

ВСТУП

Актуальність теми кваліфікаційної роботи. У XXI столітті гастрономічний туризм демонструє надзвичайно високі темпи зростання: у 2024 році глобальний обсяг ринку кулінарного туризму становив близько 13,83 млрд USD із прогнозованим середньорічним темпом зростання 19,92 % до 2034 року. . Європейський сегмент цього ринку, що у 2025 році оцінюється в 5,80 млрд USD, зростає на 20,09 % щорічно, що свідчить про значну роль регіону в глобальному гастротуризмі. Зростання попиту на автентичні кулінарні практики пояснюється зростанням купівельної спроможності туристів та їхньою орієнтацією на унікальні, локально зумовлені враження.

Україна, маючи багату етнокультурну спадщину та аграрний потенціал, володіє невикористаними ресурсами для створення конкурентоспроможних гастромаршрутів, але наразі пропозиція носить фрагментарний характер. Роль гастрономічного туризму як інструменту регіонального брендингу полягає в здатності формувати стабільний туристичний потік поза межами класичного сезону, сприяючи вирівнюванню коливань завантаженості інфраструктури. Актуальність теми обумовлена потребою зміцнення іміджу регіонів через культурно-гастрономічні кластери, що здатні підвищити середній час перебування гостя на 15–20 % порівняно з традиційними формами туризму.

З огляду на зростання конкуренції між дестинаціями, унікальна гастрономічна спадщина може стати ключовим чинником диференціації пропозицій. Наукові дослідження підтверджують, що спільне брендування продуктів харчування й культурних атракцій підвищує впізнаваність регіону на 25-30 % у цільових групах туристів. Для України, що прагне диверсифікувати економіку локальних громад, розвиток гастротуризму сприятиме залученню інвестицій та створенню додаткових робочих місць, що є стратегічно важливим у контексті регіонального розвитку. Інтеграція гастрономічних подій у туристичну стратегію дозволить сформувати стійкі кластери, здатні забезпечити до 10 % зростання валового регіонального продукту. Вирішення цих завдань вимагає

комплексного підходу до формування гастрономічного бренду, що передбачає співпрацю органів влади, приватного сектору та наукових установ.

За думкою Л. Чепурди, гастрономічний туризм формує нові режими споживання, поєднуючи культуру харчування та подорожей. Нікітчина Т. та Белобородова М. підкреслюють роль локальних смаків у створенні автентичного досвіду, що сприяє підвищенню привабливості регіону. Г. Гапоненко та ін. акцентують увагу на тому, що інтеграція гастрокультури в туристичні продукти забезпечує збільшення середньої тривалості перебування гостей. Яхно Т. та Мартинюк У. аналізують механізми формування гастрономічних кластерів, які виступають драйверами економічного розвитку територій. Бондаренко Л. вказує на необхідність інновацій у просуванні гастрономічного контенту з метою диференціації дестинацій.

Мета і завдання дослідження. Мета дослідження полягає у розробці практично обґрунтованих пропозицій до розвитку гастрономічного туризму як інструменту регіонального брендингу на прикладі гастрономічного ярмарку. Для досягнення мети були поставлені такі завдання:

- надати загальну організаційно-економічну характеристику ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ»;
- обґрунтувати напрями розвитку ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ» на ринку туристичних послуг Дніпропетровської області;
- оцінити потенціал гастрономічного туризму в Дніпропетровській області;
- розробити програму та маркетингове забезпечення гастрономічного ярмарку на базі ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ»;
- провести економічне обґрунтування гастрономічного ярмарку на базі ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ».

Об'єкт дослідження – процес організації та проведення гастрономічного івенту в контексті регіонального брендингу.

Предмет дослідження – інструменти та механізми формування гастрономічних івентів і туристичних продуктів із залученням локальних кулінарних традицій Дніпропетровщини.

Методи дослідження. У роботі використано комплекс загальнонаукових та спеціальних методів: методи моніторингу та збору емпіричних даних, аналізу фінансової звітності та маркетингових досліджень, метод експертних оцінок, а також порівняльно-історичний метод для вивчення розвитку гастрономічного туризму в регіоні.

Інформаційна база дослідження складається із статистичних даних Держстату України, внутрішніх та відкритих фінансово-економічних звітів ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ», результатів опитувань та інтерв'ю з представниками локальних виробників, а також наукових публікацій та галузевих аналітичних оглядів з питань гастротуризму та регіонального брендингу.

Практична цінність результатів кваліфікаційної роботи полягає в розробці та економічному обґрунтуванні гастрономічного ярмарку «Смаки Дніпропетровщини: подорож через традиції».

Апробація результатів дослідження. Основні результати дослідження апробовані на Міжнародній науково-технічній конференції «Університетська наука-2025» (ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет») із доповіддю на тему: «Гастрономічний туризм як інструмент регіонального брендингу».

Структура та обсяг роботи. Основний зміст кваліфікаційної роботи викладено на 42 сторінках. Загальний обсяг роботи складає 52 сторінки. Робота містить 11 таблиць та 8 рисунків, 2 додатки. Список використаних джерел складає 26 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ» (БАЗА ВІДПОЧИНКУ «ДУБОВИЙ ГАЙ») У РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Загальна організаційно-економічна характеристика ТОВ «Арткомплект»

Товариство з обмеженою відповідальністю «АРТКОМПЛЕКТ» (код ЄДРПОУ: 34827344) є суб'єктом господарювання, зареєстрованим в Україні. Підприємство функціонує у сфері послуг розміщення та інвестиційної діяльності. За останні роки компанія демонструє стабільні фінансові результати, що свідчить про ефективне управління ресурсами та адаптацію до ринкових умов. Дата реєстрації: 22.01.2007 р. Адреса юридичної особи: Україна, Дніпропетровська обл., місто Кам'янське, Прохідний тупик, будинок 2.

Види діяльності (КВЕД):

Основний: 055.10 Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщування.

Інші: 56.10. Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування;

46.90 Неспеціалізована оптова торгівля;

49.41 Вантажний автомобільний транспорт;

33.12 Ремонт і технічне обслуговування машин і устаткування промислового призначення;00

41.20 Будівництво житлових і нежитлових будівель;

68.20 Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна.

Компанія працює із невеликим штатом (14–55 осіб у 2023–2024 роках), віддавши частину операційних функцій на аутсорсинг. Організаційна структура раціональна, компактна і забезпечує ефективне управління, мінімізує дублювання функцій, зберігає гнучкість у прийнятті рішень. Формат – лінійно-функціональна

структура із елементами централізації. Проаналізуємо основні фінансові показники ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ» за період 2021-2024 рр. (табл. 1.1.).

Таблиця 1.1 – Фінансові показники ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ» за період 2021-2024 рр.

Показник	2021 р.	2022 р.	2023 р.	2024 р.
Дохід, тис. грн	726	803	1 116	1 134
Чистий прибуток, тис. грн	-43	-330	163	90
Активи, тис. грн	687	652	656	625
Власний капітал, тис. грн	632	293	457	547
Поточні зобов'язання, тис. грн	55	359	199	78
Кількість працівників, осіб	17	14	15	14

Джерело: узагальнено автором на основі [1]

Протягом 2021–2024 років спостерігається поступове зростання доходів підприємства, що свідчить про ефективну комерційну діяльність. Незважаючи на збитки у 2021 та 2022 роках, у 2023 році компанія досягла чистого прибутку в розмірі 163 тис. грн, який у 2024 році склав 90 тис. грн.

Активи підприємства залишаються відносно стабільними, з незначним зменшенням у 2024 році. Власний капітал демонструє позитивну динаміку, особливо після зменшення в 2022 році. Поточні зобов'язання зменшилися з 359 тис. грн у 2022 році до 78 тис. грн у 2024 році, що свідчить про покращення фінансової стабільності. Підприємство демонструє позитивні тенденції у фінансовій діяльності, зокрема зростання доходів та покращення прибутковості. Зменшення зобов'язань та стабільний рівень активів свідчать про ефективне управління ресурсами.

Коефіцієнти ліквідності та рентабельності підприємства вказують на здатність компанії своєчасно виконувати свої зобов'язання та ефективно використовувати ресурси для отримання прибутку. Оцінка фінансового стану підприємства базується на аналізі ключових фінансових коефіцієнтів, які відображають рівень платоспроможності, фінансової стійкості, рентабельності та ділової активності. Проаналізуємо динаміку основних коефіцієнтів

ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ» за період 2021–2024 років (табл. 1.2).

Таблиця 1.2 – Ключові фінансові коефіцієнти ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ» за період 2021-2024 рр.

