

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту
Завідувач кафедри к.е.н., доцент
Давиденко І. В. ()
« _____ » _____ 2024р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
за освітньою програмою «Економіка та організація готельно-ресторанної
справи»

**на тему: «Гастрономічний досвід у кондитерській справі: дослідження
сучасних тенденцій та споживчих переваг»**

Виконавець:

Студент Центру заочної та вечірньої форми
навчання

Цушко Георгій Олегович _____

(підпис)

Науковий керівник:

канд. техн. наук, доцент кафедри
туристичного та готельно-ресторанного
бізнесу

Захарчук Валентина Григорівна _____

(підпис)

Одеса 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ	6
1.1 Сутність та поняття гастрономічного туризму	6
1.2 Аналіз сучасних тенденцій в кондитерській справі	12
1.3 Особливості споживчих переваг у кондитерській галузі.....	23
Висновки до розділу 1	30
РОЗДІЛ 2. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ГАСТРОНОМІЧНОГО ДОСВІДУ У КОНДИТЕРСЬКІЙ СПРАВІ РЕСТОРАНУ «MOZART».....	32
2.1 Загальна характеристика ресторану «Моцарт».....	32
2.2 Особливості гастрономічного досвіду у кондитерській справі ресторану «Моцарт».....	41
Висновки до розділу 2	46
РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ДОСВІДУ РЕСТОРАНУ «МОЦАРТ».....	48
3.1 Розробка пропозицій вдосконалення гастрономічного досвіду.....	48
3.2 Оцінка ефективності пропозицій.....	52
3.3. Розробка десертів для десертного меню ресторану «Моцарт»	56
Висновки до розділу 3	66
ВИСНОВКИ.....	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	71
ДОДАТКИ.....	77

ВСТУП

Актуальність теми кваліфікаційної роботи полягає безпосередньо в постійному попиті у споживачів на кондитерські вироби, оскільки смаки та уподобання споживачів постійно змінюються, а кондитерська галузь постійно еволюціонує дослідження сучасних тенденцій та споживчих переваг у кондитерській справі також є вельми актуальним завданням, бо дозволяє розуміти, які напрямки розвитку є наразі найбільш перспективними та як залучити увагу сучасних споживачів.

Сьогодні успіх готельного та ресторанного господарства в основному залежить від повного задоволення матеріальних і духовних потреб клієнтів. Стрімкий розвиток індустрії гостинності висуває нові інноваційні вимоги до взаємодії з клієнтами, співробітниками, партнерами та конкурентами. Результати діяльності компанії залежать від місії та стратегії розвитку організації та сформованої системи особистих цінностей. Тому для досягнення місії та цілей установи необхідно створити особливі цінності, норми, правила та переконання та створити всі умови, рекомендовані кожному туристу. «Гастрономічний туризм» можна назвати перспективним і одним з найбільш активно розвиваються секторів туризму і ресторанного господарства в сучасних умовах.

Дослідженням розвитку гастрономічного туризму в Україні займаються та аналізують чимало вітчизняних науковців, зокрема: Д.І.Басюк [1], В. В. Корнілова [9], Т. С. Кукліна [10], О. О. Любіцева [46], С. Є. Саламатіна [12], Ф. Ф. Шандор [7] та інші. Вказані автори фокусуються на вивченні форм і проявів гастрономічного туризму як засобу підвищення привабливості дестинації, а також на вивченні способів формування і просування гастрономічних брендів дестинації.

Мета роботи полягає у вивченні гастрономічного досвіду у кондитерській справі на прикладі ТОВ «Моцарт».

Досягнення поставленої мети забезпечується виконанням наступних завдань:

- Розглянути сутність та поняття гастрономічного туризму;
- Проаналізувати сучасні тенденції в кондитерській справі;
- Вивчити особливості споживчих переваг у кондитерській галузі;
- Навести загальну характеристику ресторану «Моцарт»;
- Обґрунтувати особливості гастрономічного досвіду у кондитерській справі ресторану «Моцарт»;
- Розробити пропозиції вдосконалення гастрономічного досвіду;
- Оцінити ефективність пропозицій.

