

КРАФТОВІ НАПОЇ ЯК СЕРВІСНА ІННОВАЦІЯ В ГОТЕЛЬНОМУ ТА ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

CRAFT DRINKS AS A SERVICE INNOVATION IN THE HOTEL AND TOURISM BUSINESS

УДК 338.465.4

DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.86-33>

Пушка О.С.

к.т.н., доцент кафедри готельно-ресторанної справи, Національний університет харчових технологій

Різник А.О.

доктор філософії, асистент кафедри готельно-ресторанної справи, Національний університет харчових технологій

Дочинець І.В.

асистент кафедри готельно-ресторанної справи, Національний університет харчових технологій

Pushka Olga

National University of Food Technologies

Riznyk Anastasiia

National University of Food Technologies

Dochynets Inha

National University of Food Technologies

Проаналізовано сучасний стан, значення та перспективи розвитку готельного та туристичного бізнесу в Україні та світі. Розглянуто поняття крафтові продукти та напої як складову туризму, передумови появи крафтових виробництв, переваги та перспективи їх розвитку. Наведено характеристику вин, гастрономічних турів та винних регіонів України. Показано взаємозв'язок крафтових напоїв з індустрією гостинності та туризму. Розглянуто заходи підтримки крафтового виробництва в різних регіонах України. Обґрунтовано суть гастротуризму та визначені об'єкти для відвідування. Визначено, що в Україні високий потенціал розвитку енотуризму, наведено найпопулярніші крафтові виноробні України. Показано, що крафтові напої як інновація в індустрії гостинності та туризмі може стати додатковим сегментом доходів для місцевих та державного бюджетів.

Ключові слова: крафтові напої, сервісні інновації, готельний бізнес, туризм, виноробство.

The current state, significance and prospects for the development of the hotel and restaurant business and tourism in Ukraine and the world are analyzed. The concept of craft products and drinks as a component of tourism, prerequisites for the emergence of craft productions, advantages and prospects for their development are considered. The advantages of the development of craft beverages as a service innovation in tourism have been studied. Characteristics of wines, gastronomic tours and wine regions of Ukraine are given. The relationship between craft drinks and the hospitality and tourism industry is shown. Measures to support craft production in different regions of Ukraine were considered. The essence of gastrotourism is substantiated and the objects to be visited are determined. It was determined that there is a high potential for the development of wine tourism in Ukraine, and the most popular craft wineries of Ukraine are listed. It has been established that Ukraine has great potential for the development of craft production, which is an integral part of tourism. Craft production definitely contributes to the entrepreneurial activity of the local population, and as part of the cultural heritage of the region, it fulfills the function of tourism development. The development of tourism is closely related to the formation of high-quality, exclusive products that are similar to the region and will form a regional brand. The impossibility of producing craft products on a large scale, as a disadvantage for attracting a large number of tourists, turns into an advantage in modern conditions, since its originality and accessibility become decisive factors when planning a trip. Each producer of a craft drink is distinguished by its individuality and accessibility. It is necessary to stimulate the promotion of Ukrainian production of craft products on the world and European market by various methods, including with the help of gastronomic routes, tours within the country itself, which will expand the understanding of Ukrainian viticulture and winemaking for both domestic and foreign tourists. It is shown that craft beverages as an innovation in the hospitality and tourism industry can become an additional revenue segment for local and state budgets.

Key words: craft drinks, service innovations, hotel business, tourism, winemaking.

Постановка проблеми. Туризм є важливою галуззю української економіки і набув значного поширення в соціальному та економічному плані. Цьому сприяє розширення наукових, політичних, культурних та економічних зв'язків між Україною та іншими країнами. Для подальшого розвитку індустрії гостинності та туризму необхідно проаналізувати сучасний стан туристичної діяльності та формування ключових факторів, що впливають на її розвиток. Таким чином, важливість туризму для економіки країн світу та України пов'язана з низкою чинників, що будуть отримані в результаті ефективного розвитку. По-перше, збільшується зайнятість в індустрії гостинності, готельному та ресторанному бізнесі, транспорті та суміжних галузях. По-друге, важливість самого процесу туризму, який чинить вплив на місцеву економіку, впливаючи на зростання податкових надходжень до бюджетів усіх рівнів та розвиток низки галузей економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості розвитку туризму як соціально-економічного явища, його теоретичні аспекти та роль

