

ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Колективна монографія

За загальною редакцією д.і.н., професора Г. М. Чепурди

Черкаси – 2019

УДК 338.488.2:640.4]-043.8
С76

*Затверджено Вченою радою
Черкаського державного
технологічного університету,
протокол № 8 від 15 квітня 2019 р.*

Рецензенти:

Доктор економічних наук, професор *Антоненко І. Я.*

Доктор економічних наук, професор *Матвійчук Л. Ю.*

Доктор економічних наук, професор *Чепурда Л. М.*

С76 **Стан** та перспективи розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу : колективна монографія [Електронний ресурс] / за ред. д.і.н., проф. Чепурди Г.М.; Черкас. держ. технол. ун-т. – Черкаси : ЧДТУ, 2019. – 157 с. – Назва з титульного екрана.

Розглянуто актуальні питання стратегічного розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в Україні і світі. Проаналізовано сучасні тенденції, проблеми державного регулювання та інтеграції України до світового простору в галузі туризму. Розкрито актуальні проблеми менеджменту та маркетингу, планування та прогнозування діяльності підприємств туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. Проаналізовано науковий базис новітніх технологій у галузі туризму.

Для науковців, студентів, аспірантів та фахівців галузі.

УДК 338.488.2:640.4]-043.8

6.2 КРАФТОВЕ ПИВО – НОВІТНЯ РЕВОЛЮЦІЯ В ПИВОВАРІННІ

Нагурна Н. А., *к.т.н., доцент кафедри харчових технологій*
Осипенкова І. І., *к.т.н., доцент кафедри харчових технологій*
Чепурна О. Л., *старший викладач кафедри харчових технологій*
Черкаський державний технологічний університет

Крафт народився зі щирого бажання вберегти наші рецептори від однакових масмаркетових сортів і врятувати справжній смак видатного пива, відновити роль пивовара як митця, який створює улюблений напій. Як у більшості соціальних рухів, що сформувалися під час змін у 1960-х роках, мета крафтової революції була зухвалою і трошки наївною. Чи досягнуто мети, покаже час, але за нею цікаво спостерігати. Сьогодні пивні горизонти ширші і глибші, ніж були-коли, не кажучи вже про те, що її обрії виводять нас на новий рівень смакування пива [1; 2].

Ще пару років тому крім стандартного лагера і стаута в пабах можна було спробувати максимум вишневих сортів [3; 4; 5]. На цьому асортимент «оригінально» вичерпувався. Сьогодні відбувається те, що американські і європейські пивовари голосно називають ренесансом, в їх словах немає перебільшення. Ситуацію на пивному ринку можна порівняти з промисловою революцією. Тому все популярнішим в Україні стає крафтове пиво.

Однією з особливостей крафтового пива є те, що його, як правило, варять малими партіями на невеликих пивоварнях [1; 2; 5]. Можливо тому крафтове пиво за кілька останніх років почало стрімко витіснити масові хмільні напої з життя українців. Не останнім фактором стало й те, що воно є дійсно натуральне, без барвників, консервантів, пастеризації і за особливим рецептом [1; 5]. За останні кілька років в Україні відкривається більше пабів, які чітко зорієнтовані на продаж саме крафту. Існуючі паби щоразу більше просто змушені звертати на це увагу і також переорієнтовуватись на новий вид пива. Всі великі торговельні мережі мають в своїх відділах полиці з крафтовим пивом. Кількість відвідувачів в крафтових пабах – це прекрасний приклад того, що шанувальники хмільного напою готові платити більше, аби куштувати натуральне пиво з оригінальним смаком, а не масовий продукт із пластмасових пляшок.

Що таке «крафт»? Звідки взявся такий термін, можливо є коротка історія?

Вперше термін «крафтове пиво» використав американський журналіст Vince Cottone (Вінс Коттоне) в 1984 році. Це була стаття «Craft Brewing Comes of Age» для журналу «The New Brewer». Він використав прикметник «крафтова», аби описати «маленьку пивоварню, що використовує традиційні методи та сировину для виробництва пива, котре продають локально» [1].