Показник	2021 р.	2022 р.	2023 р.	2024 р.
Коефіцієнти ліквідності				
Коефіцієнт поточної ліквідності	12,5	1,8	3,3	8,0
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,24	0,01	0,08	0,07
Коефіцієнт швидкої ліквідності	12,5	1,8	3,3	8,0
Коефіцієнти фінансової стійкості				
Коефіцієнт автономії (капітал/активи)	0,92	0,45	0,70	0,88
Коефіцієнт фінансової залежності	1,08	2,23	1,43	1,14
Коефіцієнт оборотності активів	1,06	1,23	1,70	1,81
Коефіцієнти рентабельності				
Рентабельність активів (ROA), %	-6,3	-50,6	24,8	14,4
Рентабельність власного капіталу (ROE), %	-6,8	-112,6	35,7	16,4
Коефіцієнти прибутковості				
Чистий маржинальний прибуток	-0,06	-0,41	0,15	0,08
Коефіцієнт покриття необоротних активів власним капіталом	1,94	0,99	1,55	2,25
Коефіцієнт заборгованості	0,08	0,55	0,30	0,12

Джерело: розраховано автором на основі [2]

Упродовж 2021–2024 років динаміка ключових фінансових коефіцієнтів досліджуваного підприємства свідчить про значні коливання фінансової стабільності, платоспроможності та ефективності його діяльності. У 2021 році коефіцієнт поточної ліквідності сягав надзвичайно високого рівня — 12,5, що вказує на суттєвий надлишок обігових активів щодо короткострокових зобов'язань, однак це могло також свідчити про неефективне використання оборотного капіталу. У 2022 році цей показник різко знизився до 1,8, що означає критичне наближення до мінімально прийнятного рівня ліквідності, з подальшим поступовим відновленням у 2023 (3,3) і суттєвим зростанням у 2024 році (8,0). Схожа тенденція простежується й у коефіцієнті швидкої ліквідності, що залишався ідентичним до поточної ліквідності протягом усіх років, вказуючи на відсутність матеріальних запасів або їх незначну частку в структурі активів.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності демонструє занижкі значення у 2022–2024 роках (від 0,01 до 0,08), що сигналізує про слабку здатність підприємства погашати зобов'язання виключно за рахунок грошових коштів. Показники фінансової стійкості також зазнали суттєвих змін: коефіцієнт автономії знизився з 0,92 у 2021 році до критичних 0,45 у 2022, що вказує на різке збільшення частки позикового капіталу. Водночас, у 2023–2024 роках він відновився до 0,70 і 0,88 відповідно, демонструючи поступове повернення фінансової незалежності. Відповідно, коефіцієнт фінансової залежності сягнув піку у 2022 році (2,23), що відображає критичну залежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування, після чого його рівень зменшився до більш прийнятних значень (1,43 у 2023 та 1,14 у 2024).

Аналіз рентабельності підприємства вказує на глибоку кризу у 2022 році, коли рентабельність активів знизилась до -50,6%, а рентабельність власного капіталу до -112,6%, що свідчить про серйозні фінансові втрати та зниження ефективності використання ресурсів. Проте вже у 2023 році підприємство продемонструвало суттєве зростання: ROA склала 24,8%, ROE — 35,7%, що вказує на успішну адаптацію до нових умов і зростання прибутковості. У 2024 році ці показники дещо зменшились, проте залишаються на позитивному рівні, зберігаючи динаміку сталого розвитку. Аналогічно, чистий маржинальний прибуток, який був негативним у 2021–2022 роках (від -0,06 до -0,41), набув позитивного значення у 2023 (0,15) і 2024 роках (0,08), що підтверджує поступове відновлення прибуткової діяльності.

Коефіцієнт покриття необоротних активів власним капіталом знизився у 2022 році до 0,99, що свідчило про межовий рівень забезпеченості довгострокових інвестицій власними ресурсами, але вже у 2024 році цей показник досяг рівня 2,25, демонструючи стабільну основу для інвестиційної діяльності. Нарешті, коефіцієнт заборгованості, який у 2022 році різко зріс до 0,55, поступово знижувався у наступні роки (до 0,12 у 2024), що вказує на зменшення боргового навантаження і посилення платоспроможності підприємства. Загалом, аналіз свідчить про кризовий характер фінансової ситуації у 2022 році з подальшим оздоровленням

показників, що дає підстави говорити про ефективність управлінських рішень у період післякризової трансформації.

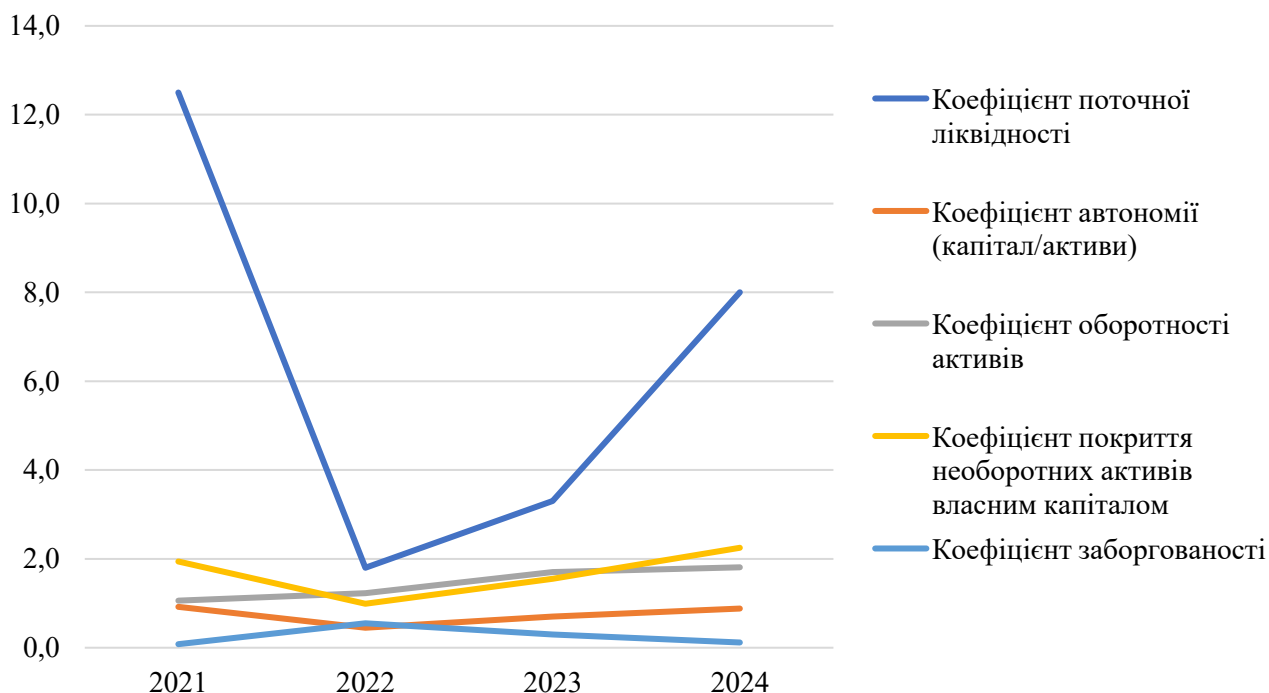


Рисунок 1.1 – Динаміка ключових фінансових коефіцієнтів
ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ» за період 2021-2024 рр.

Джерело: сформовано автором за даними [2]

ТОВ «Арткомплект» має у своєму складі базу відпочинку «Дубовий гай» (тут і далі – БВ «Дубовий Гай») – приватний рекреаційний комплекс, розташований у селі Курилівка на Дніпропетровщині. Даний туристично-рекреаційний комплекс пропонує послуги з оренди котеджів, спортивного спорядження, організації заходів, має ресторан. Структура бази відпочинку є спрощеною, з централізованим управлінням – адміністратор відповідає за оперативну діяльність, бронювання, комунікацію з клієнтами, маркетинг через соцмережі та логістику обслуговування. Додатковий персонал включає обслуговуючий і технічний штат (покоївки, охорона, прибиральники території тощо).

БВ «Дубовий гай» орієнтований на сегмент сімейного та корпоративного відпочинку з середнім рівнем вартості послуг. Економічна модель комплексу базується на:

- 1) доходах від подової оренди будиночків/котеджів;
- 2) наданні додаткових послуг (альтанки, мангали, зони для пікніку, спортивні майданчики);
- 3) організації заходів (дні народження, весілля, корпоративи);
- 4) сезонності попиту, що обумовлює нерівномірність доходів протягом року.

Комплекс формує свою маркетингову стратегію через соцмережі, насамперед Instagram та Facebook, активно використовуючи фото- і відеоконтент, а також взаємодію з клієнтами через відгуки та прямі повідомлення. Основна конкурентна перевага – велика територія, поєднання природи, зручної локації та комфорту. У візуальній комунікації акцент зроблено на сімейності, безпеці та естетичності середовища.

Отже, БВ «Дубовий гай» – це ефективно організований малий туристичний бізнес, зорієнтований на внутрішній ринок. Він поєднує елементи рекреаційної економіки, гостювого сервісу та локального брендингу. Подальший розвиток може включати розширення послуг (наприклад, гастрономічні тури, SPA-зона, крафт-продукція). Комплекс має потенціал для включення у місцеві туристичні кластери й участі в регіональному брендингу Дніпропетровщини як зони активного відпочинку.

1.2. Оцінка напрямів розвитку ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ» на ринку туристичних послуг Дніпропетровської області

Номерний фонд бази відпочинку становить 14 котеджів, які поділяються на три категорії за рівнем комфортності та місткістю: стандартні, сімейні та класу люкс. Така модель забезпечує сегментацію пропозиції відповідно до потреб основних цільових груп (пари, сім'ї, групові заходи), що є важливим чинником конкурентоспроможності на ринку. аналіз номерного фонду та цінової політики бази відпочинку «Дубовий гай» (м. Кам'янське). Інфраструктура бази відпочинку включає бар, ресторан, відкритий басейн, 6 альтанок місткістю 6-20 осіб для денного перебування, критий майданчик для заходів в літній період часу місткістю

до 70 осіб, дитячий, волейбольний та футбольний майданчики (рис. 1.2-1.4).



