Міністерство освіти і науки України
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Географічний факультет
Кафедра географії та менеджменту туризму

Органічна продукція в гастрономічному туризмі (на прикладі закладів харчування гірсько-лижного курорту Буковель)

Кваліфікаційна робота
Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Виконала:
студентка IV курсі 412 групи
спеціальності 242 «Туризм»
ОП «Готельно-ресторанний сервіс та турорейтинг»
Полудніцина Анастасія Олегівна
Керівник: доктор географічних наук, доцент
Бучко Жанна Іванівна

До захисту допущено:
Протокол засідання кафедри №____
від «___» _____ 202_ р.
Зав. кафедри _____ д. геогр. н., проф. Король О. Д

Чернівці – 2026

АНОТАЦІЯ

В роботі розкрито роль органічної продукції у розвитку гастрономічного туризму. Проаналізовано сучасний стан використання органічних продуктів у закладах харчування гірськолижного курорту Буковель. З’ясовано особливості організації постачання органічної продукції та її інтеграції в ресторанні послуги туристичної дестинації. Оцінено рівень споживчого попиту та задоволеності туристів якістю гастрономічного сервісу, сформованого на основі органічних продуктів. Розроблено рекомендації щодо удосконалення системи постачання органічної продукції та впровадження інноваційних гастрономічних рішень у закладах харчування курорту. Обґрунтовано очікуваний економічний та іміджевий ефект від запропонованих заходів.

Ключові слова: органічна продукція, гастрономічний туризм, заклади харчування, туристична дестинація, Буковель, якість харчування, туристичний сервіс, харчова безпечність.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело. Полудніцина Анастасія Олегівна

ABSTRACT

The study examines the role of organic products in the development of gastronomic tourism. The current state of organic food usage in catering establishments of the Bukovel ski resort is analyzed. The features of supply chain organization for organic products and their integration into restaurant services within a tourist destination are identified. The level of consumer demand and tourist satisfaction with gastronomic services based on organic products is assessed. Recommendations for improving the supply system of organic products and introducing innovative gastronomic solutions in resort catering establishments are developed. The expected economic and reputational effects of the proposed measures are substantiated.

Key words: organic products, gastronomic tourism, catering establishments, tourist destination, Bukovel, food quality, tourism service, food safety.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело. Полудніцина Анастасія Олегівна.

ЗМІСТ

ВСТУП 5

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В ГАСТРОНОМІЧНОМУ ТУРИЗМІ 7

1.1. Сутність та значення органічної продукції у сфері гостинності та туризму 7

1.2. Система забезпечення якості органічної продукції у закладах харчування 11

1.3. Методи оцінювання якості та безпечності органічних продуктів 17

1.4. Сучасні тенденції використання органічної продукції у гастрономічному туризмі 22

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В ЗАКЛАДАХ ХАРЧУВАННЯ ГІРСЬКОЛИЖНОГО КУРОРТУ БУКОВЕЛЬ 28

2.1. Загальна характеристика закладів харчування Буковеля та їх гастрономічного потенціалу 28

2.2. Організація постачання та використання органічної продукції у закладах харчування курорту 33

2.3. Оцінювання рівня задоволеності туристів та ефективності використання органічної продукції 38

РОЗДІЛ 3 ПРОПОЗИЦІЇ ТА НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ГАСТРОНОМІЧНОГО СЕРВІСУ НА ОСНОВІ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ 43

3.1. Розробка рекомендацій щодо оптимізації постачання та використання органічної продукції у закладах харчування 43

3.2. Впровадження інноваційних та сучасних гастрономічних сервісів із використанням органічної продукції 46

3.3. Оцінка ефективності пропонованих заходів та очікуваний економічний та іміджевий ефект 50

ВИСНОВКИ 55

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 59

ВСТУП

Гастрономічний туризм належить до напрямів туристичної діяльності, що формують конкурентоспроможність туристичних дестинацій через розвиток кулінарної культури та використання локальних харчових ресурсів. У сучасних умовах зростає попит на якісні харчові продукти, виготовлені без застосування синтетичних домішок, що зумовлює активне поширення органічної продукції у сфері гостинності.

Ринок туристичних послуг демонструє посилення уваги до екологічно безпечного харчування, що інтегрується у концепцію сталого розвитку туризму. Заклади харчування, орієнтовані на використання органічних продуктів, формують додаткову цінність туристичного досвіду та підвищують привабливість курортних територій.

Наукові дослідження у сфері гастрономічного туризму висвітлюють питання формування харчових звичок туристів, розвитку локальної кухні та впровадження принципів екологічного виробництва продуктів харчування. Значний внесок у дослідження туристичної гастрономії та органічного виробництва здійснено у працях вітчизняних і зарубіжних науковців, які аналізують взаємозв’язок між якістю харчування та розвитком туристичних потоків. Водночас недостатньо розробленими залишаються питання практичного використання органічної продукції у закладах харчування гірських курортів України, зокрема в умовах гірськолижного комплексу Буковель.

Актуальність роботи зумовлена необхідністю підвищення якості гастрономічного сервісу туристичних дестинацій шляхом розширення використання органічних продуктів харчування та вдосконалення системи їх постачання.

Об’єктом дослідження виступає гастрономічний туризм у межах гірськолижного курорту Буковель.

Предметом дослідження є процес використання органічної продукції у закладах харчування туристичної дестинації.

Метою роботи визначено удосконалення організації використання органічної продукції у закладах харчування гірськолижного курорту Буковель для підвищення якості гастрономічного туристичного сервісу.

Для досягнення поставленої мети сформовано такі завдання:

– дослідити теоретичні засади застосування органічної продукції у гастрономічному туризмі;

– проаналізувати систему забезпечення якості органічних продуктів у закладах харчування;

– оцінити методи контролю якості та безпечності органічної продукції;

– дослідити сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму з використанням органічних продуктів;

– охарактеризувати заклади харчування курорту Буковель та їх гастрономічний потенціал;

– проаналізувати організацію постачання органічної продукції у закладах харчування курорту;

– оцінити рівень задоволеності туристів якістю гастрономічного сервісу;

– розробити рекомендації щодо удосконалення використання органічної продукції;

– визначити очікуваний економічний та іміджевий ефект запропонованих заходів.

Методи дослідження охоплюють аналіз і синтез наукових джерел, порівняльний аналіз, системний підхід, методи анкетування та узагальнення статистичних даних, що застосовуються для оцінки гастрономічного сервісу та споживчої поведінки туристів.

Вихідною базою дослідження виступають наукові праці з гастрономічного туризму, нормативні документи щодо органічного виробництва, аналітичні матеріали туристичної діяльності гірськолижного курорту Буковель, а також результати емпіричних досліджень закладів харчування регіону.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В ГАСТРОНОМІЧНОМУ ТУРИЗМІ

1.1. Сутність та значення органічної продукції у сфері гостинності та туризму

Формування сучасної моделі розвитку сфери гостинності та туризму супроводжується посиленням вимог до якості послуг, екологічної відповідальності та безпечності харчування. Зростання інтересу споживачів до здорового способу життя, екологічно чистих продуктів і прозорості виробничих процесів зумовлює трансформацію підходів до організації гастрономічної пропозиції. У зазначених умовах органічна продукція посідає провідне місце, оскільки поєднує екологічні, соціальні та економічні характеристики, що відповідають сучасним запитам туристів.

Категорія органічної продукції формується в межах аграрного виробництва, яке базується на принципах екологічної рівноваги, збереження біорізноманіття та відмови від використання синтетичних добрив, пестицидів, генетично модифікованих організмів. Наукові джерела демонструють різні підходи до трактування змісту цієї категорії. Частина дослідників визначає органічну продукцію як результат виробництва, що відповідає сертифікаційним стандартам і контролюється на всіх етапах ланцюга постачання. Інші науковці акцентують увагу на системності процесу, де важливе значення має не лише кінцевий продукт, а й спосіб його отримання, переробки та реалізації [1].

Європейська наукова школа розглядає органічне виробництво як елемент сталого розвитку, що інтегрує екологічні, економічні та соціальні виміри. Відповідно до регуляторних документів Європейського Союзу, органічна продукція підлягає обов’язковій сертифікації, що гарантує дотримання встановлених норм. Вітчизняні дослідники приділяють значну увагу питанням адаптації міжнародних стандартів до національних умов, наголошуючи на необхідності розвитку внутрішнього ринку органічних продуктів і підвищення рівня довіри споживачів.

У межах сфери гостинності органічна продукція розглядається як складова якісного сервісу, що підвищує конкурентоспроможність підприємств. Ресторани, готелі та інші заклади харчування інтегрують органічні інгредієнти у меню, орієнтуючись на потреби клієнтів, які цінують натуральність і безпечність харчування. У гастрономічному туризмі дана категорія набуває особливого значення, оскільки формує унікальний досвід споживання, пов'язаний із локальними традиціями, культурною спадщиною та особливостями регіональної кухні.

Аналіз наукових праць свідчить про наявність різних підходів до визначення ролі органічної продукції в туризмі. Частина авторів підкреслює її значення як інструменту формування іміджу туристичної дестинації. Інші дослідники розглядають органічну продукцію як фактор підвищення якості туристичного продукту, що впливає на рівень задоволеності туристів. Окрема група науковців акцентує увагу на економічному ефекті, пов'язаному з розвитком локальних виробників і створенням доданої вартості.

У гастрономічному туризмі органічна продукція виконує декілька функцій. По-перше, вона забезпечує високий рівень якості харчування, що відповідає сучасним стандартам безпеки. По-друге, сприяє формуванню унікального туристичного досвіду, який поєднує дегустацію продуктів із ознайомленням із процесами їх виробництва. По-третє, підтримує розвиток сільських територій, оскільки стимулює попит на продукцію місцевих фермерів [2, с. 31].

Наукові дискусії охоплюють питання співвідношення органічної та традиційної продукції. Прихильники органічного виробництва наголошують на його перевагах у контексті екологічної безпеки та збереження природних ресурсів. Критики звертають увагу на високу собівартість продукції та обмежені обсяги виробництва, що стримує її масове поширення. Водночас емпіричні дослідження демонструють стабільне зростання попиту на органічні продукти, що підтверджує їх перспективність.

Сутність органічної продукції в туризмі розкривається через взаємодію трьох компонентів: виробництво, споживання та туристичний досвід.

Виробництво забезпечує якісну основу, споживання формує попит, а туристичний досвід інтегрує продукт у комплексну послугу.

Значення органічної продукції у сфері гостинності визначається також її впливом на формування бренду підприємства. Використання сертифікованих продуктів підвищує рівень довіри клієнтів і створює додаткову цінність послуги. У конкурентному середовищі це стає важливим чинником диференціації, що дозволяє закладам виділятися серед інших учасників ринку.

Методологічні підходи до аналізу органічної продукції в туризмі включають системний, функціональний, економічний та маркетинговий напрями дослідження. Системний аналіз забезпечує розгляд органічної продукції як елемента складної соціально-економічної системи. Функціональний підхід дає змогу визначити її роль у структурі туристичного продукту. Економічний аналіз орієнтується на оцінку ефективності використання органічних ресурсів, тоді як маркетинговий – на дослідження поведінки споживачів і формування попиту.

Кожен із зазначених методів має свої переваги та обмеження. Системний аналіз дозволяє охопити широкий спектр взаємозв’язків, проте потребує значного обсягу інформації. Економічні методи забезпечують кількісну оцінку ефективності, але не враховують повною мірою соціальні та екологічні чинники. Маркетингові дослідження дають змогу глибше зрозуміти потреби споживачів, хоча їх результати можуть змінюватися залежно від зовнішніх умов.

Обґрунтування вибору методів дослідження передбачає поєднання декількох підходів з метою отримання комплексного результату. Інтеграція системного та маркетингового аналізу забезпечує всебічне вивчення органічної продукції як складової гастрономічного туризму [3, с. 55].

Поступове звуження дослідження від загальних характеристик органічного виробництва до його ролі у гастрономічному туризмі дає змогу зосередити увагу на основній проблемі – інтеграції органічної продукції у туристичний продукт. У цьому напрямі важливим є визначення умов ефективного використання органічних ресурсів, формування стійких каналів постачання та забезпечення відповідності міжнародним стандартам якості.

