. Вони здатні привабити різні категорії споживачів – від масового до елітного сегмента, від екологічного до ділового туризму. Інноваційні формати, такі як тематичні ресторани, фуд-корти, еко-кафе, вулична гастрономія, а також інтеграція ресторанів у структуру готельно-ресторанних комплексів підвищують гнучкість інфраструктури і забезпечують різноманіття пропозиції для туристів. Це сприяє формуванню туристично привабливого середовища, що відповідає сучасним світовим тенденціям розвитку сфери гостинності [1; 2].

Отже, підприємства харчування відіграють багатовимірну роль у розвитку туристичної інфраструктури регіонів. Вони є не лише елементом сервісної системи, а й потужним чинником соціально-економічного, культурного та інноваційного зростання. Розвиток мережі підприємств харчування вимагає узгодження з регіональною політикою у сфері туризму, інвестиційної підтримки, модернізації матеріально-технічної бази, дотримання санітарно-гігієнічних норм і впровадження стандартів якості. Підвищення ролі закладів громадського харчування у структурі туристичної інфраструктури є передумовою сталого розвитку регіонів, формування позитивного іміджу України на міжнародному

туристичному ринку та забезпечення конкурентних переваг у глобальній системі туризму.

Список використаних джерел:

1. Проблеми розвитку готельного і ресторанного бізнесу в Україні [Електронний ресурс]. URL: <https://turizmliol.wordpress.com/2020/05/07/проблеми-розвитку-готельного-і-ресторанного-бізнесу-в-україні/> (дата звернення: 17.10.2025).
2. Сорока І. В. Туризм як фактор розвитку регіональної економіки [Електронний ресурс]. URL: https://tourlib.net/aref_tourism/soroka.htm (дата звернення: 17.10.2025).
3. Гаталяк О. І. Туризм як чинник соціально-економічного розвитку регіону [Електронний ресурс]. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/gatalyak3.htm (дата звернення: 17.10.2025).

Мельник І.Л.
*кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри
туристичного та готельного бізнесу,*

Гребень С.О.
*здобувач спеціальності «Туризм та рекреація»
Національний університет харчових технологій
м. Київ, Україна*

ІНСТИТУЦІЙНА РОЛЬ ЗАКЛАДІВ NORECA У ФОРМУВАННІ ГАСТРОНОМІЧНИХ МАРШРУТІВ

У гастрономічному туризмі при проектуванні маршрутів заклади HoReCa виступають не лише місцями споживання їжі, а й культурними, економічними та організаційними інституціями, що визначають якість і привабливість туристичного продукту, а також формують унікальний досвід мандрівника та створюють імідж відповідного регіону. Заклади HoReCa виконують організаційну функцію, пропонуючи туристам різні формати дегустацій, майстер-класів і кулінарних шоу, що перетворює звичайне харчування на інтерактивний культурний захід. Одночасно проявляється і культурна функція, що полягає у збереженні та використанні традиційних рецептів, у поєднанні кухні з мистецтвом, історіями та легендами, які додають маршруту емоційної цінності. Економічна роль визначається кількістю створених робочих місць, стимулюванням виробництва локальних продуктів та підвищенням конкурентоспроможності території, адже гастрономічні маршрути часто стають драйверами розвитку регіонів.

Організація гастрономічного маршруту неможлива без врахування параметрів, які безпосередньо пов'язані з діяльністю закладів HoReCa. Зокрема, вартість туру визначає рівень закладів, які можуть бути включені до програми: від демократичних до ресторанів «високої» кухні; розмір групи впливає на формат дегустацій, які представлені стандартним дегустаційним меню (велика