у національній економіці вивчали такі науковці: Агафонова Л.В. [3], Двієра Л. [6], Дядечко Л.П. [4], Кіфіак В. [7], Маккензі Дж. [5] та ін. «Гастрономічний туризм» (від грецького γαστήρ шлунок) – це одна із галузей соціології, що вивчає взаємозв'язок між їжею та культурою. А частиною гастрономії вважається «кулінарія» (від латинського culīna – кухня) – галузь прикладної діяльності, що пов'язана з приготуванням їжі, містить набір технік, обладнання та рецептів [8]. Гастрономічний туризм – це інструмент для розуміння цивілізаційної спадщини країни, а національна кухня – єдиний аспект, який відображає традиції, спосіб життя та світогляд різних країн.

У зв'язку з нестабільним станом економіки, як в Україні, так і у світі питання вивчення стану туристичної діяльності потребують постійних досліджень. Є потреба у поглибленому науковому дослідженні теоретичних аспектів формування туристичного продукту, виявлення доцільних щодо розвитку вітчизняного туристичного ринку маркетингових заходів, визначенні пріоритетів та окресленні шляхів підвищення ефективності управління

комплексним використанням туристичного потенціалу України.

Постановка завдання. Мета дослідження полягає у вивченні переваг розвитку крафтових напоїв як сервісної інновації в туризмі, достатньо перспективного напрямку туристично-готельного бізнесу, що може посилити можливість виробництва крафтових продуктів в регіонах України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Слово «крафт» походить від англійського слова «craft», що означає «майстерність». Уперше поняття «крафтовий» прозвучало в терміні «крафтове пиво» (пиво, зварене за оригінальним рецептом невеликими партіями, у локальних пивоварнях). В Україні відбулася повноцінна «революція крафтового пива», яка дала поштовх розвитку автентичного пивоваріння в цілому.

Так, крафтовим вважається продукт, власного виробництва з подальшою реалізацією у невеликих кількостях. Ключова відмінність такого процесу – забезпечення якості на кожному етапі, починаючи з відбору сировинних інгредієнтів та закінчуючи нетрадиційною технологією виробництва. Чому ж варто обрати саме крафтову продукцію? Однозначно через відмінну якість, яка послідовно контролюється на кожному циклі створення. Наступна перевага полягає в унікальності, адже, продукція реалізується в невеликих кількостях. Не менш важливою являється цінова політика – вартість крафтових продуктів зазвичай висока, але це не так. Порівнявши склад таких виробів та їх якість, очевидно, що ціна оптимальна і навіть занижка. Переважна більшість продукції виробляється з використанням місцевої сировини, тому не потребує імпортних компонентів. А невеликі масштаби виробництва не передбачають високих витрат, як у вигляді величезного штату співробітників, офісних і адміністративних витрат, великих маркетингових та логістичних витрат. Саме тому якість, склад та унікальність формують ключові переваги, за які доречно сплачувати встановлену вартість. Останньою, але не менш важливою, перевагою являється орієнтованість на потенційного споживача. Кожен відповідальний виробник, в першу чергу, захоплений своєю справою, тому вкладає максимум енергії та любові.

Більшість вітчизняних виробників крафтової продукції реалізують виробу безпосередньо поруч з виробництвом (наприклад, фірмові магазини, воркшоп та ін.). Також, такі підприємці знайомлять зі своїми виробами в умовах у різних спеціалізованих заходів, таких як виставки ярмарки та фестивалі [9].

Щороку в різних куточках світу з'являються нові гастрономічні тури, які приваблюють дедалі більше відпочивальників. Тому туристичні агенції пропонують своїм клієнтам зануритися в організовані подорожі з цікавими опціями та насиченими програмами.

Україна вважається однією з найпривабливіших для туристів країн світу, з сироварнями, виноробнями, багатою історією та неповторними архітектурними пам'ятками. Західні регіони стали своєрідною туристичною базою країни для подорожуючих, навіть в умовах сьогодення туристичні пам'ятки та маршрути залишаються доступними. Так, туристи мають можливість мандрувати Малими Карпатами, де розташовано безліч господарств, що виготовляють прекрасні вина. У Закарпатській області популярністю користується тур «Дорога вина і смаку», що знайомить мадрівників майже з 20 виробниками різних вин та сирів. Така подорож Західною Україною дозволяє туристам поєднати гастрономічне знайомство із регіоном та його унікальною неповторною природою. Проте через військові дії та небезпечну ситуацію в цілому, аналогічний тур «Дорога вина і смаку» наразі недоступний для туристів у Бессарабії [10].