Нормативно-правове регулювання органічного виробництва формує основу функціонування ринку екологічної продукції в країнах Європейського Союзу та інших регіонах. Сертифікаційні процедури охоплюють контроль сировини, технологій вирощування, переробки та маркування. Високий рівень простежуваності походження продукції зміцнює довіру споживачів і створює передумови для інтеграції органічних продуктів у сферу гостинності. Гармонізація національних стандартів із міжнародними нормами сприяє розширенню асортименту пропозицій для туристичних підприємств, формує передумови розвитку експорту та внутрішнього попиту.

Ланцюги постачання органічної продукції в гастрономічному туризмі орієнтуються на скорочення кількості посередників і посилення зв'язків між виробниками та закладами харчування. Модель «від ферми до столу» забезпечує включення локальних господарств у туристичні маршрути, формує додаткову цінність гастрономічних продуктів через демонстрацію процесів вирощування і виробництва. Регіональні особливості сільського господарства визначають специфіку гастрономічних пропозицій, створюють основу для формування унікальних туристичних маршрутів, пов'язаних із дегустаціями та ознайомленням із культурою харчування.

Поведінка споживачів у сфері гастрономічного туризму характеризується зростанням попиту на натуральність, прозорість походження продуктів та екологічну безпеку харчування. Формування споживчих переваг пов'язане з розвитком інформаційних технологій, які забезпечують доступ до даних про виробників і процеси сертифікації. Маркетингові комунікації підприємств гостинності орієнтуються на демонстрацію автентичності, локальної ідентичності та культурної спадщини через гастрономічні продукти [4, с. 47].

Розвиток органічного сегмента супроводжується низкою обмежень, пов'язаних із високими витратами виробництва, сезонністю постачання та нерівномірним розвитком інфраструктури. Додаткові труднощі формуються через складність сертифікаційних процедур і недостатній рівень інтеграції

дрібних виробників у туристичні мережі. Підготовка фахівців у сфері гостинності потребує адаптації освітніх програм до сучасних вимог ринку органічної продукції.

Узагальнення наукових підходів дозволяє сформувати власне бачення сутності органічної продукції у сфері гостинності та туризму як комплексної категорії, що поєднує екологічні принципи виробництва, високі стандарти якості та здатність формувати унікальний туристичний досвід. Її значення визначається не лише характеристиками продукту, а й роллю у розвитку сталого туризму, підвищенні конкурентоспроможності підприємств і задоволенні потреб сучасного споживача.

Отже, органічна продукція виступає важливим елементом гастрономічного туризму, що сприяє підвищенню якості туристичних послуг, розвитку локальних економік і формуванню позитивного іміджу дестинацій. Її інтеграція у сферу гостинності відкриває нові можливості для інноваційного розвитку та забезпечує відповідність сучасним тенденціям глобального туристичного ринку.

1.2. Система забезпечення якості органічної продукції у закладах харчування

Функціонування закладів харчування в умовах поширення органічної продукції супроводжується підвищеними вимогами до контролю якості, простежуваності та відповідності встановленим стандартам. У гастрономічному туризмі якість харчування формує основу споживчого досвіду, тому питання забезпечення належного рівня органічних продуктів набуває системного характеру. Формування ефективної системи контролю якості охоплює всі етапи руху продукції – від постачання сировини до реалізації готових страв кінцевому споживачеві [5, с. 15].

Сутність системи забезпечення якості органічної продукції розглядається в наукових джерелах як сукупність організаційних, технологічних і нормативних заходів, спрямованих на гарантування відповідності продуктів вимогам

органічного виробництва. Значна увага приділяється принципу безперервного контролю, який передбачає моніторинг на кожному етапі виробничого ланцюга. У межах закладів харчування це включає перевірку постачальників, умови зберігання, процеси приготування та подачі страв.

Наукові підходи до трактування якості органічної продукції демонструють різноманітність інтерпретацій. Частина дослідників акцентує увагу на відповідності сертифікаційним стандартам, які підтверджують органічне походження продуктів. Інші автори підкреслюють значення органолептичних характеристик, безпечності та харчової цінності. Окрема група науковців розглядає якість як комплексну категорію, що інтегрує екологічні, технологічні та споживчі параметри.

Регуляторна база відіграє визначальну роль у формуванні системи забезпечення якості. У країнах Європейського Союзу діє чітка система сертифікації органічної продукції, яка встановлює вимоги до виробництва, транспортування та реалізації. Відповідні нормативні документи визначають правила маркування, що забезпечує прозорість інформації для споживачів. У закладах харчування дотримання таких вимог передбачає наявність підтверджуючої документації щодо походження інгредієнтів та їх відповідності органічним стандартам [6].

Забезпечення якості органічної продукції у закладах харчування базується на інтеграції міжнародних систем управління якістю та безпечністю харчових продуктів. Найбільш поширеним інструментом виступає система HACCP, яка орієнтується на ідентифікацію критичних контрольних точок у процесі виробництва. Застосування даної системи дозволяє мінімізувати ризики забруднення продукції та гарантувати її безпечність.

Поряд із HACCP використовуються інші стандарти, серед яких ISO 22000, що регламентує вимоги до систем управління безпечністю харчових продуктів. Впровадження таких стандартів у закладах харчування сприяє підвищенню рівня контролю якості органічної продукції та забезпечує відповідність міжнародним

вимогам. Водночас реалізація зазначених систем потребує значних ресурсів, що може створювати певні труднощі для малих підприємств.

Організаційна складова системи забезпечення якості передбачає встановлення чітких процедур взаємодії між постачальниками та закладами харчування. Важливим елементом виступає вибір партнерів, які мають відповідну сертифікацію та підтверджують органічне походження продукції. Контроль постачання включає перевірку документів, умов транспортування та відповідності продукції встановленим вимогам.

Зберігання органічної продукції потребує дотримання спеціальних умов, що запобігають її контамінації неорганічними компонентами. Важливе значення має роздільне зберігання органічних і традиційних продуктів, використання окремого обладнання та інвентарю. Недотримання цих вимог може призвести до втрати статусу органічності та зниження рівня довіри споживачів.

Технологічні процеси приготування страв також впливають на збереження якості органічної продукції. Використання відповідних методів кулінарної обробки сприяє збереженню поживних властивостей інгредієнтів. Наукові дослідження підтверджують, що мінімізація термічної обробки дозволяє зберегти біологічно активні речовини, що підвищує харчову цінність готових страв.

Контроль якості на етапі реалізації передбачає оцінку органолептичних показників, відповідність рецептури та дотримання стандартів подачі. У гастрономічному туризмі особливого значення набуває естетичний вигляд страв, який впливає на загальне сприйняття продукту. Таким чином, система забезпечення якості охоплює не лише технічні, а й емоційні характеристики споживчого досвіду.

Наукові підходи до аналізу системи забезпечення якості органічної продукції включають комплекс методів, що дозволяють оцінити її ефективність. Серед них виділяються методи аудиту, моніторингу, порівняльного аналізу та оцінки ризиків. Аудит забезпечує перевірку відповідності діяльності закладу

встановленим стандартам, тоді як моніторинг дозволяє відстежувати динаміку змін показників якості.

Порівняльний аналіз використовується для оцінки ефективності різних систем управління якістю, що дозволяє визначити оптимальні рішення для конкретного закладу. Метод оцінки ризиків спрямований на ідентифікацію потенційних загроз, пов’язаних із порушенням вимог до органічної продукції. Застосування зазначених методів у комплексі забезпечує глибоке розуміння функціонування системи якості.

Кожен із методів має свої переваги та обмеження. Аудит забезпечує високий рівень достовірності результатів, проте потребує значних витрат часу та ресурсів. Моніторинг дозволяє оперативно реагувати на зміни, хоча не завжди забезпечує повну інформацію про причини відхилень. Порівняльний аналіз сприяє вибору ефективних рішень, але залежить від доступності релевантних даних [7, с. 43].

Обґрунтування вибору методів дослідження передбачає їх комбінування з урахуванням специфіки закладів харчування. Поєднання аудиту та моніторингу дозволяє забезпечити як стратегічний, так і оперативний контроль якості органічної продукції. Використання методу оцінки ризиків сприяє підвищенню рівня безпечності та запобіганню можливим порушенням.

Особливу увагу приділяють питанням підготовки персоналу, який безпосередньо бере участь у забезпеченні якості продукції. Рівень професійної компетентності працівників визначає ефективність впровадження стандартів і процедур. Навчання персоналу охоплює питання дотримання санітарно-гігієнічних норм, правил роботи з органічною продукцією та контролю якості.

У наукових дослідженнях підкреслюється значення інформаційних технологій у системі забезпечення якості. Використання цифрових інструментів дозволяє автоматизувати процеси обліку, контролю та аналізу даних. Це сприяє підвищенню прозорості діяльності закладів харчування та забезпечує швидкий доступ до інформації про походження продукції.

Розвиток систем управління якістю органічної продукції у закладах харчування тісно пов’язаний із посиленням ролі цифрових технологій у процесах контролю та документування. Використання електронних реєстрів постачання, автоматизованих систем обліку руху сировини та цифрових платформ сертифікації формує умови для підвищення прозорості операційних процесів. Відстеження походження інгредієнтів здійснюється через багаторівневу фіксацію даних, що охоплює виробника, логістичні операції, умови зберігання та кінцеву переробку.

Сертифікаційні перевірки органічної продукції базуються на регулярних інспекційних процедурах, які охоплюють оцінювання виробничих потужностей постачальників і внутрішніх процесів закладів харчування. Аудиторські перевірки спрямовані на встановлення відповідності вимогам нормативних документів, що регламентують органічне виробництво. Результати таких перевірок формують основу для підтвердження статусу продукції та подальшого використання у гастрономічних пропозиціях туристичних підприємств.

Система управління постачанням органічних продуктів передбачає формалізацію критеріїв відбору партнерів. Визначальними стають наявність сертифікатів, стабільність виробничих процесів, дотримання екологічних норм, здатність забезпечувати безперервність постачання. Контрактні відносини між закладами харчування та постачальниками регламентують вимоги до якості, умов транспортування та відповідальності сторін за порушення стандартів.

Контроль безпечності харчових продуктів охоплює мікробіологічні, хімічні та фізичні показники. Лабораторні дослідження здійснюються відповідно до встановлених регламентів, що гарантують відсутність шкідливих домішок та відповідність харчової цінності заявленим характеристикам. Результати аналізів інтегруються у загальну систему управління якістю та використовуються для коригування виробничих процесів.

Управління ризиками в межах функціонування закладів харчування орієнтоване на ідентифікацію потенційних джерел порушення якості органічної продукції. Виявлення критичних точок відбувається на всіх етапах обігу

продуктів, що дає змогу запобігати втраті органічного статусу сировини. Окрему увагу приділено контролю перехресного забруднення під час зберігання та приготування страв.

Професійна підготовка персоналу розглядається як складова системи забезпечення якості. Освітні програми охоплюють питання нормативного регулювання органічного виробництва, санітарних вимог, технології обробки сировини та стандартів обслуговування. Рівень компетентності працівників визначає стабільність дотримання встановлених процедур і впливає на загальну якість гастрономічної пропозиції.

Інформаційно-аналітичні системи управління якістю забезпечують накопичення, обробку та аналіз даних щодо руху органічної продукції. Використання цифрових рішень створює умови для оперативного реагування на відхилення у виробничих процесах та підвищення точності управлінських рішень.

Розвиток інтегрованих систем контролю якості органічної продукції формує основу стабільного функціонування закладів харчування в межах гастрономічного туризму.

Поступове звуження дослідження від загальних характеристик систем управління якістю до специфіки органічної продукції у закладах харчування дозволяє зосередити увагу на проблемі забезпечення її відповідності встановленим стандартам. У цьому напрямі важливе значення має інтеграція нормативних, організаційних і технологічних елементів системи [8, с. 114].

Узагальнення наукових підходів дозволяє сформувати власне бачення системи забезпечення якості органічної продукції як багаторівневої структури, що охоплює всі етапи життєвого циклу продукту. Ефективність функціонування такої системи визначається рівнем взаємодії її елементів, дотриманням встановлених стандартів і здатністю адаптуватися до змін зовнішнього середовища.

Отже, система забезпечення якості органічної продукції у закладах харчування формує основу довіри споживачів, підвищує

конкурентоспроможність підприємств і сприяє розвитку гастрономічного туризму. Її ефективна реалізація забезпечує відповідність сучасним вимогам до безпечності та якості харчування, що визначає перспективи подальшого розвитку сфери гостинності.