Об'єктом дослідження є організаційно-економічні процеси розвитку гастрономічного досвіду у кондитерській справі на ТОВ «Моцарт».

Предметом дослідження є теоретичні, методологічні та практичні аспекти дослідження розвитку гастрономічного досвіду у кондитерській справі.

Для розв'язання визначених завдань роботи, досягнення мети використовувався наступний комплекс взаємодоповнюючих методів дослідження: загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, зокрема, картографічний, методи системного аналізу, методи причинно-наслідкового аналізу, методи порівняльного аналізу, методи структурного аналізу, узагальнення. Через аналітичний метод здійснено підбір інформації.

Інформаційною базою слугували: законодавчі та нормативно-правові акти України, що регламентують діяльність у галузі туризму, матеріали Державної служби статистики України, праці вітчизняних та зарубіжних вчених з проблем дослідження організації гастрономічного туризму на регіональному рівні, публікації в наукових періодичних виданнях, матеріали науково-практичних конференцій, дані мережі Інтернет.

Структурно робота складається з трьох розділів, вступу, висновків, списку використаних джерел, додатків. У роботі налічується 10 рисунків, 10 таблиць, та 1 додатку, перелік використаних джерел налічує 47 найменувань.

Публікації: За матеріалами кваліфікаційної роботи опублікована стаття у збірнику ОНЕУ : Цушко Г. О. АЛЬТЕРНАТИВНІ ЦУКРИ: СПОСОБИ ЗНИЖЕННЯ ЦУКРОВМІСТУ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ, ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти (м. Одеса, 10 квітня 2024 р.) / Одеський національний економічний університет. Одеса: ОНЕУ, 2024. 309 с. С. 256-260.

ВИСНОВКИ

Отже, в кваліфікаційній роботі було проаналізовано тему «Гастрономічний досвід у кондитерській справі: дослідження сучасних тенденцій та споживчих переваг» та зроблено наступні висновки:

1. Було проаналізовано сутність та поняття гастрономічного туризму. Гастрономічний туризм – це як подорож з метою отримання автентичного досвіду через культурне споживання їжі чи напоїв і відкриття унікальних місць та їхньої культури.

2. Проаналізовано сучасні тенденції в кондитерській справі. Сучасні тренди в кондитерстві пропонують нові та захоплюючі смаки кондитерських виробів. Кондитери активно експериментують та створюють унікальні комбінації ароматів та смаків, щоб задовольнити потреби та бажання своїх клієнтів. Використання інноваційних інгредієнтів та технологій дозволяє кондитерам втілити свої творчі ідеї в життя та створювати унікальні десерти, які вражають своєю красою та смаком.

3. Визначено особливості споживчих переваг у кондитерській галузі. Зараз 42% споживачів у всьому світі вважають за краще робити покупки в Інтернеті порівняно з 35% у 2018 році, що спонукає кондитерські компанії та пекарні розширювати асортимент продукції та покращувати зовнішній вигляд готових солодоців. Результати досліджень в рамках «Taste Tomorrow» показують, що близько 73% сучасних споживачів віддають перевагу класичним десертам, які їм знайомі та яким довіряють.

4. Ресторан у центрі Одеси «Моцарт» та його літній майданчик із фонтаном – ідеальне місце для гастрономічної подорожі до автентичної Одеси. Вишукані страви та вина в обрамленні елегантного інтер'єру подарують незабутні кулінарні враження.

Чистий прибуток у 2022 р. порівняно із 2021 р. зменшився на 67,75%, у 2023 р. порівняно із 2022 р. зріс на 59,65% та становить 2906,80 тис. грн.

Загалом проведений аналіз фінансово-господарської діяльності ресторану «Моцарт» показав, що підприємство є прибутковим. Рентабельним, платоспроможним та ліквідним і вдало здійснює свою діяльність на ринку.

5. У ресторані «Моцарт» здійснюється організація харчування і обслуговування учасників різних заходів.

До послуг гостей даного ресторанного закладу пропонується: «Основне меню», «Винна карта», «Додаток-Новинка». Глибина асортименту ресторану «Моцарт»: основне меню (100 позицій), барне меню (90), десерти (6), пісні страви (10). Насиченість – загальна кількість товарів складає 206 товарів, а гармонійність – ступінь однорідності між солодкими стравами та напоями. Також кожні 2 місяці з'являються сезонні новинки.

