

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-74-64>

УДК 338.486:338.48.–6:641/642

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ І СЕРВІСУ У МЕЖАХ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

QUALITY MANAGEMENT OF TOURIST SERVICES AND SERVICE WITHIN THE LIMITS OF GASTRONOMIC TOURISM

Никига Оксана Василівна

доктор філософії (туризм), викладач,
Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3492-7475>

Мороз Соломія Романівна

доктор філософії (туризм), викладач,
Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4742-6984>

Nykyha Oksana, Moroz Solomiia

Lviv Ivan Bobersky State University of Physical Culture

У статті досліджено особливості управління якістю туристичних послуг і сервісу в межах гастрономічного туризму. Управління якістю туристичних послуг і сервісу в контексті гастрономічного туризму є ключовим чинником формування позитивного іміджу регіону та залучення туристів. Це передбачає впровадження стандартів обслуговування, контроль за дотриманням кулінарних традицій і постійне підвищення кваліфікації персоналу. Визначено структуру управління якістю як системи, що охоплює організаційні механізми, професійність персоналу, процеси стандартизації, а також зворотний зв'язок із клієнтами. Визначено, що якість у гастрономічному туризмі є не лише обов'язковим критерієм конкурентоспроможності, а й чинником популяризації регіональної кухні та формування позитивного іміджу туристичних дестинацій. У цьому контексті якість продукту й сервісу в межах гастрономічного туризму набувають вирішального значення для формування позитивного туристичного іміджу.

Ключові слова: управління, якість, туристичні послуги, сервіс, гастрономічний туризм.

The article examines the features of managing the quality of tourist services and service within the framework of gastronomic tourism. Managing the quality of tourist services and service in the context of gastronomic tourism is a key factor in forming a positive image of the region and attracting tourists. This involves the implementation of service standards, monitoring compliance with culinary traditions and continuous staff training. Gastronomic tourism is a promising type of tourism activity that uses the peculiarities of tourists' nutrition not only as a basic element of providing services at a place of temporary stay, but also as a separate attractive component of destinations. The gastronomic culture of territories is naturally one of the most expressive aspects of destination branding, and has examples of successful use. It has been determined that for the development of gastronomic tourism, it is critically important to establish contacts with consumers, study their requests and interests in the process of forming a gastronomic tourism product. In the context of gastronomic tourism, special attention is paid to the international standards ISO 9001 and ISO 22000, as well as the HACCP system as important tools for ensuring a high level of service and food safety. The importance of the HoReCa industry in the formation of a gastrotourism product capable of satisfying the needs of a modern tourist is revealed. Measures to ensure the quality management of tourist services enable the rapid development of gastronomic tourism, increase competitiveness in the tourism market, and increase sales of gastronomic products. The quality management structure is defined as a system that encompasses organizational mechanisms, personnel professionalism, standardization processes, and customer feedback. It is determined that quality in gastronomic tourism is not only a mandatory criterion for competitiveness, but also a factor in the popularization of regional cuisine and the formation of a positive image of tourist destinations. In this context, the quality of the product and service within gastronomic tourism becomes crucial for the formation of a positive tourist image.

Keywords: management, quality, tourist services, service, gastronomic tourism.

Постановка проблеми. Туризм як потенційний ресурс розвитку економіки країни характеризується позитивними тенденціями щодо задоволення попиту на відповідні послуги. У сучасних умовах глобалізації та зростання конкуренції на туристичному ринку якість туристичних послуг і сервісу стає одним із ключових чинників успішного розвитку туристичної сфери. Важливим напрямом розвитку сучасної туристичної діяльності є гастрономічний туризм, який, незважаючи на відносну новизну, став уже одним з найпопулярніших видів туризму. Ефективність розвитку цього виду туризму залежить від низки факторів, серед яких особливе місце посідає якість послуг і сервісу в сфері гастрономічного туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика управління якістю туристичних послуг та сервісу в туристичній галузі набуває дедалі більшого наукового та практичного значення. Зокрема, О. Графська, розглядає специфіку сертифікації якості в гастрономічному туризмі, проблеми і особливості впровадження. В своїй роботі автор акцентує увагу на актуальних викликах, а саме: суперечність між стандартизацією і збереження локальної автентичності [2]. М. Кривоберець [5] дослідила принципи, дотримання яких є необхідною вимогою щодо підвищення якості туристичних послуг, І. Поворознюк [9] досліджує проблеми щодо підвищення якості послуг та сервісу в туристичній сфері. Науковець Н. Кудла комплексно розглядає теоретичні та практичні аспекти управління якістю в туризмі [6], О. Долинська обґрунтовує основні підходи та сучасні тенденції в управлінні якістю туристичних послуг, включаючи орієнтацію на клієнта [4]. Слід зазначити, що питання якості і сервісу в організації туризму, зокрема гастрономічного залишаються малодослідженими й потребують подальшого наукового обґрунтування.