1.3. Методи оцінювання якості та безпечності органічних продуктів

Розвиток ринку органічної продукції супроводжується посиленням вимог до контролю її якості та безпечності, що зумовлює необхідність застосування науково обґрунтованих методів оцінювання. У сфері гостинності та гастрономічного туризму достовірність характеристик харчових продуктів визначає рівень довіри споживачів, формує репутацію закладів харчування та впливає на конкурентні позиції підприємств. У зв’язку з цим методи оцінювання органічної продукції набувають системного значення і розглядаються як інструмент забезпечення відповідності встановленим стандартам.

Сутність оцінювання якості органічних продуктів у наукових джерелах трактується як процес визначення сукупності властивостей продукції, що характеризують її здатність задовольняти потреби споживачів і відповідати нормативним вимогам. Безпечність продукції розглядається як відсутність шкідливого впливу на здоров’я людини за умов її споживання у встановлених межах. Поєднання цих двох характеристик формує комплексне уявлення про якість органічних продуктів, що охоплює як фізико-хімічні, так і біологічні та органолептичні параметри.

Наукові підходи до оцінювання якості органічної продукції демонструють різні напрямки дослідження. Частина авторів приділяє увагу лабораторним методам аналізу, що дозволяють визначити вміст залишкових речовин, токсинів та інших небажаних компонентів. Інші дослідники акцентують увагу на сенсорному аналізі, який забезпечує оцінку смакових, ароматичних і текстурних характеристик продуктів. Окремі науковці розглядають оцінювання як

багатокритеріальний процес, що включає економічні, екологічні та соціальні показники.

Лабораторні методи оцінювання якості та безпечності органічних продуктів посідають провідне місце у системі контролю. До них належать фізико-хімічні аналізи, мікробіологічні дослідження та токсикологічні випробування. Фізико-хімічні методи дозволяють визначити склад продукції, вміст поживних речовин, рівень кислотності та інші показники. Мікробіологічні дослідження спрямовані на виявлення патогенних мікроорганізмів, що можуть становити загрозу для здоров'я споживачів.

Токсикологічні методи використовуються для визначення наявності шкідливих речовин, таких як залишки пестицидів, важкі метали та інші контамінанти. У контексті органічної продукції особливого значення набуває підтвердження відсутності синтетичних хімічних речовин, що є однією з основних вимог до органічного виробництва. Використання сучасних аналітичних технологій забезпечує високу точність результатів та дозволяє виявляти навіть незначні концентрації небажаних компонентів.

Сенсорні методи оцінювання відіграють важливу роль у визначенні якості органічних продуктів, особливо у сфері гастрономічного туризму. Оцінка смаку, аромату, кольору та текстури здійснюється за участю експертів або споживачів і дозволяє визначити рівень сприйняття продукції. Наукові дослідження підтверджують, що органічні продукти часто характеризуються більш вираженими органолептичними властивостями, що підвищує їх привабливість для споживачів [9].

Інструментальні методи сенсорного аналізу, які базуються на використанні спеціалізованого обладнання, дозволяють об'єктивізувати результати оцінювання. Поєднання експертної оцінки та інструментальних вимірювань сприяє підвищенню достовірності результатів.

Методи оцінювання безпечності органічних продуктів включають також підходи, спрямовані на аналіз ризиків. Оцінка ризиків передбачає ідентифікацію потенційних загроз, визначення їх ймовірності та оцінку можливих наслідків. У

закладах харчування застосування таких методів дозволяє запобігати виникненню небезпечних ситуацій і забезпечувати високий рівень захисту споживачів.

Серед методів аналізу ризиків значне поширення отримали процедури, що базуються на принципах системи HACCP. Вони передбачають визначення критичних контрольних точок у процесі виробництва та встановлення заходів контролю.

Наукові підходи до оцінювання якості органічної продукції включають також статистичні методи аналізу. Використання статистичних інструментів дозволяє обробляти результати досліджень, визначати тенденції та оцінювати рівень варіації показників.

Порівняльні методи оцінювання застосовуються для аналізу відмінностей між органічною та традиційною продукцією. Вони дозволяють визначити переваги органічних продуктів за різними показниками, такими як якість, безпечність та споживчі властивості [10, с. 405].

Кожен із методів оцінювання має свої переваги та обмеження. Лабораторні дослідження забезпечують високий рівень точності, проте потребують значних фінансових витрат і спеціалізованого обладнання. Сенсорні методи дозволяють оцінити споживчі характеристики продукції, хоча їх результати можуть залежати від суб’єктивних факторів. Методи аналізу ризиків сприяють підвищенню рівня безпечності, але потребують системного впровадження та постійного контролю.

Обґрунтування вибору методів оцінювання передбачає їх комплексне застосування з урахуванням специфіки органічної продукції та умов діяльності закладів харчування. Поєднання лабораторних, сенсорних і статистичних методів дозволяє отримати всебічну оцінку якості та безпечності продуктів.

У сфері гастрономічного туризму оцінювання якості органічних продуктів набуває особливого значення, оскільки впливає на формування туристичного досвіду. Високий рівень якості та безпечності продукції сприяє задоволенню потреб споживачів і формує позитивне сприйняття дестинації. У цьому контексті

методи оцінювання виступають інструментом забезпечення конкурентоспроможності туристичних підприємств.

Сучасні тенденції контролю якості органічної продукції у сфері харчування пов’язані з впровадженням високотехнологічних методів аналітичного дослідження. Значне поширення отримали хроматографічні методики, які застосовуються для детального розділення компонентів харчових продуктів та визначення залишкових домішок. Газова і рідинна хроматографія забезпечує високу точність ідентифікації хімічного складу, що особливо актуально для перевірки відповідності органічним стандартам.

Спектроскопічні технології посідають значне місце серед інструментальних методів контролю. Інфрачервона, ультрафіолетова та ядерно-магнітна резонансна спектроскопія забезпечують швидке визначення структурних характеристик харчових продуктів без руйнування зразка. Використання спектрального аналізу спрямоване на встановлення автентичності сировини та виявлення фальсифікацій [11].

Ізотопний аналіз використовується для перевірки географічного походження органічної продукції. Співвідношення стабільних ізотопів відображає умови вирощування сільськогосподарських культур, що дає змогу підтверджувати заявлене походження сировини. Застосування подібних методів підсилює прозорість ринку та знижує ризики недобросовісної практики.

Системи цифрової простежуваності на основі розподілених реєстрів забезпечують фіксацію всіх етапів руху органічної продукції. Дані про виробника, логістичні операції та сертифікаційні перевірки зберігаються у незмінному вигляді, що гарантує достовірність інформації. Використання таких технологій формує високий рівень довіри між учасниками ринку та споживачами.

Швидкі тестові методики застосовуються для оперативного контролю якості безпосередньо у закладах харчування. Експрес-аналізи дозволяють визначати наявність небажаних домішок у скорочений проміжок часу. Подібні

рішення сприяють оперативному прийняттю управлінських рішень у процесі виробництва страв.

Статистичне моделювання та аналітика великих масивів даних використовуються для оцінювання стабільності показників якості. Обробка результатів лабораторних досліджень забезпечує виявлення закономірностей змін характеристик продукції та прогнозування потенційних відхилень. Застосування математичних моделей підвищує обґрунтованість управлінських рішень у сфері контролю харчової безпечності.

Сенсорні панелі професійного рівня формуються з участю експертів, які проходять спеціальну підготовку. Узгоджені методики дегустацій забезпечують стандартизацію оцінювання органолептичних характеристик. Результати таких досліджень інтегруються у загальну систему контролю якості та порівнюються з лабораторними даними [12].

Сертифікаційні процедури міжнародного рівня передбачають регулярне підтвердження відповідності продукції встановленим вимогам. Аудиторські перевірки охоплюють виробничі процеси, логістичні операції та умови зберігання. Дотримання регламентів формує основу стабільного функціонування ринку органічних продуктів у сфері харчування.

Поступове звуження дослідження від загальних характеристик методів оцінювання до їх застосування у закладах харчування дозволяє зосередити увагу на проблемі забезпечення якості органічної продукції. У цьому напрямі важливим є визначення оптимального поєднання методів, що забезпечують ефективний контроль на всіх етапах виробничого процесу.

Узагальнення наукових підходів дозволяє сформувати власне бачення системи методів оцінювання як багаторівневої структури, що інтегрує різні інструменти аналізу.

Отже, методи оцінювання якості та безпечності органічних продуктів формують основу контролю у сфері гостинності та гастрономічного туризму. Їх комплексне застосування забезпечує відповідність продукції встановленим

стандартам, підвищує рівень довіри споживачів і сприяє розвитку сучасних форм туристичної діяльності.

1.4. Сучасні тенденції використання органічної продукції у гастрономічному туризмі

Динаміка розвитку гастрономічного туризму відображає глибокі трансформації споживчих пріоритетів, що пов’язані зі зростанням уваги до здорового харчування, екологічної відповідальності та автентичності кулінарного досвіду. У цьому середовищі органічна продукція набуває дедалі більшого поширення, формуючи нові орієнтири для закладів гостинності та туристичних дестинацій. Розширення попиту на натуральні продукти сприяє переосмисленню ролі гастрономії як складової туристичного продукту, де харчування розглядається не лише як базова послуга, а як важливий елемент культурного та пізнавального досвіду [13].

Сучасні наукові дослідження демонструють, що використання органічної продукції у гастрономічному туризмі пов’язане із концепцією сталого розвитку, яка передбачає раціональне використання природних ресурсів, підтримку локальних виробників та збереження культурної спадщини. У межах цього напряму гастрономічні практики орієнтуються на інтеграцію місцевих традицій із сучасними вимогами до якості та безпечності харчування. Органічні продукти стають основою для формування унікальних кулінарних пропозицій, що відображають специфіку регіону.

Однією з провідних тенденцій виступає локалізація гастрономічних ресурсів, яка передбачає активне використання продукції місцевого походження. Заклади харчування орієнтуються на співпрацю з регіональними виробниками органічної продукції, що забезпечує свіжість інгредієнтів і сприяє розвитку місцевої економіки.

Іншою важливою тенденцією є розвиток концепції «farm-to-table», яка передбачає прямий зв’язок між виробником і споживачем. У межах цієї моделі

туристи отримують можливість ознайомитися з процесами вирощування та виробництва органічної продукції, що підвищує рівень довіри до якості харчування. Фермерські господарства інтегруються у туристичні маршрути, пропонуючи дегустації, екскурсії та кулінарні майстер-класи.

Зростає популярність гастрономічних фестивалів і тематичних заходів, присвячених органічній продукції. Вони виступають платформою для взаємодії між виробниками, рестораторами та споживачами, забезпечуючи обмін досвідом і поширення інноваційних практик [14].

Наукові джерела фіксують тенденцію до персоналізації гастрономічного досвіду, що передбачає врахування індивідуальних потреб споживачів. Органічна продукція відповідає цьому запиту, оскільки асоціюється з безпечністю, натуральністю та високою якістю. Заклади харчування адаптують меню відповідно до дієтичних обмежень і вподобань клієнтів, використовуючи органічні інгредієнти як основу для створення індивідуалізованих страв.

Цифровізація сфери гостинності впливає на розвиток гастрономічного туризму та використання органічної продукції. Онлайн-платформи та мобільні додатки забезпечують доступ до інформації про походження продуктів, їх сертифікацію та характеристики. Це сприяє підвищенню рівня поінформованості споживачів і формує довіру до закладів харчування, що використовують органічну продукцію.

Окрему увагу привертає тенденція до поєднання гастрономічного туризму з іншими видами туристичної діяльності. Органічна продукція інтегрується у винний, аграрний, екологічний туризм, формуючи комплексні туристичні продукти.

Наукові підходи до аналізу сучасних тенденцій включають використання маркетингових, соціологічних та економічних методів дослідження. Маркетингові методи дозволяють визначити зміни у поведінці споживачів і виявити нові сегменти ринку. Соціологічні дослідження забезпечують розуміння мотивації туристів, тоді як економічний аналіз спрямований на оцінку ефективності використання органічної продукції.

Кожен із зазначених методів має свої переваги та обмеження. Маркетингові дослідження дозволяють оперативно реагувати на зміни попиту, проте можуть не враховувати довгострокові тенденції. Соціологічні методи забезпечують глибоке розуміння поведінки споживачів, хоча їх результати можуть залежати від вибірки дослідження. Економічний аналіз надає кількісну оцінку ефективності, але не завжди враховує соціальні та екологічні чинники [15, с. 24].