Меню страв у ресторані «Моцарт» має універсальний характер і включає страви європейської, одеської та української кухні.

Середній чек в ресторані «Моцарт» складає 350-450 грн. Загалом ресторан «Моцарт» у місті Одеса орієнтується на відвідувачів з трохи вищим середнього рівнем доходу. Цінова політика достатньо гнучка і поєднує в собі можливості для задоволення вимогливого смаку будь-якої категорії відвідувачів.

6. Аналіз ринку туристичних та громадських послуг дозволяє відзначити: на сьогоднішній день в Україні є три центри гастрономічної культури, в яких велика кількість ресторанів орієнтована на національну кухню ніші «місцевої кухні» і є важливою тематикою українська гастрономічна культура. Просування туристичних напрямків – Львів, Одеса та Київ.

Також запропоновано, щоб «Моцарт» почав реалізовувати більш оригінальні десерти. Наприклад, у вигляді моря, архітектури Одеси та інші атрибути, які асоціюються з містом. Було запропоновано три нових десерти для урізноманітнення десертної карти. Урізноманітнення десертного меню в ресторані "Моцарт" - це стратегічний крок, що має безліч переваг. Введення нових, концептуально різних та цікавих десертів дозволяє привернути більше

клієнтів, задовольнити різноманітні смаки та дієтичні потреби відвідувачів, підвищити середній чек та загальну суму витрат на одного клієнта, покращити репутацію закладу та створити позитивне враження про нього у гостей. Такий креативний підхід до десертного меню додає ресторану відмінності та привабливості, роблячи його конкурентоспроможним у сучасній гастрономічній сцені.

7. Керівництво ресторану проводить системну роботу та контролює якість процесів управління та ефективність інструментів просування ресторану. Тому в січні 2023 року керівництво «Моцарт» оцінило використання антикризових інструментів для просування ресторанного бізнесу за параметрами, описаними в аналітичному огляді «49 антикризових стратегій для просування ресторанного бізнесу». За результатами дослідження було виявлено, що лише 11 інструментів підходять для концепції ресторану, ще 4 визначені як прийнятні для власників, менеджерів і бренд-шефів.

Російсько-українська війна стала каталізатором усвідомленого розуміння їжі як національного ідентифікатора, зробивши дослідження культурних і дипломатичних наративів українських гастрономічних брендів і фірмових страв пріоритетним напрямком.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму. *Наукові праці НУХТ*. 2012. №45. С.128-132.
2. Бусігін А.П. Як організувати кулінарний туризм? *Готельний та ресторанний бізнес*. 2008. №2. С.74-76.
3. Вишневська Г.Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму. *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури*. 2013. Вип.31. С.112-118.
4. Всесвітня продовольча туристична асоціація. Дослідження. [URL:https://worldfoodtravel.org/food-tourism-research/](https://worldfoodtravel.org/food-tourism-research/) (дата звернення: 01.04.2024)
5. Вульф Е. Що таке гастрономічний туризм. [URL:https://worldfoodtravel.org/ru/what-is-food-tourism-definition-food-tourism/](https://worldfoodtravel.org/ru/what-is-food-tourism-definition-food-tourism/) (дата звернення: 01.04.2024).
6. Довідник ЮНВТО з розвитку гастрономічного туризму URL: <https://www.eunwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420957> (дата звернення: 01.04.2024)
7. Кляп М.П. Сучасні різновиди туризму / М.П. Кляп, Ф.Ф. Шандор. К.: Вища освіта XXI століття, 2011. 334 с.
8. Ковешніков В.С. Винний та гастрономічний туризм: важливий потенціал розвитку економіки. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. №4. С.32-37.
9. Корнілова В.В., Корнілова Н.В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. *Ефективна економіка*. 2018, № 2.
10. Кукліна Т.С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kuklina.htm (дата звернення: 01.04.2024)