За останні роки прослідковується збільшення кількості закладів харчування, що спеціалізуються на гостинності для туристів, таких як сироварні, виноробні, пивоварні та автентичні ресторани.

У Київській області існує безліч туристичних пропозицій з дегустації вин, а приватні виноробні, що зберегли свої виробничі площі та виноградники, пропонують екскурсії з екскурсом до історії створення вина та навчають тонкощам дегустації. Перевагою таких турів для туристів є можливість придбання крафтової продукції одразу після дегустації [11].

Гастрономічний туризм – це поїздка на континент або в певну країну за для знайомства з особливостями місцевої кухні, ремісничими унікальними технологіями виробництва та кулінарними традиціями, та обов'язково продегустувати локальні продукти та страви, напої з них. Такими подорожами можуть бути:

1) півні тури – призначені для справжніх поціновувачів цього алкогольного напою. З розвитком крафтового пивоваріння зростає і популярність до цього виду туризму.

2) винні тури з дегустацією – вважаються одним із найперспективніших підвидів. Вони дають змогу познайомитися з місцевими традиціями та способом життя, відвідати сімейні виноробні, познайомитися з виробниками вина та продегустувати найкращі сорти вин. До таких вітчизняних турів належать: виноробний комплекс «Чизай», винне господарство князя Трубецького, Закарпатський винний шлях, родинна виноробня «Курінь», та ін. [12].

Протягом кількох тисяч років вино було елементом релігійних ритуалів. Воно стало важливим напоєм для прийому гостей, в медичних цілях, стало невід'ємною частиною щоденної трапези. Сьогодні виноробство є поширеним там, де може зростати виноград. До числа таких регіонів відноситься й Україна.

На якість вина вирішальний вплив справляє хімічний склад ягід, що залежить від підбору сортів і якості кожного сорту. Сортові розходження винограду багато в чому визначають типи й індивідуальність вин, особливо марочних. У виноробстві існують сорти, які використовують для вироблення тільки визначених сортів або типів вин. Незважаючи на сприятливі кліматичні умови та давні традиції виноробства, в Україні класифікують вина з урахуванням технології виробництва, сировини, кольору, вмісту спирту і цукру, терміну витримки тощо (відповідно до ДСТУ 4806:2007. Вина. Загальні технічні умови). Класифікація вин наведена на рис. 1.

За останні роки в Україні з'явилося чимало виноробів, наполегливих і одержимих, закоханих у свій край, завдяки яким галузь починає виходити з тіні і заявляє про себе все голосніше. Це стало можливим в тому числі завдяки появі нового про шарку крафтових виноробів. Разом з тим про українських виноробів мало що відомо у власній країні. Широкому загалу їхні досягнення невідомі. Коли споживач приходить купувати українське вино в магазині або замовляє келих вина в ресторані, то частіше віддає перевагу світовим виробникам, хоча деякі українські винороби не поступаються

своїм європейським колегам. Основні показники складу виноградних вин наведені в таблиці 1.

В рамках ознайомлення з ринком виробництва винних напоїв, доречним є аналіз кращих вітчизняних крафтових виноробень (табл. 2) та найпопулярніших автентичних вин (табл. 3).

Висновки з проведеного дослідження. На основі проведеного дослідження встановлено, що Україна має великий потенціал для розвитку крафтового виробництва, яке є невід'ємною частиною туризму. Крафтове виробництво безумовно сприяє підприємницькій активності місцевого населення, і як частина культурної спадщини регіону реалізує функцію розвитку туризму. Розвиток туризму міцно пов'язаний із формуванням якісних, ексклюзивних продуктів, що уподібнюються регіону та формуватимуть регіональний бренд. Неможливість виготовлення крафтових продуктів у великому обсязі, як недолік для залучення великої кількості туристів, в сучасних умовах перетворюється на перевагу, оскільки вирішальними чинниками при плануванні подорожі стають її оригінальність та доступність. Кожен виробник крафтового напою відрізняється своєю індивідуальністю, доступністю і виробленням певних марок вин.