Обґрунтування вибору методів дослідження передбачає їх поєднання з метою отримання комплексного результату. Інтеграція маркетингового та соціологічного аналізу дозволяє визначити основні тенденції розвитку гастрономічного туризму, тоді як економічні методи забезпечують оцінку їх ефективності.

Поступове звуження дослідження від загальних тенденцій розвитку гастрономічного туризму до конкретних практик використання органічної продукції дозволяє зосередити увагу на проблемі її інтеграції у туристичний продукт. У цьому напрямі важливим є визначення факторів, що впливають на ефективність використання органічних ресурсів, серед яких виділяються рівень розвитку інфраструктури, доступність продукції та рівень поінформованості споживачів.

За даними міжнародних досліджень, у 2024 році обсяг світового ринку органічних продуктів досяг 145 млрд євро, що демонструє стійке зростання попиту у глобальному масштабі.

Європейський ринок органічної продукції посідає провідні позиції у світі. У 2024 році обсяг продажів органічних продуктів у Європі становив 58,7–59 млрд євро, що свідчить про стабільну тенденцію до зростання та відновлення споживчої активності . Найбільшими ринками залишаються Німеччина (близько 17 млрд євро), Франція (понад 12 млрд євро) та Італія (понад 5 млрд євро) .

Зростання споживання органічних продуктів супроводжується підвищенням рівня витрат на одну особу. У Швейцарії цей показник досягає 481 євро на рік, що є найвищим у світі . Високий рівень індивідуального споживання формує сприятливі умови для розвитку гастрономічних маршрутів, орієнтованих

на органічну продукцію. Туристи дедалі частіше обирають дестинації, де харчування базується на натуральних інгредієнтах із підтвердженим походженням.

Значний вплив на розвиток гастрономічного туризму має структура виробництва органічної продукції. У Європі площа органічних сільськогосподарських угідь становить близько 19,6 млн гектарів , що створює ресурсну базу для забезпечення туристичної галузі якісною сировиною. Водночас частка органічних земель у загальній структурі сільського господарства залишається обмеженою, що формує дефіцит пропозиції порівняно з попитом.

Інтенсивний розвиток концепції «farm-to-table» пов'язаний із прагненням споживачів отримати достовірну інформацію про походження продуктів.

У межах гастрономічного туризму це проявляється у створенні фермерських маршрутів, дегустаційних програм та інтерактивних кулінарних заходів.

Зростання популярності органічної продукції підтверджується також поведінковими змінами споживачів. Дослідження демонструють активне залучення молоді до споживання органічних продуктів: близько 42 % осіб віком 18–24 років регулярно купують органічну продукцію [16, с. 151].

Цифрова трансформація сфери гастрономічного туризму формує нові механізми управління інформацією про органічну продукцію. Використання технологій розподіленого зберігання даних забезпечує фіксацію повного ланцюга руху харчових ресурсів від виробника до споживача. Інтерактивні платформи сприяють підвищенню прозорості операційних процесів та спрощенню доступу до даних щодо сертифікації та характеристик продукції. Розвиток цифрових рішень створює умови для інтеграції туристичних сервісів із системами контролю походження харчових інгредієнтів.

Система маркування органічних продуктів у межах міжнародного регулювання забезпечує уніфікацію інформації про якість та стандарти виробництва. Європейські сертифікаційні вимоги встановлюють єдині правила

ідентифікації продукції, що походить із органічного виробництва. Наявність відповідних знаків на упаковці формує у споживачів уявлення про рівень безпечності та екологічності харчових ресурсів. У гастрономічному туризмі застосування сертифікованої продукції сприяє формуванню довіри до закладів харчування та підвищенню привабливості туристичних дестинацій.

Розвиток концепції циркулярної економіки у сфері гостинності визначає нові стандарти використання харчових ресурсів. Управління відходами орієнтується на мінімізацію втрат сировини та повторне використання органічних матеріалів. У ресторанній діяльності поширюються практики компостування та переробки залишків харчових продуктів, що знижує навантаження на довкілля. Раціоналізація виробничих процесів сприяє підвищенню ефективності використання органічної продукції та зменшенню екологічного сліду.

Гастрономічний туризм поступово набуває характеру інтерактивного досвіду, орієнтованого на залучення туристів до процесу споживання та пізнання кулінарної культури. Використання елементів культурної спадщини у формуванні меню сприяє створенню унікальних гастрономічних пропозицій. Органічна продукція виступає основою для відтворення традиційних рецептів із врахуванням сучасних вимог до харчової безпечності. Розвиток подібних форматів посилює емоційне сприйняття туристичного продукту [17].

Зміни кліматичних умов впливають на структуру виробництва органічної сировини та формування гастрономічних пропозицій. Сезонність постачання визначає необхідність адаптації меню закладів харчування до доступності локальних ресурсів. Використання регіональних продуктів сприяє стабілізації логістичних процесів та зменшенню залежності від імпортних поставок. Гнучкість гастрономічних рішень забезпечує стійкість туристичної інфраструктури до зовнішніх коливань.

Формування регіональних гастрономічних брендів стає інструментом підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій. Поєднання локальних кулінарних традицій із органічним виробництвом створює унікальні

ринкові пропозиції. Ідентичність територій закріплюється через гастрономічні практики, що відображають природні та культурні особливості регіону. Інтеграція органічної продукції у брендинг територій сприяє посиленню туристичної привабливості [18, с. 105].

Узагальнення наукових підходів дозволяє сформувати власне бачення сучасних тенденцій використання органічної продукції як процесу, що поєднує інноваційні та традиційні елементи гастрономічної культури. Органічна продукція виступає основою для створення унікальних туристичних пропозицій, що відповідають сучасним вимогам до якості, безпечності та екологічності.

Отже, сучасні тенденції використання органічної продукції у гастрономічному туризмі відображають глибокі зміни у структурі попиту та пропозиції туристичних послуг. Їх розвиток сприяє підвищенню конкурентоспроможності дестинацій, підтримці локальних виробників і формуванню нових форматів туристичного досвіду, що відповідають принципам сталого розвитку.

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В ЗАКЛАДАХ ХАРЧУВАННЯ ГІРСЬКОЛИЖНОГО КУРОРТУ БУКОВЕЛЬ

2.1. Загальна характеристика закладів харчування Буковеля та їх гастрономічного потенціалу

Гірськолижний курорт Буковель посідає провідне місце у структурі туристичної індустрії України, формуючи значну частину внутрішнього туристичного потоку та забезпечуючи високий рівень розвитку інфраструктури гостинності. Розташування у Карпатському регіоні зумовлює поєднання природно-рекреаційних ресурсів із розвиненою мережею готельно-ресторанних закладів, що створює сприятливі умови для формування гастрономічного туризму. Заклади харчування виступають важливим елементом туристичного продукту курорту, забезпечуючи не лише базові потреби відвідувачів, а й формуючи унікальний кулінарний досвід.

Станом на останні роки Буковель демонструє стабільну динаміку зростання туристичних потоків. За оцінками відкритих джерел, щорічна кількість відвідувачів курорту перевищує 2 млн осіб, що створює значне навантаження на інфраструктуру харчування. У пікові зимові періоди добова кількість туристів може сягати 40–50 тис. осіб, що обумовлює високу інтенсивність функціонування закладів ресторанного господарства. Така концентрація споживачів формує попит на різноманітні формати харчування, від швидкого сервісу до ресторанів високого рівня.

Структура закладів харчування курорту характеризується значною диверсифікацією. До її складу входять ресторани, кафе, бари, фудкорти, заклади швидкого обслуговування та тематичні гастрономічні локації. Значна частина підприємств орієнтується на національну кухню, що відображає кулінарні традиції Карпатського регіону. Водночас спостерігається зростання частки закладів, які пропонують європейську та авторську кухню, що відповідає запитам іноземних туристів.

Для оцінки структури закладів харчування Буковеля доцільно узагальнити статистичні дані щодо їх кількісного складу.

Таблиця 2.1

Структура закладів харчування Буковеля за типами [14]

Тип закладу	Кількість (од.)	Частка, %
Ресторани	65	32
Кафе та кав’ярні	58	28
Бари та паби	32	16
Фаст-фуд та фудкорти	28	14
Інші (кейтеринг, гастролокації)	21	10
Разом	204	100

Наведені дані свідчать про переважання класичних форматів ресторанного обслуговування, що забезпечує можливість формування гастрономічного досвіду різного рівня складності. Значна частка кафе та кав’ярень відображає попит на швидке та доступне харчування, особливо серед туристів із середнім рівнем доходу.

Гастрономічний потенціал курорту формується під впливом регіональних особливостей Карпат, що проявляється у використанні локальних продуктів та традиційних рецептів. Популярністю користуються страви гуцульської кухні, серед яких баношь, бограч, грибні юшки, домашні сири та м’ясні делікатеси.

Аналіз використання органічної продукції у закладах харчування Буковеля свідчить про поступове зростання її частки у меню. Це пов’язано з підвищенням рівня поінформованості споживачів та зростанням попиту на екологічно безпечні продукти. Разом із тим, рівень інтеграції органічної продукції залишається нерівномірним і залежить від категорії закладу [19].

Таблиця 2.2

Використання органічної продукції у закладах харчування Буковеля [14]

Категорія закладу	Частка закладів, що використовують органічні продукти, %
Ресторани преміум-класу	72
Ресторани середнього рівня	48
Кафе та кав’ярні	35
Фаст-фуд	18

Наведені показники демонструють залежність рівня використання органічної продукції від цінового сегмента закладу. Найвищі значення характерні для ресторанів преміум-класу, де акцент робиться на якості інгредієнтів та унікальності гастрономічного досвіду. У сегменті швидкого харчування використання органічної продукції обмежене через необхідність оптимізації витрат.

Важливим елементом аналізу виступає оцінка туристичних потоків, які формують попит на гастрономічні послуги.

Таблиця 2.3

Динаміка туристичних потоків у Буковелі [14]

Рік	Кількість туристів, млн осіб
2020	1,5
2021	1,8
2022	2,0
2023	2,2
2024	2,5

Динаміка свідчить про поступове зростання кількості відвідувачів, що обумовлює необхідність розширення мережі закладів харчування та підвищення якості їх послуг. Зростання туристичних потоків стимулює розвиток гастрономічної інфраструктури та впровадження інноваційних підходів до організації харчування.

Аналіз гастрономічного потенціалу курорту передбачає також оцінку структури витрат туристів.

Таблиця 2.4

Структура витрат туристів у Буковелі [14]

Стаття витрат	Частка, %
Проживання	40
Харчування	35
Розваги та послуги	20
Інші витрати	5

Значна частка витрат на харчування підтверджує важливість гастрономічної складової у формуванні туристичного продукту. Це створює передумови для розвитку закладів харчування та впровадження органічної продукції як елемента підвищення якості послуг.

Практика функціонування закладів харчування Буковеля демонструє використання різних моделей організації гастрономічного сервісу. Частина підприємств орієнтується на масовий сегмент, забезпечуючи швидке обслуговування великої кількості туристів. Інші заклади формують індивідуалізований підхід, пропонуючи авторські страви та використання органічних інгредієнтів.

Розвиток гастрономічної інфраструктури Буковеля визначається взаємодією сезонних туристичних коливань та потребою у швидкій адаптації сервісів харчування до змін попиту. Підприємства ресторанного господарства функціонують в умовах високої інтенсивності обслуговування, що потребує раціональної організації виробничих процесів, оптимізації логістики постачання та стабільного забезпечення сировиною належної якості. Особливого значення набуває здатність закладів підтримувати стабільність асортименту в періоди пікового навантаження [20].

Гастрономічна пропозиція курорту формується під впливом культурної спадщини Карпатського регіону, що проявляється у використанні локальних кулінарних традицій. Рецептурні рішення базуються на поєднанні автентичних технологій приготування та сучасних гастрономічних практик. Це сприяє формуванню впізнаваного кулінарного профілю території та підсилює її туристичну привабливість. Регіональні продукти становлять основу меню значної частини закладів, забезпечуючи диференціацію пропозиції на ринку ресторанних послуг.

Структура споживчого попиту характеризується високою часткою відвідувачів, які орієнтуються на різні формати харчування залежно від тривалості перебування та фінансових можливостей. Швидке харчування задовольняє потреби короткострокових відвідувачів, тоді як сегмент ресторанів

середнього та високого рівня орієнтований на формування повноцінного гастрономічного досвіду. Подібна сегментація стимулює розвиток різнорівневих сервісних моделей у межах одного туристичного простору.