Рисунок 1.2 – Інфраструктура ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ» (база відпочинку «Дубовий Гай»)

Джерело: [3]

Аналіз номерного фонду та цінової політики БВ «Дубовий гай» наведено в табл. 1.3.

Таблиця 1.3 – Характеристика номерного фонду ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ» (БВ «Дубовий гай»)

Категорія котеджу	Кількість, шт.	Місткість, осіб	Загальна місткість, осіб	Частка в загальному фонді
Стандартний	10	3–4	30–40	71,4%
Сімейний (двокімнатний)	2	до 6	до 12	14,3%
Люкс	2	до 2	до 4	14,3%
Усього	14	—	46–56	100%

Джерело: узагальнено автором на основі [4]

Дані таблиці свідчать, що переважну частку (понад 70%) складають стандартні котеджі, що орієнтовані на малі сім'ї або компанії з 3–4 осіб – це базова категорія, яка забезпечує основну дохідність комплексу. Наявність двох сімейних котеджів дозволяє задовольнити потреби більших родин, а номери класу люкс –

створити продукт для преміального сегмента. Така структура свідчить про раціональну диверсифікацію попиту та дозволяє працювати з кількома ринковими нішами.

Структурний аналіз номерного фонду ТОВ «Арткомплект» є важливим інструментом для оцінки ефективності використання об'єктів розміщення та планування їх подальшої експлуатації (табл. 1.3, Додаток А). Він дозволяє визначити відповідність місткості, типології номерів та сервісного наповнення реальним потребам цільової аудиторії. Завдяки цьому аналізу підприємство може оптимізувати структуру пропозиції відповідно до сезонного або сегментованого попиту. Таким чином, він є ключовим елементом у системі організаційно-економічного забезпечення розвитку туристичного комплексу.

Таблиця 1.4 – Структурний аналіз номерного фонду ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ» (БВ «Дубовий гай») в 2024 році*

Категорія котеджу	Середня добова ціна, грн	Ціна за особу, грн	Потенційний дохід/доба, грн
Стандартний	1800	450–600	18 000
Сімейний (до 6 осіб)	2700	450	5 400
Люкс	2200	1100	4 400
Усього потенційно	—	—	27 800 грн/доба

Джерело: узагальнено автором на основі [4]

**ціни вказані для високого сезону (літо), без урахування акцій, знижок або святкових періодів.*

При максимальному завантаженні впродовж одного місяця (30 діб), граничний дохід комплексу становить:

$$27\,800 \text{ грн/день} \times 30 \text{ днів} = 834\,000 \text{ грн/місяць}$$

З огляду на сезонний характер попиту (травень–вересень), річний дохід формується переважно в ці місяці. Якщо середній коефіцієнт заповнюваності становитиме 60–70% протягом року, то річна виручка може коливатися в межах 2,5–3,5 млн грн, залежно від якості маркетингу, повторних візитів і додаткових сервісів.

Структура номерного фонду дозволяє обслуговувати як середньостатистичних клієнтів (стандартні номери), так і клієнтів з підвищеними вимогами (люкс), що є сильною конкурентною перевагою. Раціональна місткість дозволяє підтримувати контрольований сервіс і якість обслуговування. Цінова політика є середньо-високою для регіону, але відповідає умовам комфортного відпочинку в лісовій зоні з інфраструктурою. Для підвищення рентабельності доцільно розвивати додаткові послуги: оренда альтанок, гастрономічні пропозиції, тематичні події.

Розрахуємо точку безбитковості (break-even point), яка дозволяє визначити, скільки котеджів (чи діб проживання) потрібно реалізувати, щоб покрити всі витрати. Це ключовий показник для планування фінансової стійкості (табл. 1.5).

Таблиця 1.5 – Вихідні дані для розрахунку точки безбитковості ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ» (БВ «Дубовий гай») в 2024 році

Показник	Значення	Коментарі
Кількість котеджів, од.	14	Повний номерний фонд
Середня ціна доби (усереднена для всіх типів), грн	1985	Зважене середнє
Постійні витрати на місяць, грн	320 000	Зарплата персоналу, амортизація, охорона, податки, комунальні послуги
Змінні витрати на один проданий котедж-день, грн	450	Прибирання, прання, електроенергія, побутові витратні матеріали

Джерело: узагальнено автором на основі [4; 5]

Точка безбитковості у натуральному вимірі розраховується за формулою:

$$ТБ = \frac{FC}{P-VC} \quad (1.1) [5],$$

де ТБ – точка безбитковості (кількість проданих котедж-днів);

FC – постійні витрати;

P – ціна за добу оренди одного котеджу;

VC – змінні витрати на одну добу оренди.

Розрахуємо точку безбитковості за формулою 1.1:

$$ТБ=320000/(1985-450)=208,4$$

Отже, щоб досягти безбитковості, ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ» має реалізувати щонайменше 209 котедж-днів на місяць. Якщо кожен котедж здається щоденно, база має заповнити 50% свого номерного фонду щомісяця, адже:

$$209 \text{ котедж-днів} / (14 \text{ котеджів} * 30 \text{ днів}) = 0,50.$$

Коефіцієнт заповнюваності для безбиткової діяльності складає 50%. Це свідчить, що при середньому сезонному завантаженні понад 50% база вже працюватиме з прибутком, а при завантаженні 70–80% – може демонструвати високу рентабельність.

Розрахунок точки безбитковості свідчить, що ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ» (БВ «Дубовий гай») має потенціал до стабільної прибутковості навіть за умов часткового завантаження. Зниження змінних витрат або підвищення середньої вартості проживання (наприклад, через додаткові послуги або преміальні пакети) зменшить точку безбитковості, збільшуючи економічну гнучкість підприємства.

Сценарний аналіз заповнюваності номерного фонду за сезонами є важливим інструментом стратегічного планування діяльності туристичного підприємства. Він дозволяє прогнозувати обсяги попиту в різні періоди року, враховуючи вплив сезонних чинників на поведінку споживачів (табл. 1.6).

Таблиця 1.6 – Сценарний аналіз заповнюваності номерного фонду ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ» (БВ «Дубовий гай») за сезонами

Сезон	Тривалість (міс.)	Середній коеф. заповнюваності, %	Очікуваний дохід/міс, грн	Потенційний дохід за сезон, грн	Коментар
Високий сезон (літо: червень–серпень)	3	85	710 000	2 130 000	Пік попиту. Основний дохідний період
Міжсезоння (весна–осінь: квітень–травень, вересень–жовтень)	4	45	375 000	1 500 000	Потребує підтримки маркетингових заходів

Продовження табл. 1.6

Сезон	Тривалість (міс.)	Середній коеф. заповнюваності, %	Очікуваний дохід/міс, грн	Потенційний дохід за сезон, грн	Коментар
Низький сезон (листопад–березень)	5	20	165 000	825 000	Ризик збитковості. Мінімальне завантаження
+ Івент (ярмарок/фестиваль)	—	+25 (до приросту місяця)	+130 000	+130 000	Залучає нову аудиторію, згладжує сезонність

Джерело: розраховано автором

Високий сезон забезпечує понад 50% річної виручки, завдяки природному попиту на відпочинок на природі. У цей період база працює з високим завантаженням і досягає максимальної маржинальності.

Міжсезоння (весна, осінь) демонструє нерівномірний попит. Залежно від погоди, свят, шкільних канікул – ці місяці можуть бути як прибутковими, так і критичними. У цьому періоді ключовим інструментом активізації попиту є подієвий туризм: проведення гастрономічного ярмарку, тематичних фестивалів (меду, сиру, рибальства), майстер-класів на природі тощо.

Низький сезон вимагає оптимізації витрат (часткове законсервування номерного фонду, акційні ціни) або переорієнтації на інші види активності – корпоративи, фотосесії, зимові івенти. Без додаткових зусиль база ризикує працювати у збиток.

Івент-активності (напр. гастрономічний ярмарок) можуть дати прибавку до 25% заповнюваності протягом одного місяця. При вартості проживання 1985 грн на добу й 14 котеджах навіть дводенний захід (з повним заселенням) може генерувати понад 55–60 тис. грн додаткового доходу – не враховуючи продаж харчів, участь локальних виробників тощо.

Завдяки цьому аналізу керівництво може оптимізувати ціноутворення, розподіл ресурсів, кадрове забезпечення та маркетингову активність. Крім того, сценарний підхід сприяє ідентифікації критичних точок, коли рівень

заповнюваності є недостатнім для досягнення беззбитковості. У результаті підприємство має змогу підвищити адаптивність до змін ринку та забезпечити стабільність фінансових результатів упродовж року [6].

Оцінюючи конкурентне середовище бази відпочинку «Дубовий гай» у Дніпропетровській області, можна виокремити кілька основних гравців, які пропонують схожі послуги та орієнтовані на аналогічну цільову аудиторію. Ці конкуренти відрізняються за рівнем сервісу, ціновою політикою та додатковими зручностями.