11. Омельницька В.О. Сутність та класифікація видів гастрономічного туризму Офіційний сайт Міжнародної асоціації гастрономічного туризму. URL: <https://worldfoodtravel.org/> (дата звернення: 01.04.2024)
12. Саламатіна С.Є. Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму на півдні Одещини. *Наукові праці ОНАХТ*. 2014. №46. С.325-329.
13. Стешенко Д.О. Гастрономічний туризм як чинник розвитку туристичної сфери України / Д.О. Стешенко, А.Ю. Парфіненко // Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети: Матеріали VI Міжнар. наук.- практ. конф. (9 листопада 2012 р.). Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна. С.239-241.
14. Трададенко Т. Гастрономічний туризм: перспективні напрями / Т. Трададенко, К. Верес // Наукові здобутки молоді - вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті: програма і матеріали 80 Міжнар. наук. конф. молодих учених, аспірантів і студентів (10-11 квітня 2014 р.). К.: НУХТ, 2014. Ч.3. С.563-564.
15. Федорченко В. Цікаве харчування. *Готельний та ресторанный бізнес*. 2005. №2. С.86-89.
16. Brokaj M. The Impact of the Gastronomic Offer in Choosing Tourism Destination: The Case of Albania. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies MCSEER Publishing*. 2014. Vol.3. No.2. P.249-258.
17. Dasilva D. Assessing The Economic Potential For Culinary Tourism In Suriname: A Value Chain Approach. D. Dasilva. 2015. URL: <http://www.surinamecompete.org/wp-content/uploads/2016/01/AssessingThe-Economic-Potential-Of-Culinary-Tourism-Revised.pdf> (дата звернення: 01.04.2024)
18. World Tourism Organization (UNWTO). Global Report on Food Tourism. URL: <https://www.unwto.org/europe/event/5th-unwto-world-forumgastronomytourism-0> (дата звернення: 01.04.2024)

19. Кукліна Т.С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kuklina.htm. (дата звернення: 01.04.2024)
20. Офіційний сайт Міжнародної асоціації гастрономічного туризму. URL: <https://worldfoodtravel.org/>. (дата звернення: 01.04.2024)
21. Ринок кондитерських виробів: світові тренди 2024 року. <https://harch.tech/2024/02/28/rynok-kondyterskyh-verobiv-svitovi-trendy-2024/> (дата звернення: 01.04.2024)
22. Елементи солодкого життя: особливості українського ринку кондитерських виробів. <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/elementy-sladkoj-zhizni-osobennosti-ukrainskogo-rynka-konditerskih-izdelij> (дата звернення: 01.04.2024)
23. Тренди світового ринку кондитерських виробів з цукру. <https://export.gov.ua/industry/review/25> (дата звернення: 01.04.2024)
24. МОЦАРТ-ГОТЕЛЬ. URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details
25. Фінансова звітність ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "МОЦАРТ-ГОТЕЛЬ". URL: https://clarity-project.info/edr/31772392/finances?current_year=2023
26. Меню «Моцарт». URL: <https://mozartrest.choiceqr.com/online-menu/section:menu/deserti>
27. Офіційний сайт «MOZART». URL: <https://mozart-hotel.com/ru/restoran>
28. Матвєєв В.В. Винний туризм як рекламний фактор й інструмент для стимулювання розвитку конкурентного потенціалу виноробних підприємств України. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Х., 2015. № 10. С. 29–31.

29. Расулова А.М. Потенціал ресторанного бізнесу у розвитку гастрономічного туризму України. *Економіка та держава*, 2015. № 5. С. 78–83.

30. Андрушків Б.М., Мельник Л.М. Прикладні аспекти ринку інновацій: навч.посібник. Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2015. 108 с.

31. Андрушків Б.М., Кирич Н.Б., Погайдак О.Б., Мельник Л.М., Шерстюк Р.П., Співак С.М. Стратегія розвитку консалтингу в системі управління інноваційним розвитком підприємства. *Вісник Приазовського державного технічного університету*. Серія: Економічні науки: 36. наук, праць. Маріуполь: ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», Вип. 32. Т.1, 2016. С. 141-149.