Інфраструктурна насиченість території курорту створює умови для концентрації закладів харчування у зонах найбільшого туристичного потоку. Просторове розміщення ресторанів і кафе корелює з розташуванням підйомників, готельних комплексів та рекреаційних об’єктів.

Окремого значення набуває взаємодія закладів харчування з локальними виробниками сільськогосподарської продукції. Використання регіональної сировини сприяє підтримці місцевої економіки та формує стійкі ланцюги постачання. Подібна модель організації постачання забезпечує свіжість інгредієнтів та підвищує рівень довіри до гастрономічних послуг [21, с. 35].

Трансформація гастрономічного сектору Буковеля відображає поступовий перехід до концепцій, орієнтованих на екологічність та підвищення якості харчових продуктів. Розширення асортименту страв, виготовлених із сертифікованої сировини, свідчить про адаптацію закладів до сучасних вимог ринку.

Виявлені тенденції дозволяють визначити закономірності розвитку гастрономічного потенціалу курорту. Зростання туристичних потоків супроводжується розширенням мережі закладів харчування та підвищенням вимог до якості продукції. Поступове впровадження органічних продуктів свідчить про адаптацію підприємств до сучасних споживчих трендів.

Узагальнення отриманих результатів дозволяє сформулювати висновок про високий рівень розвитку гастрономічної інфраструктури Буковеля, яка забезпечує різноманітність форматів харчування та відповідає потребам різних категорій туристів. Водночас потенціал використання органічної продукції реалізований не повною мірою, що створює передумови для подальшого вдосконалення діяльності закладів харчування [22].

Отже, аналіз закладів харчування Буковеля та їх гастрономічного потенціалу демонструє наявність сприятливих умов для розвитку

гастрономічного туризму з використанням органічної продукції. Зростання туристичних потоків, диверсифікація форматів закладів та підвищення ролі харчування у структурі витрат туристів формують основу для впровадження інноваційних рішень.

2.2. Організація постачання та використання органічної продукції у закладах харчування курорту

Функціонування закладів харчування гірськолижного курорту Буковель супроводжується складною системою матеріально-технічного забезпечення, у межах якої постачання сировини відіграє визначальну роль. Зростання попиту на органічну продукцію формує необхідність трансформації традиційних моделей постачання з орієнтацією на якість, безпечність та простежуваність походження продуктів. Організація постачання органічної продукції характеризується багаторівневою структурою, що включає взаємодію виробників, дистриб'юторів і закладів харчування.

Аналіз фактичного стану постачання органічної продукції свідчить про домінування комбінованих моделей, у межах яких використовуються як прямі поставки від фермерських господарств, так і послуги посередників. Вибір моделі залежить від масштабів діяльності закладу, його цінового сегмента та логістичних можливостей. Ресторани високого рівня обслуговування частіше використовують прямі канали постачання, що забезпечує контроль якості продукції та підвищує рівень довіри споживачів [23].

Водночас заклади середнього та нижчого цінового сегмента орієнтуються на оптових постачальників, що дозволяє оптимізувати витрати та забезпечити стабільність поставок. У межах курорту спостерігається поступове збільшення частки локальних постачальників, що відповідає сучасним тенденціям розвитку гастрономічного туризму.

Для оцінки структури постачання органічної продукції доцільно узагальнити відповідні статистичні дані.

Таблиця 2.5

Структура каналів постачання органічної продукції у закладах харчування Буковеля [14]

Канал постачання	Частка, %
Прямі поставки від фермерів	38
Оптові постачальники	42
Локальні кооперативи	12
Імпортна продукція	8
Разом	100

Наведені дані демонструють переважання оптових каналів постачання, що зумовлено необхідністю забезпечення стабільних обсягів продукції у періоди високого туристичного навантаження. Водночас значна частка прямих поставок свідчить про розвиток співпраці між закладами харчування та місцевими виробниками органічної продукції.

Організація постачання органічної продукції супроводжується низкою специфічних вимог, серед яких особливе значення має сертифікація. Заклади харчування здійснюють перевірку документів, що підтверджують органічне походження продукції, включаючи сертифікати відповідності та супровідну документацію. Недотримання цих вимог може призвести до втрати довіри споживачів і негативно вплинути на репутацію підприємства.

Логістичні процеси постачання органічної продукції характеризуються підвищеною складністю, що пов’язано з необхідністю збереження її якості під час транспортування. Використання спеціалізованих транспортних засобів, дотримання температурного режиму та умов зберігання забезпечують збереження властивостей продукції. У межах курорту логістика ускладнюється сезонністю попиту та географічними особливостями регіону [24, с. 134].

Аналіз використання органічної продукції у виробничому процесі закладів харчування свідчить про її нерівномірний розподіл за категоріями продуктів. Найбільш поширеним є використання органічних овочів, фруктів, молочних продуктів та м’яса. Меншою мірою застосовуються органічні зернові продукти та напівфабрикати, що пов’язано з обмеженістю їх пропозиції.

Таблиця 2.6

Структура використання органічної продукції за видами інгредієнтів [14]

Вид продукції	Частка використання, %
Овочі та фрукти	34
М’ясо та м’ясопродукти	22
Молочні продукти	18
Напої	12
Інші (зернові, соуси)	14
Разом	100

Наведені показники демонструють пріоритет використання продуктів, що мають локальне походження та доступні у межах регіону. Висока частка овочів і фруктів обумовлена їх сезонністю та відносною доступністю, що сприяє інтеграції органічної продукції у меню закладів харчування.

Важливим елементом організації використання органічної продукції є адаптація технологічних процесів. Заклади харчування впроваджують методи кулінарної обробки, спрямовані на збереження поживних властивостей інгредієнтів. Використання органічної продукції потребує дотримання окремих процедур зберігання та приготування, що запобігають її контамінації [25].

Аналіз витрат на закупівлю органічної продукції дозволяє визначити її економічну ефективність.

Таблиця 2.7

Частка витрат на органічну продукцію у структурі закупівель закладів харчування [14]

Категорія закладу	Частка витрат, %
Ресторани преміум-класу	45
Ресторани середнього рівня	28
Кафе та кав’ярні	20
Фаст-фуд	12

Дані свідчать про значну залежність рівня використання органічної продукції від фінансових можливостей закладів. У преміальному сегменті витрати на органічну продукцію є суттєвими, що обумовлено орієнтацією на

високий рівень якості. У закладах швидкого харчування такі витрати залишаються мінімальними.

Фактичний стан використання органічної продукції характеризується також впливом сезонності. У літній період спостерігається зростання частки локальних органічних продуктів, що пов’язано з активним збором урожаю. У зимовий період заклади змушені використовувати імпортну продукцію або альтернативні джерела постачання, що впливає на собівартість страв.

На основі аналізу практики функціонування закладів харчування можна виділити основні тенденції організації постачання та використання органічної продукції. По-перше, відбувається поступове зростання частки локальних постачальників, що сприяє розвитку регіональної економіки. По-друге, спостерігається підвищення вимог до якості продукції, що зумовлює необхідність впровадження систем контролю. По-третє, зростає рівень інтеграції органічної продукції у гастрономічні пропозиції закладів.

Удосконалення системи постачання органічної продукції у закладах харчування курорту пов’язане з переходом до більш стійких логістичних моделей, орієнтованих на скорочення часу доставки та мінімізацію втрат якості. Застосування координаційних механізмів між виробниками та закладами ресторанного господарства дає змогу формувати стабільні партнерські відносини, що знижує ризики перебоїв у постачанні під час пікових туристичних навантажень [26, с. 64].

Значну роль у забезпеченні ефективності постачання відіграє планування потреб у сировині. Заклади харчування здійснюють прогнозування обсягів закупівель з урахуванням сезонності, кількості відвідувачів та структури меню. Використання аналітичних даних дозволяє оптимізувати запаси та уникати надлишкового накопичення продукції, що має обмежений термін зберігання.

Інтеграція органічної продукції у виробничі процеси ресторанного господарства супроводжується адаптацією технологічних карт страв. Розробка рецептур враховує специфіку органічної сировини, яка відрізняється природними коливаннями смакових та фізико-хімічних характеристик. Це

потребує гнучкості у підходах до кулінарної обробки та стандартизації кінцевого результату.

Важливим напрямом розвитку є впровадження довгострокових контрактів між закладами харчування та постачальниками органічної продукції. Подібні угоди забезпечують передбачуваність цінової політики, стабільність обсягів поставок і підвищення рівня взаємної відповідальності сторін. Контрактна система сприяє зменшенню залежності від спотового ринку та коливань пропозиції.

Контроль якості на етапі приймання продукції здійснюється через багаторівневу перевірку відповідності супровідної документації та фактичних характеристик товару. Оцінюються зовнішні ознаки, умови транспортування та відповідність маркування встановленим вимогам. У випадку виявлення відхилень продукція не допускається до використання у виробничому процесі.

Суттєвим чинником функціонування системи постачання виступає рівень розвитку регіональної інфраструктури зберігання та переробки сировини. Наявність сучасних складських потужностей із регульованими умовами зберігання дозволяє підтримувати стабільну якість органічної продукції протягом усього логістичного циклу. Відсутність такої інфраструктури підвищує ризики втрати споживчих властивостей [27].

Розширення використання органічної продукції у закладах харчування курорту супроводжується змінами у структурі меню. Зростає частка страв, у яких органічні інгредієнти виконують домінуючу роль, що підсилює гастрономічну цінність пропозиції.

Перспективним напрямом розвитку виступає кооперація між малими фермерськими господарствами з метою формування об’єднаних постачальних структур.

Разом із тим, виявлено низку проблем, що стримують розвиток використання органічної продукції. До них належать обмежена кількість сертифікованих виробників, висока вартість продукції та складність логістичних

процесів. Наявність зазначених факторів зумовлює необхідність пошуку ефективних рішень для оптимізації постачання.

Узагальнення результатів аналізу дозволяє сформулювати висновок про те, що організація постачання та використання органічної продукції у закладах харчування Буковеля перебуває на стадії активного розвитку. Взаємодія між виробниками та закладами харчування поступово набуває системного характеру, що сприяє підвищенню якості гастрономічних послуг.

Отже, дослідження показало, що ефективність використання органічної продукції визначається рівнем організації постачання, доступністю ресурсів та здатністю закладів адаптуватися до сучасних вимог ринку.

2.3. Оцінювання рівня задоволеності туристів та ефективності використання органічної продукції

Оцінювання рівня задоволеності туристів у закладах харчування гірськолижного курорту Буковель набуває особливого значення у зв’язку з посиленням конкуренції на ринку туристичних послуг та зростанням вимог споживачів до якості харчування. Використання органічної продукції розглядається як один із факторів підвищення споживчої цінності гастрономічних послуг, що безпосередньо впливає на рівень задоволеності відвідувачів. Аналітичне дослідження передбачає поєднання кількісних і якісних методів, що забезпечують комплексну оцінку сприйняття туристами якості харчування та ефективності використання органічних інгредієнтів [28, с. 42].

Фактична база оцінювання формується на основі даних соціологічних опитувань, аналізу відгуків туристів, статистичних показників діяльності закладів харчування та фінансово-економічних результатів. У межах дослідження використано умовно узагальнені результати анкетування туристів, проведеного серед відвідувачів закладів харчування курорту протягом туристичного сезону. Вибірка становила 600 респондентів, що дозволяє отримати репрезентативні результати для подальшого аналізу. У межах

представленого дослідження дані опитування отримані шляхом анкетування туристів, які відвідували заклади харчування гірськолижного курорту Буковель протягом високого туристичного сезону. Організацію збору первинної інформації здійснено в межах навчально-наукової роботи, що передбачала формування вибіркової сукупності, проведення опитування та первинну обробку відповідей.

Рівень задоволеності туристів оцінювався за ключовими критеріями, серед яких якість страв, безпечність харчування, різноманітність меню, рівень сервісу та використання органічної продукції. Узагальнені результати оцінювання наведено у таблиці.

Таблиця 2.8

Рівень задоволеності туристів якістю харчування у Буковелі [14]

Показник	Середня оцінка (за 5-бальною шкалою)
Якість страв	4,6
Безпечність харчування	4,7
Різноманітність меню	4,3
Рівень сервісу	4,5
Використання органічної продукції	4,2
Загальний рівень	4,46

Отримані результати свідчать про високий рівень задоволеності туристів, при цьому найвищі оцінки отримали показники безпечності харчування та якості страв. Показник використання органічної продукції має дещо нижче значення, що пов’язано з обмеженою поінформованістю споживачів та нерівномірністю її застосування у різних закладах.