1. База відпочинку «Green Park» (с. Єлизаветівка) [7]. Розташування: на березі «Блакитних озер», мальовниче місце з лісовими масивами. Номерний фонд: котеджі на 2, 3 та 6 осіб, з усіма зручностями, включаючи кондиціонери та супутникове ТБ. Ціни: від 1500 грн за 2-місний котедж до 3000 грн за 6-місний у вихідні дні. Додаткові послуги: харчування (сніданок – 80 грн, обід – 250 грн, вечеря – 180 грн), чан для купання, організація заходів.

Позиціонування: орієнтація на сімейний та корпоративний відпочинок з можливістю проведення святкових заходів.

2. Готельно-ресторанний комплекс «Кодацький Кош» (с. Старі Кодаки) [8]. Розташування: в 250 метрах від річки Дніпро, зручно для мешканців Дніпра (19 км від центру). Номерний фонд: котедж площею 160 кв.м. з басейном, розрахований на 9 осіб. Ціни: 12500 грн/доба в будні, 14500 грн/доба у вихідні. Додаткові послуги: ресторан з українською та європейською кухнею, лазня, прокат велосипедів, організація тематичних вечорів.

Позиціонування: преміум-сегмент, орієнтований на великі компанії та корпоративні заходи.

3. База відпочинку «Green Fire» (с. Обухівка) [9]. Розташування: в хвойному лісі, з особистим пляжем та басейном. Номерний фонд: номери стандарт (1800 грн/доба) та лісові котеджі на 6 осіб (4300 грн/доба). Додаткові послуги: спортивні та дитячі майданчики, альтанки, гриль-зони, лазня, чан.

Позиціонування: сімейний відпочинок серед природи з акцентом на комфорт та активності.

4. База відпочинку «Золоті піски» (с. Кулеші, Петриківський район) [10]. Розташування: на березі Дніпра, оточена сосновим лісом. Ціни: від 2000 грн за ніч для 2 дорослих. Додаткові послуги: ресторан, відкритий басейн, альтанки, мангали, риболовля, боулінг.

Позиціонування: комфортний відпочинок для пар та сімей з дітьми, можливість організації заходів.

5. Готельно-ресторанний комплекс «Waterloo Village» (м. Підгороднє) [11]. Розташування: передмістя Дніпра, 18 км від центру міста. Номерний фонд: окремі котеджі та номери різних категорій. Ціни: від 3500 грн за ніч для 2 дорослих. Додаткові послуги: два басейни (відкритий та критий), ресторан, організація заходів.

Позиціонування: високий рівень сервісу, орієнтація на комфортний відпочинок та проведення святкових подій.

Отже, база відпочинку «Дубовий гай» має конкурентні переваги, такі як розташування на березі річки, різноманітний номерний фонд та можливість організації гастрономічних турів. Однак, для збереження та підвищення конкурентоспроможності, варто враховувати досвід та пропозиції інших комплексів, зокрема в аспектах додаткових послуг, рівня сервісу та цінової політики. Розвиток унікальних пропозицій, таких як тематичні заходи або спеціальні пакети для різних категорій відпочивальників, може стати ключовим фактором успіху.

1.3. Гастрономічний потенціал Дніпропетровської області як напрям диверсифікації послуг ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ»

Розвиток гастрономічного туризму у XXI столітті набуває все більшого значення, оскільки відображає зростання зацікавлення туристів до автентичних кулінарних практик, локальних продуктів і традиційних технологій приготування їжі. Гастрономічна складова вже не сприймається як допоміжний елемент подорожі, а виступає самостійною мотивацією до відвідування певного регіону. У

цьому контексті Дніпропетровська область має значний, хоча й частково нереалізований, потенціал як гастрономічна дестинація. Враховуючи географічне положення, аграрний потенціал та етнокультурну мозаїку регіону, можна стверджувати, що його кулінарна спадщина може стати джерелом формування туристичного продукту нового типу – регіонального гастромаршруту.

Історично регіон був перехрестям переселень і впливів – від українських, козацьких, польських, єврейських, до грецьких і вірменських традицій. Це сприяло формуванню надзвичайно багатого кулінарного коду. У прибережних районах, таких як Нікопольський чи Верхньодніпровський, панує рибна кухня: варіації на тему юшки, смажений карась, в'ялений лящ і щука з хроном були базовими стравами місцевих громад ще з XVIII століття. У той час як центральні та північні райони демонструють акцент на зернових, овочевих і бобових стравах – тут традиційно побутували товченики, затірка, галушки, шпундра. Південні й східні райони області, особливо з вираженим степовим і сільськогосподарським характером, зберегли практику сезонного консервування та вживання солодких і квашених страв – пироги з яблуками, вареники з гарбузом, узвар із груш [12].

Аналіз гастрономічної пропозиції області свідчить, що вона залишається фрагментарною, часто неструктурованою та переважно побутовою, не виведеною на туристичний рівень. Більшість страв є частиною щоденної кухні, але не перетворені на привабливий туристичний продукт [13]. Саме тут виникає потреба в організованому гастрономічному івенті – як інструменті популяризації місцевої кулінарної спадщини та елементі туристичної диверсифікації (рис. 1.3).

Дніпровський район вирізняється синкретизмом кулінарних традицій, що сформувався внаслідок тривалого співіснування українського та єврейського населення. Саме ця етнокультурна взаємодія зумовила появу цікавих гастрономічних поєднань: наприклад, борщ із борщівником — дикорослою рослиною, яка надає страві виразної терпкої ноти, — готують не з класичною капустою, а з натяком на зелену кухню. Голубці з картоплею, які тут подають із засмажкою з цибулі та часнику, мають більш пісну, але не менш поживну текстуру, порівняно з м'ясними варіантами. У межах цього району побутує традиція

доповнювати страви хлібом на заквасці та овочевими закрутками, що збереглися ще з середини ХХ століття. Також спостерігається тяжіння до використання локальних бобових культур у супах і рагу.

Рисунок 1.3 – Гастрономічна мапа Дніпропетровщини



Джерело: узагальнено автором на основі [14-16]

Кам'янський район характеризується глибоко вкоріненими селянськими традиціями, що простежуються в типових стравах із локальних інгредієнтів. Затірка – суп із тіста, натертого вручну, – ілюструє мінімалістичний, але поживний характер місцевої кухні. Особливої популярності набули товченики, або «зливана каша», що поєднує картоплю, молоко та крупу у вигляді пастоподібної маси, яку випікали в печі. Ці страви сприймаються не лише як їжа, а як соціокультурний ритуал – їх приготування супроводжується усталеними родинними практиками. Помітним є також вплив козацької кулінарної спадщини у вигляді густих страв з круп.

Криворізький район має відчутний вплив польської та білоруської кухонь, що простежується як в рецептурі, так і в техніці приготування. Тут поширені картопляники, які готуються у формі коржиків, начинених сиром, грибами або м'ясом, а також подаються із сметанним соусом. Млинці з маком – інша ключова страва, яка увійшла до святкового столу як символ достатку і радості. Рецепти з маком, родзинками, медом або варенням свідчать про наявність давніх аграрних циклів і звичаїв. У багатьох селах ще збереглися печі, де випікають млинці на глиняних сковорідках – це додає стравам особливого смаку. Водночас кухні цього району притаманна любов до домашніх заготівель, особливо кисломолочної продукції, що є спадщиною білоруської селянської культури.

Нікопольський район завдяки своєму розташуванню на березі Каховського водосховища сформував багатий пласт рибної кухні. Тут традиційною вважається юшка, яку готують не лише зі щуки чи карася, але й з рідкісних місцевих видів риби. На відміну від стандартних рецептів, місцева юшка подається з пшоном, перцем і рідко – з овочами, зберігаючи автентичну прозорість. Козацький куліш – ще один елемент гастрономічної ідентичності району – символізує спадкоємність історичних традицій. Приготування цієї страви часто стає центром спільнотної активності: куліш готують на відкритому вогні під час громадських свят або фестивалів. Акцент на рибі як головному білковому джерелі зумовлює також розвиток методів копчення та в'ялення [16].

Павлоградський район зберіг класичну українську кухню з акцентом на зернові страви, що пояснюється сільськогосподарською спрямованістю регіону. Найхарактернішою є пшоняна каша – страва, що варіюється залежно від села та традицій конкретної родини: її готують на молоці, з гарбузом або з салом. Вареники з вишнями є ознакою святкового столу, символом родинного затишку та достатку. Особливістю є використання свіжих ягід у сезон з мінімальною термічною обробкою, що зберігає природний аромат [17]. Павлоградська кухня тяжіє до автентичного, сезонного продукту, відображаючи філософію поваги до хліборобської праці. Часто до страв додають конопляну або лляну олію, що є реліктом стародавніх традицій.