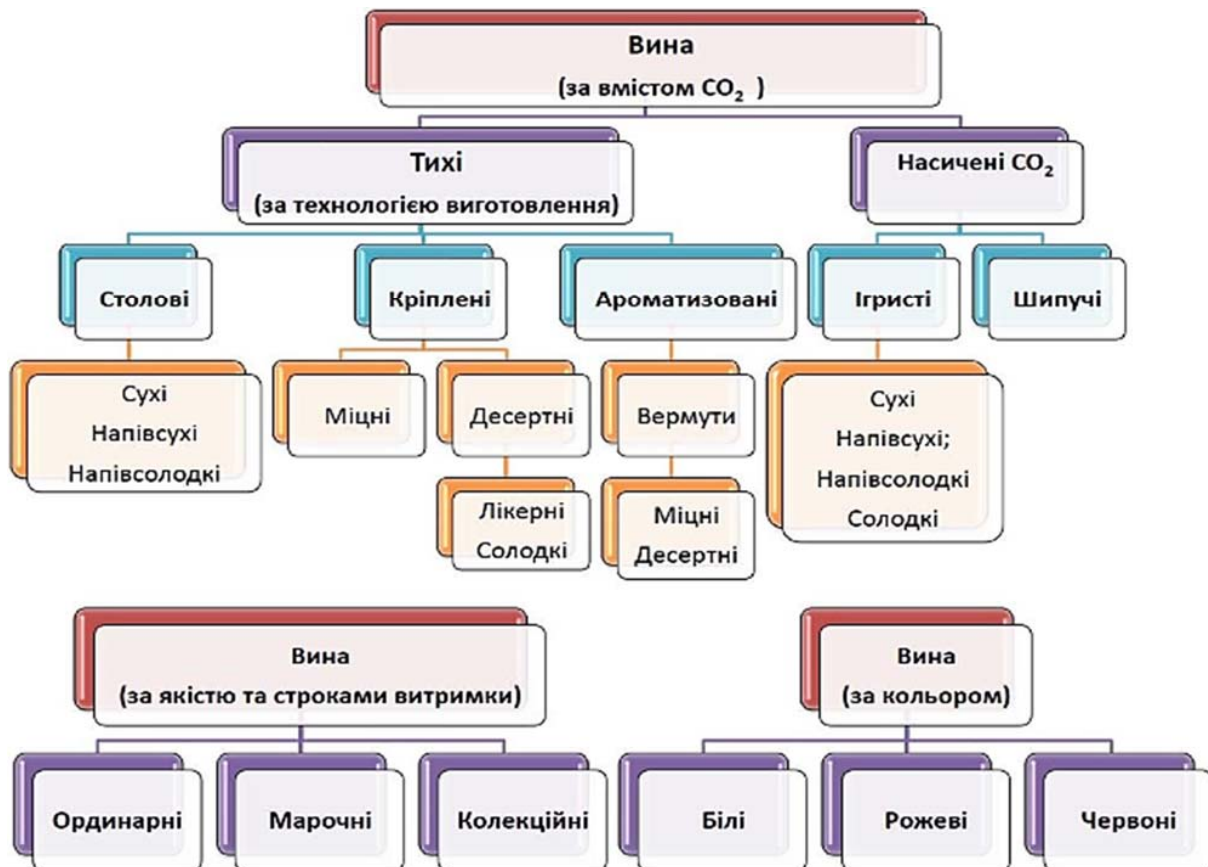


Рис. 1. Класифікація українських вин

Джерело: [2]

Таблиця 1

Основні показники складу виноградних вин [2]

Групи та категорії	Вміст основних компонентів	
	Спирт, % об	Цукор, г/л
Вина тихі:		
Столові натуральні:		
Сухі	9 - 13	до 3
<i>Напівсухі</i>	9 - 13	5 - 30
<i>Напівсолодкі</i>	9 - 12	30 - 80
Купажні:		
<i>Сухі</i>	9 - 13	до 3
<i>Напівсухі</i>	9 - 13	5 - 25
<i>Напівсолодкі</i>	9 - 12	30 - 80
Кріплені:		
Міцні	17 - 20	30 - 120
Десертні:		
<i>Солодкі</i>	14 - 17	160 - 200
<i>Лікерні</i>	12 - 17	210 - 300
<i>Ароматизовані</i>	16 - 18	60 - 160
Вина, що містять CO ₂		
<i>Ігристі</i>	10,5 - 13,5	30 - 110
<i>Шипучі</i>	9 - 12	30 - 80