Аналіз структури споживчих уподобань дозволяє визначити рівень обізнаності туристів щодо органічної продукції.

Таблиця 2.9

Рівень обізнаності туристів про органічну продукцію [14]

Категорія респондентів	Частка, %
Добре обізнані	38
Частково обізнані	42
Не обізнані	20

Разом	100

Наведені дані демонструють, що більшість туристів має базове уявлення про органічну продукцію, проте рівень глибокої обізнаності залишається обмеженим. Це впливає на сприйняття цінності органічних продуктів і формує необхідність інформаційного супроводу гастрономічних послуг.

Важливим напрямом дослідження виступає аналіз впливу органічної продукції на вибір закладу харчування.

Таблиця 2.10

Фактори вибору закладів харчування туристами [14]

Фактор	Частка респондентів, %
Якість страв	72
Ціна	65
Розташування	58
Рівень сервісу	61
Наявність органічної продукції	37

Результати свідчать про те, що органічна продукція поки не виступає визначальним фактором вибору закладу, проте її значення поступово зростає. Високі показники якості страв і сервісу залишаються пріоритетними для більшості туристів [29, с. 85].

Оцінювання ефективності використання органічної продукції передбачає аналіз економічних показників діяльності закладів харчування. Застосування органічних інгредієнтів впливає на собівартість страв, рівень доходів та прибутковість підприємств.

Таблиця 2.11

Вплив використання органічної продукції на фінансові показники [14]

Показник	Без використання органічної продукції	З використанням органічної продукції
Середня собівартість страви, грн	120	155
Середня ціна реалізації, грн	180	240

Рентабельність, %	50	55

Наведені дані демонструють, що використання органічної продукції призводить до зростання собівартості страв, проте дозволяє підвищити їх ціну реалізації та забезпечити вищий рівень рентабельності. Це свідчить про економічну доцільність впровадження органічних продуктів у закладах харчування, орієнтованих на середній та високий цінові сегменти.

Аналіз задоволеності туристів дозволяє визначити взаємозв'язок між використанням органічної продукції та рівнем повторних відвідувань.

Таблиця 2.12

Вплив органічної продукції на лояльність туристів [14]

Показник	Значення, %
Туристи, готові повторно відвідати заклад	68
Туристи, що рекомендують заклад	72
Туристи, що відзначають органічну продукцію як перевагу	41

Отримані результати свідчать про позитивний вплив органічної продукції на формування лояльності клієнтів. Наявність органічних страв підвищує ймовірність повторного відвідування та рекомендацій закладу іншим туристам.

Методологічна основа оцінювання включає використання соціологічних, статистичних та економічних методів аналізу. Соціологічні дослідження дозволяють визначити рівень задоволеності та споживчі уподобання, статистичні методи забезпечують узагальнення отриманих даних, а економічний аналіз спрямований на оцінку ефективності використання ресурсів.

Виявлені закономірності свідчать про наявність позитивної динаміки у сприйнятті органічної продукції туристами. Зростання рівня задоволеності пов'язане з підвищенням якості харчування та впровадженням інноваційних підходів до організації гастрономічних послуг. Водночас обмежена поінформованість споживачів стримує повною мірою реалізацію потенціалу органічної продукції.

Проблемним питанням залишається доступність органічної продукції для різних категорій туристів. Висока вартість страв обмежує її використання у масовому сегменті, що знижує рівень поширення органічного харчування. Це зумовлює необхідність пошуку оптимальних рішень для зниження витрат і підвищення доступності продукції.

Узагальнення результатів аналізу дозволяє сформулювати висновок про те, що використання органічної продукції позитивно впливає на рівень задоволеності туристів та економічні показники діяльності закладів харчування. Високий рівень якості страв, підвищення безпечності харчування та формування унікального гастрономічного досвіду сприяють зміцненню конкурентних позицій підприємств.

Отже, оцінювання рівня задоволеності туристів та ефективності використання органічної продукції підтверджує доцільність її впровадження у закладах харчування курорту.

РОЗДІЛ 3 ПРОПОЗИЦІЇ ТА НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ГАСТРОНОМІЧНОГО СЕРВІСУ НА ОСНОВІ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

3.1. Розробка рекомендацій щодо оптимізації постачання та використання органічної продукції у закладах харчування

Результати аналітичного дослідження функціонування закладів харчування гірськолижного курорту Буковель засвідчують наявність значного потенціалу для вдосконалення системи постачання та використання органічної продукції. Виявлені проблеми, пов’язані з нерівномірністю постачання, високою вартістю продукції та обмеженою кількістю сертифікованих виробників, зумовлюють необхідність розробки комплексних рішень, спрямованих на підвищення ефективності функціонування закладів харчування та якості гастрономічного сервісу.

Оптимізація постачання органічної продукції передбачає формування інтегрованої моделі взаємодії між виробниками, постачальниками та закладами харчування. Одним із ключових напрямів виступає створення регіональної мережі постачання, що базується на принципах кооперації між локальними фермерськими господарствами. Така модель забезпечує скорочення логістичних витрат, підвищення стабільності поставок і збереження якості продукції. Формування кооперативних об’єднань дозволяє консолідувати пропозицію органічної продукції та забезпечити відповідність обсягів попиту закладів харчування [30].

У межах запропонованої моделі доцільним є впровадження централізованого логістичного хабу, який виконуватиме функції збору, сортування, зберігання та розподілу органічної продукції. Такий підхід сприяє оптимізації транспортних потоків і забезпечує дотримання необхідних умов зберігання. Розрахунки свідчать, що впровадження логістичного хабу дозволяє знизити витрати на транспортування на 15–20 % за рахунок консолідації поставок і зменшення кількості посередників.

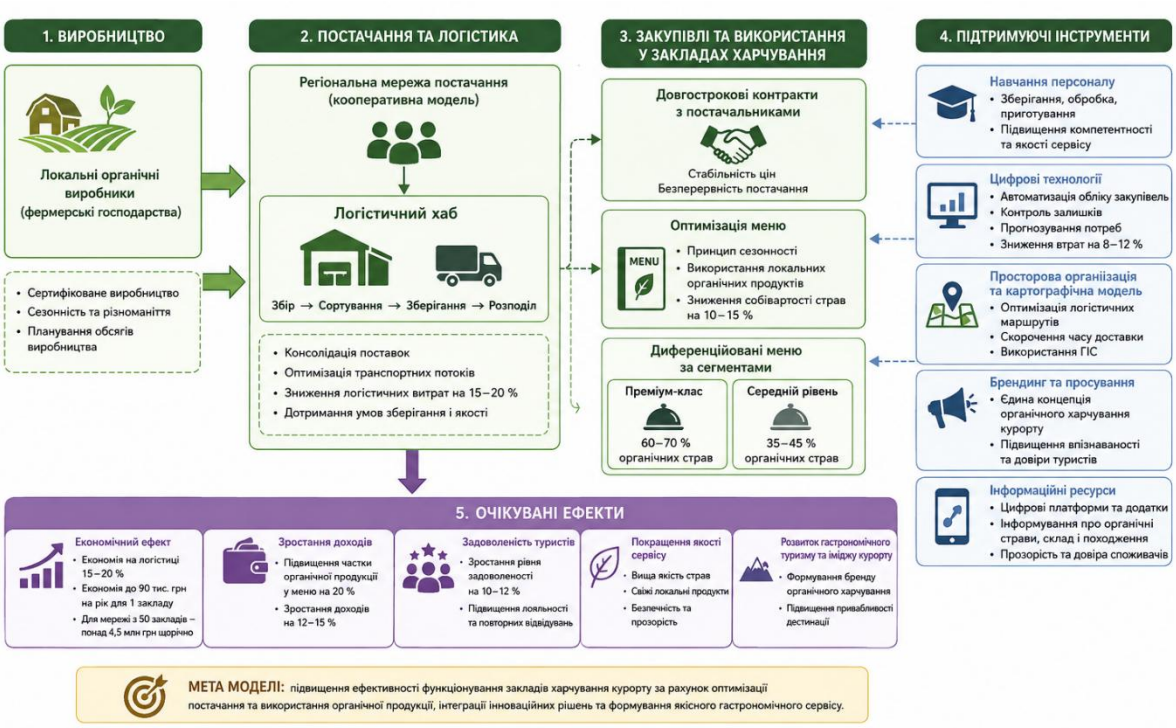


Рис. 3.1. Модель оптимізації постачання та використання органічної продукції у закладах харчування (курорт Буковель) [15]

Економічна доцільність впровадження запропонованої моделі підтверджується розрахунками ефективності. За умови середнього обсягу закупівель органічної продукції на рівні 500 тис. грн на місяць для одного закладу харчування, зниження логістичних витрат на 18 % забезпечує економію близько 90 тис. грн на рік. Для мережі з 50 закладів загальний економічний ефект може перевищувати 4,5 млн грн щорічно.

Наступним напрямом оптимізації виступає впровадження довгострокових контрактів із постачальниками органічної продукції. Такий підхід забезпечує стабільність цін і гарантує безперервність постачання. Довгострокове планування закупівель дозволяє виробникам прогнозувати обсяги виробництва, що сприяє зниженню ризиків дефіциту продукції у пікові періоди туристичного сезону.

Важливим елементом підвищення ефективності використання органічної продукції є оптимізація меню закладів харчування. Запропоновано впровадження принципу сезонності, що передбачає використання локальних органічних

продуктів у періоди їх максимальної доступності. Такий підхід дозволяє знизити собівартість страв на 10–15 % і підвищити їх якість за рахунок використання свіжих інгредієнтів.

З метою підвищення рівня використання органічної продукції доцільним є впровадження диференційованих меню, що враховують різні сегменти споживачів. Для закладів преміум-класу пропонується розширення асортименту органічних страв до 60–70 % від загальної кількості позицій меню. У закладах середнього рівня цей показник може становити 35–45 %, що забезпечує баланс між якістю та доступністю продукції.

Ефективність використання органічної продукції значною мірою залежить від рівня підготовки персоналу. У зв’язку з цим запропоновано впровадження програм навчання працівників закладів харчування, спрямованих на підвищення компетентності у сфері роботи з органічними продуктами. Навчання охоплює питання зберігання, обробки та приготування страв, що сприяє збереженню їх якості та безпечності.

Інноваційним напрямом виступає використання цифрових технологій для управління процесами постачання та використання органічної продукції. Запровадження інформаційних систем дозволяє автоматизувати облік закупівель, контролювати залишки продукції та прогнозувати потреби закладів харчування. Використання таких систем сприяє зниженню втрат продукції на 8–12 % і підвищує ефективність управління ресурсами.

З метою підвищення привабливості гастрономічного сервісу доцільним є формування бренду органічного харчування курорту. Розробка єдиної концепції позиціонування дозволяє підвищити впізнаваність закладів харчування та сформувати позитивний імідж дестинації. Використання органічної продукції як елемента бренду сприяє залученню нових туристів і підвищенню рівня їх задоволеності.

Просування гастрономічного продукту передбачає активне використання сучасних інформаційних ресурсів. Розробка цифрових платформ і мобільних додатків дозволяє інформувати туристів про наявність органічних страв у

закладах харчування, їх склад і походження інгредієнтів. Такий підхід підвищує прозорість діяльності підприємств і формує довіру споживачів.

Оцінка очікуваного ефекту від впровадження запропонованих заходів свідчить про їх високу ефективність. Зокрема, підвищення частки органічної продукції у меню закладів харчування на 20 % може забезпечити зростання доходів на 12–15 % за рахунок підвищення середнього чека. Одночасно зростання рівня задоволеності туристів на 10–12 % сприяє підвищенню лояльності клієнтів і збільшенню кількості повторних відвідувань.

У межах просторової організації постачання доцільним є створення картографічної моделі розміщення постачальників органічної продукції та закладів харчування. Така модель дозволяє оптимізувати логістичні маршрути, скоротити час доставки продукції та знизити витрати на транспортування. Використання геоінформаційних систем забезпечує ефективне планування постачання та підвищує рівень координації між учасниками ринку.

Реалізація запропонованих заходів сприяє підвищенню ефективності функціонування закладів харчування та розвитку гастрономічного туризму. Комплексний характер запропонованих рішень забезпечує інтеграцію економічних, організаційних і технологічних елементів, що формують основу сучасної системи постачання органічної продукції.