Синельниківський район має виражену фруктовую-зернову кулінарну спеціалізацію, сформовану на основі родючих ґрунтів та поширеного садівництва. Печені пироги з яблуками, капустою або сиром є улюбленим сільським частуванням, яке поєднує простоту в інгредієнтах із багатством смаку. Узвар готують як літній, так і зимовий напій, використовуючи сухофрукти з домашніх садів. Споживання сезонних овочів і фруктів, зокрема персиків, слив, груш, є важливим елементом харчування, що формує особливу текстуру страв – легку, але поживну. Район демонструє тенденцію до самозабезпечення продуктами, а тому рецепти тут максимально наближені до натуральності. Консервація є важливим складником кухні, як частина підготовки до зими.

Самарівський район увібрав у себе основи східноукраїнських кулінарних традицій, які поєднують наїдки на основі м'яса, борошна й овочів. Галушки, що подаються з печеними підливами або як складова перших страв, є гастрономічним символом району. Шпундра – менш відома, але дуже характерна страва – являє собою свинину, тушковану з буряком і квасом, і є прикладом кулінарної сміливості та винахідливості. У раціоні мешканців часто трапляються поєднання кислого і солоного, що надає стравам особливого характеру. Використання буряку, квашених овочів, житнього борошна й домашнього м'яса свідчить про сильну традицію автономного господарювання. Тут досі збереглися реліквентні рецепти зі спадкової кулінарії.

Верхньодніпровський район має давню традицію збереження врожаю через консервування, сушіння та квашення. Печені яблука з медом не лише смакова страва, а й прояв традиційної уяви про здорове харчування. Їх готують у духовках або печах із додаванням горіхів, іноді – з сиром чи спеціями. Квашені овочі (огірки, капуста, буряк) є неодмінним доповненням до основних страв, особливо в зимовий період. Така кухня відображає особливу повагу до продукту, який має зберігатися та споживатися впродовж усього року. Гастрономічна культура району втілює ощадливість і водночас смакову багатогранність.

Петриківський район відомий не лише художнім розписом, а й кулінарними традиціями, які тяжіють до використання овочів, гарбуза, фруктів і сухофруктів.

Вареники з гарбузом тут готують у солодкому й солоному варіантах, із додаванням маку, кориці або шкварок. Узвар із сухофруктів, приготований на слабкому вогні, є популярним напоєм під час свят. Місцева кухня є дуже гнучкою та пристосованою до сезонності – більшість інгредієнтів походить з особистих господарств. Важливим чинником є також ритуальний вимір приготування страв – багато з них готуються у зв'язку з календарними обрядами (табл. 1.7).

Таблиця 3 – Гастрономічні особливості культурно-історичних районів Дніпропетровської області

Район*	Традиційні страви та напої	Кулінарні особливості
Дніпровський	Борщ із борщівником, голубці з картоплею	Поєднання українських та єврейських кулінарних традицій
Кам'янський	Затірка, товченики «зливана» каша	Простота приготування, використання місцевих продуктів
Криворізький	Картопляники, млинці з маком	Вплив польської та білоруської кухні
Нікопольський	Рибні страви (юшка, смажена риба), козацький куліш	Розташування біля річки сприяє розвитку рибної кухні
Павлоградський	Каша з пшона, вареники з вишнями	Традиційна українська кухня з акцентом на зернові страви
Синельниківський	Печені пироги з різними начинками, узвар	Використання сезонних фруктів та овочів
Самарівський	Шпундра, галушки	Східноукраїнські кулінарні традиції
Верхньодніпровський	Печені яблука з медом, квашені овочі	Акцент на збереженні продуктів через консервацію та квашення
Петриківський	Вареники з гарбузом, узвар з сухофруктів	Використання овочів та фруктів, характерних для місцевого землеробства

Джерело: сформовано автором на основі [15-17]

* культурно-історичне районування не завжди співпадає із адміністративним устроєм

ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ», що керує базою відпочинку «Дубовий Гай», має всі передумови для формування на своїй території платформи для гастрономічного туризму. Просторі природні локації, близькість до річки, наявність розвинутої інфраструктури, а також готовність до впровадження нових форматів дозволяють реалізувати низку заходів, які інтегрують гастрономічний компонент до загальної

стратегії розвитку підприємства. Йдеться про створення періодичних подій (ярмарків, фестивалів, дегустаційних днів), а також формування постійної гастрозони, де туристи матимуть змогу познайомитися з кухнями різних мікрорегіонів області.

Слід підкреслити, що формування гастрономічної платформи в «Дубовому Гаю» може стати інноваційним прикладом регіонального брендингу. Синтез природного середовища, локальної кулінарії та традиційних знань створює унікальний нематеріальний продукт, який при правильному позиціонуванні здатен забезпечити туристичну впізнаваність не лише конкретного підприємства, а й регіону загалом. Відтак, диверсифікація послуг ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ» через впровадження гастрономічного туризму відповідає сучасним трендам сталого туризму, активізує культурну спадщину та створює підґрунтя для соціально-економічного розвитку території.

Організація гастрономічного фестивалю на базі відпочинку «Дубовий Гай» може бути розглянута як модельна платформа для апробації гастрономічного маршруту «Смаки Дніпрового краю». Такий фестиваль, за концепцією, має на меті не лише представлення локальної їжі, а й демонстрацію автентичних технологій приготування, зокрема за участі носіїв кулінарних традицій – мешканців сільських територіальних громад, кулінарів-ентузіастів, етнографів. Важливо підкреслити, що гастрономічні події мають бути спрямовані не лише на задоволення гастрономічних інтересів туристів, а й на формування міжрегіонального діалогу, розвиток підприємництва на селі та активізацію культурної ідентичності регіону.

Важливим є також економічний вимір такої ініціативи. Проведення гастрономічних заходів здатне зменшити вплив сезонності на діяльність рекреаційного підприємства, збільшити коефіцієнт середньорічної заповнюваності номерного фонду, сприяти появі нових джерел доходу – від оренди торгових точок до організації майстер-класів та продажу супутніх товарів (мед, сири, соуси, кулінарні книги тощо) [18]. У цьому сенсі гастрономічна подія стає не лише маркетинговим, а й економічним інструментом стимулювання активності території.

РОЗДІЛ 2

ВПРОВАДЖЕННЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ЯРМАРКУ ЯК ІНСТРУМЕНТ БРЕНДИНГУ ДНІПРОПЕТРОВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

2.1. Програма та маркетингове забезпечення гастрономічного ярмарку для ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ» (база відпочинку «Дубовий Гай»)

Матеріально-технічна база ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ», що обслуговує базу відпочинку «Дубовий Гай», створює сприятливі передумови для організації повноцінного гастрономічного ярмарку регіонального рівня. Просторі зелені зони, відкриті галявини та тіньові ділянки можуть бути переобладнані під ярмаркові павільйони та демонстраційні зони без необхідності капітального будівництва. Наприклад, на центральній галявині можливо розмістити наметове містечко з інтерактивними зонами для дегустацій та майстер-класів, водночас підтримуючи природне озеленення як елемент екологічної естетики заходу.

Існуюча інфраструктура – електрифіковані альтанки, майданчики з твердим покриттям, санітарні блоки та стаціонарні кухонні зони – дозволяє організувати виробничі процеси приготування страв у форматі вуличної їжі. Наприклад, кухарі з різних районів можуть готувати борщ із борщівником або рибну юшку на відкритому вогні, використовуючи як мобільні плити, так і стаціонарні жаровні, які вже експлуатуються для харчування відпочиваючих у звичайному режимі.

Велика центральна альтанка може бути перетворена на дегустаційну залу, де всі охочі зможуть поласувати натуральними крафтовими продуктами. Однак, важливим аспектом залишаються вимоги до забезпечення безпеки усієї продукції, яка пропонуватиметься на ярмарку. Під час організації гастрономічного ярмарку ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ» як організатор події несе відповідальність за дотримання чинного законодавства України у сфері безпечності харчових продуктів. Безпека харчування є ключовим фактором, що визначає якість заходу, довіру споживачів та репутацію організатора. Вимоги до безпеки охоплюють кілька взаємопов'язаних аспектів, які мають бути забезпечені до, під час і після проведення заходу.

Передусім, усі учасники ярмарку, що здійснюють виробництво, приготування або реалізацію харчових продуктів, повинні мати відповідні дозвільні документи — реєстрацію оператора ринку харчових продуктів згідно з вимогами Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів». Це передбачає наявність чинної декларації або висновку державної санітарно-епідеміологічної експертизи на продукцію. ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ» зобов'язане перевірити ці документи до допуску учасників до торгівлі.

Організатор також має забезпечити відповідну інфраструктуру для безпечного зберігання та реалізації продуктів, включаючи холодильне обладнання, зони для миття рук, наявність водопостачання, вентиляції, а також умови для роздільного зберігання сирих та готових продуктів [19]. Тимчасові конструкції (палатки, павільйони) повинні бути обладнані в спосіб, що унеможливило забруднення харчових продуктів пилом, комахами або атмосферними опадами.

Особливу увагу слід приділити персональній гігієні учасників, які працюють із продуктами. Працівники повинні бути забезпечені чистим спецодягом, мати медичні книжки з актуальним проходженням медичного огляду, дотримуватися правил особистої гігієни, включно з миттям рук, використанням рукавичок або антисептиків. Будь-яка особа з ознаками хвороби не може бути допущена до роботи з продуктами.