Постановка завдання. Метою статті є визначення значення управління якістю туристичних послуг і сервісу для ефективного розвитку гастрономічного туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження. Туризм у сучасних умовах є важливою сферою та рушієм розвитку економіки багатьох країн. Важлива соціальна місія туризму полягає у максимальному задоволенні різнопланових потреб суспільства. Із цією метою постійно диверсифікуються не лише напрями, а й види туризму, серед яких як дуже специфічні, так і доступні для широ-

кого кола споживачів. Саме до другої категорії належить гастрономічний туризм – достатньо новий і цікавий вид туристичної діяльності, вивчення розвитку якого є загалом актуальною темою. Однак, враховуючи динамічну зміну умов зовнішнього середовища, пріоритетним стає дослідження саме якості і сервісу у розвитку гастрономічного туризму.

Гастрономічний туризм – це спеціалізований вид туризму, який спрямований на ознайомлення туристів з гастрономічними особливостями і культурою певної території [7].

Гастрономічний туризм передбачає ознайомлення з оригінальними технологіями виготовлення місцевих харчових продуктів, традиціями їх споживання, опанування навичок кулінарного мистецтва, участь у фестивалях та тематичних культурно-масових заходах. Значну роль у розвитку гастрономічного туризму відіграє сертифікація, управління якістю послугами та сервіс.

У сучасних умовах зростаючої конкуренції серед підприємств туристичної індустрії, покращення якості туристичного продукту стає однією з головних проблем. Для того, щоб задовольнити потреби клієнтів і залишатися конкурентоспроможними, підприємства туристичної сфери повинні надавати послуги з відмінною якістю. Завдання формування привабливого національного туристичного продукту стає надзвичайно важливим і актуальним для держави. Один із ключових аспектів у покращенні якості туристичного продукту полягає у визначенні критеріїв якості та забезпеченні підвищення його конкурентоспроможності [10].

Як зазначає М. Кривоберець, важливою вимогою підвищення якості послуг у туристичній сфері є дотримання основних і найбільш важливих для сфери туризму принципів сучасного сервісу, а саме: максимальна відповідність послуг вимогам споживачів і характеру споживання; нерозривний зв'язок сервісу з маркетингом, його основними принципами і завданнями; гнучкість сервісу, його спрямованість на облік мінливих вимог ринку, переваг споживачів туристичних послуг а також створення необхідних умов для персоналу, покликаною забезпечити якісний сервіс [5].

Спостерігається тенденція, що туристи стають все більше вимогливі, і навіть найяскравіші та незабутні враження не компенсують нестачу якості чи сервісу. Однозначно, якість і сервіс не є перевагою для туристів, а необхідний стандарт, без якого неможливо

створити позитивний досвід подорожі. Насамперед, для туристів важливо отримати гарантію надійності, уважного ставлення та професійного підходу.

Якість послуг у сучасних умовах розвитку сфери туризму є однією з найважливіших складових ефективності та рентабельності суб'єктів туристської індустрії. Система управління якістю у сфері туризму має стати постійним процесом діяльності, спрямованим на підвищення рівня послуг, удосконалення елементів виробництва та впровадження системи якості. Усі процеси із проектування, забезпечення та збереження якості туристського продукту мають бути об'єднані в систему управління якістю [1].

Якість туристичної послуги, Г. Пилипенко трактує як сукупність властивостей і характеристик товару, що формують його здатність задовольняти потреби споживача та відповідати очікуванням щодо неї реальному сприйняттю конкретним клієнтом у даний момент часу [8].

У туризмі виділяють чотири типи якості:

- якість як властивість та особливість продукту (послуги), яка викликає почуття задоволення у споживача, або відсутність недоліків, що підсилює стан задоволеності у нього;
- якість як технічна та функціональна характеристика продукту (послуги). Технічна якість – це все те, що отримує і споживає клієнт, а також те, з чим він залишається після взаємодії зі спеціалістом туристичного підприємства. Функціональна якість – це процес надання продукту (послуги), під час якого споживач проходять безліч етапів у своїй взаємодії з фахівцями туристичного підприємства;
- якість як складова культури обслуговування, яка формується поведінкою працівників туристичного підприємства по відношенню до споживачів, а критеріями її оцінки є дружельність, чуйність і люб'язність персоналу;
- якість як етична компонента продукту (послуги), яка може бути оцінена споживачем лише в процесі його споживання [11].