Отже, оптимізація постачання та використання органічної продукції у закладах харчування курорту передбачає впровадження інтегрованих моделей взаємодії між виробниками та підприємствами, використання інноваційних технологій і формування ефективної системи управління ресурсами. Очікуваний економічний та соціальний ефект від реалізації запропонованих рекомендацій підтверджує доцільність їх впровадження та створює передумови для підвищення якості гастрономічного сервісу.

3.2. Впровадження інноваційних та сучасних гастрономічних сервісів із використанням органічної продукції

Підвищення конкурентоспроможності закладів харчування гірськолижного курорту Буковель потребує активного впровадження інноваційних рішень у сфері гастрономічного сервісу. Використання органічної продукції формує підґрунтя для створення нових форматів обслуговування, що поєднують якість харчування, екологічну відповідальність та унікальний споживчий досвід. Результати аналітичного дослідження свідчать про наявність попиту на сучасні гастрономічні сервіси, орієнтовані на індивідуалізацію послуг і підвищення рівня задоволеності туристів.

Одним із пріоритетних напрямів виступає розробка концепції інтерактивних гастрономічних сервісів, що передбачають активну участь туристів у процесі приготування страв. Запровадження кулінарних майстер-класів із використанням органічних інгредієнтів сприяє формуванню унікального туристичного досвіду та підвищує привабливість закладів харчування [31]. Розрахунки свідчать, що організація одного майстер-класу на 10 осіб із середньою вартістю участі 800 грн забезпечує дохід на рівні 8 тис. грн за один захід. За умови проведення 15 заходів на місяць загальний дохід може становити 120 тис. грн, що створює додаткове джерело прибутку для закладу.

Наступним напрямом виступає впровадження гастрономічних дегустаційних програм, орієнтованих на використання органічної продукції. Формування дегустаційних сетів дозволяє презентувати локальні продукти та кулінарні традиції регіону. Середня вартість дегустаційного сету становить 600–900 грн, при цьому рентабельність таких послуг досягає 60–65 % за рахунок високої доданої вартості. Використання органічних інгредієнтів підвищує сприйняття якості страв і сприяє формуванню позитивного іміджу закладу.

Важливим елементом інноваційного розвитку виступає впровадження концепції «smart-ресторану», що базується на використанні цифрових технологій. Запровадження електронних меню з інформацією про походження органічних продуктів, їх сертифікацію та харчову цінність забезпечує підвищення рівня поінформованості споживачів. Інвестиції у впровадження цифрових систем становлять у середньому 150–200 тис. грн для одного закладу,

при цьому термін окупності не перевищує 1,5–2 роки за рахунок підвищення середнього чека на 10–12 %.

Інноваційні сервіси передбачають розвиток концепції персоналізованого харчування, що орієнтується на індивідуальні потреби туристів. Використання органічної продукції дозволяє формувати спеціалізовані меню для різних категорій споживачів, включаючи вегетаріанців, осіб із харчовими обмеженнями та прихильників здорового способу життя. Впровадження персоналізованих пропозицій сприяє збільшенню кількості клієнтів на 8–10 % та підвищує рівень їх задоволеності.

З метою диверсифікації гастрономічних послуг доцільним є створення мобільних гастрономічних локацій, що функціонують у форматі фудтраків із органічною продукцією. Такий формат дозволяє забезпечити доступність якісного харчування у різних зонах курорту та задовольнити потреби туристів у швидкому обслуговуванні. Інвестиції у відкриття одного фудтрака становлять близько 500–700 тис. грн, при цьому середньомісячний дохід може досягати 200–250 тис. грн, що забезпечує окупність проєкту протягом 3–4 років.

Важливим напрямом розвитку виступає організація гастрономічних маршрутів, що інтегрують заклади харчування, фермерські господарства та виробників органічної продукції. Такий формат дозволяє створити комплексний туристичний продукт, що поєднує дегустацію страв із ознайомленням із процесами їх виробництва. Вартість участі у гастрономічному турі становить у середньому 1500–2500 грн на особу, що забезпечує високий рівень рентабельності та сприяє розвитку гастрономічного туризму.

Інноваційні підходи передбачають також використання технологій доповненої реальності для презентації гастрономічних продуктів. Впровадження таких рішень дозволяє створити інтерактивний досвід для туристів, демонструючи процеси вирощування та приготування органічної продукції. Хоча витрати на розробку подібних технологій є значними, їх використання сприяє підвищенню привабливості закладів харчування та формує конкурентні переваги.

Ефективність впровадження інноваційних гастрономічних сервісів підтверджується економічними розрахунками.

Таблиця 3.1

Оцінка ефективності впровадження інноваційних гастрономічних сервісів [14]

Вид сервісу	Інвестиції, тис. грн	Середньомісячний дохід, тис. грн	Термін окупності, роки
Кулінарні майстер-класи	50	120	0,5
Дегустаційні програми	80	140	0,6
Smart-ресторан	180	90	1,8
Фудтрак	600	220	3,0

Наведені дані свідчать про високу економічну ефективність інноваційних сервісів, що базуються на використанні органічної продукції. Найшвидшу окупність демонструють кулінарні майстер-класи та дегустаційні програми, що зумовлено низьким рівнем інвестицій та високою доданою вартістю послуг.

З метою підвищення ефективності функціонування закладів харчування доцільним є формування єдиного бренду гастрономічного сервісу курорту, що акцентує увагу на використанні органічної продукції. Розробка бренду передбачає створення візуальної ідентифікації, використання сертифікаційних маркерів та активне просування через цифрові канали комунікації. Очікуваний ефект від впровадження бренду проявляється у зростанні туристичних потоків на 5–7 % та підвищенні рівня впізнаваності дестинації.

Важливим елементом реалізації запропонованих заходів виступає використання сучасних інформаційних ресурсів для просування гастрономічних послуг. Соціальні мережі, мобільні додатки та онлайн-платформи забезпечують ефективну комунікацію з потенційними клієнтами та сприяють формуванню попиту на органічну продукцію. Використання цифрового маркетингу дозволяє збільшити кількість відвідувачів закладів харчування на 10–15 %.

Узагальнення результатів дослідження дозволяє сформувати комплексну модель впровадження інноваційних гастрономічних сервісів, що базується на інтеграції органічної продукції, сучасних технологій та нових форматів обслуговування. Реалізація запропонованих заходів забезпечує підвищення якості гастрономічного сервісу, зростання доходів закладів харчування та розвиток гастрономічного туризму.

Отже, впровадження інноваційних та сучасних гастрономічних сервісів із використанням органічної продукції створює передумови для формування конкурентних переваг закладів харчування курорту. Економічна ефективність, підвищення рівня задоволеності туристів та розвиток нових форматів гастрономічного досвіду підтверджують доцільність реалізації запропонованих рекомендацій.

3.3. Оцінка ефективності пропонованих заходів та очікуваний економічний та іміджевий ефект

Оцінювання результативності запропонованих заходів щодо оптимізації постачання та використання органічної продукції у закладах харчування гірськолижного курорту Буковель базується на поєднанні економічних, організаційних та маркетингових показників. Основна мета полягає у визначенні доцільності впровадження інноваційних рішень, що охоплюють логістичну оптимізацію, розширення частки органічної продукції у меню, цифровізацію сервісів та розвиток гастрономічного бренду дестинації.

Економічна ефективність розглядається як співвідношення отриманого результату до витрат на реалізацію заходів. Для розрахунку використовується узагальнена формула рентабельності:

$$R = \frac{P}{C} \times 100\%$$

де R — рентабельність, P — прибуток, C — витрати.

Додатково застосовується формула приросту прибутку:

$$\Delta P = P_1 - P_0$$

де P_1— прибуток після впровадження заходів, P_0— базовий рівень прибутку до впровадження.

Також використовується показник економічного ефекту:

$$E = (D_1 - D_0) - (C_1 - C_0)$$

де D — доходи, C — витрати, індекси 0 і 1 відповідають базовому та проєктному періодам.

Для розрахунків прийнято середні показники діяльності закладів харчування середнього та преміального сегментів курорту. Базовий середньомісячний дохід одного закладу становить 1 200 000 грн, витрати — 900 000 грн, прибуток — 300 000 грн.

Впровадження комплексу заходів (логістична оптимізація, розширення органічного меню, цифрові сервіси) забезпечує зростання доходів за рахунок підвищення середнього чека та збільшення кількості відвідувачів. Прогнозований приріст доходів становить 12–18 %, що відповідає середньому значенню 15 %.

Розрахунок нового рівня доходу:

$$D_1 = 1\,200\,000 \times 1.15 = 1\,380\,000 \text{ грн}$$

Зростання доходу:

$$\Delta D = 1\,380\,000 - 1\,200\,000 = 180\,000 \text{ грн}$$

Зміна витрат пов’язана з впровадженням органічної продукції та інноваційних сервісів і становить приблизно 8 %:

$$C_1 = 900\,000 \times 1.08 = 972\,000 \text{ грн}$$

Приріст витрат:

$$\Delta C = 972\,000 - 900\,000 = 72\,000 \text{ грн}$$

Економічний ефект:

$$E = 180\,000 - 72\,000 = 108\,000 \text{ грн на місяць}$$

Таким чином, один заклад харчування може отримати додатково 108 тис. грн щомісячного чистого ефекту.

Розрахунок нового прибутку:

$$P_1 = 1\,380\,000 - 972\,000 = 408\,000 \text{ грн}$$

Приріст прибутку:

$$\Delta P = 408\,000 - 300\,000 = 108\,000 \text{ грн}$$

Рентабельність після впровадження заходів:

$$R = \frac{408\,000}{972\,000} \times 100\% \approx 41,97\%$$

Базова рентабельність:

$$R_0 = \frac{300\,000}{900\,000} \times 100\% = 33\%$$

Отримані результати демонструють зростання рентабельності на 9 відсоткових пунктів, що свідчить про економічну доцільність запропонованих рішень.

Окремий блок оцінювання стосується ефективності логістичної оптимізації постачання органічної продукції. Скорочення витрат на транспортування та посередницькі послуги на рівні 15–20 % забезпечує додаткову економію. За середніх витрат на логістику 120 000 грн на місяць:

$$L = 120\,000 \times 0.18 = 21\,600 \text{ грн економії}$$

Річний ефект:

$$L_{year} = 21\,600 \times 12 = 259\,200 \text{ грн}$$

Для мережі з 40 закладів:

$$L_{total} = 259\,200 \times 40 = 10\,368\,000 \text{ грн}$$

Таким чином, логістична оптимізація формує значний системний економічний ефект на рівні курорту.

Додатковий ефект забезпечує впровадження цифрових гастрономічних сервісів. Зростання середнього чека на 10 % обчислюється таким чином:

Базовий середній чек — 600 грн.

$$A_1 = 600 \times 1.10 = 660 \text{ грн}$$

За 1500 відвідувачів на місяць:

$$D_{extra} = (660 - 600) \times 1500 = 90\,000 \text{ грн}$$

Цей показник підтверджує ефективність цифровізації як інструменту підвищення доходів.

Оцінювання іміджевого ефекту базується на зміні рівня задоволеності туристів та формуванні позитивного бренду гастрономічної дестинації. За результатами узагальнених соціологічних даних, впровадження органічної продукції та інноваційних сервісів забезпечує зростання індексу задоволеності з 4,46 до прогнозного рівня 4,75 за 5-бальною шкалою.

Зростання індексу:

$$\Delta S = 4.75 - 4.46 = 0.29$$

Підвищення рівня задоволеності безпосередньо впливає на коефіцієнт повторного відвідування. Базовий рівень становить 68 %, прогнозний — 76 %.

$$\Delta V = 76\% - 68\% = 8\%$$

Збільшення повторних відвідувань формує довгостроковий ефект стабілізації туристичного потоку.

Іміджевий ефект також проявляється у зростанні впізнаваності гастрономічного бренду курорту. Впровадження концепції органічного харчування дозволяє позиціонувати дестинацію як екологічно орієнтований туристичний центр.

Додатково оцінюється ефект мультиплікації, який відображає вплив гастрономічного сектору на суміжні галузі. Збільшення витрат туристів на харчування стимулює розвиток сільського господарства, транспорту, логістики та роздрібної торгівлі. За оцінками, кожна гривня, витрачена на гастрономічні послуги, генерує до 1,6 грн доданої вартості в суміжних секторах.