Важливим елементом є контроль температурних режимів, зокрема для страв, які швидко псуються (м'ясо, риба, молочні вироби). Вони мають зберігатися при температурі, що відповідає нормативним вимогам (не вище $+6^{\circ}\text{C}$ для холодного зберігання), та мати чітке маркування щодо термінів придатності. Приготовані на місці страви мають споживатися в межах встановленого часу (зазвичай не пізніше ніж через 2 години після приготування).

ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ» також повинно передбачити наявність процедури простежуваності продуктів – визначення походження сировини, постачальників і партій товару. Це дозволяє швидко виявити джерело можливої загрози у разі надзвичайної ситуації. Крім того, важливо запровадити механізм скарг і реагування

на порушення: повинні діяти пункти швидкого зв'язку з організаторами та, за потреби, представниками Держпродспоживслужби.

Особливу категорію становлять відкриті дегустаційні зони, де контактує велика кількість людей з їжею. Тут слід забезпечити індивідуальне фасування порцій, використання одноразового посуду, накриття страв прозорими ковпаками, а також постійний контроль за чистотою столів і наявністю антисептиків для рук.

Таким чином, успішна організація гастрономічного ярмарку неможлива без системного підходу до гарантування безпечності продуктів. ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ» як організатор повинно не лише дотримуватися вимог, а й створити превентивну систему управління ризиками, що охоплює моніторинг, навчання персоналу, перевірку контрагентів та постійний контроль за дотриманням умов харчової безпеки на всіх етапах події.

Окреме значення має наявність котеджів і рекреаційних приміщень, які можуть слугувати як зони відпочинку для учасників, так і міні-лабораторії для освітніх активностей – наприклад, тематичних лекцій про ферментацію, виставок локальних продуктів або дегустаційних сесій. Водночас близькість до водойми створює можливість для організації спеціальних тематичних подій, таких як «рибний день» або «козацька юшка на березі», які посилюють культурну та гастрономічну автентичність ярмарку (рис. 2.1).

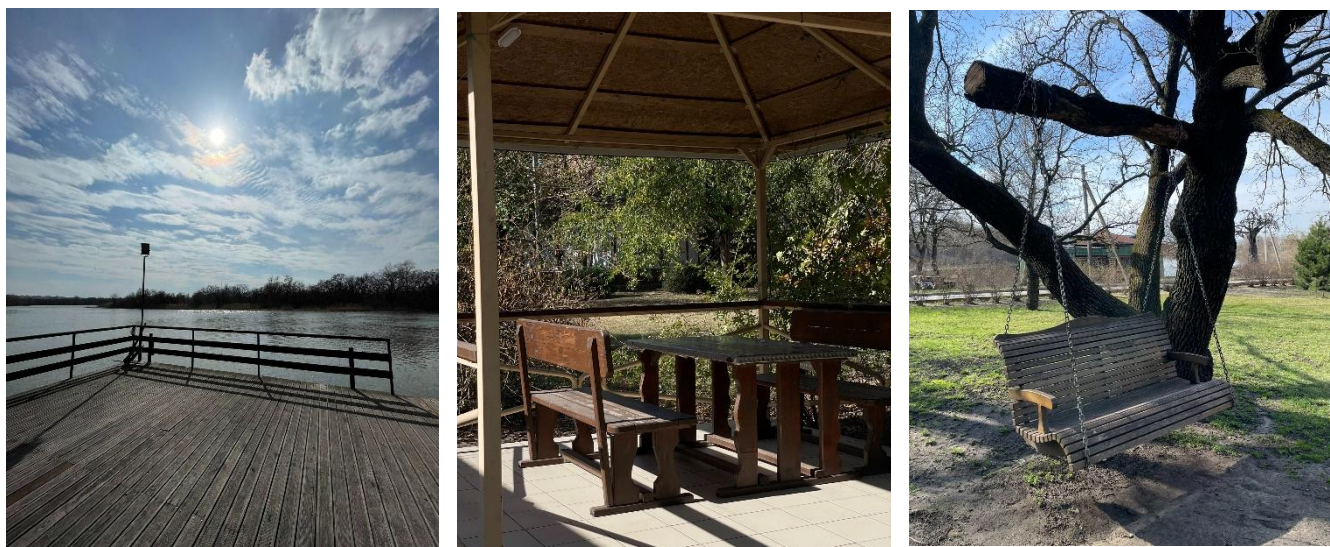


Рисунок 2.1 – Локації БВ «Дубовий Гай»

Джерело: [4]

Транспортна доступність бази, наявність паркувальних зон, а також досвід прийому групових заходів (зокрема свят, весіль, корпоративів) свідчать про готовність підприємства до масштабнішої події з підвищеним логістичним навантаженням. Усі ці фактори дозволяють розглядати «Дубовий Гай» як не просто місце проведення заходу, а як функціональну платформу для формування гастрономічного бренду Дніпропетровщини (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Пропозиції щодо організації гастрономічного івенту для ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ» (БВ «Дубовий Гай»)

Компонент івенту	Опис
Тематика	«Смаки Дніпропетровщини: подорож через традиції»
Локації	Відкриті павільйони, тематичні зони, майстер-класи
Учасники	Місцеві кулінари, фермери, виробники традиційних продуктів
Програма	Дегустації, кулінарні майстер-класи, презентації традиційних страв, музичні виступи
Маркетинг	Реклама через соціальні мережі, співпраця з туристичними агенціями, залучення місцевих ЗМІ
Очікувані результати	Збільшення туристичного потоку, популяризація місцевої кухні, економічний розвиток регіону

Джерело: розроблено автором

Програма гастрономічного ярмарку

«Смаки Дніпропетровщини: подорож через традиції»

Дата проведення: має припадати на міжсезоння (квітень-травень, вересень-жовтень, може проводитись до 4-х разів на рік).

Локація: база відпочинку «Дубовий гай», Дніпропетровська область

Формат: одноденний фестиваль-ярмарок із зональним поділом (рис. 2.2, табл. 2.2):

- 1) гастрозона: кулінарні стенди за районами області;
- 2) дегустаційна сцена: інтерактивні кулінарні шоу;
- 3) майстер-зона: кулінарні майстер-класи;
- 4) культурна сцена: музика, фольклор, конкурси;

- 5) дитяча зона;
- 6) ярмарок локальних продуктів;
- 7) фото-зона.



Рисунок 2.2 – Карто-схема ярмарку

«Смаки Дніпропетровщини: подорож через традиції»

Джерело: сформовано автором

Таблиця 2.2 – Погодинний розклад гастрономічного івенту для ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ» (база відпочинку «Дубовий Гай»)

Час	Подія	Локація
09:00–10:00	Заїзд учасників, монтаж локацій, реєстрація стендів та перевірка умов зберігання продуктів	Адміністратор, вся територія
10:00–10:30	Урочисте відкриття. Вітальне слово організаторів, запрошених гостей, спільна молитва або гімн	Культурна сцена
10:30–11:30	Інтерактивна презентація кулінарних традицій районів: розповідь про страви, дегустація закусок	Гастрозона
11:30–12:30	Майстер-клас №1: приготування вареників із гарбузом (Петриківський район)	Майстер-зона
12:00–13:30	Жива фольклорна музика: виступ ансамблю з Павлоградщини + танцювальні номери	Культурна сцена
12:30–13:30	Майстер-клас №2: приготування кулешу на відкритому вогні (Нікопольський район)	Дегустаційна сцена

Продовження табл. 2.2

13:30–14:30	Фестиваль смаку: гості обирають «Найкращу страву Дніпропетровщини» шляхом голосування	Вся територія
14:30–15:30	Майстер-клас №3: випікання пирогів з яблуками та медом (Верхньодніпровський район)	Майстер-зона
15:30–16:30	Тематична лекція: «Традиції квашення, сушки, ферментації у Дніпровському краї» + дегустація	Дегустаційна сцена
16:30–17:30	Кулінарне шоу з шеф-кухарем: авторська інтерпретація борщу з борщівником	Дегустаційна сцена
17:30–18:00	Коротка екскурсія локаціями для гостей (фото, краєвид, туристичний маршрут «Смакова карта»)	Пішохідний тур
18:00–18:30	Підбиття підсумків голосування, вручення нагород, дипломів і подарунків учасникам	Культурна сцена
18:30–19:30	Святковий концерт + вечірній спів хору «Козацький гай» + народні танці	Культурна сцена
19:30–20:30	Фінальна дегустація кулінарних сетів та святкове багаття з музичним супроводом	Майстер-зона
20:30–21:00	Завершення ярмарку, подяка учасникам, прибирання території	Вся територія

Джерело: розроблено автором

***Маркетингове забезпечення гастрономічного ярмарку
«Смаки Дніпропетровщини: подорож через традиції»***

1. Місія та концепція

Місія:

Популяризація гастрономічних традицій Дніпропетровщини, підтримка місцевих виробників та культурний обмін між поколіннями.

Концепція:

Ярмарок створений як платформа для знайомства з смаками регіону, знаковими продуктами та старовинними рецептами.

2. Логотип

Логотип гастрономічного ярмарку «Смаки Дніпропетровщини: подорож через традиції» виконано в стилі сучасного етнодизайну з елементами візуальної ідентичності регіону. Центральне місце займає стилізована глиняна миска, наповнена традиційними українськими стравами, серед яких умовно впізнаються вареники, зелений борщ і шматочок сала. Над мискою виведено назву події в

декоративному шрифті з акцентом на слово «Смаки», яке символічно підкреслено хвилястою лінією, що нагадує Дніпро – головну річку регіону.