Таблиця 2

Перелік крафтових винних виробництв України [13]

№	Назва підприємства	Адреса розташування власних виноградників	Загальна площа виноградників	Вік лози
1.	Don Alejandro Winery	сmt. Холодна Балка, Біляївський район, Одеська область	14 га	20 років
2.	Виноробня Григорія Кулініченка	с. Горохове, Бородянський р-н, Київська обл.	4 га	13 років
3.	Bohdan's Winery	с. Гораївка, Кам'янець-Подільський район, Хмельницька область	2 га	20 років
4.	Korus Wines	м. Кропивницький, Кіровоградська область. Виноградники	0,2 га	10 років
5.	Kovach Family Winery	с. Концово, Ужгородський р-н, Закарпатська область	100 га	17 років
6.	Винна мануфактура Штифко	с. Ключарки, Мукачівський район, Закарпатська область	1 га	6 років
7.	Sherwood Winery	м. Умань, Черкаська обл.	0,15 га	років

Таблиця 3

Характеристика популярних крафтових українських вин [13]

№	Назва	Класифікація	Виробник	Розташування крафтового виробництва	Характеристика
1.	Йоханітер	Сухе, біле	Сімейна виноробня Father`s wine	сmt. Гусятин, Тернопільська область	Вино має добре виражений аромат зелених яблук, груші та персику в поєднанні з білими квітами у меді.
2.	Совіньєр Грі	Сухе, біле	Виноробня Edem Resort winery	с. Стрільки, Перемишлянський район, Львівська область	Вино лимонно-золотистого кольору, має виражений аромат тропічних фруктів з лаймом, грушею, персиком та медом.
3.	Троянда Карпат	Десертне, біле	Шато Чизай	м. Берегове, Закарпатська область	Вино бурштинового кольору, має виражений аромат та смак карамелізованих фруктів, горіхів із медом та квітами.

Необхідно стимулювати просування українського виробництва крафтової продукції на світовий та європейський ринок різними методами, в тому числі за допомогою гастромаршрутів, турів всередині самої країни, які будуть розширювати уявлення про українське виноградарство, виноробство як для вітчизняних так і для іноземних туристів. Крафтові напої як інновація в індустрії гостинності та туризму може стати додатковим сегментом доходів для місцевих та державного бюджетів України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Сильчук Т.А., Москаленко Д., Зуйко В.І. Розширення інноваційних послуг у сфері гостинності // *Причорноморські економічні студії* 2020. Випуск 58.
2. Пушка О.С. Барна справа та організація роботи сомельє // О.С. Пушка, Р.В. Матюшенко, В.В. Цирульнікова, Т.А.Сильчук, Л.О. Шаран, Т.І. Іщенко, О.В Коваль, О.В. Собін / Київ : Інкос, 2021. 434 с.
3. Агафонова Л., Агафонова О. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: Навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів. Київ: Знання України, 2008. 351 с.
4. Дяченко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. Київ : Центр навчальної літератури, 2007. 224 с.
5. James C. Makens. Marketing for Hospitality and Tourism. 4th edition. Publisher: Prentice Hall, 2005.
6. Larry Dwyer. International Handbook on the Economics of Tourism. Publisher: Edward Elgar Publishing, 2010. 495 p.
7. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. Чернівці: Книги – XXI, 2003. 300 с.
8. Корнілова В.В., Корнілова Н.В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. *Ефективна економіка*. 2018. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6112> (дата звернення: 9.04.2024).
9. Що таке "крафт" та чому слід обирати крафтовий продукт? URL: <https://kult.com.ua/shcho-take-kraft-ta-chomu-slid-obyraty-kraftovyy-produkt/> (дата звернення: 16.04.2024)
10. Війна та загроза з півночі. Як змінилася географія гастромандрівок по Україні. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/voyna-ugroza-severa-izmenilas-geografiya-1658748807.html> (дата звернення: 16.04.2024).
11. Крафтові продукти та вино. Куди можна поїхати в гастротури по Україні. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/kraftovye-produkty-vino-kuda-ukraine-mozhno-1658503922.html> (дата звернення: 16.04.2024).
12. Фесенко Г.О. Гастротуризм як актуальний тренд сучасного розвитку сфери туризму в Україні. *Ефективна економіка*. 2021. № 5.
13. 8 крафтових виноробень, що увійшли до «WTA Гайд. України». URL: <https://drinks.ua/news/8-kraftovih-vinoroben-shho-uvijshli-do-wta-gajd-ukraina/> (дата звернення: 16.04.2024).