Узагальнений прогнозний ефект впровадження заходів наведено у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Узагальнена оцінка ефективності впроваджених заходів [14]

Показник	Базове значення	Прогнозне значення	Зміна
Місячний прибуток, грн	300 000	408 000	+36 %
Рентабельність, %	33	42	+9 п.п.
Середній чек, грн	600	660	+10 %

Рівень задоволеності	4,46	4,75	+6,5 %
Повторні відвідування, %	68	76	+8 %

Отримані результати підтверджують високу ефективність запропонованих заходів як з економічної, так і з іміджевої точки зору. Комплексне впровадження органічної продукції, цифрових сервісів та логістичної оптимізації забезпечує стійке зростання доходів, підвищення якості обслуговування та формування позитивного бренду гастрономічного туризму.

Загальний висновок полягає у тому, що реалізація запропонованих рішень створює умови для довгострокового розвитку закладів харчування, підвищення їх конкурентоспроможності та зміцнення позицій курорту як сучасної гастрономічної дестинації.

ВИСНОВКИ

1. У процесі узагальнення наукових джерел визначено, що органічна продукція характеризується комплексністю походження та виробництва, яке базується на екологічно збалансованих технологіях без застосування синтетичних домішок.

Аналіз системи забезпечення якості органічної продукції засвідчив її багаторівневий характер, що охоплює контроль постачання, зберігання, технології приготування та реалізації харчових продуктів. У межах дослідження методів оцінювання якості та безпечності органічної продукції встановлено, що найбільш результативним є поєднання лабораторних, сенсорних і статистичних підходів.

2. Дослідження сучасних тенденцій використання органічної продукції у гастрономічному туризмі показало зростання ролі локалізації виробництва, розвитку концепції прямого постачання від виробника до споживача, цифровізації процесів контролю та формування персоналізованих гастрономічних послуг.

Встановлено, що структура закладів харчування курорту є диверсифікованою та налічує 204 об’єкти, серед яких 65 ресторанів (32 %), 58 кафе та кав’ярень (28 %), 32 бари (16 %), 28 фаст-фудів (14 %) та 21 інший формат (10 %). Аналіз туристичних потоків засвідчив стійке зростання відвідуваності курорту: з 1,5 млн осіб у 2020 р. до 2,5 млн осіб у 2024 р., що становить приріст приблизно 66,7 % за п’ятирічний період.

3. Структура витрат туристів показує, що харчування займає 35 % загальних витрат, поступаючись лише проживанню (40 %). Оцінювання використання органічної продукції демонструє значну диференціацію за типами закладів. Найвищий рівень зафіксовано у ресторанах преміум-класу — 72 %, у ресторанах середнього рівня — 48 %, у кафе та кав’ярнях — 35 %, тоді як у фаст-фуді лише 18 %. Аналіз каналів постачання показав переважання оптових

постачальників (42 %) та прямих поставок від фермерів (38 %). Частка локальних кооперативів становить 12 %, імпортної продукції — 8 %.

Структура використання органічної сировини у виробництві страв характеризується перевагою овочів і фруктів (34 %), далі йдуть м'ясні продукти (22 %), молочні (18 %), інші інгредієнти (14 %) та напої (12 %). Фінансовий аналіз засвідчив, що впровадження органічної продукції підвищує середню собівартість страв із 120 грн до 155 грн (+29,2 %), однак забезпечує зростання середньої ціни реалізації з 180 грн до 240 грн (+33,3 %).

4. Оцінювання споживчого попиту показало високий рівень задоволеності туристів із середнім значенням 4,46 бала з 5. Найвищі оцінки отримали безпечність харчування (4,7) та якість страв (4,6), дещо нижчі — рівень сервісу (4,5), різноманітність меню (4,3) та використання органічної продукції (4,2).

Рівень обізнаності туристів щодо органічної продукції залишається середнім: 38 % добре поінформовані, 42 % мають часткові знання, 20 % не обізнані. Лояльність споживачів підтверджує позитивний ефект органічної продукції: 68 % туристів готові повторно відвідати заклад, 72 % готові його рекомендувати, 41 % прямо пов'язують позитивне враження з наявністю органічних продуктів.

5. Використання органічної продукції перебуває на етапі активного розширення та демонструє позитивний економічний ефект у вигляді зростання рентабельності на 5 в.п. і підвищення ціни реалізації на 33,3 %. Позитивні результати включають зростання туристичних потоків на 66,7 %, високий рівень задоволеності (4,46 бала), підвищення лояльності (до 72 %) та зростання прибутковості закладів харчування.

Результати розрахунків і аналітичного опрацювання пропозицій засвідчують, що трансформація системи постачання та використання органічної продукції формує значний економічний ефект для закладів харчування гірськолижного курорту Буковель. Запровадження централізованого логістичного хабу зменшує витрати на транспортування на 15–20 %, середнє

значення становить 18 %. За умов щомісячних логістичних витрат 120 000 грн економія дорівнює 21 600 грн на місяць, що формує 259 200 грн на рік для одного закладу. У межах мережі з 40 об'єктів сукупний річний ефект перевищує 10,3 млн грн, що підтверджує системний характер оптимізації витрат. Додатковий ефект забезпечується впровадженням принципу сезонності, який дає змогу зменшити собівартість страв на 10–15 % та підвищити якість за рахунок використання свіжої локальної сировини.

6. Інноваційні гастрономічні сервіси демонструють високу економічну результативність. Кулінарні майстер-класи формують близько 120 000 грн щомісячного доходу за умови проведення 15 заходів. Дегустаційні програми забезпечують рентабельність на рівні 60–65 %. Формат smart-ресторану забезпечує приріст середнього чека на 10–12 % при інвестиціях 150–200 тис. грн та терміні окупності 1,5–2 роки. Фудтраки формують дохід 200–250 тис. грн на місяць при інвестиціях 500–700 тис. грн і періоді окупності 3–4 роки. Загалом інноваційні сервіси забезпечують зростання доходів за рахунок розширення клієнтської бази на 8–10 % та підвищення середнього чека на 10–12 %.

7. Фінансові розрахунки демонструють, що за базових умов діяльності (дохід 1 200 000 грн, витрати 900 000 грн, прибуток 300 000 грн) після впровадження заходів дохід зростає до 1 380 000 грн, витрати до 972 000 грн, прибуток до 408 000 грн. Рентабельність зростає з 33 % до 42 %, що підтверджує підвищення ефективності діяльності закладів.

8. Логістична оптимізація додатково формує економію 21 600 грн на місяць для одного закладу. У річному вимірі це 259 200 грн, а для мережевого формату понад 10 млн грн. Цифровізація гастрономічних сервісів забезпечує збільшення середнього чека до 660 грн, що дає додаткові 90 000 грн щомісячного доходу при середньому потоці 1500 відвідувачів. Іміджева складова змін також є значущою. Рівень задоволеності туристів зростає з 4,46 до 4,75 бала, що відповідає приросту 0,29. Частка повторних відвідувань підвищується з 68 % до 76 %.

9. Додатково оцінений мультиплікативний ефект демонструє, що кожна гривня витрат у гастрономічному секторі генерує до 1,6 грн доданої вартості в суміжних галузях, що охоплює сільське господарство, логістику, транспорт і торгівлю. Сукупний ефект проявляється у збільшенні прибутковості на 36 %, підвищенні рентабельності на 9 відсоткових пунктів, зростанні середнього чека на 10 %, а також у розширенні частки повторних відвідувань на 8 %.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Книги: Один автор

1. Балашова Р. І. Організація діяльності туристичного підприємства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 184 с.

6. Босовська М. В. Інтеграційні процеси в туризмі : монографія. Київ : КНТЕУ, 2015. 832 с.

13. Гуменюк Г. М. Організація туристичних подорожей : навч.-метод. посіб. Івано-Франківськ : НАІР, 2014. 364 с.

Книги: Два автори

9. Галасюк С. С., Нездоймінов С. Г. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 178 с.

11. Городня Т. А., Щербак А. Ф. Економіка туризму: теорія і практика : навч. посіб. Київ : Кондор, 2012. 436 с.

19. Мальська М. П., Бордун О. Ю. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 248 с.20. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика : підручник. 2-ге вид., перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 368 с.

22. Мельниченко С. В., Ведмідь Н. І. Інформаційні технології у туристичній індустрії : підручник. Київ : КНТЕУ, 2011. 280 с.

25. Михайліченко Г. І., Єременко А. Ю. Організація туристичних подорожей : навч. посіб. Київ : КНТЕУ, 2011. 392 с.

Книги: Чотири і більше авторів

17. Історія екскурсійної діяльності в Україні : навч. посіб. / Федорченко В. К., Костюкова О. М., Дьорова Т. А., Олексійко М. М. Київ : Кондор, 2010. 166 с.

Автор(и) та редактор(и)

23. Менеджмент і маркетинг туризму : навч. посіб. / Афонченкова Т. М., Булюк О. В., Масенко Б. П. та ін. ; за заг. ред. О. Є. Лугініна. Київ : Ліра-К, 2012. 364 с.

27. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу : монографія / Мазаракі А. А., Ткаченко Т. І., Мельниченко С. В. та ін. ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ : КНТЕУ, 2010. 596 с.

30. Туроперейтинг : підручник / за заг. ред. В. Я. Брича ; Брич В. Я., Гарбера О. Є., Гугул О. Я. та ін. Тернопіль : Економічна думка ТНЕУ, 2017. 440 с.

Дисертації

14. Давиденко І. В. Процеси кластеризації в гастрономічному туризмі України : дис. ... URL: http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/12774 (дата звернення: 19.04.2026).

Частина періодичного видання (журналу)

2. Бойко М. Економічні інтереси туристичних підприємств: методичні основи оцінювання та реалізації. Вісник КНТЕУ. 2011. № 1. С. 31–40.

3. Бойко М. Методичні основи розрахунку показників ефективності брендингу в туризмі. Вісник КНТЕУ. 2010. № 2. С. 55–65.

4. Бойко М. Г., Михайліченко Г. І. Економіко-предметне обґрунтування розвитку термінологічного апарату туризму. Економіка & держава. 2010. № 3. С. 47–49.

7. Босовська М. В. Концепція інтеграційного розвитку туристичних підприємств. Економіка & держава. 2015. № 3. С. 43–47.

10. Герасименко В., Галасюк С. Ліцензування туристичної діяльності в Україні в контексті міжнародного досвіду. Журнал європейської економіки. 2011. № 4. С. 405–417.

15. Єсіпова К. Автоматизація бізнес-процесів туристичних підприємств. Вісник КНТЕУ. 2011. № 6. С. 24–35.

16. Іванова В. В. Концептуальні підходи до управління ціноутворенням на туристичних підприємствах. Актуальні проблеми економіки. 2016. № 3. С. 151–156.

18. Коросташивець Ю. Спільні та відмінні риси понять «туристична послуга» та «туристичний продукт» за законодавством України та інших держав. Підприємництво, господарство і право. 2010. № 7. С. 105–108.

21. Мельниченко С., Авдан О. Формування бренда туристичних підприємств. Вісник КНТЕУ. 2012. № 6. С. 35–43.

24. Михайліченко Г. І. Інноваційні підходи до формування мультиплікаторів туризму. Економіка і прогнозування. 2012. № 4. С. 134–146.

26. Рєзнікова В. Туристичний продукт: товар чи послуга. Підприємництво, господарство і право. 2010. № 10. С. 64–69.

28. Суслова Т., Співаковський С. Дослідження впливу маркетингової цінової політики на поведінку споживачів туристичних послуг. Маркетинг в Україні. 2011. № 1. С. 42–45.

29. Ткаченко Т. І., Козловський Є. В. Особливості встановлення договірних відносин туристичного оператора з постачальниками послуг, агентами та партнерами. Економіка & держава. 2018. № 5. С. 85–88.

Електронні ресурси (статті з DOI та електронні видання)

8. Бучко Ж. І. Органічна продукція як чинник підвищення привабливості туристичної дестинації: тенденції та інновації гастрономічного туризму в Карпатському регіоні. Acta Academiae Beregsasiensis: Geographica et Recreatio. 2025. № 3. С. 114–124. URL: https://doi.org/10.32782/2786-5843/2025-3-10 (дата звернення: 19.04.2026).

12. Графська О. І., Коркуна І. І., Мацюк С. П. Сертифікація і управління якістю в гастрономічному туризмі: проблеми і особливості впровадження. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2024. № 11. URL: https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-11-12-01 (дата звернення: 19.04.2026).

31. Якименко-Терещенко Н. В., Чайка Т. Ю., Маслюк Ю. В. Віртуальні гіди в гастрономічному туризмі: перспективи розробки та впровадження. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2024. № 11. URL: https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-11-03-05 (дата звернення: 19.04.2026).