Пізніше Vince Cottone у своїй книзі «Good Beer Guide: Brewery and Pubs of the Pacific Northwest» (Гід доброго пива: броварні та [паби](#) Тихоокеанського північного заходу) підводить підсумок і дає власне визначення поняття «крафтове пиво». На його погляд, це ідеальне, безкомпромісне пиво, зроблене вручну в певній місцевості, в невеликій кількості, з використанням природної сировини, не пастеризоване й таке, що подають на розлив [2].

У 1987 році Charli Papazian (Чарлі Папазян – на той момент, голова Американської асоціації пивоварів) у тому ж журналі «The New Brewer» називає «крафтовою» будь-яку броварню, що використовує ремісничу техніку і навички пивовара для створення своїх виробів.

Американська асоціація пивоварів (American Brewers Association) – це некомерційне об'єднання крафтових пивоварів, що виникло задля об'єднання, промоції та захисту виробників та споживачів крафтового пива у США. Наразі вони дають власне офіційне визначення та критерії терміна «крафтова пивоварня» (себто, така, що варить крафтове пиво). Отже, аби мати статус «крафтової», броварня має бути [1; 2; 4]:

Малою – тобто виробляти не більше 6 мільйонів барелів пива на рік;

Незалежною – не більше 25 % пивоварні можуть належати чи бути під контролем членів алкогольної індустрії, котрі не є крафтовими пивоварами;

Традиційною – основою пива має бути солод, а усі додаткові компоненти повинні лише ускладнювати та збагачувати смак, а не полегшувати його.

Офіційного перекладу українською мовою у цього явища ще немає. У різних джерелах можна зустріти як пряму транслітерацію («крафтове пиво»), так і різні відповідності – починаючи від «ремісничче» і закінчуючи «саморобне».

Щоб зрозуміти витоки самого явища, потрібно повернутися в далеке минуле. Історія пива починається десь за 22 тисячі років до нашої ери, із завершенням льодовикового періоду і зміною клімату на Середньому Сході, на територіях сучасного Курдистану, який стає більш придатним для життя [1; 6]. Зрозуміло, що за минулі тисячоліття людство досягло в пивоварному мистецтві небувалих висот, і хотіло б користуватися плодами трудів своїх предків [1; 3; 5]. Однак економічна криза початку XX століття («Велика Депресія») змусила переглянути підхід до культури споживання. Для держави стало вигіднішим масове виробництво. За допомогою реклами та інших засобів переконання громадський смак привели до деякого усередненого значення, дрібні пивоварні закрилися, а великі стали випускати якийсь абстрактний лагер, без особливостей і специфікацій [1; 5].

Можна було прийти в бар, попросити просто «пиво» і отримати щось плюс-мінус очікуване за кольором, смаком і консистенцією, ніякого різноманіття на ринку не спостерігалось. 1975 року США були пивною

пустелею, якщо йдеться про хороше пиво. Щоб полічити кількість особливих сортів пива, навіть пальців однієї руки було забагато [1; 2].

Появу крафтового пива уможливили кілька причин. Першою був європейський досвід, який отримали військові, а також студенти, які вирушали в мандри Європою. У Британії вони знайшли пиво душевне, з особливою чуттєвістю, у Німеччині – пиво, що надихало порядком і правильністю, а в Бельгії – невичерпний фонтан ідей і давніх традицій. Це були ідеальні місця для початку пивної подорожі.

Другою причиною був незворушний оптимізм покоління, що народилося під час повоєнного демографічного вибуху. І перші ознаки зміни ситуації почали відбуватися в 1960-х роках. Саме тоді Fritz Maytag (Фріц Майтаг) відкрив невелику пивоварню «Anchor Brewing Company» у Сан-Франциско, на якій стали виробляти пиво за старими рецептами, що були в ходу ще до введення Сухого закону в США. Він з командою майже цілком переробив рецепт: відкинув додавання цукру і зробив пиво повністю солодовим, з кришталевим (карамельним) солодом для кольору, смаку і аромату, охмелив новим і унікальним сортом хмелю – «Northern Brewer» і обрав штам дріжджів, які давали сталий результат [1; 2; 4].