REFERENCES:

1. Sylchuk T.A., Moskalenko D., Zuiko V.I. (2020) Rozshyrennia innovatsiinykh posluh u sferi hostynnosti [Expansion of innovative services in 1the field of hospitality]. *Prychornomorski ekonomichni studii – Black Sea Economic Studies*, vol. 58
2. Pushka O.S. (2021) Barna sprava ta orhanizatsiia roboty somelie [Bar business and organization of sommelier work]. In O.S. Pushka, R.V. Matiushenko, V.V. Tsyulnikova, T.A. Sylchuk, L.O. Sharan, T.I. Ishchenko, O.V Koval, O.V. Sobin. Inkos [Inkos]. Kyiv. (in Ukrainian)
3. Ahafonova L., Ahafonova O. (2008) Turyzm, hotelnyi ta restoranyi biznes: tsinoutvorennia, konkurentsii, derzhavne rehuliuвання [Tourism, hotel and restaurant business: pricing, competition, state regulation]. Navch. posibnyk dlia stud. vyshch. navch. zakladiv. Kyiv: Znan-nia Ukrainy (in Ukrainian)
4. Diachenko L.P. (2007) Ekonomika turystychnoho biznesu [Economics of tourist business]. Kyiv: Tsentr navchalnoi literatury (in Ukrainian)
5. Dzheims K. Makens. (2005) Marketynh dlia hostynnosti ta turyzmu [Marketing for Hospitality and Tourism]. 4-e vydannia. Vydavets: Prentice Hall
6. Larri Dvaier. (2010) Mizhnarodnyi dovidnyk z ekonomiky turyzmu [International Handbook on the Economics of Tourism]. Vydavets: Edward Elgar Publishing
7. Kyfiak V.F. (2003) Orhanizatsiia turystychnoi diialnosti v Ukraini [Organization of tourist activities in Ukraine]. Navch. posib. Chernivtsi: Knyhy – XXI.
8. Kornilova V.V., Kornilova N.V. (2018) Suchasni tendentsii rozvytu hastronomichnoho turyzmu [Current trends in the development of gastronomic tourism]. *Efektivna ekonomika*, vol. 2. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6112> (accessed: April 9, 2024)
9. Shcho take "kraft" ta chomu slid obyraty kraftovyi produkt? [What is "kraft" and why should you choose a kraft product?]. Available at: <https://kult.com.ua/shcho-take-kraft-ta-chomu-slid-obyraty-kraftovyy-produkt/> (accessed: April 16, 2024)
10. Viina ta zahroza z pivnochi. Yak zminy-las ia heohrafiia hastromandrivok po Ukraini [War and threat from the north. How the geography of food tours in Ukraine has changed]. Available at: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/voyna-ugroza-severa-izmenilas-geografiya-1658748807.html> (accessed: April 16, 2024)
11. Kraftovi produkty ta vyno. Kudy mozhna poikhaty v hastrotury po Ukraini [Craft products and wine. Where can you go on a food tour in Ukraine]. Available at: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/kraftovye-produkty-vino-kuda-ukraine-mozhno-1658503922.html> (accessed: April 16, 2024)
12. Fesenko H.O. (2021) Hastroturizm yak aktualnyi trend suchasnoho rozvytku sfery turyzmu v Ukraini [Gastro-tourism as a current trend in the modern development of tourism in Ukraine]. *Efektivna ekonomika*, no. 5
13. 8 kraftovikh vynoroben, shcho uviishly do «WTA Haid. Ukrainy» [8 craft wineries included in "WTA Hyde. of Ukraine"]. Available at: <https://drinks.ua/news/8-kraftovih-vinoroben-shho-uvijshli-do-wta-gajd-ukraina/> (accessed: April 16, 2024)