Управління якістю туристичного обслуговування має проводитись системно, тобто на підприємствах – суб'єктах туристичної індустрії має функціонувати система управління якістю туристичних послуг. Така система являє собою організаційну структуру з чітким розподілом відповідальності, процедури, процесів та ресурсів, які необхідні для управління якістю туристичного продукту [3].

Для розвитку гастрономічного туризму критично важливим є налагодження контактів зі

споживачами, вивчення їх запитів та інтересів у процесі формування гастротуристичного продукту. Водночас цей процес передбачає також впровадження управління якістю послуг, які будуть сприяти створенню конкурентоспроможного гастротуристичного продукту, підвищенню туристичної привабливості дестинацій регіону.

В сучасних умовах гастрономічний туризм вимагає не лише естетичної привабливості та культурної автентичності, але й суворого дотримання стандартів якості та безпеки. Особливо важливим аспектом це є для іноземних туристів, які орієнтуються на міжнародно визнані маркери довіри. Найбільш поширеними стандартами у цій сфері є системи ISO та HACCP.

Міжнародна організація ISO, розробляє стандарти для різних сфер діяльності, включаючи управління якістю, безпеку харчових продуктів.

Якщо розглядати стандарти у межах гастрономічного туризму, особливе значення мають такі стандарти:

- ISO 9001 – стандарт системи управління якістю. Стандарт визначає вимоги до організації процесів, клієнтської орієнтації, удосконалення сервісу. Наявність цього стандарту у закладу свідчить про стабільність якості обслуговування.
- ISO 22000 – система управління безпекою харчових продуктів, що поєднує принципи HACCP і вимоги ISO. Стандарт гарантує, що всі етапи підготовки, зберігання й подачі їжі відповідають вимогам безпеки.

У гастрономічному туризмі стандарти ISO 9001 та ISO 22000 відіграють ключову роль, адже вони забезпечують високу якість обслуговування та безпеку харчових продуктів. Наявність цих стандартів у закладі підвищує довіру туристів, гарантує стабільність сервісу та відповідність усіх процесів міжнародним вимогам.

Інша важлива міжнародна організація – HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points), яка забезпечує створення на підприємстві належних умов для виробництва безпечної продукції шляхом ідентифікації потенційно небезпечних чинників та здійснення контролю на критичних етапах технологічного процесу.

У межах розвитку гастрономічного туризму важливим є сектор гостинності HoReCa, підприємства, що надають послуги проживання, харчування та обслуговування клієнтів і безпосередньо формують враження туриста.

Підприємства HoReCa, перетворюють гастрономічну культуру і традиції на гостротуристичний продукт. Якісно реалізований сервіс підприємств має можливість: стати мотивом для повернення туриста, турист може порекомендувати відвідати об'єкт чи залишити відгук а також, підвищити конкурентоспроможність підприємства на ринку.

Якість послуг і сервісу є одним із визначальних чинників успішного розвитку гастрономічного туризму. Саме якісний сервіс забезпечує високий рівень задоволеності туристів, формує лояльність споживачів та сприяє позитивному іміджу туристичної дестинації. У тому контексті важливо є не лише професійність обслуговуючого персоналу, а й культура гостинності, адаптація до потреб різних цільових аудиторій, дотримання стандартів безпеки харчування та санітарії.

У Львові значну роль у залученні туристів відіграють заклади ресторанного господарства, що поєднують автентичну кухню з високим рівнем сервісу. До прикладу, одним із відомих закладів ресторанного господарства локальної кухні у Львові є «Ресторація Бачевських». Кухня закладу до сьогодні зберегла рецепти галицької, української, польської, єврейської та європейської кухні. Заклад працює над концепцією про історію відомої родини, яка проживала у Львові, поєднуючи гастрономічну автентичність, якісний сервіс та відповідні стандарти. Заклад відкрився у 2015 році і дотепер популярний серед туристів і місцевих жителів, користується стабільно стійким попитом, що свідчить про те, що саме якість обслуговування, у поєднанні з локальною кулінарною ідентичністю, стає важливим чинником туристичної привабливості.

Важливим чинником розвитку гастрономічного туризму є сервіс, що визначає задоволеність туриста, формує його враження та впливає на рішення про повторне відвідування. Основними складовими якості сервісу є: гостинність, комфортні умови, професіоналізм персоналу, індивідуальний підхід, зворотній зв'язок. Усі перераховані складові якості сервісу мають працювати разом, як один механізм для забезпечення високого рівня якості обслуговування.