32. Бойко О.Б. Комбіновано-інноваційні підходи до формування організаційного механізму управління чинниками ефективної діяльності підприємства в умовах економічних ризиків: колективна монографія / О.Б. Бойко, Л.М. Мельник, В.А. Паляниця, О.Б. Погайдак, Р.П. Шерстюк; за заг. ред. Б.М. Андрушківа. Тернопіль: ТзОВ «Терно-граф», 2015. 408 с.

33. Бойко О.В. та Іваницька М.Я. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства як ключовий фактор його успішного функціонування. *Економічні науки*. Серія «Економіка та менеджмент»: Збірник наукових праць Луцький національний технічний університет. 2011. Випуск 8(30), С. 25-31.

34. Гевко О.Б., Шведа Н.М. Стратегічне управління: навч. посіб. Тернопіль, ФОП Паляниця В. А., 2016. 152 с.

35. Гринько Т., Вишневецька М. Обґрунтування стратегії підвищення прибутковості діяльності підприємства у VUCA-світі. *Бізнес-навігатор*. 2021. Вип. 3 (64). С. 21–28.

36. Гринько Т., Каціна К. Формування та впровадження системи стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства в сучасних

умовах господарювання. *Економіка та підприємництво*. 2019. № 43. С. 104–114.

37. Ілляшенко Н.С., Шипуліна Ю.С., Мельник Ю.М. Формування «системної карти» стратегічного управління розвитком підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2017. № 1. С. 119–128.

38. Церклевич В.С., Оніщук М.І., Шпаковський С.М. Культурні детермінанти еволюції гастрономічних спеціалітетів: до питання формування гастрономічного бренду Поділля. *Трансформаційна економіка*. 2023. № 1. С. 67–75.

39. «The World's 50 Best Restaurants». Ресторатор. 2021. URL: <https://www.theworlds50best.com/list/1-50>

40. Горова Д. Гастрономічний туризм в Україні та світі: чим цікавий та як все влаштовано. 2020. URL: <https://lowcost.ua/what-is-food-tourism/>

41. Ковешніков В.С., Гармаш В.В. Винний та гастрономічний туризм: важливий потенціал розвитку економіки. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 4. С. 32–37.

42. Дишкантюк О., Харенко Д., Івичук Л. Потенціал ресторанного господарства Одещини в розвитку гастрономічного туризму. *Економіка харчової промисловості*. 2018. Том 10. Випуск 2. С. 31–38.

43. Дишкантюк О., Харенко Д., Саламатіна С., Івичук Л., Бородіна В., Власюк К. Гастрономія як важливий елемент розвитку індустрії гостинності. *Економічна та продовольча безпека України*. 2017. С. 3–4.

44. Паска М.З. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму Львівщини в контексті формування ресторанних брендів. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2022. № 5. С. 98–103.

45. Матвійчук Л., Лепкий М. & Подоляк В. Аналіз формування гастрономічного бренду міста Луцька. *Товарознавчий вісник*. 2022. № 2 (15). С. 104–113.

46. Мальська М.П., Філь М.І., Зінько Ю.В. Потенціал ресторанного гастротуру у розвитку гастрономічного туризму Львова. Географія та туризм: наук. зб. / Ред. кол.: Любіцева О. О. (гол. ред.) та ін. Київ : Альфа-ПК, 2019. Вип. 49. С. 73–83.
47. Філь М. Кулінарні маршрути ресторанного бізнесу м. Львова. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38.
48. Мельник В. Чизкейк всередині. Складні і незвичайні десерти – легко! / Вікторія Мельник – Київ : BookChef, 2017 – 112 с.
49. Шарма Н. Формула смаку: Виклад науки високого куховарства + понад 100 вибраних рецептів / Нік Шарма, пер. із англ. О. Кушнеренко, Л. Коцюк, О. Пелипенко, М. Тимченко, Н. Трач. Київ : ArtHuss, 2022. 352 с.
50. Цушко Г. О. АЛЬТЕРНАТИВНІ ЦУКРИ: СПОСОБИ ЗНИЖЕННЯ ЦУКРОВМІСТУ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ, ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти (м. Одеса, 10 квітня 2024 р.) / Одеський національний економічний університет. Одеса: ОНЕУ, 2024. 309 с. С. 256-260.