У нижній частині присутній мотив петриківського розпису, адаптований до сучасної графіки: декоративні квіти та листя в обрамленні утворюють своєрідний візуальний «вінок» навколо центру логотипа.

Логотип гармонійно поєднує традиційність і гастрономічну тематику, створюючи образ, що легко асоціюється з українською автентичністю, смаком, теплом і гостинністю. Він є придатним як для використання на афішах і білбордах, так і в онлайн-просуванні бренду події (рис. 2.3).



Рисунок 2.3 – Запропонований логотип гастрономічного ярмарку

Джерело: розроблено автором

Кольорова гамма логотипу:

- 1) жовтий символізує родючість і традиції;
- 2) зелений передає зв'язок з природою та фермерством;
- 3) коричневий наголошує на натуральності продуктів;

4) синій символізує річку Дніпро.

Шрифти:

1) основний: Poppins Bold (для назви);

2) допоміжний: Roboto Regular (для підписів).

3. Дизайн елементів

Банери: головний банер (розмір 3x1 м):

Текст: «Смаки Дніпропетровщини» з великих літера, «подорож через традиції» – малими. Варіанти банерів наведені на рис. 2.4.



Рисунок 2.4 – Запропоновані варіанти оформлення банерів

Джерело: розроблено автором

Запрошення: зелений фон із символікою ярмарку.

Текст: подія, дата, час, місце.

Сувенірна продукція: еко-сумки (бежевий фон, назва події), чашки (зелений фон, логотип у центрі) (рис. 2.5).



Рисунок 2.5 – Запропоновані варіанти оформлення запрошень та шоперів
Джерело: розроблено автором

4. Фото-зона

Оформлення: стилізований стіл з продуктами регіону (хліб, глечики, мед, сезонні ягоди, фрукти, польові квіти, сіно). Тло: картини з українськими полями та візерунками. Додаткові елементи: написи з назвою ярмарку та логотипом.

5. Комунікація

Слогани: «Подорож через традиції»; «Смаки традицій – з душею Дніпропетровщини»; «Скуштуй історію на смак!». Соціальні мережі: оформлення постів у єдиній стилістиці; використання шаблонів для сторіз і подій.

2.2. Економічне обґрунтування гастрономічного ярмарку для ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ» (база відпочинку «Дубовий Гай»)

Основна мета організації гастрономічного ярмарку – згладжування сезонних

коливань (у весняно-осінній період), а також маркетингове просування бази відпочинку «Дубовий гай». Розрахуємо основні витрати, які будуть пов'язані із організацією заходу (табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Витрати ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ» (БВ «Дубовий Гай») на проведення гастрономічного ярмарку

Категорія витрат	Сума, грн	Деталізація
Оренда та монтаж обладнання	30 000	Наметові конструкції (8–10 шт), столи, лави, електрощити, освітлення, кабелі, встановлення сцени
Оплата праці персоналу	20 000	Організатори, координатори зон, касири, волонтери, технічний персонал
Технічне забезпечення	10 000	Звук, мікрофони, екрани для демонстрацій, генератори, підсилювачі
Безпека та санітарія	8 000	Охорона (3–4 особи), пости з дезінфекцією, оренда мобільних туалетів, контроль медичної безпеки
Поліграфія та маркетинг	12 000	Дизайн афіш, друк флаєрів, банери, реклама в соцмережах, місцевих ЗМІ, зовнішня реклама
Декорування і логістика	7 000	Оформлення сцен, петриківські елементи, прапори, навігація, фото-зони
Майстер-класи і шоу-програми	12 000	Закупівля продуктів для приготування, винагорода шеф-кухарям, посуд для дегустацій
Інфраструктура та господарські витрати	6 000	Пакети для сміття, серветки, одноразовий посуд, вода для учасників, витратні матеріали
Адміністративні витрати	5 000	Дозвільна документація, податки, комунальні платежі (вода, світло), технічне забезпечення
Резервний фонд / непередбачені витрати	10 000	Запас на випадок погодних змін, затримок логістики, заміну обладнання або оплату надурочних
Всього:	120 000	–

Джерело: розраховано автором

Найбільші витрати припадають на технічне оснащення та інфраструктуру — це ключ до комфорту і безпеки як для учасників, так і для відвідувачів. Бюджет на рекламу передбачає не лише друковану, а й онлайн-промоцію, що є обов'язковою

умовою охоплення міської аудиторії. Витрати на майстер-класи включають також закупівлю локальних інгредієнтів, які будуть частиною демонстраційного приготування страв за регіональними рецептами. Передбачено, що майстер-класи проводитимуть локальні виробники в рамках просування власної продукції. Резервний фонд формує 8% бюджету, що є фінансово виправданим для відкритого формату заходу.

Залучення волонтерів до організації гастрономічного ярмарку «Смаки Дніпропетровщини: подорож через традиції» є доцільним як з економічної, так і з соціально-комунікаційної точки зору. У сучасній подієвій індустрії волонтерство розглядається не як форма безоплатної праці, а як стратегічний ресурс, який дозволяє забезпечити якісну підтримку заходів, знизити витрати на персонал та водночас активізувати місцеву спільноту.

По-перше, волонтери можуть ефективно виконувати функції логістичного супроводу, інформаційної підтримки гостей, технічної допомоги на окремих локаціях (фото-зона, дитячий майданчик, навігація територією). Вони також можуть бути залучені до попередньої підготовки інфраструктури, оформлення локацій у стилі петриківського розпису, фасування рекламної продукції тощо. Завдяки цьому зменшується навантаження на оплачуваний персонал і оптимізуються адміністративні витрати.

По-друге, участь у волонтерській програмі стимулює молодь, студентів профільних спеціальностей (туризм, готельно-ресторанна справа, менеджмент подій) до здобуття практичного досвіду в реальному середовищі. Такі волонтери часто є мотивованими, креативними й добре орієнтованими в сучасних комунікаціях, що є цінним для івенту з відкритим, публічним форматом. Їхнє залучення може бути інтегроване в навчальні програми у формі практики або стажування.

По-третє, сама участь у яскравій події з гастрономічним контекстом — це іміджева перевага для волонтерів і можливість долучитися до збереження й популяризації культурної спадщини регіону. Для організатора це також репутаційна інвестиція: співпраця з волонтерами формує образ соціально

відповідального підприємства, що сприяє розвитку громади.

Таким чином, волонтерський компонент не лише знижує прямі витрати ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ» на організацію ярмарку, а й підвищує якість сервісу, посилює соціальний ефект події та закладає основи сталого партнерства з громадськістю. Це дозволяє сформувати навколо ярмарку спільноту прихильників, здатну підтримувати його з року в рік. Функціональні напрями залучення волонтерів на гастрономічному ярмарку полягають у такому:

1. Навігація та інформаційна підтримка гостей. Волонтери допомагатимуть відвідувачам орієнтуватися на території ярмарку, пояснювати розташування зон (майстер-класів, гастростендів, дитячої зони, сцени тощо), відповідати на базові запитання. Ця функція особливо важлива для відвідувачів, які приїдуть з інших громад.

2. Допомога на реєстрації та вході. Волонтери можуть брати участь у контролі квитків, видачі браслетів або купонів на дегустації, координувати потік людей для уникнення черг.

3. Асистенція учасникам (виробникам, шеф-кухарям). Їх підтримка полягає в допомозі з пакуванням, транспортуванням інвентарю, комунікації з організаторами.

4. Супровід майстер-класів та дегустацій. Волонтери можуть виконувати технічну допомогу під час приготування страв, роздавати порції, слідкувати за черговістю, чистотою та безпечністю контактів із їжею.

5. Підтримка чистоти і порядку. Контроль за наявністю смітників, пакуванням відходів, інформування про потребу в прибиранні – усе це дозволяє зберегти привабливий зовнішній вигляд і забезпечити відповідність санітарним нормам.

5. Допомога в дитячій зоні. Створення безпечного середовища, контроль за активностями, організація рухливих ігор та майстерок для дітей різного віку.

6. Робота в медіа-команді. Фотографування, зйомка коротких відео, ведення соцмереж у реальному часі, комунікація з блогерами – це можуть робити креативні волонтери, орієнтовані на SMM.

Мотивація волонтерів полягатиме в отриманні іменного сертифікату, який можна додати до резюме або портфоліо (актуально для студентів). Волонтери забезпечуються обідами та можуть безкоштовно відвідати всі майстер-класи та гастрозони в перервах. Подарункові набори для волонтерів включатимуть промо-сувеніри з логотипом ярмарку (футболки, значки, торбинки, кепки), дрібну продукцію від партнерів або учасників. За потреби в подальшому буде надаватись офіційна рекомендація для навчального закладу, звіт про практику, лист підтримки для стипендій чи участі у проєктах. Участь у такій події – це можливість знайти друзів, познайомитися з професіоналами з гастросфери, медіа, управління подіями. Також передбачено розіграш призів серед усіх волонтерів – безкоштовне проживання у двомісному котеджі для двох на дві доби.