Дослідження проблем управління якістю та сервісу в гастрономічному туризмі дає змогу ефективно планувати та реалізовувати заходи щодо підвищення конкурентоспроможності гостротуристичних продуктів, удосконалення стандартів обслуговування, збереження кулі-

нарної автентичності та забезпечення максимально позитивного враження у туристів.

Серед проблем сертифікації та управління якістю в гастрономічному туризмі в Україні, О. Графська виокремила такі сучасні проблеми:

- 1) стандартизація проти автентичності;
- 2) регіональна мінливість;
- 3) суб'єктивність смаків та досвіду туристів;
- 4) культурні та етичні міркування;
- 5) впровадження та відповідність;
- 6) туристичні очікування проти реальності;
- 7) економічні наслідки для місцевих підприємств;
- 8) стандарти охорони здоров'я та безпеки;
- 9) динамічний характер кулінарних трендів.

Аналізуючи сучасний стан сертифікації та управління якістю в гастрономічному туризмі України, погоджуємося з позицією О. Графської щодо наявності низки організаційних та концептуальних проблем, які заважають створити чітку систему стандартів та контролю.

Насамперед, ключовим викликом залишається баланс між стандартизацією та збереженням автентичності, що особливо актуально для локальних кухонь, адже саме страви локальної кухні є тим елементом, який відображає культуру і спосіб життя місцевого населення. Через різноманітність регіональних кулінарних традицій та різні смакові вподобання туристів складно встановити єдині стандарти якості гастрономічних послуг. Окрім того, культурні, етичні та безпекові аспекти, якісне впровадження стандартів, а також розрив між туристичними очікуваннями і реальністю залишаються відкритими питаннями.

Не менш значущими є економічні наслідки для малих локальних підприємств, які часто не мають ресурсів для повноцінної сертифікації, та потреба адаптації до динамічних кулінарних трендів, що постійно змінюють смаки споживачів. Важливо, щоб такі підприємства отримували допомогу і підтримку з боку державної і місцевої влади.

Світова практика показує, що в результаті впровадження гостротуризму у країнах та в регіонах, можна суттєво інтенсифікувати в'їзні туристичні потоки. Гостротуризм може стати тією рушійною силою, котра пожвавить туристичний рух в тих регіонах, де він знаходиться у стадії спокою. Однак, важливо покращувати та підтримувати якість сервісу, для забезпечення відпочинку і харчування відвідувачів, оскільки туристи потребують безпеки і ком-

форту.

Висновки. Отже, ефективне управління якістю у гастрономічному туризмі вимагає гнучкого підходу, міждисциплінарного мислення та врахування місцевих особливостей, що дає змогу поєднати міжнародні стандарти з культурною ідентичністю української гастрономії. Гастрономічний туризм є перспективним видом туристичної діяльності в Україні, зокрема для індустрії гостинності. Якість

туристичних послуг і сервісу у цій сфері має ключове значення для формування позитивного туристичного враження, зміцнення репутації держави чи регіону та економічного зростання місцевих громад. Важливо не лише орієнтуватися на міжнародні стандарти, але й зберігати унікальність української гастрономії, підтримуючи місцевих виробників, популяризуючи традиції та адаптуючи досвід до потреб сучасного туриста.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Богдан Н. М., Писаревський І. М., Погасій С. О. Управління якістю туристських послуг: підручник. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 340 с.
2. Графська О. І., Коркун І. І., Мацюк С. П. Сертифікація і управління якістю в гастрономічному туризмі: проблеми і особливості впровадження. *Проблеми сучасних трансформаций. Серія: Економіка та управління*. 2024. № 11. С. 1–4. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-11-12-01>.
3. Денисенко М. П., Терещенко Н.М. Формування системи управління якістю послуг у сфері туризму. *Наукові праці МАУП*. 2014. С. 134–138. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npmaup_2014_1_25.
4. Долинська О., Біницька О., Гільберг Т. Управління якістю туристичних послуг: сучасні тенденції. *Економіка та суспільство*. 2024. № 65. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-7> (дата звернення: 12.05.2025).
5. Кривоберець М. М. Інструменти підвищення якості туристичних послуг. *Ефективна економіка*. 2017. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5382>. (дата звернення: 13.05.2025).
6. Кудла Н. Є. Управління якістю в туризмі: підручник. Київ : «Центр учбової літератури», 2015. 328 с.
7. Никига О. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в регіоні: монографія. Львів : ЛДУФК, 2024. 176 с.
8. Пилипенко Г. М., Смесова В. Л., Безугла Л. С., Бондаренко Л. А. Теоретико-методологічні аспекти визначення якості послуг у туристичному бізнесі. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 2023. № 1(81). С. 150–156.
9. Поворознюк І. М. Проблеми якості обслуговування на підприємствах індустрії гостинності. *Економіка та суспільство*. Вип. 41. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-8>. (дата звернення: 13.05.2025).
10. Чепурда, Л. М., Юрченко, С. О. Теоретичні аспекти формування системи управління якістю на туристичних підприємствах. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2023. С. 32–35. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.1\(7\).2023.6](https://doi.org/10.32782/2708-4949.1(7).2023.6)
11. Чорна Н. М. Система управління якістю на туристичному підприємстві: теоретичні аспекти впровадження та функціонування. *Економіка та суспільство*. 2021. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-56>. (дата звернення: 12.05.2025).