Кілька наступних десятиріч більшість крафтовиків наслідувала цей приклад: чистий американський світлий солод, жменя яскравих американських хмелів, що перетворювались на чесне, рукотворне пиво. Тим, хто звик до жовтого газованого масмаркетового продукту, це щире пиво видавалося ляпасом. Після першого шоку люди закохалися у нього, а решта – уже історія.

Натхнення пивовари черпали у старосвітських традиціях, проте результат був суто американський: шанобливе ставлення до традицій, але вигадлива її видозміна, а подеколи взагалі цілком нове [2; 4].

Лагери завжди були частиною крафтової історії, особливо у місцевостях, що подалі від узбережжя. Але з лагерами завжди виникала логістична проблема: через тривалу витримку кожна цистерна лишається зайнятою довгий час, тому лагерній пивоварні потрібно майже вдвічі більше місткостей, ніж аналогічній за розміром пивоварні, що варить ель, і це фінансове обмеження було серйозною перепорою для крафтовиків. На відміну від невгамовного бажання переробляти елі, американські виробники лагерів на ринку значно менше, хоча це теж потроху змінюється [4].

Пиво у бельгійських стилях почало з'являтися на початку 1990-х років. Першими американськими пивоварнями, які зосередилися винятково на пиві, натхненному бельгійським, стали «New Belgium Brewing» у Форт Коллінз (Колорадо) і «Celis Brewery» в Остіні (Техас). Зараз пальму першості захопило друге покоління – з Томом Артуром з «Lost Abbey Brewing» і Вінні Сілурзо з «Russian River», але пиво бельгійських стилів вводять в лінійку безліч інших пивоварень [2; 4; 5].

Першопрохідцями на ниві використання бочок з-під бурбону для

витримки пива стали «Coose Island» з Чікаго, і тепер бочкове пиво – популярна цікавинка. Пиво витримують у бочках з під вина, дубових фодрах, і навіть у такій екзотичній деревині, як парагвайське пало санто («святие дерево») [1; 2].

Кисле пиво і пиво дикого бродіння поки що охоплює малу частину ринку, але вже набуло культового статусу після того, як ентузіастам сподобалися ці кислі, дивні сорти. Натхненне бельгійською традицією, це пиво, тим не менше, намагається прокладати собі дорогу в новому напрямку. Відродження переживають оскомисті, молочнокислі сорти, наприклад, гозе і ліхтенхайнер з Північної Німеччини, а у Луїсвілі (Кентуккі) шаленіють від майже забутого пива, про яке ніхто не згадував майже 100 років – кентуккського звичайного «Kentucky Common» [2; 4].

Усюди вирують цікаві ідеї. Нещодавно пивоварні почали вигадувати «кулінарне» та «ботанічне» пиво, і намагаються привнести в нього все розмаїття гастрономічного і пряного світу.

Крафт зараз – це невід’ємна складова американського пивоваріння. Всього за 30 років ця течія із двох-трьох маленьких приватних броварень стала настільки людиною та успішною, що здатна диктувати ринку свої умови. А загальна частка крафтових пивоварень на ринку пива має стабільний позитивний тренд – в минулому році 12 % ринку, в Україні менше 1 % [1; 7].

Впливове об’єднання крафтових пивоварень Association of Brewers об’єднує понад 4000 крафтових броварень в США. І їх кількість з кожним роком росте: у 1990 році їх було 284, у 2012 стало 2401. А з 2014 по 2015 рік – збільшилася з 3676 до 4225 (зростання близько 15 %), на 2017 рік – 5562.

Як вже відмічалось, головна ідея «ремісничого пива» – творча самореалізація, а не отримання комерційної вигоди. У Європі, по суті, це є єдиною умовою для того, щоб пиво входило в категорію крафту, тому, на відміну від Америки з її строгим визначенням, тут межі між ексклюзивом і широким вжитком досить розмиті. Незважаючи на відсутність регламенту, європейські крафтові пивовари намагаються слідувати декільком основним принципам роботи [1].

1. Творчість та інновації.

Дуже важливо весь час шукати нові смаки і експериментувати з базами і добавками. Відомі випадки кавунового пива, напою на березових бруньках, сортів з використанням різних трав і інших неймовірних комбінацій.