Для ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ» рекомендується створити волонтерську службу ярмарку з координатором, який здійснює набір, інструктаж, комунікацію та підтримку учасників. Також варто запровадити попередню онлайн-реєстрацію з анкетною та розподілом за напрямками.

Щоб ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ» вийшло на беззбитковість при загальних витратах 120 000 грн і за умови, що 20 локальних виробників сплачують по 4000 грн за участь (разом 80 000 грн), вартість вхідного квитка для відвідувачів має становити не менше ніж 135 грн (з округленням до цілого). Ціна в 135 грн забезпечить покриття витрат навіть при невеликому відхиленні кількості гостей (планова кількість відвідувачів – 300 осіб). Вартість квитка буде включати доступ до ярмаркових зон (гастрозона, майстер-класи, дегустації, дитяча зона, фото-зона), культурну програму, участь у розіграшах та акціях від виробників, пам'ятний крафтовий сувенір, забезпечення комфортної інфраструктури (санітарні зони, освітлення, охорона). Розрахуємо доходи та прибутку підприємства за умови вартості квитка 200 грн, при чому діти до 12-ти років включно мають право безкоштовного входу, що мотивуватиме родини більш активно долучатись до відвідування ярмарку. Це дає простір для встановлення розумної фінансової моделі (табл. 2.4).

Таблиця 2.4 – Доходи та прибутки ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ» (база відпочинку «Дубовий Гай») від проведення гастрономічного ярмарку

Показник	Значення	Деталізація
Дохід від відвідувачів, грн	60 000	300 квитків по 200 грн
Дохід від виробників, грн	80 000	20 учасників по 4000 грн
Загальний дохід, грн	140 000	-
Загальні витрати, грн	120 000	-
Прибуток, грн	20 000	Для підтримки резервного фонду та подальшого розвитку
Норма прибутку, %	16,7	Захід є економічно доцільним
Прибуток після оподаткування	15 400	Військовий збір, податок на прибуток

Джерело: розраховано автором

Незважаючи на відносно невеликий прибуток, ярмарок «Смаки Дніпропетровщини: подорож через традиції» є важливим іміджевим заходом, який підкреслює культурне багатство регіону та його унікальність. Захід сприяє формуванню образу Дніпропетровщини як місця, де поєднуються традиції, гастрономія та сучасні тенденції. Він показує шанобливе ставлення до місцевого спадку та підтримує розвиток локального бізнесу, демонструючи потенціал регіону для туризму і підприємництва. Такий захід підвищує довіру до організаторів, формує позитивний імідж регіону та забезпечує його пізнаваність на національному рівні.

Ярмарок «Смаки Дніпропетровщини: подорож через традиції» є ефективним інструментом для згладжування сезонності в економіці та туризмі регіону. Захід привертає увагу відвідувачів у періоди, коли туристична активність зазвичай спадає, стимулюючи потік людей і створюючи додатковий попит на послуги та продукцію місцевих виробників. Це забезпечує стабільний дохід для малого бізнесу, фермерів і ремісників незалежно від сезону.

Ярмарок також формує нові традиції позасезонних культурних подій, що сприяє рівномірному розвитку туристичної інфраструктури. Завдяки цьому регіон утримує актуальність протягом усього року, залучаючи не лише локальну аудиторію, але й гостей з інших областей.

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

В результаті виконання кваліфікаційної роботи, мета якої полягала у вирішенні актуального наукового завдання щодо розвитку гастрономічного туризму на прикладі івенту як інструменту регіонального брендингу, зроблено наступні висновки:

1. Проведено організаційно-економічну характеристику ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ», яка демонструє поступове зростання фінансових показників попри кризові явища у 2022 році. Дохід компанії зріс з 726 тис. грн у 2021 році до 1 134 тис. грн у 2024 році, а чистий прибуток досяг позитивного значення у 2023 році (163 тис. грн) після збитків у попередніх роках. Зменшення поточних зобов'язань з 359 тис. грн у 2022 році до 78 тис. грн у 2024 році свідчить про покращення платоспроможності та фінансової стійкості. Аналіз фінансових коефіцієнтів свідчить про поступове покращення ліквідності, зокрема коефіцієнт поточної ліквідності зріс до 8,0 у 2024 році. Показники рентабельності, такі як ROA (14,4%) та ROE (16,4%) у 2024 році, демонструють ефективне використання активів та власного капіталу. У структурі активів домінує власний капітал, що свідчить про стабільність фінансової стратегії. Основний актив підприємства, база відпочинку «Дубовий гай», формує стабільний дохід завдяки поєднанню рекреаційного потенціалу, гнучкої цінової політики та ефективного маркетингу. Подальше зростання підприємства залежить від розширення асортименту послуг та інтеграції в регіональні туристичні ініціативи.

2. ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ» (база відпочинку «Дубовий гай») демонструє стійкі конкурентні переваги на ринку туристичних послуг Дніпропетровської області завдяки раціонально структурованому номерному фонду, що включає 14 котеджів різних категорій, які відповідають потребам трьох основних сегментів споживачів. Основну частку номерного фонду (71,4%) складають стандартні котеджі, орієнтовані на малі групи чи сім'ї, що забезпечує стабільну дохідність. Середня ціна проживання у високий сезон становить 1985 грн/доба, що дозволяє генерувати до 834 000 грн щомісячного доходу при повному завантаженні. Точка

беззбитковості підприємства становить 209 котедж-днів на місяць, або 50% завантаження, що свідчить про ефективну модель управління витратами. Аналіз сезонного попиту виявив, що понад 50% річної виручки формується у літній період, тоді як у міжсезоння ключовим фактором стабільності є подієвий туризм, здатний підвищити завантаження на 25%.

3. Гастрономічний туризм є перспективним напрямом диверсифікації діяльності бази відпочинку «Дубовий Гай» завдяки багатому кулінарному потенціалу Дніпропетровської області, що охоплює різноманітні етнокультурні традиції. Аналіз локальної гастрономії показує її високий потенціал для туристичної привабливості, хоча більшість страв залишаються поза межами організованої туристичної пропозиції. Формування гастрономічної платформи дозволить інтегрувати локальну кухню в сучасний туристичний продукт, активізувати культурну спадщину та створити унікальний регіональний бренд. Проведення тематичних фестивалів, дегустацій і майстер-класів здатне збільшити кількість відвідувачів, знизити сезонність та сприяти економічному зростанню. Зокрема, запровадження гастрономічного ярмарку «Смаки Дніпропетровщини: подорож через традиції» може підвищити туристичну впізнаваність регіону, активізувати підприємництво та сприяти сталому розвитку. Таким чином, гастрономічний туризм слугує потужним інструментом соціально-економічного розвитку та збереження нематеріальної культурної спадщини.

4. Матеріально-технічна база та інфраструктура ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ» створюють оптимальні умови для організації гастрономічного ярмарку на базі відпочинку «Дубовий Гай». Наявність просторих зон, електрифікованих майданчиків і стаціонарних кухонних блоків дозволяє забезпечити належний рівень комфорту як для учасників, так і для гостей заходу. Особлива увага приділяється питанням безпеки харчових продуктів, включаючи дотримання нормативів зберігання, транспортування та обробки продукції. Програма заходу, орієнтована на популяризацію традиційної кухні Дніпропетровщини, передбачає різноманітні активності, зокрема дегустації, кулінарні майстер-класи та тематичні лекції. Завдяки унікальному природному середовищу, наявній інфраструктурі та

культурній програмі, очікується підвищення туристичної привабливості регіону, збільшення відвідуваності бази до 30% у дні проведення події та створення передумов для формування гастрономічного бренду області. Успіх заходу можливий за умови системного підходу до організації, включаючи маркетингову підтримку через соціальні мережі та співпрацю із ЗМІ.

5. Розраховано, що при загальних витратах у 120 000 грн і доходах у 140 000 грн (60 000 грн від 300 квитків по 200 грн та 80 000 грн від 20 виробників по 4000 грн) захід забезпечує прибуток у розмірі 20 000 грн, що становить 16,7 % від загального доходу. Точка беззбитковості вартості квитка на гастрономічний ярмарок для відвідувачі складає 135 грн.

6. Запровадження гастрономічного ярмарку «Смаки Дніпропетровщини: подорож через традиції» в міжсезоння (квітень–травень, вересень–жовтень) здатне додатково генерувати до 130 000 грн доходу за місяць. Резервний фонд у розмірі 10 000 грн (8 % бюджету) гарантує фінансову стійкість за умов непередбачуваних витрат. Інтеграція волонтерської підтримки дозволяє знизити адміністративні витрати приблизно на 15 % і підвищити якість сервісу. Використання бюджету на маркетинг у 12 000 грн забезпечує охоплення близько 10 000 потенційних відвідувачів через онлайн і офлайн канали. Структурована програма ярмарку сприяє отриманню додаткового доходу від торгівельних точок і майстер-класів, що може збільшити валовий дохід підприємства на 10–12 %. З урахуванням прогнозованої норми прибутковості 16,7%, проєкт відповідає критеріям економічної ефективності та може слугувати моделлю подальшої диверсифікації послуг ТОВ «АРТКОМПЛЕКТ».