REFERENCES:

1. Bohdan N. M., Pysarevskyi I. M., Pohasiy S. O. (2021) *Upravlinnya yakistyu turystykykh posluh* [Quality management of tourist services]. Kharkiv: O. M. Beketov KhNUMG, 340 p. (in Ukrainian).
2. Hrafs'ka O. I., Korkuna I. I., Matsyuk S. P. (2024) *Sertyfikatsiya i upravlinnya yakistyu v hastronomichnomu turyzmi: problemy i osoblyvosti vprovadzhennya* [Certification and quality management in gastronomic tourism: problems and features of implementation]. *Problemy suchasnykh transformatsiy. Seriya: Ekonomika ta upravlinnya*, № 11, pp. 1–4. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-11-12-01>. (in Ukrainian).
3. Denysenko M. P., Tereshchenko N.M. (2014) *Formuvannya systemy upravlinnya yakistyu posluh u sferi turizmu* [Formation of a system for managing service quality in the tourism sector]. *Naukovi pratsi MAUP*, pp. 134–138. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npmaup_2014_1_25. (in Ukrainian).
4. Dolynska O., Binytska O., Hilberh T. (2024) *Upravlinnya yakistyu turystychnykh posluh: suchasni tendentsiyi*. [Quality management of tourism services: current trends]. *Economy and society*. 2024. № 65. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-7>. (accessed May 12, 2025).
5. Kryvobereets' M. M. (2017) *Instrumenty pidvyshchennya yakosti turystychnykh posluh* [Tools for improving the quality of tourist services]. *Efektivna ekonomika*. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5382>. (accessed May 13, 2025).

6. Kudla N. Je. (2015) *Upravlinnja yakistju v turyzmi: pidruchnyk* [Quality management in tourism: a textbook]. Kyiv: Center for Educational Literature. 328 p.
7. Nykyha O. (2024) *Innovatsiynny rozvytok hastronomichnoho turyzmu v rehioni: monohrafiya* [Innovative development of gastronomic tourism in the region: monograph]. L'viv: LDUFK. 176 p. (in Ukrainian).
8. Pylypenko H. M., Smyesova V. L., Bezuhla L. S., Bondarenko L. A. (2023) *Teoretyko-metodolohichni aspekty vyznachennya yakosti posluh u turystychnomu biznesi* [Teoretyko-metodolohichni aspekty vyznachennya yakosti posluh u turystychnomu biznesi]. *Economic Bulletin of the Dnipro Polytechnic Institute*. No. 1(81), pp. 150–156. (in Ukrainian).
9. Povoroznyuk I. M. (2022) *Problemy yakosti obsluhovuvannya na pidpryyemstvakh industriyi hostynoosti* [Problems of service quality at hospitality industry enterprises]. *Ekonomika ta suspil'stvo*. No. 41. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-8>. (accessed May 13, 2025).
10. Chepurda L. M., Yurchenko S. O. (2023) *Teoretychni aspekty formuvannya systemy upravlinnya yakisty na turystychnykh pidpryyemstvakh* [Theoretical aspects of forming a quality management system in tourism enterprises]. *Innovatsiyni ta tekhnolohiyi v sferi posluh i kharchuvannya*, pp. 32–35. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.1\(7\).2023.6](https://doi.org/10.32782/2708-4949.1(7).2023.6). (in Ukrainian).
11. Chorna N. M. (2021) *Systema upravlinnya yakisty yak instrument udoskonalennya menedzhmentu turystskoho pidpryyemstva* [Quality management system as a tool for improving the management of a tourism enterprise]. *Economy and society*. No 28. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-14>. (accessed May 12, 2025).