2. Створення спільноти.

Маленькі броварні, як зірки кіно, дуже залежать від своїх конкурентів. Виграє той, у кого краще працює «сарафанне радіо».

Безумовно, крафтові пивовари не женуться за багатством, але їм подобається робити смачний продукт для поціновувачів і заробляти на цьому гроші – хоча б на поліпшення обладнання та розвиток нових сортів.

3. Яскрава індивідуальність.

Крафтове пиво розповсюджується по всьому світі, крафтові пивоварні працюють повсюди. В Італії є дуже заповзятє коло вигадливих пивоварів, які надихаються переважно бельгійськими традиціями. Північноамериканський хміль виринає у британському пиві.

Навіть у консервативній Німеччині варять нестандартне пиво. Австрія та Нова Зеландія приєднувались до руху обачно, але унікальний профіль місцевих хмелів надає тамтешньому пиву помітної незвичайності. У Скандинавії бурхливо розвивається пивна культура, де поруч співіснують агресивні американські IPA, інші популярні стилі і нові тлумачення давніх фермерських традицій. В Японії нещодавно пом'якшили мінімальне обмеження для пивоварень, що уможливило існування маленьких крафтових бізнесів, так само набирає обертів пивоваріння у Кореї та Китаї. У Латинській Америці – від Мехіко до краю Патагонії – всюди вирує і стає успішним крафтове пиво, всупереч важким бізнесовим умовам. Є певна зацікавленість і в Африці і в Індії. Сьогодні для людей є близьким увесь світ, в якому вони занурені у глобальну культуру, де крафтове пиво є чимось цілком зрозумілим [2; 4; 5].

Крафт підлаштовується до культури, ринку, смаків, і хай би де він з'явився, але підвалени його популярності завжди ті самі: це люди, яким небайдужі смак і аромат хорошого пива, свіжого, характерного, найрізноманітніших кольорів, міцності і емоцій, яке воно викликає.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ренді Мошер. Смак пива. Інсайдерський путівник у світі найвидатнішого напою людства / Ренді Мошер ; пер. З англ. Лана Світанкова. – Львів : Вид-во Старого Лева, 2018. – 388 с.
2. Vince Cottone. Good Beer Guide: Breweries and Pubs of the Pacific Northwest Paperback / Vince Cottone. – British Columbia. Washington and Oregon. Homestead Book Co. –1986, June 1. – 179 p.
3. Нарцисс Л. Краткий курс пивоварения / Л. Нарцисс ; при участии В. Бака ; пер. с нем. А. А. Куреленкова. – СПб. : Профессия, 2007. – 640 с.
4. Morrison Lisa M. Craft Beers of the Pacific Northwest : A Beer Lover's Guide to Oregon, Washington, and British Columbia. – 2011. – 207 p.
5. Все о пиве / авт.-сост. Н. Алексеева. – М. : АСТ ; Донецк: Сталкер, 2006. – 157 с.
6. [Стэндидж Т. История мира в шести стаканах](#) / Том Стэндидж ; пер. Е. Лисовской, М. Леоновича. – Екатеринбург: У-Фактория, 2008. – 320 с.
7. Кругликов Д. Украинский крафт: топ отличных отечественных пивоварен : обзор. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://posteat.ua//obrory/ukrainskij-kraft-top-otlichnyh-otechestvennyh-pivovaren>. 16.02.2017

ЗМІСТ

Розділ 1 СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

1.1 SWOT-АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ (<i>Чепурда Л. М.</i>)	5
1.2 JEWISH CORNERS OF UKRAINE: HERITAGE TOURISM AND CULTURAL IDENTITY PRESERVATION (<i>Chepurda H. M.</i>)	10
1.3 ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ В ЗАХІДНОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ (<i>Загородній В. В., Ярославська Л. П.</i>)	15
1.4 СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В ЧЕРКАСЬКІЙ ОБЛАСТІ (<i>Івашина Л. Л.</i>)	23
1.5 ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В СУЧАСНОМУ СВІТІ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ НА ЧЕРКАЩИНІ (<i>Корнілова Н. В.</i>)	29
1.6 СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ ТА ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ (<i>Сидоренко І. О.</i>)	36
1.7 ІННОВАЦІЙНІ РЕКЛАМНІ ЗАХОДИ У ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА (<i>Шикіна О. В.</i>)	44

Розділ 2 ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТА ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ ДО СВІТОВОГО ПРОСТОРУ В ТУРИСТИЧНОМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

2.1 ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ САМОДІЯЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ (<i>Фрей Л. В.</i>)	52
2.2 РОЛЬ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В РОЗВИТКУ ЕТНІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ (<i>Шестель О. Г.</i>)	58
2.3 ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ, МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД КРАЇН СВІТУ (<i>Герман І. В.</i>)	64

Розділ 3 НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

3.1 ОСОБЛИВОСТІ СЕРВІСНИХ ПРОЦЕСІВ МІЖНАРОДНИХ ТУРОПЕРАТОРІВ (<i>Гладкий В. О., Кононенко К. І.</i>)	73
3.2 ТУРИЗМОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНИХ МЕТОДІВ СТВОРЕННЯ ТА ЗАПРОВАДЖЕННЯ ТРЕНІНГ-ПРОГРАМ ДЛЯ НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ ГОТЕЛЮ (<i>Беляєва С. С.</i>)	80
3.3 ШЛЯХИ РОЗШИРЕННЯ АСОРТИМЕНТУ СОУСІВЕМУЛЬСЬКОГО ТИПУ (<i>Куракін О. Б.</i>)	87

Розділ 4 СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ В ТУРИСТИЧНОМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

4.1 ВІДЕО-МАРКЕТИНГ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ (<i>Малиновська О. Ю.</i>)	96
4.2 ПЕРСПЕКТИВИ БРЕНДИНГУ ТЕРИТОРІЇ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ЧЕРКАЩИН (<i>Скрипник Л. В.</i>)	103

Розділ 5 ПЛАНУВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

5.1 ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ (<i>Мальська М. П., Кізима В. Л., Дяків С. М.</i>)	110
5.2 THE ROLE OF FOREIGN LINGUISTIC COMPETENCE IN THE DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL TOURISM AND CROSS-CULTURAL COMMUNICATION (<i>Guslystyj O. S., Zaika O. I.</i>)	116

Розділ 6 ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВOSTІ

6.1 УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ НА ОСНОВІ МУЛЬТИЗЕРНОВОГО БОРОШНА ТА ПОРОШКІВ З БУРЯКА (<i>Дзюндзя О. В., Басалаєв Р. О.</i>)	122
6.2 КРАФТОВЕ ПИВО – НОВІТНЯ РЕВОЛЮЦІЯ В ПИВОВАРІННІ (<i>Нагурна Н. А., Осипенкова І. І., Чепурна О. Л.</i>)	128
6.3 ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВOSTІ (<i>Куриленко Ю. М., Бондарчук З. В.</i>)	133
6.4 БІОХІМІЧНІ ПРОЦЕСИ СПИРТОВОГО БРОДІННЯ ВИНОГРАДНОГО СУСЛА (<i>Куриленко Ю. М., Бондарчук З. В.</i>)	138
6.5 ВИКОРИСТАННЯ НАСІННЯ ЛЬОНУ БІЛОГО У ВИРОБНИЦТВІ ПШЕНИЧНОГО ХЛІБА (<i>Андронович Г. М., Бондаренко Ю. В., Білик О. А.</i>)	144
6.6 СУЧАСНІ АСПЕКТИ ОЗДОРОВЧОГО ХАРЧУВАННЯ (<i>Бишовець Л. Г., Оліферчук О. Г.</i>)	150

Наукове електронне видання

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ТУРИСТИЧНОГО ТА
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

К о л е к т и в н а м о н о г р а ф і я

За заг. ред. д.і.н., професора Г. М. Чепурди

Відповідальний за випуск к.і.н. Тихоненко Ю. М.

Технічний редактор Костенко О. А.

Комп'ютерне верстання Любченко Л. Г.

Матеріали подано в авторській редакції.